

ヤマト運輸が初の首位！グーグル、トヨタ自動車がトップ3入り

企業ブランド調査「ブランド戦略サーベイ 2016」発売

2016年9月16日

株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:三宅誠一)は16日、主要企業580社のブランド力を測定・分析する「ブランド戦略サーベイ」の2016年版レポートを発売しました。注目の総合ランキングは昨年4位のヤマト運輸が初の首位を獲得しました。2位はグーグル、3位はトヨタ自動車がそれぞれ昨年の6位と7位から上昇、2年連続首位の日本マイクロソフトが6位に後退するなど、トップ3がすべて入れ替わりました。

「ブランド戦略サーベイ」は企業のブランド力をコンシューマー(消費者)とビジネスパーソンという2つの視点から評価する年1回のインターネット調査です。2003年にスタートし、今年で14回目になります。今回は2016年6月~7月に実施しました。

ブランド力は「愛着度(ビジネスパーソンは企業魅力度)」、「自分必要度(同ビジネス有用度)」、「ブランドプレミアム・価格プレミアム」、「独自性」、「推奨意向」という5つの評価項目に基づいて算出した「企業ブランド知覚指数(PQ=Perception Quotient)」によって評価しています。

総合ランキングはコンシューマーとビジネスパーソン両方の「企業ブランドPQ」のスコアを統合し、算出した「総合PQ」によるもので、ランキングは9月16日付の日本経済新聞13面、日経産業新聞19面、日経MJ(流通新聞)11面でも紹介されています。

◎「ブランド戦略サーベイ 2016」ランキングのハイライト

- ヤマト運輸が昨年4位から初の首位に。コンシューマーのPQランキングも昨年9位から1位に
コンシューマーでは評価5項目のうち「推奨意向」「愛着度」が1位。スコアも45ポイントの大幅伸長。
- 2位は昨年6位のグーグルが浮上。コンシューマーも「独自性」「愛着度」が伸びてトップ10入り
コンシューマーは昨年15位から7位に。ビジネスパーソンでも同9位から4位にランクアップ。
- 3位はトヨタ自動車。一昨年17位、昨年7位と着実に上昇。4位ソニーを1ポイント差でかわす
自動車各社の中ではコンシューマー、ビジネスパーソンとも評価を大きく伸ばし、一人勝ち状態。
- 2年連続1位の日本マイクロソフトは6位転落。ビジネスパーソンでは首位死守するもスコア低下
同社とトップを争ったアップル ジャパンも昨年2位から7位に後退。「独自性」への評価にかげり。
- 昨年21位のカシオ計算機が順位を大きく上げて10位に。ビジネスパーソンでも14位から6位に
同社のほか、セイコーやシチズン腕時計という国内時計大手もビジネスパーソンのスコアが好調。
- 三菱自動車、旭化成など不祥事発覚企業は軒並みスコア低下。日本マクドナルドは復調傾向
やはりデータ不正があったスズキ、前回調査直前に不正会計が発覚した東芝なども大幅に下落。



▼詳しくはこちら をご覧ください。

http://www.nikkei-r.co.jp/domestic/branding/co-brand/?utm_source=prap&utm_medium=release&utm_campaign=brand

◎「ブランド戦略サーベイ」の特長は

- 競合他社とのブランド力比較で、自社の総合的なブランドポジションが把握できる。
- 時系列データを追うことで、ブランドが浸透していく状況や価値の変遷が確認できる。
- 多彩な評価項目を様々な切り口で分析でき、自社ブランドがどんな層に受容されているか分かる。
- 2016年調査から、ビジネスパーソンのサンプル数を2倍超に拡充。ターゲット別の分析が可能に。
- バリューチェーンマップ、ベイジアンネットワークなど多彩な分析ツールを提供(一部商品のみ)。

■ラインナップ:用途や分析レベルにより5種類ご用意しました。ニーズに応じてお選びください。

■価格:100,000円(本体価格)より

企業のブランド価値を多角的な視点から「見える化」した「ブランド戦略サーベイ 2016」を、ブランド戦略立案にぜひご活用ください。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 **日経リサーチ**

営業本部 担当:豊田

TEL: 03-5296-5181 (平日 9:30~17:00) FAX: 03-5296-5124

E-Mail: co-brand@nikkei-r.co.jp