

News Release

報道関係各位

2014年5月22日
株式会社カンター・ジャパン

Google が Apple を上回りブランド価値 1 位に。 トヨタなど日本ブランドも前年より価値向上

～世界最大手の広告会社 WPP グループによるブランド価値ランキング～

市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:大竹秀彦)は、世界最大手の広告会社であるイギリスの WPP(ダブリューピーピー)の子会社です。WPP グループは、今年で 9 回目になるブランド価値ランキング(『BrandZ™ TOP100 Ranking (ブランド・トップ 100 ランキング)』)を発表しました。ブランド価値の算出およびランキングを行ったのは、同じグループに属するミルウォード・ブラウン・オブティモア社です。

■ 今年のブランド価値 1 位は Google(グーグル)

今年最もブランド価値が高いと評価されたブランドは Google(グーグル)で、昨年まで 3 年連続 1 位だった Apple(アップル)が 2 位という結果になりました。

ブランド価値ランキング (BrandZ™ Top100 Ranking 2014)

順位	順位の変化 (対前年)	ブランド名	ブランド価値 (百万ドル)	価値の変化 (対前年)
1	+1	Google (グーグル)	158,843	+40%
2	-1	Apple (アップル)	147,880	-20%
3	0	IBM (アイビーエム)	107,541	-4%
4	+3	Microsoft (マイクロソフト)	90,185	+29%
5	-1	McDonald's (マクドナルド)	85,706	-5%
6	-1	Coca-Cola (コカ・コーラ)	80,683	+3%
7	+2	Visa (ビザ)	79,197	+41%
8	-2	AT&T (エイティアンドティ)	77,883	+3%
9	-1	Marlboro (マールボロ)	67,341	-3%
10	+4	Amazon (アマゾン)	64,255	+41%

出所:ミルウォード・ブラウン・オブティモア社



トップ2ブランドのランキング推移

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
Google	7 位	1 位	1 位	1 位	1 位	2 位	3 位	2 位	1 位
Apple	29 位	16 位	7 位	6 位	3 位	1 位	1 位	1 位	2 位

<ミルウォード・ブラウン・オプティモア社 マネージング・ディレクターのニック・クーパーのコメント>
 グーグルは、Google Glass (グーグル・グラス) の開発、AI (人工知能) への投資、そして Android (アンドロイド) 搭載車の開発を初めとする他製品分野でのパートナーシップの構築など 昨年は非常に革新的でした。これらの活動が、Google (グーグル) が何なのかを消費者に強く示すことになりました。

■ 躍進するソーシャルネットワーキングサービスブランド

今年のランキングで目立つのは、ソーシャルネットワーキングサービスブランドの価値が高まっている点です。例えば、Tencent (テンセント) や Facebook (フェイスブック) が前年よりも価値を大幅に高めました。また、Twitter (ツイッター) や LinkedIn (リンクトイン) が 100 位以内に入りました。

100位以内にランクインしたソーシャルネットワーキングサービスブランド

順位	順位の変化 (対前年)	ブランド名	ブランド価値 (百万ドル)	価値の変化 (対前年)
14	+7	Tencent (テンセント)	53,615	+97%
21	+10	Facebook (フェイスブック)	35,740	+68%
71	-	Twitter (ツイッター)	13,837	-
78	-	LinkedIn (リンクトイン)	12,407	-

ブランド価値ランキング (BrandZ™ Top100 Ranking 2014)
 出所:ミルウォード・ブラウン・オプティモア社



こういったサービスは、単なるツールを超え、我々の生活の一部になってきているところがブランド価値を高めることにつながっています。

■ 日本の自動車ブランドの価値が向上

日本のブランドでは、前年と同じく 4 つのブランド (トヨタ、ホンダ、ニッサン、NTTドコモ) が 100 位以内に入りました。どの自動車ブランドも前年より価値が向上しました。

100位以内にランクインした日本のブランド

順位	順位の変化 (対前年)	ブランド名	ブランド価値 (百万ドル)	価値の変化 (対前年)
26	-3	Toyota (トヨタ)	29,598	+21%
70	+1	Honda (ホンダ)	14,085	+14%
90	-4	Nissan (ニッサン)	11,104	+9%
95	-5	NTT Docomo (NTTドコモ)	10,041	0%

ブランド価値ランキング (BrandZ™ Top100 Ranking 2014)
 出所:ミルウォード・ブラウン・オプティモア社



News Release

■ まとめ

このランキングを開始した 2006 年時のブランド価値と今年のブランド価値を比較すると、最も価値の絶対額を増やしたブランドが **Apple** (アップル) で、その次が **Google** (グーグル) になります。ミルウォード・ブラウン・オプティモア社のコメントにあるように、昨年は **Google** (グーグル) の革新的な活動が目立った一年であり、それが今年のランキングに表れたようです。

■ 『BrandZ™ Top100 Ranking (ブランジー・トップ 100 ランキング)』について

このブランド価値ランキングは、WPP グループが年 1 回発表しているもので、今年で 9 回目になります。ブランド価値の算出およびランキングは、ミルウォード・ブラウン・オプティモア社が実施しています。

ここでいうブランドとは、主に個々の製品・サービスブランドの集合体を指しています。例えば、コカ・コーラは、飲料のコカ・コーラを意味します。

ブランド価値の算出は、各企業の公開財務情報やミルウォード・ブラウン・グループが年 1 回実施している ブランドに関する消費者調査 (『BrandZ™ (ブランジー)』) の結果などを用いて行われます。

1~100 位までのランキングについては、添付資料 (日本語) をご覧ください。

※ランキングの詳細版 (英語) は、特設サイト及びミルウォード・ブラウン・グループのウェブサイトで公開されています。

- <http://www.brandz100.com/site/>
- http://www.millwardbrown.com/BrandZ/Top_100_Global_Brands.aspx

■ WPP について

WPP (ダブリューピーピー) グループは、2013 年の売上高が 110 億ポンド (日本円で約 1 兆 7,600 億円。1 ポンド 160 円で計算) を超えるグローバル企業であり、広告業やパブリック・リレーション (PR) 業などのマーケティングに関連するサービスを提供しています。

WPP の調査・コンサルティング事業部門の総称がカンター・グループであり、カンター・ジャパンおよびミルウォード・ブラウン・グループ (ミルウォード・ブラウン・オプティモア社を含む) はそこに属しています。

- 社名 : ダブリューピーピー (WPP PLC)
- 本社 : イギリス・ロンドン
- 代表 : マーティン・ソレル
- 事業内容 : 広告・メディア投資、調査・コンサルティング、PR、ブランディングなど
- 上場市場 : ロンドン証券取引所、ナスダック

News Release

■ ミルウォード・ブラウン・グループについて

ミルウォード・ブラウン・グループ(本社:イギリス・ロンドン)は、ブランド領域や広告などのコミュニケーション領域における調査・コンサルティングに強みを持つ企業です。その中で、ブランドの価値評価やそれに基づくコンサルティングを中心に行っているのが、ミルウォード・ブラウン・オプティモア社です。

■ カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で 50 年超の歴史を持つ市場調査会社です。12 の企業(グループ)で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。親会社は、世界最大手の広告会社であるイギリスの WPP(ダブリュウ・ピー・ピー)です。

- 社名:株式会社カンター・ジャパン
- 本社:東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 代表取締役社長:大竹秀彦
- 事業内容:市場調査、およびそれに付随するアドバイザー業務
- ウェブサイト:<http://www.kantar.jp>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail:Marketing@kantar.co.jp Tel:03-6859-3229