



「顧客体験価値(CX)ランキング2021」オンライン発表会を12月6日（月）に開催

日本最大のブランディング専門会社である株式会社インターブランドジャパン（東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：並木将仁）は、顧客体験価値（CX：Customer Experience）のランキングを発表します。本ランキングは、顧客視点でのすべての体験を通じた、ブランドの「顧客体験価値(CX)スコア」を数値化し、分析しており、本年度で3回目となります。“顧客体験価値（CX）”とは「顧客視点のすべてのユーザーエクスペリエンス」のことであり、商品やサービスの機能や性能などの機能的価値だけでなく、そのブランドや企業に関わるすべての体験を通じて顧客が経験する、喜びや満足感などの情緒的価値まで含まれます。

本年度は過去2回の実績をもとに、調査時期による季節要因の平準化を図るため調査実施を年2回とし、調査対象者数及びブランド想起者数を2倍以上に引き上げることなど、より精度を高めた「年間ランキング」としてリニューアルいたします。（昨年までのランキングは、次頁以降を参照ください）

Withコロナの1年となったこの1年の顧客の気持ちを捉えたブランドは、どのようなものであったか。本年度の「顧客体験価値(CX)ランキング2021」はオンラインにて発表いたします。当日は、当社代表取締役社長 兼 CEOの並木 将仁より、評価手法および今年のランキング詳細とその傾向についてお話しさせていただきます。

顧客体験価値(CX)ランキング2021オンライン発表会

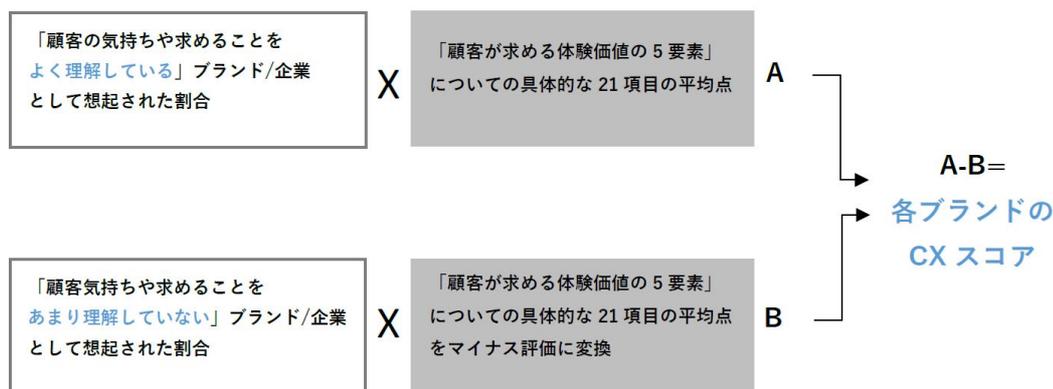
- 日時 2021年12月6日（月）15:00～16:00（オンライン開始予定14:45）
- 会場 オンライン（全国どこからでも参加可能。ツールはWebex Eventsを使用予定）
- 内容 顧客体験価値(CX)ランキング2021発表
並木将仁（当社代表取締役社長 兼 CEO）
- 参加方法 インターブランドジャパンのホームページより登録いただいた方に、オンライン発表会の参加URLをお送りいたします。
参加登録サイト：
https://www.interbrandjapan.com/ja/seminar/branding_online_seminar_20211206/

Interbrand

CXスコア算出方法

CXスコアは、「好きなブランド」や「優れた顧客体験を提供するブランド」を直接質問した結果ではありません。一般消費者に「顧客の気持ちや求めることを、よく理解している」「顧客の気持ちや求めることをあまり理解していない」ブランド/企業をまず頭に思い浮かべてもらい、そのブランドについて「顧客が求める体験価値の5要素」を具体的な項目に分解した21項目を評価してもらいます。

同様に、ブランド/企業を思い浮かべてもらい、そのブランドについて21項目を評価してもらい、それらの数字からなる合成変数としてブランドのCXスコアを算出しています。



本年度の調査概要

- 調査時期：2021年6月、10月
- 調査対象者：インターネットモニター登録の18歳以上の一般個人（男女）
- 回答数：計 10,507人（6月 5,420人、10月 5,087人）※2020年 3,626人
- 調査手法：インターネットリサーチ

■ 対象者属性：

性別・年齢・居住地は「国勢調査」による人口を基礎とした推計人口にあわせて割付を実施

<性別>

	人数	%
男性	5,229	50%
女性	5,278	50%
総計	10,507	100%

<年齢>

	人数	%
18 - 29	1,882	18%
30 - 39	1,920	18%
40 - 49	2,406	23%
50 - 59	1,993	19%
60+	2,306	22%
総計	10,507	100%

<居住地>

	人数	%
北海道/東北	1,170	11%
関東	3,619	34%
中部	1,782	17%
近畿	1,840	18%
中国/四国	925	9%
九州/沖縄	1,171	11%
総計	10,507	100%

参考資料



C Space 顧客体験価値(CX)ランキング2020 (1位～50位)

ランク		ブランド	CXスコア		ランク		ブランド	CXスコア	
2020	2019		2020	2019	2020	2019		2020	2019
1	17	ディズニー	7.52	6.27	26	-	カプコン	6.02	-
2	-	くら寿司	7.25	-	27	9	高島屋	6.01	6.86
3	13	オーケー	7.17	6.55	28	-	カルビー	5.98	-
4	-	ヨドバシカメラ	7.03	-	29	10	タニタ	5.96	6.82
5	43	コメダ珈琲店	7.01	4.75	30	40	ウェルシア薬局	5.95	5.13
6	47	ユニクロ	7.00	4.49	31	35	JTB	5.95	5.45
7	26	ディズニーランド	6.97	5.99	32	21	イオン/イオンモール	5.91	6.11
8	27	楽天トラベル	6.97	5.95	33	-	アサヒ	5.81	-
9	14	JAL	6.92	6.54	34	44	資生堂	5.75	4.68
10	20	任天堂	6.86	6.19	35	25	無印良品	5.73	5.99
11	12	サントリー	6.85	6.75	36	-	ホンダ	5.72	-
12	19	ファンケル	6.64	6.21	37	-	小林製薬	5.71	-
13	-	阪急百貨店	6.61	-	38	31	ダイソー	5.63	5.72
14	4	ANA	6.59	7.37	39	-	セブン-イレブン	5.60	-
15	11	じゃらん	6.54	6.78	40	-	三越	5.48	-
16	-	星野リゾート	6.49	-	41	-	西友	5.35	-
17	7	味の素	6.30	6.98	42	30	ソニー (Sony)	5.31	5.73
18	-	マクドナルド (McDonald's)	6.28	-	43	-	ヤマト運輸	5.26	-
19	42	プレイステーション (Play Station)	6.21	4.83	44	-	楽天	5.21	-
20	24	Nintendo Switch	6.19	6.00	45	-	ドン・キホーテ	5.18	-
21	18	セリア	6.14	6.21	46	28	Amazon	5.07	5.82
22	29	花王	6.09	5.75	47	-	サンリオ	5.04	-
23	-	帝国ホテル	6.05	-	48	32	パナソニック	5.04	5.61
24	-	一休.com	6.05	-	49	38	サイゼリヤ	4.99	5.28
25	23	スターバックスコーヒー	6.04	6.03	50	46	トヨタ	4.87	4.57

*2020年は12人以上から想起されたブランドを対象にランキング

報道資料

https://www.interbrandjapan.com/ja/data/201111_CX2020_press.pdf

参考資料



C Space 顧客体験価値(CX)ランキング2019(1位～50位)

ランク	ブランド	CXスコア	ランク	ブランド	CXスコア
1	カゴメ	7.47	26	ディズニーランド	5.99
2	クラブツーリズム	7.44	27	楽天トラベル	5.95
3	キューピー	7.43	28	Amazon	5.82
4	ANA	7.37	29	花王	5.75
5	ニトリ	7.10	30	ソニー	5.73
6	阪急交通社	7.02	31	ダイソー	5.72
7	味の素	6.98	32	パナソニック	5.61
8	コカ・コーラ	6.97	33	HIS	5.57
9	高島屋	6.86	34	ガスト	5.48
10	タニタ	6.82	35	JTB	5.45
11	じゃらん	6.78	36	Google	5.39
12	サントリー	6.75	37	IKEA	5.30
13	オーケー	6.55	38	サイゼリヤ	5.28
14	JAL	6.54	39	スタジオジブリ	5.27
15	伊勢丹	6.49	40	ウエルシア薬局	5.13
16	マックスバリュ	6.37	41	コストコ	4.91
17	ディズニー	6.27	42	プレイステーション (Play Station)	4.83
18	セリア	6.21	43	コメダ珈琲店	4.75
19	ファンケル	6.21	44	資生堂	4.68
20	任天堂	6.19	45	イトーヨーカドー	4.67
21	イオン/イオンモール	6.11	46	トヨタ	4.57
22	ローソン	6.06	47	ユニクロ	4.49
23	スターバックスコーヒー	6.03	48	丸亀製麺	4.31
24	Nintendo Switch	6.00	49	Amazonプライムビデオ	4.27
25	無印良品	5.99	50	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (USJ)	4.09

*2019年は15人以上から想起されたブランドを対象にランキング

報道資料

https://www.interbrandjapan.com/ja/data/191125_CX2019_press.pdf

C Space について

C Spaceはグローバルに展開する「カスタマー・エージェンシー」です。世界的な企業に対して、経営に顧客視点を組み込む支援を行い、Customer Inspired Growth（＝顧客によってインスパイアされるビジネス成長）をもたらしています。C Spaceのクライアントは、顧客との継続的な関係を活かしてより良い顧客体験を生み出すことで、顧客にとって必要な存在であり続けます。世界で450名のスタッフを擁するC Spaceはボストンおよびロンドンに本社を置き、ニューヨーク、サンフランシスコ、メキシコシティに続く第6の拠点として、2019年に東京でC Space Japanを設立しました。C Space Japanはインターブランドジャパングループの一員です。

C Spaceについての詳しい情報は <https://cspace.com/tokyo/> をご覧ください。

インターブランドについて

インターブランドは、1974年ロンドンでの設立以来、40年以上にわたり、常に世界をリードするブランディング専門会社として、戦略、クリエイティブ、テクノロジーの組み合わせにより、クライアントのブランドとビジネス双方の成長を促進する支援を行っています。

社会環境の不確実性が増す一方で、選択肢はかつてないほど豊富となりイノベーションのスピードが加速を続ける時代の中で、顧客の期待はビジネスよりも速く動き、価値観も変化し多様化しています。変化を続ける人々のインサイトの奥に潜む真理を探求し、その想いや期待するところをいち早く捉え、期待を超える体験を提供することを決断し、実践すること。インターブランドではこうした決断と実践のアクション（Iconic Moves™）が必要だと考えています。

インターブランドではISO（国際標準化機構）により世界で最初にブランドの金銭的価値測定における世界標準として認められた「Brand Valuation™（ブランド価値評価）」をはじめとする先端的な分析手法を用いる戦略チームと、数多くの受賞歴と高い創造性を持つクリエイティブチームが一つのチームとなり、分析から戦略構築、クリエイティブ開発、社内外エンゲージメント、そしてブランドを経営指標に取り入れ組織革新を実現するサポートまで、全ての流れを自社のリソースで完結しプロジェクトを推進します。

インターブランドジャパンについて

インターブランドジャパンは、ロンドン、ニューヨークに次ぐ、インターブランド第3の拠点として、1983年に東京で設立されました。「カスタマー・エージェンシー」として、オンラインコミュニティ運営、顧客との共創ワークショップなどを通じて経営に顧客視点を組み込む支援をグローバルで展開しているグループ会社C Space（本社：ボストンおよびロンドン、国内拠点：東京都渋谷区）とともに、日系企業、外資系企業、政府・官公庁など様々な組織・団体に対し、トータルなブランディングサービスを提供しています。インターブランドジャパンについての詳しい情報は <https://www.interbrandjapan.com> をご覧ください。

Interbrand

お問い合わせ

株式会社インターブランドジャパン 担当：中村正道、山室元史、岡本カヨ、齋藤麻菜美

Tel: 03-5448-1200 Fax: 03-5448-1052 e-mail: ibj-pr@interbrand.com

LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/interbrand-japan/>)

Twitter (<https://twitter.com/InterbrandJapan>)

Facebook (<https://www.facebook.com/interbrandtokyo/>)

Instagram (https://www.instagram.com/interbrand_japan/)