

Best Global Green Brands 2011

報道資料

2011年7月26日

Creating and managing
brand value™

Interbrand

“Best Global Green Brands”のトップ 50 を発表

生活者の環境イメージと企業の環境活動の実態の総合評価によるグローバル・グリーンランキング

世界最大のブランドコンサルティング会社であるインターブランドは、優れた“グリーンブランド”のグローバルランキング、“Best Global Green Brands” を当社として初めて発表します。

本ランキングは、生活者の環境イメージ(環境パーセプション)と企業の環境活動の実態(環境パフォーマンス)とを総合評価したものです。グローバルな観点から環境に対して影響力が大きいと考えられるインターブランドの“Best Global Brands2010”にランクインしたブランドを調査対象としており、第 1 位に **Toyota**、第 2 位 **3M**、そして第 3 位に **Siemens** がランクインしています。

優れたグリーンブランドは、環境経営を軸にした事業活動に取り組み、その活動の実態に見合う環境コミュニケーションを図っています。また、自社内向け活動としても、環境活動向上のための全社的な取り組みに力を入れていることも特徴のひとつであり、内外にわたる環境活動が生活者による環境イメージの高さとして反映され、競合ブランドとの差別化につながっているとと言えます。

インターブランドのグローバル CEO ジェズ・フランプトンは「企業市民として、“環境活動”は、おそらく最も生活者の“目につき”、企業が“訴求しやすい”ものであると同時に、成果を出すことが最も難しい活動です。優れたグリーンブランドとは、積極的且つ有益な環境活動に取り組み、その環境活動に基づいた環境コミュニケーションを図ることで生活者に正しくグリーンイメージを認知されているブランド」と考えています。

当ランキングを発表するにあたり、インターブランドでは、経済規模の大きい上位 10 カ国(アメリカ、日本、中国、ドイツ、フランス、イギリス、イタリア、ブラジル、スペイン、インド)の生活者を対象に、企業の環境活動に対する評価がどれだけ購買意識に影響するかを調査し、環境パーセプションスコアとして分析、評価しています。また、公表されている情報に基づく企業の環境パフォーマンスのメソドロジー開発、評価を **Deloitte** に委託し、その評価結果は、総合スコア算出のインプットとなっています。総合スコアは、環境パーセプションスコアと環境パフォーマンススコアを統合し算出したもので、環境パフォーマンススコアは、最終のランキング作成のためにインターブランドが検討した要素の一つです。また、両スコア間のギャップは、環境パフォーマンス(環境活動の実態)と環境パーセプション(環境イメージ)のアンバランスを示しています。

“Best Global Green Brands”調査結果の主なポイント

- **Toyota** は、環境を経営の中核とした事業活動に取り組みとともに、世界各国の生活者に対して的確に環境コミュニケーションを図っている最も優れたブランドと言えます。
- 自動車およびエレクトロニクス業界では、組織全体で環境対応を軸とした事業活動を継続しているだけでなく、その活動の実態を生活者の評判に繋げるコミュニケーションをしています。
- 多くのブランドにおいて、「環境パフォーマンス」と「環境パーセプション」の評価の結果に大きなギャップがあることが明らかになりました。**L'Oréal**、**Nokia**、**HSBC** は「環境パーセプション」評価よりも「環境パフォーマンス」評価の方が著しく高く、これは、先進的な環境対応を軸とした事業活動に取り組んでいながら生活者からその認知があまり高くないケースと言えます。
- **McDonald's**、**GE**、**Coca-Cola** は、逆に、生活者の「環境パーセプション」評価が「環境パフォーマンス」評価より著しく高いブランドであり、世界的に有名なパワーブランドとしてのブランド力が、環境という側面でも生活者へのポジティブなイメージに寄与し、全体的な高評価につながっています。

“Best Global Green Brands”の詳細については、下記より報道資料をご参照ください。

<http://www.interbrand.com>

Best Global Green Brands 2011

| Rank | Brand | Sector | Country of Origin | Score | Gap |
|------|-------------------|--------------------|-------------------|-------|--------|
| 1 | Toyota | Automotive | Japan | 64.19 | -7.64 |
| 2 | 3M | Diversified | United States | 63.33 | +0.74 |
| 3 | Siemens | Diversified | Germany | 63.08 | +6.44 |
| 4 | Johnson & Johnson | FMCG | United States | 59.41 | +2.35 |
| 5 | Hewlett-Packard | Electronics | United States | 59.06 | +12.88 |
| 6 | Volkswagen | Automotive | Germany | 58.90 | +1.82 |
| 7 | Honda | Automotive | Japan | 58.85 | -11.11 |
| 8 | Dell | Electronics | United States | 58.81 | +11.08 |
| 9 | Cisco | Business Services | United States | 57.66 | +15.07 |
| 10 | Panasonic | Electronics | Japan | 57.32 | +12.68 |
| 11 | Hyundai | Automotive | South Korea | 57.18 | +11.28 |
| 12 | BMW | Automotive | Germany | 56.81 | +4.90 |
| 13 | Apple | Electronics | United States | 56.43 | -0.48 |
| 14 | Danone | FMCG | France | 56.15 | +1.39 |
| 15 | L'Oréal | FMCG | France | 55.84 | +22.68 |
| 16 | Mercedes-Benz | Automotive | Germany | 55.24 | +2.63 |
| 17 | Nike | Sporting Goods | United States | 54.94 | +7.83 |
| 18 | Sony | Electronics | Japan | 54.73 | +4.84 |
| 19 | IBM | Business Services | United States | 54.68 | +13.93 |
| 20 | Ford | Automotive | United States | 54.67 | -13.61 |
| 21 | Allianz | Financial Services | Germany | 54.55 | -0.13 |
| 22 | Nokia | Electronics | Finland | 54.51 | +17.26 |
| 23 | adidas | Sporting Goods | Germany | 54.48 | +7.48 |
| 24 | GE | Diversified | United States | 54.24 | -23.17 |
| 25 | Samsung | Electronics | South Korea | 54.06 | +11.76 |
| 26 | Intel | Electronics | United States | 53.89 | +10.63 |
| 27 | Coca-Cola | Beverages | United States | 53.38 | -19.61 |
| 28 | Canon | Electronics | Japan | 53.13 | +7.46 |
| 29 | Pepsi | Beverages | United States | 53.04 | -1.98 |
| 30 | Microsoft | Computer Software | United States | 53.02 | -8.69 |
| 31 | Xerox | Electronics | United States | 52.61 | +14.27 |
| 32 | Philips | Electronics | Netherlands | 52.58 | +9.88 |
| 33 | Shell | Energy | Netherlands | 52.47 | +4.07 |
| 34 | Caterpillar | Diversified | United States | 52.08 | -6.06 |
| 35 | Campbell's | FMCG | United States | 50.94 | +6.90 |
| 36 | Kellogg's | FMCG | United States | 50.81 | -16.14 |
| 37 | Avon | FMCG | United States | 50.36 | +0.92 |
| 38 | SAP | Business Services | Germany | 50.16 | -0.20 |
| 39 | Ikea | Home Furnishings | Sweden | 49.32 | -16.64 |
| 40 | Santander | Financial Services | Spain | 49.26 | -5.70 |
| 41 | AXA | Financial Services | France | 48.39 | -2.72 |
| 42 | Starbucks | Restaurants | United States | 47.99 | -13.01 |
| 43 | Nintendo | Electronics | Japan | 47.78 | +8.23 |
| 44 | Credit Suisse | Financial Services | Switzerland | 47.07 | +6.25 |
| 45 | McDonald's | Restaurants | United States | 47.06 | -27.96 |
| 46 | Citi | Financial Services | United States | 46.97 | +11.81 |
| 47 | Barclays | Financial Services | United Kingdom | 46.90 | +7.13 |
| 48 | HSBC | Financial Services | United Kingdom | 46.54 | +15.86 |
| 49 | UPS | Transportation | United States | 46.12 | -9.79 |
| 50 | Accenture | Business Services | United States | 45.76 | -13.18 |

*Gap='Performance score' - 'Perception score'

<インターブランドについて>

インターブランドは、1974年に設立された世界最大のブランドコンサルティング会社です。世界26カ国・約40のオフィスを通じ、世界的に展開している企業をはじめ、さまざまな組織・団体に対し、ブランディングに関する多様なサービスを提供しています。

‘Creating and managing brand value’ のミッションのもと、戦略的な視点とクリエイティブの視点の両面から「ブランドを創り、その価値を高め、維持し、評価する」という一連のサービスを提供し、クライアントのもっとも価値ある資産であるブランドの価値向上をサポートしています。その事業内容はブランド価値向上に向けた戦略の立案、ネーミングやデザイン開発などのクリエイション、さらにはブランド価値の社内外への浸透・定着の支援に至るブランドエンゲージメントまで多岐にわたっています。

インターブランドは1984年より世界に先駆けて、企業の視点（財務）と顧客の視点（マーケティング）の両面からブランドの価値を金額に換算する手法* を開発し、これまでに5,000以上のブランドの評価を行ってきました。さらに「ブランド価値」の重要性を認識していただくことを目的として、1999年より毎年、全世界のブランドを対象とした“**Best Global Brands**” を発表しています。

インターブランドについての詳しい情報については<http://interbrand.com> をご覧ください。

*インターブランドの「ブランド価値評価」は、国際標準化機構（ISO）からブランドの金銭的価値測定のための世界標準であるISO 10668の認定を受けています。

以上

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・黒木英明

tel:03-3230-1075 fax:03-3230-8772