



「ブランディング」の取り組みを評価する日本初のアワード Japan Branding Awards 2022 6月28日（火）より応募開始、12月に受賞ブランドを発表

日本最大のブランディング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、「ブランディング」の取り組みを評価する日本初のアワード「Japan Branding Awards 2022」を開催いたします。ブランド戦略を展開する企業・団体のさらなる成長の支援を目的に、優れたブランディングを実行している企業・団体における事業・サービス・製品を評価し、その活動内容を広く紹介し、共有する機会を提供します。今年5回目の開催となり、12月に受賞ブランドを発表します。

企業がビジネスを成功に導く一つのカギは、企業の有する技術力、サービスや商品力だけでなく、いかにそれらの実体にとどまらず「ブランド」の存在価値を構築できるかであると弊社は考えています。「ブランディング＝広告・宣伝活動」ということではなく、経営・事業戦略と一体となったブランドの提供価値やブランディングの重要性を組織全体が理解した上で、部門横断の活動を行うことが、「ブランディング」の奏功する重要な要素であり、中長期的なビジネス成長に繋がると確信しています。

本アワードでは、戦略・体験基盤の構築からクリエイティブ開発、コミュニケーション活動を含むマーケティング活動全般にわたる視点から、それぞれの活動が有機的に結びつき、効果を生み出すことに貢献しているかを複合的に分析、評価します。また、我々はそのプロセスの中で、人々の変化を迅速に捉え、その期待値を越える努力を継続的に行うこと、その為に仕組み化する重要性を感じています。今年5回目を迎えるにあたり、さらにその様な取り組みについても学ぶ機会の提供を目指すことで、更に本アワードを進化していきたいと考えております。

「Japan Branding Awards 2022」概要

- 主催 株式会社インターブランドジャパン
- 審査委員会
 - ・審査委員長：並木 将仁 株式会社インターブランドジャパン 代表取締役社長 兼 CEO
 - ・審査副委員長：
 - 阿久津 聡 一橋 ビジネススクール 国際企業戦略専攻教授
 - 田中 里沙 事業構想大学院大学 学長 教授／株式会社宣伝会議 取締役メディア・情報統括
 - 永井 一史 株式会社 HAKUHODO DESIGN 代表取締役社長
 - ・審査委員：インターブランドジャパン オフィスリーダー
- 応募受付期間 2022年6月28日（火）～7月29日（金）17:00
- 審査・発表予定
 - 第1次選考：8月
 - 第2次選考：9月
 - 第3次選考：10月
 - 発表：12月

「Japan Branding Awards 2022」募集要項

■募集対象

企業・事業・サービス・製品の「ブランディング」が対象です。

- 1) 単一の事業で活動している、あるいは単一の事業・サービス・製品のみを持つ企業の場合には、企業として応募してください。
- 2) 複数の事業・サービス・製品を持つ企業の場合には、部門単位で応募してください（同一企業から複数の部門が応募することは可能）。

■応募資格

応募資格は、日本企業および日本でビジネスを展開している外資系企業、各種法人・団体です。企業、事業部門の規模による制限はありません。

※各法人・団体からの自薦での応募のみとし、他薦や広告会社、PR会社等からの代理による応募及び個人による応募は受け付けておりません。

■ブランディングの審査対象期間 過去3年間の活動（2019年4月～2022年6月）

■選考プロセス

選考プロセスは3段階を予定しています。

- 第1次選考、第2次選考：応募書類に基づいて行われ、通過した企業が第3次選考に進みます。（第1次選考は簡易フォーマットによる記述、第2次選考は詳しい活動内容の記述です。）
- 第3次選考：戦略の独自性、差別優位性、戦略開発からコミュニケーション開発のプロセスについてより踏み込んで選考を行うことを目的に、第2次選考通過の企業・事業にインタビューを実施し、受賞企業・事業を選考し、発表いたします。

■選考基準

戦略・体験基盤の構築、クリエイティブ開発、コミュニケーション活動を含む活動の内容全般にわたる視点から、それぞれの活動を迅速に実行し、有期的な結びつきにより効果を生み出すことに貢献しているかについて複合的に評価します。

■応募についての情報

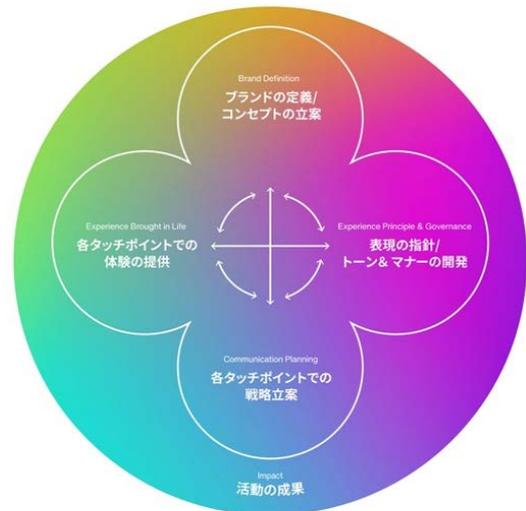
応募方法、応募に必要な情報についての詳細は下記専用サイトをご確認下さい。

<https://interbrandjapan.com/ja/brandingawards/index.html>

■審査の視点

ブランディングを成功に導くために必要だと考える「戦略&体験基盤の構築」「体験の場の提供」至る取り組みにおいて、必要な要素を組み込んで行われているかの視点と、その浸透が社内外で迅速に有機的につながり、共有・展開されているかの2つの視点がカギになると考えます。

本アワードでは、4つの取り組みとその取り組みによる成果を中心に、評価視点・評価ポイントに沿った分析・評価を行います。



ブランドの定義/コンセプトの立案 | Brand Definition

評価視点

深い分析に基づき、ビジネス成長に資するブランドの定義がされているか。

評価ポイント

- ・ 企業の意志、競合差別性、顧客/ターゲットインサイト
- ・ ポジショニング、提供価値の定義

表現の指針/トーン& マナーの開発 | Experience Principle & Governance

評価視点

ブランドの定義が、体験の基盤に落とし込まれ、社内で共有・展開のうえ、管理・運用されているか。

評価ポイント

- ・ 定義を、効果的かつ差別化された「体験の基盤(ブランドの「らしさ」表現の指針となるガイドライン等)」に落とし込んでいるか。
- ・ その「ブランドらしさ」は、ターゲット顧客にとって魅力有る内容となっているか。
- ・ 「ブランドらしさ」が、社内で共有・展開されているか。
- ・ 責任者、運用者/チームなど、ブランドのマネジメント体制・システムが整備されているか。

各タッチポイントでの戦略立案 | Communication Planning

評価視点

社内外の活動が適切なタイミング、タッチポイントで計画的に実行されていたか。

評価ポイント

- ・ 定義を社内外に伝えるために、効果的な手段とタイミングが計られているか。
- ・ 明確なKPIが設定されているか。
- ・ デジタルを含むタッチポイントが、効果的に活用できているか。

各タッチポイントでの体験の提供 | Experience Brought in Life

評価視点

各タッチポイントで効果的な体験が提供できているか。

評価ポイント

- ・ 定義が効果的にクリエイティブと体験に落とし込まれているか。
- ・ クリエイティブと体験に独自のユニークさがあるか。
- ・ ターゲットの間で、話題となっているか。

活動の成果 | Impact

評価視点

ブランド価値向上にインパクトをもたらしたか。

評価ポイント

- ・ 独自で設定したKPIが達成できたか。
- ・ 社内及び社外(ターゲット)への効果として、どのようなインパクトがあったか。
- ・ 売上や利益、購入・取引意向の上昇にどのようなインパクトがあったか。

Japan Branding Awards 2021受賞ブランド

(※表記は敬称略、受賞ブランドのアルファベット順)

Best of the Best 受賞ブランドの中で総合的に、特に優れた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・LIFULL (株式会社 LIFULL) ・龍谷大学 (学校法人龍谷大学)
Winners 応募ブランドの中で優れた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・キレイキレイ (ライオン株式会社) ・こくみん共済 coop (全国労働者共済生活協同組合連合会) ・マルハニチロ (マルハニチロ株式会社) ・Rinnai (リンナイ 株式会社)
Rising Stars ブランディングを通じて著しい成長を収め、卓越したオリジナリティのある取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・MOLp (三井化学株式会社) ・プレイアトレ土浦 (株式会社アトレ) ・YA-MAN (ヤーマン株式会社)

2021年受賞ブランドのブランディングの概要は下記専用サイトをご覧ください。

<https://www.interbrandjapan.com/ja/jba/jba2021/list.html>

Japan Branding Awards 2020受賞ブランド

(※表記は敬称略、受賞ブランドのアルファベット順)

Best of the Best 受賞ブランドの中で総合的に、特に優れた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・Hitachi (株式会社日立製作所) ・mä & mö Latte (クラシエホームプロダクツ株式会社)
Winners 応募ブランドの中で優れた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・DAIKIN (ダイキン工業株式会社) ・kikkoman (キッコーマン株式会社) ・こだわり酒場のレモンサワー (サントリースピリッツ株式会社) ・TBS (株式会社TBSホールディングス) ・Yamaha (ヤマハ株式会社)
Rising Stars ブランディングを通じて著しい成長を収め、卓越したオリジナリティのある取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・KIRIN naturals (キリンビバレッジ株式会社) ・WORKMAN Plus (株式会社ワークマン)

2020年受賞ブランドのブランディングの概要は下記専用サイトをご覧ください。

<https://www.interbrandjapan.com/ja/jba/jba2020/list.html>

Japan Branding Awards 2019受賞ブランド

(※表記は敬称略、受賞ブランドのアルファベット順)

Best of the Best 受賞ブランドの中で総合的に、特に優れた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・MAZDA (マツダ株式会社) ・TIAT (東京国際空港ターミナル株式会社)
Winners 応募ブランドの中で優れた取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知東邦大学 (学校法人東邦学園 愛知東邦大学) ・Airレジ (株式会社リクルートライフスタイル) ・カルピス (アサヒ飲料株式会社) ・OMRON (オムロン株式会社) ・さくらねこ (公益財団法人どうぶつ基金) ・SUPER HOTEL (株式会社スーパーホテル)
Rising Stars ブランディングを通じて著しい成長を収め、卓越したオリジナリティのある取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・Snow Peak(株式会社スノーピーク) ・STARBUCKS(スターバックス コーヒー ジャパン株式会社)

2019年受賞ブランドのブランディングの概要は下記専用サイトをご覧ください。

<https://www.interbrandjapan.com/ja/jba/jba2019/list.html>

Interbrand

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。

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/)