



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 Award 2025 7月7日（月）より募集開始！ 受賞ブランドを来年1月発表予定！

日本最大級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（東京都中央区、代表取締役会長兼 社長 兼 CEO：ゴンザロ・ブルーホ）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 2025」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、共有する機会を提供します。今年は7回目の開催となり、2026年1月に受賞ブランドを発表します。

コロナ禍を経て激しく変貌を遂げた顧客の価値観、行動変容等を鑑み、ブランディングの在り様に対する再考の必然性を確信し、各界の有識者と共創する形で新しくブランディングを再解釈、全評価軸の刷新に踏み切った昨年2024年。

今年は、この刷新された評価基準のもとで2回目の開催となります。

昨年の評価軸刷新によって、従来とは一線を画す多角的かつ先進的なブランディング評価が実現し、多くの企業様から高い関心と反響をいただきました。その成果を踏まえ、今年もより一層時代の要請に応えるアワードへと進化させてまいります。

社会や市場の変化が加速度的に進む中で、ブランドの役割や価値もますます多様化・高度化しています。単なる表層的なブランド評価にとどまらず、社会課題の解決やイノベーションの創出に貢献しているか、顧客や社会とどのような共創を実現しているかといった、より深いレベルでのブランディングの本質に迫り、その活動を広く発信・共有する日本唯一のブランディングのナレッジプラットフォームとして、今年も皆様に有意な場としてご注目、ご活用いただけるものと信じております。

Japan Branding Awards 2025の募集要項についての詳細は、下記専用サイトをご確認下さい。

<https://www.interbrandjapan.com/brandingawards/>



「Japan Branding Awards 2025」募集要項

- 主催 株式会社インターブランドジャパン
- 審査委員会
 - ・実行委員長：
佐藤 紀子 株式会社インターブランドジャパン シニアエグゼクティブディレクター
 - ・審査委員長：
畠山 寛光 株式会社インターブランドジャパン シニアエグゼクティブディレクター
 - ・審査副委員長：
勝俣 哲生 株式会社日経 BP 日経クロストrend日経トレンドイ日経デザイン 発行人
杉谷 陽子 上智大学経済学部経営学科 教授
八木 彩 アレンス株式会社 代表取締役 アートディレクター クリエイティブディレクター
 - ・審査委員：株式会社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 2025年7月7日（月）～9月5日（金）17:00
- 発表予定 2026年1月
- 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・サービス・製品のみを持つ組織の場合には、その企業・団体としてご応募ください。
 - 2) 複数の事業・サービス・製品を持つ企業・団体の場合には、部門単位でご応募ください（同一企業・団体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（2022年～2025年）
- 選考プロセス 書類審査の後、通過した企業のみインタビューを実施します。
- 選考基準 「ブランド戦略」「展開戦略」「価値伝達」「組織整備と運営」「ステークホルダーとの関係構築」「インパクト測定と成果」の視点から総合的に評価します。
- 応募説明会およびJBA 応募フォーム 応募説明会：2025年7月29日（火）13時-14時
※7月29日のみオンラインにて実施。以降は録画動画をご案内。

説明会参加/動画視聴申し込み、および、応募フォームダウンロード：
<https://www.interbrandjapan.com/brandingawards/entry/>

評価の視点

項目	評価視点
ブランド戦略 Brand Strategy	ブランドの定義が、人にとっての意味、社会にとっての役割を考慮した上で設定されている。そして、環境の変化に伴い、可変する余地を備えている。
展開戦略 Roll Out Strategy	ブランドの考え方を伝える仕組みが構築され、展開計画の立案並びにレビュー & アップデートがなされている。
価値伝達 Experience Execution	ブランド体験が「らしさ」を担保しながらも、生活者が自分事として自らのストーリーとして発展できている。
組織整備と運営 Organization Management	ブランディングを展開していく上で企業/事業総体を巻き込んで進めていく組織が整備され、効果的に運営されている。
ステークホルダーとの関係構築 Relationship with Stakeholders	顧客・社員・株主・学生（場合によっては競合）や、将来想定されるステークホルダーをパートナーとして捉え、その関係性を深めている。
インパクト測定と成果 Impact Measurement & Result	経済的価値のみならず社会的価値をともなうインパクトを与えている。

過去の受賞ブランド

（※表記は敬称略、受賞ブランドのアルファベット順）

2024	GOLD	• Bioré（花王株式会社） • Goldwin Inc.（株式会社ゴールドウイン） • SHIRO（株式会社シロ）
	SILVER	• ASICS（株式会社アシックス） • mercari（株式会社メルカリ） • YANMAR（ヤンマーホールディングス株式会社）
	BRONZE	• KAMIKATZ（株式会社スペック） • LION（ライオン株式会社） • unicharm（ユニ・チャーム株式会社）

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約 50 年にわたり、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究し、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、そしてブランドを社会に実装するエクスペリエンスアクティベーションチームが一つのチームとなり、クライアントの成長のパートナー（Growth Partner）として、ありたい姿から事業を捉え直し（Envision）、需要を創造し（Innovation）、ステークホルダーの行動変容を起こす（Transformation）ことを軸にプロジェクトを支援します。

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。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、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などを含め、グローバルの先進的なアプローチや知見を取り入れた、従来のブランドの枠を超えた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

Tel: 03-6632-5340 e-mail: ibj-pr@interbrand.com

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

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

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