



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 2024。 新たに刷新した評価視点のもと、6月5日（水）より募集開始！ 受賞ブランドを12月発表予定！

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（東京都港区、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 2024」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6回目の開催となり、12月に受賞ブランドを発表します。

コロナ禍を経て我々を取り巻く環境は、企業の自覚を遥かに超える多様な変化を続け、その「変化」は表出した現象の必然性のみによるものではなく、先行き不透明な現在ゆえの偶発性を孕むものへと大きく姿を変えています。インターブランドジャパンは、こうした環境の中で、「ブランディング」はどうあるべきなのか？ また、それはこの先世界で生き残る競争力を携えたものであるのか？という問いに直面し、ブランディングの再解釈が急務であるという確信に至り、この度、本アワード設立以降初めて評価の視点のアップデートをいたしました。

アップデートのプロセスにおいては、流動化する世の中の多面的なトレンドや、ビジネスのリアリティを反映すべく、各界の有識者や日本を代表するブランドのリーダーが一堂に集う場で議論を行い、弊社の一義的な視点に留まらない「共創プロセス」を選び、検討を重ね、新たな評価視点を構築しました。

本アワードは、先進的なブランディングの取り組みを行っているブランドを評価し、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、我が国の企業・団体のさらなる成長を支援いたします。

Japan Branding Awards 2024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 2024」募集要項

- 主催 株式会社インターブランドジャパン
- 協力 日本経済新聞社 メディアビジネス
- 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：
 - 佐藤 央明 株式会社日経 BP トレンドメディア ユニット長
 - 渋谷 健 シブサワ・アンド・カンパニー株式会社 代表取締役
 - 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 2024年6月5日（水）～8月31日（土）17:00
- 発表予定 2024年12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（2021年～2024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。

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しインパクトを与えている。

Brand Amplify Model



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)

2022	Best of the Best	- 味の素 (味の素株式会社) - 丸亀製麺 (株式会社丸亀製麺)
	Winners	- アビームコンサルティング (アビームコンサルティング株式会社) - BOTANIST (株式会社I-ne) - Fujitsu Uvance (富士通株式会社) - ガンバ大阪 (株式会社ガンバ大阪) - KATE (花王株式会社) - ソフィ#NoBagForMe (ユニ・チャーム株式会社)
	Rising Stars	- マネーフォワード (株式会社マネーフォワード) - SANU (株式会社Sanu)
2021	Best of the Best	- LIFULL (株式会社 LIFULL) - 龍谷大学 (学校法人龍谷大学)
	Winners	- 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	- 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)
2020	Best of the Best	- Hitachi (株式会社日立製作所) - mā & mē Latte (クラシエホームプロダクツ株式会社)
	Winners	- 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	- 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)
2019	Best of the Best	- 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	- 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	- 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)
2018	Best of the Best	- 茅乃舎 (株式会社久原本家) - matsukiyo (株式会社マツモトキヨシホールディングス) - Panasonic (パナソニック株式会社) - Suntory (サントリーホールディングス株式会社)
	Winners	- BANDAI NAMCO Entertainment (株式会社バンダイナムコエンターテインメント) - Daiwa House Group (大和ハウス工業株式会社) - Yamaha Motor (ヤマハ発動機株式会社) - YOKOGAWA (横河電機株式会社)
	Rising Stars	- B.LEAGUE (公益社団法人ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ) - 一風堂 (株式会社力の源ホールディングス)

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索し、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/>)

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

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

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