

# 国別ブランドランキング、日本が第1位に

米企業調査 2014年11月13日

米国・ニューヨークに拠点を置く、ブランド・コンサルティング会社の「フューチャーブランド」が毎年発表している国別ブランド評価ランキングで、今年初めて日本が1位に選ばれた。

今年で10年目となる本調査は、頻繁に海外旅行をする17ヶ国の旅行者2530名の意見を収集し、文化・経済力・観光・価値観・政策への取り組みなどの面から、各国ブランドに対する評価を分析している。

今年の報告書の日本に関するサマリーには、「ユニークな国、取引相手としてだけではなく、文化的にも。日本にいることはユニークだ」「立ち止まらず常に上昇している国。ロボット技術や工学で世界を上回っている」との回答者の意見が掲載されている。数々の指標からも、高い技術力が特に評価されていることがうかがえる。

2014-15年度国家ブランド指数ランキング上位20カ国は以下の通りである。

1. 日本
2. スイス
3. ドイツ
4. スウェーデン
5. カナダ
6. ノルウェー
7. アメリカ合衆国
8. オーストラリア
9. デンマーク
10. オーストリア
11. ニューゼーランド
12. イギリス
13. フィンランド
14. シンガポール
15. アイスランド
16. オランダ
17. フランス
18. イタリア
19. アラブ首長国連邦
20. 韓国

## 日本に対する評価の概要

Q: 日本がもっとも熟達している分野は?

A: テクノロジー、家電、自動車

Q: 日本のブランド力を高める原動力は?

A: テクノロジーとイノベーション

Q: 日本から最も強く連想される事は?

A: テクノロジーの先進性

Q: 日本を6つの軸(暮らし・価値観・ビジネス・文化・観光・生産品)で評価した場合の一番は?

A: ビジネスの成長性

Q: 日本を一言で言い表すと?

A: テクノロジー、文化、食べ物、サムライ、寿司、リスペクト、友好的、アニメ、美しい、エレクトロニクス、安全...

Q: 日本製品をどう思うか?

A: 高品質



camknows  
CC-BY-NC-SA

フューチャーブランド社は、今回の調査結果の全般的な傾向として、以下のような内容を報告しています。

1. 「認知されている」だけでは国別ブランドは高まらない。  
⇒イタリアの認知度は89%であり、日本の84%よりも高い。

2. 国別ブランドは消費者(コンシューマー)製品ブランドと関係がある。  
⇒日本ならば、トヨタ、任天堂、本田、ソニー、東芝、パナソニックなど。

3. 国別ブランドは特色となる専門性を持っている。  
⇒例えばフランスはファッション、ドイツは自動車、日本であればテクノロジーなど。

4. 国別ブランド力を高める性質・分野の上位は?  
⇒テクノロジー、イノベーション、持続性等である。

5. ニューヨーク、ロンドン、北京が世界で最も影響力のある都市とされる。  
⇒しかし、都市の影響力が常に国別ブランドと関係あるわけではない。

またアンケートのコメントとして、「(ビジネスの)取引相手としてだけではなく、文化的にもユニークで評価できる国であり、日本を訪問(滞在)することには興味・価値がある」「立ち止まらず常に上昇志向の国だ。ロボット技術や各種の工学で世界をリードしている」との回答が掲載されています。また、分析結果からも、日本は高い技術力(テクノロジー)が特に評価されている様です。

日本は、2010年度は6位、2011年度には4位、前回の2012-13年度が3位と徐々に順位を上げてきていました。