

2008年度 第5回「消費者が選ぶ企業ブランドベストテン」調査結果報告

NACS 広報委員会

2004年度から実施している会員が企業を評価する「消費者が選ぶ企業ベストブランドベストテン」について、第5回となる2008年度の結果をご報告いたします。

調査票は11月上旬にNACS全会員に発送し、11月28日締め切りで、郵送またはFAXにて回収しました。回収数は298枚 回収率は7.7%でした。

会員には、ベストブランドと考える企業を3社まで選び、理由を6つの選択指標項目「①企業倫理②消費者重視③情報開示④商品・サービスの品質⑤環境対策⑥社会貢献」から2つまで選んでいただきました。

本年度ベストブランド（表1）

順位の入替わりはあるものの、ほぼ例年の顔ぶれとなっています。

昨年11位（一昨年8位）の東京電力が「社会貢献・情報公開」での評価を受け7位に、昨年14位のファーストリテーリングは「商品・サービス」で評価を受け、ベストテン入りしました。

1位 パナソニック

昨年2位のパナソニック（松下電器）が1位となりました。評価の高かったのは消費者重視33% 企業倫理24%です。また情報公開でも1位 6指標すべてでベスト5位までに入っています。暖房機事故後の対応、長期にわたる回収の姿勢。またそれに付随する情報公開を評価する意見が多く寄せられています。

2位 トヨタ自動車

昨年1位のトヨタ自動車が2位でした。環境対策43%、商品サービス31%の順でした。ハイブリットカーの先駆者としての評価、白川の自然学校など 環境・社会貢献へのご意見も多く寄せられました。

3位 イオングループ

環境対策33%、社会貢献、消費者重視がそれぞれ24%。社会貢献は部門トップでした。イオンチアーズクラブ、植樹・環境活動団体への協力など、PB商品での表示や食育にも多くの意見が寄せられています。

ふるさと投票の結果は、コープこうべ、東京ガス、ふくや、OKストアなどが選ばれていますが、票が割れており、突出して選ばれた企業はありませんでした。

それぞれの指標別得票（表2）

今回の調査でも企業の根幹を支える「商品・サービスの品質」「消費者重視」に多くの票が集まりました。

そして問題発生時の対応について「情報公開」「企業倫理」で多くのコメントが寄せられました。

また地球温暖化問題を受け、「環境対策」指標も多くの票を集めています。環境に配慮した「商品・サービス」の選択だけでなく、環境保全活動や消費者に対する啓発も評価の対象となっています。

今年の企業ブランドベストテン(表1)

総投票数 298名

順位	得票数	企業名	昨年順位
1	95	パナソニック	2位
2	75	トヨタ自動車	1位
3	48	イオン	3位
4	28	花王	4位
4	28	資生堂	7位
5	27	シャープ	6位
6	23	本田技研工業	5位
7	20	東京電力	11位
8	16	サントリー	9位
9	13	ヤマトHD(ヤマト運輸)	7位
10	12	ファーストリテーリング(ユニクロ)	14位

ベストテン企業の指標別 得票(表2)

理由	企業倫理	消費者重視	情報公開	商品・サービス	環境対策	社会貢献
1位 パナソニック	45	62	16	37	19	8
2位 トヨタ自動車	10	4	4	39	54	15
3位 イオン	5	20	3	7	27	20
4位 花王	2	22	3	17	3	3
4位 資生堂	8	10	2	12	0	5
5位 シャープ	2	7	2	24	14	2
6位 本田技研工業	8	5	0	9	17	5
7位 東京電力	5	1	4	2	16	10
8位 サントリー	0	3	0	4	8	11
9位 ヤマトHD	3	7	0	7	3	3
10位 ファーストリテーリング	1	3	1	10	3	3
全体	194	372	80	440	310	175