

2026 年 7 月 14 日
合同会社カンター・ジャパン

カンター、初の「Consumer-Led Sustainability Brand Ranking」を発表

日本のサステナブルブランド第 1 位は任天堂、
ANA（全日本空輸）、ENEOS、Apple（アップル）、PayPay（ペイペイ）がトップ 5 入り

AI 時代におけるブランド成長のためのインテリジェンスを提供する、世界有数のマーケティング・データ&アナリティクス企業であるカンター（KANTAR 本社英国、ロンドン）は、このたび初となる「Consumer-Led Sustainability Brand Ranking（消費者主導型サステナブルブランドランキング）」を発表しました。日本では任天堂が第 1 位を獲得、ANA、ENEOS、Apple、PayPay がトップ 5 に入りました。本ランキングは、日本を含む 12 カ国・18,000 人の消費者による 2,160 ブランドに対する評価をもとに、ブランド規模に対するサステナビリティ活動に対する信頼性と影響力を加味し算出されています。

*文末調査概要参照

日本におけるサステナブルブランド Top5

順位	ブランド
1	任天堂
2	ANA（全日本空輸）
3	ENEOS
4	Apple（アップル）
5	PayPay（ペイペイ）

サステナビリティをブランド成長につなげる企業が上位に

今回の調査では、各ブランドのサステナビリティ活動そのものだけでなく、その活動が消費者からどの程度認知され、信頼され、ブランド選択に影響を与えているかを評価しています。日本で第 1 位となった任天堂は、長期にわたり幅広い世代に支持されるエンターテインメント体験を提供するとともに、生活者との強固な信頼関係を築いているブランドとして高い評価を獲得しました。

カンターの分析によると、高評価を獲得したブランドには以下の 4 つの共通点が見られました。

- ・ サステナビリティを事業やブランドの中核に組み込んでいる
- ・ 消費者にとって意味のある価値を提供している
- ・ 信頼性の高い活動とコミュニケーションを行っている
- ・ 生活者との関連性を維持している

カンターグローバル、サステナブルトランスフォーメーションプラクティスの責任者、カリン・トランケテルは次のように述べています。

「人々は環境や社会課題に強い関心を持つ一方、複数の社会課題や経済的な不確実性によって疲弊しています。ブランドに対するサステナビリティへの期待は依然として高いものの、度重なるグリーンウォッシュ問題などにより、その信頼は揺らぎやすくなっています。こうした状況の中で重要なのは、サステナビリティを実際のブランド価値へと転換している企業から学ぶことです。今回グローバルトップ 10 ブランドとして評価された企業は、業界や規模を問わずブランドの成長には、消費者にとって意義のある存在であり、また信頼され、共感されている、これらが基盤にあることを示しています。」

世界のサステナブルブランド Top10

順位	ブランド
1	Ecover（エコベール）
2	The Ordinary（ジ・オーディナリー）
3	Adidas（アディダス）
4	Mercedes-Benz（メルセデス・ベンツ）
5	Mastercard（マスターカード）
6	YouTube（ユーチューブ）
7	Back Market（バックマーケット）
8	Sony（ソニー）
9	BYD（ビーワイディー）
10	Lego（レゴ）

世界ランキングでは、リファービッシュ（再生品）電子機器マーケットプレイスの Back Market（バックマーケット）がトップ 10 入りしました。同社は、サステナビリティを魅力的かつ創造的に伝えるコミュニケーションが評価されています。「消費者主導型サステナブルブランドランキング（Consumer-Led Sustainability Brand Ranking）」の詳細は、カンターの[グローバルサイト](#)をご覧ください。

*調査概要

調査方法：カンターは、オーストラリア、ブラジル、チェコ、フランス、ドイツ、インド、日本、メキシコ、ポーランド、南アフリカ、英国、米国の 12 カ国において、12 カテゴリーにわたる 2,160 ブランドに対する消費者の認識について、18,000 人を対象に調査を実施しました。

調査時期：2026 年 1 月～2 月

本調査には、Disney、Back Market、Nationwide、M&S、Mastercard、Magalu、Neoenergia、FRoSTA、Terres d’Aventure などの主要ブランドが知見を提供し、実践的な視点から調査結果を補完しています。

以上

【カンターについて】

カンターは、世界有数のマーケティング・データ&アナリティクス企業です。私たちは、ブランド成長を支えるインテリジェンスを提供しています。組織が迅速かつ自信を持って行動するためのシグナルを提供し、予測的なエビデンスに基づく効果的なマーケティング意思決定を支援するとともに、生活者、ブランド、企業価値のつながりに根差した力強い成長戦略の策定を支援します。これらは、信頼性の高いヒューマンデータとシンセティックデータ、比類ない知的資産、AI ネイティブなプラットフォーム、そして世界のブランドエキスパートの知見によって支えられています。カンターグローバルウェブサイト：www.kantar.com

【本件に関するお問い合わせ先】

ディレクター、ヘッドオブグロース&マーケティング 小川 朋子：marketingjapan@kantar.com