

2024年4月26日

SUBARU 米フォーブス誌「Best Brands for Social Impact」に2年連続の選出

SUBARU は、米経済誌フォーブスが発表した「ソーシャルインパクトをもたらすベストブランド」(Best Brands for Social Impact) ランキングで、2年連続で自動車ブランド1位、総合2位に選ばれました。

このランキングは、フォーブス誌がデータ分析会社 HundredX と共同で実施した消費者調査に基づき、「ブランドの価値観と信頼性」「社会に対する姿勢」「サステナビリティ」「地域コミュニティ支援」という4つのカテゴリーでブランドを評価し、最も賞賛されるブランドを選出するものです。2024年調査では、18万5,000人を超える米国消費者からの回答(2023年3月～2024年2月)を分析し、3,000以上のブランドを対象とした約450万件に及ぶ評価からトップ300が選ばれました。

SUBARU は、米国販売子会社である Subaru of America, Inc. (SOA) がリテラー(販売店)と共により良い社会づくりを目指す「Subaru Love Promise」の取り組みを長年にわたり継続しています。この活動を通じた全米各地の地域コミュニティへの貢献などが高く評価され、2年連続で自動車ブランド中1位、全対象ブランド中2位に選出されました。

SUBARU グループは「笑顔をつくる会社」の実現に向けて、SUBARU グローバルサステナビリティ方針のもと、グループ・グローバルで意思を共有しながらサステナビリティを推進しています。

今後も SUBARU は真のグローバル企業として持続的な成長を目指すと共に、愉しく持続可能な社会の実現に貢献していきます。

<SUBARU グループのサステナビリティ>

<https://www.subaru.co.jp/csr/>

<Subaru Love Promise (英語のみ)>

[The Subaru Love Promise | More Than a Car Company](#)

<フォーブス Best Brands For Social Impact ランキング (英語のみ)>

[Forbes 2024 Best Brands For Social Impact List](#)