

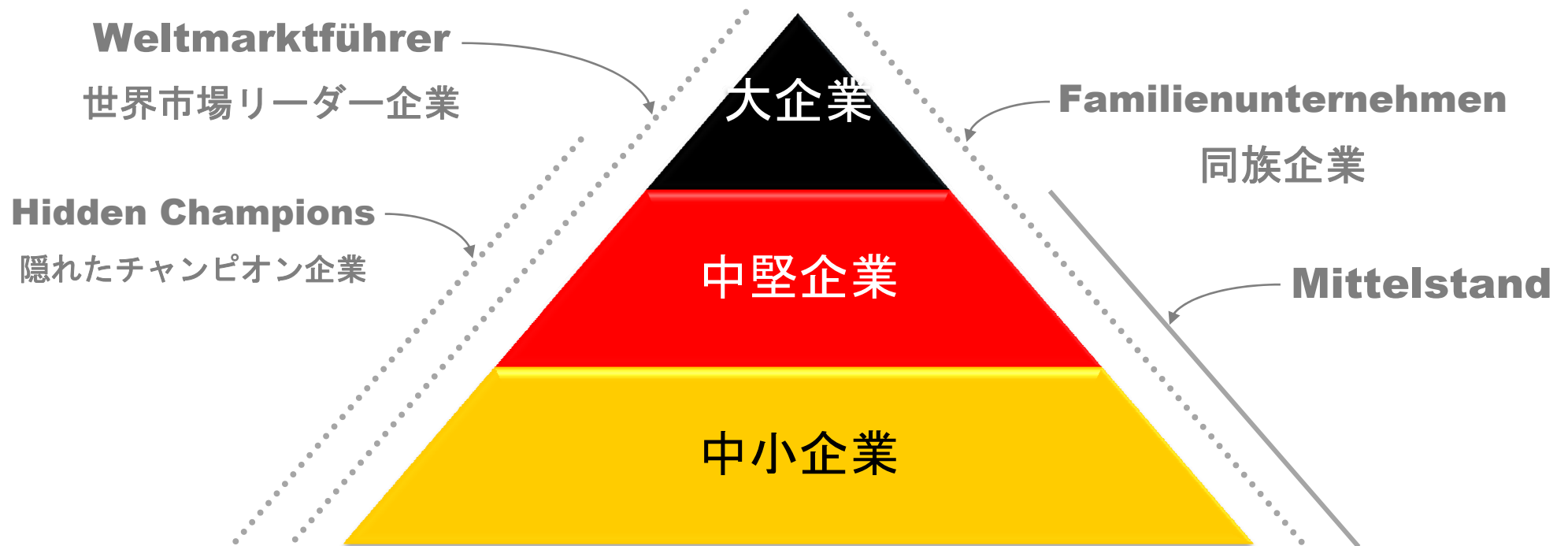
SAMPLE

15種類のランキング
主要企業と注目企業 500社

A German Company Guide with the Aid of 15 Rankings

ランキングで見るドイツ企業ガイド

■ 2016年5月



PRUDENTIA Marketing Research Ltd.

目次

はじめに.....	6
1. ドイツ企業について.....	8
1.1. 大企業と中堅・中小企業.....	8
1.2. 同族企業(ファミリー企業).....	12
1.3. 世界市場リーダー／隠れたチャンピオン企業.....	16
1.4. ブランド力とイノベーション力.....	22
2. 企業規模・売上高によるランキング.....	24
2.1. ドイツに本社のある公開会社〈上位 53 社〉.....	24
2.2. ドイツに拠点のある全ての企業〈上位 100 社〉.....	29
2.3. 同族企業.....	38
2.3.1. (シュトゥットガルト同族企業研究所の定義による)ファミリー企業〈上位 50 社〉.....	38
2.3.2. (スイス・ザンクトガレン大学の定義による)ファミリー企業〈上位 87 社〉.....	43
2.3.3. 非公開会社のファミリー企業〈上位 100 社〉.....	51
3. 成長力によるランキング.....	60
3.1. 中堅・中小企業〈上位 20 社〉.....	60
3.2. 世界市場リーダー企業(隠れたチャンピオン)〈上位 100 社〉.....	63

4. ブランド力によるランキング	74
4.1. 全ての企業〈上位 10 社〉.....	74
4.2. 高級ブランド・企業①〈上位 50 社〉.....	76
4.3. 高級ブランド・企業②〈上位 30 社〉.....	81
4.4. 世界市場リーダー企業(隠れたチャンピオン)〈上位 50 社〉	85
5. イノベーション力によるランキング	91
5.1. 全ての企業.....	91
5.1.1. 研究開発費ランキング〈上位 135 社〉	91
5.1.2. 欧州特許出願ランキング〈上位 30 社〉.....	103
5.1.3. 発明力ランキング	106
5.2. 中堅・中小企業〈上位 50 社〉.....	107
付録:15 種類のランキング一覧表(アルファベット順)	113

表目次

表 1:ドイツにおける大企業、中堅企業、中小企業の割合 (2014 年)	8
表 2:世界市場リーダー企業と産業クラスターとの関係	17
表 3:公開企業ランキング TOP 53【企業規模】(2015 年)	24
表 4:売上高ランキング TOP100 (2015 年)	29
表 5:ファミリー企業ランキング① TOP 50【売上高】(2015 年)	38
表 6:ファミリー企業ランキング② TOP 87【売上高】(2015 年)	43
表 7:非公開会社のファミリー企業ランキング TOP 100【売上高】(2015 年)	51
表 8:中堅・中小企業ランキング TOP 20【成長率、利益率】(2015 年)	60
表 9:世界市場リーダー企業(隠れたチャンピオン)ランキング TOP 100【成長率、売上高 Δ】(2015 年)	64
表 10:グローバルブランド ランキング TOP 10【ブランド価値】(2015 年)	74
表 11:高級ブランド ランキング① TOP 50【ブランド指数】(2015 年)	76
表 12:高級ブランド ランキング② TOP 30【ブランド指数】(2015 年)	81
表 13:隠れたチャンピオン企業のブランド ランキング TOP 50【ブランド指数】(2015 年)	86
表 14:研究開発費の多い企業ランキング TOP135【研究開発費】(2015 年)	91
表 15:特許出願件数の多い企業ランキング TOP 30【欧州特許出願件数】(2015 年)	103
表 16:発明力の大きい企業ランキング【特許指数】(2015 年)	106
表 17:イノベーション力の大きい中堅・中小企業ランキング TOP 50【イノベーション指数】(2015 年)	108

目次

図 1:大企業の数【国際比較】(2015 年)	9
図 2:大手、中堅、中小企業が保有する特許の比率【国際比較】(2015 年)	10
図 3:規模の大きい同族企業の数【国際比較】(2016 年)	13
図 4:大きな同族企業における公開・非公開会社の比率【国際比較】	14
図 5:同族企業の内訳【ドイツ、業界別】(2015 年)	14
図 6:規模の大きい同族企業の社長の経歴【ドイツ】	15
図 7:隠れたチャンピオン企業の数【国際比較】(2012 年)	19
図 8:隠れたチャンピオン企業の内訳【ドイツ、業界別】(2012 年)	20
図 9:隠れたチャンピオン企業の内訳【ドイツ、従業員数別】(2012 年)	20
図 10:世界市場リーダー企業の内訳【ドイツ、本社所在地別】	21
図 11:世界市場リーダー企業の本社所在地と産業クラスター【ドイツ】	21
図 12:ブランド価値の高い企業の数【国際比較】(2015 年)	22
図 13:イノベーション度の高い企業の数【国際比較】(2015 年)	23
図 14:研究開発費の多い企業の数【国際比較】(2015 年)	23

はじめに

ドイツの中堅・中小企業は「世界のお手本」?

■ 中堅企業が強い輸出、強い経済を支える

ドイツの人口1人当たり輸出額は 18,316 ドル(2014 年)と世界トップクラスで、日本の 5,516 ドルの 3 倍以上。国内総生産(GDP)に対する輸出比率は 50.7%で、強い輸出が強い経済を支えている。日本と比べて大企業の数が少ないドイツでは、中堅・中小企業が輸出額に占める割合が 6 割を超す。同様に、ドイツ全体の特許の 58%を中堅・中小企業が保有している。

■ 高価格帯のニッチ製品に特化

専門性の高い職人・エンジニアに支えられた高機能・高性能の製造業が強みで、特に法人市場(産業材)と高価格帯の製品を得意とする。ニッチな専門分野に特化し、その分野で世界シェア 3 位に入る「隠れたチャンピオン」と呼ばれる企業が同国に約 1,300 社ある。そのような企業は米国には 336 社、日本には 220 社しかないとされる。

■ 同族経営の非公開会社が大半

売上高 0.5 億ユーロ以上の大きな同族企業がドイツに約 4,500 社ある。世界の大きな同族企業 上位 500 社のうち、87 社がドイツ企業(米国企業は 99 社、日本企業は 7 社)だが、この 87 社のうち 73 社が非公開会社。大企業でありながら株式を公開しない会社がこれほど多い国は珍しい。株価を気にする必要がないため、長期的視点から経営ができるメリットがある。

■ 「インダストリー4.0」で世界をリード?

ドイツが進める「インダストリー4.0」はデジタル技術・モノのインターネット(IoT)を用いて製造業を進化させ、中小企業にも与える影響が大きい。機械がインターネットを介してつな

がり、機械の送信するビックデータを駆使しながら、機械同士や機械と人が連携して動くことにより、製造現場の最適化を目指す。

「隠れたチャンピオン企業」が集中する、東ヴェストファーレン地方(ノルトライン＝ヴェストファーレン州)では、大学・研究機関・民間企業・業界団体など 174 のメンバーが先端クラスターを形成し、産学共同でインダストリー4.0 を推進している。中核となっているのは、PHOENIX CONTACT(フェニックス・コンタクト)、Beckhoff Automation(ベッコフオートメーション)、WAGO Kontakttechnik(ワゴ)など、接続技術/オートメーション分野の隠れたチャンピオン企業。

■ 産学官で「German Mittelstand (ドイツの中堅・中小企業)」を宣伝

企業や業界団体はもとより、同国の政府や経営学者も「ドイツの中堅・中小企業」、「世界市場リーダー企業」、「隠れたチャンピオン企業」、「Made in Germany」を内外に積極的にアピールしている。その結果、ドイツの中堅・中小企業は世界的に注目を集め、ドイツ型の「成功モデル」を見本にしようとする国も増えている。

「影」の部分とは?

■ 一部の海外市場に依存

ドイツの輸出全体に占める中国向け輸出の比率は金融危機前の 3%から、2014 年には 6%に倍増した。中国の景気を最大限生かしたドイツだが、中国の経済減速によって受ける影響も大きい。国際情勢の変化によって、売上激変に悩む独企業も少なくない。例えば、養鶏・養豚施設の世界リーダー Big Dutchman 社では、ロシアが EU からの農業関連品の輸入を規制したことで、急成長に大きくブレーキがかかった。

■ 中小企業の 3 社に 2 社が国際化に遅れ

「輸出チャンピオン」と称されるドイツだが、中小企業の大多数は海外に進出していない。例えば自動車業界をみると、自動車メーカーは当然ながら、大きな自動車部品メーカーの Continental(コンチネンタル)、Mahle(マーレ)、Webasto(ベバスト)、Brose、Dräxlmaier もグローバル企業の仲間入りをしている。しかし、ピラミッドの下部に位置する、

小さな自動車関連企業の多くは海外展開していない。(売上高 0.5 億ユーロ未満の) 中小企業が輸出額に占める割合は年々小さくなっている。

■ ソフト、サービス、中価格帯に弱い

独企業は昔から、機械工学と電気電子工学のハードに強いが、ソフトウェアやサービス分野では存在感が薄い。「インダストリー4.0」に関しても、ハードでは世界を先導するかもしれないが、ソフトでは米国にかなわないとみられている。

前ページに記したように、独企業は高性能・高機能を得意とする。しかし、高価格帯製品の需要は限られており、(新興国の台頭により) 拡大しているのは中価格帯の市場である。また、アジアの企業の製品クオリティーも向上しており、これまでのように棲み分けができなくなるかもしれない。

■ 実はイノベーションに消極的・懐疑的

イノベーション力に富む独企業の数には意外と少ない。トムソン・ロイター社による「グローバル・イノベーター100」に、日本企業が 40 社入っているのに対し、ドイツ企業は 4 社のみ。「研究開発費ランキング 2500」でも、日本企業が 360 社ランクインしているのに対し、独企業は 136 社のみ。ドイツ復興金融公庫によると、2015 年に新製品や新しい製造方法の開発に投資した、同国の中小企業は 28%にとどまる。

現実主義者のドイツ人は革新的な新技術には懐疑的で、既存の技術を活用した持続的なイノベーションのほうを好む。独企業の多くは古いビジネスモデルに固執しがちである。「インダストリー4.0」に対しても、多くの中小企業では推進するどころか、自分たちの業界が大きく変化することに恐れをなしている。

■ 同族経営の弊害

同族企業には株価を気にせず長期的視点で経営できるメリットがあるが、裏を返せば世代交代の問題がある。ドイツ株価指数(DAX)30 銘柄の企業では社長の大半が 50 代だが、同族経営の大企業では社長の 3 割が 60 歳以上。(柔軟な思考を持つ)若い世代に

経営を譲りたがらず、従来のやり方・昔ながらの製品にこだわり続け、潮流から取り残された企業も少なくない。

いずれにせよ、高い注目度

■ 外国企業にも人気の買収ターゲット

専門性の高い技術を持ち世界市場で成功している、「隠れたチャンピオン企業」は外国企業にとっても魅力がある。仏大手ソフトウェア企業のダッソー・システムズ社は 2013 年、独 Realtime Technology 社を1億 5100 万ユーロで買収。同社は産業用 3 次元可視化技術に特化し、急成長していた。

隠れたチャンピオン企業は中国企業にも人気の買収ターゲットで、2015 年に中国企業の傘下に入った独企業は 36 社にのぼる。特に機械、電気電子工学、再生可能エネルギー、自動車部品業界における M&A が目立つ。

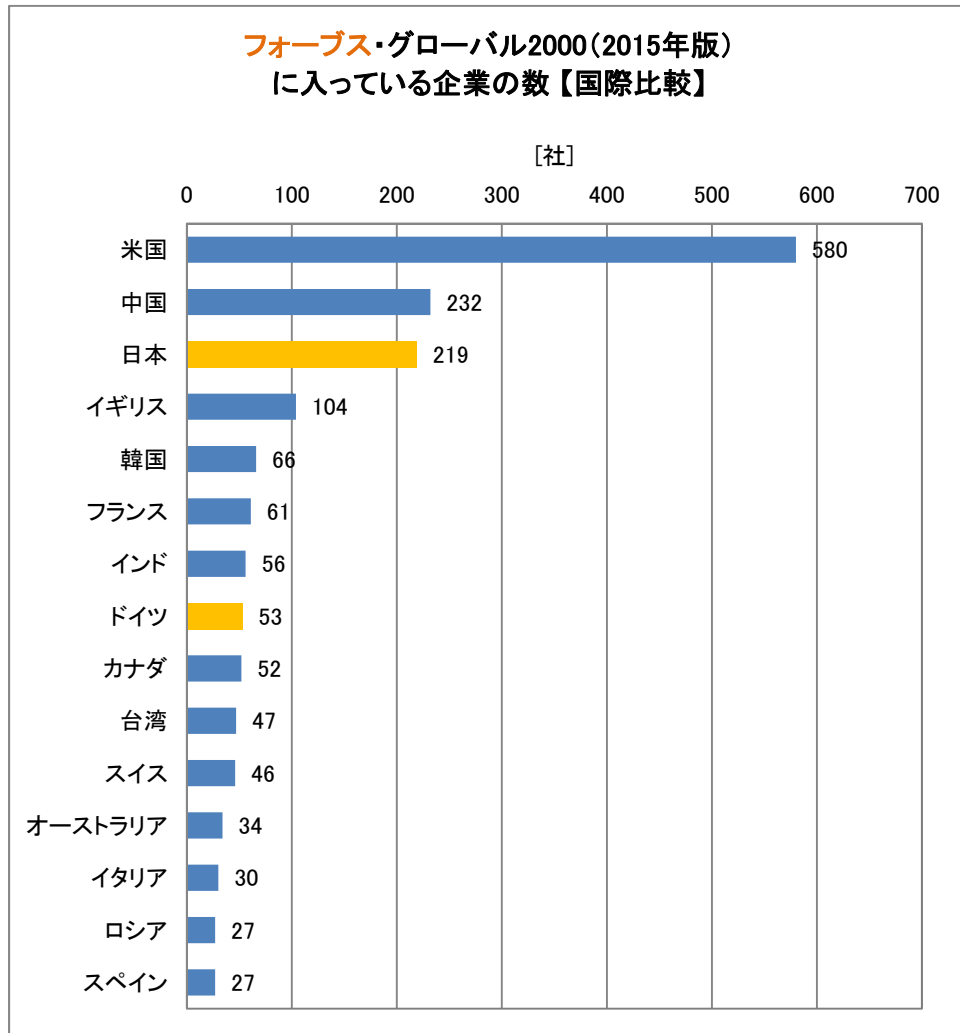
■ 時代の波に乗り遅れた「老舗ブランド」

長い歴史を持つ独企業が新しいトレンドに乗り遅れ、資金操りに四苦八苦しているケースも相当数ある。M&A の目的はドイツの技術ノウハウを吸収することのほか、ハイエンド製品で知られた由緒あるブランド名や「Made in Germany」のラベルが目的の場合もある。中国のテレビメーカー大手 Skyworth(創維)は 2015 年 4 月、破産した伝統ある家電企業 Metz 社を買収。「Metz」を高級ブランドとして用いる計画という。

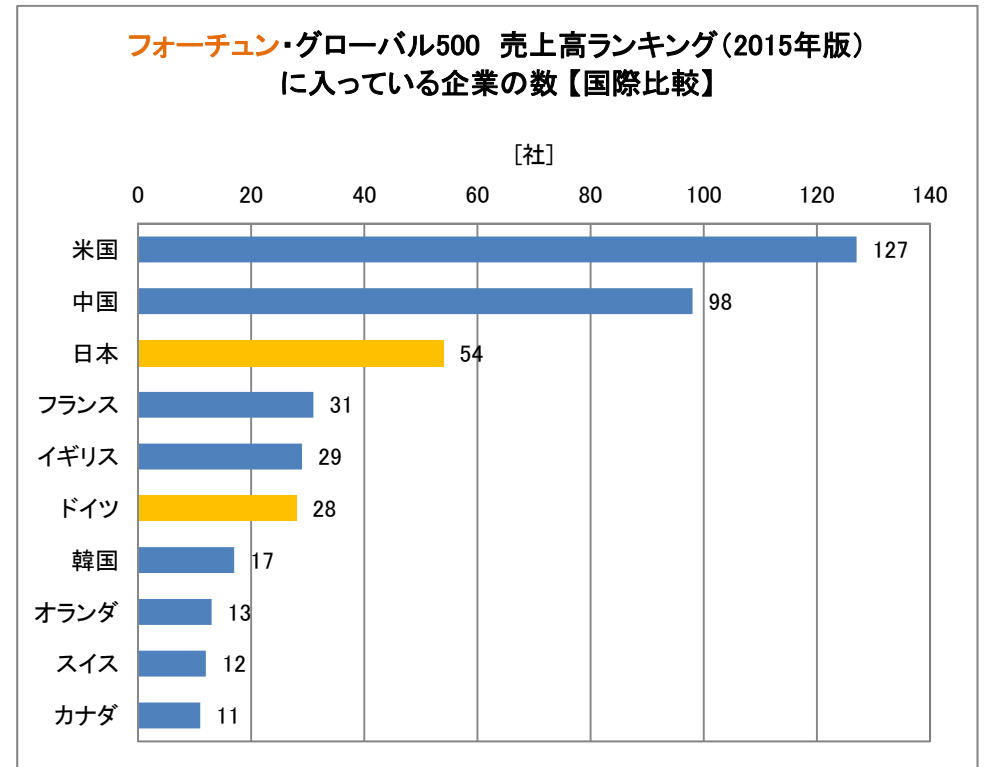
■ 提携により新製品・新サービス、新市場の開拓

特殊な業界・分野の専門知識や独自技術、もしくは高価格帯で認知度の高いブランドを持つ、隠れたチャンピオン企業は良い提携パートナーとなり得る。ルフトハンザ航空は、成長力・イノベーション力・ブランド力ともに優れた高級スーツケース・メーカー Rimowa 社と提携。2 社が共同で 2015 年、スマートフォンを介して自宅からスーツケースのチェックインが可能な電子タグを開発した。

図 1:大企業の数【国際比較】(2015 年)



(出典:フォーブス)

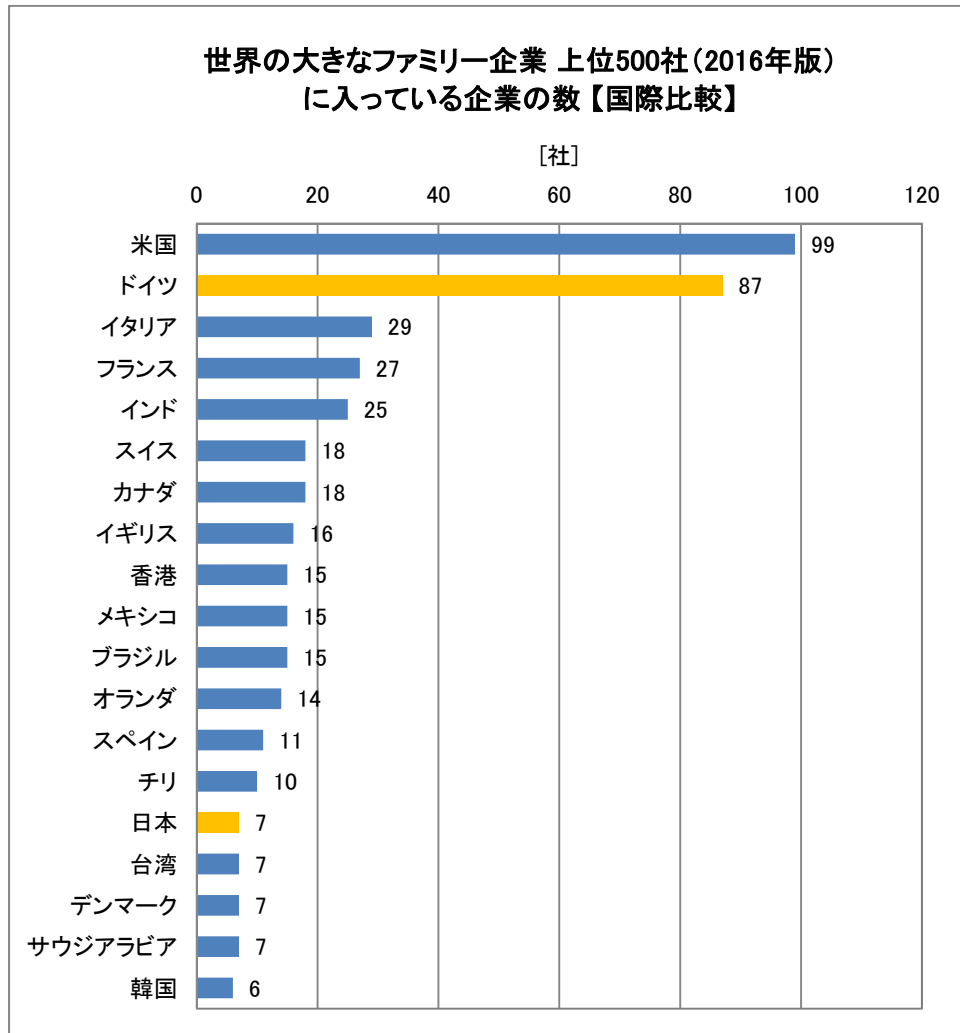


(出典:フォーチュン)

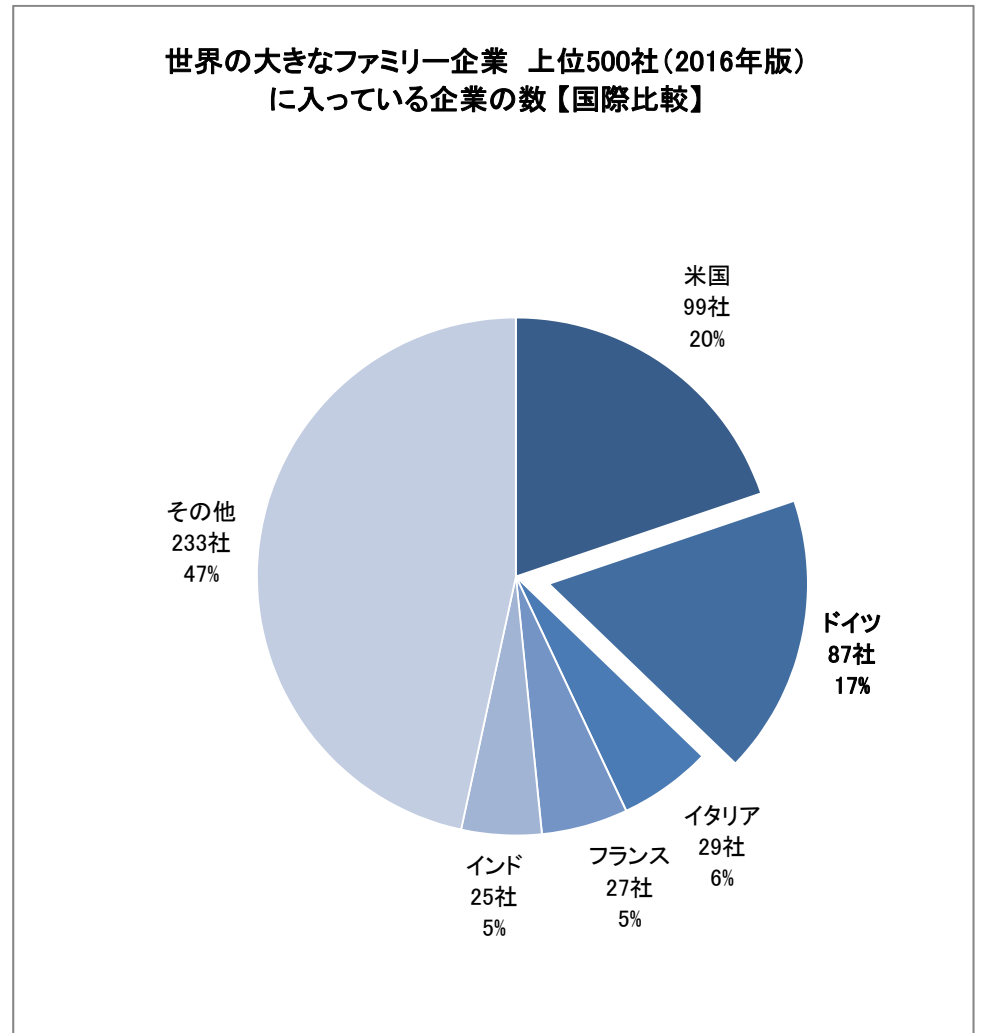
【フォーブス・グローバル 2000】フォーブス誌が毎年発表する世界の公開会社の上位 2000 社のランキングリスト。順位は売上高、利益、資産、市場価値の 4 つの要因に基づいて決められる。

【フォーチュン・グローバル 500 売上高ランキング】フォーチュン誌が毎年発表する、世界の企業の売上高ランキング 上位 500 社。

図 3: 規模の大きい同族企業の数【国際比較】(2016年)



(出典: ザンクトガレン大学 同族企業研究所、EY)



(出典: ザンクトガレン大学 同族企業研究所、EY)

■ 地方都市・田舎町にも世界市場リーダーや産業クラスターが存在

- 世界市場リーダー企業の4社に3社がノルトライン＝ヴェストファーレン州、バーデン＝ヴュルテンベルク州、バイエルン州に本社を置いている。(→ 図 10)
- ドイツ全土に産業クラスター(同業種の企業が集まる地域)があり、世界市場リーダー／隠れたチャンピオン企業の発生・成長の基盤となっている。大都市への一極集中ではなく、地方都市や田舎町にも分散して存在する。(→ 表 2、図 11)

表 2: 世界市場リーダー企業と産業クラスターとの関係

産業クラスター	エリア	企業(抜粋)
インダストリー4.0 (接続技術・インターフェイス)	ビーレフェルト市と周辺(東ヴェストファーレン地方) (ノルトライン＝ヴェストファーレン州)	PHOENIX CONTACT(フェニックス・コンタクト)、Beckhoff Automation(ベッコフオートメーション)、WAGO Kontakttechnik(ワゴ)など ※ 東ヴェストファーレン地方の大学・研究機関・民間企業・業界団体など 174 のメンバーが先端クラスターを形成し、産学共同でインダストリー4.0を推進している
高級自動車	シュトゥットガルト市とミュンヘン市を結ぶ地帯 (バーデン＝ヴュルテンベルク州、バイエルン州)	Daimler (ダイムラー)、BMW、Porsche(ポルシェ)、Audi(アウディ)など ※ 世界市場における高級車の約 6 割を開発している
医療機器	Tuttlingen 市、Hechingen 市 (バーデン＝ヴュルテンベルク州)	Karl Storz(カールストルツ)、Aesculap(ビー・ブラウンエースクラップ)など ※ 医療機器・用品のメーカーが約 470 社あり、「医療機器の世界首都」といわれる
包装機械	シュヴェービッシュ・ハル市 (バーデン＝ヴュルテンベルク州)	OPTIMA packaging group、kocher-plastik Maschinenbau、Gerhard Schubert、Bausch + Ströbel など ※ 包装機のメーカーが約 40 社あり、「包装機のメッカ」といわれる
計測技術	ゲッティンゲ市と周辺 (ニーダーザクセン州)	Mahr(マール)、Sartorius(ザルトリウス)など ※ 計測技術分野の企業・組織が約 40 社ある
刃物	ゾーリンゲン市 (ノルトライン＝ヴェストファーレン州)	Zwilling J.A. Henckels (ツヴィリング・J.A.・ヘンケルス)、Pfeilring など ※ 「刃物の町」として世界的に知られる
転がり軸受	シュヴァインフルト市、フランケン地方 (バイエルン州)	SKF グループ、FAG、INA Schaeffler(シェフラーグループ)

(次ページに続く)

2.3.2. (スイス・ザンクトガレン大学の定義による)ファミリー企業 <上位 87 社>

■ 公開会社の場合は 32%以上の議決権

- スイスのザンクトガレン大学 同族企業研究所では、一族が 50%以上の議決権を持つ非公開会社、および一族が 32%以上の議決権を有する公開会社を同族企業と定義している。

■ 世界で 2 番目に大きい同族企業はフォルクスワーゲン

- 「世界の大きなファミリー企業ランキング 上位 500 社」のトップは米スーパーマーケットチェーンのウォルマート。世界で 2 番目に大きい同族企業がフォルクスワーゲンで、8 番目は BMW。食料品小売大手の Schwarz グループも世界全体で 9 位。

■ 大半が非公開会社

- 同ランキングに入っているドイツ企業 87 社のうち、84%が株式を公開していない非公開会社である。

■ 「長者番付」との関連

- Quandt 一族 (BMW)、Schaeffler 一族 (コンチネンタル、シェフラー)、Albrecht 一族 (ALDI)、Schwarz 一族 (Schwarz グループ (Lidl、Kaufland))、Thiele 一族 (クノールブレムゼ)、Otto 一族 (Otto)、Würth 一族 (ウルト)、Herz 一族 (バイヤスドルフ) は、有力経済誌 manager magazin が発表する「ドイツの長者番付 (2015 年)」のトップ 10 にも入っている。

表 6: ファミリー企業ランキング② TOP 87 【売上高】 (2015 年)

順位 ドイツのみ (2016 年)	順位 世界全体 (2016 年)	企業	売上高 [十億米ドル]	設立年	公開会社・ 非公開会社	オーナー一族	支配率 [%]	業界・事業分野
1	2	Volkswagen AG (フォルクスワーゲン)	261.6	1937	公開会社	Porsche	32.2	自動車 www.volkswagen.de
2	8	Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	101	1916	公開会社	Quandt	46.7	自動車 www.bmwgroup.com
3	9	Schwarz Group	89.4	1930	非公開会社	Schwarz	100	食料品小売 www.schwarz-group.com

(次ページに続く)

表 9: 世界市場リーダー企業(隠れたチャンピオン)ランキング TOP 100【成長率、売上高△】(2015年)

順位 (2015年)	順位 (2014年)	企業	Birch 指数 (①×②)	過去10年間の 売上高増加額 ① [百万ユーロ]	過去10年間の 売上高成長率 ② [%]	過去10年間の 年平均成長率 [%]	業界・事業分野 (ホームページ)
1	5	Hirschvogel Holding	2601.9	600.1	433.6	15.8	自動車部品(鋼やアルミニウムの鍛造・機械加工) www.hirschvogel.com
2	24	Lürssen	2248.5	684.9	328.3	12.6	造船(大型ヨットなど) www.luerssen.de
3	1	Mobotix	2137.9	78.6	2720.0	39.1	監視・防犯カメラ(ソフトとハード) www.mobotix.com
4	9	Big Dutchman	2083.9	608.0	343.2	13.1	養鶏・養豚の給餌機、豚舎・鶏舎 www.bigdutchman.de
5	11	Beumer Maschinenfabrik	1996.3	407.7	491.8	17.3	マテリアルハンドリング www.beumer.com
6	-	Beckhoff Automation (ベッコフオートメーション)	1712.0	330.0	523.1	18.0	オートメーション www.beckhoff.de
7	6	JF Hillebrand Group	1671.4	599.5	278.8	10.8	(ワイン、飲料の)運送・ロジスティクス www.jfhillebrand.com
8	-	3DEXCITE (旧 Realtime Technology)	1547.7	70.4	2200.0	36.2	3次元可視化ソフト www.3dexcite.com
9	-	Sirona Dental Systems (シロナ)	1521.7	530.6	286.8	11.1	歯科用の医療機器 www.sirona.de

(次ページに続く)

4.3. 高級ブランド・企業② <上位 30 社>

■ 「ブランドの魅力度」と「価格差」から高級ブランド ランキングを作成

- 独コンサルティング会社 BIESALSKI & COMPANY は、ブランドの認知度、完成度、デザイン性や標準的な製品との価格差をベースに、ドイツの高級品企業をランク付けしている。ドイツにルーツを持ち、ドイツのブランドとして一般に認識されていることが条件だが、現在では外国企業の傘下に入っているブランドもある。
- トップ 30 のうち、22 のブランドは 76 ページの「高級ブランドランキング①」にも入っている。

■ ドイツの高級品は一見地味だが実在価値がある

- フランス、イタリア、英国とは異なり、ドイツはトレンドセッターとして知られておらず、魅惑的なブランドイメージにも乏しい。ドイツの高級ブランドには日常生活で使用する実用的な製品が多い。高品質で丈夫で長持ちし、年数が経っても製品価値が下がらないため、実在価値がある。職人技の光る「Made in Germany」がうり。

■ 長持ちし製品価値の下がらない高級オーディオ【ブルメスター】

- ランキング第 3 位の Burmester (ブルメスター) のオーディオ製品は音質が優れているだけではなく、製品寿命が長く、製品価値が下がらないことでも知られる。

■ モダンアート風の美術品 兼インテリアの絨毯【Jan Kath】

- ランキング第 6 位の Jan Kath の高級絨毯はモダンアートの芸術品としても、長持ちする高品質のインテリア製品としても価値がある。

■ 職人の手によるダブルクッションの快眠システム【Schramm】

- ランキング第 10 位の Schramm 社は創業 90 年を超えるベット&マットレスのメーカーで、(近年のボックススプリングベッドの流行を先取りした)2 段のマットレスのベットを提供している。一つ一つのベットがドイツの職人の手によって作られている。スローガンは「Handmade in Germany」。

表 12: 高級ブランド ランキング② TOP 30【ブランド指数】(2015 年)

順位 (2015 年)	順位 (2014 年)	企業・ブランド	高級ブランド指数 (ブランドの魅力度+標準的な 製品との価格差+価格水準)	ブランドの 魅力度	標準的な製品 との価格差	価格水準	業界・事業分野 (ホームページ)
1	1	A. Lange & Söhne (ランゲ・アンド・ゾーネ)	247	89	100	58	腕時計 www.alange-soehne.com

(次ページに続く)

63	792	PHOENIX CONTACT (フェニックス・コンタクト)	98	12.8	6.1	1,602	オートメーション(産業用接続機器、インターフェース製品) www.phoenixcontact.com
64	838	DMG MORI AG	91	76.1	4.1	2,229	機械(CNC 旋盤・フライス盤など工作機械) www.gildemeister.com
65	839	GEA (GEA グループ)	91	4.9	2.0	4,516	産業用機械(専用機) www.geagroup.com
66	858	SALZGITTER (ザルツギッター)	89	1.4	1.0	9,040	鉄鋼、素材 www.salzgitter-ag.de
67	881	HERAEUS (ヘレウス)	86	-0.2	0.6	15,589	複合企業、貴金属、テクノロジー www.heraeus.de
68	910	STADA ARZNEIMITTEL	83	12.5	4.0	2,062	医薬品 www.stada.com
69	931	DEUTSCHE BAHN (ドイツ鉄道)	80	40.4	0.2	39,728	運送、鉄道 www.db.de
70	933	HAGER	80	-0.2	5.6	1,436	電気配線部品・システム www.hagergroup.net
71	1051	ADVA (アドバ・オプティカル・ネットワーキング)	68	2.5	19.9	339	通信ネットワークの設備(光通信など) www.advaoptical.com
72	1065	ELRINGKLINGER	66	0.4	5.0	1,326	自動車部品(ヘッドガスケットなど) www.elringklinger.de
73	1076	AIXTRON (アイクストロン)	65	18.9	33.4	194	機械(化合物半導体の製造機械) www.aixtron.com
74	1090	KUKA (クーカ)	64	22.7	3.0	2,096	産業ロボット、ファクトリーオートメーション www.kuka-ag.de

(次ページに続く)

企業	業界・事業分野	企業規模・売上高 ランキング				成長率 ランキング		ブランドカ ランキング			イノベーションカ ランキング			世界市場リーダー企業(※)			
		公開企業(表3)	全ての企業(表4)	同族企業①(表5)	同族企業②(表6)	非公開の同族企業(表7)	中堅・中小企業(表8)	隠れたチャンピオン(表9)	全ての企業(表10)	高級ブランド①(表11)	高級ブランド②(表12)	隠れたチャンピオン(表13)	研究開発費(表14)		欧州特許出願件数(表15)	発明力(表16)	中堅・中小企業(表17)
Rimowa (リモワ)	(ジュラルミン製、ポリカーボネート製の)高級スーツケース						1	13		6						4	○
Robbe & Berking (ロビー・アンド・パーキン)	食卓用金物(ナイフ・フォーク・スプーンなど)									11	21						○
Robert Bosch (ロバート・ボッシュ)	自動車部品、電動工具、電気電子	14	6		3							3	2				○
Robert Weil (ロバート ヴァイル)	ワイン								24								
Rohde & Schwarz (ローデ・シュワルツ)	電子計測機器					95											○
Rolf Benz (ロルフベンツ)	(リビングルーム用の)家具									45							
Rosenberger	高周波同軸コネクタ							11									○
Rosenthal (ローゼンタール)	陶器									32							
Rossmann (Dirk Rossmann)	小売(ドラッグストア)			30	42	25											
Roto Frank	窓やドアの取付部材・金具											35					○
Rügenwalder Mühle	食品(ソーセージ、ハム)															9	
RWE	エネルギー(電力会社)	14	15										25				
Salzgitter (ザルツギッター)	鉄鋼、素材	47	84										66				○
SAMSON (ザムソン)	計測制御分野の製品(コントロールバルブなど)							41									○

ランキングについて

企業規模・売上高によるランキング

公開企業ランキング 《上位 53 社》 2015 年	【ランキングの対象】	公開会社のみで、非公開会社は入っていない。グループ・親会社にまとめてあり、子会社は含まれていない。
	【ランキングの基準】	「売上高」、「純利益」、「資産」、「市場価値」の 4 つの指標が同じウエートで、順位の決定に用いられている。
	【掲載されている情報】	企業名、順位、世界全体の順位、売上高、利益、資産、市場価値、業界・事業分野、ホームページ
売上高ランキング 《上位 100 社》 2015 年	【ランキングの対象】	公開会社と非公開会社の両方が含まれているが、銀行と保険業界の企業は対象外。親会社・企業グループのほか、子会社や外国企業のドイツ現地法人も対象としている。
	【ランキングの基準】	売上高(親会社の連結売上高には子会社の売上高も反映されている)
	【掲載されている情報】	企業名、順位、前年の順位、売上高、利益、従業員数、業界・事業分野、ホームページ
ファミリー企業ランキング① 《上位 50 社》 2015 年	【ランキングの対象】	純粋なファミリー企業、もしくは一族が支配している公開会社が対象。公開会社の場合、一族が 25%以上の議決権を有している、もしくは一族が執行役員/監査役会のメンバーで 5%以上の議決権を持っていることが条件。
	【ランキングの基準】	売上高
	【掲載されている情報】	企業名、順位、前年の順位、売上高、従業員数、設立年、公開・非公開会社、オーナー一族、業界・事業分野、ホームページ
ファミリー企業ランキング② 《上位 87 社》 2015 年	【ランキングの対象】	下記の条件に当てはまるファミリー企業 - 非公開会社の場合：一族が 50%以上の議決権を持つ - 公開会社の場合：一族が 32%以上の議決権を持つ
	【ランキングの基準】	売上高
	【掲載されている情報】	企業名、順位、世界全体の順位、売上高、設立年、公開・非公開会社、オーナー一族、支配率、業界・事業分野、ホームページ
非公開会社のファミリー企業ランキング 《上位 100 社》 2015 年	【ランキングの対象】	非公開会社の同族企業(一族の持ち株会社をランキングに含め、傘下の事業会社は対象外としている場合もある)
	【ランキングの基準】	売上高
	【掲載されている情報】	企業名、順位、売上高、設立年、本社所在地、オーナー一族、業界・事業分野、ホームページ

ランキングについて

成長力によるランキング

中堅・中小企業ランキング 《上位 20 社》 2015 年	【ランキングの対象】	下記の条件に当てはまる中堅・中小企業(約 3,500 社) <ul style="list-style-type: none">- 売上高が 1500 万~6 億ユーロ- ドイツに本社がある- 企業グループの子会社ではない
	【ランキングの基準】	2010 年~2014 年の「平均利益(EBIT)率」、「平均利益(EBIT)成長率」、「平均売上高成長率」の 3 つの要素から総合スコアを算出。「平均利益(EBIT)率」と「平均利益(EBIT)成長率」のウエートはそれぞれ 25%で、「平均売上高成長率」のウエートは 50%。
	【掲載されている情報】	企業名、順位、売上高成長率(過去 5 年間の平均)、利益率(過去 5 年間の平均)、利益成長率(過去 5 年間の平均)、売上高、業界・事業分野、ホームページ
世界市場リーダー企業 (隠れたチャンピオン)ランキング 《上位 100 社》 2015 年	【ランキングの対象】	下記の条件に当てはまるドイツ企業 <ul style="list-style-type: none">- 売上高が 5000 万~10 億ユーロ- 各ニッチ分野の世界市場でトップクラスに入る
	【ランキングの基準】	成長力を比較するために、マサチューセッツ工科大学の経済学者 David L. Birch が考案した「Birch 指数」を用いている。2002 年~2012 年の売上高の「増加額(Δ)」と「成長率(%)」を乗算して、この指数を算出。
	【掲載されている情報】	企業名、順位、前年の順位、Birch 指数、売上高増加額(過去 10 年間)、売上高成長率(過去 10 年間)、年平均成長率(過去 10 年間)、売上高、業界・事業分野、ホームページ

ランキングについて

ブランドカによるランキング

グローバルブランド ランキング 《上位 10 社》 2015 年	【ランキングの対象】	下記の条件に当てはまるグローバルなブランド・企業 - 国外市場の売上が 30%以上 - アジア、欧州、北米ならびに新興国市場に強い存在感がある - ブランド・企業の業績について公開されているデータが十分にある - 長期的に(そのブランドの資本コストを上回る)経済的利益が期待できる - 世界の主要国において認知されているブランドである
	【ランキングの基準】	デスクリサーチ、有識者チームによる評価、財務データ、市場データ、ソーシャルメディアなど幅広いデータを用いて、ブランド価値を算出。下記の 3 つの主要コンポーネントから構成される。 - そのブランドを冠した製品・サービスの財務分析 - 購買決定の際のブランドの重要度(価格、製品フィーチャーなどその他の要素と比較した相対的な重要度) - ブランドの競争力(ブランド・ロイヤルティを作る力)
	【掲載されている情報】	企業名、順位、世界全体の順位、ブランド価値、前年比、売上高、業界・事業分野、ホームページ
高級ブランド ランキング① 《上位 50 社》 2015 年	【ランキングの対象】	下記の条件に当てはまるドイツの高級ブランド 250 件の中から、有識者チームが 124 のブランドを選択 - ブランドのルーツと本社がドイツにある - 主として消費者向けのブランド - (サービスではなく)主として製品のブランド - 該当する製品分野で高価格帯のブランド
	【ランキングの基準】	有識者チームの審査と各企業へのアンケート調査をベースに、「ハード・スコア(100 が最大値)」と「ソフト・スコア(100 が最大値)」を算出。 - ハード・スコアの要素: 売上高、標準的な製品との価格差、品質 - ソフト・スコアの要素: Facebook などソーシャルメディアのファンの数、ブランド・ロイヤルティ、ステータスシンボル、サステナビリティ 総合スコアは 2 つの指数の平均値(100 が最大値)。
	【掲載されている情報】	企業名、順位、前年の順位、ブランド指数(総合スコア、ハードスコア、ソフトスコア)、業界・事業分野、ホームページ

ランキングについて

高級ブランド ランキング② 《上位 30 社》 2015 年	【ランキングの対象】	下記の条件に当てはまる高級品企業 (79 社) - ドイツのブランドとして認識されている - 高級品分野に属する - ドイツにルーツを持つ - 売上高が 1000 万ユーロ以上
	【ランキングの基準】	(業界団体、高級品専門店、業界紙・専門誌などの) 専門家 182 人を対象としたインタビュー調査をベースに、「ブランドの魅力度 (最大値=100)」、「標準的な製品との価格差 (最大値=100)」、「価格水準 (最大値=100)」の3つの指数を算出。ブランドの魅力度には、ブランド認知度、完成度、デザイン性などが含まれる。3つの指数を加算した値が「高級ブランド指数」(最大値=300)。
	【掲載されている情報】	企業名、順位、前年の順位、設立年、ブランド指数、業界・事業分野、ホームページ
隠れたチャンピオン企業の ブランドランキング 《上位 50 社》 2015 年	【ランキングの対象】	下記の条件に当てはまるドイツ企業 - (市場規模が 1 億ユーロ以上の) 法人向け製品・サービスを提供している - 売上高が 5000 万~11 億ユーロの中堅企業 - オーナー自身が経営している、もしくは経営者が 50% 以上出資しており、企業グループや投資会社・プライベートエクイティファンドの傘下に入っていない
	【ランキングの基準】	(業界団体、研究機関、業界紙・専門誌などの) 専門家 285 人を対象としたアンケート調査と各企業の決算書をベースに、「ブランド・パフォーマンス指数 (最大値=100)」と「企業パフォーマンス指数 (最大値=100)」を算出。 - ブランド・パフォーマンス指数の要素: ブランドの認知度、マーケティング活動の質、ブランドの評判、ブランド・ロイヤルティ、標準的な製品との価格差 - 企業パフォーマンス指数の要素: 売上高、利益、イノベーション力、専門技術、市場における存在感 この2つの指数を加算した値が総合スコア (最大値=200)。
	【掲載されている情報】	企業名、順位、前年の順位、ブランド・パフォーマンス指数、企業パフォーマンス指数、業界・事業分野、ホームページ

ランキングについて

イノベーション力によるランキング

研究開発費の多い企業ランキング 《上位 135 社》 2015 年	【ランキングの対象】	全ての企業
	【ランキングの基準】	研究開発費
	【掲載されている情報】	企業名、順位、世界全体の順位、研究開発費、前年比、研究開発集約度、売上高、業界・事業分野、ホームページ
特許出願件数の多い企業ランキング 《上位 30 社》 2015 年	【ランキングの対象】	全ての企業
	【ランキングの基準】	欧州特許の出願件数
	【掲載されている情報】	企業名、順位、欧州特許の出願件数、売上高、従業員数、業界・事業分野、ホームページ
発明力の大きい企業ランキング 《上位 4 社》 2015 年	【ランキングの対象】	過去 5 年間に特許保護のある固有の発明が 100 件以上ある企業・機関 下記の 3 つの要素に基づいてトップ 100 を選出 <ul style="list-style-type: none"> - 成功率: 特許出願した発明の中で、実際に特許登録された発明の割合 (過去 5 年間) - 国際性: 欧州、米国、日本、中国の 4 カ国・地域全てにおいて、特許保護されている発明の割合 (過去 5 年間) - 影響力: 他の企業・機関による引用件数 (過去 5 年間)
	【ランキングの基準】	
	【掲載されている情報】	企業名、トムソン・ロイター・グローバル・イノベーターTOP100 に選出された回数、研究開発費、売上高、業界・事業分野、ホームページ
イノベーション力の大きい 中堅企業ランキング 《上位 50 社》 2015 年	【ランキングの対象】	売上高が 1000 万～10 億ユーロのドイツの中小・中堅企業 3,300 社の中から、各企業の決算書やプレゼンテーション資料、有識者・業界関係者とのインタビューを基に 400 社を選出
	【ランキングの基準】	業績データ・決算書、プレゼンテーション資料、有識者・業界関係者との 200 余りのインタビューをベースに、企業パフォーマンスとイノベーション・パフォーマンスからなる「イノベーション・スコア」を算出。このスコアには売上高成長率、利益成長率、売上全体における新製品の割合、競合から見たイノベーション度、イノベーションを促進する企業文化などが含まれている。
	【掲載されている情報】	企業名、順位、本社所在地、イノベーション指数、業界・事業分野、ホームページ

FAX 注文書

※メール (service@prudentia-mr.com)
でもご注文を承っております。

Prudentia Marketing Research 行

お申し込みFAX : +49-(0)211-2296 2752

商品名	金額
<input type="checkbox"/> 【PDF版】 Prudentia レポートシリーズ ランキングで見るドイツ企業ガイド	480ユーロ (+ 付加価値税) 280ユーロ (+ 付加価値税)

ご所属 (組織名、部署名を英語・ローマ字でご記入ください)	
お申し込み者のお名前	
ローマ字 Mr./Ms.	漢字
ご住所 (請求書の送付先を英語・ローマ字でご記入ください)	
メールアドレス	電話番号
VAT ID No. (ドイツ以外のEU諸国の方は、付加価値税が免除されますのでご記入ください)	
ご署名	201 年 月 日

備考欄 (その他ご要望などございましたらご記入ください)

- ※ 請求書の宛先が日本の場合は、ドイツの付加価値税が免除されます。
- ※ お支払いには請求書に基づき、納品後30日以内に銀行振り込みにて承っております。
- ※ 破損・落丁の場合を除いて、返品・取替えはお受けいたしかねますのでご了承ください。

Prudentia Marketing Research Ltd.



Lindenstr. 48-52, 40233 Düsseldorf (Germany)
Tel: +49-(0)211-2296 2750, Fax: +49-(0)211-2296 2752
Email: info@prudentia-mr.com, Internet: www.prudentia-mr.com