

インフォシス、Kantar BrandZ 社による 世界で最も価値のあるブランドトップ 100 にランクイン

インド、ベンガルール - 2024 年 6 月 12 日 : 次世代デジタル・サービスとコンサルティングのグローバル・リーダーである[インフォシス](#) (NSE、BSE、NYSE : INFY) は本日、マーケティング・データとアナリティクスのリーディング・カンパニーである[カンター社](#)が本日発表した年次「[BrandZ Most Valuable Global Brands](#)」レポートにおいて、世界で最も価値のあるブランド 100 に 3 年連続でランクインしたことを発表しました。インフォシスは、世界で最も価値あるブランドとして 74 位にランクされ、世界で最も価値ある B2B テクノロジー・ブランドとして 20 位にランクされました。

インフォシスの EVP 兼グローバル・チーフ・マーケティング・オフィサーであるスミット・ヴィルマニは、「世界的な混乱と不安定さが続く厳しい 1 年でしたが、私たちはブランド・プロミスの実現に集中し、インフォシスの存在意義を示しました。不透明な状況のなかでも、最先端のデジタルファースト、クラウドファースト、AI ファーストのアプローチで、お客様の次なるナビゲーションを支援することでお客様から信頼を得ています。私たちの努力が認められ、世界で最も価値あるブランドのひとつに数えられることは、非常に心強いことです」と述べています。

今回の Kantar BrandZ の認定は、インフォシスが獲得してきた顧客からの信頼と、特にエンタープライズ AI、ジェネレーティブ AI のような新技術や、クラウドのような基盤技術が日進月歩で進化を続ける領域において、その能力の妥当性を強く証明するものです。インフォシスというブランドが、ジェネレーティブ AI を活用したソリューションの [Infosys Topaz](#) やエンタープライズ・クラウドの Infosys Cobalt といったサブブランドの育成に行った大規模な投資は、豊かな配当をもたらしている。事実、今年初め、インフォシスはブランド・ファイナンス誌によって、3 年連続で世界の IT サービス・ブランドのトップ 3 にランクされました。

Kantar BrandZ の責任者であるマーティン・ゲリエリアは、「Kantar BrandZ のデータによると、インフォシスはインドと米国の両方で、最も信頼されているブランドの上位 6%に入っています。両市場において、インフォシスは信頼できるパートナーとしてのポジショニングを強化することで、顧客との関係を深めています。BrandZ の 2024 Most Valuable Global Brands レポートでは、世界経済の不確実性にもかかわらず、強力なブランドが繁栄を続けていることが明らかにされています。重要なことは、効果的なマーケティングへの投資が、顧客の素因を改善し、ブランド価値の成長を促し、ビジネスの成功を持続させるために多大なドル価値に貢献していることである」と述べています。

インフォシスのブランドアンバサダーであるテニス界のアイコンであるラファエル・ナダルとイガ・シウィオテクは、「Champions Evolve」キャンペーンを通じ、デジタル・トランスフォーメーションのパートナーとして、インフォシスのブランド価値を世界に広めています。このアイコンは、ATP、ローラン・ギャロス、全豪オープン、国際テニス殿堂など、テニスのエコシステム内で築いてきた多くのブランド・パートナーシップを通じて、インフォシスがテニスのデジタル変革に携わってきた実績を証明するものです。テニス以外でも、インフォシスは、マディソン・スクエア・ガーデンとの戦略的な提携を通じてブランドを強化しています。この提携には、ニューヨーク・ニックス、ニューヨーク・レンジャーズ、マディソン・スクエア・ガーデン・アリーナなど、主要な MSG のプロパティが含まれています。さらに、Formula E、ダウ・ジョーンズ、エコノミスト、フィナンシャル・タイムズ、ハンデルスブラット・メディア・グループとも提携しています。

今年もインフォシスにとって、目的を果たし、私たちが働き、生活する世界をより持続可能で、包括的で、公平に豊かなものにするために積極的な役割を果たす 1 年となりました。例えば、インフォシスは AI ファーストの未来に備え、デジタル・スキリング・イニシアチブを通じ、1,175 万人を支援しました。これには、インフォシスの代表的なスキリングプログラムであるスプリングボードによる学習機会も含まれ、無料のデジタルコンテンツが世界中で提供されています。インフォシスは今年で 5 年目となるカーボンニュートラルを継続しています。この年、インフォシスは TIME 誌の「2023 年世界の最優秀企業」のトップ 100 にも選ばれました。

Kantar BrandZ について

Kantar BrandZ は、ブランド価値を評価する際の世界的な通貨であり、ブランドの業績への貢献を数値化しています。カンターが毎年発表するグローバルおよびローカルブランド評価ランキングは、厳密に分析された財務データと広範なブランド・エクイティ・リサーチを組み合わせたものです。1998 年以來、BrandZ は 54 市場、21,000 ブランド、430 万人の消費者へのインタビューに基づき、ブランド構築に関する洞察をビジネスリーダーと共有してきました。Kantar BrandZ の詳細は[こちら](#)をご覧ください。

インフォシスについて

インフォシスは次世代デジタル・サービスとコンサルティングのグローバル・リーダーです。30 万人を超える社員が、人間の可能性を増幅させ、人々、企業、地域社会に次の機会を創出するために働いています。インフォシスは、56 カ国以上のお客様のデジタルトランスフォーメーションを支援しています。40 年以上にわたってグローバル企業のシステムと業務を管理してきた経験を生かし、クラウドと AI を活用したデジタルトランスフォーメーションを推進するクライアントの舵取りを専門的に行います。私たちは、AI ファーストのコアでクライアントを支援し、アジャイル・デジタル・アット・スケールでビジネスを強化し、イノベーション・エコシステムからのデジタル・スキル、専門知識、アイデアの移転を通じて、常時オン・ラーニングで継続的な改善を推進します。私たちは、多様な才能が包括的な職場で活躍する、ガバナ

スが行き届き、環境的に持続可能な組織であることに深くコミットしています。インフォシス（NSE、BSE、NYSE: INFY）がどのように御社の次のナビゲーションをお手伝いできるかは、www.infosys.com をご覧ください。

セーフハーバー

本リリースに記載されている当社の将来的な成長見通し、または将来の財務・業績に関する記述は、1995年米国私募証券訴訟改革法（Private Securities Litigation Reform Act of 1995）に基づく「セーフ・ハーバー（免責条項）」の適用を受けることを目的とした将来見通しに関する記述であり、実際の結果や業績がかかる将来見通しに関する記述と大きく異なる可能性のある多くのリスクや不確実性を伴います。これらの記述に関連するリスクと不確実性には、当社の事業戦略の実行、人材の獲得と維持能力、ハイブリッド・ワークモデルへの移行、経済の不確実性、ジェネレーティブ AI などの技術革新、移民規制の変更を含む複雑で進化する規制環境、当社の ESG ビジョン、当社の資本配分方針、当社の市場での地位、将来の事業、利益率、収益性、流動性、資本資源、買収を含む企業行動、サイバーセキュリティに関する期待に関するリスクと不確実性が含まれますが、これらに限定されるものではありません。将来の見通しに関する記述によって示唆されるものとは異なる実際の結果や成果をもたらす可能性のある重要な要因については、2023年3月31日に終了する会計年度の年次報告書（Form 20-F）を含む、当社の米国証券取引委員会への提出書類で詳しく説明されています。これらの提出書類は、www.sec.gov。インフォシスは、証券取引委員会への提出書類や株主への報告書に含まれる記述を含め、書面および口頭による将来の見通しに関する記述を随時追加する可能性があります。当社は、法律で義務付けられている場合を除き、当社によって、または当社を代表して随時行われる将来見通しに関する記述を更新する義務を負いません。

お問い合わせ先：

インフォシス 東京オフィス 安藤

Email : jo_ando@infosys.com