

企業メッセージ調査 2024

2024年9月18日発行

318のメッセージを
2万人以上の
一般生活者が評価



日経BPコンサルティング

※この資料の内容は2024年8月20日現在のものです。

企業メッセージ調査とは

ブランド戦略の一環として、多くの企業や企業グループが、
自社のコンセプトや理念、企業姿勢や方針などを「メッセージ」として発信しています。
最近では、企業の存在理由を改めてパーパスとして策定したり、
企業の社会的責任やサステナビリティの観点を重視したメッセージを制作したりと、
企業の発信するメッセージの在り方にも変化が出てきました。

企業メッセージは、全社的に一貫して使用しているフレーズや文言で、
社外（消費者や取引先など）や社内（自社及びグループ企業の従業員）に伝え、
浸透させるために様々なコミュニケーション施策が実施されています。

せっかく策定した企業メッセージが十分に浸透しているか、
企業メッセージからどのようなイメージが想起されるのかなど、
企業メッセージが本来の目的を果たしているかを定期的に確認することが求められます。
そこで、弊社は年に一度、「企業が発信する企業メッセージに関する調査」を
全国の一般生活者に向けて行い、その調査結果をまとめています。



調査概要と評価項目

調査概要

調査名称	企業メッセージ調査2024
調査期間	2024年7月22日～2024年7月26日
調査方法	インターネット調査
調査対象者	全国の一般生活者（インターネットユーザー）
調査対象 企業数	239社
調査対象 メッセージ数	318メッセージ
調査対象者	22,027件（1メッセージあたり平均、約415サンプル）
調査内容	認知率、理解、好感、実践、イメージ（17項目）、 事業親和性、メディア別接触率、五感刺激、自由意見

主な評価項目

1 メッセージの浸透

メッセージの浸透を測る設問は、
「企業名想起」「セット認知」「メッセージ認知」と、
3種類あるので、より正確な浸透度を測ることが可能

2 メッセージの印象

理解、好感、実践、事業親和性、イメージなどの設問から
多面的に評価をしているので、一般生活者のメッセージに
対するストレートな印象を把握可能

本調査によって分かる6つのポイント

1 メッセージ評価の推移

- ・ Basic版では3年分のデータを収録。時系列で、メッセージ認知率や理解、好感、実践などの結果をみられる
- ・ メッセージを変更した場合、旧メッセージと新メッセージの評価の違いがわかる
メッセージが変わっていなければ、より長いスパンで認知などの推移がわかる（2015年以前など、過去データも保有しています）

2 企業メッセージに沿った企業活動の実践

- ・ パーパスやミッションに沿って企業活動を実践できているかどうかを「実践度」の指標で把握することができる
- ・ 企業名とメッセージを併せた「セット好感度」によって、納得感のあるメッセージになっているかどうかの評価がわかる
- ・ 「事業との親和性」の指標では、メッセージが企業を象徴するものになっているかどうか分かる

3 メッセージによるイメージ訴求

- ・ 自社のイメージとして伸ばしたいところが、メッセージによって訴求できているかどうかを、「17のイメージ項目」からわかる
狙っていたイメージが高ければ、そのメッセージがしっかりと役目を果たしているといえる
- ・ 自社では想定していなかったイメージが高いこともあるので、醸成できているイメージを的確に把握することができる

本調査によって分かる6つのポイント

4 ターゲットからの評価

- ・属性別として、性別・年代・職業・エリアなどの集計軸でのデータを収録
全体結果とともに、ターゲットに絞って、結果を細かくみることができる

5 他社メッセージの評価

- ・自社分だけではなく、ノミネートのある全てのメッセージの評価を見られる
- ・競合のメッセージの認知率や理解、好感、実践、各イメージなどを経年で追える
- ・発信期間の長いメッセージや、広告投下量の多いメッセージの認知率をみると、浸透にかかる期間や費用の目安を掴める

6 自由意見による定性分析

- ・各メッセージに対して、自由意見を収録
- ・率直な自由意見を通して、メッセージの意図がしっかりと伝わっているかどうかを判断できる
- ・自由意見には属性情報を記載しているため、年代ごとなど各属性別のメッセージに対する評価の違いがわかる

本調査結果の活用の仕方

1 広報・宣伝活動の効果測定

- ・ 広告を多く出稿していた時期や、広報活動を積極的におこなっていた時期とそうでない時期との結果を比較できる
- ・ 広告の投下量が減って、メッセージ認知率も低くなった場合、継続して発信していくことへの社内説得の材料として使える
- ・ 周年事業などの大型コミュニケーション施策を打つ前と後で、浸透度や印象がどう変化したかを確かめられる

2 社内外の意識の差に対する迅速な軌道修正

- ・ 社内向けの調査を実施すると、社内からの評価と本調査結果の世間からの評価との差がわかる
- ・ 認知・理解・好感、実践などのスコアが想定よりも低い場合は、浸透施策の見直しや、発信の方法やコミュニケーションの仕方などの軌道修正を早い段階からおこなえる

本調査結果の活用の仕方

3 自社メッセージの見直しの際に役立つ

- ・ 全国主要企業の318メッセージを一斉調査し、結果を収録。同業から他業種までのメッセージの評価を知ることができる
- ・ 認知率の高いメッセージの特徴を掴めるので、メッセージ策定段階から発信まで、浸透を高めるための方法がわかる
- ・ 認知率、理解度、好感度の高いメッセージの特徴を掴めるので、どうメッセージを作ればよいか、どう発信すればよいかなどの示唆を得られる

4 結果を社内外へ展開

- ・ 企業を象徴するメッセージの評価が高ければ、社内共有し、社員のモチベーションアップにつながる（インナーブランディング）
- ・ 採用活動などで、自社メッセージについて説明する際、第三者機関のデータで高評価であると伝えられる（アウターブランディング）

商品概要

商品概要

商品名	企業メッセージ調査2024		発行日	2024年9月18日（水）	
価格			Basic		Light
	Basic	500,000円			
	Light	300,000円			
	別途オプション				
	● 2023年以前の報告書（Basic）：200,000円				
		※料金はすべて税別			
納品形態	●Excelマクロファイル、結果概要のPDFファイル		※Microsoft Excelのバージョンは、Excel2010,2013,2016,2019,2021をお使いください。		
	●Webサービスのダッシュボード				

- 企業メッセージ調査ダッシュボードは(Google)Looker Studioを使用しています。ご購入いただいた法人様のセキュリティ環境によってはログインいただけない場合があります。予めご了承ください。
- 企業メッセージ調査ダッシュボードをご利用いただける期間は、「企業メッセージ調査2024」ご購入から2025年9月11日までとなります。
- Looker Studioのご利用にはGoogleアカウントが必要となります。
- Looker Studioには、Windows、Mac、Linuxのパソコンにインストールされているブラウザからアクセスできます。企業メッセージ調査ダッシュボードをご利用いただくためには、Looker Studioがサポートされているブラウザ（Chrome、Firefox、Safari）の最新バージョンをお使いください。これら推奨ブラウザ以外でご覧いただく場合、画面の一部が正しく表示されない場合があります。

企業メッセージ調査

分析データ

Basicバージョン メニュー



認知、理解、好感、
イメージなどの各項目
でランキング化

属性別のランキングも収録
※Basicのみ

(評価項目) 企業名想起率
(評価項目) メッセージ認知率
(評価項目) セット認知率
(評価項目) 理解度
(評価項目) メッセージ好感度
(評価項目) セット好感度
(印象度) 信頼感
(印象度) 期待感
(印象度) 親近感
(印象度) 躍動感
(イメージ) 信頼できる
(イメージ) 伝統を感じる
(イメージ) 正直である
(イメージ) 環境への配慮を意識させる
(イメージ) 高品質、技術の高さを感じる
(イメージ) 夢がある
(イメージ) ビジョンがある
(イメージ) エネルギッシュである
(イメージ) 時代を切りひらいている
(イメージ) チャレンジ精神がある
(イメージ) 親しみやすい
(イメージ) プロがよい
(イメージ) 覚えやすい
(イメージ) インパクトがある
(イメージ) 自由闊達である
(イメージ) ユニークである
(イメージ) グローバルである

☐ 全てを対象とする

業種分類

- ☐ 生活家電
- ☐ 通信機器（電話・FAX・電子端末）
- ☐ 自動車
- ☐ 運輸・物流
- ☐ アミューズメント
- ☐ 酒類・タバコ
- ☐ 化粧品
- ☐ スポーツ・アウトドア
- ☐ 薬
- ☐ 文具・玩具・ゲーム
- ☐ カード・電子マネー
- ☐ 教育

- ☐ 電気・電子・精密機器製造
- ☐ 電話・通信・プロバイダ
- ☐ 自動車関連
- ☐ 航空
- ☐ 飲食店
- ☐ 小売
- ☐ 服飾
- ☐ 住宅・建材
- ☐ 医療機器・健康機器
- ☐ 趣味
- ☐ その他サービス
- ☐ 情報

- ☐ コンピュータ関連
- ☐ 電力・ガス・石油
- ☐ 自動二輪
- ☐ 旅行
- ☐ 食品
- ☐ 商社
- ☐ 時計・宝飾
- ☐ 建設
- ☐ 家庭用品
- ☐ 銀行・証券
- ☐ 放送・映画・オーディオビ

- ☐ AV機器・テレビ・カメラ
- ☐ その他製造業
- ☐ 鉄道
- ☐ ホテル
- ☐ 飲料
- ☐ 通信販売
- ☐ メガネ・コンタクト
- ☐ 不動産
- ☐ 家具・寝具
- ☐ 保険
- ☐ 新聞

(職業) 会社役員・会社員
(職業) 自営業・自由業
(職業) 専業主婦
(職業) 学生・無職・その他
(業種) 電子・電気機器
(業種) その他製造業
(業種) 情報サービス
(業種) サービス・流通
(業種) 公共サービス
(業種) その他
(所属) 経営
(所属) 情報システム
(所属) 営業・販売
(所属) 開発・製造・設計
(所属) その他
(役職) 経営者・役員・部長
(役職) 課長・係長・主任
(役職) 一般職員・その他
(地域) 北海道／東北
(地域) 関東（東京を除く）
(地域) 東京
(地域) 中部
(地域) 近畿
(地域) 中国／四国／九州／沖縄

OK

収録内容 個別分析シート（全体）

認知・理解、好感度はどの程度？

メッセージの認知や理解度等の基本データのグラフ。

各種メディアの効果は？

メディア、ツールごとの接触率を確認できます。

記憶に残る要素とは？

そのメッセージが五感のどこに刺激を与えたのかを確認できます。

事業との親和性は？

企業の事業内容とメッセージが合っているかを確認できます。

イメージは狙い通り？

自社が伝えたいイメージと、一般生活者が感じているイメージがマッチしているかを確認できます。

イメージのバランスは？

因子分析を行い、各イメージを4つの印象にグループ化。各因子の得点を偏差値化した結果です。



※データはダミーです

Basicには3年分、Lightには2年分収録。

収録内容 個別分析シート（属性別）

集計軸：年齢、性別、職種、業種、所属部門、役職、居住地域
収録年数：Basic3年分、Light2年分

■項目別データ表

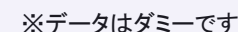
	サンプル数	評価項目					イメージ																グローバルで
		メッセージ認知	セット認知率	理解度	メッセージ好感	セット好感度	信頼感					期待感					親近感			躍動感			
							信頼できる	伝統を感じる	正直である	環境への配慮を意識させる	高品質、技術の高さを感じる	夢がある	ビジョンがある	エネルギーがある	時代を切り替えている	チャレンジャー精神がある	親しみやすい	ロゴがよい	覚えやすい	あるインパクトが	自由闊達である	ユニークである	
2022 順位	n	%	%	pt	pt	pt	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2022 データ	417	2.9	1.7	2.8	7.6	6.0	11.0	2.9	1.7	1.2	2.4	9.1	10.3	2.9	7.7	10.6	10.3	4.1	3.1	4.6	1.4	2.6	2.4
2021 データ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2020 データ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2022 平均	-	11.1	5.6	-2.5	4.4	7.5	7.6	2.3	3.4	2.8	2.6	9.0	6.3	3.7	4.4	5.1	14.8	5.4	8.1	6.8	1.4	3.3	3.0
2021 平均	-	13.1	7.0	8.5	9.7	13.2	8.3	2.4	3.8	3.1	3.0	9.6	6.9	3.8	4.8	5.1	17.0	6.0	9.1	7.4	1.6	3.6	2.9
2020 平均	-	12.8	7.3	3.8	6.2	9.9	7.3	2.4	3.9	2.8	2.7	10.5	6.7	4.3	4.9	5.8	15.5	6.4	9.5	8.0	1.4	4.1	-

■属性別データ表 表示する年を選択 2022年 ▼

年齢	10・20歳代	93	4.3	3.2	7.5	8.6	4.8	15.1	6.5	1.1	2.2	2.2	14.0	8.6	3.2	7.5	8.6	10.8	10.8	7.5	6.5	2.2	1.1	1.1
	30歳代	80	2.5	2.5	-12.5	1.3	-3.1	8.8	1.3	3.8	1.3	1.3	11.3	13.8	2.5	6.3	7.5	11.3	1.3	2.5	2.5	0.0	3.8	3.8
	40歳代	96	2.1	1.0	8.3	3.6	13.5	11.5	2.1	2.1	1.0	4.2	7.3	11.5	2.1	9.4	12.5	7.3	2.1	2.1	5.2	1.0	2.1	1.0
	50歳以上	148	2.7	0.7	4.4	12.8	6.8	9.5	2.0	0.7	0.7	2.0	6.1	8.8	3.4	7.4	12.2	11.5	2.7	1.4	4.1	2.0	3.4	3.4
	性別	男性	191	3.1	1.6	-5.2	0.0	-6.0	7.3	3.1	2.1	1.6	1.0	5.8	9.4	4.7	7.3	8.9	8.4	4.2	3.1	4.7	1.0	2.6
女性		226	2.7	1.8	9.5	13.9	16.2	14.2	2.7	1.3	0.9	3.5	11.9	11.1	1.3	8.0	11.9	11.9	4.0	3.1	4.4	1.8	2.7	3.1
職種	会社役員・会社員	183	2.7	1.6	3.0	7.9	6.3	9.8	3.8	3.3	2.2	0.5	8.7	10.4	1.6	4.4	7.7	12.0	3.3	3.3	5.5	2.2	3.8	1.6
	自営業・自由業	28	3.6	0.0	-7.1	3.6	1.8	7.1	7.1	0.0	0.0	3.6	7.1	25.0	3.6	21.4	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6
	専業主婦	65	3.1	1.5	6.9	10.0	13.1	18.5	1.5	1.5	0.0	7.7	7.7	7.7	1.5	9.2	16.9	13.8	0.0	0.0	3.1	1.5	1.5	3.1
	学生・無職・その他	141	2.8	2.1	2.5	6.7	3.2	9.9	1.4	0.0	0.7	2.1	10.6	8.5	5.0	8.5	10.6	7.1	7.8	5.0	5.0	0.7	2.1	2.8
	業種	電子・電気機器	9	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0
その他製造業		34	2.9	2.9	13.2	10.3	11.8	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0	11.8	14.7	2.9	2.9	11.8	14.7	8.8	0.0	5.9	2.9	2.9	5.9
情報サービス		18	0.0	0.0	0.0	16.7	8.3	5.6	5.6	5.6	11.1	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	5.6	11.1	5.6	0.0	0.0
サービス・流通		65	4.6	1.5	2.3	7.7	5.4	10.8	6.2	7.7	1.5	3.1	7.7	12.3	3.1	10.8	6.2	12.3	3.1	1.5	6.2	3.1	6.2	0.0
公共サービス		41	2.4	2.4	11.0	17.1	18.3	4.9	2.4	0.0	0.0	0.0	9.8	14.6	2.4	7.3	12.2	12.2	0.0	7.3	0.0	0.0	4.9	4.9
所 属 部 門	その他	44	2.3	0.0	-17.0	-6.8	-10.2	15.9	6.8	0.0	2.3	0.0	2.3	9.1	0.0	6.8	6.8	6.8	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	経営	51	5.9	3.9	17.6	23.5	22.5	15.7	5.9	5.9	0.0	2.0	13.7	17.6	0.0	5.9	5.9	19.6	2.0	5.9	3.9	2.0	2.0	0.0
	情報システム	9	0.0	0.0	0.0	16.7	-5.6	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0	22.2	22.2	0.0	0.0	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	営業・販売	38	5.3	2.6	9.2	10.5	19.7	7.9	7.9	5.3	5.3	0.0	5.3	10.5	2.6	13.2	10.5	10.5	5.3	2.6	7.9	0.0	5.3	2.6
	開発・製造・設計	37	0.0	0.0	6.8	4.1	4.1	5.4	2.7	2.7	2.7	0.0	8.1	10.8	2.7	2.7	10.8	10.8	5.4	0.0	5.4	5.4	8.1	2.7
役 職	その他	76	1.3	0.0	-15.1	-4.6	-10.5	6.6	2.6	0.0	0.0	1.3	5.3	9.2	2.6	6.6	6.6	7.9	1.3	1.3	3.9	1.3	1.3	2.6
	経営者・役員・部長	26	7.7	3.8	-3.8	1.9	5.8	7.7	0.0	0.0	0.0	3.8	7.7	11.5	3.8	3.8	7.7	11.5	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0
	課長・係長・主任	37	8.1	5.4	12.2	16.2	17.6	13.5	5.4	8.1	2.7	0.0	8.1	13.5	2.7	8.1	8.1	13.5	5.4	2.7	8.1	2.7	8.1	2.7
	一般職員・その他	148	0.7	0.0	0.0	6.1	2.7	8.8	4.7	2.0	2.0	0.7	8.8	12.2	1.4	6.8	8.8	10.8	2.7	3.4	3.4	2.0	2.7	2.0
	居 住 地 域	北海道・東北	46	0.0	2.2	-8.7	-1.1	-1.1	13.0	2.2	2.2	0.0	0.0	4.3	13.0	2.2	8.7	8.7	6.5	4.3	4.3	6.5	2.2	6.5
関東（東京を除く）		116	0.0	0.0	2.6	10.3	9.9	10.3	1.7	0.9	1.7	3.4	9.5	10.3	2.6	10.3	12.9	9.5	1.7	0.9	0.0	2.6	0.0	3.4
東京		59	3.4	0.0	-4.2	5.9	-9.3	6.8	6.8	1.7	0.0	0.0	10.2	6.8	3.4	10.2	11.9	8.5	8.5	0.0	10.2	1.7	0.0	0.0
甲信越・北陸・東海		65	3.1	3.1	8.5	12.3	13.8	10.8	3.1	3.1	3.1	6.2	10.8	10.8	4.6	6.2	10.8	20.0	4.6	4.6	4.6	1.5	4.6	3.1
近畿		70	4.3	1.4	11.4	10.0	11.4	14.3	1.4	1.4	0.0	2.9	8.6	8.6	1.4	5.7	10.0	5.7	2.9	4.3	4.3	0.0	4.3	2.9
中国・四国・九州・沖縄	61	8.2	4.9	2.5	2.5	4.1	11.5	3.3	1.6	1.6	0.0	9.8	13.1	3.3	3.3	6.6	11.5	4.9	6.6	6.6	0.0	3.3	1.6	

※データはダミーです

1ページで、3メッセージ分の評価を比較できる。
都度、メッセージを選択できるので、同業以外にも、他業界のメッセージとの比較もできる。



収録内容 自由意見集/頻出単語ランキング

自由意見集：左上の検索窓に文言を入力すると、それが含まれるコメントのセルが色付けされ、全体に対するその文言の割合もわかる。
自由意見を書いた人の性別、年代、職業もわかるため、属性ごとの分析も可能
頻出単語ランキング：自由意見の中で出現率が高い単語をランキング化。各メッセージの特徴が一目瞭然。（Basicのみ収録）

自由意見集

cm

←キーワード入力欄：入力したキーワードが含まれるコメントのセルが、緑色に網掛けされます

■自由意見

企業名

コメント数 201 / キーワード「cm」が含まれるコメント数： 21 （ 10.4% ）

番号	コメント
1	CMで聞いたことがあるので、覚えています。(男性,40代,会社員)
2	cmできくので、おぼえています。(男性,50代,会社員)
3	CMでよくきくので、おぼえています。(女性,30代,会社員)
4	CMでよくみるので、記憶にこびりついています。(女性,20代以下,学生)
5	CMでよく見るので、覚えています。(女性,40代,専業主婦(主夫))
6	cmでよく聞くので、覚えています。(女性,30代,会社員)
7	CMで以前聞いたことがあるので、覚えています。(男性,40代,会社員)
8	CMで印象に残っているので、好きです。(女性,30代,その他)
9	CMで見ていたので、わかります。(女性,60代以上,専業主婦(主夫))
10	CMで使っているので、親しみが湧きます。(男性,60代以上,会社員)
11	CMで昔から聞いていたので、覚えています。(女性,50代,会社員)
12	CMを昔から聞くので、よく覚えています。(男性,40代,会社員)

頻出単語ランキング

コメント数 201				
順位	単語 *2	品詞 *3	出現頻度	
			件数*4	割合 (%) *5
1	昔	名詞	48	23.9
2	聞く	動詞	33	16.4
3	覚える	動詞	28	13.9
4	C M	名詞	22	10.9
5	知る	動詞	19	9.5
6	思う	動詞	16	8.0
7	良い	形容詞	15	7.5
8	わかる	動詞	12	6.0
9	懐かしい	形容詞	11	5.5

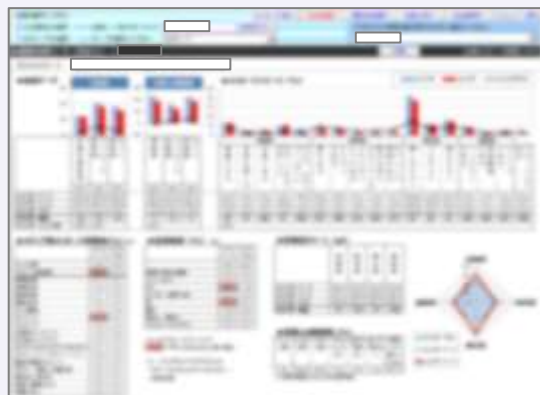
※データはダミーです

ご提供方式

全てのメッセージの調査結果を、Excel、ダッシュボードの2種類の方法でご覧いただけます。
それぞれ、目的にあわせて、ご活用ください。

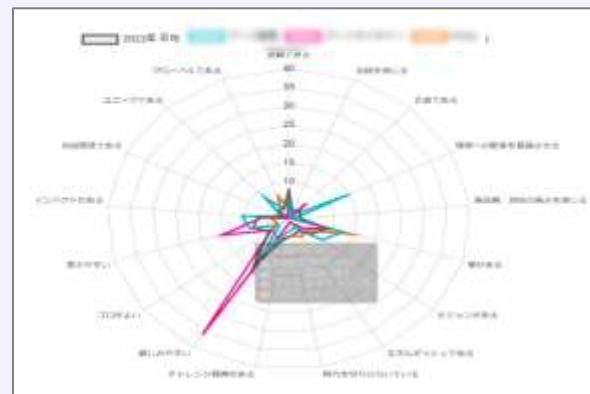
Excel

手元での詳しい分析に便利



ダッシュボード

外出先からのスピーディーな確認に便利



※データはダミーです

ノミネートメッセージ一覧

「企業名」「業種分類」

業種は便宜的に以下の「46分類」としています。※複数の該当する企業もあります。

1	生活家電	13	運輸・物流	25	化粧品	37	文具・玩具・ゲーム
2	電気・電子・精密機器製造	14	航空	26	服飾	38	趣味
3	コンピュータ関連	15	旅行	27	時計・宝飾	39	銀行・証券
4	AV機器・テレビ・カメラ	16	ホテル	28	メガネ・コンタクト	40	保険
5	通信機器（電話・FAX・電子端末）	17	アミューズメント	29	スポーツ・アウトドア	41	カード・電子マネー
6	電話・通信・プロバイダ	18	飲食店	30	住宅・建材	42	その他サービス
7	電力・ガス・石油	19	食品	31	建設	43	放送・映画・オーディオビジュアルソフト
8	その他製造業	20	飲料	32	不動産	44	新聞
9	自動車	21	酒類・タバコ	33	薬	45	教育
10	自動車関連	22	小売	34	医療機器・健康機器	46	情報
11	自動二輪	23	商社	35	家庭用品		
12	鉄道	24	通信販売	36	家具・寝具		

企業名	メッセージ	業種	企業名	メッセージ	業種
赤城乳業	あそびましょ。AKAGI	19	エーザイ	患者様と生活者の皆様の満足の増大であり、他産業との連携によるhhcエコシステムを通じて、日常と医療の領域で生活する人々の「生ききるを支える」ことである。	33
アサヒ飲料	100年のワクワクと笑顔を。	20		AGC、いつも世界の大事な一部 ～独自の素材・ソリューションで、いつもどこかで世界中の人々の暮らしを支えます～	8
旭化成(A)	私たち旭化成グループは、世界の人のびとの“いのち”と“くらし”に貢献します。	8,30,34,35		Your Dreams, Our Challenge	8
旭化成(B)	Creating for Tomorrow	8,30,34,35	AGC(B)	すべてのひとに資産形成を。	39
アサヒグループホールディングス(A)	期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造	19,20,21	auカブコム証券	すこやかな毎日、ゆたかな人生	19
アサヒグループホールディングス(B)	Make the world shine “おいしさとしさ”で、世界に輝きを	19,20,21	江崎グリコ	ここに響くアイデアで、ふとした瞬間を、ふふっと笑顔に。	35
朝日新聞社	つながれば、見えてくる。	44	エステー(A)	空気をかえよう	35
味の素(A)	アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献する	19	エステー(B)	そこに、スパイス&ハーブ	19
味の素(B)	Eat Well, Live Well.	19	日本電気（NEC）(A)	NECは、安全・安心・公平・効率という社会価値を創造し、誰もが人間性を十分に発揮できる持続可能な社会の実現を目指します。	2,3,4,5
味の素AGF(A)	コーヒーをはじめとする嗜好飲料とギフトを通して、「ココロ」と「カラダ」の健康、そして明日のよりよい生活に貢献します。	20		Orchestrating a brighter world	2,3,4,5
味の素AGF(B)	いつでも、ふう。AGF	20	日本電気（NEC）(B)	人と世界の可能性をひらくコミュニケーションを創造する。	6,42
アステラス製薬	先端・信頼の医薬で、世界の人々の健康に貢献する	33	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ	NTTデータグループは、情報技術で、新しい「しくみ」や「価値」を創造し、より豊かで調和のとれた社会の実現に貢献する。	42
アフラック(アメリカンファミリー生命保険会社)(A)	「生きるための保険」のリーダーであり続けるとともに、ビジネスフロンティアを広げることで新たな価値を創造し、誰もが安心して健やかに自分らしく生きる社会の実現に貢献する。	40	NTTデータ	あなたと世界を変えていく。	6
アフラック(アメリカンファミリー生命保険会社)(B)	「生きる」を創る。	40	NTTドコモ	地球の力を、社会の力に、そして人々の暮らしの力に。エネルギー・資源・素材における創造と革新を通じて、社会の発展と活力ある未来づくりに貢献します。	7
イートアンドホールディングス(A)	食を通じて、持続可能な社会の実現に貢献し、+&の発想で、ワクワクする未来を生み出し続けます。	18	ENEOS	エバラ食品工業	19
イートアンドホールディングス(B)	時代の変化を的確にとらえ、夢と楽しさと命の輝きを大切にし、食文化の創造を通して、お客様と全てのステーキホルダーの幸福を創造するために当社は存在します。	18	王子ネピア(A)	王子ネピアは、価値ある商品・サービスを通して、人々の生活に「こころよさ」「清潔さ」「すこやかさ」を提供するとともに、地球環境に貢献し、持続可能で希望あふれる豊かな未来社会の実現を追求します。	1
イオン	一人ひとりの笑顔が咲く未来のくらしを創造する	22		王子ネピア(B)	1
イオンモール	ハートフル・サステナブル ひと、社会、地球の未来をいつまでも。	22		王子ネピア(C)	1
売番屋	経営を通じ人々に感動を与え続け、地域・社会に必要とされる存在となること	18	王将フードサービス	快適な食空間、心温まる接客、そして美味しい料理は人々を「幸せ」にします。私たちは、それらを高品質で提供しながら、低価格で実現する努力を行う事によって、より多くの人に「幸せ」を感じてもらう事を使命とします。	18
伊藤園(A)	健康創造企業 お客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会を実現する	20		オートバックスセブン	10
伊藤園(B)	世界中のお客様の「健康」に貢献し、一人ひとりの豊かな生活を支える「世界のティーカンパニー」を目指します。	20		大林組	31
伊藤忠商事	ひとりの商人、無数の使命	23	小田急電鉄	思う 誰かを 今日も	12
伊藤忠テクノソリューションズ(A)	明日を変えるITの可能性に挑み、夢のある豊かな社会の実現に貢献する。	3	オリエンタルランド	自由でみずみずしい発想を原動力にすばらしい夢と感動ひととしての喜びそしてやすらぎを提供します。	17
伊藤忠テクノソリューションズ(B)	Challenging Tomorrow's Changes	3		オリエントコーポレーション	41
エイチ・アイ・エス	「心躍る」を解き放つ	15			

企業名	メッセージ	業種
オリンパス	世界の人々の健康と安心、心の豊かさの実現	4,34
花王(A)	豊かな共生世界の実現 To realize a Kirei World in which all life lives in harmony	20,25,35
花王(B)	きれいを ところに 未来に	20,25,35
カゴメ	自然を、おいしく、楽しく。KAGOME	19,20
カシオ計算機	世界が気づいていない、世界へ。	1,27
鹿島建設	100年をつくる会社	31
亀田製菓(A)	Better For You	19
亀田製菓(B)	NICE! RICE!	19
カリモク家具	木とつくる幸せな暮らし	36
カルチュア・コンビニエンス・クラブ (CCC)	カルチュア・インフラを、つくっていくカンパニー。	38,41,42
カルビー	掘りだそう、自然の力。	19
川崎重工業	世界の人々の豊かな生活と地球環境の未来に貢献する"Global Kawasaki"	8,11
キッコーマン	おいしい記憶をつくりたい。	19
キヤノン	想いと技術をつなぎ、想像を超える未来を切り拓く	2,3,4
キューピー	愛は食卓にある。	19
キリンホールディングス(A)	キリングループは、「酒類メーカーとしての責任」を果たし、「健康」「コミュニティ」「環境」という社会課題に取り組むことでこころ豊かな社会を実現し、お客様の幸せな未来に貢献します。	20,21,33
キリンホールディングス(B)	よろこびがつなが世界へ	20,21,33
クボタ(A)	人類の生存に欠かすことのできない食料・水・環境。クボタグループは、優れた製品・技術・サービスを通じ、豊かで安定的な食料の生産、安心な水の供給と再生、快適な生活環境の創造に貢献し、地球と人の未来を支え続けます。	2,8
クボタ(B)	For Earth, For Life	2,8
公文教育研究会	われわれは、個々の人間に与えられている可能性を発見し、その能力を最大限に伸ばすことにより、健全にして有能な人材の育成をはかり、地球社会に貢献する	45
クラシエホールディングス(A)	夢中になれる明日 Kracie	19,25,33,35
クラシエホールディングス(B)	CRAZY KRACIE	19,25,33,35
グンゼ	明日をもっと、ここちよく	26
京王電鉄	あなたとあたらしいあしたへー京王グループ	12
KDDI(A)	「つなぐチカラ」を進化させ、誰もが思いを実現できる社会をつくる。	6,41
KDDI(B)	Tomorrow,Together KDDI	6,41
KDDI(C)	さあ、一緒に。 おもしろいほうの未来へ。	6,41
小岩井乳業	私たちは、大地の恵みを大切に、お客様の「おいしい」「うれしい」の期待にこたえ続けます。	19,20
コーセー	美しい知恵 人へ、地球へ。	25
コクヨ	ワクワクする未来のワークとライフをヨコクする。	36,37,42
コスモエネルギーホールディングス (コスモ石油)	ココロも満タンに	7

企業名	メッセージ	業種
ゴディバ ジャパン	We create memorable occasion of Happiness私たちは、記憶に残る幸せな時を届けます	19
小林製菓(A)	見過ごされがちなお困りごとを解決し、人々の可能性を支援する 私たちは、一人ひとりの暮らしの中の見過ごされがちなお困りごと」を発見し、今までにない「アイデアや技術」によって解決することで、健康で快適な生活の実現や、社会での活躍をサポートします。 この「お困りごと」によって妨げられる快適な生活や社会での活躍を「取り残された社会課題」ととらえ、その解決に貢献することで、人々の可能性を支援します。	33,35
小林製菓(B)	あったらいいなをカタチにする	33,35
コンビ	赤ちゃんの周りにいるみんなが育児に参加できるように「育児を、みんなのものへ」すること	35
サイボウズ	チームワークあふれる社会を創る	42
サッポロビール	乾杯をもっとおいしく	21
沢井製菓(A)	真心をこめた医薬品を通じ、人々の健やかな暮らしを実現する	33
沢井製菓(B)	なによりも患者さんのために 人と自然と響きあい、豊かな生活文化を創造し、「人間の生命の輝き」をめざす。	33
サントリーホールディングス(A)	水と生きる SUNTORY	20,21
サントリーホールディングス(B)	One World, Connecting Smiles. 一人でも多くの人を笑顔にし、世界中に幸せの輪を広げていく。	20,21
サンリオ(A)	エンターテインメントに新たな価値を。次世代の楽しさや喜びをみんなで共創していく。	17,37
サンリオ(B)	あたらしいを、あたりまえに	17,37
JCOM	地球を舞台に、人々の交流を創造し、平和で心豊かな社会の実現に貢献する。	6,43
JTB	世界にひとつ。あなたにひとつ。	15
JCB	BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD	41
資生堂	Excellence in Science	25
島津製作所	しまむらグループは、「社員」「お客様」「取引先」「株主」「社会」にとって【いい会社】を造ります。	2,8,34
しまむら	子どもたちに誇れるしごとを。	22,26
清水建設(A)	Today's Work, Tomorrow's Heritage	31
清水建設(B)	Be Original.	31
シャープ	「夢のある未来」「豊かな社会」の実現に貢献する	1,2,3,4,5
ジャックス	Mother Comet ~blaze through the world~	41
スターフライヤー	未来をひらくイノベーションで最高の安心とヨロコビをつくる。	14
住友ゴム工業(A)	ゴムの先へ。はずむ未来へ。	10,29
住友ゴム工業(B)	健全な事業活動を通じて豊かさと夢を実現する。	10,29
住友商事(A)	Enriching lives and the world	23
住友商事(B)		23

企業名	メッセージ	業種
住友生命保険(A)	社会公共の福祉に貢献する	40
住友生命保険(B)	あなたの未来を強くする	40
住友電気工業	トップテクノロジーを追求し、つなぐ・ささえる技術をイノベーションで進化させ、グループの総合力により、より良い社会の実現に貢献していく	2,10
住友不動産(A)	より良い社会資産を創造し、それを後世に残していく	32
住友不動産(B)	信用と創造	32
住友林業	木と生きる幸福。	30,32
セイコーエプソン	「省・小・精」から生み出す価値で人と地球を豊かに彩る	3,4
セイコーグループ(A)	革新へのあくなき挑戦で、人々と社会に信頼と感動をもたらし、世界中が笑顔であふれる未来を創ります。	27
セイコーグループ(B)	時代とハートを動かすSEIKO	27
西武ホールディングス	でかける人を、ほほえむ人へ。	12,15,16,17,22
積水化学工業	世界にまた新しい世界を。 A new frontier, a new lifestyle.	8,30
積水ハウス	「わが家」を世界一幸せな場所にする	30
セブン・イレブン・ジャパン(A)	次の便利の扉を開き、世界中に豊かな暮らしを実現する	22
セブン・イレブン・ジャパン(B)	明日の笑顔を 共に創る	22
セブン・イレブン・ジャパン(C)	近くて便利	22
全日本空輸(ANA)	あんしん、あったか、あかるく元気！	14
双日	New way, New value	23
象印マホービン	きょうを、だいに。	1
ソニー	クリエイティビティとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす。	3,4,5,10,37
ソニー生命保険	合理的な生命保険と質の高いサービスを提供することによって、顧客の経済的保障と安定を図ること	40
ソフトバンクグループ	情報革命で人々を幸せに	6
第一三共ヘルスケア(A)	世界中の人々の健康で豊かな生活に貢献する	33
第一三共ヘルスケア(B)	Fit for You 健やかなライフスタイルをつくるパートナーへ	33
第一生命保険(A)	共に歩み、未来をひらく 多様な幸せと希望に満ちた世界へ	40
第一生命保険(B)	一生涯のパートナー	40
タイガー魔法瓶	温もりあるアイデアで、食卓に新たな常識をつくり続ける。	1
大正製薬	健康と美を願う生活者に納得していただける優れた医薬品・健康関連商品、情報及びサービスを、社会から支持される方法で創造・提供することにより、社会へ貢献する	33,35
大成建設	For a Lively World	31
大創産業（ダイソー）(A)	自由な発想で、楽しさと豊かさを提供し続ける なんだ！ダイソーにあったんだ、こんなものまであったんだ！の感動の追求	22
大創産業（ダイソー）(B)	だんぜん！ダイソー	22
ダイドードリンコ(A)	人と、社会と、共に喜び、共に栄える。その実現のためにDyDoグループは、ダイナミックにチャレンジを続ける。	20
ダイドードリンコ(B)	こころとからだに、おいしいものを。	20
ダイハツ工業(A)	世界中の人々に愛されるスモールカーづくり	9
ダイハツ工業(B)	Light you up	9

企業名	メッセージ	業種
ダイフク	Automation that Inspires	2,8,13
大鵬薬品工業	いつもを、いつまでも。	33
大和ハウス工業	生きる歓びを、未来の景色に。	30
高島屋	『‘変わらない’のに、あたらしい。』	22
タカラトミー	アソビへ懸ける品質は、世界を健やかに、賑やかにできる。	37
竹中工務店	想いをかたちに 未来へつなぐ	31
ダスキン	喜びのタネをまこう	18,35
田辺三菱製薬	病と向き合うすべての人に、希望ある選択肢を。	33
中外製薬(A)	革新的な医薬品とサービスの提供を通じて新しい価値を創造し、世界の医療と人々の健康に貢献します	33
中外製薬(B)	創造で、想像を超える。	33
ディー・エヌ・エー	一人ひとりに想像を超えるDelightを	46
DHC(A)	しあわせを、ふつうに。	19,24,25
DHC(B)	ヘルスケア&ビューティーを通じてWell Beingな世界の実現に貢献する	19,24,25
TBSホールディングス(A)	TBSグループは、時代を超えて世界の人々に愛されるコンテンツとサービスを創りだし、多様な価値観が尊重され、希望にあふれる社会の実現に貢献してまいります。	43
TBSホールディングス(B)	ときめくときを。	43
帝人	Human Chemistry, Human Solutions	8
テーブルマーク	食事をうれしく、食卓をたのしく。	19
テルモ	「医療の進化」と「患者さんのQOL向上」への貢献	1,34
テレビ東京	心を温かく、時に熱く。一人ひとりに深く届け、 ちょっといい明日へ。	43
デンソー	世界と未来をみつめ 新しい価値の創造を通じて 人々の幸福に貢献する	1,8,10
電通(A)	an invitation to the never before. 私たちは、多様な視点を持つ人々とつながりながら、かつてないアイデアやソリューションを生み出し、社会や企業の持続的な発展を実現するために存在しています。	42
電通(B)	Innovating to Impact	42
東急	美しい時代へ	32
東京海上ホールディングス(A)	お客様や地域社会の“いざ”をお守りすること	40
東京海上ホールディングス(B)	次の一歩の力になる。	40
東芝(A)	データを社会のインフラにし、持続可能な未来を、ともに創り続ける	1,2,3,4,8,34
東芝(B)	人と、地球の、明日のために。	1,2,3,4,8,34
東洋水産	Smiles for All.	19
東横イン(A)	あらゆる人の移動を応援する基地となる	16
東横イン(B)	全国ネットワークの基地ホテル	16
東レ	Innovation by Chemistry	8
TOTO(A)	豊かで快適な生活文化を創造する。	30
TOTO(B)	あしたを、ちがう「まいにち」に。	30
TOYO TIRE(A)	お客さまの期待や満足を超える感動や驚きを生み出し、豊かな社会づくりに貢献します。	10
TOYO TIRE(B)	まだ、走ったことのない道へ。	10

企業名	メッセージ	業種
ドトールコーヒー	すべての今日を、支えていく。	18,20
トヨタ自動車	わたしたちは、幸せを量産する。	9,10
永谷園	味ひとすじ 永谷園	19
名古屋鉄道（MEITETSU）(A)	地域価値の向上に努め、永く社会に貢献する	12
名古屋鉄道（MEITETSU）(B)	ココロをつなぐ、あしたへはこぶ。	12
西日本鉄道（Nishitetsu）	まちに、夢を描こう。	12
西日本電信電話（NTT西日本）(A)	「つなぐ」その先に「ひらく」あたらしい世界のトビラを	6
西日本電信電話（NTT西日本）(B)	あしたへーwith you, with ICT.	6
ニチレイ (A)	くらしを見つめ、人々に心の満足を提供する	19
ニチレイ (B)	おいしい瞬間を届けたい	19
日経BP(A)	多彩な専門性で読者・顧客・社会にその先を示す	46
日経BP(B)	その先を見る。その先を解く。	46
日産自動車	人々の生活を豊かに。イノベーションをドライブし続ける	9
日清オイリオグループ	植物のチカラ	19
日清食品ホールディングス	食足世平	19
	食創為世	
	美健賢食	
	食為聖職	
日清製粉グループ本社	健康と信頼をお届けする	19
ニッスイ (A)	私たちが突き動かすもの。それは「人々により良い食をお届けしたい」という志。海で培ったモノづくりの心と未知を切り拓く力で、健やかな生活とサステナブルな未来を実現する新しい"食"を創造していきます。	19
ニッスイ (B)	まだ見ぬ、食の力を。	19
日東電工 (A)	新しい発想でお客様の価値創造に貢献します。	8
日東電工 (B)	Innovation for Customers	8
NIPPON EXPRESSホールディングス	We Find the Way	13
日本製紙クレシア	衛生を、ずっと	8,35
日本テレビ放送網	・見たことのない感動を創造して、人生の可能性をひろげる。	43
	・「見たい」「知りたい」に応える共通体験で、人類をつなぐ。	
	・早く正確な情報で安心を提供し、明日への希望を届ける。	
	・違いや多様さを「彩り」と捉え、新たな喜びを生み続ける。	
日本ハム	おいしさの感動と健康の喜びを世界の人々と分かち合いたい	19
	私たちは	
	生命（いのち）の恵みを大切にして、品質に妥協することなく「食べる喜び」を心を込めて提供する	
	そして、時代に先駆け食の新たな可能性を切り拓き	
	楽しく健やかなくらしに貢献する	
日本郵船	Bringing value to life.	13

企業名	メッセージ	業種
日本経済新聞社(A)	考え、伝える。より自由で豊かな世界のために。	44
日本経済新聞社(B)	中正公平	44
日本経済新聞社(C)	WE THINK.	44
日本KFCホールディングス（ケンタッキー）	食の「安全・安心」を通じ、人々の健康づくりに寄与し社会に貢献するおいしさを創造し、お客さまに楽しく、豊かで、しあわせな生活を提供する	18
	このビジネスで働く人々をしあわせにする	
日本航空(JAL)(A)	多くの人々やさまざまな物が自由に行き交う、心はずむ社会・未来を実現し、世界で一番選ばれ、愛されるエアライングループを目指します。	14
日本航空(JAL)(B)	明日の空へ、日本の翼	14
日本コカ・コーラ	世界中をうるおし、さわやかさを提供すること。前向きな変化をもたらすこと。	20
日本生命保険	今日と未来を、つなぐ。	40
日本電信電話（NTT）	事業を通じた社会課題の解決	6
日本マクドナルド	おいしさと笑顔を地域の皆さまに	18
ネスレ日本	食の持つ力で、現在そしてこれからの世代のすべての人々の生活の質を高めていきます	19,20
ノーリツ	新しい幸せを、わかすこと。	1,30
野村ホールディングス（野村證券）	金融資本市場の力で、世界と共に挑戦し、豊かな社会を実現する	39
ハーゲンダッツジャパン	世の中のしあわせを、もっと濃くする。	19
パーソルホールディングス(A)	雇用の創造	42
	人々の成長	
パーソルホールディングス(B)	社会貢献	42
パイロットコーポレーション	はたらいて、笑おう。	37
ハウス食品グループ本社	人と創造力をつなぐ。	19
ハウステンボス	食でつなぐ、人と笑顔を。	17
	わたしが本来のわたらしい状態に戻れ、ああ生きてるって素晴らしい、そう思えるほど理想的な空間	
はごろもフーズ	人と自然を、おいしくつなぐ	19
パナソニック (A)	Life tech & ideas 人・社会・地球を 健やかにする。	3
パナソニック (B)	幸せの、チカラに。	3
パナソニックホームズ	私たちは、お客様一人ひとりの想いを受け止め、くらしの知恵と先進技術で新・くらし文化を創造し、世代を超えて続く感動とご満足をお届けします。	30
パルミューダ	自由な心で夢見た未来を、技術の力で実現して人々の役に立つ。	1
パンダイ	夢・クリエイション～楽しいときを創る企業～	37
パンダイナムコホールディングス	Fun for All into the Future	17,37,43
ビズリーチ	キャリアに、選択肢と可能性を	42
日立製作所(A)	優れた自主技術・製品の開発を通じて社会に貢献する	1,2,3,4,5
日立製作所(B)	HITACHI Inspire the Next	1,2,3,4,5

企業名	メッセージ	業種
BIPROGY(A)	先見性と洞察力でテクノロジーの持つ可能性を引き出し、持続可能な社会を創出します。	42
BIPROGY(B)	Foresight in sight	42
ファーストリテイリング（ユニクロ）（A）	■本当に良い服、今までにない新しい価値を持つ服を創造し、世界中のあらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供します ■独自の企業活動を通じて人々の暮らしの充実に貢献し、社会との調和ある発展を目指します	22,26
ファーストリテイリング（ユニクロ）（B）	服を変え、常識を変え、世界を変えていく	22,26
ファイザー	患者さんの生活を大きく変えるブレイクスルーを生みだす~Breakthroughs that change patients' lives~	33
ファミリーマート	あなたと、コンビニに、ファミリーマート	22
ファンケル	なにげない感動をずっと。	19,24,25
富士通	わたしたちのパーパスは、イノベーションによって社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にしていけることです。	2,3,4,5
富士電機	Innovating Energy Technology	2
富士フィルムホールディングス（A）	地球上の笑顔の回数を増やしていく。	3,4,8,25
富士フィルムホールディングス（B）	Value from Innovation	3,4,8,25
不二家	すべてを、「おかあさんの気持ち」で「ベストクオリティ・ベストサービス」を提供します	18,19,20
ブラザー工業（A）	世界中の "あなた" の生産性と創造性をすぐそばで支え、社会の発展と地球の未来に貢献する	1,2,3
ブラザー工業（B）	at your side	1,2,3
ブリヂストン（A）	最高の品質で社会に貢献（Serving Society With Superior Quality）	10,29
ブリヂストン（B）	Solutions for your journey	10,29
ブリヂストン（C）	Bridgestone E8 Commitment	10,29
プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン（P & G）	当社は現在、そして次世代の世界の消費者の生活を向上させる、優れた品質と価値を備えた製品とサービスを提供します。その結果、消費者は世界をリードする売上高、収益、価値創造を当社にもたらしてくれ、当社の社員、株主、そして私たちが住み業務を行う地域社会が繁栄します。	25,35
星野リゾート	旅は魔法	16
本田技研工業	The Power of Dreams How we move you.	9,11
毎日新聞社	個性豊かな気づく力で、見逃されがちな社会課題を照らし出し、伝えることで、誰もが自分らしく生きられる社会を実現していく	44
マツダ	前向きに今日を生きる人の輪を広げる	9
マルハニチロ	海といのちの未来をつくる	19
丸紅	Global crossvalue platform	23
丸美屋食品	今日もおいしく丸美屋	19
ミクシィ	豊かなコミュニケーションを広げ、世界を幸せな驚きで包む。	46

企業名	メッセージ	業種
ミサワホーム	住まいを通じて生涯のおつきあい	30
ミズノ	より良いスポーツ品とスポーツの振興を通じて社会に貢献する	29
みずほフィナンシャルグループ	ともに挑む。ともに実る。	39
三井化学	地球環境との調和の中で、材料・物質の革新と創出を通して高品質の製品とサービスを顧客に提供し、もって広く社会に貢献する	8
三井住友フィナンシャルグループ	最高の信頼を通じて、お客さま・社会とともに発展するグローバルソリューションプロバイダー	39
三井物産	世界中の未来をつくる	23
三井不動産（A）	& EARTH 自然とともに、未来とともに & INNOVATION 創造とともに、輝きをともに & PEOPLE 人々とともに、感動をともに	32
三井不動産（B）	さあ、街から未来をかえよう	32
三井ホーム	憧れを、かたちに。	30
Mizkan（ミツカン）	やがて、いのちが変わるもの。	19
三越伊勢丹ホールディングス	こころ動かす、ひとの力で。	22
三菱ケミカルグループ	私たちは、革新的なソリューションで、人、社会、そして地球の心地よさが続いていくKAITEKIの実現をリードしていきます。	8
三菱自動車工業（A）	1.独創的な商品と優れたサービスにより、お客様に新たな体験を提供します 2.社会の持続可能な発展に貢献します 3.信頼される企業として誠実に活動します 4.アライアンスを活用し、ステークホルダーにより高い価値を提供します	9
三菱自動車工業（B）	Drive your Ambition	9
三菱重工業	長い歴史の中で培われた技術に最先端の知見を取り入れ、変化する社会課題の解決に挑み、人々の豊かな暮らしを実現する	8
三菱商事	世界とひとりのために。	23
三菱電機	Changes for the Better	1,2,4,10
三菱UFJフィナンシャル・グループ	世界が進むチカラになる。	39
明治ホールディングス	健康にアイデアを	19,20,33
明治安田生命保険	確かな安心を、いつまでも	40
メニコン（A）	メニコングループは、コンタクトレンズで培った技術と人で、社会に役立つ商品やサービスを世界に提供し続ける創造型スペシャリスト企業であること。	28
メニコン（B）	より良い視力の提供を通じて、広く社会に貢献する。	28
森永製菓（A）	森永製菓グループは、世代を超えて愛されるすこやかな食を創造し続け、世界の人々の笑顔を未来につなぎます	19
森永製菓（B）	おいしく たのしく すこやかに	19
森永乳業	かがやく"笑顔"のために	19,20
ヤクルト本社	人も地球も健康に	20

企業名	メッセージ	業種
ヤマハ(A)	世界中の人々のこころ豊かなくらし	4,38
ヤマハ(B)	Make Waves	4,38
ユー・エス・ジェイ (USJ) (A)	私たちはありえない"ワクワクドキドキ"で、明日へと向かう元気をゲストに届けます。多様性を尊重し、私たちが最高の職場を創ります。私たちが会社を成長させ、社会の発展に貢献します。	17
ユー・エス・ジェイ (USJ) (B)	超エンターテインングな創造力で、人と社会に「目覚め」を。	17
ユーグレナ	人と地球を健康にする	19
UCC上島珈琲(A)	より良い世界のために、コーヒーの力を解き放つ。	18,20
UCC上島珈琲(B)	Every coffee, every moment	18,20
U-NEXT HOLDINGS(A)	未来を今に近づける“ソーシャルDX”カンパニー	43
U-NEXT HOLDINGS(B)	NEXT for U	43
雪印メグミルク(A)	社会課題解決を目指す「健士健民」という創業の精神で、乳で培われた私たちの幅広い知見や機能（ミルクバリューチェーン）によって、食の持続性を実現する	19,20
雪印メグミルク(B)	未来は、ミルクの中にある。	19,20
ユニチカ(A)	We Realize It!	8
ユニチカ(B)	素材で未来をカタチに。	8
ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス	サステナブルな暮らしを"あたりまえ"にする	20,25,35
横浜ゴム	すごいをさりげなく	10,29
よつ葉乳業	北海道のおいしさを、まっすぐ。	19,20
ライオン(A)	より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する (ReDesign)	33,35
ライオン(B)	今日を愛する。	33,35
LIXIL	MAKE BETTER HOMES A REALITY FOR EVERYONE, EVERYWHERE 世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現	30
リクルート(A)	まだ、ここにいる、出会い。より速く、シンプルに、もっと近くに。	32,42,45,46
リクルート(B)	FOLLOW YOUR HEART	32,42,45,46
リコー(A)	“はたらく”に遊びを	2,3,4,34
リコー(B)	imagine.change.	2,3,4,34
良品計画（無印良品）	1.日常生活の基本商品群を誠実な品質と倫理的な視点から開発し、使うことで社会を良くする商品を、手に取りやすい価格で提供する。 2.店舗は各地域のコミュニティセンターとしての役割を持ち、地域の皆さまと課題や価値観を共有し、共に地域課題に取り組み、地域への良いインパクトを実現する。	19,22,26,36
リンガーハット	すべてのお客さまに楽しい食事のひとつを心と技術でつくるリンガーハットグループ	18
レゾナック・ホールディングス	化学の力で社会を変える	8
ローソン	マチのほっとステーション	22
ロート製薬	世界の人々に商品やサービスを通じて健康をお届けすることによって、取り巻くすべての個人や社会の「Well-being」に貢献していくこと	25,28,33

企業名	メッセージ	業種
ローム	Electronics for the Future	2
ロッテ(A)	私たちはみなさまから愛され、信頼される、よりよい製品やサービスを提供し、世界中の人々の豊かなくらしに貢献します。	19
ロッテ(B)	お口の恋人	19
ワークマン	機能と価格に、新基準	26
YKK AP	Architectural Productsで社会を幸せにする会社。	30
YKK	Little Parts. Big Difference.	8
ワコールホールディングス(A)	ひとりひとりが自分らしく美しくいられるように 世の中が 自信と思いやりに あふれるように からだに こころに いちばん近いところで 寄り添い続けます	26
ワコールホールディングス(B)	Comfortable inside. Confident outside.	26

お問い合わせ・ご購入

企業メッセージ調査
2024

お問い合わせはこちら

<https://nkbp.jp/bpc-form>

ご購入はこちら

<https://nkbp.jp/kigyoun>

日経BPコンサルティング