企業メッセージ調査 2026

317のメッセージを
2万人以上の
一般生活者が評価

2026年11月17日発行



日経BPコンサルティング

※この資料の内容は2026年11月2日現在のものです。

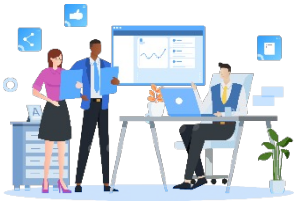
This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

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ブランド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行されます。

せっかくの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、その結果データをまとめています。



This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

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2026
調査期間	2026年8月24日～2026年8月31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
調査メッセージ数	317メッセージ
調査対象者	21,893件　（1メッセージあたり平均、約413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。

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

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、好感度、実践などの結果をみられる
・メッセージを変更した場合、その前後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を追える（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しっかり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
従業員向け調査を実施すると、社内外での意識の差に気づける
・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どうかの評価がわかる
・事業とメッセージの親和性では、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がわかる

3 メッセージによるイメージ訴求

・メッセージを評価する17のイメージ項目から、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がわかる。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

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

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みることができる
・アピールしたい層とデータ軸が合致していれば、その層から、メッセージがどのように評価されているのかがわかる

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**全てのメッセージ評価**を見られる
・競合のメッセージの認知率や理解、好感、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
・メッセージ内の文言などに対しての率直な意見を通して、メッセージの意図がしっかりと伝わっているかどうかがわかる
・どの属性のコメントなのかが分かるので、若年層と年配層など、メッセージに対する層別の評価の違いが**より具体的に**わかる

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

データの活用の仕方

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、浸透度がどう変化したかを確かめられる

2 社内外ギャップによる迅速な軌道修正

・社内調査の結果があれば、社内からの評価と世間からの評価の差がわかる
・想定よりも、世間からの認知・理解・好感、実践などが低い場合は、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

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

データの活用の仕方

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317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から、どう発信すればよいかまで、浸透を進めるための示唆を得られる

4 結果を社内外へ展開

・企業理念の世間からの評価が高ければ、その結果を社内に共有し、社員のモチベーションアップにつながる
・採用活動などで、企業理念について説明する際、第三者機関のデータで高評価だと伝えると、印象アップにつながる

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

商品概要

■ 商品概要

商品名	企業メッセージ調査2026	発行日	2026年11月17日（火）

価格

Light	300,000円
Basic	500,000円

別途オプション

- 2025年以前の報告書（Basic）：200,000円

※料金はすべて税別

	Basic	Light
全体ランキング表	**3年分**	2年分
業種別ランキング	**3年分**	-
属性別ランキング	**3年分**	-
個別分析シート（全体結果）	**3年分**	2年分
個別分析シート（属性別結果）	**3年分**	2年分
比較分析シート（3メッセージ分）	**当年分**	当年分
頻出単語ランキング	**当年分**	-
回答者からの自由意見	**当年分**	当年分

納品形態	Excelマクロファイル、結果概要のPDFファイル Webサービスのダッシュボード　※Microsoft Excelのバージョンは、Excel2010,2013,2016,2019,2021をお使いください。

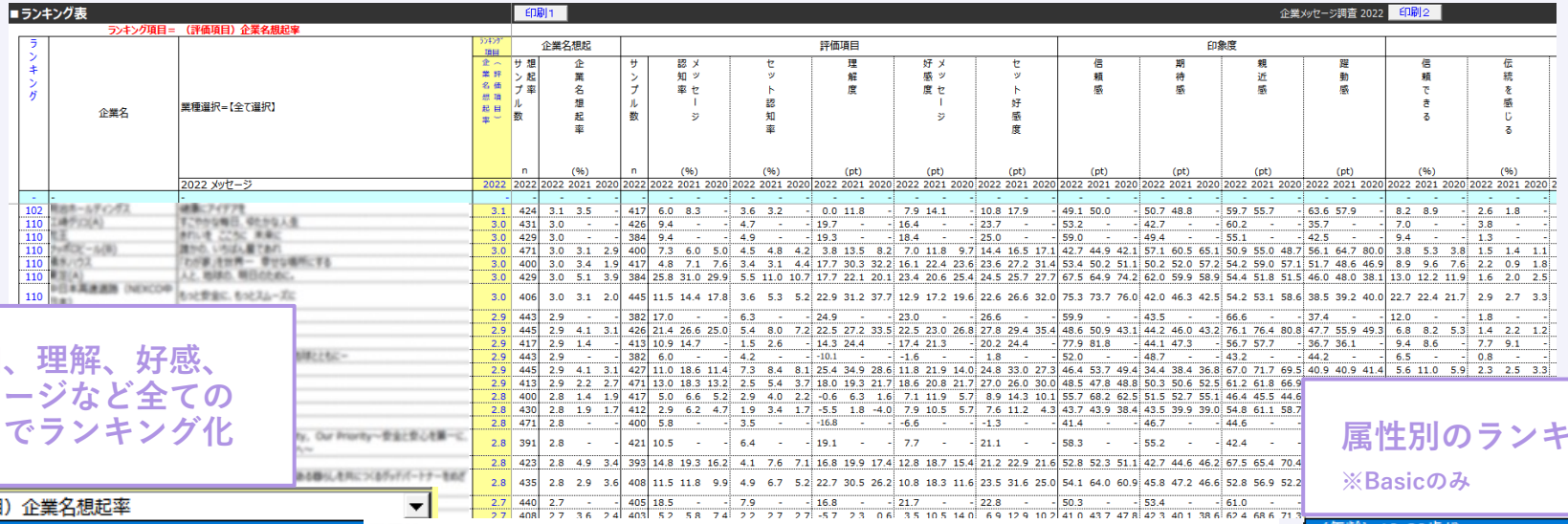
This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

収録内容　メニュー画面



This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

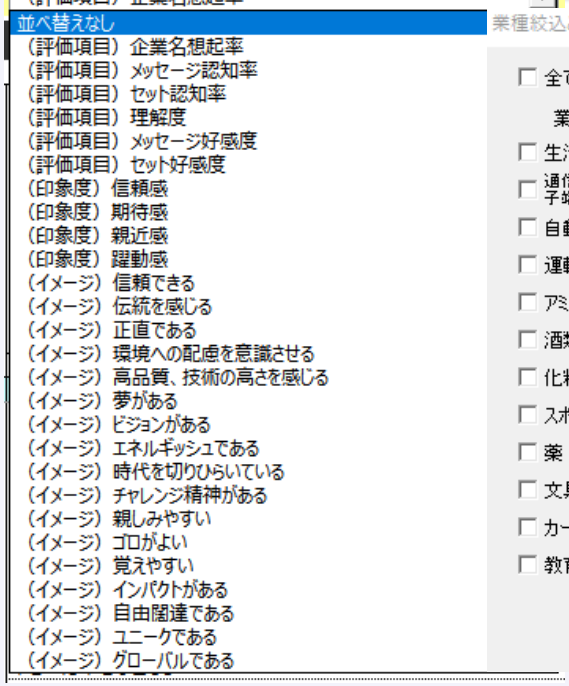
収録内容　ランキング表

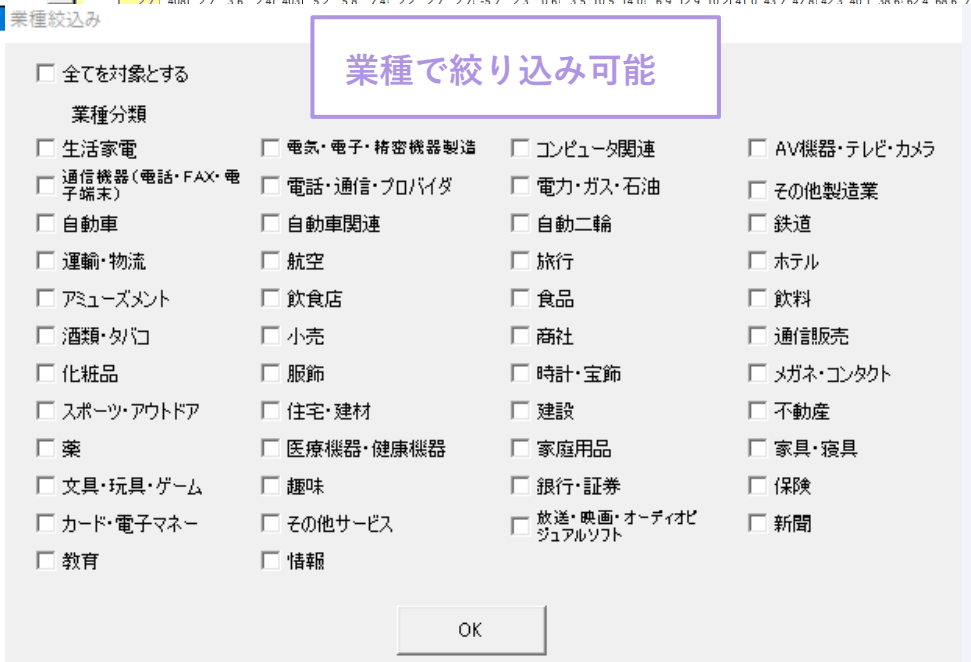


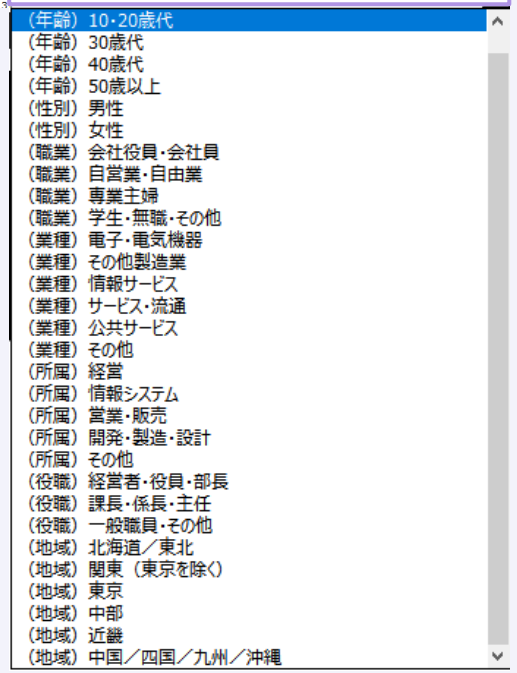
認知、理解、好感、
イメージなど全ての
項目でランキング化

属性別のランキングも収録

※Basicのみ







This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

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？

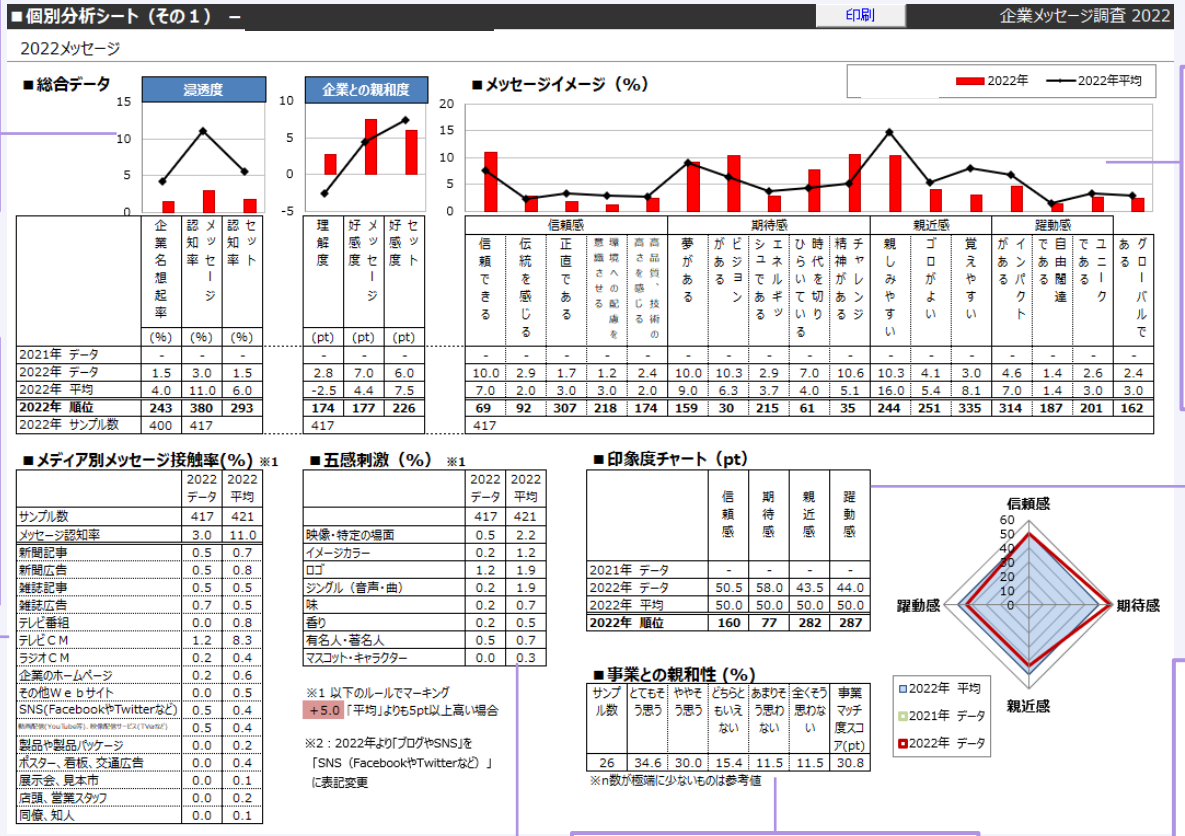
メッセージの認知や理解度等の基本データのグラフ。

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。



■個別分析シート（その１）－　印刷　企業メッセージ調査 2022

2022メッセージ

■総合データ

浸透度

企業との親和度

■メッセージイメージ（%）　2022年　2022年平均

	企業名想起率	認知率	メッセージ認知率	セット認知率	理解度	好感度	メッセージ好感度	セット好感度
	(%)	(%)	(%)	(%)	(pt)	(pt)	(pt)	(pt)
2021年 データ	-	-	-	-	-	-	-	-
2022年 データ	1.5	3.0	1.5		2.8	7.0	6.0	
2022年 平均	4.0	11.0	6.0		-2.5	4.4	7.5	
2022年 順位	**243**	**380**	**293**		**174**	**177**	**226**	
2022年 サンプル数	400	417			417			

	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	商品質、技術の高さを感じる	夢がある	ビジョンがある	エネルギッシュである	時代を切りひらいている	精神がある	チャレンジ	親しみやすい	ゴロがよい	覚えやすい	インパクトがある	自由闊達である	ユニークである	グローバルである
2021年 データ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2022年 データ	10.0	2.9	1.7	1.2	2.4	10.0	10.3	2.9	7.0	10.6	10.3	4.1	3.0	4.6	1.4	2.6	2.4	
2022年 平均	7.0	2.0	3.0	3.0	2.0	9.0	6.3	3.7	4.0	5.1	16.0	5.4	8.1	7.0	1.4	3.0	3.0	
2022年 順位	**69**	**92**	**307**	**218**	**174**	**159**	**30**	**215**	**61**	**35**	**244**	**251**	**335**	**314**	**187**	**201**	**162**	
2022年 サンプル数	417																	

■メディア別メッセージ接触率(%) ※1

	2022 データ	2022 平均
サンプル数	417	421
メッセージ認知率	3.0	11.0
新聞記事	0.5	0.7
新聞広告	0.5	0.8
雑誌記事	0.5	0.5
雑誌広告	0.7	0.5
テレビ番組	0.0	0.8
テレビＣＭ	1.2	8.3
ラジオＣＭ	0.2	0.4
企業のホームページ	0.2	0.6
その他Ｗｅｂサイト	0.0	0.5
SNS(FacebookやTwitterなど)	0.5	0.4
[illegible]	0.5	0.4
製品や製品パッケージ	0.0	0.2
ポスター、看板、交通広告	0.0	0.4
展示会、見本市	0.0	0.1
店頭、営業スタッフ	0.0	0.2
同僚、知人	0.0	0.1

■五感刺激（%） ※1

	2022 データ	2022 平均
	417	421
映像・特定の場面	0.5	2.2
イメージカラー	0.2	1.2
ロゴ	1.2	1.9
ジングル（音声・曲）	0.2	1.9
味	0.2	0.7
香り	0.2	0.5
有名人・著名人	0.5	0.7
マスコット・キャラクター	0.0	0.3

※1 以下のルールでマーキング
+5.0「平均」よりも5pt以上高い場合

※2：2022年より「ブログやSNS」を「SNS（FacebookやTwitterなど）」に表記変更

■印象度チャート（pt）

	信頼感	期待感	親近感	躍動感
2021年 データ	-	-	-	-
2022年 データ	50.5	58.0	43.5	44.0
2022年 平均	50.0	50.0	50.0	50.0
2022年 順位	**160**	**77**	**282**	**287**

信頼感　期待感　親近感　躍動感

2022年 平均　2021年 データ　2022年 データ

■事業との親和性（%）

サンプル数	とてもそう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない	事業マッチ度スコア(pt)
26	34.6	30.0	15.4	11.5	11.5	30.8

※n数が極端に少ないものは参考値

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、16のイメージを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。

Basicには3年分、Lightには2年分収録。

※データはダミーです

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

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																
							信頼感					期待感					親近感			躍動感			
		メッセージ認知率	セット認知率	理解度	メッセージ好感度	セット好感度	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	エネルギッシュである	時代を切りひらいている	チャレンジ精神がある	親しみやすい	ゴロがよい	覚えやすい	インパクトがある	自由闊達である	ユニークである	グローバルである
	n	%	%	pt	pt	pt	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2022 順位		380	293	174	177	226	69	92	307	218	174	159	30	215	61	35	244	251	335	314	187	201	162
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	1.6
	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	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
	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
所属部門	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
	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
役職	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	2.2
	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

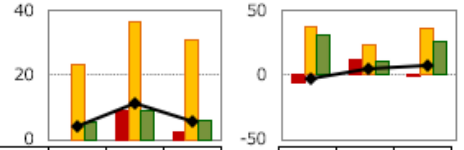
※データはダミーです

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

収録内容　比較分析シート

1ページで、３メッセージ分の評価を一度に見られる。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。

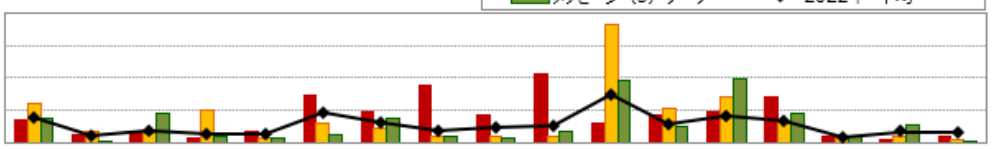
■総合データ



	企業名想起率	認知メッセージ	認知セット	理解度	好感メッセージ	好感セット
	(%)	(%)	(%)	(pt)	(pt)	(pt)
メッセージ（1）データ	0.0	8.9	2.6	-6.1	12.0	-0.1
メッセージ（2）データ	23.0	36.1	30.8	36.5	23.7	36.3
メッセージ（3）データ	5.5	8.7	6.0	30.7	9.9	25.5
2022年　平均	4.3	11.1	5.6	-2.5	4.4	7.5
メッセージ（1）順位	**402**	**170**	**200**	**246**	**117**	**295**
メッセージ（2）順位	**16**	**23**	**19**	**4**	**11**	**6**
メッセージ（3）順位	**48**	**173**	**75**	**18**	**141**	**42**

■メッセージイメージ（%）





	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	環境への配慮を感じさせる	高品質、技術の高さを感じる	夢がある	ビジョンがある	エネルギッシュである	時代を切りひらいている	チャレンジ精神がある	親しみやすい	ゴロがよい	覚えやすい	インパクトがある	自由闊達である	ユニークである	グローバルである
メッセージ（1）データ	6.7	2.2	2.6	1.4	3.4	14.6	9.6	17.5	8.2	21.1	6.0	8.4	9.6	14.1	1.9	0.7	1.7
メッセージ（2）データ	12.2	3.2	2.9	10.0	1.4	5.9	4.5	1.6	1.6	1.6	36.5	10.4	14.1	6.3	1.1	2.0	0.7
メッセージ（3）データ	7.2	0.5	8.9	1.7	1.2	2.2	7.5	1.9	1.2	3.1	19.3	5.1	19.8	8.9	1.9	5.6	0.5
2022年　平均	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
メッセージ（1）順位	**218**	**143**	**222**	**180**	**97**	**65**	**54**	**1**	**54**	**2**	**328**	**61**	**143**	**22**	**90**	**399**	**183**
メッセージ（2）順位	**54**	**74**	**206**	**33**	**286**	**257**	**298**	**334**	**340**	**377**	**20**	**28**	**61**	**189**	**269**	**263**	**298**
メッセージ（3）順位	**190**	**393**	**10**	**137**	**315**	**401**	**134**	**311**	**371**	**270**	**115**	**185**	**17**	**78**	**90**	**61**	**339**

■メディア別メッセージ接触率（%）※

	メッセージ（1）	メッセージ（2）	メッセージ（3）	2022平均
メッセージ認知率	8.9	36.1	8.7	11.1
新聞記事	1.2	0.7	1.4	0.7
新聞広告	1.9	0.9	1.0	0.8
雑誌記事	1.0	0.7	0.5	0.5
雑誌広告	0.2	0.9	0.5	0.5
テレビ番組	0.7	2.5	0.5	0.8
テレビＣＭ	6.0	32.0	4.3	8.3
ラジオＣＭ	0.2	0.5	0.5	0.4
企業のホームページ	0.5	0.5	0.5	0.6
その他Ｗｅｂサイト	0.7	0.5	0.7	0.5
SNS（FacebookやTwitterなど）	0.7	0.7	1.0	0.4
動画配信、映像配信サービス	0.7	0.9	0.7	0.4
製品や製品パッケージ	0.2	0.2	0.7	0.2
ポスター、看板、交通広告	0.2	0.0	0.7	0.4
展示会、見本市	0.5	0.0	0.0	0.1
店頭、営業スタッフ	0.2	0.5	0.5	0.2
同僚、知人	0.2	0.0	0.2	0.1

■五感刺激（%）※

	メッセージ（1）	メッセージ（2）	メッセージ（3）	2022平均
映像・特定の場面	2.6	5.4	3.1	2.2
イメージカラー	1.0	5.4	1.7	1.2
ロゴ	2.4	8.4	2.4	1.9
ジングル（音声・曲）	1.4	6.6	1.0	1.9
味	0.7	5.7	1.2	0.7
香り	0.2	1.6	0.0	0.5
有名人・著名人	0.5	0.5	0.7	0.7
マスコット・キャラクター	0.7	0.2	0.0	0.3

※以下のルールでマーキング
+5.0「平均」よりも5pt以上高い場合

■印象度チャート（pt）

	信頼感	期待感	親近感	躍動感
メッセージ（1）データ	47.6	79.9	47.4	59.4
メッセージ（2）データ	61.1	40.6	69.6	46.0
メッセージ（3）データ	50.8	41.1	59.5	58.9
2022年　平均	50.0	50.0	50.0	50.0
メッセージ（1）順位	**217**	**4**	**221**	**62**
メッセージ（2）順位	**57**	**343**	**19**	**248**
メッセージ（3）順位	**155**	**337**	**67**	**68**



※データはダミーです

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

収録内容　自由意見集/頻出単語ランキング

自由意見集：キーワードを入力すると、それが含まれるコメントのセルが色付けされ、その割合もわかる。
　　コメントを書いた人の性別、年代、職業もわかる
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。これを見るだけで、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

2022 メッセージ

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でき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、親しみがあります。(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で昔から聞くので、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	ＣＭ	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

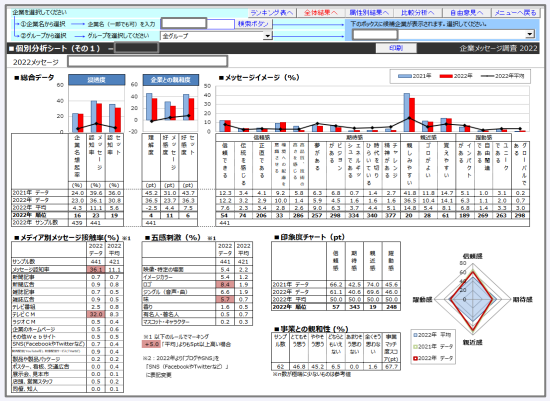
※データはダミーです

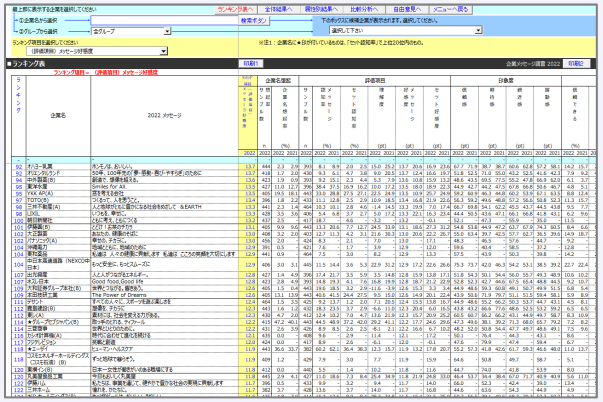
This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

ご提供方式

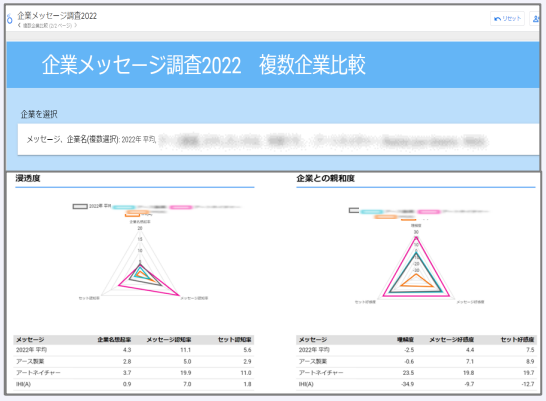
全てのメッセージの調査結果を、Excel、ダッシュボードの2種類の方法でご納品いたします。
それぞれ、目的にあわせて、ご活用ください。

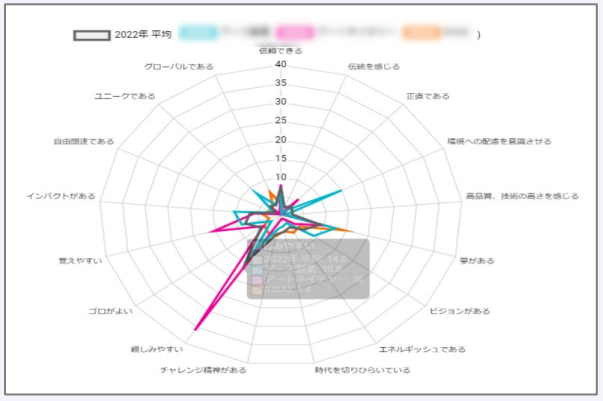
Excel　手元での詳しい分析に便利





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

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

企業メッセージ調査
2026

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。※複数に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		
9	自動車	21	酒類・タバコ	33	薬	44	新聞
10	自動車関連	22	小売	34	医療機器・健康機器	45	教育
11	自動二輪	23	商社	35	家庭用品	46	情報
12	鉄道	24	通信販売	36	家具・寝具		

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.
Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

ノミネートメッセージ一覧

企業名	メッセージ	業種
赤城乳業	あそびましょ。AKAGI	19
アサヒ飲料	100年のワクワクと笑顔を。	20
旭化成(A)	私たち旭化成グループは、世界の人びとの“いのち”と“くらし”に貢献します。	8,30,34,35
旭化成(B)	Creating for Tomorrow	8,30,34,35
アサヒグループホールディングス(A)	つながりを広げ、世界を輝かせる	19,20,21
アサヒグループホールディングス(B)	Make the world shine	19,20,21
朝日新聞社	つながれば、見えてくる。	44
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
味の素(B)	Eat Well, Live Well.	19
味の素AGF(A)	「いつでも、ふぅ。」私たちがつくるのは、商品ではなく、「ココロ」と「カラダ」に寄与する、体験価値。	20
味の素AGF(B)	いつでも、ふぅ。AGF	20
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
アフラック(アメリカンファミリー生命保険会社)	「生きる」を創る。	40
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
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クホルダーの幸福を創造するために当社は存在します。	18
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
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
壱番屋	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
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
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
伊藤忠商事	ひとりの商人、無数の使命	23
伊藤忠テクノソリューションズ(A)	世界をGOODに	3
伊藤忠テクノソリューションズ(B)	Challenging Tomorrow's Changes 変わっていく。挑んでいく。	3
伊藤忠テクノソリューションズ(C)	私たちは、世界の変化とともにある。技を磨き、どんな困難にも挑戦していく。地球と社会とすべての人々の良い未来に、テクノロジーで貢献するために。	3
Umios	For the ocean, for life 海といのちの未来をつくる	19

企業名	メッセージ	業種
エイチ・アイ・エス	「心躍る」を解き放つ	15
エーザイ	ヒューマン・ヘルスケア（hhc）	33
AGC(A)	AGC、いつも世界の大事な一部　～私たちは先を見据え、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
AGC(B)	Your Dreams, Our Challenge	8
江崎グリコ	すこやかな毎日、ゆたかな人生	19
エステー(A)	こころに響くアイデアで、ふとした瞬間を、ふふっと笑顔に。	35
エステー(B)	空気をかえよう	35
エスビー食品	そこに、スパイス＆ハーブ	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
日本電気（NEC）(B)	Orchestrating a brighter world	2,3,4,5
NTT	人々の豊かな暮らしと地球の未来に貢献するため、お客さまを発想の原点とし、常に自己革新を続け、世の中にダイナミックな変革をもたらす企業グループをめざす。Innovating a Sustainable Future for People and Plane	6
NTTデータ	NTT DATA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
NTTドコモ	つなごう。驚きを。幸せを。	6
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
NTT西日本(B)	あしたへ－with you, with ICT.	6
ENEOS	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
エバラ食品工業	こころ、はずむ、おいしさ。	19
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「ここちよさ」「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。	35
王子ネピア(B)	人と地球に、ここちいい。	35
王子ネピア(C)	皆様の暮らしに「やわらかハート」を。	35
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
オートバックスセブン	社会の交通の安全とお客様の豊かな人生の実現	10
大林組	MAKE BEYOND　つくるを拓く	31
小田急電鉄	思う　誰かを　今日も	12
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

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

ノミネートメッセージ一覧

企業名	メッセージ	業種
オリエントコーポレーション	その夢の、一歩先へ　Open the Future with You	41
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	20,25,35
花王(B)	きれいを　こころに　未来に	20,25,35
カゴメ	自然を、おいしく、楽しく。	19,20
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
キヤノンマーケティングジャパン	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
キユーピー	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、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよろこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します	20,21,33
キリンホールディングス(B)	よろこびがつなぐ世界へ	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－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)	Spark Your Journey	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

企業名	メッセージ	業種
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
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
小林製薬(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	33,35
小林製薬(B)	あったらいいなをカタチにする	33,35
コンビ	育児を、みんなのものへ。	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
沢井製薬(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
沢井製薬(B)	なによりも患者さんのために	33
サントリーホールディングス(A)	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。	20,21
サントリーホールディングス(B)	水と生きる　SUNTORY	20,21
サンリオ(A)	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。	17,37
サンリオ(B)	エンターテイ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
JCOM	あたらしいを、あたりまえに	6,43
JTB	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。	15
JCB	世界にひとつ。あなたにひとつ。	41
資生堂	BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD	25
島津製作所	Excellence in Science　科学における卓越した存在	2,8,34
しまむら	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。	22,26
清水建設(A)	子どもたちに誇れるしごとを。	31
清水建設(B)	Today's Work，Tomorrow's Heritage	31
シャープ	ひとの願いの、半歩先。	1,2,3,4,5
ジャックス	「夢のある未来」「豊かな社会」の実現に貢献する	41
スターフライヤー	Mother Comet ～blaze through the world～	14
住友ゴム工業(A)	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。	10,29
住友ゴム工業(B)	ゴムの先へ。はずむ未来へ。	10,29

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

ノミネートメッセージ一覧

企業名	メッセージ	業種
住友商事(A)	健全な事業活動を通じて豊かさと夢を実現する。	23
住友商事(B)	Enriching lives and the world	23
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	Innovation for the Earth　サステナブルな社会の実現に向けて、LIFEの基盤を支え、“未来につづく安心”を創造します。	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)	Inspiration of JAPAN	14
双日	New way, New value	23
象印マホービン	きょうを、だいじに。	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	生きがいを、愛そう。	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　ひとりひとりの健やかな人生のライフパートナー	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

企業名	メッセージ	業種
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)	お客様に寄り添い、暮らしを豊かにする	9
ダイハツ工業(B)	わたしにダイハツメイ。	9
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
髙島屋	『`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
田辺ファーマ	病と向き合うすべての人に、希望ある選択肢を。	33
タワーレコード	NO MUSIC, NO LIFE.	38
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	Pioneering solutions together for a healthy planet	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	医療を通じて社会に貢献する	1,34

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

ノミネートメッセージ一覧

企業名	メッセージ	業種
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－東急グループ	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)	新しい未来を始動させる。	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)	日本中に、あなたの基地がある。	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
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
ニチレイ(A)	食からひろがる幸せを、ニチレイが未来へつなぐ	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	9
日清オイリオグループ	植物のチカラ	19

企業名	メッセージ	業種
日清食品ホールディングス	おいしい、の　その先へ。	19
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)	GOOD FOODS for YOU！	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	心と未来に、のこるもの。	43
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　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	19
日本郵船	Bringing value to life.	13
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。Better insights for a better world	44
日本経済新聞社(B)	中正公平	44
日本経済新聞社(C)	ここから動く人は、強い。	44
日本KFCホールディングス（ケンタッキー）	おいしさ、しあわせ創造	18
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)	Soaring Together	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
日本たばこ産業（JT）	心の豊かさを、もっと。	19,21
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	食と飲料の持つ力で、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　人々の成長　社会貢献	42

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

ノミネートメッセージ一覧

企業名	メッセージ	業種
パーソルホールディングス(B)	はたらいて、笑おう。	42
パイロットコーポレーション	人と創造力をつなぐ。	37
ハウス食品グループ本社	食でつなぐ、人と笑顔を。	19
ハウステンボス	わたしが本来のわたしらしい状態に戻れ、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	17
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)	何気ない日常を、かけがえのない一日へ変えていく。	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	くらしをつくり、ひとをつくる	30
バルミューダ	just because.	1
バンダイ	夢・クリエイション～楽しいときを創る企業～	37
バ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)	Inspire the Next	1,2,3,4,5
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	Breakthroughs that change patients'lives　患者さんの生活を大きく変えるブレークスルーを生みだす	33
ファミリーマート	あなたと、コンビに、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くことです。	2,3,4,5
富士電機	Innovating Energy Technology	2
富士フイ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
富士フイルムホールディングス(B)	Value from Innovation	3,4,8,25

企業名	メッセージ	業種
不二家	Smile makes the heartful world　～笑顔がつくる　こころあたたまる世界～	18,19,20
ブラザー工業	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	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
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
ミサワホーム	“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする	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(A)	世界中の未来をつくる	23
三井物産(B)	すべては、志からはじまる。	23
三井不動産(A)	& EARTH　自然とともに、未来をともに　& 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、いのちに変わるもの。	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

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

ノミネートメッセージ一覧

企業名	メッセージ	業種
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 eスマート証券	すべてのひとに資産形成を。	39
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	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
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、私たちで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)	超エンターテイニングな創造力で、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	NEXT for U	43
雪印メグミルク(A)	私たちは社会課題に挑む精神で、人と自然が健やかにめぐる食の未来を育んでいきます。	19,20
雪印メグミルク(B)	Love Earth. Love Life.	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

企業名	メッセージ	業種
ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス	輝く毎日をすべての人に	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、ここにない、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”に歓びを	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とき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	人を、社会を、明日の世界を元気にする	25,28,33
ローム	Electronics for the Future	2
ロッテ(A)	独創的なアイデアとこころ動かす体験で人と人をつなぎ、幸せな未来をつくる	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(A)	Architectural Productsで社会を幸せにする会社。	30
YKK AP(B)	Build a Better Society	30
YKK(A)	Little Parts. Big Difference.	8
YKK(B)	善の巡環	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

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.

お問い合わせ・ご購入

企業メッセージ調査
2026

お問い合わせはこちら

https://na2.hubs.ly/H08Lr8M0

ご購入はこちら

https://nkbp.jp/kigyoum

日経BPコンサルティング

This document may contain confidential and proprietary information to Nikkei BP Consulting, Inc.

Copyright © Nikkei BP Consulting, Inc. All Rights Reserved.