

日経BPコンサルティング調べ「企業メッセージ調査2025」報告書、9月25日発行・発売

【ブランドメッセージ部門】

メッセージ好感度は、「こころとからだに、おいしいものを。」(ダイドードリンコ)が2年連続で首位

【パーパス部門】

パーパス実践度は、大創産業(ダイソー)が首位。第2位にワークマン、第3位にタカラトミーが続く

株式会社日経BPコンサルティング(東京都港区)は「企業メッセージ調査2025」の結果をまとめ、9月25日に調査結果報告書を発行・発売した。国内239社の企業メッセージ318件について、認知率、理解度、好感度のほか、17項目のイメージなど様々な観点から、一般生活者が評価した。今回で、20回目の実施となる。本調査では、パーパス(存在意義やミッションを含む)とブランドメッセージ(タグラインやスローガンなどに類するもの)の2部門に分けて集計を実施している。

【調査結果データ】

■ **【ブランドメッセージ部門】 メッセージ好感度は、ダイドードリンコの「こころとからだに、おいしいものを。」が2年連続首位**

メッセージに対して好感が持てるかどうかを尋ねる「メッセージ好感度」では、「こころとからだに、おいしいものを。」(ダイドードリンコ)が昨年に続き2年連続で首位(表1)を獲得。第2位は「ココロも満タンに」(コスモエネルギーホールディングス)とトップ2は前回と同様の結果。第3位は前回から16ランク上昇した「愛は食卓にある。」(キューピー)が入った。

各メッセージの印象を分析すると、首位となった「こころとからだに、おいしいものを。」(ダイドードリンコ)は、「親近感(73.3pt)」とともに「信頼感(59.9pt)」のスコアが高い。一方、第2位の「ココロも満タンに」(コスモエネルギーホールディングス)は「親近感(90.5pt)」のスコアだけが突出している。第3位の「愛は食卓にある。」(キューピー)は「親近感(77.3pt)」に次いで「信頼感(54.1pt)」「躍動感(53.6pt)」のスコアが高い。このように、一言で「好感度が高い」といってもその背景にある印象は様々である。しかし、好感度上位メッセージは総じて「親近感」が高く、親しみやすさや覚えやすさが、好感度向上の必須条件であると考えられる。

■ **【パーパス部門】 パーパス実践度は、大創産業(ダイソー)の「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」が首位**

企業のメッセージ(パーパス)を各企業が実践していると感じるかを尋ねた「パーパス実践度」では、大創産業(ダイソー)の「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」(表2)が前回2位から順位を上げ首位を獲得。第2位は前回1位のワークマン「機能と価格に、新基準」、第3位には前回同様タカラトミー「アソビへ懸ける品質は、世界を健やかに、賑やかにできる。」が入った。

トップ3のパーパスに共通する特徴は「躍動感」の印象が強いこと。メッセージ(パーパス)自体にユニークさやインパクトがあり、かつその内容を企業が体現しているとみなされている。このことから、社会的な存在価値が高い企業と認識されていると言える。

■ **印象度4つの指標。「信頼感」は日立製作所、「期待感」は伊藤忠テクノソリューションズ、「親近感」はコスモ石油、「躍動感」は亀田製菓・ダイソーがトップ**

ブランドメッセージ部門とパーパス部門を合算した合計318のメッセージのなかで印象度4つの指標それぞれのトップは以下の結果となっている。

・「信頼感」: 日立製作所のパーパス「優れた自主技術・製品の開発を通じて社会に貢献する」が79.8pt(表3)。パー

パス部門からは唯一の指標別トップ。

- ・「期待感」：伊藤忠テクノソリューションズのブランドメッセージ「その未来図を、共に現実にする。」が 81.2pt（表 4）。
- ・「親近感」：コスモエネルギーホールディングスのブランドメッセージ「ココロも満タンに」が 90.5pt（表 5）。4 つの指標の中で唯一 9 割台。
- ・「躍動感」：亀田製菓のブランドメッセージ「NICE! RICE!」とダイソーのブランドメッセージ「だんぜん！ダイソー」が 85.3pt（表 6）の同点で首位。

ちなみに、この 4 つの指標の合計得点では、ロッテのブランドメッセージ「お口の恋人」が 242.8pt で首位である。次いで、第 2 位はサントリーホールディングスのブランドメッセージ「水と生きる SUNTORY」（235.7pt）、第 3 位は日本航空（JAL）のブランドメッセージ「明日の空へ、日本の翼」（235.2pt）が入った。この 3 メッセージを印象度チャート（図 1）で見ると、その特徴は異なっている。企業が伝えたいブランドイメージと、こうした印象評価の傾向が一致することが、“優れた印象に残るメッセージ”といえるだろう。

表 1. ブランドメッセージ部門「メッセージ好感度」トップ 20

※メッセージ好感度……メッセージのみを提示し、「あなたはこのメッセージについてどのように感じましたか」と質問した。好感度に関する5段階の各選択肢（「とても好感が持てる」～「全く好感が持てない」）にそれぞれ加重値を与え、-100～100間でスコア化。

順位	企業名	メッセージ	スコア (pt)
1	ダイドードリンコ	こころとからだに、おいしいものを。	26.2
2	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	24.8
3	キューピー	愛は食卓にある。	22.9
4	サントリーホールディングス	水と生きる SUNTORY	22.0
5	サッポロビール	乾杯をもっとおいしく	21.7
6	日清製粉グループ本社	健康と信頼をお届けする	20.6
7	王子ネピア	人と地球に、こころいい。	20.4
8	小林製菓	あつらいいいなをカタチにする	19.6
9	はごろもフーズ	人と自然を、おいしくつなぐ	19.4
10	東芝	人と、地球の、明日のために。	19.0
11	森永製菓	おいしく たのしく すこやかに	18.9
12	ニチレイ	おいしい瞬間を届けたい	18.6
13	ハウス食品グループ本社	食でつなぐ、人と笑顔を。	18.0
14	エバラ食品工業	こころ、はずむ、おいしさ。	17.7
15	よつ葉乳業	北海道のおいしさを、まっすぐ。	17.6
16	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	17.2
17	象印マホービン	きょうを、だいに。	17.1
17	ローソン	マチのほっとステーション	17.1
19	沢井製菓	なによりも患者さんのために	16.8
20	清水建設	子どもたちに誇れるしごとを。	16.5

表2. パーパス部門「実践度」トップ20

※実践度……企業名とメッセージをセットで提示し、「あなたは、この企業がこのメッセージの内容を実践していると感じましたか」と質問した。
実践度に関する5段階の各選択肢（「とても実践していると思う」～「全く実践していないと思う」）にそれぞれ加重値を与え、-100～100間でスコア化。

順位	企業名	メッセージ	スコア (pt)
1	大創産業 (ダイソー)	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、こんなものであったんだ！の感動の追求	24.7
2	ワークマン	機能と価格に、新基準	24.0
3	タカラトミー	アビへ懸ける品質は、世界を健やかに、賑やかにできる。	23.9
4	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	23.8
5	日本マクドナルド	おいさと笑顔を地域の皆さまに	23.7
6	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。	23.1
7	森永製菓	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	22.7
8	サンリオ	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。	22.4
9	日立製作所	優れた自主技術・製品の開発を通じて社会に貢献する	21.8
10	TOTO	豊かで快適な生活文化を創造する。	20.7
11	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。	20.1
12	サンリオ	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。	19.5
13	テーブルマーク	食事をうれしく、食卓をたのしく。	19.3
14	ファーストリテイリング (ユニクロ)	■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	18.9
15	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 このビジネスで働く人々をしあわせにする	18.4
16	日本コカ・コーラ	世界中をつるおし、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。	18.1
16	ハーゲンダッツジャパン	世の中のおいしさを、もっと濃くする。	18.1
16	ユー・エス・ジエイ (USJ)	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。	18.1
19	江崎グリコ	すこやかな毎日、ゆたかな人生	17.8
20	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。	17.4

表3. 全部門共通「信頼感」トップ10

順位	企業名	メッセージ	スコア (pt)
1	日立製作所	優れた自主技術・製品の開発を通じて社会に貢献する	79.8
2	日清製粉グループ本社	健康と信頼をお届けする	77.2
3	サントリーホールディングス	水と生きる SUNTORY	75.7
4	沢井製薬	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	75.0
5	沢井製薬	なによりも患者さんのために	74.4
6	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	73.7
7	住友林業	木と生きる幸福。	73.2
8	名古屋鉄道 (MEITETSU)	地域価値の向上に努め、永く社会に貢献する	72.0
9	日本製紙クレシア	衛生を、ずっと	71.7
10	カリモク家具	木とつくる幸せな暮らし	71.4
10	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	71.4

表 4. 全部門共通「期待感」トップ10

順位	企業名	メッセージ	スコア (pt)
1	伊藤忠テクノソリューションズ	その未来図を、共に現実にする。	81.2
2	バルミューダ	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。	78.5
3	サンリオ	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。	75.4
4	TOYO TIRE	まだ、走ったことのない道へ。	73.9
5	ソニー	クリエイティブとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす。	73.4
6	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	71.9
7	セイコーグループ	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す、世界中が笑顔であふれる未来を創ります。	70.6
8	伊藤忠テクノソリューションズ	Challenging Tomorrow's Changes 変わっていく。挑んでいく。	70.4
9	三井物産	世界中の未来をつくる	70.0
10	三井ホーム	憧れを、かたちに。	69.9

表 5. 全部門共通「親近感」トップ10

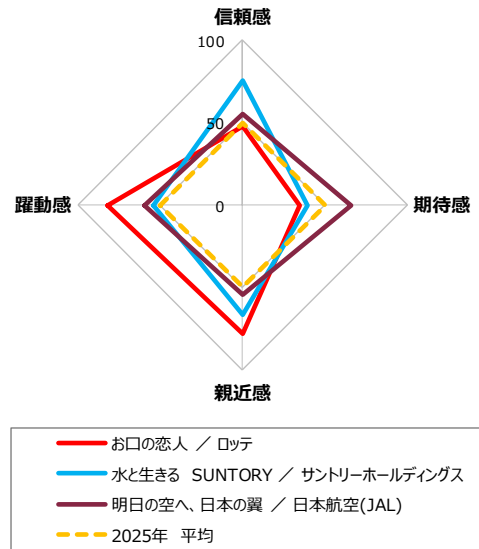
順位	企業名	メッセージ	スコア (pt)
1	コスモエネルギーホールディングス (コスモ石油)	ココロも満タンに	90.5
2	ファミリーマート	あなたと、コンビニに、ファミリーマート	84.2
3	ローソン	マチのほっとステーション	82.6
4	エバラ食品工業	こころ、はずむ、おいしさ。	81.3
5	森永製菓	おいしく たのしく すこやかに	79.9
6	ロッテ	お口の恋人	78.3
7	キューピー	愛は食卓にある。	77.3
8	テーブルマーク	食事をうれしく、食卓をたのしく。	76.7
9	セブン-イレブン・ジャパン	近くて便利	76.5
10	サッポロビール	乾杯をもっとおいしく	76.4

表 6. 全部門共通「躍動感」トップ10

順位	企業名	メッセージ	スコア (pt)
1	亀田製菓	NICE! RICE!	85.3
1	大創産業 (ダイソー)	だんぜん! ダイソー	85.3
3	クラシエホールディングス	CRAZY KRACIE	84.3
4	赤城乳業	あそびましょ。AKAGI	84.1
5	日清食品ホールディングス	食足世平 食創為世 美健賢食 食為聖職	83.3
6	ロッテ	お口の恋人	81.9
7	味の素AGF	いつでも、ふう。AGF	80.0
8	横浜ゴム	すごいをさりげなく	79.5
9	パールホールディングス	はたらいて、笑おう。	77.8
10	エスビー食品	そこに、スパイス&ハーブ	77.3

(図1：4指標の合計得点上位3メッセージの印象度チャート)

		信頼感	期待感	親近感	躍動感
スコア (pt)	お口の恋人 / ロッテ	47.9	34.7	78.3	81.9
	水と生きる SUNTORY / サントリーホールディングス	75.7	39.6	66.6	53.8
	明日の空へ、日本の翼 / 日本航空(JAL)	55.4	65.9	54.5	59.4
	2025年 平均	50.0	50.0	50.0	50.0
順位	お口の恋人 / ロッテ	163	309	6	6
	水と生きる SUNTORY / サントリーホールディングス	3	263	23	81
	明日の空へ、日本の翼 / 日本航空(JAL)	85	21	81	47



調査概要

企業メッセージ調査は、2002年に第1回を実施

過去、「お口の恋人」(ロッテ)、「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」(ファミリーマート)、「ココロも満タンに」(コスモエネルギーホールディングス)のようなメッセージが高評価だった。このような企業メッセージに対して、毎年、2万人以上の一般生活者が評価している

調査名称：「企業メッセージ調査2025」

調査機関：日経BPコンサルティング ブランドコミュニケーション部

調査目的：

- ・一般生活者の企業メッセージへの認知、理解、好感、実践、事業との親和性、イメージを測定する
- ・企業メッセージがその企業を象徴したもの、代表性のあるものになっているか、また、効果的で適切なものかを判断する指標を提供する
- ・効果を上げている企業メッセージに共通する要素や使用法を明らかにする
- ・基本的なデータと、効果的な企業メッセージの選定、使用を考える上で役立つ情報を提供する

※企業メッセージについて

企業や企業グループが、自社のコンセプトや理念、姿勢、方針などを社外(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、浸透させるために全社的に一貫して使用しているフレーズや文言を、ここでは「企業メッセージ」と定義します

※本調査では主に、パーパス、ミッション、ブランドメッセージに該当するものをノミネート

調査内容：

- ・各企業メッセージに対応する企業名を自由記入式で尋ねる設問
- ・各企業メッセージの認知、理解、好感、イメージなどの設問
- ・一般生活者の属性(年齢、性別、職業)

調査対象メッセージ：318メッセージ(企業数：239社)。弊社で、上記定義に当てはまると判断した国内主要なメッセージをノミネート。

※特定の事業のメッセージを含む場合もある。調査票及び報告書では、調査時点での企業名を用いた

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)

調査期間：2025年7月16日～7月31日

告知方法：調査協力依頼メールを配信

回収数：21,942件

■企業メッセージ調査について

(URL: <https://consult.nikkeibp.co.jp/branding/solutions/cm/>)

《このリリースに関するお問い合わせ》

株式会社日経BPコンサルティング ブランドコミュニケーション部

担当：伊藤 憲

〒105-8308 東京都港区虎ノ門4-3-12

お問い合わせフォーム：<https://consult.nikkeibp.co.jp/contact/>