

2024年9月2日  
(6-19)

## 東急エージェンシー ゆえん 「ブランディング実践企業の実態調査」を実施

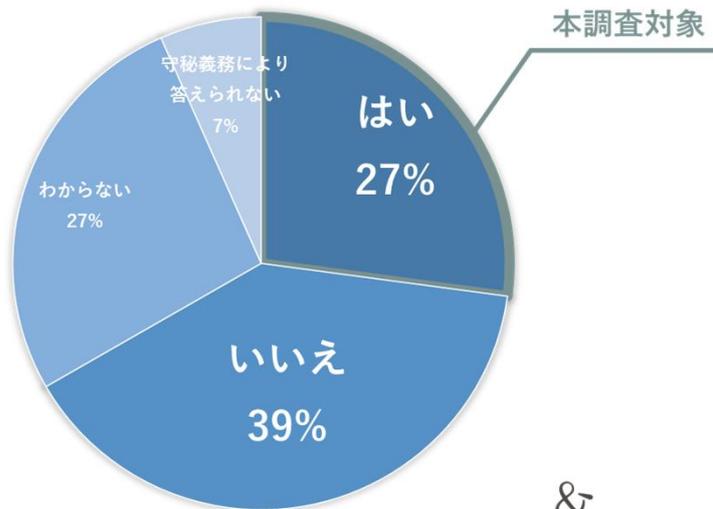
株式会社東急エージェンシー(本社：東京都港区 代表取締役 社長執行役員：高坂俊之)は、企業や事業のブランディングの構築、実践、浸透までを支援する、ブランドコンサルティングユニット「ゆえん」が「ブランディング実践企業の実態調査」を実施したことをお知らせします。

企業価値の向上は重要な経営課題であり、ブランディングの実践に対する関心がますます高まりをみせています。当社が2024年4月に立ちあげたブランドコンサルティングユニット「ゆえん」は、企業の経営者と従業員に対して、自社の企業ブランディングの取り組みに関するアンケート調査を実施し、「持続性の高い企業ブランディング」のポイントをまとめました。「ゆえん」は、今後もお客さまとの価値共創を目指し、課題に寄り添い、ブランドの構築、実践、浸透までを伴走支援してまいります。

### 「企業ブランディング実践企業へのアンケート調査からわかった、持続性の高い企業ブランディングのポイント」

#### 1. 企業ブランディングを実践している割合は、3割弱

Q: 「企業ブランディング」の取り組みを行っていますか。



&amp;

ゆえん調べ  
2024年7月「企業ブランディングの実態調査」  
企業の経営者および従業員 n=2,200

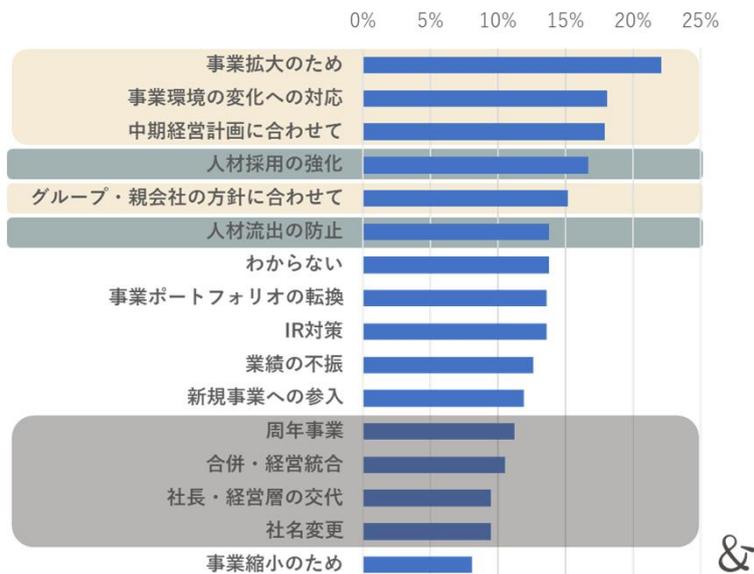
この件に関するお問い合わせ先  
株式会社東急エージェンシー  
コーポレート本部 コーポレートブランディング局 広報部 泉、高山、寺本  
Mail : [kouhou@tokyu-agc.co.jp](mailto:kouhou@tokyu-agc.co.jp)



SYMPHONIZED VALUE CREATION.  
[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)

## 2. 企業ブランディング実践のきっかけは、事業拡大や事業環境変化、更には人材獲得も

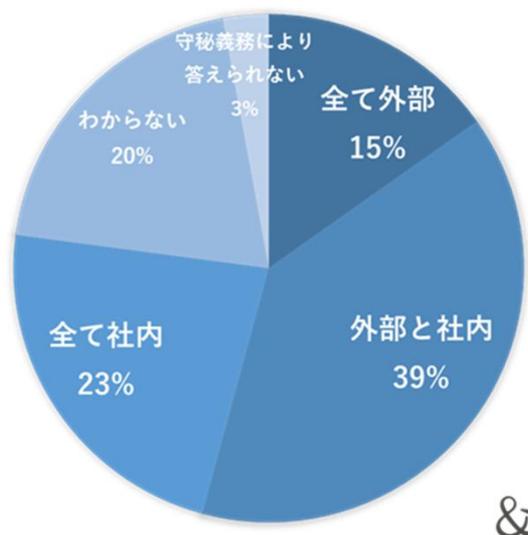
Q: 「企業ブランディング」に取り組んだきっかけ



ゆえん調べ  
2024年7月「企業ブランディングの実態調査」  
企業ブランディング実践企業の経営者および従業員 n=420

## 3. ブランディングの実践は、外部企業の支援を受けて進めるケースが多い

Q: 「企業ブランディング」の外部委託・依頼の有無



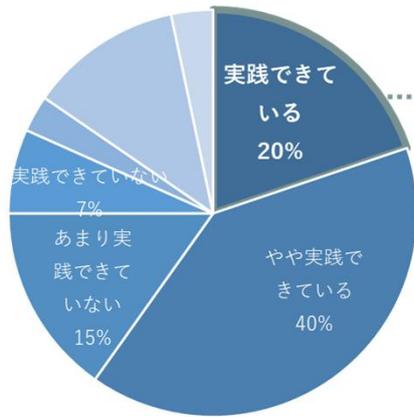
ゆえん調べ  
2024年7月「企業ブランディングの実態調査」  
企業ブランディング実践企業の経営者および従業員 n=420

この件に関するお問い合わせ先  
株式会社東急エージェンシー  
コーポレート本部 コーポレートブランディング局 広報部 泉、高山、寺本  
Mail : [kouhou@tokyu-agc.co.jp](mailto:kouhou@tokyu-agc.co.jp)

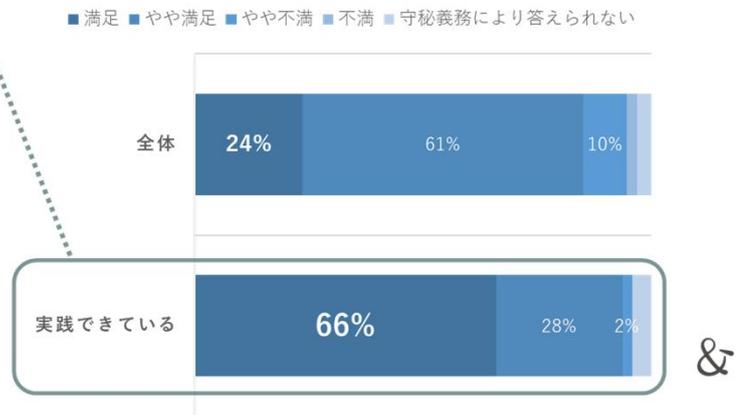
  
SYMPHONIZED VALUE CREATION.  
[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)

#### 4. ブランディングの満足度の高さと継続率は相関しており、継続してブランディングを実践している企業ではその満足度も高いことがわかる

Q:継続したブランディングを実践しているか



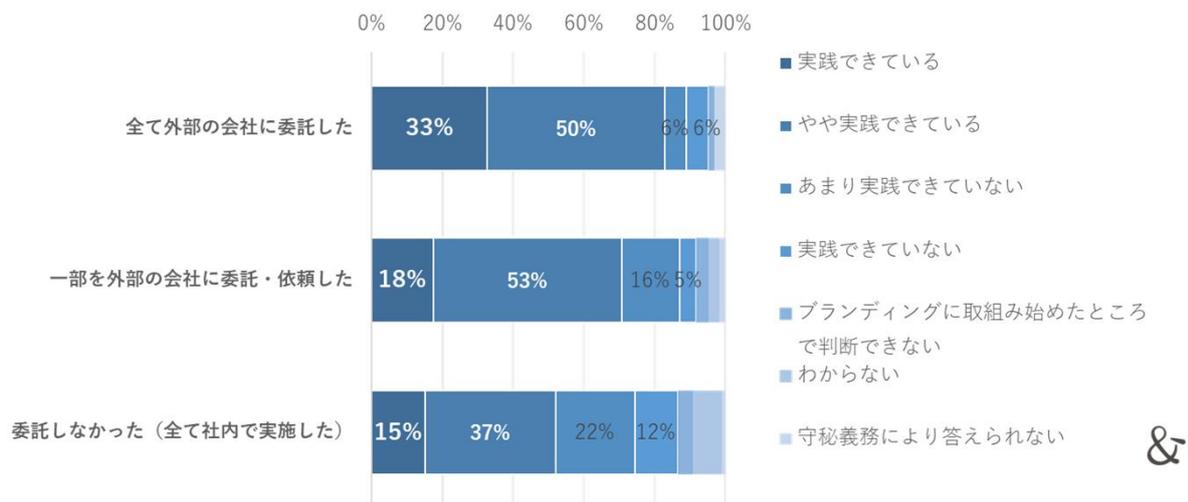
Q:継続実践状況別のブランディングの満足度（外部委託あり）



ゆえん調べ  
2024年7月「企業ブランディングの実態調査」  
企業ブランディング実践企業の経営者および従業員 n=420

#### 5. 自社内のみで行うブランディングより、外部企業に支援を受けたブランディング実践のほうが続続性が高い

Q.あなたが働いている会社では、「企業ブランディング」の取組みを継続して実践できていると思われますか。

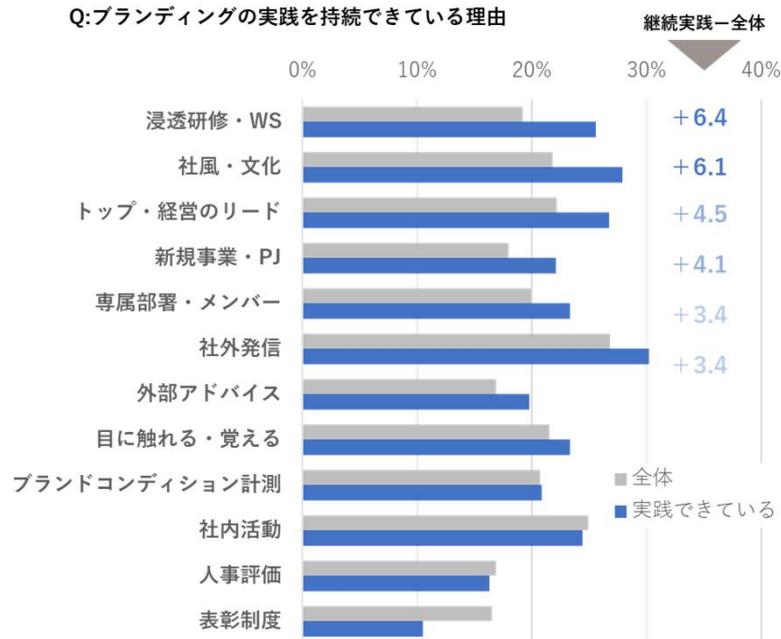


ゆえん調べ  
2024年7月「企業ブランディングの実態調査」  
企業ブランディング実践企業の経営者および従業員 n=420

この件に関するお問い合わせ先  
株式会社東急エージェンシー  
コーポレート本部 コーポレートブランディング局 広報部 泉、高山、寺本  
Mail : [kouhou@tokyu-agc.co.jp](mailto:kouhou@tokyu-agc.co.jp)

  
SYMPHONIZED VALUE CREATION.  
[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)

6. 継続して実践する持続型ブランディングのポイントは、ブランドの情報を伝えるだけでは十分ではなく、「社内」「経営」「ステークホルダー」への働きかけを行うことが鍵である



&

ゆえん調べ  
2024年7月「企業ブランディングの実態調査」  
企業ブランディングを継続して実践している  
企業の経営者および従業員 n=261

7. 外部企業による支援では自社単独よりも多くのメリットが得られるが、社内の納得感が得られにくく浸透が進まないことや、自社への理解が十分ではないことなどデメリットも存在する。企業文化や社内環境を理解した上で浸透策まで想定できる外部企業かどうかで選ぶ必要がある

<満足の理由>

- ・社内だけでは思いつかない結論に至ったから
- ・プロの手を借りることは大事な所に関しては必要
- ・整理され頭に入りやすい形に仕上がった

<不満の理由>

- ・やらされ感が強い
- ・自社で考えず、外部委託して考えた理念の意味が社内で浸透していないから
- ・コンサルの考え方がズレているところがあったから

【調査概要】

2024年7月「企業ブランディングの実態調査」  
企業ブランディングの経験がある企業の経営者および従業員 n=2,200

## 「ゆえん YOU AND」

ファシリテーション型のブランドコンサルティングユニット。2006年より東急エージェンシーが提供する共創型ブランディング支援サービス「V-WAYS®」から、お客さまが直面する課題の変化にお応えするため、ブランドコンサルティングにフォーカスして誕生したユニットです。ユニット名の「ゆえん」には、ブランドに不可欠であると信じる要素を込めています。

由縁：起源やルーツ、お客さまとの縁／所以：存在意義や価値の根拠／YOU AND：お客さまと企業、社会、共創する相手

「ゆえん」は、ブランドの由縁、所以を大切に、企業・事業に内在する個性を磨きあげ、顧客に「唯一無二」の存在として愛されるブランドづくりをファシリテートします。

顧客と、はたらく人と、社会と、「ゆえん」は、健全な縁を結ぶブランドを増やし、心踊る未来をつくっていきます。

URL：<https://youand-firm.jp>

※商標登録・意匠登録出願中

お問い合わせ：[contact@youand-firm.jp](mailto:contact@youand-firm.jp)

---

この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

コーポレート本部 コーポレートブランディング局 広報部 泉、高山、寺本

Mail：[kouhou@tokyu-agc.co.jp](mailto:kouhou@tokyu-agc.co.jp)



SYMPHONIZED VALUE CREATION.

[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)