

スローガンの作り方 要点まとめ

 Money Forward クラウド

※当資料に従うことで、法令違反がないことを保証する資料ではありません。
※あくまで参考としてご利用いただくことを想定している資料です。実際の制度内容は国の資料等をご確認ください。
※当資料は、2025年5月時点の内容となっております。最新の情報は国の資料等をご確認ください。

スローガンの作り方 要点まとめ

スローガンとは、組織の情報や理念、活動目的を短い言葉で表現したものです。組織内外に方向性や存在意義を明確に伝え、MVV（ミッション・ビジョン・バリュー）の一部となることもあります。商業的な販売促進を主目的とするキャッチコピーとは区別されます。

■ スローガンの重要性

- **チームの方向性共有**：メンバーの理解を促し連帯感を高め、組織全体の目標達成を後押しします。
- **企業ブランド向上**：シンプルで印象的な言葉は、企業の認知度を高め、ブランドイメージの確立・向上に貢献します。
- **企業理念浸透**：短い言葉で理念を示すため、社員が常に理念を意識した行動を取るよう促し、社外の理解も深めます。
- **モチベーション向上**：企業の目的を社員が意識し、業務の意義を認識することで、仕事への意欲が高まります。

■ スローガンの作り方

- **メッセージ性を込める**：企業が最も訴えたい核心的な内容を込めます。
- **自社をわかりやすく表現**：企業の特性や重視する価値観、将来の方向性を明確に反映させます。

スローガンの作り方 要点まとめ

■ スローガンの作り方

- **誰に何を伝えたいか明確に**：対象（社会、顧客、従業員など）を定め、それに合わせたメッセージを構築します。
- **企業理念と連動させる**：理念と矛盾しない言葉を選び、一貫性のある企業イメージと信頼を築きます。
- **ポジティブなワード選定**：前向きな言葉で構成し、企業や従業員に良い印象と愛着をもたらします。

■ スローガン浸透のポイント

- **Webやポスター等に掲載**：ホームページ、広告、社内報など、あらゆる媒体で積極的に使用し、目に触れる機会を増やします。
- **社会貢献の意味を含ませる**：環境配慮や社会支援など、企業の貢献活動を想起させる言葉は共感を呼び、浸透しやすくなります。
- **経営陣がスローガンを意識した行動**：経営層自らがスローガンを体現することで、社内外への説得力と信頼性が高まります。

スローガンの作り方 要点まとめ

■ 企業のスローガン例

会社名	最新スローガン
日本航空	明日の空へ、日本の翼
資生堂	BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD
トヨタ自動車	クルマの未来を変えていこう！
ロッテ	お口の恋人
マクドナルド	i'm lovin' it