

2025年12月17日
株式会社オンワードコーポレートデザイン

**約9割が「ユニフォームが企業のイメージに影響を与える」と回答
商品やサービスを選ぶ際に最も重視するのは「企業の信頼性や安心感」
企業ブランディングの重要性が明らかに
～「企業ユニフォームとブランディングに関する調査」を実施～**

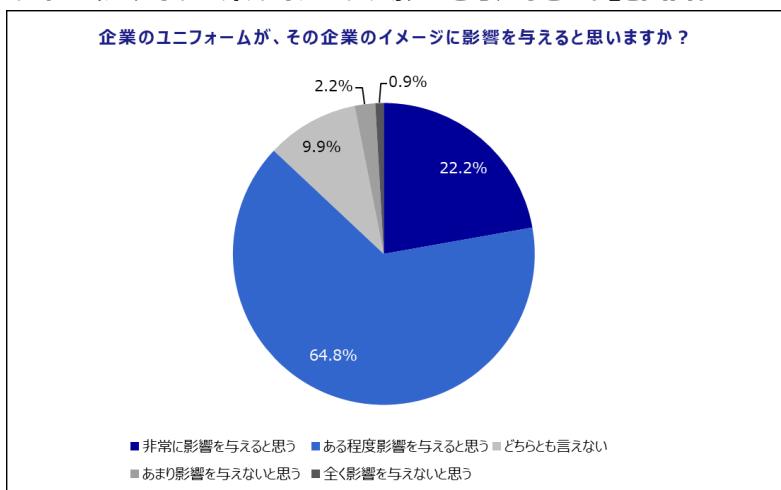
株式会社オンワードコーポレートデザイン（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：村上 哲）は、全国の20歳以上の男女554名を対象に、「企業ユニフォームとブランディングに関する調査」を実施しました。

■調査結果サマリー

- 87%が「企業のユニフォームが、その企業のイメージに影響を与えると思う」と回答。
- 「ブランドカラーの活用」「清潔感」「デザインの独自性」が、印象に残るユニフォームの重要な要素。
- 72.6%が「企業のユニフォームが、その企業の経営理念やビジョンを顧客に伝える上で重要」と回答。
- ユニフォームから得た好感度は、その企業のサービスや商品を選んだり、利用したりする意欲にも影響を与える。
- 新しい商品やサービスを選ぶ際、特に重視する点は「商品やサービスの品質・性能」よりも「企業の信頼性や安心感」が多い結果となり、企業ブランディングの重要性が明らかに。

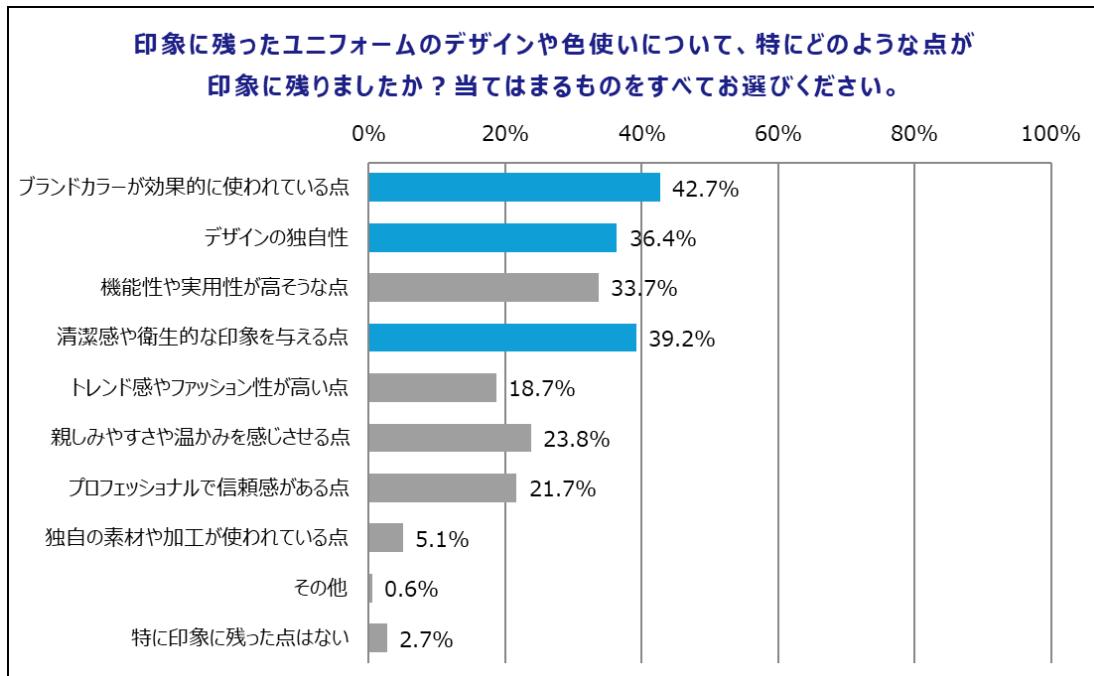
■企業ユニフォームとブランディングに関する調査結果

①87%が「企業のユニフォームが、その企業のイメージに影響を与えると思う」と回答。



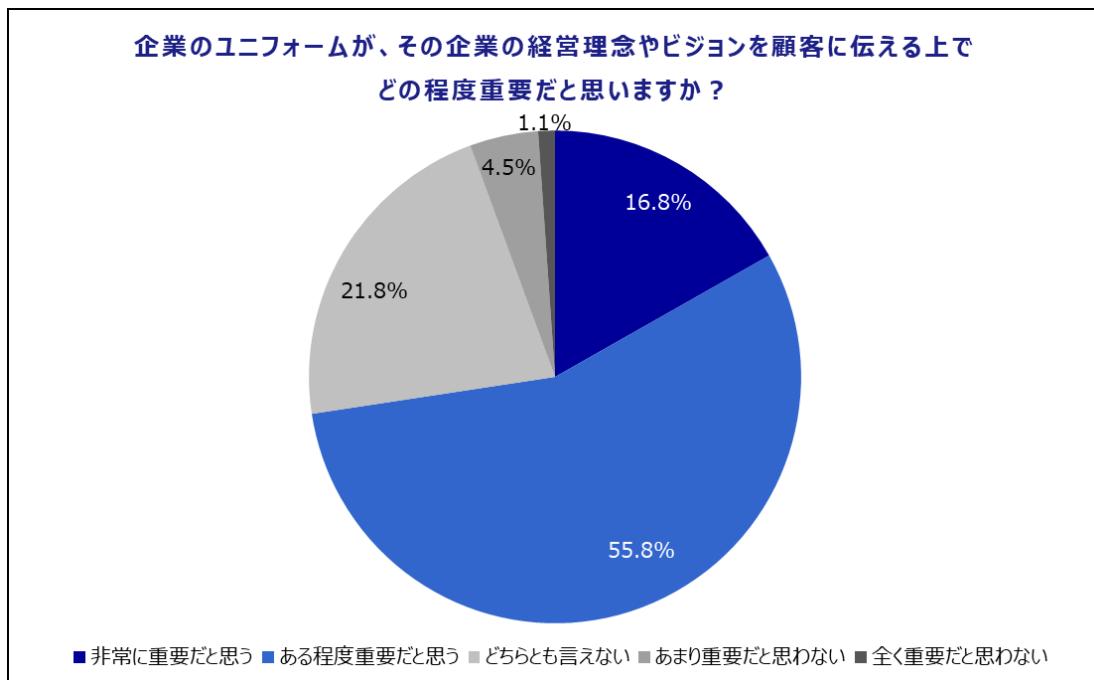
「企業のユニフォームが、その企業のイメージに影響を与えると思いますか？」という設問に対し、「非常に影響を与えると思う（22.2%）」「ある程度影響を与えると思う（64.8%）」と回答した人が87%を占めました。ユニフォームが企業イメージに大きな影響を与えることがわかりました。

②「ブランドカラーの活用」・「清潔感」・「デザインの独自性」が、印象に残るユニフォームの重要な要素。



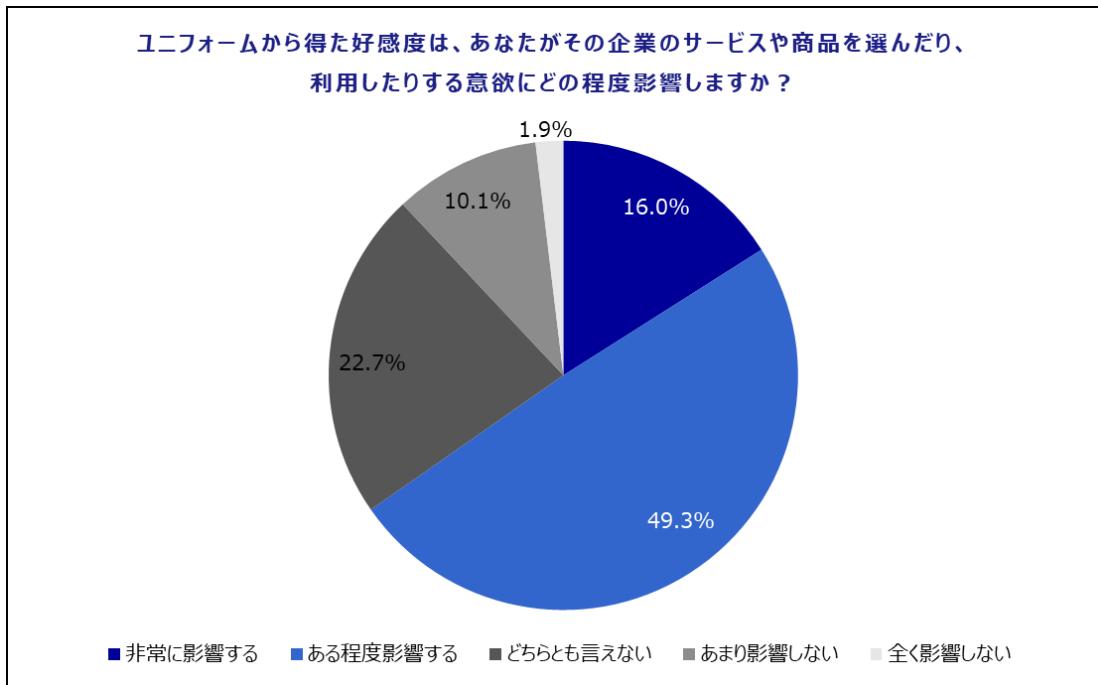
印象に残ったユニフォームのデザインや色使いについて、特にどのような点が印象に残ったかを質問したところ、最も多かった回答は「ブランドカラーが効果的に使われている点」(42.7%)、次いで「清潔感や衛生的な印象を与える点」(39.2%)、「デザインの独自性」(36.4%)となりました。企業のユニフォームとして重要な清潔感や衛生的な印象を保つつつ、ブランドカラーを効果的に使用し、独自性のあるデザインであることが、印象に残るための重要な要素であることが判明しました。

③72.6%が「企業のユニフォームが、その企業の経営理念やビジョンを顧客に伝える上で重要」と回答。



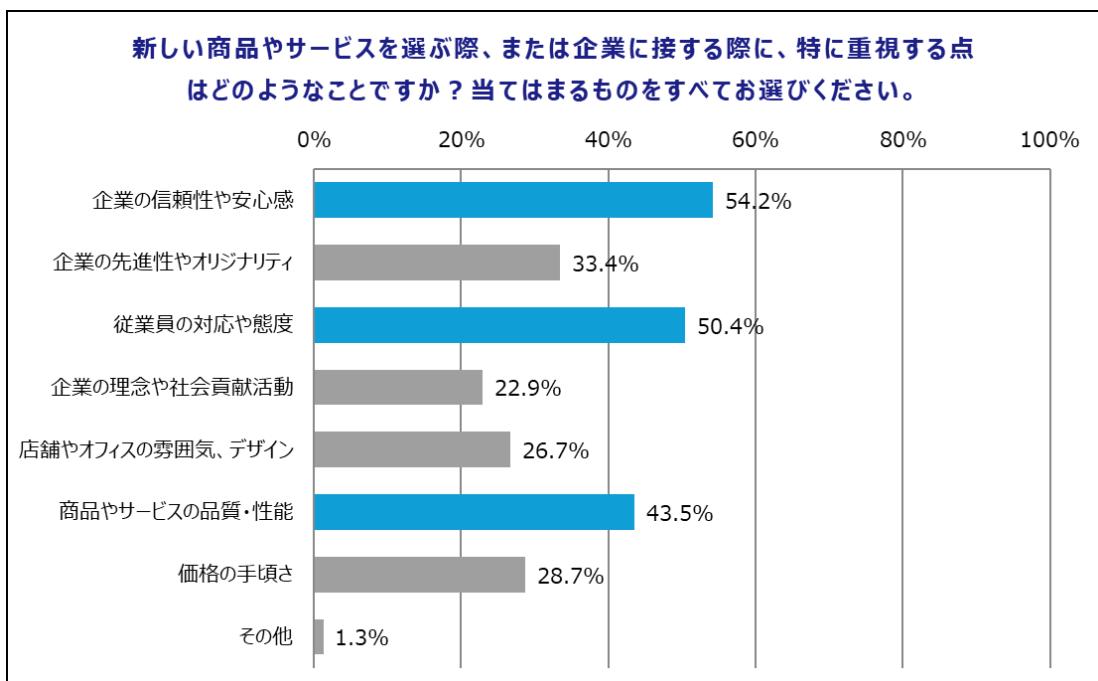
「企業のユニフォームが、その企業の経営理念やビジョンを顧客に伝える上でどの程度重要だと思いますか？」という設問に対し、「非常に重要だと思う（16.8%）」、「ある程度重要だと思う（55.8%）」と回答した人が72.6%を占めました。ユニフォームは経営理念やビジョンを伝えるツールとしても非常に重要な役割を担っていることがわかりました。

④ユニフォームから得た好感度は、その企業のサービスや商品を選んだり、利用したりする意欲にも影響を与える。



「ユニフォームから得た好感度は、あなたがその企業のサービスや商品を選んだり、利用したりする意欲にどの程度影響しますか？」という設問に対し、「非常に影響する（16%）」「ある程度影響する（49.3%）」と回答した人が65.3%を占め、ユニフォームから得た好感度がサービスや商品の購買・利用に影響することが判明しました。

⑤新しい商品やサービスを選ぶ際、特に重視する点は「商品やサービスの品質・性能」よりも「企業の信頼性や安心感」が多い結果となり、企業ブランディングの重要性が明らかに。



新しい商品やサービスを選ぶ際、または企業に接する際に、特に重視する点について質問したところ、最も多かった回答は「企業の信頼性や安心感」（54.2%）、次いで「従業員の対応や態度」（50.4%）、「商品やサービスの品質・性能」（43.5%）となりました。「商品やサービスの品質・性能」よりも「企業の信頼性や安心感」が多い結果となり、企業ブランディングの重要性が明らかになりました。

■調査概要

調査主体：株式会社オンワードコーポレートデザイン

調査方法：インターネットアンケート

調査システム：Fastask

調査対象：全国の20歳以上の男女554名

調査期間：2025年11月6日（木）～2025年11月7日（金）

■まとめ

本調査では、ユニフォームが企業のイメージに大きな影響を与え、さらにユニフォームから得た好感度は企業のサービスや商品を選んだり、利用したりする意欲にも関わることが明らかになりました。

生産年齢人口の大幅な減少によって、一層売り手市場の傾向が強まり、人材獲得競争が激化しています。それに伴い、企業が持つ「独自性」や「価値観」といった魅力を世の中に伝えるブランディングの重要性も増しています。一貫した企業姿勢をユニフォームづくりのプロセスやデザインに落とし込むことは、企業ブランド形成の一助になります。

当社は60年以上に渡ってオリジナルユニフォームを提供してきた実績と知見をもとに、お客様との対話から潜在的な課題・ニーズを引き出し、業界や社会の変化を見据えて最適なご支援を提供します。

当社の企業ユニフォーム事業について：<https://uniform.onward-cd.co.jp/>

■株式会社オンワードコーポレートデザイン概要

オンワードコーポレートデザインは、法人向けのユニフォームやセールスプロモーション、空間づくりを通じて顧客ブランド支援をする会社です。創業から60年以上、2,000社を超える企業の課題と向き合ってきたノウハウやオンワードグループのモノづくりの知見を武器に、顧客の“らしさ”や“ありたい”をつくります。

代表者：代表取締役社長 村上 哲

所在地：〒102-8115 東京都千代田区飯田橋二丁目10-10

設立：1962年（昭和37年）4月23日

URL：<https://www.onward-cd.co.jp>

【各サービスサイト】

企業向けユニフォーム：<https://uniform.onward-cd.co.jp/>

学生服 : <https://school.onward-cd.co.jp/>

メディカルウェア : <https://medical.onward-cd.co.jp/>

インサイトセールス : <https://solution.onward-cd.co.jp/>