

日付 2025/10/29 (水) 12:30

カスター＆ビジネスソリューションカンパニー
ご所属の皆さま

この通信では、『IGNITUREに関するニュース』や
『IGNITUREのソリューション』などを楽しく紹介していきます！
※今号は、ブランド講演会&ブランディング施策特集の第2弾です。

<<<<<<<<< 第25回 >>>>>>>>>

△ ..△・TOPIC①ブランド講演会「東京ガスらしさ」を次の世代へ」特集②
(△..△)・TOPIC②武蔵小杉エリア限定でブランディング施策が始まりました！特集②
~(_u,u) **※本メルマガの写真を転送されたい方はご相談ください。**

——** **TOPIC①ブランド講演会「東京ガスらしさ」を次の世代へ」特集②！** **——

＼アンケートからみなさまのブランド体験をPick Up♪／

今回は、ご自身の業務を通じて感じた「ブランド体験（※）」と、前回に引き続き
ご自身の業務でブランド価値を高めていくための行動案を、それぞれ3つずつご紹介します♪

※ブランド体験とは、企業が一方的に与えるものではなく、受け手（社員やお客さま）が
ブランドの想いを自分ごととして感じた瞬間を指します。
(その体験は「購入」「接客」「広告」「会話」など、どんな場面でも起こり得ます。)

＜質問①＞ご自身の経験の中で印象に残っている「ブランド体験」はありますか？

❶ お客様への対応

自社で手掛けているリヴィングモアリフォームに対し、当社を選んでいただいたお客様から
「リフォームという（顧客と会社の）協働プロジェクトにおいて御社の担当は最後まで親身に寄り添ってくれた」
「常にプロとしての提案で私の背中を押してくれた」「価格は安くない、しかし満足できるもの」
といった声をいただいている。

❷ コミュニケーションでの信頼獲得

定期保安点検作業では、よく水まわりの困りごとを耳にする機会があります。台所や風呂など、
ガスではない部分はどうしよう、と困っているお客様に、
東京ガスのサービスを紹介した際には表情がパッと明るくなつたことを覚えています。
とりあえずTGに頼めばいいのか、と納得できていたご様子でした。

❸ サービスや商品への感動

ハウスメーカー分譲地用に当社のIGNITUREソーラーのパネルを用意するときに、
“東京ガスのロゴが入っているとブランド力ありますからね”と言われました。
客先の集客に一役買っていることを実感でき、誇りに思いました。

＜質問②＞今回の講演会を聴いて、ご自身がどのような行動をすること

ブランド価値（東京ガスやIGNITURE）を高めていくと思いますか。

もしくは、フォロワー（※）として、どのような活動をしたいと思いますか。

具体的な行動案を教えてください。

※フォロワーとは、ブランドを応援する人を指します。

❶ 社内に対する行動に関するもの

お客様対応だけでなく、社内でも信頼のおける関係を築くことで

ブランド価値を高めていきたいと思う。

❷ 自分の業務・作業に関するもの

お客様の期待値を超えた取組みや行動が感動を生み、成功体験として記憶に残ると思うので、
社員一人一人がスキルを高め、プロ意識をもって日々のアクションに取り組むとともに、
良い意味でお客様の期待を裏切る斬新なサービスや取組みを並行的に展開することが、
認知度や企業イメージの向上に繋がると思います。

❸ フォロワーとしての行動

単純ではありますが、できるだけ露出し続ける、ということが大事なのかなと改めて思いました。
「なんとなく」のメジャー感で人は充分に動くので、その醸成に微力ながら貢献できればと思います。

＼アンケートの〆切に間に合わなかった方、もう一度見たい方はこちら！／

ブランド講演会をまだ見ていないよ…という方は、ぜひ、アーカイブ動画をご視聴ください!!
アンケートも可能でしたら、ご回答ください。

■アーカイブ視聴

[ブランド講演会「東京ガスらしさ」を次の世代へ」アーカイブ動画](#)

■アンケート

[ブランド講演会「東京ガスらしさ」を次の世代へ」アンケート](#)

————** **TOPIC②** 武藏小杉エリア限定でプランディング施策が始まりました！特集② **————

◆まだ対象エリアでプランディング施策が展開中！◆

＼ 画像をクリックすると動画が流れます！／



こちらの動画を目にされた方もいるのではないでしょうか？
現在、JR南武線武藏小杉駅の改札前フラッグ掲出やホームドアシート、南武線トレインチャンネル、
その他、川崎市中原区限定で、TVerやYouTube広告、X広告など複数メディアに
プランディング施策を展開しています！
※詳しい情報は前号をご覧ください！

SNSでも続々と反響の声をご投稿いただいているます！



東京ガス浜松町本社にもポスターを掲載しました 😊

この施策をもっと皆さんにも知っていただきたい！という気持ちを込めて、
東京ガス浜松町本社2階エントランス、14階、16階にポスターを掲示しました。



もし武蔵小杉周辺や浜松町本社で見かけたら、ご感想やご意見、お客さまからの反応など
ぜひブランディング推進グループまでお知らせいただけると嬉しいです！

今後は、東京ガスの電気とハウスクリーニングを連携し効率的に認知を獲得できるか、
くらしまわり事業において「東京ガス」ブランドがどのくらい多くの人に
想起されるようになったのか、また「くらしのプロフェッショナル」としての
ブランドイメージがどの程度向上したのかを検証していく予定です。
検証結果は、IGNITURE通信からの発信を検討しています。

引き続き、ご注目ください！

————** 筆者の後書き **————

最後までお読みいただきありがとうございました。
今回は、実際の業務の中で“ブランドを体現していく”姿を特集させていただき、
一人ひとりの行動がブランド形作っていることが、改めてわかりました。
そして武蔵小杉エリアの取組みはSNSを通じて反響があり、少しずつ
目に見える形で広がっていることを実感しています。
この取組みを通じて、どんどんブランドの輪が広がっていくと良いなと思います。