

企業における経営理念の現状

北九州市立大学経済学部 齋藤朗宏
北九州市立大学マネジメント研究科
武田寛

発表の内容

- 研究の目的
- 先行研究
- キーワードに関する集計結果
- コレスポネンデンス分析，クラスター分析，数量化3類による単語間，業種・企業間の関係の検討
- 今後の展望

研究の目的

- 経営理念は「経営戦略」などと比較すると、より長期的なビジョンで、企業が「どうあるべきか」を述べていることが多い。「社是・社訓」等も。
- 経営理念に関する研究は、国内では若林(1983), 鳥羽・浅野(1984)など古い。
- ビジヨナリー・カンパニー
 - 時代を超え、際立った存在であり続ける企業（ビジヨナリーカンパニー）には、時の試練に耐え変わることのない「基本理念」がある。
- 経営理念の現状を知ることに意味がある。

研究の目的

- 消費者の出すメッセージ
 - 口コミ
 - 購買行動
 - アンケート調査 etc.
- 企業の出すメッセージ
 - 商品
 - 自社ウェブページ
 - CM etc.
- 企業のあり方を示している経営理念は、対外的なメッセージでもあるのではないか？

先行研究

- 若林(1983) 全国3600社調査に見る社是・社訓, 経営者 1983-3月号, 14-18.
 - 全国3600社に対して調査.
 - 最も多い社是・社訓は「和(15.2%)」続いて「誠実」「努力」
 - 創意工夫や創造等が少ないのが日本企業の弱点.
 - 東は「誠実」, 西は「和」を重視.
 - ◆実際にはそうとは言えない(有意差は出ない).
 - 業種による特徴. 製造業では誠意, 貢献が強いなど.
 - 全体的に頻度を見ているだけである.

先行研究

- 鳥羽欽一郎・浅野俊光(1984)戦後日本の経営理念とその変化, 組織化学, 18(2), 37-51.
 - 経営理念は自戒型・規範型・方針型の3つの類型に分類される.
 - 内容としては目的, 目標, 手段, 社会的評価に分類される.
 - 社是・社訓のある会社は39.2%.
 - 製造業は少なく, 卸売業, 小売・サービス業と移るにつれて保有率は上がる.
 - 従業員数が多いほど保有率も高い.
 - 社是・社訓の浸透について, 経営者側に不満が多い.
 - 統計的な分析はなされていない.

研究の目的

- 日本企業の経営理念について、テキストマイニングの手法を用いて検討する。
- 特に、業種の持つイメージと経営理念で掲げている事項との関係について検討する。
- 今後、企業のメッセージと消費者のイメージとの関連性を分析する上での材料としたい。

方法

- ミッション・経営理念【社是社訓 第4版】，生産性出版，2004年を用い，掲載されている企業，合計983社の社是・社訓をデータベース化。
- Yahoo!ファイナンスのウェブページより東証33業種分類に基づいた業種情報を入手，データに加える。
- 非上場企業に関しては，可能な限り調査し，業種が明確なもの(〇〇生命保険……保険業など)についてはデータに加える。
- 業種不明は47社であった。

作成されたデータベース

keiei.csv

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	企業名	業種	経営理念						
2	(株)アークス	小売業	企業ステートメント CORPORATE STATEMENT	豊かな大地に輝く懸け橋	グループ				
3	(株)アール・エス・シー	サービス業	経営理念	1、創意工夫を尊重し、自由で明朗な気風のクリエイティブ企業をつくる。					
4	アコム(株)	その他金融業	企業理念	アコムは人間尊重の精神とお客さま第一義に基づき創造と革新の経営					
5	藍澤証券(株)	証券業	当社の理念	より多くの人に証券投資を通じより豊かな生活を提供する 経営姿勢					
6	(株)愛知銀行	銀行業	行是	一、堅実経営に徹します。一、地域中心の営業に徹します。一、リーティル、					
7	愛知機械工業(株)	輸送用機器	社是	わが社は常に信頼性のある優秀な製品を廉価に生産して社会に貢献する。					
8	愛知製鋼(株)	鉄鋼	経営理念	国際的視野にたち、若々しく、信頼される企業体質をもとに魅力ある商					
9	愛知時計電機(株)	精密機器	企業理念	「信頼、創造、奉仕」 私たちは創 造と奉仕を通じてお客様や社会の信					
10	愛知トヨタ自動車(株)	小売業	愛知トヨタの使命	「カーライフの新しい価値を創造し豊かな社会の実現に貢献する					
11	(株)アイフルホームテクノ	金属製品	社是	品質至上 綱領 良い家に住むことは万人の願い この願いを実現するため					
12	アイホン(株)	電気機器	われわれの合言葉	自分の仕事に責任を持って 他人に迷惑をかけるな わが社の掛					
13	(株)アイレックス	通信業	経営理念	豊かで住み良い地球にするために、コンピューターとコミュニケーション					
14	(株)青森銀行	銀行業	企業理念	地域のためにお客さまとともに 人を大切に					
15	アグロカネショウ(株)	化学	我が信条	第一、我々の責任は、我々の商品とサービスを利用するすべてのお客					
16	(株)アクシーズ	水産・農林業	経営指針	アクシーズは、我々が日頃口にする、日常の生活に必要な食品を取り					
17	アキレス(株)	化学	「和を以て貴しと為す」	アキレスは創業以来、「和を以て貴しと為す」を心のさ					
18	(株)秋田銀行	銀行業	行訓	1 自らにきびしく 他には思いやりの深い すぐれた人間をつくること 2 内に和					
19	(株)浅沼組	建設業	業理念	1 和の精神 2 誠意、熱意、創意 企業コンセプト 1 事業構造 創環境産業					
20	アサヒ飲料(株)	食料品	経営理念	わが社は飲料事業の分野で社会や市場の変化に対応し、高品質で安					
21	旭硝子(株)	ガラス・土石製	AGCグループビジョン	Look Beyond 私たちはガラスやフッ素化学等をコア技術と					
22	朝日生命保険(株)	保険業	経営理念	当社は、「契約者に対する責任」、「社会に対する責任」、「従業員に対					
23	アサヒビール(株)	食料品	わが社はビール事業を	主体とし、酒類、飲料、食品、薬品、不動産及びこれ等					
24	旭有機材工業(株)	化学	企業理念	・人が主役です。・お客様の信頼が命です。・技術がキラリと光ります					
25	(株)朝日ラバー	ゴム製品	社訓	一個性を尊重し特徴ある企業に高めよう 一豊かな人間関係、生活の向上					
26	アジア航測(株)	空運業	経営の基本姿勢	・健全な事業活動を通じて企業価値を向上させ、社会の発展に					
27	(株)あじかん	食料品	社是	共存共栄 相互信頼 良心の統合 誠の結合					

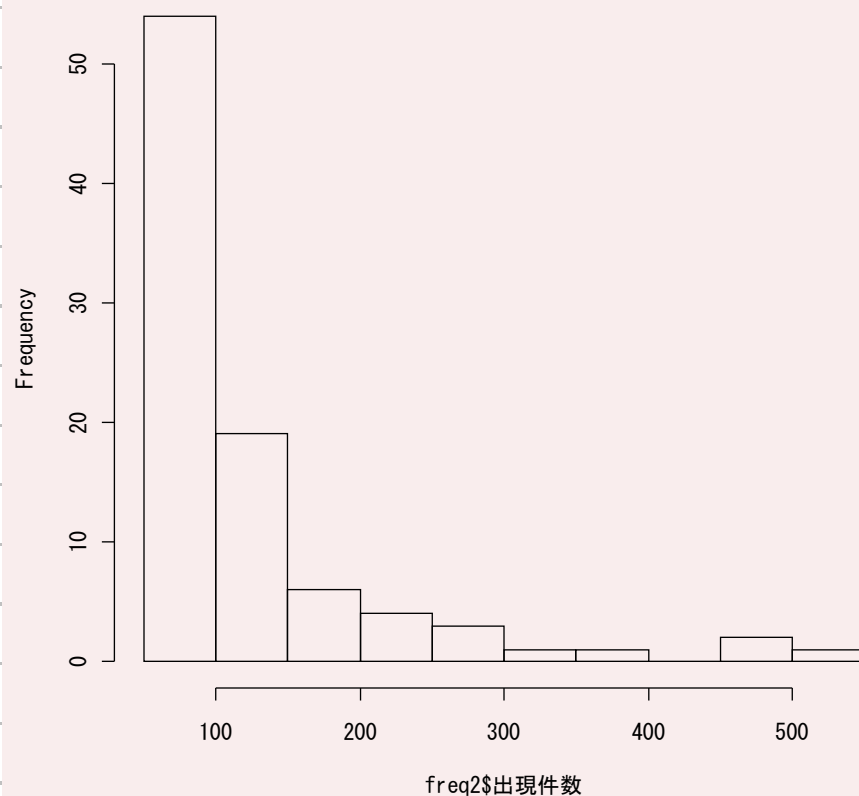
方法

- テキストの集計にはTinyTextMiner Ver0.64(松村, 2008)を使用(形態素解析にはMeCabを使用している).
- 分析にはR Ver2.9.2を使用.
- 不要な語を削った上で抽出された単語は約6300.
- 集計の際には, 「件数」に着目.
 - 一つの企業で何回同じ言葉が登場しても, 1回としてカウントする.

集計

	語	出現件数
1	顧客(お客様などを含む)	509
2	社会	495
3	貢献	493
4	人(人びとなどを含む)	394
5	提供	305
6	創造	291
7	行動	269
8	信頼	252
9	発展	242
10	豊か	239
11	サービス	212
12	価値	205
13	社員	197
14	技術	189
15	実現	168
中略		
87	和	52

Histogram of freq2\$出現件数



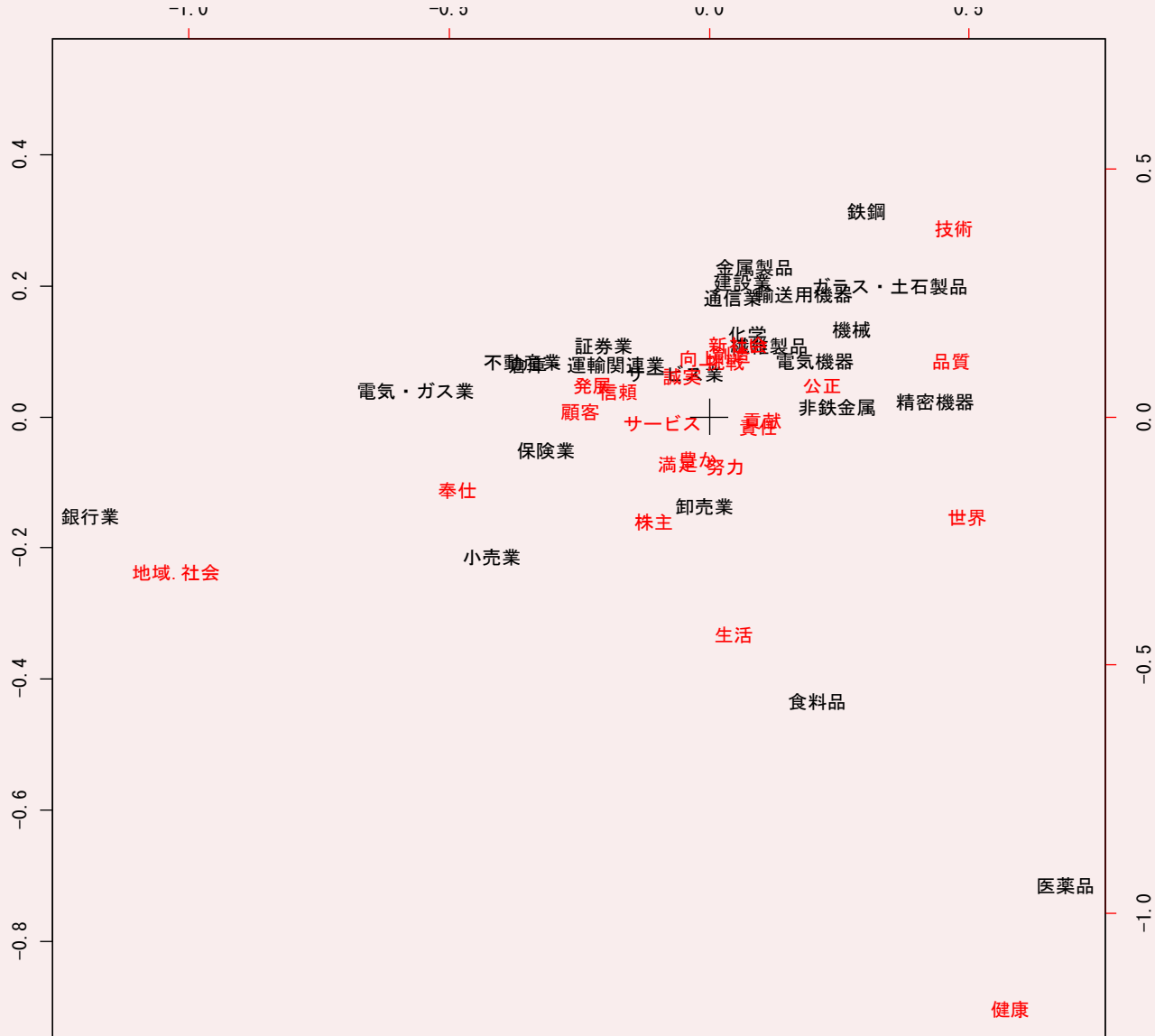
考察

- 25年前に15%の企業が掲げていた「和」を現在掲げているのは5%である.
- 「信頼」は変わらず多い.
- 社会や貢献, 提供, サービスなど, より外向きの言葉が増えている.
- トップが「顧客」であったことも含めて, 経営理念のメッセージ性が増したと考えるべき.

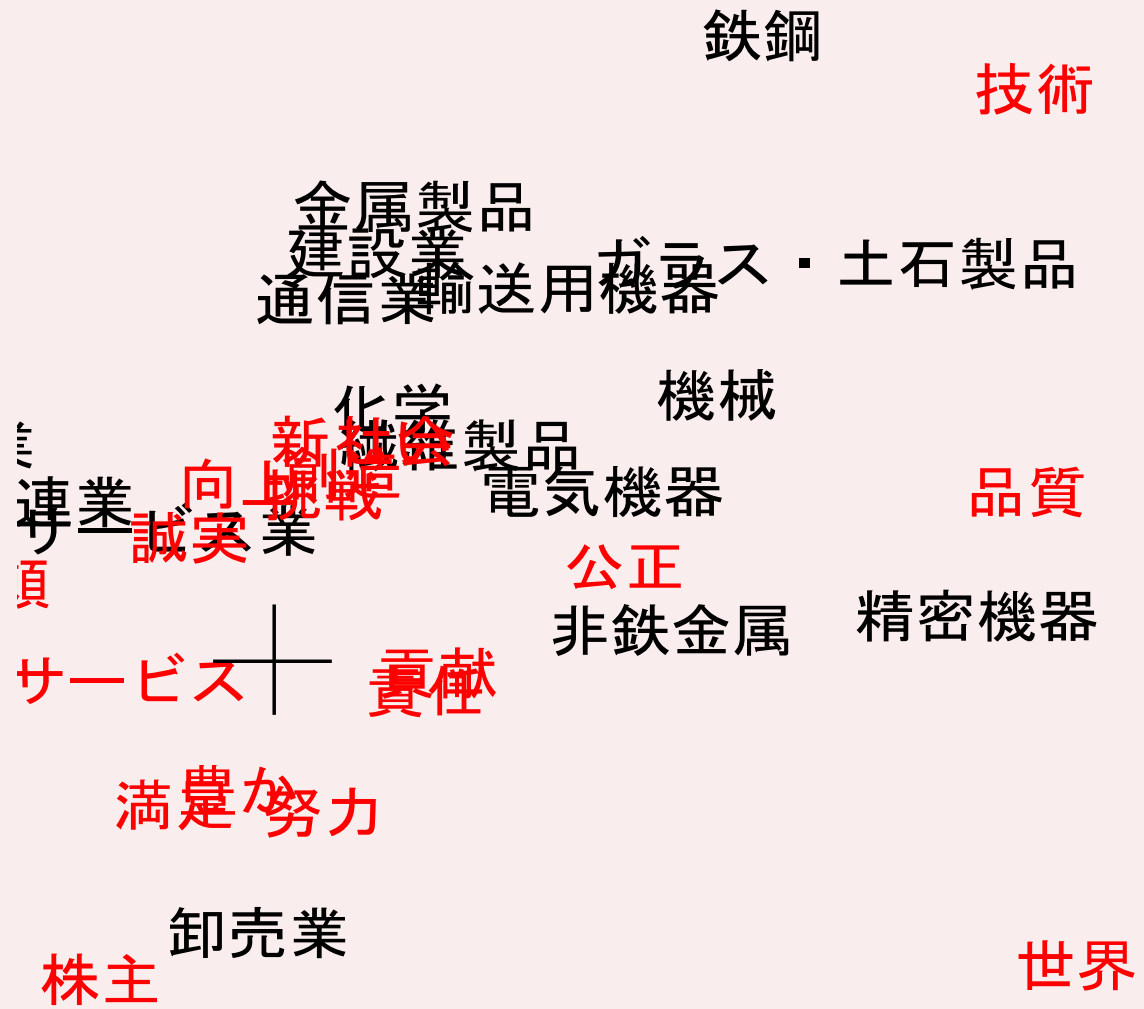
単語と業種のプロット (コレスポネンス分析)

- 単語数を絞り、90回以上登場、かつ分析に意味がありそうな単語24語を用いた。
 - また、分析の対象として価値が低いと思われるその他金融、その他製品、並びに企業数の少ないパルプ・紙、ゴム製品、水産・農林、石油・石炭は分析対象外とした。
 - また、陸運、海運、空運、倉庫・運輸関係業はまとめて倉庫、運輸関係業として扱う。
 - 業種×単語のデータとなる。
- 2次元では寄与率56%であった。

単語と業種のプロット (コレスポネンス分析)



単語と業種のプロット (コレスポネンス分析)



単語と業種のプロット (コレスポネンス分析)

金属製
建設業
通信業

化学
繊維業
新機軸

証券業
運輸関連業
不動産業
電気・ガス業

向上
誠実
顧客
サービス
貢献

保険業
満足
努力

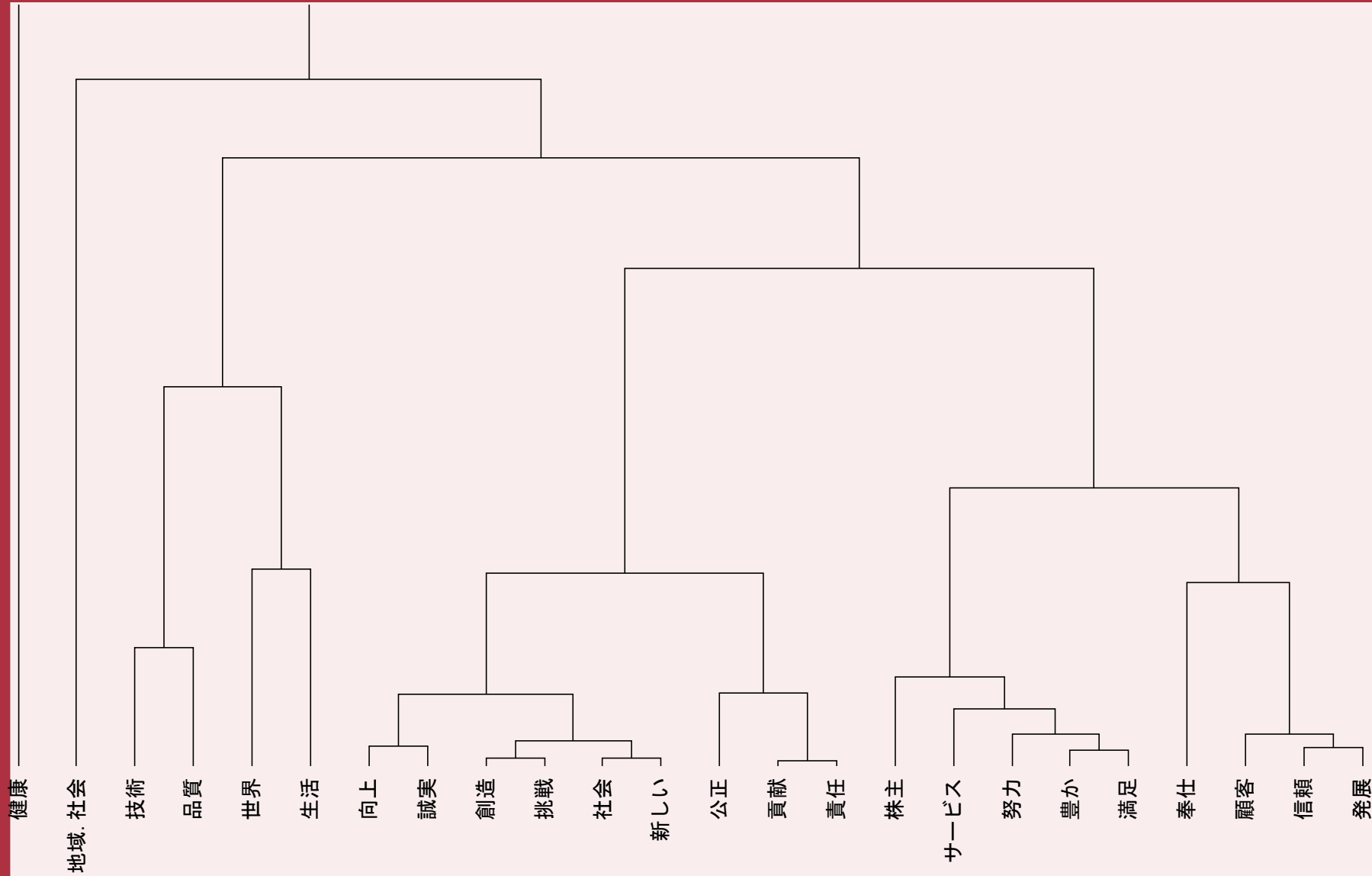
奉仕
卸売業
株主

小売業

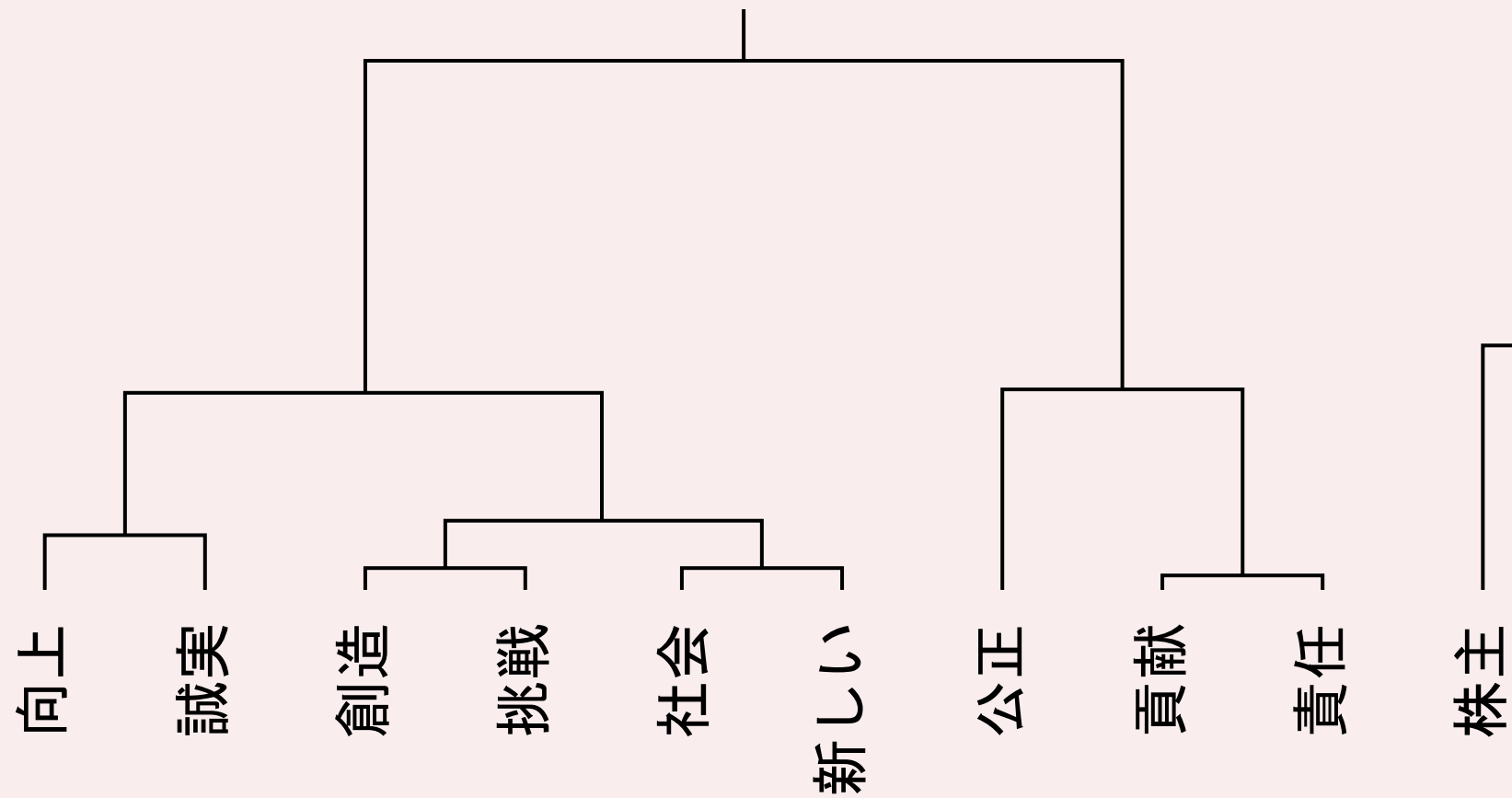
地域・社会

業

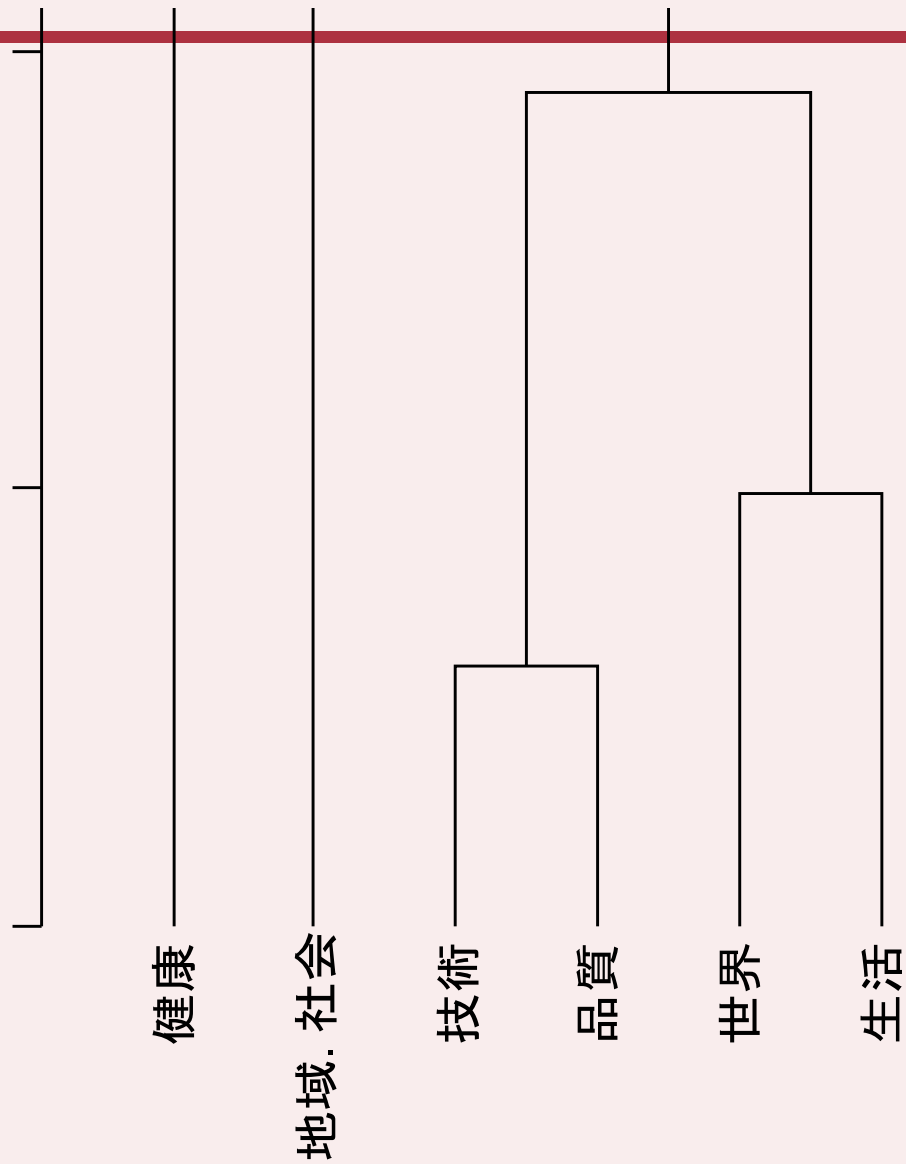
単語に関するクラスタリング



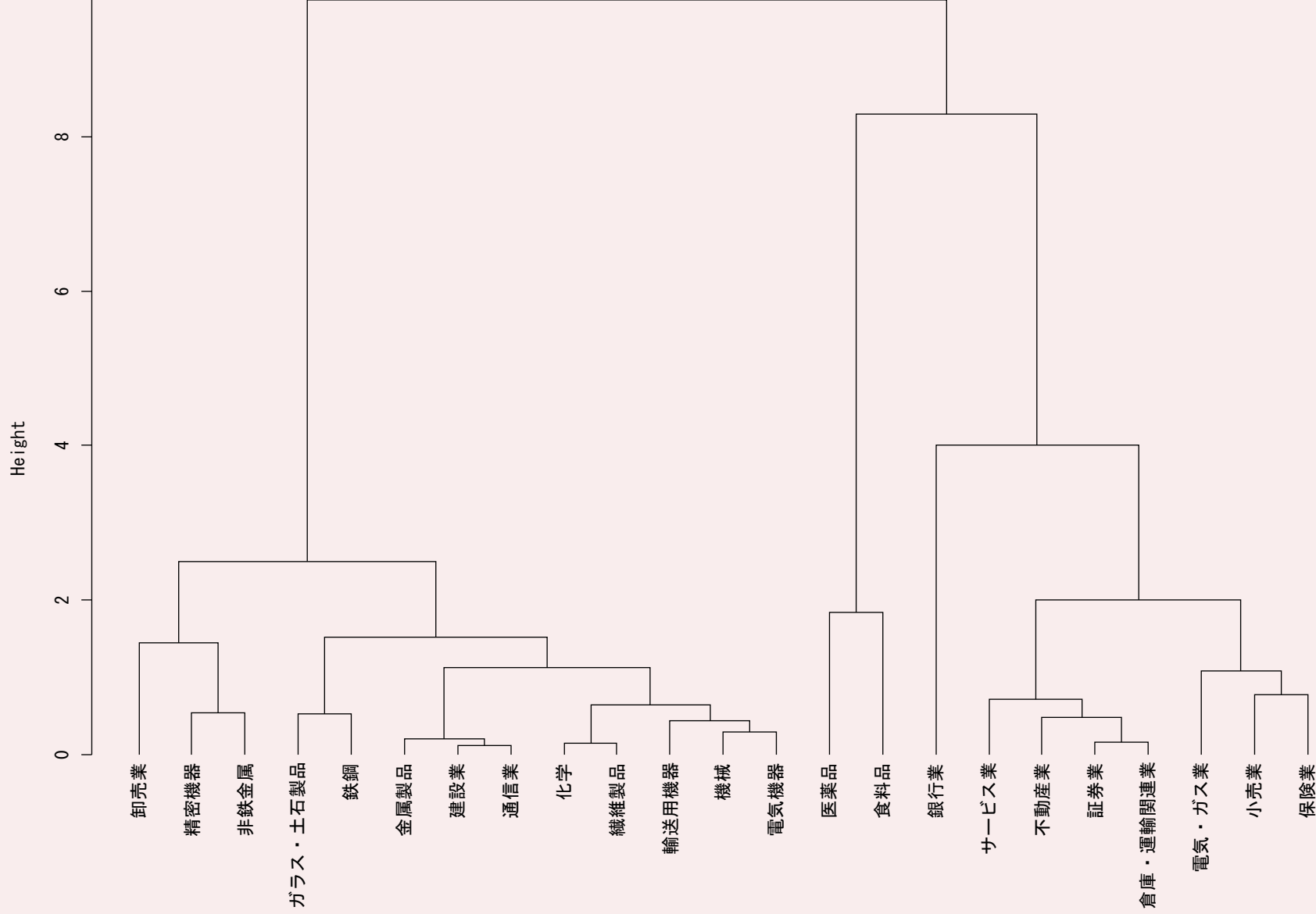
単語に関するクラスタリング



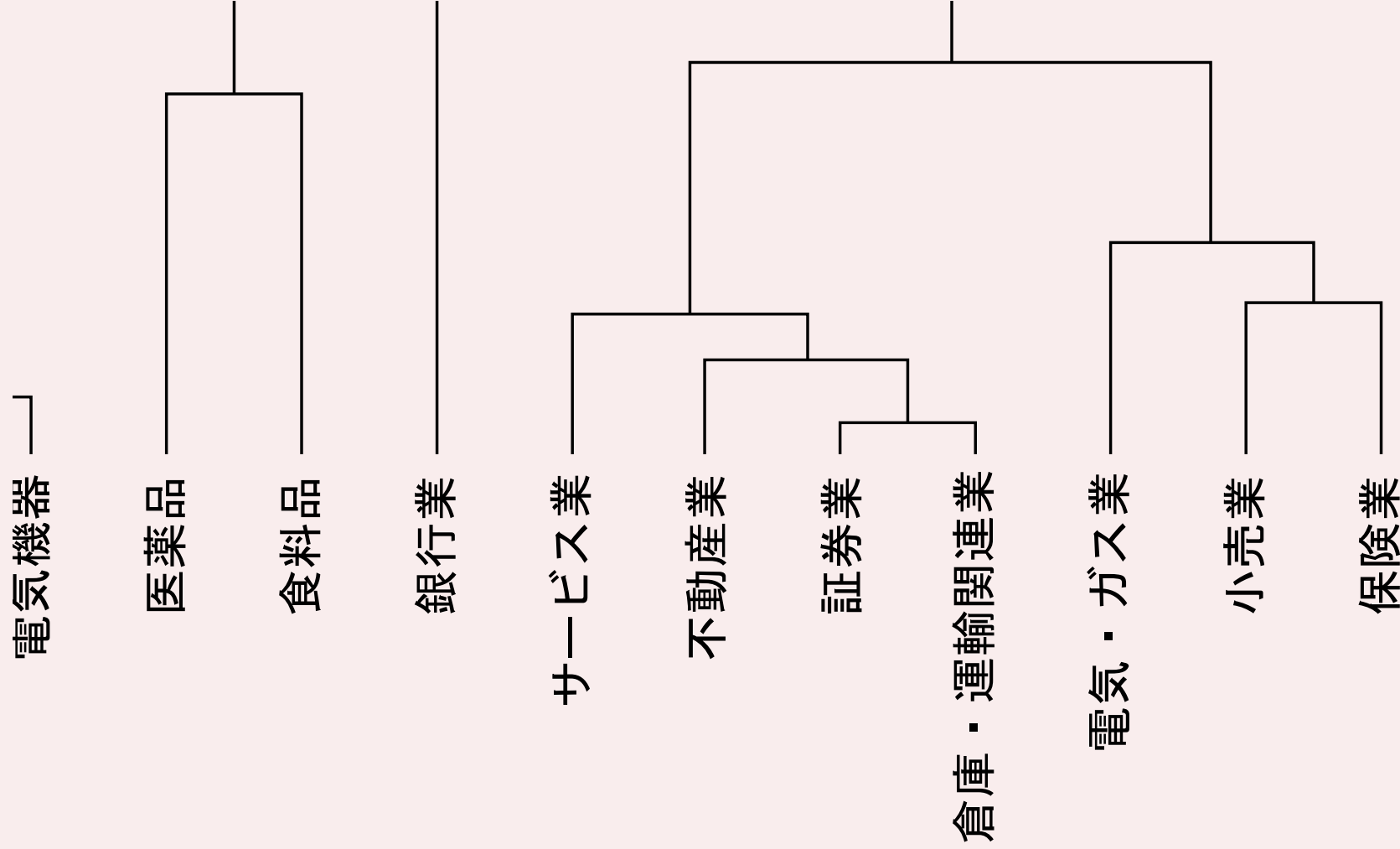
単語に関するクラスタリング



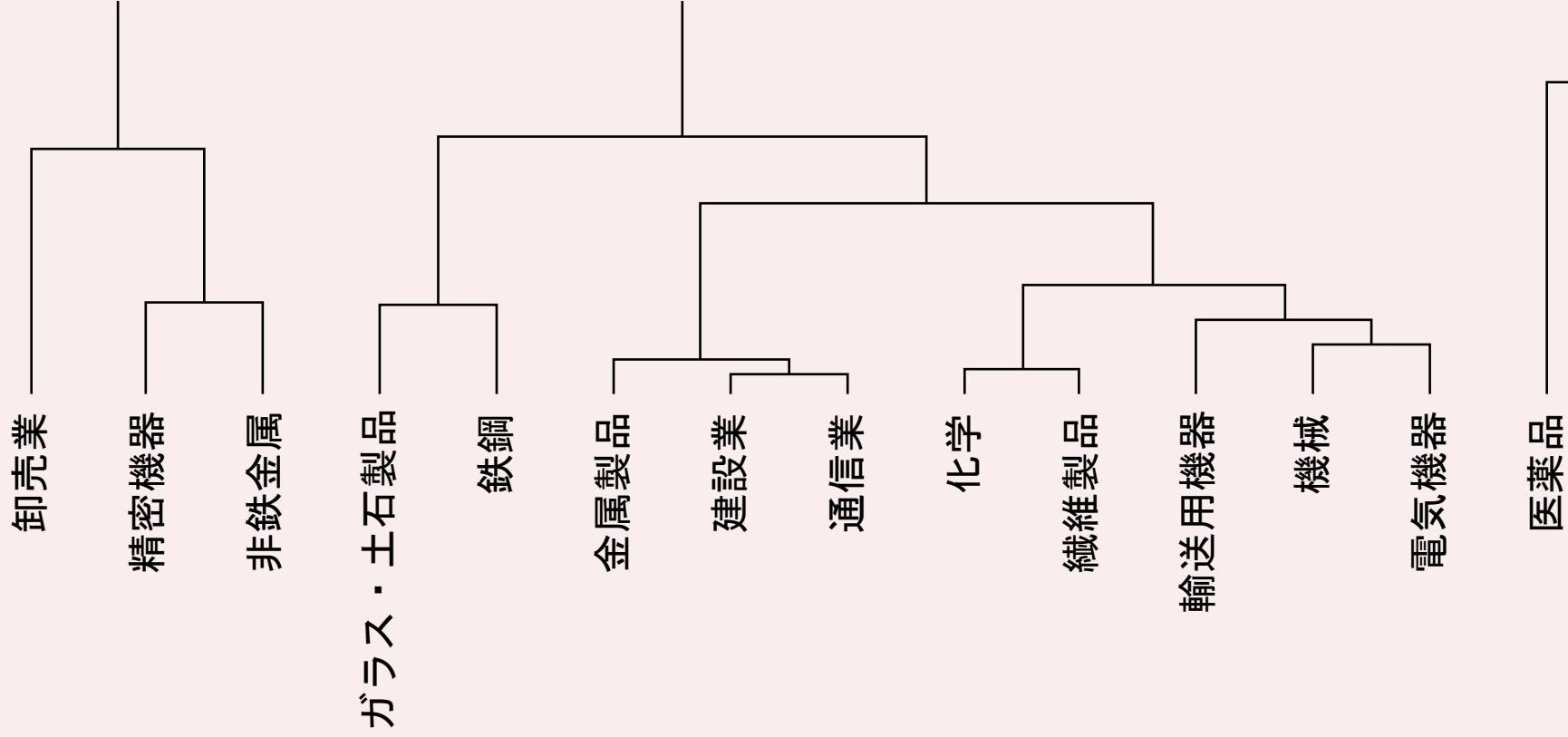
業種に関するクラスタリング



業種に関するクラスタリング



業種に関するクラスタリング



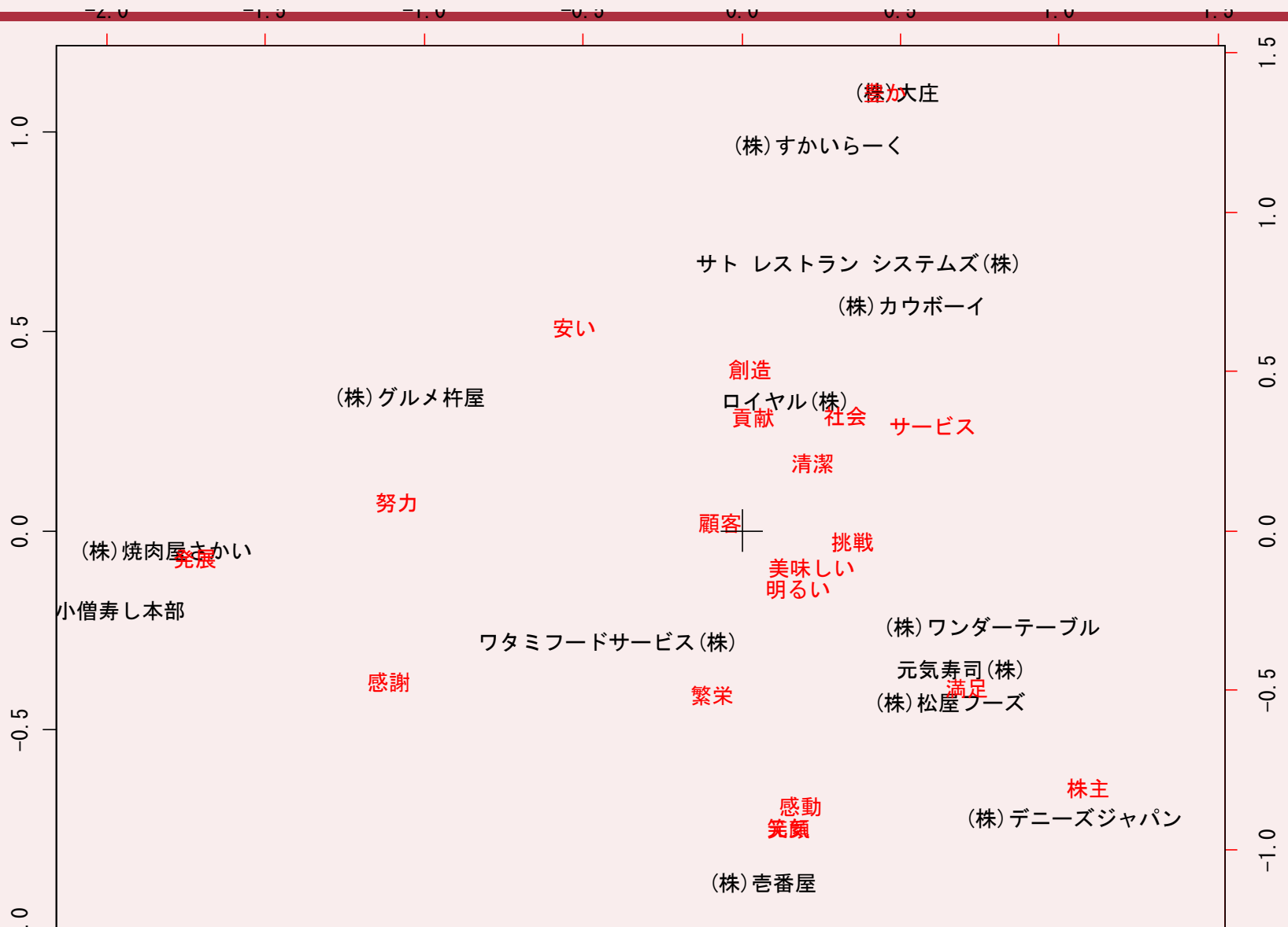
考察

- 銀行業には地域，奉仕といった言葉がよく用いられ，医薬品には健康が用いられるといったはっきりした特徴が見られた。
- 第2次産業の系統では，技術，品質，公正といったキーワードが見られる。
- 第3次産業では，顧客，信頼，発展，サービスなどが見られる。
- これらは，業種のイメージとかなり合致しているが，一方で図からは業種間にそれ程大きな差があるようにも見えない。

単語と企業のプロット（数量化3類）

- 小売業の中から，特に飲食店を経営している企業に絞って分析を行う（企業×単語）．
- 14企業を抽出し，その中で3企業以上が採用している，分析対象として意味のある20単語を用いる．

単語と企業のプロット（数量化3類）



考察

- 顧客満足，社会貢献，努力と発展に大別出来る。
- 同じ飲食系の中でもこれだけの方向性の違いがあるということは，たとえば小売業のような，大雑把な業種でまとめてしまうのは多少無理があるようだ。

今後の展望

- それぞれのモデルについて、寄与率を上げられるような単語選択.
- 企業の財務指標との照合.
- SDデータなどを用いた企業のイメージデータと今回のデータを照合させ、分析.
- 2010年に発行が予想される「ミッション・経営理念【社是社訓 第5版】」を用いた変化の検討.
- 単語の同時生起に関して分析.