

## 企業への視線、熱く細かくシビアに

イー・ウーマン調査「働く女性による企業イメージ調査」  
<http://www.ewoman.co.jp/>

今回は、イー・ウーマンリーダーズは企業のことをどんな視点で注目し、どのような企業イメージをもっているのかをさぐるために、こちらで任意に選んだ企業7社についてそのイメージを聞いてみた。

### リーダーズは、企業動向もしっかりチェック

まず、「自己改革に積極的な企業」としては、7社中56.8%で日産がトップ<表1>となった。このところの日産のCEOゴーン氏による改革が圧倒的に強くイメージに残っていることがわかる。また、ソニー、ユニクロがそのあとに続いていることから、社外取締役の活用、事業改革、トップマネジメントの交代など、日ごろから、企業の動向もしっかり注目しているリーダーズの様子が伺える。

### 環境対応は、活動とイメージの両方が重要

一方、「地球環境に気を配っている企業」としては、トヨタがダントツで一位となった。自動車産業であるにもかかわらず、このような高イメージとなるのは、エコカーの開発という主軸がありながら、広告上でのイメージ戦略が功を奏しているといえる。テレビコマーシャルをはじめとする多くのメディアで緑色の葉っぱマークが、トヨタのロゴと同時に多くのエンドユーザーに焼きついてきているものと思われる。二番手としては、これも意外なことにユニクロが健闘している。トヨタと比べると露出は少ないものの、店頭での「オリーブ募金」や「フリースのリサイクル」を呼びかけていることがかなりイメージ形成に結びついているようだ。リーダーズは、一般のビジネスマンよりはずっとこのような企業の環境活動に敏感ともいえる。

### 経営陣と合ってみたい企業、ソニー

「経営陣と合ってみたい企業」のトップとなったソニー。<表3>といったどのようなイメージをリーダーズは抱いているのか? <表4>は、リーダーズ調査によるソニーの企業イメージと日経企業イメージ調査による東京都内ビジネスマン(男性のみ)の結果を比較したものである。リーダーズでは、「センスがよい」というイメージ項目がトップとなった。次いで「国際化がすすんでいる」というイメージ。そして3番目に、「個性がある」というイメージが高くポイントあげている。これは、ビジネスマン対象では、ポイント14番目という低さである。リーダーズの結果をみると、信頼性や技術力はあって当然ということなのだろう。それよりは、「個性がある」ことにソニーという企業への尊敬やあこがれがむかっているようだ。個性がキラッと輝く商品を生み出せる会社とは、従業員ひとりひとりの個性も生かす経営者とはどんな人なのか、そのあたりに、興味をひかれるリーダーズが大勢いるらしい。「センス」「国際化」「個性」につづいて「活気」があげられている。ハイテク企業だけでなく、一般の企業にも共通する大事な要素が、ソニーという企業の人気をささえているのかもしれない。

#### ● 自己改革に積極的な企業<表1>

(総回答数 722件)



#### ● 地球環境に気を配っている企業<表2>



#### ● 経営陣と合ってみたい企業<表3>

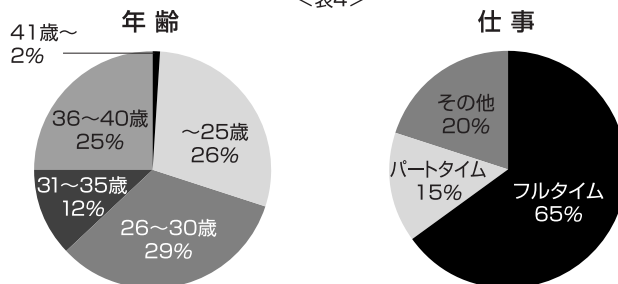


#### <調査概要>

調査実施:2002年9月  
 調査方法:インターネットによる自記入式アンケート  
 対象:イー・ウーマンリーダーズ  
 有効回答数:722名

#### LEADERS DATA

<表4>



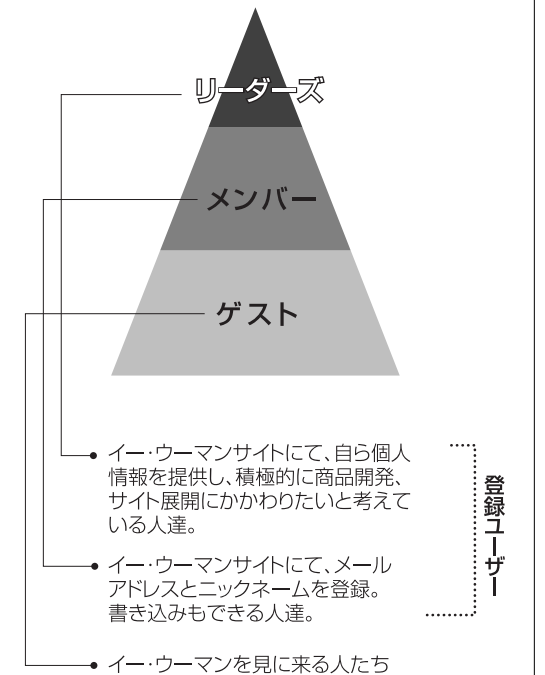
#### ソニーの企業イメージ<表4>

##### リーダーズを対象とした調査結果

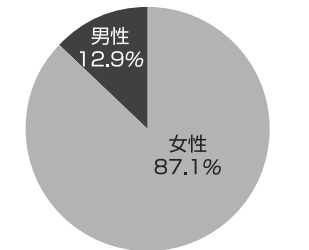
順位	(%)	ビジネスマン※ (%)	順位
1	センスがよい	85.3	55.1 3
2	国際化がすすんでいる	84.5	51.8 5
3	個性がある	75.6	38.1 13
4	活気がある	75.1	38.1 13
5	研究開発・商品開発が旺盛である	70.6	64.0 1
6	経営者がすぐれている	67.6	42.5 9
7	優秀な人材が多い	66.9	47.0 7
8	社会の変化に対応できる	66.6	30.4 18
9	よい広告活動をしている	66.1	51.8 5
10	成長力がある	63.3	41.3 10
11	技術力がある	57.2	55.3 2
12	新分野進出に熱心である	53.7	31.6 17
13	信頼性がある	50.1	46.2 8
14	財務内容が優れている	48.6	23.9 20
15	扱っている製品・サービスの質がよい	48.1	39.3 12
16	安定性がある	46.1	39.7 11
17	営業/販売力が強い	47.5	32.8 16
18	顧客ニーズへの対応に熱心である	43.2	34.8 15
19	親しみやすい	41.0	55.1 3
20	文化・スポーツ・イベント活動に熱心	24.5	13.4 21
21	伝統がある	19.4	27.9 19

※比較のための上記「ビジネスマン」の数字は、日経企業イメージ調査2001年ビジネスマン/東京都内有力企業に勤務するビジネスマン(男性のみ・有効回収数247件)より出典

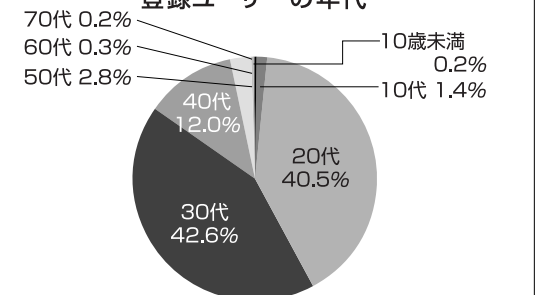
#### ユーザーの構成



#### 登録ユーザーの男女比



#### 登録ユーザーの年代



<表5>

