

第2回
「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」
調査

2014年10月

あなたの会社の **e-審査部**
リスクモンスター株式会社

<http://www.riskmonster.co.jp>

■ 調査の概要

1. 調査名称

第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」調査

2. 調査方法

インターネット調査

3. 調査エリア

全国

4. 期間

2014年9月27日(土)～9月28日(日)

5. 調査対象者

20～59歳の有職者男女個人

6. 調査対象企業と選定方法

年間売上 2,500 億円以上、従業員数 5,000 人以上の企業 200 社を抽出

7. 有効回収数

800 サンプル

8. 回答者の属性

性別・年代 平均年齢 39.74 歳

	20代	30代	40代	50代	合計
男性	100	100	100	100	400
女性	100	100	100	100	400
合計	200	200	200	200	800

地域

北海道	東北	関東	中部	近畿	中・四国	九州	合計
28	46	325	130	152	50	69	800

1. 調査結果

[1] 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケート／ランキング結果

「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケートのランキング1位は「ソフトバンク【孫正義】」(回答率 34.0%)であった。次いで「ジャパネットたかた【高田明】」、「楽天【三木谷浩史】」(同 30.6%)が2位となった。以下「トヨタ自動車【豊田章男】」(同 24.0%)、「日産自動車【カルロス・ゴーン】」(同 23.8%)、「ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】」(同 18.8%)、「APAホテル【元谷美美子】」(同 11.6%)と続いた。(図表A)

業種としては、2位にランクインしたジャパネットたかたの他、小売業が計6社(ファーストリテイリング(ユニクロ)、セブン-イレブン、ニトリ、イオン、マツモトキヨシ)、飲食店2社(日本マクドナルド、ワタミ)、宿泊業2社(APAホテル、星野リゾート)など消費者の生活に近い業種がトップ 20 のうち 10 社を占めた。

小売・飲食業以外では、自動車・輸送機器製造業3社(日産自動車、トヨタ自動車、スズキ)の他、その他の製造業やIT関連(ソフトバンク、楽天、キヤノン、サイバーエージェント、ソニー)など、日本を牽引する技術力を有する企業のランクインが見られる。

なお、トップ 100 については図表 B にまとめた。

[2] 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケート／前回比較

第1回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケートの結果と比較したところ、「ソフトバンク【孫正義】」が前回に引き続き1位となったほか、「楽天【三木谷浩史】」(前回3位→今回2位)、「ジャパネットたかた【高田明】」(前回5位→今回2位)、「ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】」(前回6位→今回6位)、「日産自動車【カルロス・ゴーン】」(前回7位→今回5位)などが上位を維持した結果となった。

また、「星野リゾート【星野佳路】」(前回対象外→今回 10 位)、「ニトリ【似鳥昭雄】」(前回 23 位→12 位)、「マツモトキヨシ【松本清雄】」(前回 26 位→今回 20 位)などが大幅に順位を上げた。

しかし、その一方で、「日本マクドナルド」や「ワタミ」、「ローソン」、「ピーチ・ジョン」といった企業が代表者交代等のイメージによって、順位が低下した結果となった。近時、経営陣に変更が生じた企業においては、前経営陣の印象が強く残っている可能性があり、必ずしも現状を正確に反映した結果とは言い切れない。経営陣の交代に伴って、経営状態が改善される部分もあれば、悪化する部分もあるため、新たな経営体制が敷かれた企業においては、従来の経営体制よりも良いイメージに変えていく腕の見せどころと言えよう。(図表C)

[3] 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケート／選択理由

選択した理由を自由回答で尋ねたところ、前回と同様に「メディアへの露出が高い」「ワンマン経営のイメージが強い」「行動が革新的」といった回答が多く見られた。1位のソフトバンク【孫正義】

義】では、「企業と経営者のイメージがリンクする」「本業以外でもメディアの露出が高い」といった意見が、2位のジャパネットたかた【高田明】では「CM や番組に社長自ら出演している」といった意見が、3位の楽天【三木谷浩史】では、「発言力が強い」といった意見が見られるなど、いずれもメディアを通じた存在感の強さがランクインの要因となっていることがうかがわれる。(図表 D)

その点について、Twitter での情報発信力と比較したところ、ランキング上位 20 名における Twitter の平均発信回数は 9,552 回であり、平均フォロワー数は 293,744 人と非常に高い水準にあることが判明した。中でも、ランキング1位のソフトバンク【孫正義】は、フォロワー数が 2,165,765 人とずば抜けて多く、その情報発信力が企業における経営者のイメージの強さの一因になっていることがうかがえる。(図表 E)

[4] 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケート／経営者に必要な能力

「経営者に必要だと思う能力」を聞いたところ、「決断力」を挙げる回答が 52.6%と最も多く、次いで「リーダーシップ」(回答率 52.0%)、「先見力」(同 38.9%)、「マネジメント力」(同 25.4%)、「経営分析力」(同 20.8%)の順となり、上位の4項目については、前回と同じ順位となった。(図表 F)

ランキングの上位 20 名の顔ぶれを見れば、世間にワンマン経営者と思われている人物も少なくない。ワンマン経営者に必要な要素として、独断で決める「決断力」があること、会社を一人で牽引する「リーダーシップ」を有していること、他の意見に惑わされない「先見力」があること、などが挙げられることを考えれば、ランキング上位企業の経営者は、まさに経営に必要な能力を有していることを示しているものといえよう。

2. ランキング上位者の経歴との比較

ランキング上位者の経歴との比較を行ったところ、ランキング上位者を最も多く輩出した都道府県は、長崎県、兵庫県、福井県、長野県(2人)が同数でトップタイであった。

また、同じく出身大学においては、慶應義塾大学、早稲田大学、中央大学(3人)が同数でトップタイとなった。これらの大学においては、優秀な経営者を輩出しやすい校風を有していると考えられよう。(図表 G)

3. 総評

企業において、経営者は企業の業績を左右する存在であることは言うまでもないが、企業の業績や信用力は、経営者のイメージが強ければ良く、弱ければ悪いというものでもない。しかし、[2]で既述したように、代表者の交代等がランキング結果から大幅に変動する要因となり得ている点を見ると、消費者は経営者から得るイメージを基に、企業の良し悪しを判断している面があることも否めない。

今回のランキングで上位にランクインした経営者は、自らが広告塔になり、高い経営能力を有していることをアピールすることで、概ね企業の信用力を高める効果を生み出しているといえる。

しかし、経営者が露出を高め、世間に企業イメージを植え付けるだけで、企業の経営状態が良

化するほど、経営は単純ではない。緻密な経営計画に基づいて、安定的に企業運営しながら、その高い個性、決断力、発信力を発揮し、経営者自らが広告塔となり、より一層の業績向上に寄与している人物であるとすれば、紛れもなく優秀な経営者といえよう。

また、昨今発生した海外での食品安全性に関する不祥事や会員情報漏えいの不祥事などは、企業の経営方針を見直す大きな機会であり、そこに就任した経営者は、自らの活動によって企業イメージを回復することができるのか、経営手腕を試されていると言っても過言ではない。

高い経営手腕と、発信力を有し、当該企業のみならず、日本経済をも牽引していくような経営者が今後も続々と現れることを期待したい。

図表A 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケート／ランキングベスト 20

(n=800／複数回答)

順位	企業名	代表者	都道府県	業種	回答率
1	ソフトバンク	孫正義	東京都	通信業	34.0%
2	ジャパネットたかた	高田明	長崎県	機械器具小売業	30.6%
2	楽天	三木谷浩史	東京都	ポータルサイト運営業	30.6%
4	トヨタ自動車	豊田章男	愛知県	自動車製造業	24.0%
5	日産自動車	カルロス・ゴーン	神奈川県	自動車製造業	23.8%
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井正	山口県	衣料品小売業	18.8%
7	アパホテル	元谷芙美子	東京都	宿泊業	11.6%
8	日本マクドナルド	原田永幸	東京都	飲食業	11.1%
9	セブン-イレブン	鈴木敏文	東京都	飲食料品小売業	9.4%
10	星野リゾート	星野佳路	長野県	宿泊業	9.3%
11	サントリー	佐治信忠	大阪府	飲食料品製造業	8.5%
11	ニトリ	似鳥昭雄	東京都	家具小売業	8.5%
13	キヤノン	御手洗富士夫	東京都	業務用機械器具製造業	8.3%
14	ワタミ	桑原豊	東京都	飲食業	7.6%
15	イオン	岡田元也	千葉県	各種商品小売業	7.4%
15	エイベックス(Avex)	松浦勝人	東京都	映像・音声・文字情報制作業	7.4%
17	サイバーエージェント	藤田晋	東京都	広告業	6.1%
18	スズキ(SUZUKI)	鈴木修	静岡県	輸送用機械器具製造業	6.0%
19	ソニー	平井一夫	東京都	電気機器製造業	5.9%
20	マツモトキヨシ	松本清雄	千葉県	医薬品小売業	4.0%

図表B 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケート／ランキングベスト100（単位％）

(n=800／複数回答)

順位	企業名	経営者名	回答率	順位	企業名	経営者名	回答率
1	ソフトバンク	孫正義	34.0	52	京セラ	久芳徹夫	1.1
2	ジャパネットたかた	高田明	30.6	52	大和ハウス工業	樋口武男	1.1
2	楽天	三木谷浩史	30.6	52	タカラトミー	富山幹太郎	1.1
4	トヨタ自動車	豊田章男	24.0	52	ファミリーマート	上田準二	1.1
5	日産自動車	カルロス・ゴーン	23.8	52	富士フイルム	古森重隆	1.1
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井正	18.8	52	吉野家	河村泰貴	1.1
7	アパホテル	元谷芙美子	11.6	52	LIXIL	藤森義明	1.1
8	日本マクドナルド	原田永幸	11.1	59	クックパッド	穂田誉輝	1.0
9	セブン-イレブン	鈴木敏文	9.4	59	スクウェア・エニックス(スクエニ)	松田洋祐	1.0
10	星野リゾート	星野佳路	9.3	59	ダイキン	井上礼之	1.0
11	サントリー	佐治信忠	8.5	59	日本生命	筒井義信	1.0
11	ニトリ	似鳥昭雄	8.5	59	ヤマト運輸	木川眞	1.0
13	キヤノン	御手洗富士夫	8.3	64	キリンホールディングス	三宅占二	0.9
14	ワタミ	桑原豊	7.6	64	ココヨ	黒田章裕	0.9
15	イオン	岡田元也	7.4	64	佐川急便	荒木秀夫	0.9
15	エイベックス(Avex)	松浦勝人	7.4	64	資生堂	矢吹隆一	0.9
17	サイバーエージェント	藤田晋	6.1	64	すかいらーく	谷真	0.9
18	スズキ(SUZUKI)	鈴木修	6.0	64	ダイハツ	伊奈功一	0.9
19	ソニー	平井一夫	5.9	64	ツイッター(Twitter)	近藤正晃ジェームス	0.9
20	マツモトキヨシ	松本清雄	4.0	64	デンソー	加藤宣明	0.9
21	任天堂	岩田聡	3.9	64	TOTO	張本邦雄	0.9
22	フジテレビジョン	亀山千広	3.8	64	ビックカメラ	宮嶋宏幸	0.9
23	ヤマダ電機	山田昇	3.4	74	カゴメ	西秀訓	0.8
24	グリコ	江崎勝久	3.1	74	講談社	野間省伸	0.8
25	ゼンショー	小川賢太郎	3.0	74	シャープ	高橋興三	0.8
25	日本電産	永守重信	3.0	74	全日本空輸(ANA)	伊東信一郎	0.8
27	タニタ	谷田千里	2.9	74	武田薬品	長谷川閑史	0.8
27	ヤフー	宮坂学	2.9	74	東レ	日覺昭廣	0.8
29	本田技研工業(ホンダ)	伊東孝紳	2.5	74	日清食品	三浦善功	0.8
30	SBIホールディングス	北尾吉孝	2.4	74	ブリヂストン	津谷正明	0.8
30	ホリプロ	堀義貴	2.4	74	マルハン	韓裕	0.8
32	ライン(LINE)	森川亮	2.3	74	森永乳業	宮原道夫	0.8
33	ローソン	玉塚元一	2.1	74	読売新聞社	白石興二郎	0.8
34	グリー	田中良和	2.0	85	アサヒビール	小路明善	0.6
35	朝日新聞社	木村伊量	1.9	85	味の素	伊藤雅俊	0.6
35	エイチ・アイ・エス(HIS)	平林朗	1.9	85	出光	月岡隆	0.6
35	ミクシィ(mixi)	森田仁基	1.9	85	伊藤忠商事	岡藤正広	0.6
38	カシオ計算機	樫尾和雄	1.8	85	川崎重工業	村山滋	0.6
39	ベネッセコーポレーション	小林仁	1.6	85	関西電力	八木誠	0.6
39	ライフネット生命	出口治明	1.6	85	小松製作所(コマツ)	野路國夫	0.6
41	KDDI	田中孝司	1.5	85	住友商事	中村邦晴	0.6
41	日立製作所	中西宏明	1.5	85	積水ハウス	阿部俊則	0.6
43	NTTドコモ	加藤薫	1.4	85	大日本印刷(DNP)	北島義俊	0.6
43	オリエンタルランド	上西京一郎	1.4	85	大和証券	日比野隆司	0.6
43	ディー・エヌ・エー(DeNA)	守安功	1.4	85	高島屋	鈴木弘治	0.6
43	東京電力	廣瀬直己	1.4	85	電通	石井直	0.6
43	パナソニック	津賀一宏	1.4	85	東海旅客鉄道(JR東海)	山田佳臣	0.6
43	リクルート	峰岸真澄	1.4	85	ピーチ・ジョン	上野顕之	0.6
49	グーグル	ロバートソン三保子	1.3	85	東日本旅客鉄道(JR東日本)	富田哲郎	0.6
49	しまむら	野中正人	1.3	85	富士重工	吉永泰之	0.6
49	リブセンス	村上太一	1.3	85	ヤマハ	中田卓也	0.6
52	キーエンス	山本晃則	1.1	85	ライフコーポレーション	清水信次	0.6

図表 C 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」／ ランキング変動

順位	前回順位	企業名	代表者	今回回答率	前回回答率
1	1(→)	ソフトバンク	孫正義	34.0%	38.3%
2	5(↑)	ジャパネットたかた	高田明	30.6%	25.8%
2	3(↑)	楽天	三木谷浩史	30.6%	27.0%
4	8(↑)	トヨタ自動車	豊田章男	24.0%	18.6%
5	7(↑)	日産自動車	カルロス・ゴーン	23.8%	20.1%
6	6(→)	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井正	18.8%	20.4%
7	9(↑)	アパホテル	元谷芙美子	11.6%	13.8%
8	4(↓)	日本マクドナルド	原田永幸	11.1%	26.8%
9	14(↑)	セブン-イレブン	鈴木敏文	9.4%	9.0%
10	-	星野リゾート	星野佳路	9.3%	-
11	17(↑)	サントリー	佐治信忠	8.5%	7.5%
12	23(↑)	ニトリ	似鳥昭雄	8.5%	4.3%
13	13(→)	キヤノン	御手洗富士夫	8.3%	9.1%
14	-	ワタミ	桑原豊	7.6%	-
15	11(↓)	イオン	岡田元也	7.4%	10.5%
16	10(↓)	エイベックス(Avex)	松浦勝人	7.4%	13.5%
17	17(→)	サイバーエージェント	藤田晋	6.1%	7.5%
18	11(↓)	スズキ(SUZUKI)	鈴木修	6.0%	10.5%
19	20(↑)	ソニー	平井一夫	5.9%	5.0%
20	26(↑)	マツモトキヨシ	松本清雄	4.0%	3.5%

図表D 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」アンケート／ランキングベスト 20 選択理由

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビによく出ていて、会社と社長名がもっともリンクするから。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出ている	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアで見かける機会が多い」	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	今や誰もが知っているし、年俸や納税額でも有名だから。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	目立ちたかりだから	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	話題が多い。よくニュースに出てくる。	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	日本で最も優れた投資家の一人	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビに良く出る	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	次々と新しい事に取り組み頼りがいのある人物に思える	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアに常に露出していて一代でソフトバンクを大企業にのしあげ	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	話題性	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	いろんなことにチャレンジしている	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	斬新な考えで色んな企画を提供していること	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出てくるから。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビにけっこう出てるから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	信念ポリシーがある	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの登場も多いので	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	世界を動かしているイメージ。	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	見ての通り	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアやSNSにも積極的に露出しているので、幅広い世代からの知名度が高いと思います。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	チャレンジ精神がずば抜けている。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアの露出が多いから。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワンマン	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	あのリスクテイクは誰にも真似できないだろう。	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	TV	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出ている	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアで見かける機会が多いので	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく聞く	女性40代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアを利用して発信している	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくマスコミに取り上げられているから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく見る	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	社長が直接CMIに出演して宣伝していたから。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	でしゃばりだから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	創業者で前面にでているから	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	IT企業の代表格	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	次々とアイデアを駆使して斬新な戦略を実行しているし、メディア等にもたびたび姿を見せるので。	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくTVで見かける	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディア露出が多い	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	影響力がある	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	インパクト抜群	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	どの企業もそうだが、この人がいなければ衰退は免れないと思うだけのカリスマ性がある。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	独裁的で好きになれない	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	自ら情報発信を積極的にしているから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	ツイッターなどでよく発信しているから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	SB=孫	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	リーダーシップがある	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	インパクトが強い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	誰もが知っているから	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	露出が多い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビで見えるので。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出が多い	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワンマンぼい	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアに出てくる機会が多い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	ニュースによくでてくる	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	逆境からの叩き上げ、ポリシーがあり、リーダーシップを感じる	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワンマン企業	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	TVでよくみるから	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	そういうイメージがあるから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアに出るので目立つ	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワンマンに感じるため	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによくでている	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビなどでの露出度が高いから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	顔になっている	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出が多いから。	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	儲けているから	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名だから	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	実績	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアに出ることが多いから。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	話題になるような仕掛け方がうまいと思うため。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくニュースでみるから	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	露出が多い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	ソフトのマニュアル本を発行していたときから知っている	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	なんだかめだつ	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	経済ニュースなどでよく取りあげられているから。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディア等で目にする機会も多く、行動力や決断力が有りそうだから。	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワイドショーなどでよく見かけるから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	目立っている	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名だから。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	アリババに出資していたり何かという名前が出てくるから	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	あたまのうえの存在感	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	地元出身	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	長くずっと続いているイメージがある	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミによく取り上げられるから。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくニュースで見かける	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	常に第一線の営業マン	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビで見る	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアの露出度	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	積極的に環境に取り組んでいるところと、さまざまな新しい提案をしていると思うから。	女性20代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
1 ソフトバンク【孫正義】	携帯事業からプロ野球までできる会社はないのでは？	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくメディアに出てくるから	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく人前に出てくる	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	しょっちゅう宣伝やテレビの媒体に出ているから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	社長が自ら動く成長企業だから。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名なので	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	パワーも財力もけた外れ	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディア露出多い	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくメディアにでてくるから。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	社長とか経営者のイメージでは最強クラスでしょう。その中でも超マイノリティだともいますが。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	いろいろちよちよやっているけど、協力している企業には全く金を落とさない	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによく出ているから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	脱原発の姿勢	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	色々な事業を展開しているから	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	何かと目立っているから	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	孫さんの名前が会社名	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出ているから	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	イメージ強い	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディア露出が強い	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	露出度が高い	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミ登場機会が多い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	チャレンジ精神がすごいから。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	すごい	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビで話題になっている人物だから。	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	社長が何事でも決めているから。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	たくさんテレビで見かけるから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	新製品発表会など、アップルばり。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	買取など	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミに出過ぎ	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミなどへの露出が多いから。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワンマン	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアにたくさん出ているから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名だから	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく話題に、なる	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	日本を代表する有名人	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	自身の考えや事業展開を提示した際、メディアを通してアクションして	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	社長自身がメディアへの露出したり、著書などが有名だから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	リストラがない	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビでよく見るから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	常にマスコミでとりあげられているから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	M&A行動力。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	様々な形でメディアやマスコミに取り上げられている	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	TVでよくお見かけするため	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	もはや孫正義という芸能人のような知名度で携帯電話より株の投資運用で利益を得ているのではないかと思ってしまうぐらい。	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	革新的なことをしているし、メディアに取り上げられているのでイメージがツよい	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによく出てる	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	万人が認めるところでしょう	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくマスコミにもでてるので	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	斬新な発想で広く人々に知られている。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	売り上げなど	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビよく出てきます	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく話題になってる。	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自己出演の内容が強烈だから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	メディアへの露出が高い	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビコマーシャル	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るので。。	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビによく出ているので、印象に残る。	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長みずからがいろいろなところに露出していること。またインパクトのある個性を出しているところ。	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自らコマーシャルに出て製品の説明をして販売するイメージが焼き付いているから	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビによくうつるから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ番組	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CM見るとそう感じる。	男性50代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくCMや番組でみるから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビによく出ているから。	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	本人がよくテレビに出演しているから	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビで良く見るから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビへの露出度。	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	声音が高く、悪い意味で目立つ	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自ら通販営業	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	個人でわかるのはこの人くらいだったので	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	創業者であり、有名だから	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	インパクトが強い	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	TVでの露出と声の高いキャラクターが印象に残っているから	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	商品の説明	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	元気がある会社だと思う	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	創業社長でありながら斬新な広告戦略で、今や知らない人はいないのではないと思われる。	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビでみかけて、顔が売れている	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	見ない日が無い。	男性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビで見るから	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	有名	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	TV	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMのイメージ	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	メディアへの露出が多く、キャラクターが強い	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMやテレビショッピングでよく見る。1番最初に顔が浮かぶ	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	メディアに出過ぎ	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	ともかく、社長の個性で大きくなった感じがある	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMや通販番組などでよく見るから	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	単純にメディア露出が多い中で意識への刷り込みが大きいだけだと	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	TV	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自らcmに出演しているから	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMでよくみる	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	通販の王道だから	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	他の社員の教育がいい	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレブスタジオを作り自ら出演	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	この社長でなければ、成り立たない。	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るから	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	メディアに社長のキャラクターを全面に押し出した企業戦略をとっているから	男性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自らテレビ出演し話しもうまいため	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMでよく見るから	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビの影響	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長が自らテレビに出ているから	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよくみる	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	率先してテレビで宣伝しているから。	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よく見かけている中でわかりやすい	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ部にてでるから	男性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	とにかく有名	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	インパクトが強い	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMに出演しているから	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長本人の露出度	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビに出ているから	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るから。	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ出演していたから。	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでの賞品紹介と声	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自ら商品の説明をしている。	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ通販	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	この人が画面に出るだけでどの会社かすぐわかる	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自ら商品説明 販売	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	出すぎです	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るから	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビショッピングに出演している	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自らがTVにて、営業をしている	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自分で会社を起こして、大きくして大企業にした。	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	ソフトバンクとジャパネットと迷ったのですが、ジャパネットの方が、より身近に感じるの、こちらにしました。あの独特の声は、家事をしながらでも、よく聞こえると言われますが、それだけではない影での努力もすごいですよね。	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よく、テレビに自ら出て売り込みをするから	女性30代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るので	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	マスメディアによく出ている	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMやセールスが印象的	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自分から前に出て「ジャパネットと言えばこの人」って感じになっているから。	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長のカラーが唯一無二だから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	頻繁に見るから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ通販番組でよく見るから	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	会社の顔	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビで見る	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ出演数	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMにみずから出てるから。	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	いつもコマースで前面に出てくるから	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見かけるため	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	高田社長の頭のとっぺんからでる声が特徴的。ジャパネットのテーマソングとCGアニメをよく見る。	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	TVでよくみる	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自らが会社の貌となり一従業員同然の働きをしている	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビにでていいるから。	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るから	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見るので	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	会社の顔だから	男性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	TVショッピングより	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自らテレビに出ているから	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自ら率先して商売しているから	男性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自ら広告塔になっているから	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自ら宣伝に出る	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	やはりインパクトがあるし一度見たら忘れない	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMにもでていいるから。	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	番組でも頑張っているから	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビで見るから	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	広告塔でもあるので	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビで見かけるから	男性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	販売が社長に依存していると思う	女性40代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長が営業している	男性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMで散々見たので、社長の顔が企業の全体イメージになっているから	女性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	マスコミにでて、圧倒的イメージあり。	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自らテレビショッピングにでてくるから	男性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	メディアによく出ている。	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビや雑誌でみかけるので。常にお客様の為にサービス向上を発信されているので印象が強いです	女性20代
2 ジャパネットたかた【高田明】	自ら全面に出ている	男性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	社長自身が矢面に立っているから。	男性30代
2 ジャパネットたかた【高田明】	CMでのトークが興味を持たせる	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	TVでよく見掛けてイメージが焼き付いている	女性50代
2 ジャパネットたかた【高田明】	テレビに出ている	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	よくメディアに出ているから	男性20代
3 楽天【三木谷浩史】	有名なので	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	有名なので	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	雰囲気	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	野球のイメージ	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	メディア露出が多い	男性20代
3 楽天【三木谷浩史】	イメージが強い	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	知名度	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	よく見る	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	いろいろ新しい取り組みを始めたから	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	リーダーシップ	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	メディアでよく拝見する。東北楽天ゴールデンイーグルスをせつりつしてくれた	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	有名だから	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	露出が多く成功しているイメージ	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	メディアに強い	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	お客を惹きつけるいろいろな戦略がうかがえる。	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	よく見る	男性20代
3 楽天【三木谷浩史】	よくTVに出ているから	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	有名だから	男性20代
3 楽天【三木谷浩史】	創業者でかつイメージが悪いから。	男性40代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
3 楽天【三木谷浩史】	よく見るから	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	よくテレビにでてる	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	主張が強い	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	良くも悪くも独裁	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	三木谷さんの企業だから	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	よくテレビで見る	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	企業イメージと社長のイメージがダブルパンチで最悪	男性20代
3 楽天【三木谷浩史】	一から成功したイメージがある	男性20代
3 楽天【三木谷浩史】	露出が大い	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	1代にして時代を先取りした企業を育て上げた	男性50代
3 楽天【三木谷浩史】	よくテレビでみるから	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	TVへの露出	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	創設者であり今もトップにたつて仕切っているイメージがある	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	独善的なイメージがる	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	イベントやテレビで見る機会が多い。	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	良くテレビに出てたから	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	テレビによくでる	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	有名	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	発信力が強い	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	テレビでよく見る	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	時々テレビに出てるから	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	よくマスコミに登場する	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	野球にサッカーに社長のポケットマネーが随分と入っているから	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	常にメディア露出があり、強気発言されるから。	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	インパクトが非常に強いと思うから。	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	テレビに出てくる頻度や、行政にも参加をしている為	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	いろんな場面でよく見かける。	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	よくテレビに出ていたの	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	テレビでよく見るから	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界一	男性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	経営者がすぐれている	男性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	ドラマを見て	女性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	よくテレビで見る	女性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	やっぱ本家	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	超大手だから	男性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	よくテレビにでてるから。	女性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界的に有名だから	男性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	テレビでも良く見る	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	テレビなどで一般的に見たりすることができるから	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	日本を代表する企業だから	男性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	創業者家系にもかかわらずたき上げで社長になった。	男性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界的に有名だから	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	有名。能力が高い	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	車では世界で売れているから	男性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	豊田家系の会社のイメージが浮かびます。	男性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界のトヨタを引っ張ってる人だから	男性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	がんばっているから。	男性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	経済のニュースでよく出るから。	男性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	企業理念から	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	cm	男性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	代々そうだから	女性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	政府の有識者会議などでもよく意見が紹介されていたりと、日本企業なので社長として顔が知れている方ので一人だと思ふ。	女性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	イベントなどの露出が多い	男性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界のトヨタ	女性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	テレビに出ている頻度の多さ	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	知っているから	女性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	有名な会社だから	女性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	最近、最高益で有名になったから。	男性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	日本の代名詞	女性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	創業者一族だから	女性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	豊田社長程モータースポーツ好きの社長は世界中の自動車メーカーを見てもないから	男性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界での活躍企業だと思う	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	同じ愛知の人として、すごく有名だから	女性20代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	地元でなじみがある	女性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	創業者です。	男性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	テレビで見た	女性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	メディアでよくとりあげられる	女性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	利益がすごい	女性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界的に有名	女性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	ニュースでよく見るから	女性40代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	知っているから	女性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	自動車好きの社長が真剣に自動車の楽しさを消費者に訴えかけようと必死になっている感じが、この頃のトヨタの車種などからうかがえ	男性50代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	改善されてる	男性30代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	凄いから	男性20代
4 トヨタ自動車【豊田章男】	世界に誇るトヨタのトップだから	女性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	よくニュースで取り上げられている。	男性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	再建を果たしているから。	男性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	高額納税者ランクに出るから。	女性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	メディアへの露出が多いので、単純に認知している	男性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	外国人、恐るべし	男性50代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	会社の業績を盛り返した	男性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	マスコミへの露出が多い	女性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	改革	男性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	外国人なので	女性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	良い意味でそうならざるを得ない	男性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	余りにも、強烈なイメージですが、よい印象はあまりありません。	女性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	よく名前を見るから	男性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	ニュースなどでよく名前が挙がるため	男性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	回復力がすごい	男性50代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	長く君臨している	男性50代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	ダイバーシティ推進や企業戦略の抜本改革など、様々な施策を実行して結果を出したから。	女性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	有名	女性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	メディアへの露出が高いこと、また自身が横浜出身のため馴染みが	女性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	多くの社員をやめさせたり、犠牲の上で報酬が多すぎる	男性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	有名だから	男性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	インパクト	女性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	立て直したから	女性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	メディアへの露出が多いから	男性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	カリスマ性	男性50代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	実績	男性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	経営再建の成功	男性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	報酬が高すぎ	女性50代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	メディア露出が多いから。	男性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	外人だから	女性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	顔がわかるから	女性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	何かとゴーンが話題になるから	男性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	徹底した経営改革で企業を黒字に導いたから。	男性50代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	有名だから	男性20代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	やはり有名でこの人が企業を回復させた人だから	女性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	広告塔になってるから	女性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	給料が高い	男性30代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	会社の命運を握っているような存在感、影響力があるから。	女性40代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	経営の立て直し	男性50代
5 日産自動車【カルロス・ゴーン】	経営を立て直した。	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	ユニクロを世界的企業にした。	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	自己満足の人	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	マスコミでの主張を見ていてそう思う	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	誰もが知っている	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	ユニクロをグローバル企業へ押し上げたから	男性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	日本の経営者として、柳井社長を知らない人はいないと思う	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	波にのってるから	男性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	世界進出や世界的なデザイナーとのコラボ等、躍進させているから。	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	テレビに良く出る	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	わんまん	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	ワンマンばい	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	イメージが強い	男性40代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	企業の拡大の速さ	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	一代で世界的企業にしたので	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	話題になる事が多い	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よくメディアに出てくるから	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	経営にどんどん口を出しているイメージがあるの。	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	メディア露出	男性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	完全にトップダウンな感じがある	男性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	カリスマ性で業績を伸ばしている	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	テレビや雑誌を読んで	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	強いリーダーシップ	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	一度社長を退くも再度社長にカムバック、相当ワンマンの印象が強い	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	発信力があるので	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よく情報発信をしているから	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	世界各国へ店舗を拡大しているから。	男性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よく話題になるから	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	ワンマン	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	敏腕だから	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	インパクトがある	男性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よく前に出ているから。	男性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	良くメディアに取り上げられているから。	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	長期政権と強いカリスマ性	男性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	短期で急成長したから	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	経営手腕が国際的で今までのアパレルの感覚を打ち破ったから	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	マスコミに露出が多い	男性40代
7 アパホテル【元谷芙美子】	思想が日本人で良い	男性20代
7 アパホテル【元谷芙美子】	謙虚で行動力がある	女性50代
7 アパホテル【元谷芙美子】	CMでの奇抜なファッションの印象が強いので。	女性30代
7 アパホテル【元谷芙美子】	テレビに出てる印象があまり良くないの	女性20代
7 アパホテル【元谷芙美子】	私が社長」とか言ってるじゃないですか、やだー。	女性30代
7 アパホテル【元谷芙美子】	そのまま、社長のツラを看板に掲げているではないか。	男性40代
7 アパホテル【元谷芙美子】	露出が多いので	女性50代
7 アパホテル【元谷芙美子】	有名で顔が知っている	女性20代
7 アパホテル【元谷芙美子】	服装が独特だから。	女性40代
7 アパホテル【元谷芙美子】	社長自らを広告塔に使っているから	女性30代
7 アパホテル【元谷芙美子】	キャラが強すぎて一度見たらわすれられない。とても良い広告塔だとも思います。	女性30代
7 アパホテル【元谷芙美子】	広告によくでている	女性20代
7 アパホテル【元谷芙美子】	CMなので、印象深いか。	男性20代
7 アパホテル【元谷芙美子】	奇抜な衣装	女性50代
7 アパホテル【元谷芙美子】	柄が悪い	男性30代
7 アパホテル【元谷芙美子】	顔出しすぎてイメージが強い	男性20代
7 アパホテル【元谷芙美子】	強いの意味をどう捉えてよいものか疑問ですが、よくメディアに出ていますし、自身が広告塔にもなっているので。	女性30代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	会社戦略を作り上げた	女性40代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	有名なので	女性30代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	戦略が失敗と報道されていたから	女性20代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	よく出ている	女性20代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	個性がある	男性20代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	マスコミに取り上げられることが多いから	男性20代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	よくテレビにでてくるから	女性20代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	TVで社長として紹介される回数が多いので印象に残る	女性50代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	テレビでよく見るので	女性30代
8 日本マクドナルド【原田永幸】	よくニュースに出てくるから	女性30代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	発想	男性40代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	古い人間に見えるから	男性20代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	長い間トップを務めている	男性50代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	マスコミをうまく利用したアピールをよくしている	男性20代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	世界中にたくさん展開しているから。	男性20代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	ホームページに関連事項が記載されていたため。	女性20代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	セブン銀行の成功	男性30代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	企画	男性30代
9 セブン-イレブン【鈴木敏文】	テレビ番組のがっちりマンデーに出演され、新商品開発の取り組みに社長が中心となりヒット商品に繋がっている様子を見た為。	女性40代
10 星野リゾート【星野佳路】	露出がおおい	男性50代
10 星野リゾート【星野佳路】	日本のブランディングを考えている	女性40代
10 星野リゾート【星野佳路】	従業員の参加をうまく促しつつ、トップ自らが新しいリゾートの姿を創造しているから。	男性40代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
10 星野リゾート【星野佳路】	テレビによく出てくる。この経営者のインパクトが強い	男性40代
10 星野リゾート【星野佳路】	テレビによく出てくる	女性50代
10 星野リゾート【星野佳路】	名前が会社名となっているから	男性40代
10 星野リゾート【星野佳路】	つぶれかけた家業を立て直したから。	女性50代
10 星野リゾート【星野佳路】	最近急激にホテルが増殖しているから	女性30代
10 星野リゾート【星野佳路】	TVで見た	女性40代
11 サントリー【佐治信忠】	創業家	男性50代
11 サントリー【佐治信忠】	創業家でしっかりしている	女性50代
11 サントリー【佐治信忠】	同族企業のイメージ。	女性50代
11 サントリー【佐治信忠】	先進性	男性50代
11 サントリー【佐治信忠】	本業だけでなく、美術や音楽にもこだわりや理解があり、美術館・音楽ホールなども作って、すごいと思う。	女性50代
11 サントリー【佐治信忠】	企業文化	男性50代
12 ニトリ【似鳥昭雄】	色々なイベントを開催している	女性20代
12 ニトリ【似鳥昭雄】	社名と社長の名前が同じだから	女性20代
12 ニトリ【似鳥昭雄】	テレビ出演のイメージ	女性30代
12 ニトリ【似鳥昭雄】	お値段以上のキャッチフレーズが魅力	女性40代
12 ニトリ【似鳥昭雄】	テレビの番組で	女性50代
13 キヤノン【御手洗富士夫】	経団連などでの活躍もあるし	男性30代
13 キヤノン【御手洗富士夫】	長くキヤノンを率いている。経団連の会長もしていた	男性50代
14 ワタミ【桑原豊】	政治活動	男性20代
14 ワタミ【桑原豊】	過労死とか悪いニュースで登場していた	女性50代
14 ワタミ【桑原豊】	渡辺さんの頃からあるマイナスイメージ	男性30代
14 ワタミ【桑原豊】	良い意味でも悪い意味でもテレビやネットでよく話題にあがるので	女性30代
14 ワタミ【桑原豊】	良いイメージがない	男性30代
14 ワタミ【桑原豊】	いい意味では無いが、色々ワンマン企業な所を感じるの	女性20代
14 ワタミ【桑原豊】	ブラックだから	女性20代
14 ワタミ【桑原豊】	個性的	男性50代
14 ワタミ【桑原豊】	ブラック	男性50代
14 ワタミ【桑原豊】	汚い	男性50代
14 ワタミ【桑原豊】	劣悪	男性50代
14 ワタミ【桑原豊】	学校	女性20代
15 イオン【岡田元也】	さわやか	女性20代
15 イオン【岡田元也】	消費税増税でもプライベートブランドに力を入れて消費者の負担を感じさせないようにしているから	女性40代
16 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	よくもわるくも	男性20代
16 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	彼が全ての会社であるように思うから	女性30代
16 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	悪評	女性40代
16 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	傲慢な感じがするから	男性40代
16 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	有名	女性30代
16 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	テレビ	男性30代
16 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	社長か有名	女性30代
17 サイバーエージェント【藤田晋】	噂で聞いたから	女性20代
17 サイバーエージェント【藤田晋】	本業の内容、業績よりも社長の露出が高いが目立つ。	男性40代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	本をよんだ	女性30代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	会長が社長として復帰していたので	男性30代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	カリスマ	男性50代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	会社名と社長名が同名ため	女性20代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	いつも注目しているの。	女性40代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	この人で持っている感じがある戦略的を射ている	男性50代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	インドでワゴンRが普及	男性40代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	業績悪化で社長に戻ったから。	男性40代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	経営者の顔を見て	男性50代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	どの記事を見ても独裁者	男性40代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	敏腕社長	男性30代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	長くやっている	男性30代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	人伝に聞いたことがあるから	女性20代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	完全ワンマン	男性50代
18 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	カンがよく働くから	男性30代
19 ソニー【平井一夫】	有名だから	男性50代
20 マツモトキヨシ【松本清雄】	苗字が屋号になっている。	女性50代

図表E 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」ランキング上位／twitter 発信状況

順位	企業名	経営者名	Twitter発言数	Twitterフォロワー数
1	ソフトバンク	孫正義	5,970回	2,165,765人
2	ジャパネットたかた	高田明	190回	23,066人
3	楽天	三木谷浩史	2,607回	520,153人
4	トヨタ自動車	豊田章男	なし	なし
5	日産自動車	カルロス・ゴーン(※)	53,018回	953人
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井正(※)	23,278回	2,036人
6	アパホテル	元谷芙美子	なし	なし
8	日本マクドナルド	原田永幸(※)	135回	1,314人
9	セブン-イレブン	鈴木敏文	なし	なし
10	星野リゾート	星野佳路	1,901回	23,910人
11	サントリー	佐治信忠	なし	なし
12	ニトリ	似鳥昭雄	なし	なし
13	キヤノン	御手洗富士夫	なし	なし
13	ワタミ	桑原豊	なし	なし
15	イオン	岡田元也	なし	なし
15	エイベックス(Avex)	松浦勝人	510回	17,143人
17	サイバーエージェント	藤田晋	3,778回	182,341人
18	スズキ(SUZUKI)	鈴木修(※)	4,130回	757人
19	ソニー	平井一夫	なし	なし
20	マツモトキヨシ	松本清雄	なし	なし
平均			9,552回	293,744人

※BOTアカウントにおける集計

(2014年10月2日現在)

図表F 経営者に必要だと思う能力／ランキング (単位%)

(n=800／複数回答)

順位	前回順位	必要な能力	回答率
1	1(→)	決断力	52.6%
2	2(→)	リーダーシップ	52.0%
3	3(→)	先見力	38.9%
4	4(→)	マネジメント力	25.4%
5	5(→)	経営分析力	20.8%
6	7(↑)	誠実さ	19.8%
7	5(↓)	創造力	17.5%
8	8(→)	発信力	15.1%
9	9(→)	勤勉性	5.6%
10	10(→)	その他	1.9%

図表G 第2回「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」ランキング上位／出身地、出身大学

順位	企業名	経営者名	生年月日	出身地	出身大学
1	ソフトバンク	孫正義	1957/8/11	福岡県	カリフォルニア大学卒
2	ジャパネットたかた	高田明	1948/11/3	長崎県	大阪経済大学卒
3	楽天	三木谷浩史	1965/3/11	兵庫県	一橋大学卒
4	トヨタ自動車	豊田章男	1956/5/3	愛知県	慶応義塾大学卒
5	日産自動車	カルロス・ゴーン	1954/3/9	ブラジル	-
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井正	1949/2/7	山口県	早稲田大学卒
6	アパホテル	元谷芙美子	1947/7/8	福井県	法政大学卒
8	日本マクドナルド	原田永幸	1948/12/3	長崎県	東海大学卒
9	セブン-イレブン	鈴木敏文	1932/12/1	長野県	中央大学卒
10	星野リゾート	星野佳路	1960/4/29	長野県	慶応義塾大学卒
11	サントリー	佐治信忠	1945/11/25	兵庫県	慶応義塾大学卒
12	ニトリ	似鳥昭雄	1944/3/5	北海道	北海学園大学卒
13	キャノン	御手洗富士夫	1935/9/23	大分県	中央大学卒
13	ワタミ	桑原豊	1945/10/14	石川県	早稲田大学卒
15	イオン	岡田元也	1951/6/17	三重県	早稲田大学卒
15	エイベックス(Avex)	松浦勝人	1964/10/1	神奈川県	日本大学卒
17	サイバーエージェント	藤田晋	1973/5/16	福井県	青山学院大学卒
18	スズキ(SUZUKI)	鈴木修	1930/1/30	岐阜県	中央大学卒
19	ソニー	平井一夫	1960/12/22	東京都	国際基督教大学卒
20	マツモトキヨシ	松本清雄	1973/1/20	千葉県	-

※出身大学は、ビジネススクール等を除く