

『福山大学経済学論集』
第44巻
(2020年3月) 抜刷

備後企業の経営理念
－経営理念のテキストマイニングによる探索的分析－

大城朝子

備後企業の経営理念

—経営理念のテキストマイニングによる探索的分析—

大城 朝子*

概要

本稿の目的は、備後圏域に位置している企業が厳しい経営環境にありながらも、その産業集積を活かしながら存続していくために、どのような方向性を基軸として経営を遂行しているのかを明らかにすることである。

研究全般においては、備後地域における知的財産を活用した地域ブランドづくりの可能性や備後企業の高付加価値化へ向けた戦略について検討することを目的としており、本稿はその第一段階として、備後企業がどのような方向性を示しているかについて、全体的な傾向を捉えようとする探索的研究である。

キーワード：備後企業、経営理念、テキストマイニング、地域知的財産戦略

はじめに

備後圏域には、魅力的で多様な産業や資源が存在する一方で、少子高齢化の進行、地域経済の活力低下等諸問題に直面している。そんな中、備後企業を取り巻く環境は厳しく、激しい環境変化の中において、真の意味での長期的な経営戦略を打ち出すことが求められている。

経営戦略を打ち出す際には、それぞれの企業の目指すべき姿が明示され、企業内外のステークホルダーと共有される必要があり、戦略やビジョンの上位概念に位置づけられる経営理念の確立と浸透が重要となる。また、経営戦略は環境や自社の保有している独自の資源を活かす形で目指すべき姿と現状のギャップを埋めるべく描かれる必要があることから、企業や地域の特徴が包括的にかつ抽象化した形で明文化されているはずである。

備後企業が持つ資源もまた、他地域とは異なり、独自の連携や知識の蓄積がなされているはずであり、“地の利”や備後地域ならではの資源を活かした戦略構築が可能となるはずである。

そこで、研究全体の目的である、知的財産を活用した地域ブランドづくりの可能性や備後企業の高付加価値化へ向けた戦略について検討することへとつなげるために、本稿において

* 福山大学経済学部税務会計学科講師 E-mail:a_oshiro@fukuyama-u.ac.jp

は、備後企業の独自性や方向性を経営理念から求めることで示していきたい。

具体的な手法としては、備後企業がその産業集積の利点を活かしながら存続していくためにどのような方向性を基軸として経営を遂行しているのかを明らかにすることを目的として、備後企業における経営理念について、テキストマイニングの手法を用い、備後企業の方向性の全体像を探っていく。

なお、本稿における備後企業とは岡山県の井原市、笠岡市を含む備後圏域（福山市・尾道市・府中市・三原市・井原市・笠岡市・神石高原町・世羅町の6市2町）に立地している企業を指す。

1. 経営理念に関する先行研究

1.1 経営理念の定義

経営理念の定義については、表1のように代表的な一部の研究を概観しただけでもその定義が定まっていないことが理解できる。

表 1 代表的な先行研究における経営理念の定義

研究者	経営理念の定義
土屋 (1967)	「経済人」の精神たる「資本主義精神」に対する対立理念、もしくは「資本主義精神」の崩壊の上に経営者の間に普及し支配しつつある「理念」
山城 (1969)	経営者体の目的達成のための活動指針。目的活動の拠り所となる考え方
間 (1972)	明文化された組織の基本方針
Drucker (1974)	優先課題、戦略、計画および作業課題の基礎
高田 (1978)	経営者が企業という経営体を経営するに際して抱く信念、信条、理念であり、「経営観」である
Ouchi (1981)	その行為を通じて会社を形作ってきた創業者の価値観や資質、道徳的な基本理念を基礎にしたもの
鳥羽・浅野 (1984)	経営者・組織体の行動規範・発動指針となる価値観、あるいは指導原理
浅野 (1991)	経営者あるいは企業が経営目的を達成しようとするための活動指針あるいは指導原理である
水谷内 (1992)	企業ないしその経営者が経営活動を展開する際に拠り所とする行動規範、行動指針、価値観、価値基準およびエートス
中村・山下 (1992)	トップ・マネジメントの世界観、自社はどんな企業であるべきかという基本経営観
梅澤 (1994)	経営活動に関し企業が抱いている価値観であり、企業が経営活動を推進していくうえでの指導原理、指針
奥村 (1994)	企業経営について、経営者ないし会社あるいは経済団体が公表した信念
松田 (2002)	公表された個人の信念、信条そのもの、もしくはそれが組織に根付いて、組織の基づく価値観として明文化されたもの
伊丹・加護野 (2003)	組織の理念的目的と経営のやり方と人々の行動についての基本的考え方
田中 (2006)	社内外に公表され、経営上の諸制度のなかに浸透、体现された、経営者および組織体の明確な信念・価値観・行動規範
瀬戸 (2008)	創業者や経営承継者の信念・価値観を表現し、経営組織全成員で理解し共有すべき行動指針を明示した、コミュニケーションのベース
住原・三井・渡辺 (2008)	経営体を貫く事業の基本信条や指導原理
高尾 (2010)	組織体として公表している、成文化された価値観や信念
横川 (2010)	「公表性」、「客観性」、「論理性」、「独自性」、「社会的共感性」の要素を含み、企業における指導原理として企業経営における意思決定や判断の規範となる価値観

出所：筆者作成

また、一部の研究においては、明文化されていない創業者の言説や実践思想なども広義の経営理念と捉えている。

1.2 経営理念の呼称と本稿における経営理念の定義

奥村 (1994) は、「経営理念という用語はさまざまな用語とほぼ同義に使用されている。例

えば、企業理念，基本理念，社是，社訓，綱領，経営方針，経営指針，企業目的，企業目標，企業使命，根本精神，信条，理想，ビジョン，誓い，規，モットー，めざすべき企業像，事業成功の秘訣，事業領域，行動指針，行動基準，スローガンなどである。¹」としている。

実際の企業をみても、経営理念に該当する概念にはさまざまな表現が用いられており、企業ごとに異なっているのが現状である。鳥羽・浅野（1984）も経営理念に該当する概念として企業によってさまざまな使用例があるとしている。

表2は加護野（2003）が、経営理念の定義を述べる際に、経営理念がどのように言い換えられているかを示したものである。

表 2 経営理念が言い換えられている用語

研究者	用語
中川（1972）	企業経営の目的，指導原理
間（1972）	経営基本方針
北野（1972）	構想した生活空間
高田（1978）	信念，信条，理想，経営観
浅野（1991）	価値観，指導原理
加護野（1991）	価値観，世界観
中村・山下（1992）	経営哲学，世界観の統合・融合
水谷内（1992）	行動規範，行動指針，価値観，価値基軸，エートス
奥村（1994）	信念，世界観
森本（1998）	信念，信条，理想，イデオロギー
北居・松田（2004）	信念，信条

出所：加護野（2003）『企業の戦略』八千代出版 p. 41 に筆者一部加筆修正

経営理念の定義同様、経営理念の言い換えも研究者によってさまざまであり、実際の企業経営の現場においても、その表現は個々の企業により異なっていることから、本稿においては、「経営理念を企業の信念や価値観を示し、意思決定や戦略策定の際の拠り所となるような考え方と位置づけ、組織に関わるすべてのステークホルダーに対して、その組織の価値観や信念、またどのようなことを目指しているのかを説明しているもの。」を経営理念の定義とする。

なお、テキストマイニング分析のためのデータ収集の際は、これまでみてきたような表現はもとより、企業が明言していなくても、本稿で定めた定義に合致するもの、それらに類似した表現がなされているもの全てを含むものとする。

¹ 奥村恵一（1994）『現代企業を動かす経営理念』有斐閣、p8

1.3 経営理念の定量的な分析が行われている先行研究

経営理念に関する定量的分析が実施されている先行研究については、近年多くみられるようになってきた。しかし、その分析の視点や分析方法は研究者により異なっているため、本稿においては、特に関連の深い先行研究について簡単にみていきたい。

若林(1983)の研究では、全国3,600社に対し調査を実施し、最も多い社は・社訓は「和(15.2%)」、続いて「誠実」、「努力」としている。

地方都市の経営理念についての分析については、芝隆史・水谷内哲也(1988)の調査において、愛知県と北陸の陸運業界にアンケート調査を実施し、「和合・誠意・愛情」、「運命共同体」、「創意工夫」、「和」、「至誠一貫」、「社会(地域)への責任・貢献」、「安全」といった表現が多くみられたとしている。

三橋・小田(2010)の研究では、企業の経営理念をその特徴に基づいて3つの類型に分類し、それらの企業パフォーマンスの推移を12年間に渡り調査している。結論として、従業員に対して心構えやあるべき姿を説いている経営理念を持つグループの企業パフォーマンスが高かったとしている。

テキストマイニング分析を用いた類似する研究としては、安藤(2008)、齋藤・武田(2014)が挙げられる。

安藤(2008)においては、企業案内やホームページなどから社は・社訓を収集してデータベース化し、社は・社訓と財務データがそろって入手可能だった772社を分析している。頻出頻度の高いキーワード上位20位について以下の表3のように抽出している。

表3 先行研究にみる出現頻度の高いキーワード

順位	キーワード	N	順位	キーワード	N
1	社会	391	11	価値	136
2	貢献	376	12	社会	105
3	お客様・顧客	286	13	実現	104
4	創造	216	14	世界	104
5	提供	209	15	経営	98
6	信頼	167	16	製品	96
7	企業	155	17	行動	95
8	発展	153	18	会社	93
9	技術	147	19	私	93
10	サービス	136	20	商品	92

出所：安藤明人(2008)「テキストマイニングによる企業の社は・社訓の分析」日本心理学会第72回発表論文集 p.1365, Table3 有意義キーワード出現率

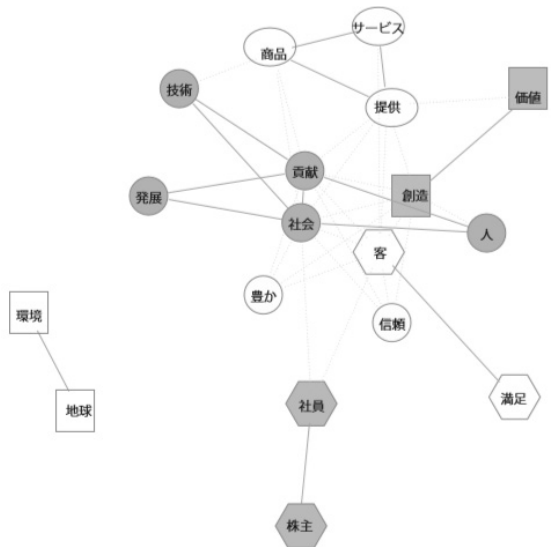
次に、齋藤・武田(2014)においては、「ミッション・経営理念2004年版」に掲載されている983社の分析を実施し、次のような集計結果を示している。

表 4 先行研究における頻出キーワード2

順位	キーワード	出現件数
1	社会	625
2	客(顧客など)	512
3	貢献	501
4	創造(創出, 作り出すなど)	445
5	企業	416
6	信頼(信用など)	354
7	人(人々など)	333
8	提供	309
9	社員(従業員など)	290
10	発展(進展)	281
11	商品(製品)	271
12	豊か	264
13	技術	263
14	経営	246
15	サービス	244

出所：齋藤朗宏・武田寛（2014）「テキストマイニングによる経営理念の分析」『Working Paper Series』（The Society for Economic Studies, The University of Kitakyusyu）

表 5 先行研究にみるネットワーク分析



両先行研究において出現頻度の最も高いキーワードは「社会」になっており、多少の前後はあるものの、上位7位～8位ぐらいまでにおいて「客（お客様）」、「貢献」、「企業」「創造」、「信頼」、「提供」が出現しており、類似した結果を示している。12位以降からは一致しないキーワードもみられる。

また、齋藤・武田（2014）においては、ネットワーク分析がなされており、『社会』、『貢献』といった言葉はネットワークの中心にあり、様々な言葉と結びついていること、『社員』と『株主』が同時に言及されやすいこと、『客』と『満足』、『価値』と『創造』のように、定番の言い回しがあることを確認できる。²⁾としている。

2. 備後企業の現状と課題

2.1 備後企業を取り巻く経営環境

備後地域では、古くから製造業が盛んな地域として、繊維産業等の集積がみられ、表6のようにさまざまなオンリーワン・ナンバーワン企業が多く立地するとされて、全国的にも有名な企業も存在している。次の表6は備後地域における代表的なオンリーワン・ナンバーワン企業を示している。

²⁾ 前掲「テキストマイニングによる経営理念の分析」

表 6 備後地域における代表的なオンリーワン・ナンバーワン企業

業種	設立	会社名	所在地	製品・技術
食品	1987	万田発酵 株式会社	尾道市	植物発酵食品『万田酵素』
	1949	株式会社 アサムラサキ	福山市	かき醤油
	1620	株式会社 虎屋本舗	福山市	元祖本物そっくりスイーツ
繊維	1951	カイハラ 株式会社	福山市	デニム製造(生産・質量)
	1960	株式会社 自重堂	福山市	ワーキングウェア
	1964	青山商事株式会社	福山市	各種衣料品の企画・販売に関する事業
木材製品・建築資材	1956	株式会社 共栄	福山市	ハイブリッド棺
	1961	株式会社 松創	府中市	最高級家具
電機	1973	株式会社 石井表記	福山市	プリント基板研磨ライン
	1994	オー・エイチ・ティー 株式会社	福山市	非接触電気検査装置
	1985	ローツェ 株式会社	福山市	ウエハ搬送クリーンロボット・装置
化学	1910	日東製網 株式会社	福山市	無結節網
	1947	早川ゴム 株式会社	福山市	誘発目地材「スパンシール誘発目地」
金属	1967	有限会社 柏コルク王冠製作所	福山市	ウルトラ王冠
	1943	リョービ 株式会社	府中市	ダイカスト
機械	1960	株式会社 シギヤ精機製作所	福山市	研削盤
	1949	ヒロボー 株式会社	府中市	ラジコンヘリコプター
	1940	ホーコス 株式会社	福山市	ドライ切削システム「iMQL」

出所：福山市ホームページ、広島県（「ものづくり」～オンリーワン・ナンバーワン企業～）、福山商工会議所、福山市産業技術マップなどから筆者作成

上記の表6のように、備後地域のオンリーワン・ナンバーワン企業のごく一部をみるだけでも多様でユニークな企業が存在していることがわかる。しかし、人口減少の進行と人口構造の変化についての課題は、備後地域においても例外ではなく、広島県全体や岡山県全体よりも早く人口減少及び高齢化率が進展すると予測されている。

福山市は、2014年度よりびんご圏域活性化戦略会議を開催し、「びんご圏域ビジョン」（連携中枢都市圏ビジョン）として、成長戦略を打ち出し、目指す姿を明示しているものの、近年、備後圏域での事業所数は、全体的な縮小傾向と海外進出が原因となり、事業所数が減少している。事業所数の減少は産業構造の変化をもたらすとともに、産業集積のメリットを發揮しにくくさせる。また、備後圏域では、生産年齢人口の減少が続いている中で、域外への人口流出も多く、産業界における人材確保が課題となっている。

2.2 先行研究における備後企業研究の課題

桑原（2013）において、「福山、尾道、三原、府中、笠岡、井原の6地域から構成される備後地域は、近代工業化の当初より既に、広域の産業地域としてとらえることができると考えられる。当初は、繊維、食品、たばこ、造船を中心として、それらが商業、運輸産業などの

サービス企業とのネットワークの形成によって集積効果を実現していたと考えられる。その後もそれら6地域は、それぞれ個性的な発展を遂げるとともに、全国有数の産業地域としての備後地域全体の発展を担った。³⁾とされている。備後経済は地場産業を中心に長期的な発展を続けて来たという事実が確認されたことを前提として、以下のようなことを課題として挙げている。

- ・ 備後における企業家精神の個性
- ・ 経営戦略と組織
- ・ 域外企業からの新技術の吸収
- ・ 多国籍化がもたらす備後地場産業の発展
- ・ 備後6地域それぞれの企業の個性と、広域福山（Greater Fukuyama）の経済発展への貢献
- ・ 従来の大企業中心史観の相対化

出所：桑原（2013）より抜粋

備後企業に関する研究は、桑原（2012）以降、少しずつ蓄積されてきてはいるものの、個別企業の詳細について深掘りされた定性的なものが多く、備後企業の全体像を捉えるための定量的な分析については蓄積がみられない。

そこで本稿では、経営戦略や企業家精神の全体的な傾向を捉える方法として、テキストマイニング分析の手法を用いることにより可能になるのではないかと考え、備後企業の経営理念についてテキストマイニング分析を実施した。経営理念の分析がなぜ、備後企業の経営戦略や企業家精神の全体的な傾向を捉えることができるのかについては、次の3. 分析結果の考察の部分において詳細を述べることとする。

3. 分析結果

3.1 データベースの作成方法

「企業年鑑 広島県東部・岡山地区 2019年版」（当該書籍については、備後地域に位置している企業のデータがまとめられている）に掲載されている、1,760社について、付属するデータCD（企業名、業種、所在地、電話番号、従業員数等がテキスト形式でまとめられたデータCD）を基に、企業案内やホームページから経営理念を収集する形でデータベース作製した。

現況においては、320社についてホームページ上での経営理念の掲載の有無を調べ、記載

³⁾ 桑原（2013）「備後地域の企業経営：1902、1937、1973、2011年を通じての鳥瞰と論点」

のみられた 187 社についての分析を実施している。今後は、1,760 社全社分の経営理念の有無を確認し、データの数量を増やしていく方針である。

経営理念については、その周辺概念も全て含めることを 1.2 経営理念の呼称と本稿における経営理念の定義の部分で既述しているが、備後企業においても、経営理念とその周辺概念の表現の仕方は企業によってさまざまであった。

これまでの収集課程でみられた備後企業による経営理念の表現は、以下のようなものであった。

- | | | |
|-----------------|---------|-----------|
| ・ あるべき姿 | ・ マインド | ・ 社訓 |
| ・ イムズ | ・ ミッション | ・ 社是 |
| ・ キーワード | ・ モットー | ・ 信念 |
| ・ キャッチコピー | ・ 基本姿勢 | ・ 心 |
| ・ グループメッセージ | ・ 基本理念 | ・ 精神 |
| ・ コンセプト | ・ 経営構想図 | ・ 誓い |
| ・ スピリット (スピリッツ) | ・ 経営姿勢 | ・ 存在意義 |
| ・ スローガン | ・ 原則原点 | ・ 大切なこと |
| ・ テーマ | ・ 行動基準 | ・ 品質方針 |
| ・ ドメイン | ・ 行動規範 | ・ 方針 |
| ・ バリュービジョン | ・ 行動指針 | ・ 目指すイメージ |
| ・ フィロソフィー | ・ 行動宣言 | ・ ○○シップ |
| ・ ポリシー | ・ 使命 | |
| | ・ 事業精神 | |

現況においては、データ収集が終了していないため、今後はデータベースの完成を急ぎ、経営理念の表現自体についてもまとめていきたい。

3.2 データの分析方法

テキストマイニングの手法を用いて、分析を実施している。分析ソフトについては、KH Coder を使用し、出現率の高いキーワードを抽出することによって、実際にどのような文言が盛り込まれているのかを明らかにしている。

また、関係する語句を明らかにするため、共起ネットワーク分析結果についても全体と業種別の結果を示す。業種別の分析については、食料品、繊維、鉄鋼・金属の 3 業種について実施した。現況において、収集できている企業の業種については、食料品 57 社、繊維 47 社、靴・履物 5 社、鉄鋼・金属 68 社、機械器具 10 社となっている。

3.3 備後企業の経営理念において、多く用いられている言葉

次の表 7 は、出現頻度の高いキーワードについて示したものである。

表 7 備後企業の経営理念における出現頻度の高いキーワード

順位	抽出語	出現回数	順位	抽出語	出現回数
1	社会	146	16	環境	54
2	企業	115	17	信頼	54
3	お客様	106	18	発展	53
4	社員	86	19	常に	48
5	貢献	77	20	顧客	44
6	目指す	77	21	満足	42
7	会社	71	22	理念	40
8	人	67	23	仕事	39
9	経営	66	24	事業	39
10	行動	66	25	持つ	39
11	品質	66	26	創造	39
12	地域	62	27	価値	38
13	提供	60	28	豊か	37
14	商品	58	29	活動	36
15	技術	56	30	追求	36

出所：筆者作成

「社会」という言葉が最も多く出現しており、次いで「企業」、「お客様」、「社員」、「貢献」の順となっている。それ以下、30位までの文言をみても、1.3で示した先行研究の結果と非常に類似しており、特に備後地域を表すようなキーワードは確認できない。

そこで、比較的地域の特性が出ることが予測される、地名や副詞についての出現頻度をみると、以下のような表8、9の表であった。

表 8 地名の頻出語

地名	出現回数
日本	15
福山	3
四国	2
瀬戸内	2
笠岡	1
向島	1
アジア	1
広島	1
瀬戸内海	1
倉敷	1
備後	1

出所：筆者作成

地名については、「備後」の出現回数は1回に留まっている。これは、表7の全体の傾向において、12番目に「地域」という語が出現しており、備後地域という概念も包括している可能性が考えられる。また、地名において、最も多く出現しているキーワードが「日本」となっており、前後の文脈を確認したうえでの詳細な分析が必要である。

表 9 副詞の頻出語

副詞	出現回数
常に	48
共に	12
必ず	5
生き生き	4
キチン	3
最も	3
絶えず	3
同時に	3

頻度の高いキーワードを示したものである。

表 10 食料品頻出語

抽出語	出現回数
社会	30
社員	25
お客様	23
食	23
食品	23
会社	21
貢献	21
安全	20
経営	18
ある	17
企業	16
商品	16
地域	16
安心	15
目指す	15
人	14
提供	14
発展	14
美味しい	14
追求	13

表 11 繊維頻出語

抽出語	出現回数
社会	43
お客様	42
商品	30
目指す	26
ある	24
人	24
企業	23
経営	23
提供	22
貢献	19
創造	18
品質	18
満足	18
行動	17
社員	17
働く	15
ない	14
価値	14
技術	14
仕事	14

表 12 鉄鋼・金属頻出語

抽出語	出現回数
企業	67
社会	58
社員	40
品質	38
お客様	35
技術	32
行動	32
地域	32
目指す	32
会社	29
信頼	29
発展	27
事業	26
貢献	25
ある	24
顧客	24
常に	24
人	24
活動	23
環境	23

出所：筆者作成

全業種において、「社会」というキーワードが最も多く出現していることでは一致しているが、食料品と鉄鋼・金属において、お客様よりも「社員」のほうが多く出現しており、繊維産業については「社員」という言葉の出現回数は15番目に位置している。

食料品については、「食」、「食品」、「美味しい」というキーワードが入っていることが特徴的であり、繊維産業については、「商品」、「目指す」の出現回数が多く、「満足」、「働く」、「仕事」といったキーワードは他の業種では出現していないことが特徴的である。

鉄鋼・金属については、「企業」が最も多く出現しており、「技術」、「行動」、「事業」の出現回数が多くなっていること、「活動」、「環境」といったキーワードは他の業種では出現していないことが特徴となっている。

以上のようなことから、業種によって抽出されるキーワードは異なっており、業種ごとに特徴が表れていることがわかる。

3.6 業種別の共起ネットワーク

次の図2～3は業種別の共起ネットワークを表したものである。

が同時に使用されていることがわかる。

4. 考察

経営理念の定義及び各社による表現が異なっていること、データ収集が未完成であること、先行研究との比較においては単純には比較ができないことなどがあり、更なる分析が必要なことは明らかであるが、これまでの結果から考察できることについて整理する。

出現頻度の高いキーワードについては、概ね先行研究と一致しており、10番目以降辺りから違いが出てきている。このことは、経営理念を述べる際に、マクロ的な経営環境に関する方向性を述べた後にミクロ的な環境に対する方向性を示す構造になっている可能性を示唆している。また、共起ネットワークや業種別の出現頻度の高いキーワードの分析結果からは、業種ごとの特徴が表れているといえる。このことから、自社の資源を基に経営理念を構築している企業も見受けられることが推察できる。そのため、「マクロ環境への言及」、「ミクロ環境への言及」、「自社の資源を活用した方向性の検討」といった軸を設けコーディングを施した分析が可能となるのではないかと考察する。

その他、先行研究においては、お客様や顧客などは一つの 카테고리として抽出しており、人や人々、企業や会社といった同義の文言については、まとまった形での抽出を実施しなければならないことなどが理解できる。

5. 今後の課題と方向性

まず、一つ目の課題は、既述のように経営理念については定まった定義はなく、企業によって経営理念に該当する概念を表している文言もさまざまであること、先行研究における経営理念の収集と分析の手法が異なっていることなどから、単純な比較分析ができないことが課題として挙げられる。

二つ目の課題は、考察の部分で述べているような、経営理念の構造が、マクロ環境について言及、ミクロ環境についての言及、それらの環境について考慮しながらも、自社の資源を軸とした方向性の検討といった構造になっているかの確認をどのような形で行うかということである。

三つ目の課題については、上記二つの課題を解決するためには多くのデータとそれぞれの課題についてどのように変数設定やコーディングしながら分析していくのかを考察しなければならず、研究全般の目的であった経営戦略やビジョンについて備後企業全体における傾向を抽出し、地域ブランドの創出や地域知的財産戦略について検討することからは方向性がずれてくるという点である。

四つめの課題として、他の類似地域や日本企業の全体の傾向としてはどのようなことがい

えるのかということと比較しながら分析していかなければ、備後企業の特徴を抽出することができないのではないかとということである。

以上のようなことから今後の方向性については、備後企業のデータベースの一通りの完成と、他の産業集積地との比較や上場企業との比較などへの発展させるため、データ収集の効率化を図りながら、コーディング等による詳細な分析の実施のための対策を考察し、定性的な調査や研究の実施も同時に進めていけるよう尽力していきたい。

参考文献

- [1] 間宏 (1972) 『日本における経営理念の展開』 中川敬一郎 (編著) 『経営理念』 第二編ダイヤモンド社
- [2] Drucker, P, F [1974] Management: Tasks, Responsibilities, Practices, Haper & Row. (訳 書 : 村上恒夫監訳, 野田一夫・風間禎三郎・久野桂・佐々木実智男・上田惇夫 訳 [1974] 『マネジメント 課題・責任・実線』 ダイヤモンド社
- [3] 高田馨 (1978) 『経営目的論』 千倉書房
- [4] 梅澤正 (1994) 『顔の見える企業―混沌の時代こそ経営理念』 有斐閣ビジネス
- [5] 水谷内徹也 (1992) 『日本企業の経営理念』 同文館
- [6] 中村元一・山下達哉 (1992) 『理念・ビジョン追求型経営』 都市文化社
- [7] 加護野 (2003) 『企業の戦略』 八千代出版
- [8] 奥村恵一 (1994) 『現代企業を動かす経営理念』 有斐閣、1994年参考文献
- [9] William G. Ouchi (1981) "Theory-Z", Addison-Wesley Publishing Company, Inc. (徳山 二郎監訳 (1981) 『セオリーZ』 CBS・ソニー出版)
- [10] 松田良子 (2002). 経営理念研究の体系的考察 大阪学院大学企業情報学研究, 2, 601-613. (Matsuda, R. (2002) . Systematic Study of Business Creeds Research. Osaka Gakuin corporate intelligence review, 2, 601-613.)
- [11] 伊丹敬之・加護野忠男 (1989). ゼミナール経営 学入門 日本経済新聞社 (Itami, H., & Kagono, T.)
- [12] 田中雅子 (2006) 『ミッションマネジメントの理論と実践』 中央経済社
- [13] 瀬戸正則 (2010) 「経営理念の浸透と組織文化に関する一考察」 同族経営中小冠婚葬祭業に着目して経営教育研究, 13, 69-78. (Seto, M. (2010). A study on Permeation of Management Philosophy and Organizational Culture : Case of Small and Medium Sized Family Enterprise in Ceremonial Industry, Management Development, 13, 69-78.)
- [14] 田中雅子 (2009) 「理念の浸透方法と浸透度の定量的分析―一定着化と内面化―」 『経営

教育研究』12(2) : 49-58

- [15] 鳥羽欽一郎・浅野俊光 (1984) 「戦後日本の経営理念 とその変化 - 経営理念調査を手がかりとして」『組織 科学』Vol. 18, No. 2
- [16] 北野利信 (1972) 「経営理念の構造」
- [17] 浅野俊光 [1991] 『日本の近代化と経営理念』日本経済評論社
- [18] 清水馨 (1996) 「企業変革に果たす経営理念の役割」『三田商学研究』39(2) : 87-101
- [19] 三橋平・小田恵美子 (2010) 「経営理念と企業パフォーマンス-テキスト・マイニングを用いた実証研究-」
- [20] 安藤明人 (2008) 「テキストマイニングによる企業の社是・社訓の分析」日本心理学会第72回発表論文集, p. 1365
- [21] 齋藤朗宏・武田寛 (2014) 「テキストマイニングによる経営理念の分析」『Working Paper Series』(The Society for Economic Studies, The University of Kitakyusyu) 2013-3
- [22] 永田瞬 (2012) 『三備地区における繊維産業集積の現状』福岡県立大学人間社会学部紀要 2012, Vol. 21, No. 1, 23-39
- [23] 張楓 (2012) 「戦後高度成長期における備後福山家具産地の展開—松永地区を中心に—」『広島大学経済論叢』36 巻 2 号
- [24] 張楓 (2012) 「戦後高度成長期における家具産業の成長—備後府中高級婚礼家具産地に着目して—」『経営史学』46 巻 4 号
- [25] 張楓 (2012) 「高度成長期家具産業における熟練労働者の調達と養成 備後府中産地を事例に」『歴史と経済』54 巻 2 号
- [26] 中国ビジネス情報編集部 (2012) 「備後の経営者私的人生論」啓文社
- [27] 張楓 (2012) 「高度成長期家具産業における熟練労働者の調達と養成—備後府中産地を事例に—」『歴史と経済』第 214 号
- [28] 加藤厚海 (2013) 「備後地域の製造装置産業の形成プロセスに関する研究」RIETI Policy Discussion Paper Series 13-P-008
- [29] Zhang Feng (2013) 「The Development of the Furniture Industry in the Producing Area of Fuchū during Japan's Period of High Economic Growth」Japanese Research in Business Vol. 30
- [30] 張楓 (2014) 『備後地域オンリーワン・ナンバーワン企業の成立と展開—早川ゴム・広島化成・福山ゴムに着目して—』福山大学経済学部 Discussion Paper Series No. 2014-J-012
- [31] 張楓 (2015) 「備後地域における企業の海外進出と地域経済の課題—高付加価値産業の

- 創出 と育成に向けて」『福山大学経済学論集』39 巻 1・2 号。
- [32] 張楓 (2015)「備後地域における企業の海外進出と地域経済の課題」 福山大学経済学論集、第 39 巻第 1、第 2 合併号、pp. 298-56
- [33] 鍋島正次郎 (2016)「備後企業のアジア進出と地域産業構造の転換」福山大学経済学論集 第 40 巻(1・2), 1-18
- [34] 張楓 (2018)「安定成長期以降の備後府中家具産地の変貌—産地 再生に向けての模索と新たな胎動—」(近刊) 福山大学経済学部ディスカッションペーパー
- [35] 中沢孝夫 (2016)『世界を動かす地域産業の底力:備後・府中 100 年の挑戦』筑摩書房
- [36] 中川敬一郎 (1981)「経営理念の国際比較 - その歴史的考察」同著『比較経営史序説』東京大学出版会
- [37] 経営理念継承研究会 (2008)「経営理念 継承と伝播の経営人類学的研究」PHP 研究所
- [38] 高巖 (2010)「経営理念はパフォーマンスに影響を及ぼすか—経営理念の浸透に関する調査 結果をもとに—」『麗澤経済研究』第 18 巻第 1 号、pp. 57-66.
- [39] 経営理念継承研究会 (2007) 住原則也, 三井泉, 渡邊祐介 (編集)『経営理念継承と伝播の経営人類学的研究』PHP 研究所
- [40] 高尾義明 (2010)「経営理念は役に立つのか経営理念と成果についての先行研究からの考察」経営哲学, 7, 38-51.
- [41] 横川雅人 (2010)「現代日本企業の経営理念 “経営理念の上場企業実態調査” を踏まえて」産研論集, 37, 125-137
- [42] 安藤明人 (2008)『テキストマイニングによる企業の社是・社訓の分析』日本心理学会 第 72 回大会発表原稿
- [43] 齋藤朗宏・武田寛 (2014)「テキストマイニングによる経営理念の分析」『Working Paper Series』(The Society for Economic Studies, The University of Kitakyusyu) 2013
- [44] 柴田仁夫 (2016)「経営者の経営理念の浸透に対する感じ方に関する一考察」『埼玉学園大学紀要. 経済経営学部篇』
- [45] 前島誉・大江秋津・柴直樹(2017)『製造業における経営理念が早期離職に与える影響—テキストマイニングとパネル分析を用いた実証研究—』経営情報学会 2017 秋季全国大会原稿
- [46] Seto, M. (2016). A Study on the Function of Management Philosophy to Contribute to the Growth of Small and Medium-sized Venture Enterprises. Kyushu Keizaigakkai Nenpo, 54, 95-100 (in Japanese)