

第1回  
「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」  
調査

2013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1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

2013年8月30日(金)～9月1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 39.89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
30	39	339	152	132	44	64	1,000

## 1. 調査結果

### [1] 「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 38.3%)であった。次いで「ワタミ【渡邊美樹】」が2位(同 36.1%)、「楽天【三木谷浩史】」が3位(同 27.0%)となった。以下「日本マクドナルド【原田永幸】」(同 26.8%)、「ジャパネットたかた【高田明】」(同 25.8%)、「ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】」(同 20.4%)、「日産自動車【カルロス・ゴーン】」(同 20.1%)と続いた。(図表A)

業種としては、飲食料品等の小売業4社(イオン、セブンイレブンジャパン、ローソン、ジャパネットたかた)や衣料品小売業2社(ファーストリテイリング(ユニクロ)、ピーチ・ジョン)、飲食店2社(ワタミ、日本マクドナルド)など消費者の生活に近い小売・飲食業がトップ 20 のうち8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)、IT関連3社(ソフトバンク、楽天、サイバーエージェント)など、日本のテクノロジーの先端を走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] 「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、「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】では、「強いリーダーシップを感じる」「社長が最前線にいる」といった意見が、2位のワタミ【渡邊美樹】では「選挙出馬など露出が高い」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 C)

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 8,083 回であり、平均フォロワー数は 229,484 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 1,951,396 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 D)

### [3] 「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

同時に「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 55.1%と最も多く、次いで「リーダーシップ」(回答率 51.6%)、「先見力」(同 38.0%)、「マネジメント力」(同 24.9%)、「創造力」(同 21.4%)の順となった。(図表 E)

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、神奈川県(3人)であり、次いで兵庫県、長崎県、福井県(2人)となった。

また、同じく出身大学においては、慶應義塾大学、中央大学(3人)が最も多く、次いで早稲田大学(2名)という結果になった。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 F)

## 3. 総評

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はない。

今回の「経営者のイメージが強いと感じる日本企業」ランキングにおいて、上位ランキング企業に、消費者に対して強いメッセージを発する必要性がある小売業やサービス業、新興産業であり経営者の発信力が企業の勢いに繋がる IT 関連業種などが名を連ねている点は、企業の特性に左右されることを表しているといえる。

しかし、一方で、経営者の能力が企業の業績に大きな影響を与えることは確かであり、経営者自らが広告塔となり、自社の業績向上に寄与しているとすれば、紛れもなく優秀な経営者の証であるともいえよう。

そのような意味で、今回のランキングで上位にランクインした経営者には、その高い個性、決断力、発信力により、当該企業のみでなく、日本経済を牽引する存在であり続けることを望みたい。

図表A 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／ランキングベスト 20

(n=800／複数回答)

順位	企業名	経営者	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	38.3%
2.	ワタミ	渡邊美樹	東京都	飲食店	36.1%
3.	楽天	三木谷浩史	東京都	ポータルサイト運営業	27.0%
4.	日本マクドナルド	原田永幸	東京都	飲食店	26.8%
5.	ジャパネットたかた	高田明	長崎県	機械器具小売業	25.8%
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	20.4%
7.	日産自動車	カルロス・ゴーン	神奈川県	自動車製造業	20.1%
8.	トヨタ自動車	豊田章男	愛知県	自動車製造業	18.6%
9.	アパホテル	元谷芙美子	東京都	宿泊業	13.8%
10.	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	13.5%
11.	イオン	岡田元也	千葉県	各種商品小売業	10.5%
11.	スズキ(SUZUKI)	鈴木修	静岡県	輸送用機械器具製造業	10.5%
13.	キヤノン	御手洗富士夫	東京都	業務用機械器具製造業	9.1%
14.	セブンイレブンジャパン	鈴木敏文	東京都	飲食料品小売業	9.0%
15.	ローソン	新浪剛史	東京都	飲食料品小売業	8.9%
16.	ピーチ・ジョン	野口美佳	東京都	衣料品小売業	8.4%
17.	サイバーエージェント	藤田晋	東京都	広告業	7.5%
17.	サントリー	佐治信忠	大阪府	飲料品製造業	7.5%
19.	任天堂	岩田聡	京都府	娯楽用具・がん具製造業	5.6%
20.	ソニー	平井一夫	東京都	電気機器製造業	5.0%

図表B 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／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	38.3	51	グーグル	有馬誠	1.1
2	ワタミ	渡邊美樹	36.1	51	ディー・エヌ・エー (DeNA)	守安功	1.1
3	楽天	三木谷浩史	27.0	51	マルハン	韓裕	1.1
4	日本マクドナルド	原田永幸	26.8	54	旭化成	藤原健嗣	1.0
5	ジャパネットたかた	高田明	25.8	54	王子製紙	進藤清貴	1.0
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井正	20.4	54	花王	澤田道隆	1.0
7	日産自動車	カルロス・ゴーン	20.1	54	キリンホールディングス	三宅占二	1.0
8	トヨタ自動車	豊田章男	18.6	58	関西電力	八木誠	0.9
9	アパホテル	元谷美美子	13.8	58	京セラ	久芳徹夫	0.9
10	エイベックス(Avex)	松浦勝人	13.5	58	東芝	佐々木則夫	0.9
11	イオン	岡田元也	10.5	58	日清食品	三浦善功	0.9
11	スズキ(SUZUKI)	鈴木修	10.5	58	リクルート	峰岸真澄	0.9
13	キャノン	御手洗富士夫	9.1	63	カシオ計算機	櫻尾和雄	0.8
14	セブン-イレブン	鈴木敏文	9.0	63	J. フロントリテイリング	奥田務	0.8
15	ローソン	新浪剛史	8.9	63	セコム	前田修司	0.8
16	ピーチ・ジョン	野口美佳	8.4	63	大王製紙	佐光正義	0.8
17	サイバーエージェント	藤田晋	7.5	63	ダイキン	井上礼之	0.8
17	サントリー	佐治信忠	7.5	63	ダイハツ	伊奈功一	0.8
19	任天堂	岩田聡	5.6	63	高島屋	鈴木弘治	0.8
20	ソニー	平井一夫	5.0	63	ファミリーマート	上田準二	0.8
21	オリックス	宮内義彦	4.9	63	ヤマト運輸	木川眞	0.8
22	グリコ	江崎勝久	4.4	72	エルピーダメモリ	坂本幸雄	0.6
23	ニトリ	似鳥昭雄	4.3	72	カネボウ化粧品	夏坂真澄	0.6
24	フジテレビジョン	亀山千広	4.0	72	カルビー	伊藤秀二	0.6
25	ヤマダ電機	山田昇	3.6	72	九州電力	瓜生道明	0.6
26	マツモトキヨシ	松本清雄	3.5	72	すかいらーく	谷真	0.6
27	タニタ	谷田千里	3.4	72	ソニー・ミュージックエンタテインメント	北川直樹	0.6
28	ホリプロ	堀義貴	3.3	72	大和ハウス工業	樋口武男	0.6
29	ライフネット生命	出口治明	3.0	72	タカラトミー	富山幹太郎	0.6
30	日本電産	永守重信	2.9	72	武田薬品	長谷川閑史	0.6
31	本田技研工業(ホンダ)	伊東孝紳	2.6	72	日本たばこ産業(JT)	小泉光臣	0.6
32	エイチ・アイ・エス(HIS)	平林朗	2.5	72	バンダイ(BANDAI)	上野和典	0.6
33	SBIホールディングス	北尾吉孝	2.3	72	ブリヂストン	津谷正明	0.6
33	東京電力	廣瀬直己	2.3	72	三菱商事	小林健	0.6
33	ミクシィ(mixi)	笠原健治	2.3	85	アシックス	尾山基	0.5
36	グリー	田中良和	2.0	85	NTTデータ	岩本敏男	0.5
36	パナソニック	津賀一宏	2.0	85	大塚製薬	岩本太郎	0.5
38	アサヒビール	小路明善	1.9	85	大林組	白石達	0.5
38	全日本空輸(ANA)	伊東信一郎	1.9	85	キューピー	三宅峰三郎	0.5
40	ヤフー	宮坂学	1.6	85	クックパッド	種田誉輝	0.5
41	IHI	斎藤保	1.5	85	小松製作所(コマツ)	野路國夫	0.5
41	NTTドコモ	加藤薫	1.5	85	佐川急便	荒木秀夫	0.5
41	スクウェア・エニックス(スクエニ)	松田洋祐	1.5	85	シャープ	奥田隆司	0.5
44	味の素	伊藤雅俊	1.4	85	新日鉄住金	宗岡正二	0.5
44	しまむら	野中正人	1.4	85	中部電力	水野明久	0.5
44	ライン(LINE)	森川亮	1.4	85	帝国ホテル	定保英弥	0.5
47	オリエンタルランド	上西京一郎	1.3	85	東京急行電鉄(東急)	野本弘文	0.5
47	ゼンショー	小川賢太郎	1.3	85	TOTO	張本邦雄	0.5
47	日本航空(JAL)	植木義晴	1.3	85	富士フイルム	古森重隆	0.5
47	日本電信電話(NTT)	鶴浦博夫	1.3	85	ベネッセコーポレーション	明田英治	0.5
51	朝日新聞社	木村伊量	1.1	85	三菱重工	大宮英明	0.5
51	伊藤忠商事	岡藤正広	1.1	85	未来工業	山田雅裕	0.5
51	カゴメ	西秀訓	1.1	85	リブセンス	村上太一	0.5

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」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】	TV出演	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく名前を見るから。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディア	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	強いリーダーシップを感じるtwめ。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	強いリーダーシップを感じる	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	創業者で既存企業と戦っているから	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	独自の経営手法をとっている	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	様々な業態を取り込みながら企業集団を成長させている	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	ツイッターなどでユーザーと直接やりとりをして、それを経営に反映している	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによく出るから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	この会社の代表者というほとんどの人が答えられる社長だと思う	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	何でも自分でワンマンに見えるから	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく名前を聞くから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスメディアを上手く使って、ブランドイメージを前面にアピールする機会が多く、自らが顔だしをしているため。	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	良くテレビに出るので	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアなどをうまく使って会社を大きくしてきたイメージがある	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワンマン経営に思える	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	自らCMIに出演したりしている。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	リーダーシップ	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく名前が報道されているから。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビで見ると	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	ソフトバンクと言えば、孫正義というようにすぐ思い浮かぶからです。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	ゆうめいだから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出が多い	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	戦略やメディアへの露出が高い	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	TVでよく見る	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビでよく見る	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくメディアで見かける。	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	新製品発表では自ら説明し、改革を進めようとしているイメージがあ	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	世界を変えられそう	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	携帯電話業界の革命児	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	CM	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによく出ている気がする	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	売り上げを豆腐のように数えたいと考え、実際にやってのけ、なおかつ買収ではあるが企業を成長させている	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	自ら前面に出て活動している	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	企業の広告塔的な存在だから	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	ここしか知らない	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	ドンキホーテ	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	ソフトバンクを創業したから	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	ビジョンを描いて、推進している。情報発信がうまい	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	日本なのに外人	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出るから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディア進出度が高い	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出てる	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	起業家＝孫さん＝トップのイメージと実績がある	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出ているから	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	露出度	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビでもよく見かける	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアでよく見かける	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	ビジョンが明確	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	名前も顔も知らない人は少ないと思う	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	良くも悪くも会社名とこの人のイメージが不即不離なので	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	表に出る機会が多いから。	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミ露出が多い。	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビで見かける	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	有言実行	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	自社の社長だから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビでみるので、	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	モバイル会社の中で一番メディアに出ているから。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	企業活動が派手だから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	とにかくテレビで良くみかけた。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	創業者らしい創業者	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	創業者であり、ここまでソフトバンクのビジネスを大きくしたのは本人であり、変わりはないので。	男性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】	社長自らが表舞台に出ることが多いから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	カリスマ的で社長の経営手腕がすごい	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	ニュースでよく見かけるから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミへの露出が多い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	常に会社を背負って前面に出ておられるから。	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	トップダウンで決めている	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	ニュースなどへの露出が多い	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	兄弟ですごい才能と経営能力の高さ、先見の見所が他人と違う気が	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	好業績を上げ続けているから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	この人一人でやってる気がする	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	企画開発力に優れる	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	露出(TV)が多い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	チャレンジ精神	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	えげつない	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	ワンマン、せこい	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	創業社長でワンマン経営	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	名前だけはよく聞かため	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出が多いため。	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	ソフトバンク=孫社長。名言も多い。	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビに良く出ているし、影響力がすごい	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	携帯電話や通信の事業を引っ張っている。	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	さまざまな面で	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	とっても有名だから	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	表面によく出てこられるから	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	表にでてくる	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくみる	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	表に出るところは出て意見を述べているから。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	社名と同じくらい社長名が露出しているから	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	ソフトバンクといえば？と聞かれた場合、白戸家が孫さんが浮かぶか	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビによくでる	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビの露出が高いから	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミ等にもよく出ていて、やることも資産も大きいから。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく、テレビでみるから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	新しいことにチャレンジし常に成功しているから	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビを見るとたまに見るから	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアに良く出ている	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	印象が強い	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミに出る機会が多いのと、実業家がプロ野球球団を買収したこと で、野心的な面が見えたこと。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	尊敬してまです	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによく出演している	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミへの露出度が高い	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	チャレンジ精神	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	良く話題に上がる	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	TVでよく見かける	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	露出が多い	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによく登場するから。	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	カリスマ	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	目立つ社長なので。	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20代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出度の高さ	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	新しいことを、どんどんやっていってるとおもう。	女性30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】	よくテレビとかで名前を聞く	女性20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】	社長自らチャレンジしている感じがする	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	カリスマ性	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	ゆるぎない哲学・信念と実行力	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくとうじょうするから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出ているから	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	すべてですごい	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	新しいビジョンをいつも発表しているから	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミの登場も多く、思い切った行動をする	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	国に屈しない姿勢、常に新しことに挑戦している。	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	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアにでてくるから	女性30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】	考えていること、全てが凄い。	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	積極的にメディアに出ている	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	TVでよく見るから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	韓国人として日本での不遇を乗り越えて、自分の発明品をシャープに売り、会社をおこして成功している。	男性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく見かける	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	CMやニュースによく出ているので。	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40代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミによく出るから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアによく出ている	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく見かける	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアに出ることが多い	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	表に出ることが多いので	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名だから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	誰でも知ってるから。	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	寄付等	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアでよく見る	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	経済界で常に話題に上っているから。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	企業＝孫さんくらい印象強いし、世界的に有名だから	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	(戦略や企業方針の意思決定のみならず)、広報や宣伝、営業やTwitterによる情報発信に到る迄、(良くも悪くも経営の総てにおいて)、どの部門にも直接かかわっている様に感じられるから。	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	マスコミへの露出が頻繁	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	リーダーシップを感じる	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくみるから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	TVでよくみる	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	決定が早い	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	露出の多さ	女性20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】	アピールが多い	男性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	よく話題になるから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	テレビにも出たりしてるから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	いろいろなことに挑戦している	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	発表、当日に変更したりとある為。	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくTVで見るから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくニュースで名前がでるから	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	海外企業の買収劇と言いつ、スケールが違う	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	全面的にテレビ等のメディアにでてる	男性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	有名すぎる	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	営業力がある	女性20代
1 ソフトバンク【孫正義】	よくテレビに出てるから	女性30代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアに露出しているから	女性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出度が高い	男性40代
1 ソフトバンク【孫正義】	いつも顔出ししてる	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	展開戦略が独創的だから	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	強い	女性50代
1 ソフトバンク【孫正義】	メディアへの露出の多さ	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	メディアで名前を見かけることが多いため。	男性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	選挙	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビで見る為	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	24時間死ぬまで働けという内部文書が有名	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	マスコミ等での会社の顔としての露出が多い	男性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業のイメージ。	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	最近ブラック企業で有名	女性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よくテレビで見る	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よくテレビに出ている	男性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ワンマン	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よくブラック企業の代表格としてエピソードを見るため	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	国政選挙への出馬や過労死問題などでメディアに取り上げられるのをよく目にするから。	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	あれだけテレビでガンガンやられればこの人しか浮かばなくなる	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	良くも悪くも表に出てるから	男性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラックな感じ	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業のイメージが強いから	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	選挙に出ているから。	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	いろんな噂を聞くので	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	理念がある	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業だから	男性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業の代名詞的存在	男性20代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
2 ワタミ【渡邊美樹】	話題の企業だから	男性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	話題になったから	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よくテレビで見て思うから。	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業として有名だから	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	名だたるブラック企業、社長がちっとも反省しない	男性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	参院戦や、ブラック企業として有名になっているため。	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	露出が多すぎる。	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	業務の多角化を勧めている。	女性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	翌テレビに出ているから	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ワタミ立ち上げまでの流れ	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	メディアの露出が多い	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	話題だから	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	誰でも知ってそうな感じ	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よくテレビにでている。労働者の使い捨てで有名	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	飲食業や介護だけでなく、政治家の目指しているから。幅広く手がけている感じ。	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業として有名だから	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラックであると認めない経営者というイメージ	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	わがまま	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	独善的で人の命を軽く扱い、労働基準法など無視。パワハラの権化のような男でブラック企業の代表例。このような男が国会議員とは片	男性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラックだから	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビで見た	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビでの発言	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	完璧なブラック企業	女性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	メディア露出	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業としてよく名前が挙がるから	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビによく出ている	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	いつもTVに出ている	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	TV等メディアへの露出度	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業としての報道が多いから	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	いつも前面に出てくるから	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビで見たときの印象	女性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	地名度	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業的な発言によって悪目立ち	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	選挙にも出馬したから	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	TV番組に出ている	男性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	メディアに出すぎ	女性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビによく出ているから	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビで騒がれているので	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	メディアに多く出ている。	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	社長自宅が近所	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	悪い意味で。	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ワンマン	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業として話題になっているので	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よくわかりませんが、宣伝能力がすごいと思うので、近年急成長していると思う	女性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業で有名だから	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よくメディアで見かけるから	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	コメンテーターとしてテレビでも見かけるから。	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラックだから	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	いろいろしゃしゃり出てくるから	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	参議院選挙にも当選したのでのりについていると思う。	男性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	テレビによく出ている	女性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ブラック企業の経営者で印象深い。また、政界進出もしているため知名度もある。	男性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	ワル	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	今、話題になっている”ブラック企業”の代表であるから。	男性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	メディア露出度	男性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	わんまんである	男性50代
2 ワタミ【渡邊美樹】	よく本人がテレビにでているから	女性20代
2 ワタミ【渡邊美樹】	メディアで目にする機会が多い	女性30代
2 ワタミ【渡邊美樹】	社長がメディア等への露出が多すぎ、その印象が悪すぎて会社自体に良い印象が持たなくなってしまうから。	女性40代
2 ワタミ【渡邊美樹】	自ら公の場にでて会社と自己をアピールしている	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	インターネットの楽天のイメージが強いし、マスコミへの登場回数が多い	男性50代
3 楽天【三木谷浩史】	発言に力がある	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	テレビでよく見るから。	女性40代
3 楽天【三木谷浩史】	有名	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	経団連の会長も経験されていてメディアを通して見たことがあるから	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	ワンマン的な印象が強い	男性50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】	あまり人柄がよくなさそうなのが、企業の姿勢に表れている	男性50代
3 楽天【三木谷浩史】	よくメディアに出ているので	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	楽天市場がどんどん大きくなっている	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	テレビのドキュメンタリーで視聴したので。	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	新しい改革をするイメージが強い。	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	よくテレビに出ているので	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	プロ野球参戦までして楽天をあまり知らなかった私がよく知るようになり 実際利用するようになったから。英語を社内公用語にするとか話題 に事欠かないから。	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	よくテレビで出るから	女性20代
3 楽天【三木谷浩史】	TVでよく見るんで	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	強気のコメントを発信している	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	特に知名度がたかいから	男性50代
3 楽天【三木谷浩史】	名前をよく聞く	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	球団を獲得するなど革新的である。	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	有名人	男性30代
3 楽天【三木谷浩史】	アピールしている	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	寄付する額が多い。	女性30代
3 楽天【三木谷浩史】	一から本人が作った会社だし、今も本人がメディアに出ることが多い	女性50代
3 楽天【三木谷浩史】	テレビの露出	男性50代
3 楽天【三木谷浩史】	やはり新興企業で会社の歴史がない方が社長イメージが強い。社長 が引っ張ってきたから新しくても今の業績に繋がっている。	男性40代
3 楽天【三木谷浩史】	ネットビジネスにおいて飛びぬけていると思う	女性50代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	アイデアが画期的	女性50代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	有名	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	ワンマン	女性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	やり手な感じ	男性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	テレビでよく見るから	男性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	テレビへの露出	女性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	貪欲に黒字化した	男性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	勢いがありそう	女性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	TVなのでよく見るので	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	自分勝手だから	男性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	態度が偉そうだから。	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	ワンマンの自分最高主義な感じを受けるから。	女性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	テレビに多くでてる	男性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よくテレビで話題にされるから	女性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	声がテレビを通じて伝わるから。	男性50代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	TVで、特集されてるのを見たことがあるから。	女性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	雑誌の特集でよく目にする。	女性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	ワンマン	男性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	メディアに出過ぎ。	男性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	発言にブレがない。	男性50代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	業務理念	男性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	カリスマ性ある	男性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	有名	男性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よくテレビで見かけるので。	男性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よくメディアにでてる	男性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よくネットで話題になっている	女性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	テレビで見る	女性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よく見る	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	マック＝原田社長	女性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	先日TVでみたから	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よくメディアで見る	女性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	改革者	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よくメディアに出るから	男性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	見たこと有るから	男性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	メディアでたびたび見かけることが多いため。	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よくメディアに登場するから。	女性20代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	いろいろ本をだしているをみて	男性50代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	最近、女性に交代したから。	女性40代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	独自の商品戦略をとっている	男性30代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	よく見る	女性50代
4 日本マクドナルド【原田永幸】	社長の一言で決まっていそう	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMから	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMでの露出が多いから	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らが率先してCM出演や営業活動を精力的に行なっているから。	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長本人がTVに出演し売り込みを行なっているから	男性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	合理主義、賢い	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	スピーチがおもしろい	女性40代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
5 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いるから	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでみるから	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長みずからCMしてるので。	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMなどにも積極的に出て、企業イメージを作っている	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	所長自らCMしているので	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長自らメディアでの露出度が高い。	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らCMに出ているから	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビに出てるから	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長自ら率先して品物を売っている。	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	良くテレビに出てきて感じる	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	露出が多い	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	本人がよく商品を宣伝してる	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	露出がダントツだから。	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見かける	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	よくみるので	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMでよくみかけるから	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	昔、CMで頻繁に見ていたから。	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	前面に出ている	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長の顔しかうかばない	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	本人が前線に出ている	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長のTV出演で成り立っている。	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長あってこそジャパネット	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMのインパクトが強い	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	メディアに良く出る	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	でしゃばりすぎ	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビに自ら出ているから	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CM	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	よくTVに出てる	男性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らテレビに出演している	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長自ら番組に出演している	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	メディアでの露出が多いので印象が強い	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	前面に立って宣伝しているから	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	こえ	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社員の先頭に立って、商品を売り込んでいるから。	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	露出が多く意気込みを感じる	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	ジャパネットをこれだけ大きくしたので	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CM	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	ジャパネット高田と言えば社長の顔がまず一番に浮かぶから	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	強烈なCM	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	TVによくでていて印象にのこります	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMにでてるから	男性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビに出ていて、キャラが強く、印象に残る	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	本人がテレビに出て営業してるから	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	TVショッピングで熱演ぶりを目にしてるから。	女性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	目立ってる。社員を引っ張っている感じ。	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自身で出演している	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らが企業の顔とし一線にいるから	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMでよく見る。	女性20代
5 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	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	TVによく出演していてどんな感じの人かわかっているから	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らテレビショッピングに出て、宣伝しているから。欲しいなと思わせる話し方だから。	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	TVによく出てるから	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMの影響	女性40代
5 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出演しているから	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	会社の顔だともうから	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビの露出が高い	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく拝見しているから	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMから	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	TV	男性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMにも出演されておりジャパネット＝高田社長というイメージが出来上がっているから。	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	名をよく耳にするので	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ通販において革命的な功績を遺した	男性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らテレビに出ているから。	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	経営者自身が常に最前線に立っている	女性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	露出が多い	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らテレビショッピングに出演し、商品を売っている。	男性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく見る	女性40代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
5 ジャパネットたかた【高田明】	よくテレビに出てる	男性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	文字通り広告塔としての働き	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビでよく観るから	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	コマーシャルや番組に必ず顔を出している	男性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長自らが会社の看板になっているから。	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	会社名に社長の名前・CMIに社長自ら登場する	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	CMのインパクトすごい	女性30代
5 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20代
5 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30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	自らCMIに出ているから	女性20代
5 ジャパネットたかた【高田明】	テレビ番組等への出演も多く印象が強い。	男性50代
5 ジャパネットたかた【高田明】	社長みずからテレビに出て販売しているから	男性30代
5 ジャパネットたかた【高田明】	いつも社長が前面に出ているから	女性40代
5 ジャパネットたかた【高田明】	TVに出ているので	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	海外進出もし、成功している。	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	話題をよく見かけるから	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よく目立っている	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	経営戦略などを見ると	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	新聞等で良く見かける	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	メディア出演が多いから	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	長者番付にも出ているから	男性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	テレビや雑誌でよく紹介されているから	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	腹黒そう	男性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	発想が豊かで、言っていることが適格だから。	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	今日のユニクロを育て上げ、新しいビジネスモデルを確立したから	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	テレビを見て	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	オーナー経営者！	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	三者とも好ましくないイメージとして捉えています	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	社長がワンマンすぎると。悪い意味でのイメージが強すぎる	男性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	ノーネクタイのイメージを世に広めた人だと想う	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	創業者であり、社長として返り咲きしたことで柳井氏あつてのユニクロというイメージが定着したと思う。また業界のみならず経済界での発言力もあるので。	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	ニュースでよく出てくる。そのニュースもあまり悪いイメージがない。	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	完全なトップダウン企業だから。	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	経済紙にもよく出て、経営者としてのメッセージにブレがない	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	ワンマン経営の臭いがプンプンするから	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	日本のユニクロから今は世界のユニクロ。ここまで成長した手腕はスゴイと思う	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よくメディアにでている	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	テレビによく出て来るから	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	マスコミへの登場回数多すぎ	男性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よくテレビに出ているから	男性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	テレビにでている	女性20代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	露出度	男性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	グローバルに展開してるところ	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	よくテレビにもでてきてますね。	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	有名だから	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TVで見るから	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	本など発言もよく出てくるから	女性30代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	年取や売上高、社員教育の徹底など・・・	女性50代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	次々と強い戦略を打ち出してくるところ。	女性40代
6 ファーストリテイリング(ユニクロ)【柳井正】	媒体に出る機会が多く、ユニクロ＝柳井ってイメージが強い	女性50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。挑戦的な発言。	女性20代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	ゴーンになってから商品だけでなくCMIに使われる曲やイメージ全てから変わったから	女性30代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	企業再建のための下請けいじめ	男性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	車のデザインもカルロス・ゴーンのルノーらしさがでているから	女性30代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	日産の立て直し	男性40代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	リーダーシップ	男性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	日産建て直しの象徴	男性30代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	顔のインパクト	女性20代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	ゆうめい	女性40代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	良くも悪くもイメージが強い	男性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	経営再建に長けている。	男性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	事実だから	男性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	経営判断の早さ	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	メディアによく登場するから	女性30代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	絶対的な権力を握って放さないように思える	男性40代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	日産をたちなおさせた	男性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	メディア露出が多い	男性40代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	他の社長は知らない	女性20代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	ゴーンさんで何とかが持っている	女性20代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	傾いた業績を大リストラで回復させたから	男性30代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	日産を変えた	男性40代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	良くメディアに出てきて、カリスマ性を感じる	女性30代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	よく見るから	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	再生をしつづけているから	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	メディアでよく見かけるから	女性30代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	外国人 業績の向上	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	社長のイメージが強く、よくインタビュー記事などを見る。	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	マスコミでもよくとりあげられるから	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	経営スタイル	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	がんばってそう	女性20代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	会社を大改革したから	女性40代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	再建策が具体的だったから	女性50代
7 日産自動車【カルロス・ゴーン】	経営理念をテレビで伝えていたのだから	女性40代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	自らが動いている(レースに参戦している)	男性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	メディアによく出ているので。	女性20代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	実績	男性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	車へのこだわり	男性20代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	国内の雇用を維持しようとしているので。	男性40代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	創業者一族	女性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	企業の情報を見てそうおもった。	男性40代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	経営が危機的になると社長に復活するから。	女性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	ニュースなどでよく見るから	女性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	世界のトヨタ	男性20代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	有名な方だから	女性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	日本を代表する車のメーカーだから。	女性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	テレビ	男性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	世界のトヨタと呼ばれ、自ら開発に携わっている	男性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	日本を代表する企業なので。	男性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	よくテレビで見たような気がする	男性40代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	たびたびテレビでお見かけする回数が多いから	女性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	地元でよく新聞などに掲載されるから	女性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	車が好きだから	女性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	CMなどに登場するから	男性40代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	情報発信力がある	男性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	メディアによく出る	女性20代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	新聞記事	女性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	創業者一族	男性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	自ら海外に赴きメディアに出るから	女性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	先を、見据えた、論理的知識が、テレビで、見た時に、優れていると感じたから	男性40代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	有名だから	男性30代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	アメリカでの裁判で勝った時のテレビ映像を見て、社員への思いを感じることができたから	女性50代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	創業者一族。自らレーサーである。	男性40代
8 トヨタ自動車【豊田章男】	良くテレビに出ているから	女性30代
9 アパホテル【元谷美生子】	目立っているのだから	女性50代
9 アパホテル【元谷美生子】	社長みずからCMなどにでてるため。	男性20代
9 アパホテル【元谷美生子】	見た目が派手でインパクトがあるから。	女性30代
9 アパホテル【元谷美生子】	CMにでているので	女性20代
9 アパホテル【元谷美生子】	広告に自身が出ているから	女性30代
9 アパホテル【元谷美生子】	キャラクターが立っている。	女性50代
9 アパホテル【元谷美生子】	テレビで見て	女性40代
9 アパホテル【元谷美生子】	メディアに良く出ているので、イメージが強い。	女性30代
9 アパホテル【元谷美生子】	CMや自分のホテルに写真を掲載しているので、嫌でも覚える	男性30代
9 アパホテル【元谷美生子】	以前TVで観たのだから	女性50代
9 アパホテル【元谷美生子】	CM	女性40代
9 アパホテル【元谷美生子】	CMに社長が出てくるから	女性40代
9 アパホテル【元谷美生子】	社長が広告塔だから	女性20代
9 アパホテル【元谷美生子】	オーナー企業かつメディアへの露出度が高い	女性40代
9 アパホテル【元谷美生子】	ワンマン	女性50代
9 アパホテル【元谷美生子】	テレビによく出ている。	女性50代
9 アパホテル【元谷美生子】	社長の露出度と、一度見たら忘れられないようなビジュアル。	女性30代
9 アパホテル【元谷美生子】	広告に顔が出ている	女性20代
9 アパホテル【元谷美生子】	見た目のインパクト	女性50代
9 アパホテル【元谷美生子】	大々的なCMと、不祥事から。	女性20代
9 アパホテル【元谷美生子】	以前のTVCMが印象的でした	女性30代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
9 アパホテル【元谷芙美子】	社長のキャラが個性的で、強烈だから。	女性30代
9 アパホテル【元谷芙美子】	CMなどにも積極的に出ているいめー	女性20代
9 アパホテル【元谷芙美子】	よくテレビに出ているから	女性50代
9 アパホテル【元谷芙美子】	見た目のインパクト	男性50代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	大麻疑惑で週刊誌に取り上げられたから	男性30代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	若いのにリーダーシップ・経営等優れている	女性30代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	よく名前を聞くから	男性20代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	よくテレビでみるから	女性20代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	貧しく苦労した自叙伝はあまりにも有名	女性50代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	メディアの露出が高いから	女性20代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	テレビ番組に出ているから。	女性20代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	私欲がありそう	女性40代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	多くの人気歌手をつくりあげている	女性40代
10 エイベックス(Avex)【松浦勝人】	人気アーティストをつくるのが上手いと思う	女性40代
11 イオン【岡田元也】	展開力がある	女性20代
11 イオン【岡田元也】	民社党岡田氏の親と聞いたことがあり、強烈なイメージがある。	女性50代
11 イオン【岡田元也】	実績	男性20代
11 イオン【岡田元也】	カリスマ	男性50代
11 イオン【岡田元也】	トップの考えが末端の人間までしっかり伝わっていると思います。	男性50代
11 イオン【岡田元也】	一族	男性30代
11 イオン【岡田元也】	ワンマン	男性50代
11 イオン【岡田元也】	身近だから	男性40代
11 イオン【岡田元也】	地域にやさしいから	男性20代
11 イオン【岡田元也】	なんとなく影響力がありそう	女性20代
11 イオン【岡田元也】	イメージから	女性20代
11 イオン【岡田元也】	引っ張っているというイメージ	男性50代
11 イオン【岡田元也】	雑誌で見て	男性30代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	創業者かつ優秀な経営者	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	濃い	男性30代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	会長職になっても経営に対して全面的に関わっているから	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	社長を退いて会長になったと思ったら社長に戻って会社を再建、その後会長になってもスズキの会社としての発言は現在も彼が発信して	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	独特の経営	男性20代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	よくインターネットの記事でみかける	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	他にもあるが、会社名と名前が一緒だから	男性30代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	ワンマン	男性20代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	会社方針を明確に述べていて、スズキと聞いたら顔が浮かぶほど、印象深い。	女性30代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	すべてを一人で決めている気がする	男性50代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	一番テレビで見かける気がします	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	会社のやり方	男性50代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	あらゆる意味でワンマンだと思う	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	VWとの一件から。	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	名前、ワンマンインパクト	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	いまだに現役はすごい	男性40代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	一貫してぶれていない	男性50代
11 スズキ(SUZUKI)【鈴木修】	会社を引っ張っていく力を感じる	女性40代
13 キヤノン【御手洗富士夫】	カリスマ性	男性50代
13 キヤノン【御手洗富士夫】	経済ニュース等でよく見かける	男性50代
13 キヤノン【御手洗富士夫】	経団連の会長だった	男性30代
13 キヤノン【御手洗富士夫】	人材は宝という信念を感じました。	男性20代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	利益追求	女性40代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	経営手法に定評があるので。	女性50代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	さまざまなメディアで見かけるから	男性30代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	コンビニの先駆者	男性40代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	独創的	男性40代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	流通に精通してるから。	男性30代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	世界展開をして規模を拡大する経営方針が印象的である。	男性20代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	イメージ	男性40代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	あの年齢で現役なので	女性30代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	目立っているのだから	男性30代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	有名	男性30代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	押しが強い	男性40代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	全商品開発に関わっているという話を聞いたことがある。	男性20代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	子会社の意見や希望を受け付けない	男性50代
14 セブンイレブンジャパン【鈴木敏文】	雑誌等でよく記事になっていることもあるが、流通業界の神様のようなイメージがある	女性50代
15 ローソン【新浪剛史】	メディア露出が多い	男性20代
15 ローソン【新浪剛史】	革新的	男性50代

企業名【経営者名】	選んだ理由	性別年代
15 ローソン【新浪剛史】	強い	男性40代
15 ローソン【新浪剛史】	リーダーシップがとれている	男性30代
15 ローソン【新浪剛史】	テレビの露出	女性40代
15 ローソン【新浪剛史】	便利	女性40代
16 ピーチ・ジョン【野口美佳】	女性の体型などを考えられて商品にしておられるのすごと思う	女性40代
17 サイバーエージェント【藤田晋】	創業者だから	男性40代
17 サントリー【佐治信忠】	アメリカでの買収その他経営メッセージがハッキリしている	男性30代
17 サントリー【佐治信忠】	株を持っている	男性50代
17 サントリー【佐治信忠】	独特なイメージ	女性30代
19 任天堂【岩田聡】	世界が日本といえるから	男性20代
19 任天堂【岩田聡】	世界市場に出ても、日本人的感覚はそのまま生かされていると思う	男性50代
19 任天堂【岩田聡】	メディアに出る機会が多い	男性20代
19 任天堂【岩田聡】	SNSゲームが流行っている中でダウンロード商法はしないといってたから。結局はしてしまったが。	女性20代
19 任天堂【岩田聡】	有名だし世界的にも活躍する企業だから	女性20代
20 ソニー【平井一夫】	世界的に尊敬されている	男性20代
20 ソニー【平井一夫】	何となくそう思うだけ	男性20代

図表 D 第1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	5,868回	1,951,396人
2	ワタミ	渡邊美樹	2,858回	73,642人
3	楽天	三木谷浩史	2,412回	460,315人
4	日本マクドナルド	原田永幸(※)	133回	1,336人
5	ジャパネットたかた	高田明	185回	24,032人
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井正(※)	8,036回	6,733人
6	日産自動車	カルロス・ゴーン(※)	35,521回	951人
8	トヨタ自動車	豊田章男	なし	なし
9	アパホテル	元谷芙美子	なし	なし
10	エイベックス(Avex)	松浦勝人	507回	17,065人
11	イオン	岡田元也	なし	なし
12	スズキ(SUZUKI)	鈴木修(※)	3,035回	689人
13	キヤノン	御手洗富士夫	なし	なし
13	セブンイレブンジャパン	鈴木敏文	なし	なし
15	ローソン	新浪剛史	なし	なし
15	ピーチ・ジョン	野口美佳	25,959回	64,734人
17	サイバーエージェント	藤田晋	3,459回	151,324人
18	サントリー	佐治信忠	なし	なし
19	任天堂	岩田聡(※)	9,024回	1,586人
20	ソニー	平井一夫	なし	なし
平均			8,083回	229,484人

※BOTアカウントにおける集計

(2013年10月1日現在)

図表E 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	必要な能力	回答率
1	決断力	55.1%
2	リーダーシップ	51.6%
3	先見力	38.0%
4	マネジメント力	24.9%
5	創造力	21.4%
5	経営分析力	21.3%
7	誠実さ	20.9%
8	発信力	17.6%
9	勤勉性	65.0%
10	その他	0.8%

図表F 第1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	ワタミ	渡邊美樹	1959/10/5	神奈川県	明治大学卒
3	楽天	三木谷浩史	1965/3/11	兵庫県	一橋大学卒
4	日本マクドナルド	原田永幸	1948/12/3	長崎県	東海大学卒
5	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
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	日産自動車	カルロス・ゴーン	1954/3/9	ブラジル	—
8	トヨタ自動車	豊田章男	1956/5/3	愛知県	慶応義塾大学卒
9	アパホテル	元谷芙美子	1947/7/8	福井県	法政大学卒
10	エイベックス(Avex)	松浦勝人	1964/10/1	神奈川県	日本大学卒
11	イオン	岡田元也	1951/6/17	三重県	早稲田大学卒
12	スズキ(SUZUKI)	鈴木修	1930/1/30	岐阜県	中央大学卒
13	キヤノン	御手洗富士夫	1935/9/23	大分県	中央大学卒
13	セブンイレブンジャパン	鈴木敏文	1932/12/1	長野県	中央大学卒
15	ローソン	新浪剛史	1959/1/30	神奈川県	慶応義塾大学卒
15	ピーチ・ジョン	野口美佳	1965/1/13	宮城県	—
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	サントリー	佐治信忠	1945/11/25	兵庫県	慶応義塾大学卒
19	任天堂	岩田聡	1959/12/6	北海道	東京工業大学卒
20	ソニー	平井一夫	1960/12/22	東京都	国際基督教大学卒

※出身大学は、ビジネススクール等を除く