

# コーポレート・レピュテーション と財務業績の関係性

—わが国における質問票調査に基づく実証分析—

The Relationship between Corporate Reputation and Financial  
Performance: The Japanese Perspective

岩田 弘尚

Hironao Iwata

専修大学経営学部

School of Business Administration, Senshu University

## ■キーワード

コーポレート・レピュテーション, 財務業績, インタンジブルズ,  
実証研究, 管理会計

## ■要約

本研究の目的は、わが国企業のレピュテーション（評判）と財務業績の  
関係性を実証分析により明らかにすることにある。その目的のために、  
「日本企業の評判に関するアンケート調査」を実施し、確認的因子分析、t  
検定、ウィルコクソン順位和検定を用いて分析を行った。その結果、わが  
国においてレピュテーションの高い企業群とレピュテーションの低い企業  
群と間には、株価純資産倍率(PBR)、負債比率(D/E)、収益性(ROA)、  
株主重視(EPS)の各財務指標に統計上有意な差があることが認められた。

## ■Key Words

Corporate Reputation, Financial Performance, Intangible Assets,  
Empirical Research, Management Accounting

## ■Abstract

This paper examines the relationship between corporate reputation  
and financial performance in Japan. The author undertake three empiri-  
cal analyses: the confirmatory factor analysis, the t-test and the Wil-  
coxon rank sum test. This study reveals that the difference between fi-  
nancial performance of firms with a good reputation and financial per-  
formance of firms with a bad reputation is statistically significant. Re-  
sults indicate that firms with a good reputation are superior financial  
performance than firms with a bad reputation in Japan.

# 1 はじめに

*Journal of Management* において特集 (Vol. 36 No. 3, 2010) が組まれるように、コーポレート・レピュテーション<sup>1)</sup>の重要性は今日では広く認識されるようになってきている。この傾向は、欧米はもとより、わが国の管理会計研究においても見受けられ、レピュテーションに関する研究の蓄積は、櫻井 (2005, 2008, 2011), 『企業会計』の特集号 (2006, 2011), そして日本会計研究学会スタンディンググループ (2010) に代表されるように精力的になされてきた。このようにレピュテーション研究に対する関心が高まってきた背景には、企業不祥事に起因するレピュテーション・リスクの問題 (岩田, 2011) や Freeman *et al.* (2007) が主張するステークホルダー経営の問題など複数の要因が考えられ得る。とりわけ、その大きな要因として、コーポレート・レピュテーションが財務業績を向上させ得る無形の資産 (intangibles) であるという認識が広まり、そのプロセスの解明の重要性が認知されてきたことがあげられる。

一般に「レピュテーションの高い企業の売上高は持続的に成長し、将来有望である株式市場が信じるため、当該企業のPERは高くなり、時価総額も高く評価され、資本コストは低くなる」(Eccles *et al.*, 2007) と考えられる。しかしながら、レピュテーション・マネジメントは、実際に企業の財務業績の向上に結びつくものなのだろうか。この点に関して、特にわが国においては、北見 (2008), 岩田・青木・櫻井 (2009), 伊藤(和)ら (2011) などの萌芽的な研究を除いては検証が行われておらず、「回帰分析, 因子分析, 共分散構造分析などによる実証分析による理論の裏打ちが欠かせない」(青木, 2009, p. 155) といった指摘がなされている。

そこで、本研究では、実証研究によってわが国企業のコーポレート・レピュテーションと財務業績の関係性の一端を明らかにすることを目的とす

る。その目的のために、まず、諸外国におけるコーポレート・レピュテーションと財務業績の関係性に関する先行研究を概観する。次に、質問票調査を利用して測定したわが国企業のレピュテーションの構成要素を確認し、レピュテーションと財務業績との関係性を統計的に分析する。最後に、分析結果を考察した上で、わが国企業のレピュテーション・マネジメントに対するインプリケーションを述べる。

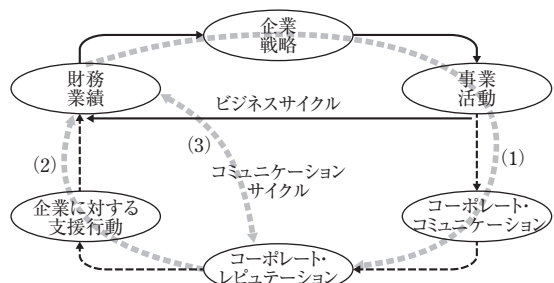
# 2 先行研究と仮説の設定

コーポレート・レピュテーションと財務業績の関係の実証を目的とした先行研究は、岩田 (2010) において以下の3タイプに分類されている。それは、(1) 財務業績がコーポレート・レピュテーションに与える影響を実証しようとする研究、(2) コーポレート・レピュテーションが財務業績に与える影響を実証しようとする研究、(3) コーポレート・レピュテーションと財務業績の相関関係に着目する研究である (図表1参照)。本節では、各タイプの研究を俯瞰した上で、仮説を設定する。

## 2.1 財務業績がコーポレート・レピュテーションに与える影響

図表1の(1)の矢印で示される財務業績がコー

図表1 コーポレート・レピュテーションと財務業績のサイクル



出所: van Riel and Fombrun (2007), p. 60. に(1)~(3)の点線矢印を筆者加筆。

ポレート・レピュテーションに与える因果関係を実証しようとする研究が欧米においていくつか見受けられる (Sobol and Farrelly, 1988; Fombrun and Shanley, 1990; Hammond and Slocum, 1996; Belkaoui, 2001; Rose and Thomsen, 2004 など)。ここでは、代表的な研究である Belkaoui (2001) を紹介する。

Belkaoui (2001) は、従属変数である(1)企業規模、(2)トービンの  $q$ 、(3)資産回転率、(4)利益率が独立変数である *Fortune* 誌の「最も称賛される企業 (Most Admired Companies; MAC)」<sup>2)</sup> の指標にどのような影響を与えているかを回帰分析によって実証的に分析している。結果としては、財務業績が高まれば、コーポレート・レピュテーションが高まるという有意な関係が示されている。

また、Hammond and Slocum (1996) は、米国企業を対象として、1981年と1986年の財務リスクとリターンが1993年のMACの指標にどのような影響を与えるかを回帰分析によって分析している。財務リスクには企業の市場リターンに対する標準偏差が、リターンには売上高利益率が変数として採用されており、結果的に過去の2つの変数が将来のレピュテーションの11%から13%を説明していることが明らかにされている。

しかしながら、どちらの研究もレピュテーションの指標として、そもそも財務の占める割合が高いMACを利用している点でハロー効果の問題が指摘されている (Fryxell and Wang, 1994)<sup>3)</sup>。

## 2.2 コーポレート・レピュテーションが財務業績に与える影響

コーポレート・レピュテーションは、競争優位の源泉である (Barney, 1986; Hall, 1992)。この視点に立つと、図表1の(2)の矢印で示されるレピュテーションが財務業績に与える影響に着目して実証することになる (Belkaoui and Pavlik, 1991; Srivastava, McInish, Wood and Capraro, 1997; Roberts and Dowling, 2002; Carmeli and Tishler, 2005; Graham and Bansal, 2007 など)。例えば、Roberts and Dowling (2002) は、レピュ

テーションの指標としてMACを、財務指標としてROA、PBR、売上高を利用して、回帰分析を行っている。その結果、良好なレピュテーションを持つ企業は、優れた業績を長期的に維持していることが明らかにされている。

また、Carmeli and Tishler (2005) は、認知されたコーポレート・レピュテーション、企業の製品・サービスの品質、顧客満足度、複数の財務指標の複雑な関係をパス解析によって分析している。その結果、レピュテーションは、顧客注文の増加と企業の成長に結びついているが、市場シェア、収益性 (売上高利益率とROE)、財務の健全性 (流動比率) とは直接的に関連していないことが明らかにされている。さらに、Rose and Thomsen (2004) では、財務業績に対するレピュテーションの影響は統計的に有意ではなかった。

このように、コーポレート・レピュテーションが財務業績に及ぼす影響については、先行研究においても用いる分析手法や結果が定まらず、今後さらなる研究が必要な領域となっている。

## 2.3 コーポレート・レピュテーションと財務業績の相関関係

図表1の(3)の矢印で示されるコーポレート・レピュテーションと財務業績の相関関係に着目する研究は、Fombrun and van Riel (2004) をはじめとしていくつか蓄積されている (他には、McGuire, Schneeweiss and Branch, 1990; Preston and Sapienza, 1990; Schultz, Mouritsen and Gabrielsen, 2001 など)。このタイプの代表的な研究である Fombrun and van Riel (2004) は、レピュテーション指数 (RQ)<sup>4)</sup> でランクづけした5カ国の企業60社を高RQと低RQの2群に分けて、RQと財務業績の相関関係を統計的に検証している。

Fombrun and van Riel (2004) が利用した企業の財務業績の尺度は、EBITDA、ROA、キャッシュフローマージン、年間総資産成長率、株価純資産倍率と多岐にわたるが、高RQ企業群と低RQ企業群との間には統計的に有意な財務上の差があり、レピュテーションの高い企業は無形資産

図表 2 米, 豪, 丁, 伊, 蘭の企業 60 社 (2001 年)

	低 RQ 企業	高 RQ 企業
RQ スコア	68.8	77.3
株価純資産倍率 (PBR)	4.01	5.73
長期負債比率	144.7	74.9
総資産利益率 (ROA)	5.30%	9.52%
5 年間の 1 株当たり利益成長率	8.46%	12.07%
1 年間の雇用成長率	2.8%	7.0%

出所: Fombrun and van Riel (2004), p. 70.

の比率 (PBR) が高く、負債比率は低く、収益性、成長性、生産性が高いことが明らかにされている (図表 2 参照)。さらに、Fombrun and van Riel (2004) は、RQ と株価の関係についても検証し、強気市場の場合には高 RQ 企業群の方が低 RQ 企業群よりも株価が大きく上昇するが、弱気市場の場合は低 RQ 企業群に投資した方がパフォーマンスが良いことを示している。

このタイプの研究では、コーポレート・レピュテーションと財務業績を示す指標との関係性の存在を窺い知ることができる。ただし、明らかになったのはあくまでも両者の相関関係であって、因果関係は特定されていない点に注意する必要がある。

## 2.4 仮説の設定

以上の先行研究から、図表 1 の (1) と (2) の因果関係を明らかにするタイプの実証研究は、多様な研究デザインがなされており、どの研究デザインが優れているのか各タイプ別にさらなる検討が必要であると考えられる。そこで、手始めに本研究では、Fombrun and van Riel (2004) によって広く紹介され、国際的な比較も可能となる図表 1 の (3) で示されるコーポレート・レピュテーションと財務業績の相関関係を以下の仮説 1 に基づいて検証する。

仮説 1 : レピュテーションの高い企業群とレピュテーションの低い企業群の間には財務業績に差がある。

次に、図表 1 の (2) の矢印で示されるレピュテーションが財務業績に与える影響に着目すると、その間には、レピュテーションの効果、すなわち企業に対するステークホルダーの支援行動が介在すると考えられる。そこで、本研究では、レピュテーションとレピュテーション効果の相関関係を以下の仮説 2 に基づいて検証する。

仮説 2 : レピュテーションの高い企業群とレピュテーションの低い企業群の間には、企業に対するステークホルダーの支援行動に差がある。

## 3 研究デザイン

本節では、前節で設定した 2 つの仮説を検証するための質問票調査「日本企業の評判に関するアンケート調査」の概要と研究方法を説明する。

### 3.1 質問票調査の概要

2011 年 3 月 1 日から 3 月中旬までの約 2 週間 にわたり、わが国在住の一般消費者 2,000 名 (有効回答が 2,000 サンプルになるまで回収) を対象としてネットリサーチ会社を通じて「日本企業の評判に関するアンケート調査」と題するオンライン調査を実施した。調査内容は、性別と年齢の他、わが国上場企業の評判と企業の評判が一般消費者の行動に及ぼす影響である。

(1) コーポレート・レピュテーションの測定尺度  
 先行研究においては、コーポレート・レピュテーションは、主に MAC と RQ という 2 つの尺度を用いて測定されている。これら 2 つ測定尺度のうち、MAC は、財務偏重であり、経営者やアナリストのみが評価し、一般消費者が考慮されておらず、方法論的にも概念的にも不十分である (Fombrun *et al.*, 2000)。そこで、Fombrun *et al.* (2000) によって、RQ が考案された訳であるが、その RQ も多重共線性の問題などを理由に、彼ら自身によって RepTrak という新しい測定尺度が現在では提案されている。

RepTrak は、図表 3 に示すように、業績、製品・サービス、リーダーシップ、イノベーション、市民性、職場環境、ガバナンスという 7 つの構成概念と 23 の下位尺度から構成されている (van Reil and Fombrun, 2007)。なお、下位尺度の質問に対する回答には、Reputation Institute (2010) 同様、リッカートの 7 件法を用いる。

本研究においては、まず、RepTrak がわが国上場企業のレピュテーションを測定する尺度として妥当であるかについて、共分散構造分析ソフトウェア AMOS により確認的因子分析<sup>5)</sup>で検証した。その結果、GFI=0.877、AGFI=0.848、CFI=0.965、RMSEA=0.079 という指標から判断し、RepTrak をわが国上場企業のレピュテーションを測定する尺度として採用した。なお、今回、評判

の高い企業と評判の低い企業の抽出には、以下の質問項目を用いている。

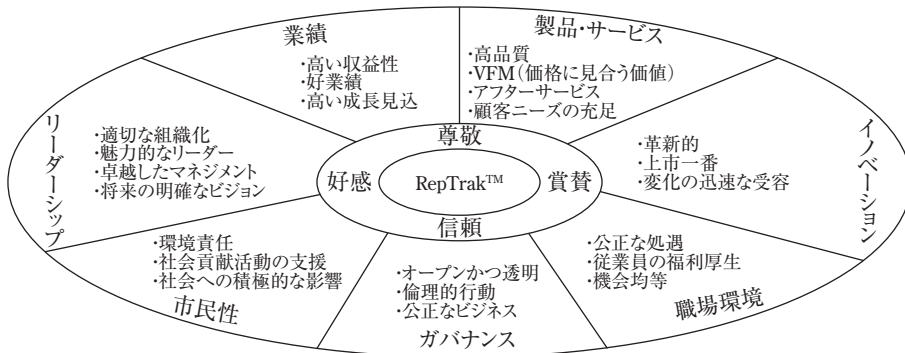
- ・あなたの知っているわが国の上場企業のうち、総合的な評判が最も高いためにひととき注目度が高いと考える企業はどこですか。具体的な社名をあげてください。
- ・あなたの知っているわが国の上場企業のうち、総合的な評判が最も低いためにひととき注目度が高いと考える企業はどこですか。具体的な社名をあげてください。

(2) コーポレート・レピュテーションの効果

仮説 2 の検証に必要な特定の企業のレピュテーション効果 (Reputation Institute, 2010) を以下の 10 の質問によって、リッカート 7 件法で質問している。

- (1) この企業の製品やサービスを機会があったら購入したいと思う。
- (2) この企業の製品やサービスを機会があったら他人に勧めたいと思う。
- (3) この企業の製品やサービスだったら値段が少し高くても購入したいと思う。
- (4) この企業の株式や社債を機会があったら購入して投資したいと思う。
- (5) この企業で機会があったら働けたら働きたいと思う。
- (6) この企業が仮に不祥事等の問題を起こした時、

図表 3 コーポレート・レピュテーションを測定する RepTrak の尺度



出所：van Reil and Fombrun (2007), p. 255.

支持・応援したいと思う。

- (7) この企業について肯定的な評価を機会があったら口コミで他人に伝えたいと思う。
- (8) この企業の発するメッセージ（社長のスピーチや会社ホームページ等）は信頼できると思う。
- (9) この企業のブランド力が今後高まると思う。
- (10) この企業のことを情緒的に好感・尊敬・信頼・称賛している。

### 3.2 仮説1の検証方法

「日本企業の評判に関するアンケート調査」によって明らかになった評判の高い企業群と評判の低い企業群のデータを用いて、レピュテーションと財務業績の差をt検定<sup>6)</sup>によって検証する。帰無仮説と対立仮説は、以下の通りである。

帰無仮説：レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群の財務業績とでは差がない。

対立仮説：レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群の財務業績とでは差がある。

また、レピュテーションの尺度にはRepTrakを利用し、財務業績の尺度にはFombrun and van Riel (2004) に倣って株価資産倍率 (PBR)、総資産利益率 (ROA)、株主資本利益率 (ROE)、売上高成長率、負債比率、総資本回転率、従業員1人当たり売上高、売上高、フリーキャッシュフロー (FCF)、1株当たり利益 (EPS) を利用する。なお、財務データは、質問票調査と同時期の2011年3月決算（ないし直近の決算）のデータを使用する<sup>7)</sup>。

### 3.3 仮説2の検証方法

「日本企業の評判に関するアンケート調査」によって明らかになった評判の高い企業群と評判の低い企業群のデータを用いて、レピュテーションと企業に対する支援行動の差を統計解析アドイン「EXCEL統計」を用いてウィルコクソンの順位和検定<sup>8)</sup>によって検証する。帰無仮説と対立仮説は、

以下の通りである。

帰無仮説：レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群とでは、レピュテーションの各効果に差がない。

対立仮説：レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群とでは、レピュテーションの各効果に差がある。

## 4 | 分析結果と考察

まず、アンケート調査の結果から、わが国のレピュテーションの高い企業と低い企業をそれぞれ10社抽出すると、図表4の通りとなる。網掛けの企業は、世界を対象としたThe 2011 Global RepTrak 調査 (Reputation Institute, 2011) においてランク入りしている企業でもあり、本調査の結果の信頼性が高いことが分かる<sup>9)</sup>。

### 4.1 仮説1の検証結果

仮説1の分析結果を図表5に示す。帰無仮説「レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群の財務業績とでは差がない」は、PBR、ROA、ROE、負債比率、売上高、EPSについて棄却された。したがって、上記の尺度について、レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群の財務業績の間には、平均値に統計上有意な差が認められた<sup>10)</sup>。その他、売上高成長率、総資本回転率、フリーキャッシュフローの尺度については、統計上有意な差は認められないが一定の傾向が示唆された。これらのことから、わが国において、レピュテーションの高い企業は無形資産の比率 (PBR) が高く、負債比率 (D/E) は低く、収益性 (ROA) は高く、株主重視 (EPS) であると言える。

### 4.2 仮説2の検証結果

仮説2の分析結果を図表6に示す。仮説2につ

図表4 「日本企業の評判に関するアンケート調査」結果

評判が低い企業	スコア	評判が高い企業	スコア
アコム	59.0	オリエンタルランド	141.9
東京電力	61.5	キヤノン	134.0
プロミス	61.8	東芝	130.0
山水電気	64.2	ホンダ	129.8
新生銀行	64.3	ファーストリテイリング	129.7
アイフル	65.9	トヨタ自動車	128.4
三洋電機	66.0	パナソニック	127.2
三菱自動車	66.6	シャープ	125.9
西日本旅客鉄道	70.6	ソニー	124.5
ダイエー	71.2	任天堂	124.4

出所：筆者作成。

図表5 財務業績の平均値と標準偏差およびt検定の結果

	全体		評判の高い企業群		評判の低い企業群		t 値	p 値
	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差	平均値	標準偏差		
純資産倍率(PBR)	0.95	1.17	1.55	0.84	0.27	1.05	3.031	0.007**
総資産利益率(ROA)	-0.45%	0.06	3.39%	0.04	-4.4%	-0.45	3.323	0.004**
株主資本利益率(ROE)	-6.10%	0.25	7.34%	0.09	-19.4%	0.28	2.719	0.021*
売上高成長率	-2.28%	0.19	6.82%	0.08	-7.8%	0.23	1.247	0.228
負債比率	1.67	2.01	0.62	0.43	2.78	2.33	-2.811	0.019*
総資本回転率	0.80	0.60	0.94	0.32	0.69	0.80	0.797	0.441
従業員1人当たり売上高	66.46	44.09	47.95	20.77	68.24	31.19	3.250	0.009**
売上高	3,501,943	4,600,005	6,455,874	5,346,455	1,092,165	3,501,943	2.609	0.025*
フリーキャッシュフロー	84,652	142,956	112,667	179,471	75,497	84,652	0.272	0.790
1株当たり利益(EPS)	-41.46	447.52	147.12	225.24	-276.02	475.19	2.612	0.021*

\*p&lt;.005, \*\*p&lt;.001

出所：筆者作成。

図表6 2群のレピュテーションの効果の差に関するウィルコクソン順位和検定の結果

対立仮説両側

公式：Z

	購買意欲	他人への推奨	高価格購入	投資意欲	就労意欲
U 値	73,859	88,755	100,078	152,799	151,987
統計量	53.39	52.98	52.72	51.31	51.36
P 値	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
判定	[**]	[**]	[**]	[**]	[**]
	不祥事の回復支援	肯定的な口コミ	PRの信頼度	ブランド向上	情緒的評価
U 値	155,739	190,253	120,315	65,867	61,557
統計量	51.28	50.30	52.17	53.61	53.77
P 値	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
判定	[**]	[**]	[**]	[**]	[**]

出所：筆者作成。

いて、帰無仮説「レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群とでは、レピュテーションの各効果に差がない」が棄却された。したがって、レピュテーションの高い企業群の財務業績とレピュテーションの低い企業群とでは、レピュテーションの各効果に統計上有意味な差が認められた。このことから、コーポレート・レピュテーションは、図表1の(2)の矢印で示されるように、ステークホルダーに対する各種効果を通じて、最終的に財務業績を高めると考えることができる。

## 5 結論と本研究の限界

本研究では、一般消費者を対象としたわが国企業の評判に関する質問票調査のデータに基づいてわが国企業のレピュテーションと財務業績の関係性に関する実証分析を実施した。

### 5.1 結論と本研究の貢献

まず、仮説検証の前提条件となるRepTrakモデルによるわが国上場企業のレピュテーション測定の妥当性が検証された。これによって、今後はわが国企業のレピュテーションをRepTrakで測定することにより、(Reputation Institute (2011)が公表するデータなどの)実証研究の国際比較が可能となろう。

また、仮説1より、わが国においてもレピュテーションの高い企業群とレピュテーションの低い企業群の財務業績(無形資産、収益性、安全性)に統計的な差があることが明らかになった(2011年3月時点のデータ)。これは、RepTrakの23の下位尺度に準じたわが国における初めての実証研究と言えるのではないだろうか。

さらに、仮説2より、わが国においてもレピュテーションの高い企業群とレピュテーションの低

い企業群のレピュテーションの効果に統計的な差があることが明らかになった(2011年3月時点のデータ)。このことは、コーポレート・レピュテーションがステークホルダーに対して影響を及ぼす(レピュテーション効果)ことで、財務業績が高まるという図表1の(3)の関係性の解明の第一歩と言えらる。

以上より、本研究は、北見(2008)、青木・岩田・櫻井(2009)、伊藤(和)ら(2011)などのごく少数の研究を除いてはほとんど実証されることがなかったわが国企業のレピュテーションと財務業績の関係性の一端を明らかにしようと試みた挑戦的な萌芽研究であると言えよう。

### 5.2 本研究の限界

本研究は、わが国企業のレピュテーションと財務業績の関係性を明らかにする萌芽的な研究である。そのために、いくつかの限界を指摘しておかなければならない。

まず、RepTrakモデルの詳細がPonzi *et al.* (2011)によって本調査後に明らかにされたため、RepTrakに基づく質問票調査をさらに精緻に実施する必要がある。

また、今回の分析は、図表1の(3)の相関関係と、(2)の一部の関係を単年度のデータで分析したに過ぎない。コーポレート・レピュテーションと財務業績の関係性を真に解明するためには、データという点において、長期間にわたる時系列的なデータが必要となり、国別、産業別、企業規模別調査や調査対象とするステークホルダーの多様化等の様々な考慮も必要となろう。

さらには、分析手法という点においては、相関分析だけではなく、重回帰分析や共分散構造分析などの分析手法の多様化も必要である。その際、Carmeli and Tishler (2005)や伊藤(和)ら(2011)等の共分散構造分析が参考になるとと思われる。



## ●謝辞

本研究は、平成22年度専修大学個人研究助成（研究課題名：「わが国企業のコルポレート・レピュテーションに関するアンケート調査」）および平成23年度専修大学経営研究所個人研究助成（研究課題名：「わが国上場企業のレピュテーションに関する実証研究」）による研究成果の一部である。ここに記して感謝の意を表します。

## ●注

- 1) コルポレート・レピュテーション (corporate reputation; 企業の評判) とは、「経営者および従業員により過去の行為の結果、および現在と将来の予測情報をもとに、企業を取り巻くさまざまなステークホルダーから導かれる持続可能な競争優位」(櫻井, 2005, pp. 27-28) のことを言う。なお、このコルポレート・レピュテーションの測定方法については、岩田 (2010) を参照のこと。
- 2) MAC は、アナリストと企業幹部を対象としたアンケート調査に基づいて、コルポレート・レピュテーションを9つの属性から評価しランクづける。Fortune (2009) によると、9つの属性は、(1) 企業資産の有効利用、(2) 財務の健全性、(3) 長期的投資価値、(4) 優秀な人材を引きつけ維持する能力、(5) 経営者の質、(6) 地域社会と環境に対する社会的責任、(7) イノベーション能力、(8) 製品・サービスの質、(9) 国際的な競争力である。MAC は9つの属性によってレピュテーションを多面的に評価しており、諸外国における実証研究ではよく利用されている。
- 3) さらに、MAC は古くから存在する指標のために多くの実証研究で利用されているが、当初から科学的な利用を意図して設計されたわけではない点も問題点として指摘されている (Deephouse, 2000)。
- 4) RQ (Reputation Quotient) は、コルポレート・レピュテーションを、(1) 情緒的アピール、(2) 製品とサービス、(3) ビジョンとリーダーシップ、(4) 職場環境、(5) 財務業績、(6) 社会的責任という6つの構成概念 (20の下位尺度から構成される) から測定する指標である (Fombrun, et al., 2000)。
- 5) 確認的因子分析 (CFA; Confirmatory Factor Analysis) は、因子の仮説を設定し、その仮説に基づくモデルにデータが合致するか否か (= 現象を説明できるか否か) を検討する手法である。
- 6) t検定とは、2つの水準があって、それらの母集団の平均に統計的に有意な差があるかどうかを検定する手法である。
- 7) 売上高成長率については、直近2年分の売上高を使用する。
- 8) ウィルコクソン (Wilcoxon) の順位和検定は、一対の標本によるノンパラメトリック検定法である。t検定に対応し、t検定で必要とされる仮定が満たされない場合に用いる。マン・ホイットニーのU検定に同じ。
- 9) 評判の高い企業のうち、網掛けのない2社は海外売上比率が小さいために、グローバル調査ではランク入りしていないものと推察される。
- 10) 従業員1人当たり売上高についても統計上の有意差が

認められるが、評判の高い企業の方が低くなっており、企業規模などを考慮に入れて再分析する必要があると思われる。

## ●参考文献

- Barney, J. (1986), "Organizational Culture," *Academy of Management Review*, vol. 11 no. 3, pp. 656-665.
- Belkaoui, Ahmed Riahi (2001), *The Role of Corporate Reputation for Multinational Firms: Accounting, Organizational and Market Considerations*, Quorum Books.
- Belkaoui, Ahmed Riahi and Ellen L. Pavlik (1991), *Accounting for Corporate Reputation*, Quorum Books.
- Carmeli, A. and A. Tishler (2005), "Perceived Organizational Reputation and Organizational Performance," *Corporate Reputation Review*, vol. 8 no. 2, pp. 13-30.
- Deephouse, D. L. (2000), "Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories," *Journal of Management*, vol. 26 no. 6, pp. 1091-1112.
- Eccles, Robert G. Jr., Scott C. Newquist and Roland Schatz (2007), "Reputation and Its Risks," *Harvard Business Review*, vol. 85 no. 2, pp. 104-114.
- Fombrun, Charles J. and Cees B. M. Van Riel (2004), *Fame and Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations*, Pearson Education (電通レピュテーション・プロジェクトチーム訳 (2005) 『コルポレート・レピュテーション』 東洋経済新報社)。
- Fombrun, Charles J., Naomi A. Gardberg and Joy M. Sever (2000), "The Reputation Quotient: A Multi-Stakeholder Measure of Corporate Reputation," *The Journal of Brand Management*, vol. 7 no. 4, pp. 241-255.
- Fombrun, C. and Shanley, M. (1990), "What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy," *Academy of Management Journal*, vol. 33 no. 2, pp. 233-258.
- Fortune (2009) <http://money.cnn.com/magazines/fortune/mostadmired/2009/index.html> as of 2009.8.10
- Freeman, R. Edward, Jeffrey S. Harrison and Andrew C. Wicks (2007), *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success*, Yale University Press.
- Fryxell, G. E. and J. Wang (1994), "The Fortune Corporate 'Reputation' Index: Reputation for What?" *Journal of Management*, vol. 20 no. 1, pp. 1-14.
- Graham, M. E. and P. Bansal (2007), "Consumers' Willingness to Pay for Corporate Reputation: The Context of Airline Companies," *Corporate Reputation Review*, vol. 10 no. 3, pp. 189-200.
- Hall, R. (1992), "The Strategic Analysis of Intangible Resources," *Strategic Management Journal*, vol. 13, pp. 135-144.
- Hammond, S. A. and J. W. Slocum Jr. (1996), "The Impact of Prior Firm Financial Performance on Subsequent Corporate Reputation," *Journal of Business Ethics*, vol. 15, pp. 159-165.
- Journal of Management* (2010), vol. 36 no. 3.
- McGuire, J. B., Schneeweis, T. and Branch, B. (1990), "Perception of Firm Quality: A cause or Result of

- Firm Performance,” *Journal of Management*, vol. 16 no. 1, pp. 167-180.
- Ponzi, Leonard J, Charles J Fombrun and Naomi A Gardberg (2011), “RepTrak™ Pulse : Conceptualizing and Validating a Short-Form Measure of Corporate Reputation,” *Corporate Reputation Review*, vol. 14 no. 1, pp. 15-35.
- Preston, L. E. and Sapienza, H. (1990), “Stakeholder Management and Corporate Performance’, *Journal of Behavioral Economics*, vol. 19 issue 4 pp. 361-375.
- Reputation Institute (2010), “Ireland RepTrak™ 2010,” <http://reputationinstitute.com/> as of 2010.11.15.
- Reputation Institute (2011), “The Global RepTrak™ 100,” <http://reputationinstitute.com/> as of 2011.9.30.
- Roberts, Peter W. and Grahame R. Dowling (2002), “Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance,” *Strategic Management Journal*, vol 23 no. 12, pp. 1077-1093.
- Rose, C. and Thomsen, S. (2004), “The Impact of Corporate Reputation on Performance : Some Danish Evidence,” *European Management Journal*, vol. 22 no. 2, pp. 201-210.
- Schultz, M., Mouritsen, J. and Gabrielsen G. (2001), “Sticky Reputation : Analyzing a Ranking System,” *Corporate Reputation Review*, vol. 4 No. 1, pp. 24-41.
- Sobol, M. G. and Farrell, G. (1988), “Corporate Reputation : A Function of Relative Size or Financial Performance?” *Review of Business and Economic Research*, vol. 24, pp. 45-59.
- Srivastava, Rajendra K., Thomas H. McInish, Robert A. Wood and Anthony J. Capraro (1997), “How Do Reputations Affect Corporate Performance? : The Value of Corporate Reputation : Evidence from the Equity Markets,” *Corporate Reputation Review*, vol. 1, pp. 61-68.
- van Riel, Cees B. M. and Charles J. Fombrun (2007), *Essential of Corporate Communication, Implementing Practices for Effective Reputation Management*, Routledge.
- 青木 茂男 (2009) 「書評『レピュテーション・マネジメント』」『産業経理』 Vol. 68 No. 4, pp. 154-155.
- 伊藤和憲・伊藤克容・新村秀一・櫻井通晴 (2011) 「レピュテーション・マネジメントに関する調査結果の分析—実証研究による調査を主目的として—」『専修商学論集』第 93 号, pp. 15-40.
- 岩田弘尚・青木章通・櫻井通晴 (2009) 「コーポレート・レピュテーションの測定からマネジメントへ」『企業会計』 Vol. 61 No. 7, pp. 151-159.
- 岩田弘尚 (2010) 「コーポレート・レピュテーションと財務業績—わが国における実証研究に向けて—」『インタンジブルズの管理会計研究—コーポレートレピュテーションを中心に— (日本会計研究学会スタディグループ最終報告書) 2010 年 9 月, pp. 150-159.
- 岩田弘尚 (2011) 「レピュテーションリスク・マネジメント～COSO ERM と BSC の統合アプローチ～」『Business Research』1037 号, 3 月, pp. 17-24.
- 『企業会計』(2006) 「特集知的資産経営と管理会計」9 月号。
- 『企業会計』(2011) 「特集「企業の評判」の測定と管理」2 月号。
- 北見幸一 (2008) 「コーポレート・レピュテーションと CSR—レピュテーションを高める CSR に向けて—」『国際広報メディア・観光学ジャーナル』 vol. 6, pp. 3-22.
- 櫻井通晴 (2005) 『コーポレート・レピュテーション—「会社の評判」をマネジメントする—』中央経済社。
- 櫻井通晴 (2008) 『レピュテーション・マネジメント—内部統制・管理会計・監査による評判の管理』中央経済社。
- 櫻井通晴 (2011) 『コーポレート・レピュテーションの測定と管理』中央経済社。
- 日本会計研究学会スタディグループ (主査：櫻井通晴) (2010) 『インタンジブルズの管理会計研究—コーポレート・レピュテーションを中心に— (日本会計研究学会スタディグループ最終報告書) 2010 年 9 月。