

新聞記事からみる 業界動向と展望

京都産業大学

経営学部 井村ゼミ

岸本、佐野、木村、前田

もくじ

1.問題意識

- 1)研究テーマ

2.先行研究

- 1)日本企業の動向
- 2)業界の動向

3.疑問と仮説

- 1)疑問
- 2)仮説

4.研究方法

- 1)研究方法について
- 2)使用データと調査対象
- 3)対象期間
- 4)分析手順

5.調査結果

- 1)自動車業界
- 2)電機業界
- 3)インターネット業界

6.考察・まとめ

- 1)考察
- 2)まとめ

謝辞、参考文献

1-1) 研究背景

- ・近年日本において、様々な事故が発生している。
例：2005年の福知山線脱線事故
2011年の福島原子力発電所事故 etc...
- ・企業の不祥事、特にライフライン関係の企業はリスクが直接人命に関わるためにミスが許されない。
- ・一方、アメリカでは、1980年代に「高信頼性組織」の概念が誕生する。
→問題が生じやすい状況下においても、事態を敏感に察知して未然に事故を防ぐような組織
- ・日本では、2000年代から注目され始めるが、日本での浸透は遅れている…
→現在、日本企業の在り方が問われている…

1-1) 研究テーマ

日本企業・業界のイメージと経済規模
(売り上げ)の因果関係を明らかにする。

- ・一般的にイメージの良い業界=経済規模の大きい業界なのか？
- ・日本企業全体のイメージや動向と似通っている業界は経済規模(売り上げ)は大きいのか？

を明らかにする。

2-1) 日本企業の動向

～日本企業全体～

金融危機

リーマンショック

1期 (1990～1997)

- ・バブル崩壊後の企業の経営不振によって大量のリストラが起こった
- 日本型経営(終身雇用・年功序列)の崩壊が見られた。

2期 (1998～2008)

- ・企業の不祥事や事故の多発による信用の低下
- CSRやコーポレートガバナンスといった欧米型の経営形態を導入する傾向が見られた。

3期 (2009～2017)

- ・海外の新興企業の台頭や海外子会社の増加
- ・働き方改革や雇用制度の変化
- グローバル化、ダイバーシティの考えを取り入れる傾向が見られた。

2-2-1) 業界の動向

～自動車業界～

1期(1990～1997)

- ・バブル崩壊によって国内の販売台数が低迷
- ・環境問題の対応として、低燃費エンジンや電気自動車などの技術開発の投資が増大

2期(1998～2008)

- リコール問題や燃費偽装等の不祥事による信用の低下
- ・海外企業との提携や合併の風潮
→グローバル志向が見られる。

3期(2009～2017)

- ・リーマンショックにより株価の暴落、それに伴い需要の低下
- ・東日本大震災や記録的な円高の影響があり売上げが低迷傾向

2-2-2) 業界の動向

～電機業界～

1期(1990～1997)

- ・アメリカ企業(インテル社、IBM社など)の台頭
 - ・バブル崩壊後の円高により家電製品の販売台数・売上げの低迷
- 「失われた10年」

2期(1998～2008)

- ・テレビのデジタル放送開始やエコポイントの導入によって、家電製品の売上げが増大

3期(2009～2017)

- ・リーマンショック以降、中国・韓国・台湾等の新興アジアメーカーの台頭で日本電機メーカーの占有率が低下

2-2-3) 業界の動向

～インターネット業界～

1期(1990～1997)

- ・業界の台頭
- ・Yahoo!、amazon.comの創業
- ・Web・インターネットサービスの開始

2期(1998～2008)

- ・業界規模の拡大(年々上昇傾向)
- ・ITバブルによる悪影響を上回る成長

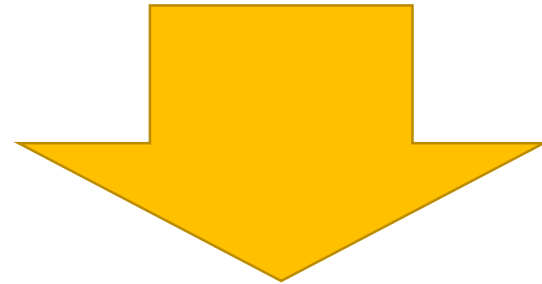
3期(2009～2017)

- ・スマートフォンへデバイス変わるも需要拡大
- ・ネットメディア、ネット通販ともに成長
- ・国内はヤフー、楽天の2強 両社とも事業の多角化を進める

3-1) 疑問

先行研究より...

- ・近年インターネット業界は需要の高まりに伴い経済規模が拡大傾向にある。
- ・自動車業界や電機業界は外部不経済や不祥事により経済規模が縮小傾向にある。



であるならば...

- Q. インターネット業界の経済規模の大きさの要因は？
- Q. 自動車業界や電機業界は悪いイメージがあるから経済規模が縮小している？

3-2) 仮説

・業界のイメージと経済規模は密接な関係があるだろうか？

→良いイメージ＝経済規模が拡大している。

→悪いイメージ＝経済規模が縮小している。

・日本企業全体のイメージと合致している業界は経済規模が拡大しているだろうか？

→業界(自動車業界、電機業界、インターネット業界)と年代ごと(1期、2期、3期)のそれぞれの動向やイメージと日本企業全体の年代ごと(1期、2期、3期)のイメージが合致しているかを分析する。

4-1) 研究方法について

使用データ

- 日経テレコンに掲載されている新聞記事

調査対象

- 自動車業界、電機業界、インターネット業界から各3社
- 1990年～2017年の28年間分

分析手順

- ①収集した新聞記事を「Cyber Date Processor」のソフトを使ってText Mining Studioで分析できるデータに加工する。
- ②加工したデータを自動車業界、電機業界、インターネット業界にそれぞれ分けて、Text Mining Studio 6.1で分析することにする。(各業界3社計9社)

4-2-1) 使用データと調査対象

「日経テレコン」より、1990年～2017年までの
28年間分の新聞記事

調査企業... (株)サイバーエージェント、ヤフー(株)、楽天(株)、トヨタ自動車(株)、本田技研工業(株)、
マツダ(株)、シャープ(株)、ソニー(株)、パナソニック(株)

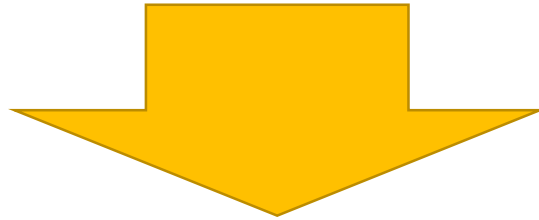
※株式会社は(株)で省略
※企業の並び方は順不同

・上記の年代をテキスト分析することで...

1990年以降の各業界の動向を明らかにする！

4-2-2) 使用データ(新聞記事)

- ・なぜ、新聞記事で分析するのか？



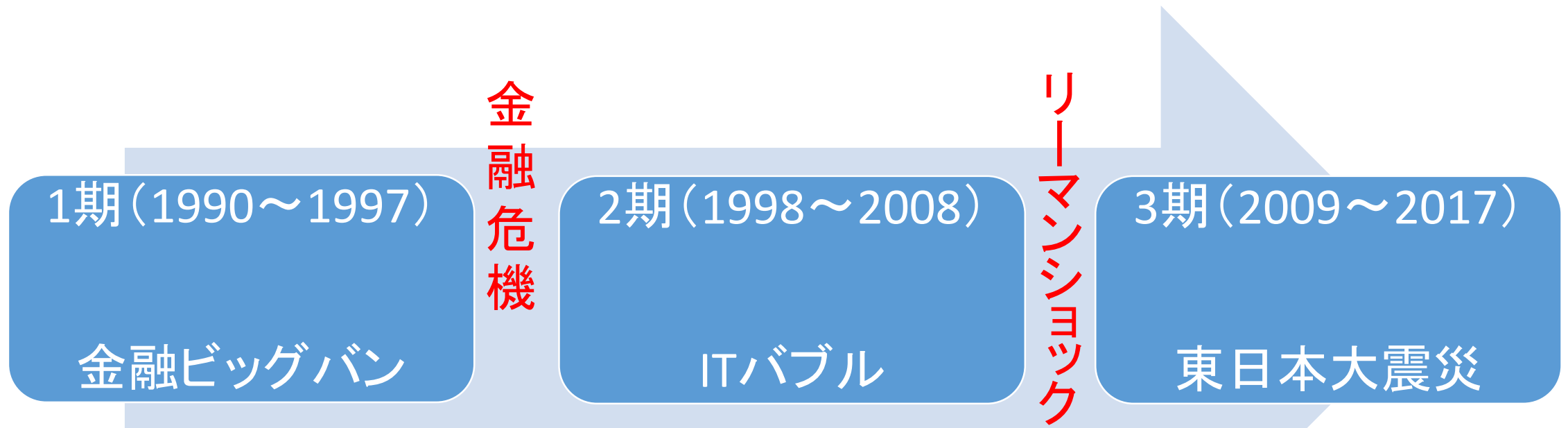
新聞記事は第三者が公に向けてある企業・
業界について捉えたものであり、
「客観性」と「影響力」がある。

→新聞記事の内容を分析することでその時代の動向と企業イメージを知ることが出来る！

4-3) 対象期間

調査対象(1990年～2017年)

1期(1990年～1997年)、2期(1998年～2008年)、3期(2009年～2014年)



・日本経済に大きな影響を与えた出来事(年)を区切りとして...

各期の前後の各業界の変化を明らかにする！

4-4) 分析手順

今回テキストマイニングのツールとして、Text Mining Studio 6.1を使用した。



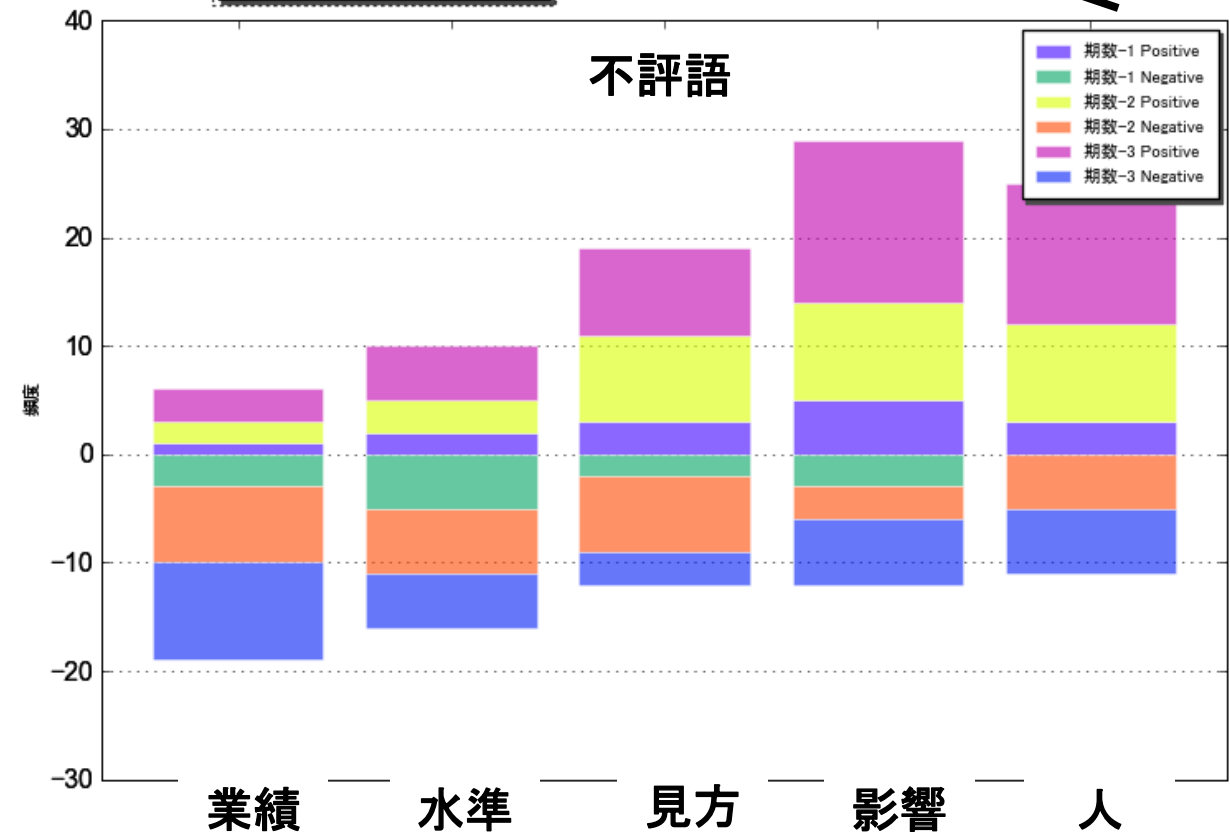
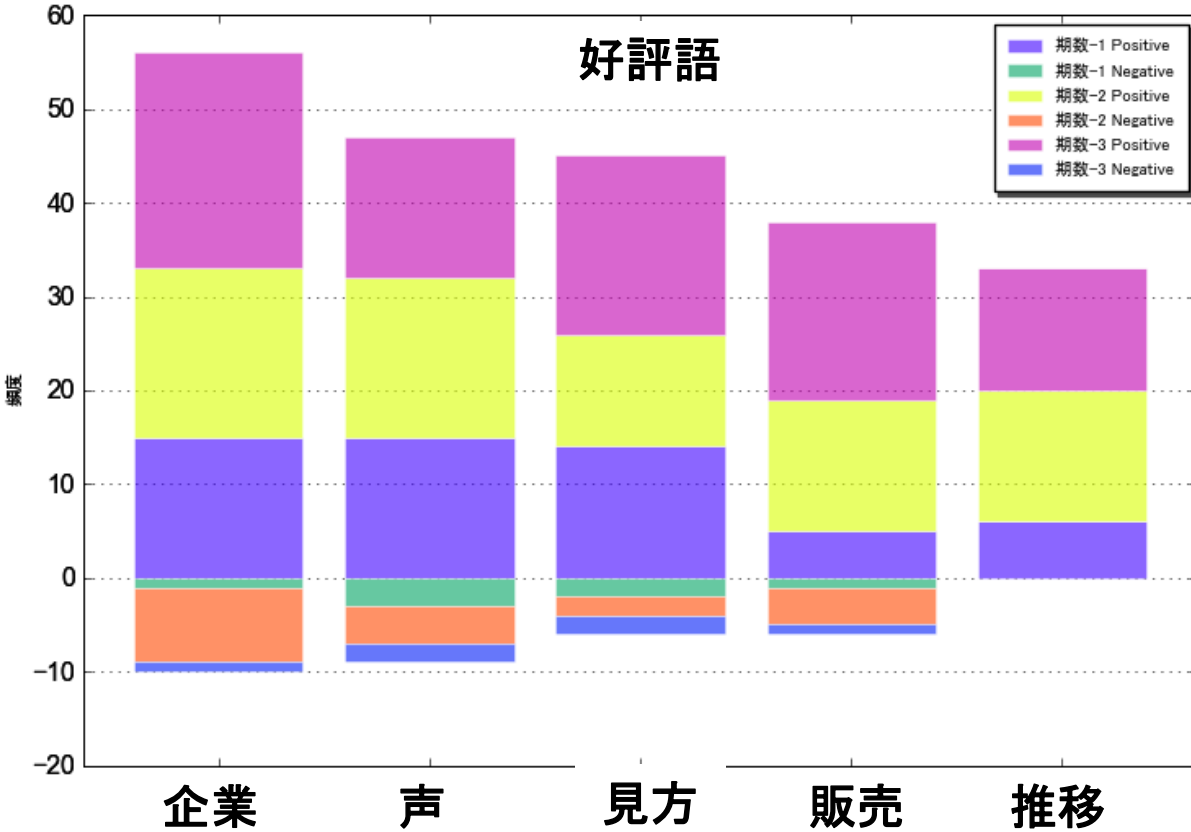
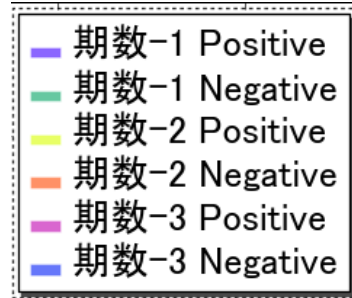
・日経テレコン

・評判抽出分析
・言葉ネットワーク
(キーワード: 売上、利益)

各期毎に表示

5-1) 自動車業界

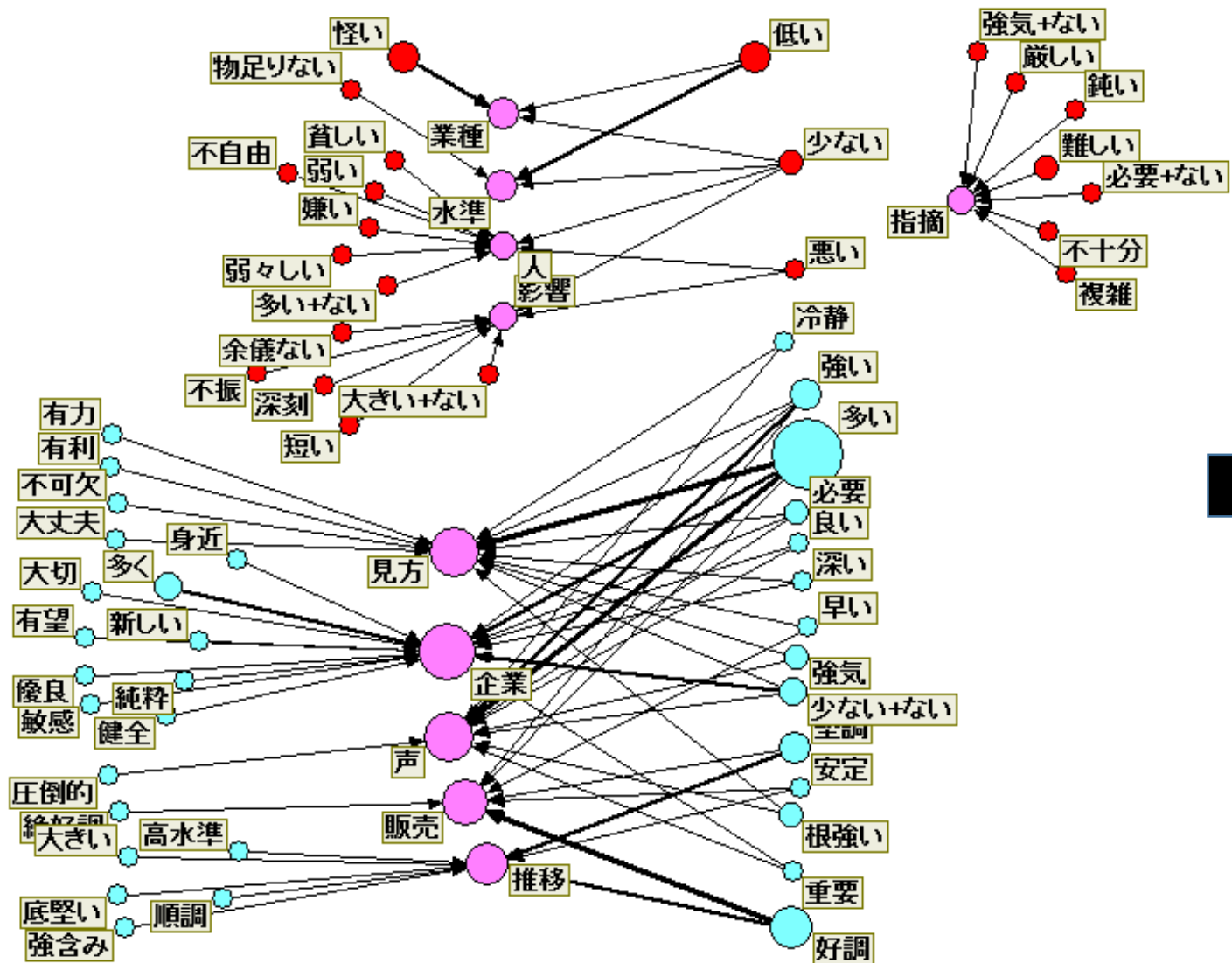
評判分析



- ・自動車業界の「企業」に対する、世間一般の「声」・「見方」は、良しとする人が多い。各期ともある程度水準を守っている。 → **ブランディングの維持**
- ・自動車業界の「人」に対する、世間一般の「見方」は悪いイメージであるものの、「業績」や「水準(品質)」は保たれているとのイメージ → **ガバナンス体制の崩れの兆候??**

5-1) 自動車業界

評判分析 ネットワーク図



自動車業界は日本の基幹産業であるため、、

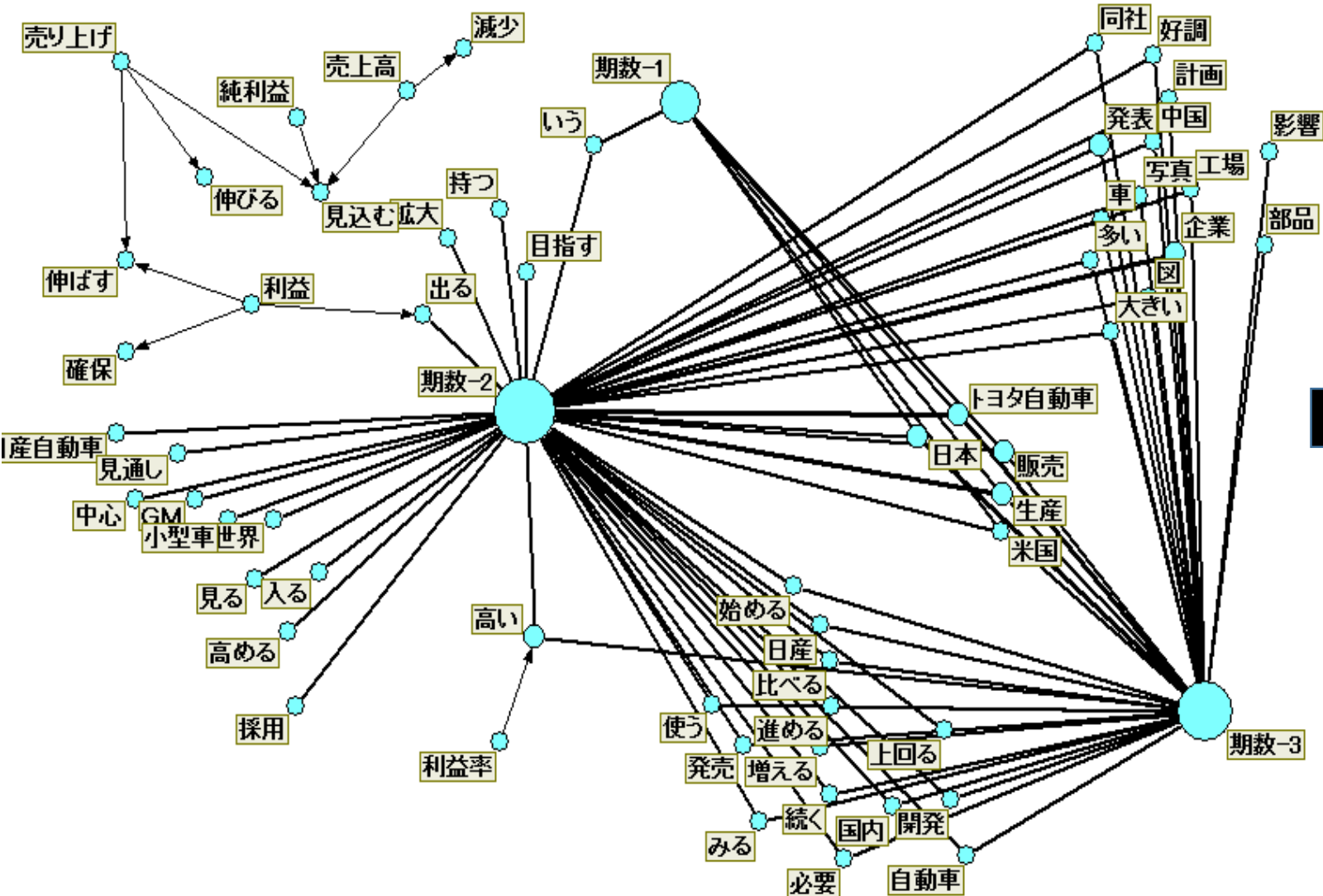
自動車業界に対する見方は、「安定」「根強い」「大丈夫」「優良」等のワードが見られることから、皆が「日本の自動車産業は、各社の不正が発覚する中でも、これからは期待していたり、心のどこかで日本のものづくりを信じている」??



一方、業界に対する悪いイメージに対して、「指摘」が「不十分」、「強気でない」ことから、トップダウンあるいは、説明責任の指示系統が上手くいっていないとの見方がされている??

5-1) 自動車業界

言葉ネットワーク (キーワード:「売上、利益」)

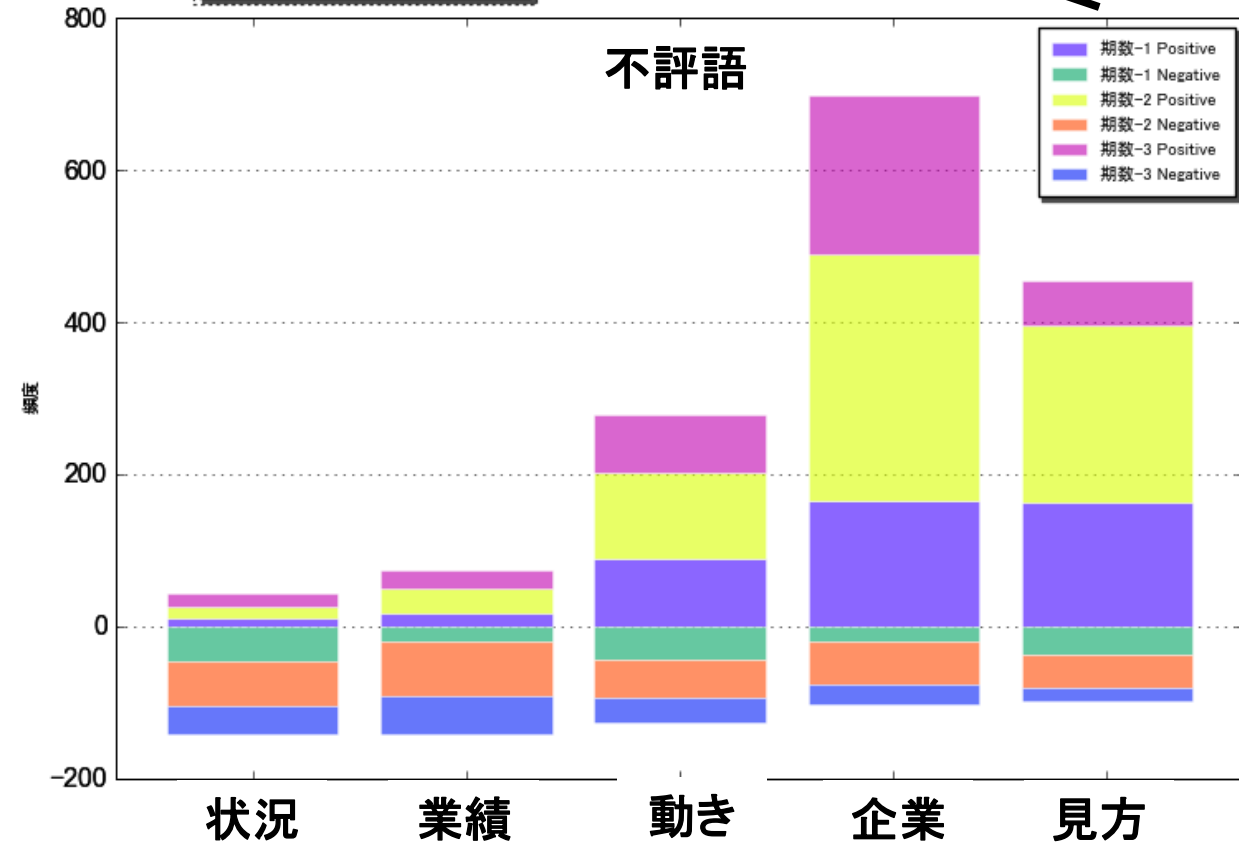
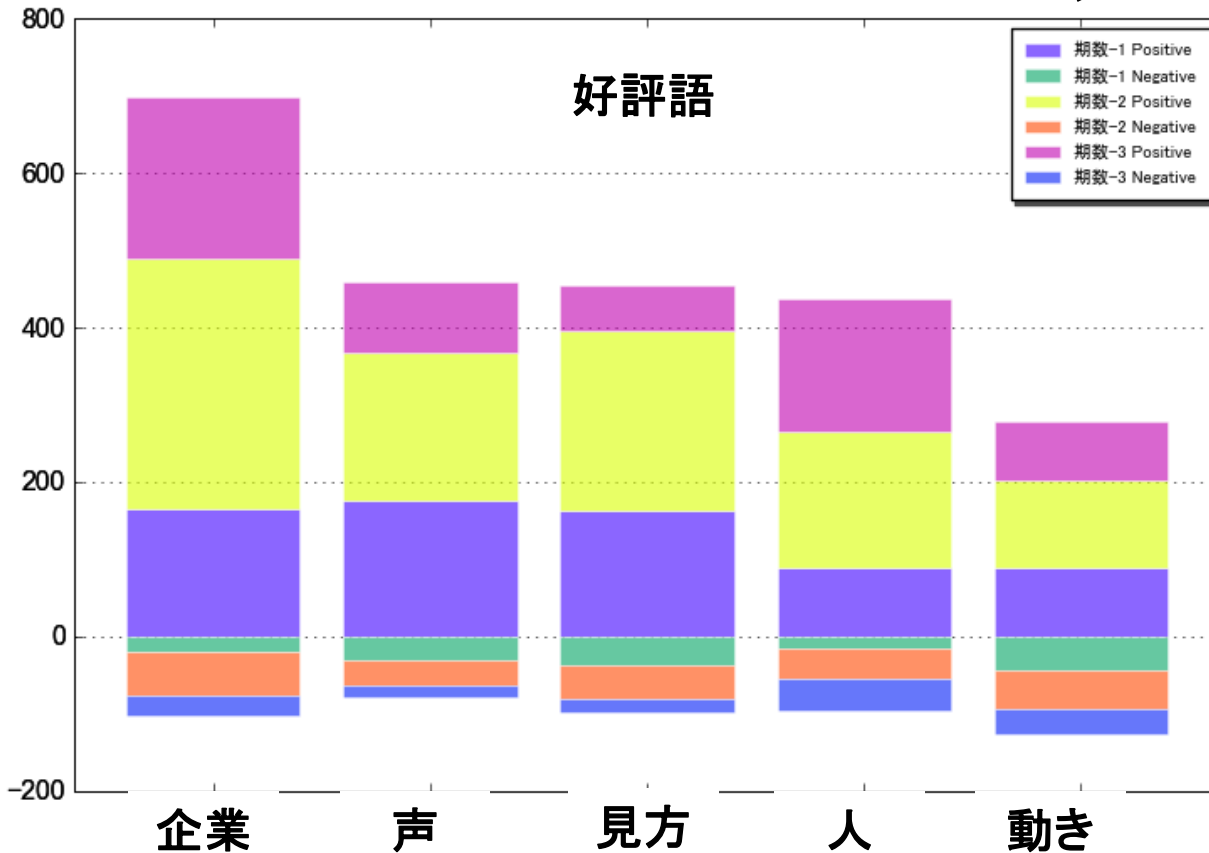


2期のみ、「売上」の「減少」というワードが見られるが、ほぼ「売上」「確保」「伸びる」「増える」「好調」といったワードが見られることから、

イメージの良し悪しにかかわらず、自動車業界は利益確保を順調に行っている。

5-2) 電機業界

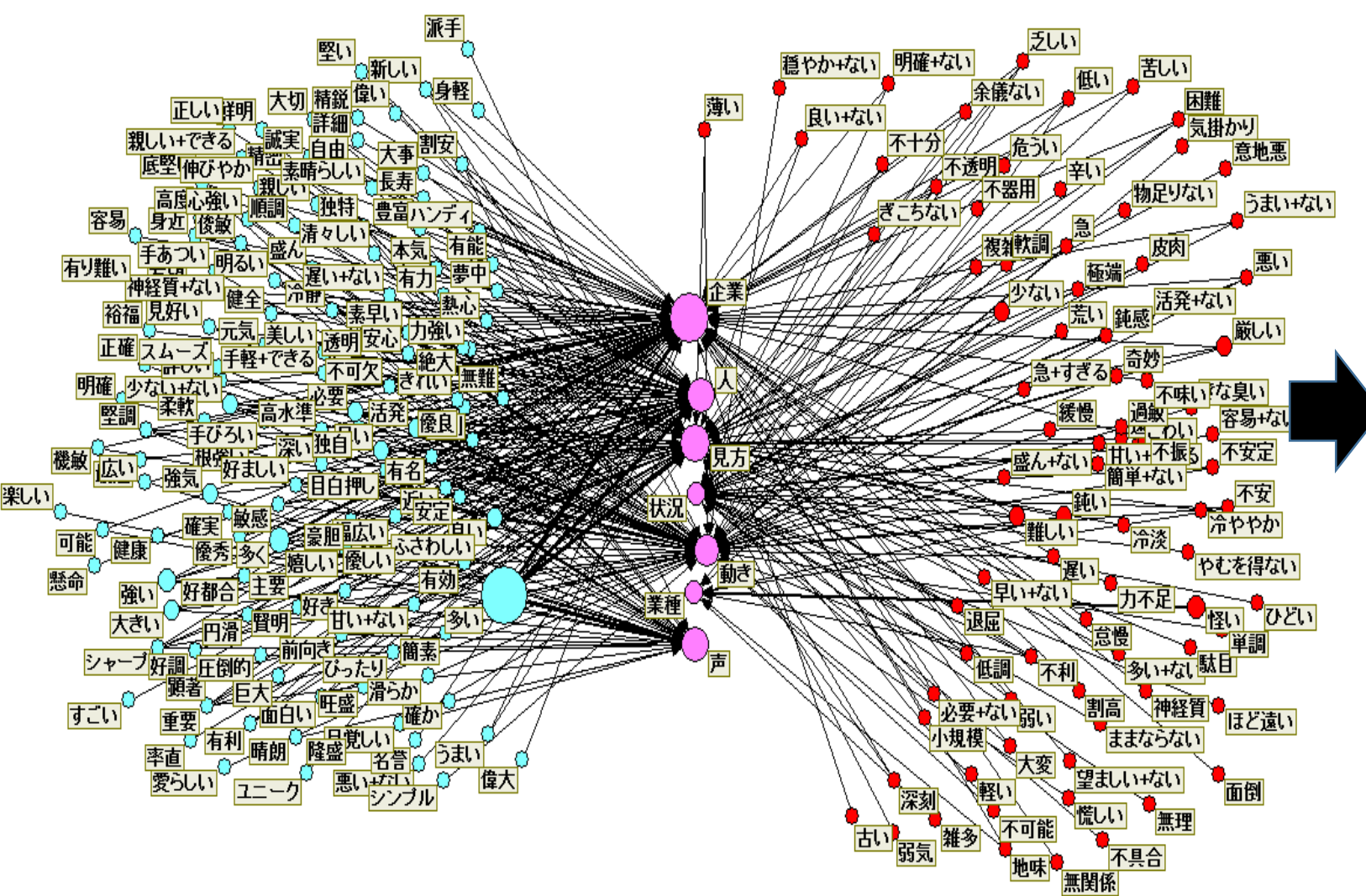
評判分析



- 自動車業界の「企業」に対する、世間一般の「声」・「見方」は、良しとする人が多い。各期ともある程度水準を守っている。 → **ブランディングの維持??**
- 同じぐらい「企業」に対する、世間一般の「見方」を、悪く思っている人がいる。 → **日本の家電メーカー神話の崩れ??**

5-2) 電機業界

評判分析 ネットワーク図



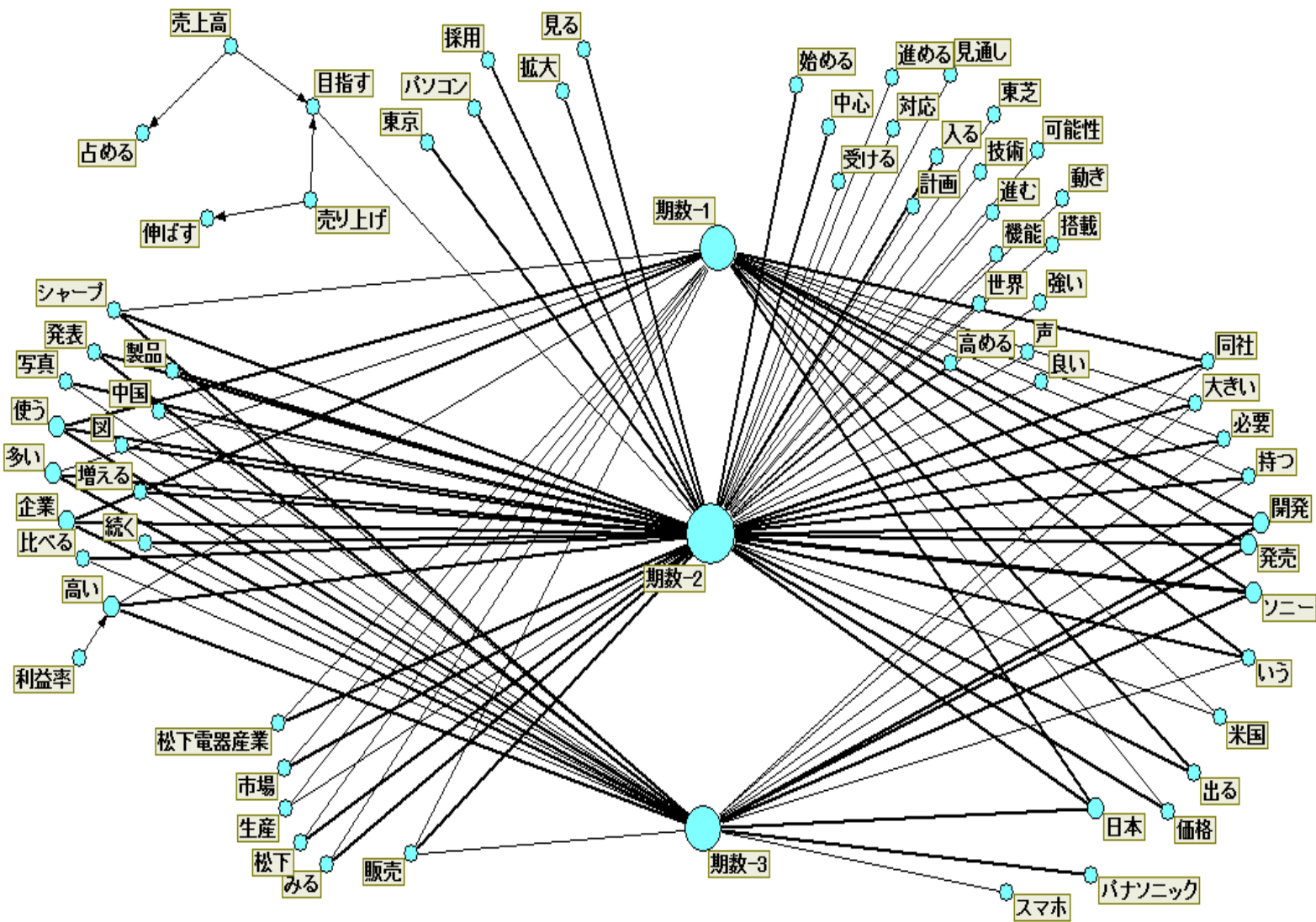
自動車業界は日本の基幹産業であるため、、、

自動車業界に対する見方は、「圧倒的」「堅い」「偉大」等のワードが見られることから、皆が「日本の自動車産業は、各社の不正が発覚する中でも、これからに期待していたり、心のどこかで日本のものづくりを信じている」??

一方、業界に対する悪いイメージに対して、「苦しい」「困難」「深刻」等ことから、日本のものづくりが崩壊してきていること(「もともと神話などなかった?」)を残念がる人たちもいる

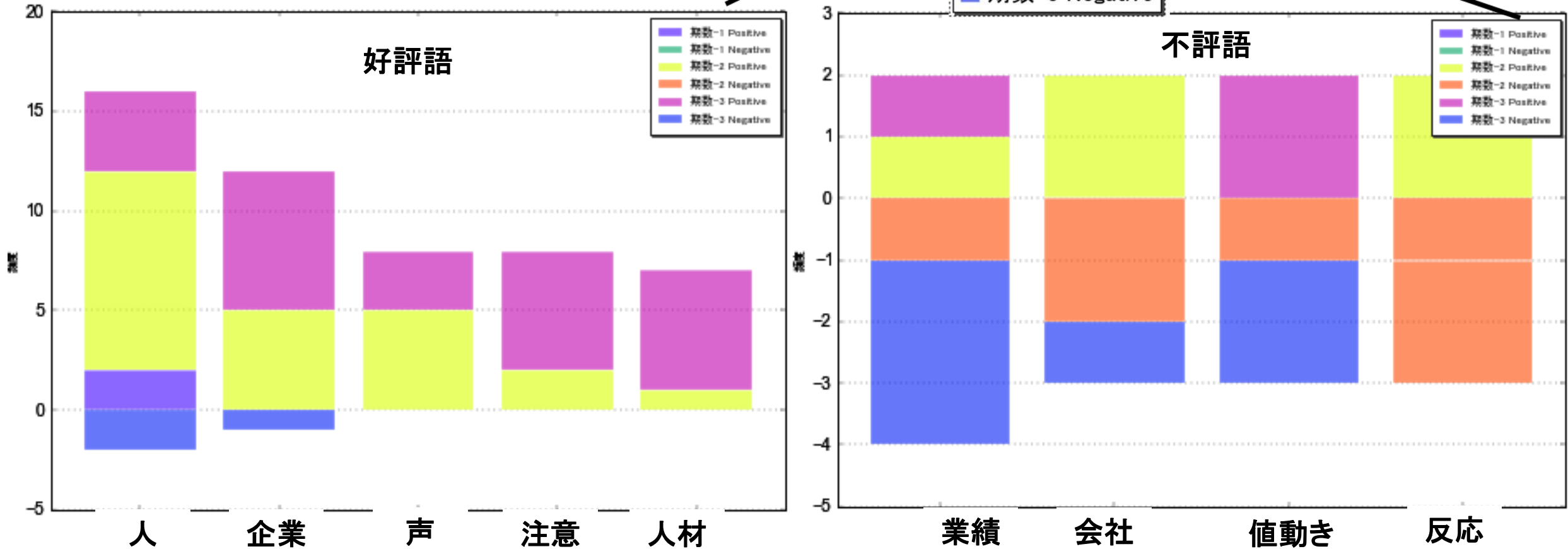
5-2) 電機業界

言葉ネットワーク (キーワード:「売上、利益」)



売上は好調
海外戦略

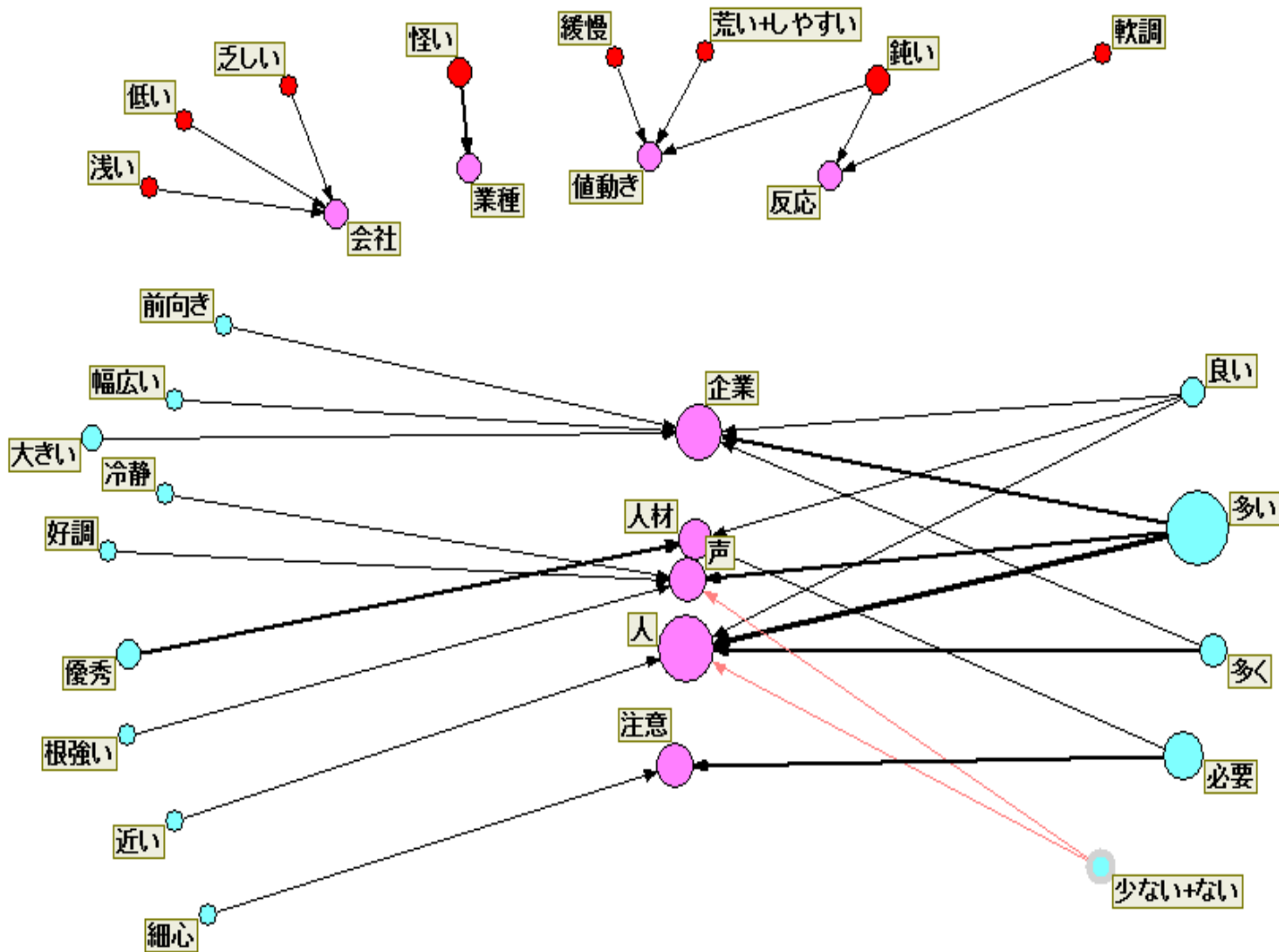
5-3) インターネット業界



- ・「企業」に対するイメージはほぼ良い。
- ・ネットであるにもかかわらず、ネット業界で働く人への、良いイメージが多い
- ・ただ、新しい産業であるため「注意」が必要との声あり

5-3) インターネット業界

評判分析 ネットワーク図



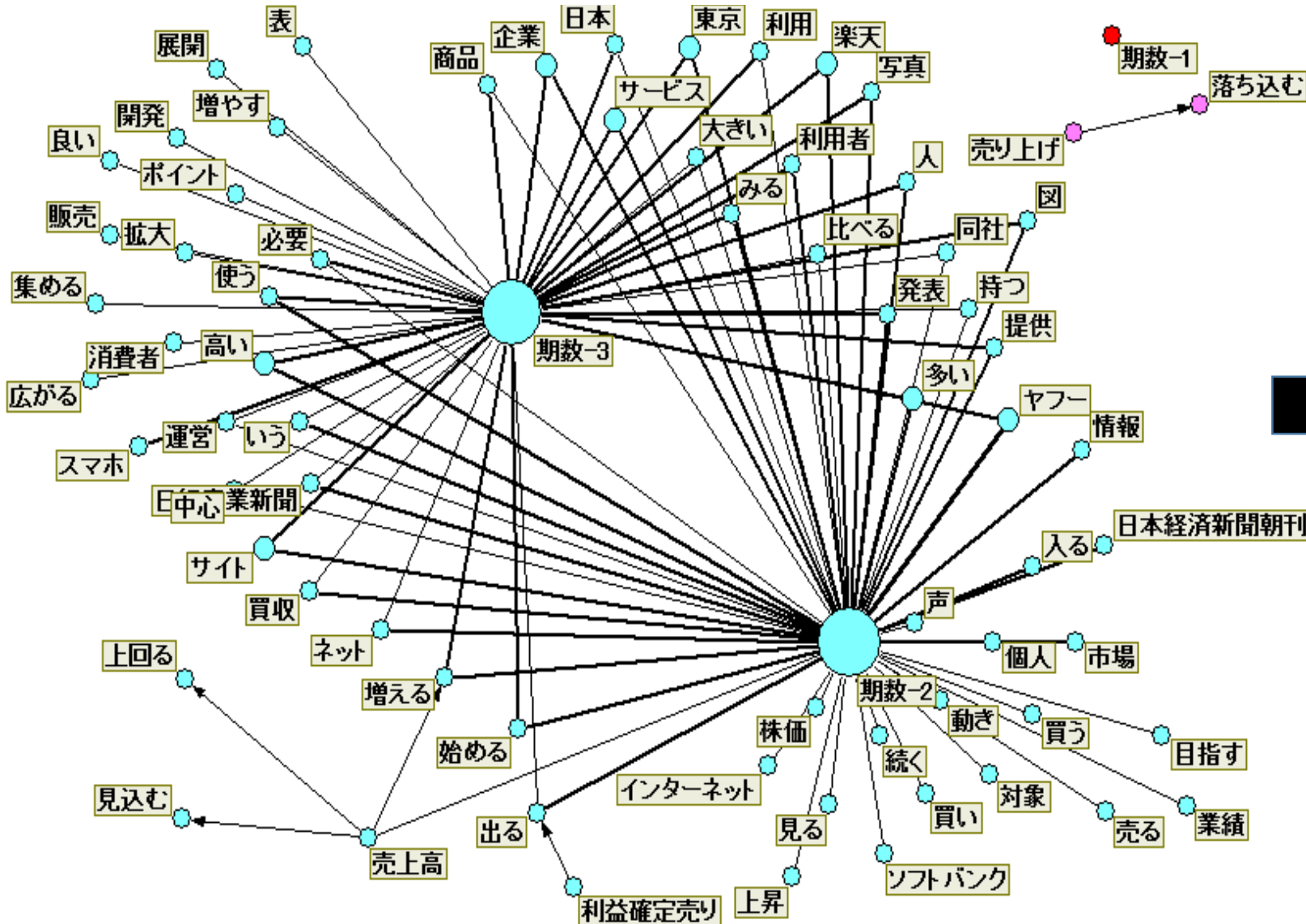
新興産業であるため、

経験不足から、不安がる人もいる一方、
大いに期待している人がたくさんいる

→ネット業界を日本の基幹産業に！？

5-3) インターネット業界

言葉ネットワーク (キーワード:「売上、利益」)



これからの
業界全体として
売上拡大の期待大
実際に、2期3期ともに
売上拡大
特に2期は
見込みを上回る売上を上げている

6-1) 考察

今までの日本の基幹産業に対するイメージ悪化
一方で、自動車業界・電気業界ともに
売上は、一定の水準を保っている
そこに対して一定数、信頼感を抱く人が多い。

しかし、裏を返せば、日本のものづくり神話が崩壊してきていることが
言える。今までの栄光で、イメージおよび売上が保たれている。!?

そこで、

新興産業であるネット業界に期待する声あり
事実、売上(経済規模)の拡大は好調



業界に対するイメージは売上に直結

6-2)まとめ

Q.インターネット業界の経済規模の大きさの要因は？

Q.自動車業界や電機業界は悪いイメージがあるから経済規模が縮小している？

業界へのイメージを切り口に分析すると、、、



A.業界へのイメージは売上(市場規模)に直結する

自動車業界・電気業界は、、、

ガバナンス体制の見直し、信頼回復が急務

インターネット業界は、、、

このままの勢いを生かすべく、顧客(世間一般)との関係構築により
いっそう磨きをかけていく必要あり

→日本企業全体としてコミュニケーションの在り方が問われる時代

謝辞

本研究の作業にあたり、Text Mining Studio学生研究奨励賞用ライセンスファイルをお貸しして頂き、またこのような研究発表の場を設けて頂いた株式会社NTTデータ数理システムの皆様に感謝の意を表します。

今回の研究に当たり、データとして新聞記事(News Paper)を使わさせていただきました。勝手ながら、参照した計9社のおかげで有意義な研究と非常に興味深い結果を得ることが出来ました。心より感謝致します。

京都産業大学の井村直恵先生には、テーマ設定、データ分析、その他研究内容の添削においてご指導を頂きました。誠にありがとうございました。

そして、本研究のために快く調査に協力して下さった井村ゼミの皆さん、本当にありがとうございました。

参考文献

- ・「自動車業界の市場・技術動向」岡阪誠、NTN TECHNICAL REVIEW No.79、2011年
- ・「自動車産業の歴史と現状」独立行政法人環境再生保全機構、
<https://www.erca.go.jp/yobou/taiki/siryou/siryoukan/01.html>、2018年10月20日閲覧
- ・「わが国の電機産業の再生に向けて —新たなイノベーション創成の仕組みが必要—」
藤田哲雄、日本総研、2013年
- ・「中国の日系企業の産業集積」有賀敏之、同文館出版、2012年
- ・「ものづくりからの復活—円高・震災に負けない」藤本隆宏、日本経済新聞社、2012年
- ・「電機・半導体大崩壊の教訓」湯之上隆、日本文芸社、2012年
- ・「1990年代の半導体産業 逆転と再逆転の論理」藤田実、企業環境研究年報、2000年
- ・「日経 業界地図 2007年版」日本経済新聞社、日本経済新聞出版社、2007年
- ・「日経 業界地図 2008年版」日本経済新聞社、日本経済新聞出版社、2008年
- ・「日経 業界地図 2009年版」日本経済新聞社、日本経済新聞出版社、2009年
- ・「日経 業界地図 2010年版」日本経済新聞社、日本経済新聞出版社、2010年
- ・「日経 業界地図 2017年版」日本経済新聞社、日本経済新聞出版社、2017年

参考文献

- ・「リーマン・ショック後の日本経済と経済政策—三つの疑問についての考察」小峰隆夫、法政大学経済学部学会、2014年
- ・「制度と文化 組織を動かす見えない力」佐藤郁哉、山田真茂留、日本経済新聞社、2004年
- ・「日本的経営に関する先行研究について」大城朝子、名城論集、2008年
- ・「新・日本の経営」ジェームス・C・アベグレン、日本経済新聞社、2004年
- ・「インターネットビジネス業界 最新事情 日本のインターネットビジネスがまるごとわかる」佐藤尚規、技術評論社、2008年
- ・「よくわかるインターネット広告」前田健二、翔泳社、2000年
- ・「テキストマイニングで広がる看護の世界」服部兼敏(著)、ナカニシヤ出版、2010年