

企業調査の覚書（持ち出し厳禁）

《ネットから情報を取得する際のポリシー》

レポートの質の高さを担保するため、「**正確性、信用性、客観性、即時性、網羅性、関連性**」の6基準に照らして本当に有用な記事のみをコピーすることが求められる。本覚書にて「絞り込む」「有意義な情報」と書いてある場合、「これらの基準に照らし合わせて本当に価値がある記事のみを選び取る」ということを意味する。（※これら6つの基準は2009年にGoogle社の学術論文検索サービス Google Scholar の有効性を検証する際に用いられた指標である。著者らは検索結果の数ではなく、検索結果として何が出てくるのか、あくまでその質を評価すべきだと主張している）

《全体の形式について》

- ファイル名は「(年月日＝2015年1月6日なら150106)_(記入者名)_(企業名).docx」。
- 上部には企業名（URL）、年月日、記入者名を記入する。
- 出典は必ず明記。最低限必要な情報は掲載サイト名、記事タイトル、掲載年月日、URL。
（※多くの記事サイトにはツイッターでツイートするための埋め込みリンクがあるので、そこをクリックすると必要な情報がまとまって出てきて便利。年月日は手動で入力することになる。）

《調査項目一覧》

- 1 企業の概要・トップ
 - 1.1 企業概要
 - 1.2 歴代トップの略歴
 - 1.3 メディアへ掲載されたメッセージ記事
- 2 沿革
 - 2.1 グループの沿革
 - 2.2 事業展開のエポック、象徴的なエピソード、伝説、大転換期
 - 2.3 その他・最新の記事
- 3 経営計画
 - 3.1 最新の中期経営計画
 - 3.2 最近の海外戦略
- 4 理念・方針・評価

- 4.1 経営理念
- 4.2 経営方針の変遷
- 4.3 CSR 活動、外部表彰
- 4.4 技術力や商品デザインの外部評価など

5 組織

- 5.1 組織課題の記述
- 5.2 組織の文化・社風
- 5.3 組織図
- 5.4 内部コミュニケーションとモチベーション

0.【業界動向】

業界動向サーチ (<http://gyokai-search.com/>) で企業名を入力して該当する業界を調べる。該当する業界の「現状と動向」「シェア&ランキング」を適宜コピーする。表示されている2つのグラフはコピペでは移動できないため、プリントスクリーンなどを使う。スクリーンショットについてはこちら (<http://naifix.com/capture/>) を参照。

《例外》

- ・業界動向サーチで複数にまたがる場合

⇒業界動向サーチの売上ランキングでより上位に位置している方の業界をコピーする。

- ・特殊な業界に属する場合

… (マルハンは業界動向サーチでヒットしないが、パチンコという限られた業界に属する)

- ・業界動向サーチより有意義な業界情報がある場合

… (日本ペイントは業界動向サーチでは化学業界に属するが、塗料業界という限られた業界に属する)

⇒「パチンコ 業界」「塗料 業界」などと検索。2, 3 絞り込んでいく。

※業界誌を発行している企業や団体はリリース情報をまとめたサイトを運営している場合が多いため、業界情報を調べる際には、その企業の所属する業界誌を調べておくと便利。不動産流通業界ならば「不動産業務のためのサポートサイト R.E.port 株式会社不動産流通研究所 (<http://www.re-port.net/>)」など。

1.1 企業概要

企業ホームページの「企業情報」「IR 情報」などの中にある会社概要、企業概要からコピペ。

社名、本社所在地、代表取締役、設立年月日、資本金、従業員、主な事業内容などが掲載されている。表の形で掲載されている場合がほとんどなので、そのままコピーする。

+ α

アマゾン和書での社名検索結果を記載すること。

1.2 歴代トップの略歴

歴代社長の略歴を書く。現社長、前社長、前々社長の 3 人があるとベスト。企業概要にて現トップの名前が判明しているので、「企業名 社長名」で検索すると、取締役交代記事やインタビュー記事がヒットすることが多い。これらの記事に略歴が載っていることが多いので、出典とともにコピーする。

※歴代社長事典 (<http://rekidai.keieimaster.com/>) や Wikipedia (<http://ja.wikipedia.org/wiki/>) も有効だが、情報に誤りがあったり古かったりする場合に注意。

1.3 メディアへ掲載されたメッセージ記事

略歴同様「企業名 社長名」で検索する。露出度の高い社長だと数十件ヒットする。直近 10 年のものは必須でコピーする。また、10 年以上前のものでも、企業の大きな変革・エポックとなるような出来事があった際のメッセージはコピーする。(MA、不祥事、新規事業、海外進出 など)

※組織風土や内部コミュニケーションについて言及したものは、後述の「内部コミュニケーションとモチベーション」の欄にコピーする。

2.1 グループの沿革

企業公式ホームページに沿革として載っているので、そのままコピーする。

+ α

(特定の指示がある場合) 同一グループ内の主要企業個別の沿革を調べる。

2.2 事業展開のエポック、象徴的なエピソード、伝説、大転換期

経営方針の大転換、大きな合併や分社化、ホールディングス化などの組織改編、一世を風

靡したブーム製品、社会問題となった事件など、企業にとってのエポックメイキングを記述する。Wikipedia や沿革などの情報を基に検索する。

また、企業のコーポレートサイトを確認し、押し出している商品サービス・プロジェクトやキャンペーンに関連する記事を抜粋する。

2.3 その他・最近の記事

日経新聞 (<http://www.nikkei.com/>) や東洋経済オンライン (<http://toyokeizai.net/>) で企業名で検索し、企業について特集記事などがあればコピーする（※ひとつの企業ではなく業界全体の最新動向が出てきた場合は、業界情報の欄にコピーする）。

また、業界誌発行団体サイトにて企業名で検索をかけると、最近のリリースや動向が出てくるので、5, 6 件コピーする。業界誌がなければ日経新聞 (<http://www.nikkei.com/>) でニュースリリースを検索する（※ただし組織改編以外の人事異動や株価に関するニュースは除外すること）。

3.1 最新の中期経営計画

企業ホームページの IR 情報として「決算説明会資料」「有価証券報告書」「中期経営計画」などの名前で公開されていることが多い。PDF 形式でプレゼンテーション資料の体裁を整えていることが多いが、稀にワード形式の企業も存在する。

見つからない場合は「(企業名) 経営計画」で直接検索するとよいが、その際は古い年度の資料でないか注意すること（※PDF をワードに貼り付ける際は Smallpdf (<http://smallpdf.com/jp>) を使うと便利。詳しくは後述）。

また、上記を確認した結果、業界動向パートの調査からの抜けが発覚する場合がある。その企業が注力している新事業、新分野、新地域についてなど、業界動向パートで拾わなかったものを追加で調べる。

3.2 最近の海外戦略

企業の海外進出状況および現地での戦略。企業ホームページで特設サイトがある場合や、日経新聞や東洋経済オンラインなどで進出状況の特集が組まれていることが多いので、その記事をコピーする。

「(企業名) 海外」「(企業名) 海外 進出」「(企業名) 海外 戦略」などで検索すると良い。

中期経営計画の PDF に海外戦略と現状の取り組みが載っていることもある。

また、海外企業が主要競合社であるケースが増えている。「社名 海外競合社名」という検索キーワードででてくる業界動向解説の記事はコピーする。

4.1 経営理念

企業ホームページの経営理念をコピーする。

また、「社名 理念 改訂」といった検索キーワードで理念やウェイの進化を調べる。

4.2 経営方針の変遷

過去の中期経営計画の PDF がある場合は、その方針や概要をコピーしておく。また、経営計画やビジネスモデルの転換に関する記事がある場合もこの欄にコピーする。

4.3 CSR 活動、外部表彰

企業が外部機関・外部組織からの表彰を受けているかどうかを調べる。「(企業名) 賞」「(企業名) 表彰」と検索して出てくることが多い。CSR 活動を詳細に公開している企業の場合は、表彰一覧という形でホームページに載っていることもある。

4.4 技術力や商品デザインの外部評価など

企業の技術力や商品デザインなどが外部から評価された記事があればコピーする。他社製品との比較や業界内でのポジショニングを記した記事が出てくる場合が多い。

5.1 / 5.2 組織課題の記述、組織の文化・社風

採用サイトの社員インタビューから該当箇所を抜き出す。組織文化が見てとれる記述（上司との関わり、裁量の大きさ、チャレンジの推奨など）を抜粋し、その人の立場と併せて列挙する。

主に転職会議（<http://jobtalk.jp/>）の評判の記事を使う。「評価が曖昧」「理不尽」などマイナス評価のものは組織課題に分類し、「体育会系である」「おっとりした人が多い」など良くも悪くも社内の風土を表しているものは文化、社風に分類する（※ただし何らかの特集記事や社長のインタビューにおいて、組織課題解決の取り組みや社風に関することが取り扱われている場合は、その記事をコピーする）。

一する。転職会議よりも特集やインタビュー記事の方が優先順位が高いが、このような記事がある企業は少ない。

5.3 組織図

企業ホームページに組織図が載っている場合はダウンロードして貼り付ける。載っていない場合でも Google 検索で「(企業名) 組織図」で検索すると出てくることが多い (組織図が有料で販売されていることもあるが、その場合は該当 URL の貼り付けのみで OK)。

+ α

過去のリリースの中で、組織再編にまつわるものを全て確認し、主要なものを列挙する。

5.4 内部コミュニケーションとモチベーション

組織内部のコミュニケーション促進策や、斬新な評価基準などのモチベーションアップ策などの記事があればコピーする。

「社名 人事部」「社名 人事部長」「社名 評価制度」「社名 研修」などのキーワードで検索すること。東洋経済やプレジデントオンラインでの社名検索でかかることも多い。

付録：便利なツール・URL リスト

業界動向サーチ (<http://gyokai-search.com/>)

歴代社長事典 (<http://rekidai.keieimaster.com/>) ※情報が古い場合がある

企業価値検索サービス Ullet (<http://www.ullet.com/>) ※情報が古い場合がある

ウィキペディア (<http://ja.wikipedia.org/wiki/>) ※情報が古い場合がある

Smallpdf (<http://smallpdf.com/jp>) ……PDF ファイルを Web 上で JPEG に変換する際に使用。中期経営計画や組織図を貼り付ける場合に JPEG 形式に変換してダウンロードしておくとう便利。PDF 上の図を使用する際も同様。

Microsoft Word に貼り付ける際、「貼り付けのオプション」から「テキストのみ保持」を選択しておくとう便利。出来るだけ見やすくするため、段落での改行や見出しの強調は各自行うようにする。