

## 付録 1 予備調査用質問票

本論文の第 8 章で述べたように、消費者への質問票を実施する前に、東京にある大学の大学生および大学院生 137 名を対象に予備調査を実施した(表 A1-1)。調査に使用した質問紙にはタイプ A とタイプ B とがあり、いずれか一方に回答してもらった。次頁より、予備調査で使った質問票を掲載する。

表 A1-1 予備調査の被験者

大学	学部	授業内容	調査依頼者	月日	タイプ		計
					A	B	
一橋大学	商学部(1名は経済学部)	演習(古川ゼミ)	古川一郎教授	9/15(合宿)と 10/23(4, 5 限)	10	10	20
	商学部	演習(松井ゼミ3年)	松井剛助教授	10/24(4 限)	6	6	12
		演習(松井ゼミ4年)		10/24(5 限)	3	4	7
		導入ゼミ(松井先生)		10/25(2 限)	6	9	15
	商学部・経済学部・法学部・社会学部	英語Ⅲ(越智先生)	越智博美教授	10/18(1 限)	27	24	51
		英語ⅠA 標準(越智先生)		10/23(4 限)			
		英語ⅠA 標準(越智先生)		10/23(5 限)			
早稲田大学	商学部	亀井ゼミ3年	亀井昭宏教授	10/20(2 限)	6	6	12
		亀井ゼミ4年		10/20(3 限)	4	2	6
	政治経済学部・商学部・社会科学部・第一文学部・教育学部・大学院アジア太平洋研究科	サイクリング・サークル	長田達輝(学生)	10月26日	7	7	14
計					69	68	137

表 A1-2 質問票の挨拶文(タイプ A・B 共通)

## 【企業の社会貢献活動と企業の信頼に関するアンケート】

—ご協力のお願い—

アンケート回答者 各位

2006年10月

一橋大学大学院商学研究科博士後期課程 菌部靖史(そのべ やすし)

cd032004@srv.cc.hit-u.ac.jp

042-×××-××××

私は、一橋大学大学院商学研究科にて企業の社会貢献活動と企業の信頼との関係について研究を行っております。本アンケートは、その研究の一環として実施されるものです。本アンケートに対する回答内容は統計的に処理し、みなさまのプライバシーに関する内容は一切公表いたしませんし、後日ご迷惑をおかけすることは決してございません。

つきましては、お忙しいところ誠に恐縮ですが、ご協力のほど宜しくお願いいたします。

なお、回収するのはアンケート本体のみですので、この用紙はお持ち帰りいただきますよう、お願いいたします。

### 記入上のお願い

- ・ 周囲の方と相談せず、自分の思った回答番号に丸印をつけてください。
- ・ 質問ははじめから順に記入してください。途中で前のページを読み返すことのないようお願いいたします。
- ・ 記入もれのないよう、ご確認ください。

## A No.

まず、セクションⅠにてオリンパスについてお伺いいたします。次に、セクションⅡにてNTTドコモについてお伺いします。最後にセクションⅢにてリコーについてお伺いいたします。

セクションⅠ：オリンパス

# OLYMPUS

### 【事業内容】

- ◆ 事業内容＝フィルムカメラ、デジタルカメラ、録音機、MOドライブの製造販売
- ◆ 医療＝医療用内視鏡、外科内視鏡、内視鏡処置具、超音波内視鏡の製造販売
- ◆ ライフサイエンス＝血液分析器、生物顕微鏡の製造販売、ゲノム医療事業
- ◆ 産業＝工業用顕微鏡、工業用内視鏡、プリンタ、バーコードスキャナ、測定器の製造販売
- ◆ 情報通信＝携帯電話などのモバイル端末販売、モバイルソリューション、モバイルコンテンツサービス、ネットワークインフラシステム販売開発、半導体関連装置・電子機器の製造販売
- ◆ その他＝システム開発他

質問文	ご回答欄
<p>問1. あなたは、オリンパスという会社を知っていますか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。</p>	<p>1 はい</p> <p>2 いいえ (オリンパスの企業概要をよくお読みのうえでお答えください)</p>

問2. オリンパスに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください(○印はそれぞれひとつ)。

		非常に そう思う	そう 思う	やや そう思う	わから ない	どち らとも いえ ない	う	や や そ う で は な い と 思 う	そ う で は な い と 思 う	思 う	非 常 に そ う で は な い と 思 う
--	--	-------------	----------	------------	-----------	-----------------------	---	---	---	--------	--

2-1	歴史のある	7	6	5	4	3	2	1
2-2	技術力のある	7	6	5	4	3	2	1
2-3	知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1
2-4	実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-5	革新性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-6	ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
2-7	製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
2-8	知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
2-9	事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
2-10	価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
2-11	企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-12	安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
2-13	誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
2-14	頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
2-15	従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-16	約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
2-17	情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-18	不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
2-19	環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
2-20	地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。

**【説明文】**

オリンパスでは、次のような社会貢献活動を行っています。

2005年2月25日

---

スマトラ島沖地震および津波被害に対する支援について

---

スマトラ島沖地震およびインド洋沿岸の大津波で被災された方々に心からお見舞い申し上げます。

オリンパスグループは、1月上旬から開始した従業員の募金活動で集まりました金額に、会社がほぼ同額を加算する「マッチングギフト方式」を採用するなど、全世界の従業員とグループ各社が一体となった支援活動を実施し、総額約2,000万円を各国の赤十字社等に寄付いたしました。

オリンパスグループの支援活動が、被災者の救済と被災地の一日でも早い復興の一助となりますことを心より祈念いたします。

.....

	非常にそうと思う	そうと思う	ややそうと思う	わからない	どちらともいえない・ う	ややそうではないと思 う	そうではないと思う	非常にそうではないと 思う
問 3. この社会貢献活動をオリンパスは利他的に(献身的に) 行っていると思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

	非常に高いと思う	高いと思う	やや高いと思う	わからない	どちらともいえない・ う	やや低いと思う	低いと思う	非常に低いと思う
問 4. この社会貢献活動がオリンパスの事業との関連性の高さはどれくらいだと思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

質問文	ご回答欄
問 5. あなたは、このような社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知っていましたか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。	1 はい 2 いいえ

問 6. この社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。これは、問 2 での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。なお、問 6 で 1. はい(知っている) と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に高くなった	高くなった	やや高くなった	どちらともいえない・ 変わらない	やや低くなった	低くなった	非常に低くなった
6-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1
6-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1
6-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1
6-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
6-7 製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
6-8 知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
6-9 事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
6-10 価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
6-11 企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-12 安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
6-13 誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
6-14 頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
6-15 従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-16 約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
6-17 情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-18 不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
6-19 環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
6-20 地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

セクションⅡ：NTT ドコモ



【事業内容】

- ◆ 携帯電話事業＝携帯電話(FOMA) サービス、携帯電話(mova) サービス、パケット通信サービス、衛星電話サービス、各サービスの端末機器販売
- ◆ PHS 事業＝PHS サービス、PHS 端末機器販売
- ◆ クイックキャスト事業＝無線呼出し(クイックキャスト)サービス、「クイックキャスト」端末機器販売
- ◆ その他事業＝国際電話サービス、無線 LAN サービスなど

質問文	ご回答欄
<p>問1. あなたは、NTT ドコモという会社を知っていますか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。</p>	<p>1 はい</p> <p>2 いいえ (NTT ドコモの企業概要をよくお読みのうえでお答えください)</p>

問2. NTT ドコモに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に そう思う	そう 思う	やや そう 思う	わ か ら な い	ど ち ら と も い え な い	う や や そ う で は な い と 思 う	そ う で は な い と 思 う	思 う	非 常 に そ う で は な い と 思 う
2-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1		
2-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1		
2-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1		
2-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1		
2-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1		
2-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1		

2-7	製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
2-8	知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
2-9	事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
2-10	価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
2-11	企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-12	安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
2-13	誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
2-14	頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
2-15	従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-16	約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
2-17	情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-18	不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
2-19	環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
2-20	地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。

NTTドコモでは、次のような社会貢献活動を行っています。

こどもどこでもものがたり：

## **ごあいさつ**

NTTドコモは、国際社会の一員であることを常に意識し、安心・安全な社会作りへの貢献の一環として、特に「子ども」に関する社会貢献活動に力を入れています。

「こども どこでも ものがたり」は、世界初の i-mode 携帯電話を使った国際ワークショップです。21 世紀のボーダレスな世界に生きる子ども達に必要な、国際的な文化を理解する力、そして携帯電話に代表されるデジタル機器を用いた表現力・情報発信力を伸ばすことを目的に開催いたしました。

このワークショップを通じ、子ども達はお互いの文化の優れた面（フランスは芸術的、日本はサブカルチャー的）に触れることができました。今後、参加した子ども達が相互理解を深め、日仏友好の架け橋となり、明るい社会を作る推進役に育つことを願っています。

最後に、今回のワークショップの開催にあたっては、フランス大使館、在仏日本大使館、ユネスコ本部、ブイグテレコム、日仏文化センター等、日仏の多彩な方面から多くのご支援をいただきました。今一度、関係の皆様にご心から御礼を申し上げます。

株式会社NTTドコモ 社会環境推進部

## **開催概要**

【内容】 i モード携帯電話のカメラ機能を用いて、写真と短い文章を組み合わせ、テーマに基づいたオリジナルストーリーを作成します。作成された作品の構成要素(写真、文章)を、日本とフランスで交換し、組み合わせ、コラボレーションしながら、また新しいストーリーを作り出すワークショップです。その過程において、日本とフランスのこどもの文化交流が生まれ、それぞれの文化や考え方の相違を感じる事が出来ました。

【期日】 日本では2日間、フランスでは1日の開催となりました。

日本第一回 4月3日(日) 13:30～18:00  
フランス 4月17日(日) 10:00～16:00  
日本第二回 4月24日(日) 13:30～17:15

【作品作成にあたり撮影した場所】

日本:CANVAS事務局会議室／東京都港区芝大門1-4-14 芝栄太楼ビル5F  
フランス:パリ日仏文化センター／8-10 passage Turquetil パリ11区

■日本一日目

- 1.麻布十番 商店街周辺
- 2.増上寺 境内及びその周辺(東京タワー)
- 3.御徒町 商店街周辺

■フランス

- 1.シャトルレアール駅周辺  
ーポンピドゥ芸術文化センター  
ーサントウスタッシュ教会
- 2.パレ・ロワイヤル・ミュゼ・デュ・ルーブル駅周辺  
ーチュイルリー公園  
ーパレ・ロワイヤル庭園  
ージュ・ド・ポーム国立ギャラリー

■日本二日

- 1.旧芝離宮恩賜庭園
- 2.麻布十番 商店街周辺

【主催】 株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ

【共催】 特定非営利活動法人CANVAS

【後援】 財団法人 国際IT財団  
在フランス日本国大使館  
スタンフォード日本センター  
UNESCO DigiArts Programme  
(順不同)



2005年日・EU市民交流年認定事業

	非常にそうと思う	そうと思う	ややそうと思う	わからない	どちらともいえない・ う	そうではないと思う	非常にそうではないと 思う
問 3. この社会貢献活動を NTT ドコモは利他的に (献身的に) 行っていると思いますか。	7	6	5	4	3	2	1

	非常に高いと思う	高いと思う	やや高いと思う	わからない	どちらともいえない・ う	やや低いと思う	低いと思う	非常に低いと思う
問 4. この社会貢献活動が NTT ドコモの事業との 関連性の高さはどれくらいだと思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

質問文	ご回答欄
問 5. あなたは、このような社会貢献活動を NTT ドコモが行っていることを知っていましたか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。	1 はい 2 いいえ

問 6. この社会貢献活動を NTT ドコモが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。これは、問 2 での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。なお、問 6 で 1. はい(知っている) と答えた方は、知る前とどれくら

い変わったかをお書きください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に高くなった	高くなった	やや高くなった	どちらともいえない・ 変わらない	やや低くなった	低くなった	非常に低くなった
6-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1
6-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1
6-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1
6-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
6-7 製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
6-8 知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
6-9 事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
6-10 価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
6-11 企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-12 安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
6-13 誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
6-14 頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
6-15 従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-16 約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
6-17 情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-18 不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
6-19 環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
6-20 地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

セクションⅢ：リコー

# RICOH

【事業内容】

- ◆ 事務機器事業＝デジタル／アナログ複写機、MFP(マルチ・ファンクション・プリンター)、レーザープリンター、ファクシミリ、デジタル印刷機、光ディスク応用商品、IT技術を利用したソリューション商品の開発、生産、販売、サービス
- ◆ その他の事業＝光学機器の製造・販売、半導体の製造・販売、軽量機器の製造・販売、金融、物流事業

質問文	ご回答欄
<p>問1. あなたは、リコーという会社を知っていますか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。</p>	<p>1 はい</p> <p>2 いいえ (リコーの企業概要をよくお読みのうえでお答えください)</p>

問2. リコーに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	わからない	どちらともいえない	う	ややそうではないと思う	そうではないと思う	思う	非常にそうではない
2-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1			
2-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1			
2-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1			
2-7 製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1			
2-8 知名度のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-9 事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1			
2-10 価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1			
2-11 企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1			

2-12	安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
2-13	誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
2-14	頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
2-15	従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-16	約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
2-17	情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-18	不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
2-19	環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
2-20	地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。

リコーでは、次のような社会貢献活動を行っています。

### リコーフィル・ファミリーコンサートを開催!

10月25日、リコーフィルハーモニーオーケストラは今年で4回目を迎える「ファミリーコンサート2003」を大森本館ホールで開催しました。これは、リコーフィルが、近隣の皆様との交流を深め、感謝の気持ちをこめた社会貢献活動の一環として、2000年より毎年無料で開催しているものです。今回も、お子様連れの若いファミリーをはじめ、老若男女、多数のクラシックファンにお集まりいただきました。



指揮は、国内外でご活躍中の若手プロ遠藤浩史さん。演奏の合間には遠藤さんから丁寧な曲の紹介もあり、オーケストラと聴衆が一体となった親しみやすい雰囲気がとても印象的でした。この日の演奏曲目は、交響詩、オペラ序曲、行進曲をはじめ、スタジオジブリ作品のアニメ主題曲など、多彩なジャンルにおよぶ全9曲。聴衆の皆さんも心から楽しまれた様子でした。

	非常にそうと思う	そうと思う	ややそうと思う	わからない	どちらともいえない・ う	ややそうではないと思 う	そうではないと思う	非常にそうではないと 思う
問 3. この社会貢献活動をリコーは利他的に(献身的に) 行っていると思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

	非常に高いと思う	高いと思う	やや高いと思う	わからない	どちらともいえない・ う	やや低いと思う	低いと思う	非常に低いと思う
問 4. この社会貢献活動がリコーの事業との関連性の高さはどれくらいだと思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

質問文	ご回答欄
問 5. あなたは、このような社会貢献活動をリコーが行っていることを知っていましたか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。  (○印はそれぞれひとつ)。	1 はい 2 いいえ

問 6. この社会貢献活動をリコーが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。これは、問 2 での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。なお、問 6 で 1. はい(知っている) と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に高くなった	高くなった	やや高くなった	どちらともいえない・ 変わらない	やや低くなった	低くなった	非常に低くなった
6-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1
6-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1
6-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1
6-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
6-7 製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
6-8 知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
6-9 事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
6-10 価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
6-11 企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-12 安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
6-13 誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
6-14 頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
6-15 従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-16 約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
6-17 情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-18 不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
6-19 環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
6-20 地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

最後にあなたご自身についてお伺いいたします。

1. 年齢はおいくつですか？ \_\_\_\_\_ 歳
2. 性別                      男・女【当てはまるものに○】
3. 所属学部                      \_\_\_\_\_ 学部
4. 学年                              \_\_\_\_\_ 年
5. 本アンケートに関してお気づきの点がございましたらご記入ください。

以上ですべての質問は終わりです。ご協力くださいますと、誠に有り難うございました。

まず、セクションⅠにてオリンパスについてお伺いいたします。次に、セクションⅡにてNTTドコモについてお伺いします。最後にセクションⅢにてリコーについてお伺いいたします。

セクションⅠ：オリンパス

## **OLYMPUS**

### 【事業内容】

- ◆ 事業内容＝フィルムカメラ、デジタルカメラ、録音機、MOドライブの製造販売
- ◆ 医療＝医療用内視鏡、外科内視鏡、内視鏡処置具、超音波内視鏡の製造販売
- ◆ ライフサイエンス＝血液分析器、生物顕微鏡の製造販売、ゲノム医療事業
- ◆ 産業＝工業用顕微鏡、工業用内視鏡、プリンタ、バーコードスキャナ、測定器の製造販売
- ◆ 情報通信＝携帯電話などのモバイル端末販売、モバイルソリューション、モバイルコンテンツサービス、ネットワークインフラシステム販売開発、半導体関連装置・電子機器の製造販売
- ◆ その他＝システム開発他

質問文	ご回答欄									
問1. あなたは、オリンパスという会社を知っていますか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。  問2. オリンパスに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください(○印はそれぞれひとつ)。	1	はい								
	2	いいえ	(オリンパスの企業概要をよくお読みのうえでお答えください)						8	非常にそうではないと 思う
		非常に そう思う	そう 思う	やや そう思う	わから ない	ど ちらとも いえ ない	う	や や そう では ない と思 う	そ う で は な い と思 う	非 常 に そ う で は な い と 思 う

2-1	歴史のある	7	6	5	4	3	2	1
2-2	技術力のある	7	6	5	4	3	2	1
2-3	知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1
2-4	実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-5	革新性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-6	ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
2-7	製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
2-8	知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
2-9	事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
2-10	価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
2-11	企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-12	安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
2-13	誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
2-14	頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
2-15	従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-16	約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
2-17	情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-18	不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
2-19	環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
2-20	地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。

**【説明文】**

オリンパスでは、次のような社会貢献活動を行っています。

2005年2月28日

財団法人癌研究会

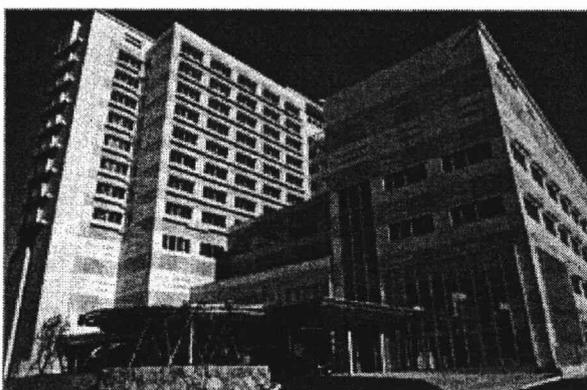
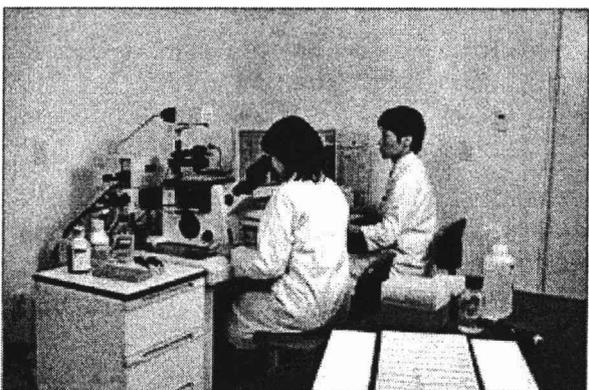
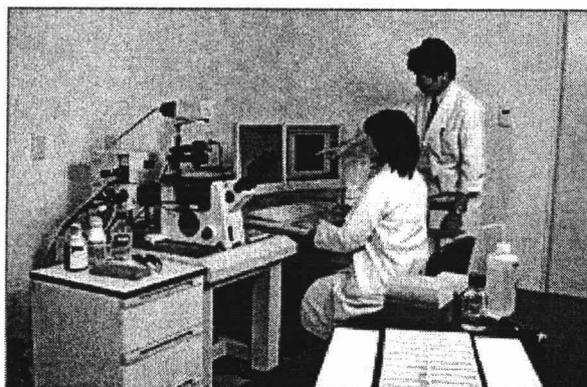
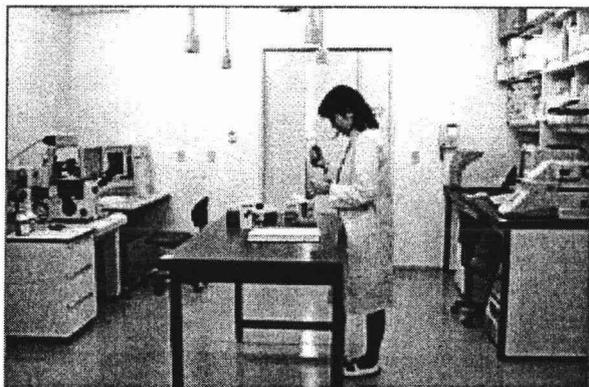
オリンパス株式会社

---

癌研究会とオリンパス、がん研究促進のための共同研究を開始

分子イメージング研究のために共同ラボを開設

---



上段及び左下:癌研内の「オリンパス バイオ・イメージングラボ」 右下:癌研有明病院外観  
財団法人癌研究会(所在地:東京都江東区、理事長:渡邊 宏 以下癌研)とオリンパス株式会社(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:菊川 剛 以下オリンパス)は、江東区有明に移転した癌研究会の癌化学療法センター内に、先進のがん医療の実現を目指した研究施設「オリンパス バイオ・イメージングラボ」を共同で設立しました。本ラボは 2005 年 4 月 1 日から稼働されます。

## 設立の背景

癌研は「がん克服をもって人類の福祉に貢献すること」を使命に掲げ、世界最高レベルのがん診療施設として認知されることを目指しています。その実現に向け、臨床への応用を踏まえた基礎・臨床の双方の分野でコミュニケーションを図る研究、いわゆる「トランスレーショナルリサーチ」を進め、患者さんが満足・納得いく医療の提供に取り組んできました。

オリンパスは、臨床分野において内視鏡、血液分析機を事業展開し、基礎研究分野において顕微鏡に代表される光学機器を提供し、高い評価を得てきました。今後は、その両分野に提供している製品、ノウハウ、技術をトランスレーショナルリサーチの現場に適合させ、その価値を高め、次世代医療実現に貢献する体制を構築する必要があります。

「オリンパス バイオ・イメージングラボ」は、このような両者の思いを実現するために設立されました。つまり、癌研にとっては、既存の最新ノウハウをもって研究を行うのみでなく、先端研究に必要な技術開発を日常の研究活動の中から提案することができ、オリンパスはその提案を直ちに検証し具現化に取り組むことが可能になります。

オリンパスは、「ライフサイエンス分野で、研究者・ひいては社会が求めるソリューションに対し、独自の・最先端技術によって、信頼の高い商品・サービスを提供し、次世代の医療への牽引車としてグローバルに社会貢献をしていくこと」を目標としています。当ラボへは、オリンパスからも研究者を派遣して共同研究を進めることで、その中からフィードバックされてくる最先端研究の情報や内容、さらに「現

場」を知ることにより、潜在的なニーズも吸い上げることができます。当ラボの設立はまさに、両者の掲げる目標への第一歩といえます。「オリンパス バイオ・イメージングラボ」は、このように両者にとっての好循環を生み出すことにより、がんの研究：トランスレーショナルリサーチを加速させ、患者さんへ、社会への貢献を目指していくために設立されました。

## 研究予定テーマ

1. 細胞を用いた抗がん剤の効果の評価
2. 小動物を用いたがん転移機構の解明

## 「オリンパス バイオ・イメージングラボ」の概要

代表者 : 癌化学療法センター 菅野晴夫

所在地 : 財団法人癌研究会 癌化学療法センター内(東京都江東区有明 3-10-6)

スタッフ数 : 10名(癌研5名、オリンパス5名)

床面積 : 研究室 31m<sup>2</sup>

設置予定の設備 : レーザ共焦点顕微鏡、1分子蛍光分析装置などのオリンパス製品を始めとする、

### 研究機材一式

	非常にそうと思う	そうと思う	ややそうと思う	わからない	どちらともいえない・う	ややそうではないと思う	そうではないと思う	非常にそうではないと思う
問3. この社会貢献活動をオリンパスは利他的に(献身的に) 行っていると思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

	非常に高いと思う	高いと思う	やや高いと思う	わからない	どちらともいえない・	やや低いと思う	低いと思う	非常に低いと思う
問 4. この社会貢献活動がオリンパスの事業との関連性の高さはどれくらいだと思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

質問文	ご回答欄
問 5. あなたは、このような社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知っていましたか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。	1 はい 2 いいえ

問 6. この社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。これは、問 2 での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。なお、問 6 で 1. はい(知っている) と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に高くなった	高くなった	やや高くなった	変わらない	どちらともいえない・	やや低くなった	低くなった	非常に低くなった
6-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1	
6-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1	
6-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1	
6-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1	
6-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1	

6-6	ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
6-7	製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
6-8	知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
6-9	事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
6-10	価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
6-11	企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-12	安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
6-13	誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
6-14	頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
6-15	従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-16	約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
6-17	情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-18	不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
6-19	環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
6-20	地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

セクションⅡ：NTT ドコモ



【事業内容】

- ◆ 携帯電話事業＝携帯電話(FOMA) サービス、携帯電話(mova) サービス、パケット通信サービス、衛星電話サービス、各サービスの端末機器販売
- ◆ PHS 事業＝PHS サービス、PHS 端末機器販売
- ◆ クイックキャスト事業＝無線呼出し(クイックキャスト)サービス、「クイックキャスト」端末機器販売
- ◆ その他事業＝国際電話サービス、無線 LAN サービスなど

質問文	ご回答欄
<p>問 1. あなたは、NTT ドコモという会社を知っていますか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。</p>	<p>1 はい</p> <p>2 いいえ (NTT ドコモの企業概要をよくお読みのうえでお答えください)</p>

問 2. NTT ドコモに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に そう思う	そう 思う	やや そう思う	わ か ら な い	ど ち ら と も い え な い	う や や そ う で は な い と 思 う	そ う で は な い と 思 う	思 う	非 常 に そ う で は な い と 思 う
2-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1		
2-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1		
2-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1		
2-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1		
2-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1		
2-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1		

2-7	製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
2-8	知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
2-9	事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
2-10	価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
2-11	企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-12	安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
2-13	誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
2-14	頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
2-15	従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-16	約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
2-17	情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-18	不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
2-19	環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
2-20	地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。

NTT ドコモでは、次のような社会貢献活動を行っています。

### 青少年スポーツ教室

ドコモでは青少年スポーツ教室を「子ども・教育」分野で地域に根ざした活動として継続的に実施しています。ドコモの野球部員やサッカー、テニス部員がボランティアとして各教室に参加しています。

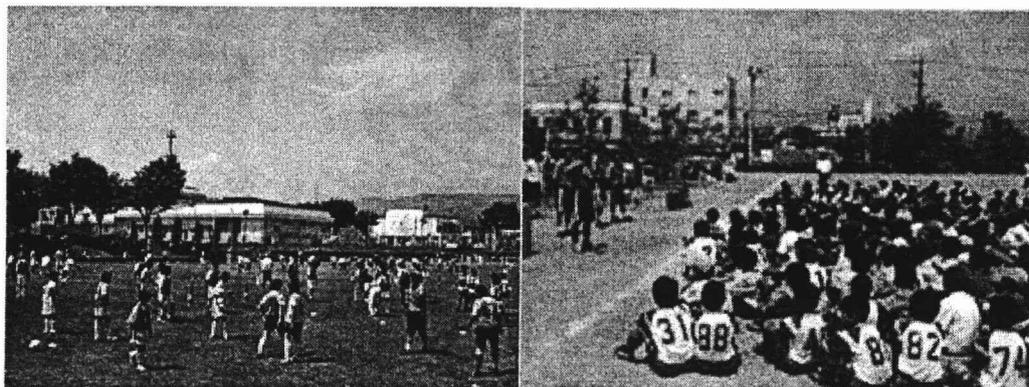
#### 野球教室

野球を通じ青少年健全育成の一翼を担う目的で平成 14 年度よりドコモ少年野球教室を開催しています。平成 16 年度は東京、千葉、神奈川で合計 5 回開催されました。第 1 回目は千葉県流山市で開催され、ドコモ野球部員の指導のもと 300 名を超える子どもたちが白球を追いかけました。第 2 回目は千葉県船橋市、第 3 回目は神奈川県海老名市、第 4 回目は東京都大田区、第 5 回目は東京都板橋区で開催され、多くの野球少年が参加しました。



#### サッカー教室

平成 12 年度より大宮アルディージャのコーチを中心とした少年サッカー教室を開催しています。高度なプレーを交えたこの教室から将来の J リーガーが誕生するかも知れません。平成 14 年度からはドコモサッカー部員もボランティアとして参加しています。平成 16 年度は 7 月から 10 月まで埼玉・長野・群馬・栃木の 4 県において計 18 回開催し、毎回 200 名を超える小学生が参加いたしました。



	非常にそうと思う	そうと思う	ややそうと思う	わからない	どちらともいえない・ う	ややそうではないと思 う	そうではないと思う	非常にそうではないと 思う
問 3. この社会貢献活動を NTT ドコモは利他的に (献身的に) 行っていると思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

	非常に高いと思う	高いと思う	やや高いと思う	わからない	どちらともいえない・ う	やや低いと思う	低いと思う	非常に低いと思う
問 4. この社会貢献活動が NTT ドコモの事業との 関連性の高さはどれくらいだと思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

質問文	ご回答欄
問 5. あなたは、このような社会貢献活動 を NTT ドコモが行っていることを知ってい ましたか。少しでも知っていれば、「はい」 を選択してください。 (○印はそれぞれひと つ)。	1 はい 2 いいえ

問 6. この社会貢献活動を NTT ドコモが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。これは、問 2 での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。なお、問 6 で 1. はい(知っている) と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に高くなった	高くなった	やや高くなった	どちらともいえない・ 変わらない	やや低くなった	低くなった	非常に低くなった
6-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1
6-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1
6-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1
6-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
6-7 製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
6-8 知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
6-9 事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
6-10 価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
6-11 企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-12 安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
6-13 誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
6-14 頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
6-15 従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-16 約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
6-17 情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-18 不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
6-19 環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
6-20 地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

セクションⅢ：リコー

# RICOH

【事業内容】

- ◆ 事務機器事業＝デジタル／アナログ複写機、MFP(マルチ・ファンクション・プリンター)、レーザープリンター、ファクシミリ、デジタル印刷機、光ディスク応用商品、IT技術を利用したソリューション商品の開発、生産、販売、サービス
- ◆ その他の事業＝光学機器の製造・販売、半導体の製造・販売、軽量機器の製造・販売、金融、物流事業

質問文	ご回答欄
<p>問1. あなたは、リコーという会社を知っていますか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。 (○印はそれぞれひとつ)。</p>	<p>1 はい</p> <p>2 いいえ (リコーの企業概要をよくお読みのうえでお答えください)</p>

問2. リコーに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に 思う	非常に そう思う	そう 思う	やや そう思う	わか らない	ど ちらとも いえ ない	う	やや そう では ない と思 う	そう では ない と思 う	非 常 に そ う で は な い と 思 う
2-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1			
2-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1			
2-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1			
2-7 製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1			
2-8 知名度のある	7	6	5	4	3	2	1			
2-9 事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1			
2-10 価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1			
2-11 企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1			

2-12	安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
2-13	誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
2-14	頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
2-15	従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
2-16	約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
2-17	情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
2-18	不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
2-19	環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
2-20	地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。  
リコーでは、次のような社会貢献活動を行っています。



 リコー・キッズ・ワークショップって、な～に？

 だれが参加できるの？

 いつ、どこでやるの？

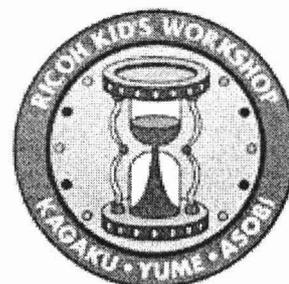
 どんなことをするの？

 スタッフはどんな人たち？

 参加費用は？

 ほかに、どんなことがあるの？

 申し込み、問い合わせ先は？



 リコーキッズワークショップって、な～に？

リコーと新技術開発財団、日本科学技術振興財団が、1999年から、いっしょにおこなっている、科学の好きな子供向けのワークショップです。  
このワークショップでは、実際



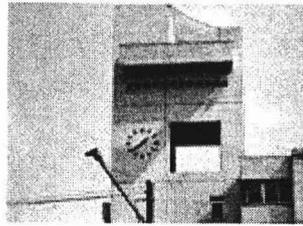
● どんなことをするの？



に使われているコピー機やプリンターを解剖し、その原理やしくみを楽しく学べるよう工夫された1日コースです。

● だれが参加できるの？

小学4年生から中学3年生まで、小学生コース、中学生コース各30名を募集しています。最新の機械の中をのぞいてみたい人、仕組みを知りたい人、とにかく理科や科学が大好きな人、どなたでも応募できます。  
(※参加希望者が多いときは、抽選となる場合があります。)



● いつ、どこでやるの？

毎年、春休み(3月下旬の土日)と冬休み(12月下旬の土日)に、東京と地方都市でそれぞれ開催しています。東京は、科学技術館が会場となります。申し込みは、開催日の約1ヶ月前に締め切りとなりますので、詳しくは、日本科学技術振興財団・振興部「リコーキッズワークショップ事務局」(Tel. 03-3212-8487)までお問い合わせください。



最近では家でも見かけるようになったパソコンのプリンター、そしてコピー機。でも、その中はどういう仕組みになっているのでしょうか？そこで、このワークショップでは、最新の機械を”分解”して、その仕組みや原理をさぐってみます。

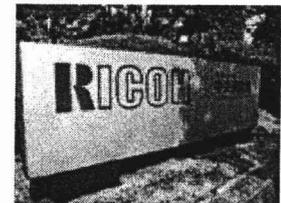
 スタッフはどんな人たち？

教えてくれる先生は、NHKテレビ「やってみようなんでも実験」などでおなじみ・大山光晴先生と、この分野のリコー開発研究者です。ほかにも、ボランティアのお兄さんやお姉さんたちが皆さんの実験をお手伝いします。



 参加費用は？

材料費、昼食費とも無料です。参加したお友達には、全員にテキスト(B5版、約40ページ)と参加証もお渡しします。ただし、お家から会場までの往復交通費は自己負担となります。



 ほかに、どんなことがあるの？

教えてくれる先生や、ボランティアのお兄さんやお姉さんとのランチタイムもあります。午後、分解した部品で持ち帰りたいパーツは、好きなだけ選べ



ます。ただし、お友達と話し合いの上、決めてください。

また、ワークショップの記念に、自分の顔写真が入ったキーホルダーを、全員にプレゼントします。

このキーホルダーは、レーザーで書き込んだもので、世界で1個しかないものです。

午後、機械の分解を行いますので、作業用として、素敵なウィンドブレーカー(キッズ・ワークショップのロゴ入り)を全員にプレゼントされます。これも、みなさんに喜ばれています。

 申し込み、問い合わせ先は？

〒102-0091 東京都千代田区北の丸公園 2-1

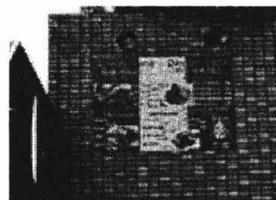
日本科学技術振興財団 振興部

『リコー・キッズ・ワークショップ』事務局

TEL. 03-3212-8487 (月～金、9:30～17:00)

土・日・祝と12:00～13:00は除く

応募方法や応募締切日についても、ここに問い合わせてください。



	非常にそうと思う	そうと思う	ややそうと思う	わからない	どちらともいえない・ う	ややそうではないと思 う	そうではないと思う	非常にそうではないと 思う
問 3. この社会貢献活動をリコーは利他的に(献身的に) 行っていると思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

	非常に高いと思う	高いと思う	やや高いと思う	わからない	どちらともいえない・ う	やや低いと思う	低いと思う	非常に低いと思う
問 4. この社会貢献活動がリコーの事業との関連性の高さはどれくらいだと思いますか。	7	6	5	4	3	2	1	

質問文	ご回答欄
問 5. あなたは、このような社会貢献活動をリコーが行っていることを知っていましたか。少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。  (○印はそれぞれひとつ)。	1 はい 2 いいえ

問 6. この社会貢献活動をリコーが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。これは、問 2 での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。なお、問 6 で 1. はい(知っている) と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください(○印はそれぞれひとつ)。

	非常に高くなった	高くなった	やや高くなった	どちらともいえない・ 変わらない	やや低くなった	低くなった	非常に低くなった
6-1 歴史のある	7	6	5	4	3	2	1
6-2 技術力のある	7	6	5	4	3	2	1
6-3 知識の豊富な	7	6	5	4	3	2	1
6-4 実力のある・業績の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-5 革新性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-6 ニーズに応えられる	7	6	5	4	3	2	1
6-7 製品・サービスの質が良い	7	6	5	4	3	2	1
6-8 知名度のある	7	6	5	4	3	2	1
6-9 事業領域の明確な	7	6	5	4	3	2	1
6-10 価格が適正な	7	6	5	4	3	2	1
6-11 企業活動に一貫性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-12 安心できる、安全な	7	6	5	4	3	2	1
6-13 誠実な・まじめな	7	6	5	4	3	2	1
6-14 頼りがいがある	7	6	5	4	3	2	1
6-15 従業員の対応の良い	7	6	5	4	3	2	1
6-16 約束を果たす	7	6	5	4	3	2	1
6-17 情報を開示している・透明性のある	7	6	5	4	3	2	1
6-18 不正をしない	7	6	5	4	3	2	1
6-19 環境負荷をかけない	7	6	5	4	3	2	1
6-20 地域・社会に配慮している	7	6	5	4	3	2	1

最後にあなたご自身についてお伺いいたします。

6. 年齢はおいくつですか? \_\_\_\_\_ 歳

7. 性別                    男・女【当てはまるものに○】

8. 所属学部                    \_\_\_\_\_ 学部

9. 学年                            \_\_\_\_\_ 年

10. 本アンケートに関してお気づきの点がございましたらご記入ください。

以上ですべての質問は終わりです。ご協力くださりまして、誠に有り難うございました。

## 付録 2 消費者への質問票調査(予備調査)

本論文の第 8 章では、消費者への質問票調査について詳述しているが、予備調査の結果については簡単な説明に止めている。よって、付録 2 では、本調査の前に実施した予備調査の結果を詳述する。

### 天井効果とフロア効果

因子分析を行う前に、各観測変数の平均値と標準偏差を算出することで、各観測変数に天井効果やフロア効果がないかをチェックした。天井効果とは、観測変数の平均値 + 標準偏差の値がとりうる最高値以上となることを意味し、フロア効果とは、観測変数の平均値 - 標準偏差の値がとりうる最低値以下になることを意味する。天井効果やフロア効果が見られるときには得点分布が高い方(低い方)に歪んでいるため、尺度にする項目として適切であるとはいえない(小塩[2004])。その結果、天井効果が表れた各観測変数が 1 つあった(表 A2-3)。「知名度のある」の平均値と標準偏差の和が、7.00 であった。しかしこれは、認知度の高い企業を選定しているためであると考えられ、当然の結果であるとも言える。また、7.00 を越えている、すなわち天井効果が出ているものの、その大きさは微弱であるため、残して分析を続ける<sup>1</sup>。

---

<sup>1</sup> 小数点第 3 位まで算出すると 7.001 であった。

表 A2-3 天井効果とフロア効果

	最小値	最大値	平均値	標準偏差	平均値－ 標準偏差	平均値＋ 標準偏差
歴史のある	1	7	4.65	1.27	3.39	5.92
技術力のある	2	7	5.43	1.03	4.4	6.46
知識の豊富な	2	7	5.22	1.03	4.19	6.24
実力のある・業績の良い	2	7	5.25	1.06	4.19	6.32
革新性のある	1	7	4.6	1.21	3.39	5.81
ニーズに応えられる	1	7	4.65	1.11	3.54	5.77
製品・サービスの質が良い	1	7	4.92	1.11	3.81	6.04
知名度のある	1	7	5.81	1.19	4.63	7
事業領域の明確な	1	7	5.11	1.34	3.77	6.44
価格が適正な	1	7	4.11	1.02	3.09	5.12
企業活動に一貫性のある	1	7	4.49	1	3.49	5.49
安心できる、安全な	1	7	4.86	1.02	3.84	5.88
誠実な・まじめな	1	7	4.71	1.04	3.67	5.76
頼りがいがある	1	7	4.62	1	3.63	5.62
従業員の対応の良い	1	7	4.21	0.86	3.35	5.07
約束を果たす	1	7	4.26	0.78	3.49	5.04
情報を開示している・透明性のある	1	7	4.28	0.84	3.44	5.12
不正をしない	1	7	4.26	0.82	3.44	5.08
地域・社会に配慮している	1	7	4.17	0.82	3.35	4.99
環境に配慮した	1	7	4.2	0.87	3.33	5.06

## 因子分析

次に、各企業の既存の信頼のデータを併せて、因子分析を行った。因子分析は、まず、社交回転のプロマックス回転を行い、因子間に相関が0に近ければ、直交回転のバリマックス回転を行うという手順を採る。この手順は、「バリマックス解から得られる有用な知見のほとんどはプロマックス解から得られる」が、「プロマックス解から得られる知見は必ずしもバリマックス解から得られるとは限らない」という豊田([1998], 280頁)の主張を根拠としている。豊田[1998]によると、プロマックス解を用いると基本的にバリマックス解と同様に変数を分類できること、単純構造のコントラストもプロマックス解のほうが強く

なるために、解釈が容易になること、因子間の相関を解釈できるという3つの根拠が記されている(280頁)。したがって、因子分析を行う際にはプロマックス回転で実施した。

因子を二つに定めることが妥当であるかどうかを検討するために、主因子法のバリマックス回転で初期の固有値を見た。第1因子より7.86、2.03、1.41、1.18、1.11と変化している。表A2-4では固有値が1以上のものを掲載している。前後の因子間の固有値の差を見ると、第1因子と第2因子の差が5.83、第2因子と第3因子の差が0.62、第3因子と第4因子との差が0.23、第4因子と第5因子の差が0.07である。

累積の値を見ると、第2因子までの累積寄与率が49.44%で、第3因子までが56.47%である(表A2-4)。累積寄与率は45%を越えるとまずまずの値であるとされ(小塩[1998])初期の固有値の因子を3か2にするのが妥当である。

表 A2-4 説明された分散の合計

因子	初期の固有値			抽出後の負荷量平方和			回転後の負荷量平方和
	合計	分散の %	累積 %	合計	分散の %	累積 %	合計
1	7.86	39.28	39.28	7.47	37.34	37.34	4.98
2	2.03	10.16	49.44	1.63	8.16	45.50	5.79
3	1.41	7.03	56.47	0.97	4.85	50.34	4.45
4	1.18	5.90	62.37	0.84	4.20	54.54	3.40
5	1.11	5.56	67.93	0.76	3.78	58.33	3.57

因子抽出法: 主因子法

本研究では企業の信頼の潜在変数のうち、能力と信用の観測変数を Ohanian(1990) による媒体の信頼の観測変数を援用し、さらに、企業への聞き取り調査と学生への質問紙の自由回答から作成した。そのため、初回の因子分析では2つの因子で測定することにした。

### 観測変数の選定

因子を2つに定めた後、共通性をチェックした(表A2-5)。共通性とは因子内の他の観測変数と共通している程度を指し、1から共通性を引いた値が各観測変数の独自性となる。共通性が著しく低いものは、因子に含めるべきではない。一般に、0.16以上であることが共通性を選択する条件である(小塩[1998])。その結果、歴史は0.12であるため、因子に含めるべきではないと判断した。

表 A2-5 共通性

観測変数	因子抽出後
歴史のある	0.12
技術力のある	0.52
知識の豊富な	0.54
実力のある・業績の良い	0.51
革新性のある	0.35
ニーズに応えられる	0.47
製品・サービスの質が良い	0.5
知名度のある	0.36
事業領域の明確な	0.22
価格が適正な	0.38
企業活動に一貫性のある	0.35
安心できる、安全な	0.5
誠実な・まじめな	0.54
頼りがいがある	0.58
従業員の対応の良い	0.44
約束を果たす	0.6
情報を開示している・透明性のある	0.51
不正をしない	0.54
地域・社会に配慮している	0.39
環境に配慮した	0.39

因子抽出法:主因子法

因子は、第1因子を信用、第2因子を能力と解釈することができる(表 A2-6)。信用は、「不正をしない」、「約束を果たす」、「価格が適正な」、「地域・社会に配慮している」、「環境負荷をかけない」、「情報を開示している・透明性のある」、「従業員の対応の良い」、「企業活動に一貫性のある」、「誠実な・まじめな」、「頼りがいがある」、「企業活動に一貫性のある」の10変数となった。第2因子は、「実力のある・業績の良い」「知識のある」「知名度のある」「技術力のある」「ニーズに応えられる」「製品・サービスの質が良い」「革新性のある」「事業領域の明確な」「安心できる・安全な」の9つであった。

表 A2-6 パターン行列

観測変数	因子	
	信用	能力
不正をしない	0.77	-0.05
約束を果たす	0.75	0.04
価格が適正な	0.74	-0.24
地域・社会に配慮している	0.7	-0.13
環境に配慮した	0.7	-0.13
情報を開示している・透明性のある	0.69	0.02
従業員の対応の良い	0.65	0.01
誠実な・まじめな	0.53	0.26
頼りがいがある	0.46	0.38
企業活動に一貫性のある	0.43	0.22
実力のある・業績の良い	-0.16	0.82
知識の豊富な	-0.07	0.76
知名度のある	-0.32	0.74
技術力のある	-0.03	0.73
ニーズに応えられる	0.19	0.56
製品・サービスの質が良い	0.23	0.55
革新性のある	0.16	0.49
事業領域の明確な	0.02	0.44
安心できる、安全な	0.37	0.41

因子抽出法：主因子法

抽出した因子間の相関行列を見たところ、それぞれの因子間関係が 0.65 と高い相関を示した(表 A2-7)。これは、企業の信用と能力という 2 つの因子が、共に企業の信頼の変数であるためであると考えられる。したがって、本研究では、因子間に関係がある際に利用するプロマックス回転で分析を行う。

表 A2-7 因子間相関行列

因子	1	2
1	1	0.65
2	0.65	1

因子抽出法: 主因子法

プリテストでは、Keller and Aaker[1997]の企業の信頼の潜在変数に Ohanian[1990]の情報源の信頼の観測変数を組み合わせたうえで、企業への聞き取り調査や学生への質問紙での自由記述により観測変数を再吟味したものを使用した。しかし、能力の1変数であった「歴史のある」は、共通性が低く出たため、除外することにした。共通性が低く出た理由として、近年の業界の変化が激しいことから、歴史というものが企業の専門能力とはそれほど関係なくなってしまうと被験者が知覚したからであろうと考えられる。これにより、質問数を132問から130問となった。

#### 各因子の内的整合性

その上で、各因数の観測変数の信頼の検討を行った。信頼の検討では $\alpha$ 係数を算出する方法をとった。 $\alpha$ 係数は0.70か0.80以上であれば、因子内の内的整合性が高いと判断され、反対に.50を下回るようだと尺度の再検討を要する(小塩、1998)。第1因子である信用の $\alpha$ 係数は0.89であり、内的整合性に問題がないことが明らかになった。第2因子である能力の $\alpha$ 係数は0.86であるため、内的整合性に問題がないことが明らかにされた。

#### 分析結果

以下では、予備調査における分析結果を提示する。企業の社会貢献活動の下位概念および企業の信頼の下位概念の平均値の差の検定を、オリンパス、NTTドコモ、リコーの順に見ていく。

## オリンパス

オリンパスの適合性の高い社会貢献活動である「癌研究会とオリンパスによる癌研究促進のための共同開発研究」と適合性の低い社会貢献活動である「スマトラ島沖地震および津波被害に対する義援金援助」を比べると、利他性が共に高く、適合性は前者のほうが後者よりも高い(表 A2-8)。

表 A2-8 社会貢献活動の利他性と適合性(オリンパス)

社会貢献活動の高さ	利他性	適合性
癌研究所の支援	4.9	5.15
震災への寄付	4.96	3.45
有意確率	N.A.	***

※ $p < 0.1$ , \*\* $p < 0.05$ , \*\*\* $p < 0.01$

オリンパスの社会貢献活動の平均値の差の検定を実施したところ、有意な差が生じたのは、信用の変化で1つ、能力の変化では7つあった(表 A2-9)。

表 A2-9 平均値の差の検定(オリンパス)

	観測変数	社会貢献活動の事業領域との適合性	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	有意確率(両側)	
社会貢献活動の要素	利他性	高	68	4.9	1.24	0.15	N.A.	
		低	69	4.96	1.14	0.14		
	適合性	高	68	5.15	1.27	0.15	***	
		低	69	3.45	1.36	0.16		
企業の信頼の変数	信用	不正をしない	高	65	4.28	0.7	0.09	N.A.
			低	69	4.25	0.63	0.08	
		約束果たす	高	65	4.15	0.64	0.08	N.A.
			低	69	4.32	0.65	0.08	
		価格が適正な	高	64	4.05	0.58	0.07	N.A.
			低	69	4.12	0.53	0.06	
		地域・社会に配慮している	高	65	5.14	1.06	0.13	N.A.
			低	68	5.35	0.97	0.12	
		環境に配慮した	高	65	4.48	0.92	0.11	N.A.
			低	69	4.48	0.78	0.09	
		情報を開示している・透明性のある	高	65	4.43	0.83	0.1	N.A.
			低	69	4.26	0.66	0.08	
		従業員の対応の良い	高	65	4.09	0.52	0.06	*
			低	69	4.26	0.56	0.07	
		誠実な・まじめな	高	65	4.85	0.91	0.11	N.A.
			低	69	4.96	0.86	0.1	
		頼りがいがある	高	65	4.8	0.97	0.12	N.A.
			低	69	4.71	0.84	0.1	
企業活動に一貫性のある	高	65	4.22	0.93	0.11	N.A.		
	低	69	4.29	0.73	0.09			

能力	実力のある・業績の良い	高	65	4.68	0.87	0.11	***
		低	69	4.41	0.69	0.08	
	知識の豊富な	高	65	5.25	0.92	0.11	***
		低	69	4.16	0.47	0.06	
	知名度のある	高	64	4.39	0.81	0.1	N.A.
		低	69	4.46	0.83	0.1	
	技術力のある	高	65	5.23	1	0.12	***
		低	69	4.14	0.46	0.06	
	ニーズに応えられる	高	65	4.66	0.97	0.12	***
		低	69	4.26	0.59	0.07	
	製品・サービスの質が良い	高	65	4.65	0.89	0.11	***
		低	69	4.17	0.51	0.06	
	革新性のある	高	65	4.92	1.05	0.13	***
		低	69	4.36	0.69	0.08	
	事業領域の明確な	高	65	4.26	1.02	0.13	N.A.
		低	69	4.12	0.65	0.08	
	安心できる、安全な	高	65	4.66	0.76	0.09	N.A.
		低	69	4.61	0.77	0.09	

※p<0.1, \*\*\*p<0.05, \*\*\*\*p<0.01

## NTT ドコモ

NTT ドコモの事業領域の高い社会貢献活動である「こども・どこでも・ものがたり」は適合性が高いものの(5.06)、利他性が低い。一方、「青少年スポーツ教室」は適合性が低く、利他性は4.53でそれほど高くはない(表 A2-10)。結果は、「こども・どこでも・ものがたり」で4.5を超えたのは、専門能力ではなく、信用の誠実な(4.58)と社会配慮(4.81)であった。一方、青少年スポーツ教室は専門能力のうちの「品質」(4.77; 但し、有意確率は棄却)と、信用の「誠実な」、社会配慮(5.09)であった(表 A2-11)。

表 A2-10 社会貢献活動の利他性と適合性(NTT ドコモ)

社会貢献活動の高さ	利他性	適合性
こども・どこでも・ものがたり	4.1	5.06
青少年スポーツ教室	4.53	2.87
有意確率(両側)	N.A.	***

※ $p < 0.1$ , \*\* $p < 0.05$ , \*\*\* $p < 0.01$

表 A2-11 平均値の差の検定(NTT ドコモ)

		観測変数	社会貢献	N	平均値	標準偏差	平均値の 標準誤差	有意確率 (両側)
社会貢献活動の要素	利他性	高	高	69	4.1	1.16	0.14	***
		低	低	68	4.53	1.2	0.15	
	適合性	高	高	69	5.06	1.22	0.15	**
		低	低	68	2.87	1.37	0.17	
企業の信頼 の変数	信用	不正ない	高	69	4.19	0.46	0.06	N.A.
			低	66	4.14	0.52	0.06	
		約束果た	高	69	4.25	0.63	0.08	N.A.
			低	66	4.2	0.66	0.08	
		適正価格	高	69	4.1	0.49	0.06	N.A.
			低	65	4.05	0.48	0.06	
		社会配慮	高	69	4.81	0.93	0.11	*
			低	66	5.09	0.94	0.12	
		環境	高	69	4.26	0.63	0.08	N.A.
			低	66	4.12	0.57	0.07	
		情報開示	高	69	4.26	0.59	0.07	N.A.
			低	66	4.11	0.68	0.08	
		従業員	高	69	4.2	0.56	0.07	N.A.
			低	66	4.3	0.74	0.09	
誠実な	高	69	4.58	0.9	0.11	N.A.		
	低	66	4.59	0.94	0.12			
頼れる	高	69	4.41	0.71	0.09	N.A.		
	低	65	4.34	0.8	0.1			
		一貫性	高	69	4.29	0.82	0.1	***

			低	66	3.86	0.86	0.11	
能力	実力	高	69	4.41	0.73	0.09	N.A.	
		低	66	4.27	0.71	0.09		
	知識	高	69	4.3	0.65	0.08	N.A.	
		低	66	4.15	0.53	0.07		
	知名	高	69	4.42	0.85	0.1	N.A.	
		低	66	4.29	0.94	0.12		
	技術	高	69	4.25	0.58	0.07	N.A.	
		低	66	4.11	0.5	0.06		
	ニーズ	高	68	4.32	0.72	0.09	N.A.	
		低	66	4.33	0.75	0.09		
	品質	高	69	4.19	0.62	0.08	N.A.	
		低	66	4.77	4.94	0.61		
	革新性	高	69	4.32	0.68	0.08	N.A.	
		低	66	4.23	0.72	0.09		
事業明確	高	69	4.35	0.84	0.1	※※※		
	低	66	3.88	0.87	0.11			
安心	高	69	4.49	0.85	0.1	N.A.		
	低	66	4.42	0.8	0.1			

## リコー

リコーの事業領域の高い社会貢献活動である「リコー・キッズ・ワークショップ」は適合性(5.52)と利他性(4.92)が共に高い。一方、「リコーフィル・ファミリーコンサート」は適合性が低く(3.51)、利他性も4.66でそれほど高くはない(表 A2-12)。

結果は、「リコー・キッズ・ワークショップ」で4.5を超えたのは、「技術力のある」「知識のある」「実力のある・業績の良い」「ニーズに応えられる」「製品・サービスの質が良い」「知名度のある」であった。また、信用は「歴史のある」以外の全ての項目、すなわち、「事業領域の明確な」「企業活動に一貫性のある」「安心できる、安全な」「誠実な・まじめな」「頼りがいがある」が4.5を超えた。なお、CSRへの配慮では「地域・社会に配慮している」だけが4.5以上に高まった。他方、「リコーフィル・ファミリーコンサート」で4.5を超えたのは、「誠実な・まじめな」と「地域・社会に配慮している」であった(表 A2-13)。

表 A2-12 社会貢献活動の利他性と適合性(リコー)

社会貢献活動の高さ	利他性	適合性
リコー・キッズ・ワークショップ	4.92	5.52
リコーフィル・ファミリーコンサート	4.66	3.51
有意確率(両側)	N.A.	***

※p<.1, \*\*p<.05, \*\*\*p<.01

表 A2-13 平均値の差の検定(リコー)

		観測変数	社会貢献	N	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	有意確率(両側)
社会貢献活動の要素		利他性	高	66	4.92	1.37	0.17	N.A.
			低	68	4.66	1.28	0.15	
		適合性	高	66	5.52	1.1	0.14	***
			低	68	3.51	1.3	0.16	
企業の信頼の変数	信用	不正ない	高	64	4.41	0.79	0.1	N.A.
			低	67	4.22	0.55	0.07	
		約束果た	高	64	4.28	0.7	0.09	N.A.
			低	67	4.13	0.46	0.06	
		適正価格	高	64	4.16	0.65	0.08	N.A.
			低	67	4.12	0.44	0.05	
		社会配慮	高	64	5.23	0.99	0.12	※
			低	67	4.91	1.01	0.12	
		環境	高	64	4.25	0.69	0.09	N.A.
			低	67	4.18	0.55	0.07	
		情報開示	高	64	4.3	0.75	0.09	※
			低	67	4.07	0.56	0.07	
		従業員	高	64	4.63	0.93	0.12	***
			低	67	4.15	0.53	0.06	
		誠実な	高	64	4.75	1.04	0.13	N.A.
			低	67	4.55	0.74	0.09	
頼れる	高	64	4.63	0.98	0.12	**		
	低	67	4.3	0.65	0.08			

		一貫性	高	64	4.61	1	0.13	
			低	67	3.96	0.82	0.1	***
能力	実力	高	63	4.49	0.8	0.1		
		低	67	4.28	0.55	0.07	*	
	知識	高	64	4.53	0.82	0.1		
		低	67	4.15	0.61	0.07	***	
	知名	高	64	4.47	0.87	0.11		
		低	67	4.31	0.66	0.08	N.A.	
	技術	高	64	4.52	0.71	0.09		
		低	67	4.12	0.44	0.05	***	
	ニーズ	高	64	4.66	0.86	0.11		
		低	67	4.13	0.65	0.08	***	
	品質	高	64	4.48	0.84	0.1		
		低	67	4.16	0.48	0.06	***	
	革新性	高	64	4.39	0.81	0.1		
		低	67	4.16	0.64	0.08	*	
事業明確	高	64	4.59	0.92	0.12			
	低	67	3.82	0.67	0.08	***		
安心	高	63	4.57	0.78	0.1			
	低	67	4.28	0.65	0.08	**		

### 付録 3 本調査用質問票

本論文の第 8 章で述べたように、消費者への定量調査は、ウェブによるアンケート調査という形を取っている。以下では、本調査で使用した質問票を掲載する。調査に使用した質問紙にはタイプ A とタイプ B とがあり、いずれか一方に回答してもらった。なお、次頁以降の質問票は実際にウェブで使用された画面をコピーして張ったものである。そのため、いくつかの相違点がある。第 1 に、ウェブでは質問項目にチェックを入れてクリック箇所を押すと新しい頁が出てくる。その部分に関しては本論文でも頁を改めている。第 2 に、ウェブ画面をスクロールさせる部分は 2 頁にまたがっている場合もある。第 3 に、実際のウェブ画面はカラーであるが、ここではモノクロームで掲載している。次頁より、質問票 A、質問票 B の順に掲載する。

## 質問票 A

「オリンパス」という会社についてお伺いします。

# OLYMPUS

### 【企業概要】

- 事業内容＝フィルムカメラ、デジタルカメラ、録音機、MOドライブの製造販売
- 医療＝医療用内視鏡、外科内視鏡、内視鏡処置具、超音波内視鏡の製造販売
- ライフサイエンス＝血液分析器、生物顕微鏡の製造販売、ゲノム医療事業
- 産業＝工業用顕微鏡、工業用内視鏡、プリンタ、バーコードスキャナ、測定器の製造販売
- 情報通信＝携帯電話などのモバイル端末販売、モバイルソリューション、モバイルコンテンツサービス、ネットワークインフラシステム販売開発、半導体関連装置・電子機器の製造販売
- その他＝システム開発他

### QQ1

あなたは、オリンパスという会社を知っていますか。

少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

はい

いいえ（上記、オリンパスの企業概要をよくお読みのうえでお答えください）

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

0Q2

オリンパスに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	ややあてはまらない	あてはまらない
不正をしない	<input type="radio"/>				
約束を果たす	<input type="radio"/>				
価格が適正な	<input type="radio"/>				
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>				
環境に配慮した	<input type="radio"/>				
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>				
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>				
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>				
頼りがいがある	<input type="radio"/>				
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>				
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>				
知識の豊富な	<input type="radio"/>				
知名度のある	<input type="radio"/>				
技術力のある	<input type="radio"/>				
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>				
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>				
革新性のある	<input type="radio"/>				
事業領域の明確な	<input type="radio"/>				
安心できる、安全な	<input type="radio"/>				

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。  
オリンパスでは、次のような社会貢献活動を行っています。

2005年2月25日

### スマトラ島沖地震および津波被害に対する支援について

スマトラ島沖地震およびインド洋沿岸の大津波で被災された方々に心からお見舞い申し上げます。

オリンパスグループは、1月上旬から開始した従業員の募金活動で集まりました金額に、会社がほぼ同額を加算する「マッチングギフト方式」を採用するなど、全世界の従業員とグループ各社が一体となった支援活動を実施し、総額約2,000万円を各国の赤十字社等に寄付いたしました。

オリンパスグループの支援活動が、被災者の救済と被災地の一日でも早い復興の一助となりますことを心より祈念いたします。

0Q3

この社会貢献活動をオリンパスは利他的に(献身的に)行っていると思いますか。【ひとつだけ】

【必須】

- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない・わからない
- ややあてはまらない
- あてはまらない

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

0Q4

この社会貢献活動がオリンパスの事業との関連性の高さはどれくらいだと思いますか。

【ひとつだけ】

【必須】

- 高い
- やや高い
- どちらともいえない・わからない
- やや低い
- 低い

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

0Q5

あなたは、このような社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知っていましたか。  
少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

0Q6

この社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？

どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。

これは、【0Q2】の質問での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。

なお、【0Q5】で「はい(知っている)」と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	高 く な っ た	高 く な ら な か つ た と い え ば	変 わ ら な い も い え な い	低 く な ら な か つ た と い え ば	低 く な っ た
不正をしない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
約束を果たす	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
価格が適正な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
環境に配慮した	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頼りがいがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知識の豊富な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知名度のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
技術力のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
革新性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

事業領域の明確な	☞	☞	☞	☞	☞
安心できる、安全な	☞	☞	☞	☞	☞

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

「NTTドコモ」という会社についてお伺いします。



【企業概要】

- 携帯電話事業＝携帯電話(FOMA)サービス、携帯電話(mova)サービス、パケット通信サービス、衛星電話サービス、各サービスの端末機器販売
- PHS 事業＝PHS サービス、PHS 端末機器販売
- クイックキャスト事業＝無線呼出し(クイックキャスト)サービス、「クイックキャスト」端末機器販売
- その他事業＝国際電話サービス、無線 LAN サービスなど

DQ1

あなたは、NTTドコモという会社を知っていますか。

少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ（上記、NTTドコモの企業概要をよくお読みのうえでお答えください）

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

DQ2

NTTドコモに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない いえ	ややあてはまらない	あてはまらない
不正をしない	<input type="radio"/>				
約束を果たす	<input type="radio"/>				
価格が適正な	<input type="radio"/>				
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>				
環境に配慮した	<input type="radio"/>				
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>				
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>				
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>				
頼りがいがある	<input type="radio"/>				
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>				
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>				
知識の豊富な	<input type="radio"/>				
知名度のある	<input type="radio"/>				
技術力のある	<input type="radio"/>				
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>				
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>				
革新性のある	<input type="radio"/>				
事業領域の明確な	<input type="radio"/>				
安心できる、安全な	<input type="radio"/>				

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。  
NTTドコモでは、次のような社会貢献活動を行っています。

こどもどこでもものがたり:

### **ごあいさつ**

NTTドコモは、国際社会の一員であることを常に意識し、安心・安全な社会作りへの貢献の一環として、特に「子ども」に関する社会貢献活動に力を入れています。

「こども どこでも ものがたり」は、世界初の i-mode 携帯電話を使った国際ワークショップです。21 世紀のポータブルな世界に生きる子ども達に必要な、国際的な文化を理解する力、そして携帯電話に代表されるデジタル機器を用いた表現力・情報発信力を伸ばすことを目的に開催いたしました。

このワークショップを通じ、子ども達はお互いの文化の優れた面 — フランスは芸術的、日本はサブカルチャー的 — に触れることができました。今後、参加した子ども達が相互理解を深め、日仏友好の架け橋となり、明るい社会を作る推進役に育つことを願っています。

最後に、今回のワークショップの開催にあたっては、フランス大使館、在仏日本大使館、ユネスコ本部、ブイグテレコム、日仏文化センター等、日仏の多彩な方面から多くのご支援をいただきました。今一度、関係の皆様へ心から御礼を申し上げます。

株式会社NTTドコモ 社会環境推進部

### **開催概要**

【内容】 iモード携帯電話のカメラ機能を用いて、写真と短い文章を組み合わせ、テーマに基づいたオリジナルストーリーを作成します。作成された作品の構成要素(写真、文章)を、日本とフランスで交換し、組み合わせ、コラボレーションしながら、また新しいストーリーを作り出すワークショップです。その過程において、日本とフランスのこどもの文化交流が生まれ、それぞれの文化や考え方の相違を感じる事が出来ました。

【期日】 日本では2日間、フランスでは1日の開催となりました。  
日本第一回 4月3日(日)13:30~18:00  
フランス 4月17日(日)10:00~16:00  
日本第二回 4月24日(日)13:30~17:15

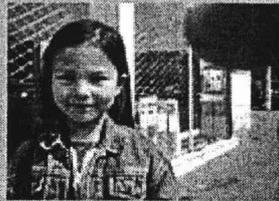
### **ワークショップ「こどもどこでもものがたり」の遊び方の説明です。**

**1**

一方の国のこどもたちが、4つの撮影画像と短めの文章からなるフォト・ストーリーを作成します。



あるところに  
一人の女の  
子が  
いました



その子はいつも笑顔  
で



お菓子を食べるのが  
好きで



キスをするのが  
大好きでした



2

他方の国の子どもたちが、1の作品の「画像だけ」を見て、ストーリーを作成します。



女の子が  
いました



その女の子は  
買い物に行きました



買ったお菓子の中に  
爆弾が入っていて



食べた女の子の口が  
飛んでしまいました

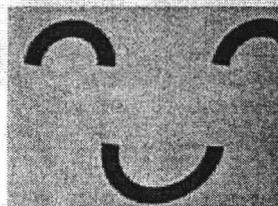


3

1の作品の「ストーリー」に対して、自分たちの撮影画像を付けます。



あるところに  
一人の女の子が  
いました



その子はいつも笑顔で



お菓子を食べるのが  
好きで



キスをするのが  
大好きでした

【主催】 株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ

【共催】 特定非営利活動法人CANVAS

【後援】 財団法人 国際IT財団  
在フランス日本国大使館  
スタンフォード日本センター  
UNESCO DigiArts Programme  
(順不同)



2005年日・EU市民交流年認定事業

### DQ3

この社会貢献活動をNTTドコモは利他的に(献身的に)行っていると思いますか。【ひとつだけ】  
【必須】

- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない・わからない
- ややあてはまらない
- あてはまらない

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

DQ4

この社会貢献活動と、NTTドコモの「事業内容」との適合性(関連性)の高さはどのくらいだと思いますか。

【ひとつだけ】

【必須】

- 高い
- やや高い
- どちらともいえない・わからない
- やや低い
- 低い

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

DQ5

あなたは、このような社会貢献活動を NTTドコモが行っていることを知っていましたか。  
少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

DQ6

この社会貢献活動をNTTドコモが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？

どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。

これは、【DQ2】の質問での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。

なお、【DQ5】で「はい(知っている)」と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	高 く な っ た	高 ど く ち な ら っ た と い え ば	変 ど わ ち ら ら な い も い え な い	低 ど く ち な ら っ た と い え ば	低 く な っ た
不正をしない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
約束を果たす	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
価格が適正な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
環境に配慮した	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頼りがいがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知識の豊富な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知名度のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
技術力のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
革新性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
事業領域の明確な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

安心できる、安全な	〇	〇	〇	〇	〇
-----------	---	---	---	---	---

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

「リコー」という会社についてお伺いします。

## RICOH

### 【企業概要】

- 事務機器事業＝デジタル／アナログ複写機、MFP(マルチ・ファンクション・プリンター)、レーザープリンター、ファクシミリ、デジタル印刷機、光ディスク応用商品、IT 技術を利用したソリューション商品の開発、生産、販売、サービス
- その他の事業＝光学機器の製造・販売、半導体の製造・販売、軽量機器の製造・販売、金融、物流事業

### RQ1

あなたは、リコーという会社を知っていますか。

少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

はい

いいえ（上記、リコーの企業概要をよくお読みのうえでお答えください）

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

RQ2

リコーに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください。【各横にひとつずつ】  
【必須】

	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない わからない いえ	ややあてはまらない	あてはまらない
不正をしない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
約束を果たす	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
価格が適正な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
環境に配慮した	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頼りがいがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知識の豊富な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知名度のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
技術力のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
革新性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
事業領域の明確な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
安心できる、安全な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。  
リコーでは、次のような社会貢献活動を行っています。

**リコーフィル・ファミリーコンサートを開催!**

10月25日、リコーフィルハーモニーオーケストラは今年で4回目を迎える「ファミリーコンサート2003」を大森本館ホールで開催しました。これは、リコーフィルが、近隣の皆様との交流を深め、感謝の気持ちをこめた社会貢献活動の一環として、2000年より毎年無料で開催しているものです。今回も、お子様連れの子供ファミリーをはじめ、老若男女、多数のクラシックファンにお集まりいただきました。



指揮は、国内外でご活躍中の若手プロ遠藤浩史さん。演奏の合間には遠藤さんから丁寧な曲の紹介もあり、オーケストラと聴衆が一体となった親しみやすい雰囲気がとても印象的でした。この日の演奏曲目は、交響詩、オペラ序曲、行進曲をはじめ、スタジオジブリ作品のアニメ主題曲など、多彩なジャンルにおよぶ全9曲。聴衆の皆さんも心から楽しまれたご様子でした。

**RQ3**

この社会貢献活動をリコーは利他的に(献身的に)行っていると思いますか。【ひとつだけ】  
【必須】

- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない・わからない
- ややあてはまらない
- あてはまらない

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

RQ4

この社会貢献活動と、リコーの「事業内容」との適合性(関連性)の高さはどのくらいだと思いますか。【ひとつだけ】

【必須】

- 高い
- やや高い
- どちらともいえない・わからない
- やや低い
- 低い

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

RQ5

あなたは、このような社会貢献活動をリコーが行っていることを知っていましたか。  
少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

RQ6

この社会貢献活動をリコーが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？

どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。

これは、【RQ2】の質問での企業評価の回答とは関係ございません。あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。

なお、【RQ5】で「はい(知っている)」と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	高 く な っ た	高 く な ら な か つ た と い え ば	変 わ ら な い も い え な い	低 く な ら な か つ た と い え ば	低 く な っ た
不正をしない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
約束を果たす	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
価格が適正な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
環境に配慮した	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頼りがいがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知識の豊富な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知名度のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
技術力のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
革新性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

事業領域の明確な	☞	☞	☞	☞	☞
安心できる、安全な	☞	☞	☞	☞	☞

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

ご回答ありがとうございました。

回答内容をチェックしますので、下の送信ボタンを押してください。

チェック後、エラーが表示された方はこちらをクリックしてトップに戻ってください。

## 質問票 B

「オリンパス」という会社についてお伺いします。

# OLYMPUS

### 【企業概要】

- 事業内容＝フィルムカメラ、デジタルカメラ、録音機、MOドライブの製造販売
- 医療＝医療用内視鏡、外科内視鏡、内視鏡処置具、超音波内視鏡の製造販売
- ライフサイエンス＝血液分析器、生物顕微鏡の製造販売、ゲノム医療事業
- 産業＝工業用顕微鏡、工業用内視鏡、プリンタ、バーコードスキャナ、測定器の製造販売
- 情報通信＝携帯電話などのモバイル端末販売、モバイルソリューション、モバイルコンテンツサービス、ネットワークインフラシステム販売開発、半導体関連装置・電子機器の製造販売
- その他＝システム開発他

### QQ1

あなたは、オリンパスという会社を知っていますか。

少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ(上記、オリンパスの企業概要をよくお読みの上で、QQ2の質問にお答えください)

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

OQ2

オリンパスに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください。【各横にひとつずつ】  
【必須】

	あてはまる	ややあてはまる	わからな いともい えない	ややあてはま らない	あてはまら ない
不正をしない	<input type="radio"/>				
約束を果たす	<input type="radio"/>				
価格が適正な	<input type="radio"/>				
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>				
環境に配慮した	<input type="radio"/>				
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>				
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>				
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>				
頼りがいがある	<input type="radio"/>				
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>				
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>				
知識の豊富な	<input type="radio"/>				
知名度のある	<input type="radio"/>				
技術力のある	<input type="radio"/>				
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>				
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>				
革新性のある	<input type="radio"/>				
事業領域の明確な	<input type="radio"/>				
安心できる、安全な	<input type="radio"/>				

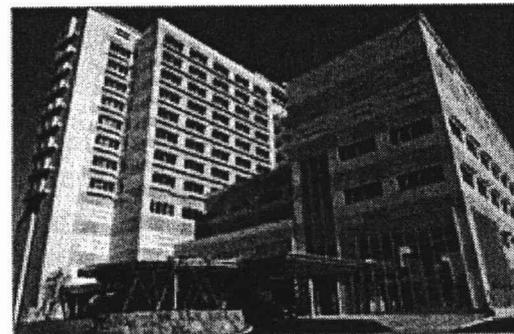
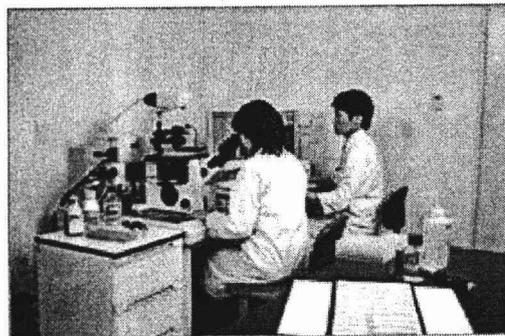
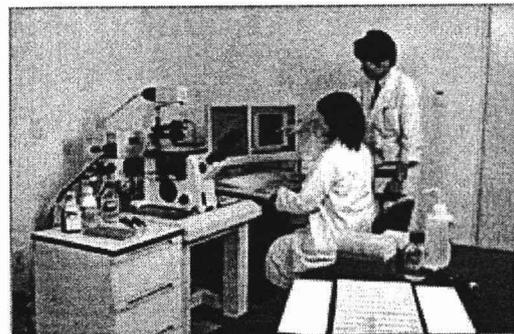
[こちらをクリックして次へお進みください](#)

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。  
オリンパスでは、次のような社会貢献活動を行っています。

2005年2月28日  
財団法人癌研究会  
オリンパス株式会社

## 癌研究会とオリンパス、がん研究促進のための共同研究を開始

分子イメージング研究のために共同ラボを開設



上段及び左下: 癌研内の「オリンパス バイオ・イメージングラボ」  
右下: 癌研有明病院外観

財団法人癌研究会(所在地: 東京都江東区、理事長: 渡邊 宏 以下癌研)とオリンパス株式会社(本社: 東京都新宿区、代表取締役社長: 菊川 剛 以下オリンパス)は、江東区有明に移転した癌研究会の癌化学療法センター内に、先進のがん医療の実現を目指した研究施設「オリンパス バイオ・イメージングラボ」を共同で設立しました。本ラボは 2005 年 4 月 1 日から稼働されます。

## 設立の背景

癌研は「がん克服をもって人類の福祉に貢献すること」を使命に掲げ、世界最高レベルのがん診療施設として認知されることを目指しています。その実現に向け、臨床への応用を踏まえた基礎・臨床の双方の分野でコミュニケーションを図る研究、いわゆる「トランスレーショナルリサーチ」を進め、患者さんが満足・納得いく医療の提供に取り組んできました。

オリンパスは、臨床分野において内視鏡、血液分析機を事業展開し、基礎研究分野において顕微鏡に代表される光学機器を提供し、高い評価を得てきました。今後は、その両分野に提供している製品、ノウハウ、技術をトランスレーショナルリサーチの現場に適合させ、その価値を高め、次世代医療実現に貢献する体制を構築する必要があります。

「オリンパス バイオ・イメージングラボ」は、このような両者の思いを実現するために設立されました。つまり、癌研にとっては、既存の最新ノウハウをもって研究を行うのみでなく、先端研究に必要な技術開発を日常の研究活動の中から提案することができ、オリンパスはその提案を直ちに検証し具現化に取り組むことが可能になります。

オリンパスは、「ライフサイエンス分野で、研究者・ひいては社会が求めるソリューションに対し、独創的・最先端技術によって、信頼性の高い商品・サービスを提供し、次世代の医療への牽引車としてグローバルに社会貢献をしていくこと」を目標としています。当ラボへは、オリンパスからも研究者を派遣して共同研究を進めることで、その中からフィードバックされてくる最先端研究の情報や内容、さらに「現場」を知ることにより、潜在的なニーズも吸い上げることができます。当ラボの設立はまさに、両者の掲げる目標への第一歩といえます。「オリンパス バイオ・イメージングラボ」は、このように両者にとっての好循環を生み出すことにより、がんの研究・トランスレーショナルリサーチを加速させ、患者さんへ、社会への貢献を目指していくために設立されました。

## 研究予定テーマ

1. 細胞を用いた抗がん剤の効果の評価
2. 小動物を用いたがん転移機構の解明

## 「オリンパス バイオ・イメージングラボ」の概要

代表者	癌化学療法センター 菅野晴夫
所在地	財団法人癌研究会 癌化学療法センター内(東京都江東区有明 3-10-6)
スタッフ数	10名(癌研5名、オリンパス5名)
床面積	研究室 31m <sup>2</sup>
設置予定の設備	レーザ共焦点顕微鏡、1分子蛍光分析装置などのオリンパス製品 を始めとする、研究機材一式

QQ3

この社会貢献活動をオリンパスは利他的に(献身的に)行っていると思いますか。【ひとつだけ】

【必須】

- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない・わからない
- ややあてはまらない
- あてはまらない

こちらをクリックして次へお進みください

QQ4

この社会貢献活動と、オリンパスの「事業内容」との適合性(関連性)の高さはどのくらいだと思いますか。

【ひとつだけ】

【必須】

- 高い
- やや高い
- どちらともいえない・わからない
- やや低い
- 低い

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

0Q5

あなたは、このような社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知っていましたか。  
少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

0Q6

この社会貢献活動をオリンパスが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？

どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。

これは、0Q2での企業評価の回答とは関係ございません。

あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。

なお、0Q5で1. はい(知っている)と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	高 く な っ た	高 ど く ち な ら な っ か た と い え ば	変 ど わ ち ら ら な い も い え な い	低 ど く ち な ら な っ か た と い え ば	低 く な っ た
不正をしない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
約束を果たす	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
価格が適正な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
環境に配慮した	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頼りがいがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知識の豊富な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知名度のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
技術力のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
革新性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

事業領域の明確な	○	○	○	○	○
安心できる、安全な	○	○	○	○	○

こちらをクリックして次へお進みください

「NTTドコモ」という会社についてお伺いします。



【企業概要】

- 携帯電話事業＝携帯電話(FOMA)サービス、携帯電話(mova)サービス、パケット通信サービス、衛星電話サービス、各サービスの端末機器販売
- PHS 事業＝PHS サービス、PHS 端末機器販売
- クイックキャスト事業＝無線呼出し(クイックキャスト)サービス、「クイックキャスト」端末機器販売
- その他事業＝国際電話サービス、無線 LAN サービスなど

DQ1

あなたは、NTTドコモという会社を知っていますか。

少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい 1
- いいえ(上記、NTTドコモの企業概要をよくお読みの上で、DQ2の質問にお答えください) 2

DQ2

NTTドコモに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください。【各横にひとつずつ】  
【必須】

	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない いえ	ややあてはまらない	あてはまらない
不正をしない	<input type="radio"/>				
約束を果たす	<input type="radio"/>				
価格が適正な	<input type="radio"/>				
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>				
環境に配慮した	<input type="radio"/>				
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>				
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>				
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>				
頼りがいがある	<input type="radio"/>				
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>				
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>				
知識の豊富な	<input type="radio"/>				
知名度のある	<input type="radio"/>				
技術力のある	<input type="radio"/>				
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>				
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>				
革新性のある	<input type="radio"/>				
事業領域の明確な	<input type="radio"/>				
安心できる、安全な	<input type="radio"/>				

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。  
NTTドコモでは、次のような社会貢献活動を行っています。

#### 青少年スポーツ教室

ドコモでは青少年スポーツ教室を「子ども・教育」分野で地域に根ざした活動として継続的に実施しています。ドコモの野球部員やサッカー、テニス部員がボランティアとして各教室に参加しています。

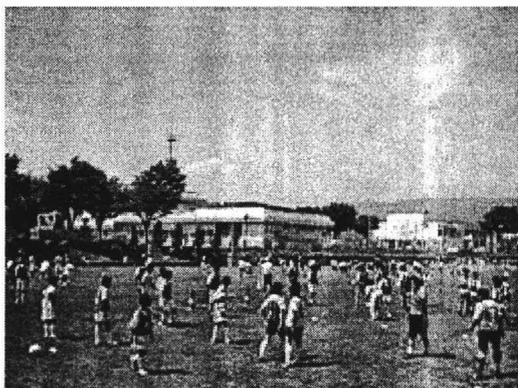
#### 野球教室

野球を通じ青少年健全育成の一翼を担う目的で平成 14 年度よりドコモ少年野球教室を開催しています。平成 16 年度は東京、千葉、神奈川で合計 5 回開催されました。第 1 回目は千葉県流山市で開催され、ドコモ野球部員の指導のもと 300 名を超える子どもたちが白球を追いかけました。第 2 回目は千葉県船橋市、第 3 回目は神奈川県海老名市、第 4 回目は東京都大田区、第 5 回目は東京都板橋区で開催され、多くの野球少年が参加しました。



#### サッカー教室

平成 12 年度より大宮アルディージャのコーチを中心とした少年サッカー教室を開催しています。高度なプレーを交えたこの教室から将来の Jリーガーが誕生するかも知れません。平成 14 年度からはドコモサッカー部員もボランティアとして参加しています。平成 16 年度は 7 月から 10 月まで埼玉・長野・群馬・栃木の 4 県において計 18 回開催し、毎回 200 名を超える小学生が参加いたしました。



**DQ3**

この社会貢献活動を NTTドコモは利他的に(献身的に)行っていると思いますか。【ひとつだけ】

【必須】

- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない・わからない
- ややあてはまらない
- あてはまらない

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

DQ4

この社会貢献活動と、NTTドコモの「事業内容」との適合性(関連性)の高さはどのくらいだと思いますか。

【ひとつだけ】

【必須】

- 高い
- やや高い
- どちらともいえない・わからない
- やや低い
- 低い

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

DQ5

あなたは、このような社会貢献活動をNTTドコモが行っていることを知っていましたか。  
少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

**DQ6**

この社会貢献活動を NTTドコモが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？

どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。

これは、DQ2 での企業評価の回答とは関係ございません。

あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。

なお、DQ5 で 1. はい(知っている)と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	高 く な っ た	高 ど ち な ら な か つ た と い え ば	変 ど ち わ ら ら な い も い え な い	低 ど ち な ら な か つ た と い え ば	低 く な っ た
不正をしない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
約束を果たす	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
価格が適正な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
環境に配慮した	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頼りがいがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知識の豊富な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知名度のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
技術力のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
革新性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

事業領域の明確な	○	○	○	○	○
安心できる、安全な	○	○	○	○	○

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

「リコー」という会社についてお伺いします。

## RICOH

### 【企業概要】

- 事務機器事業＝デジタル／アナログ複写機、MFP（マルチ・ファンクション・プリンター）、レーザープリンター、ファクシミリ、デジタル印刷機、光ディスク応用商品、IT 技術を利用したソリューション商品の開発、生産、販売、サービス
- その他の事業＝光学機器の製造・販売、半導体の製造・販売、軽量機器の製造・販売、金融、物流事業

### RQ1

あなたは、リコーという会社を知っていますか。

少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ（上記、リコーの企業概要をよくお読みの上で、RQ2 の質問にお答えください）

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

RQ2

リコーに関して、当てはまるとお考えのものをお選びください。【各横にひとつずつ】  
【必須】

	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない いえ ない	ややあてはまらない	あてはまらない
不正をしない	<input type="radio"/>				
約束を果たす	<input type="radio"/>				
価格が適正な	<input type="radio"/>				
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>				
環境に配慮した	<input type="radio"/>				
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>				
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>				
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>				
頼りがいがある	<input type="radio"/>				
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>				
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>				
知識の豊富な	<input type="radio"/>				
知名度のある	<input type="radio"/>				
技術力のある	<input type="radio"/>				
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>				
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>				
革新性のある	<input type="radio"/>				
事業領域の明確な	<input type="radio"/>				
安心できる、安全な	<input type="radio"/>				

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

以下の説明を読んで、後の問いにお答えください。  
 リコーでは、次のような社会貢献活動を行っています。

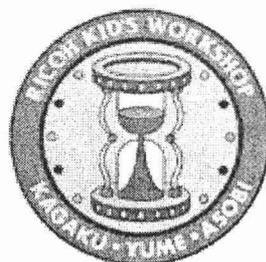


# リコー・キッズ・ワークショップ

何が、学ぶ、あそび



-  リコー・キッズ・ワークショップって、な～に？
-  だれが参加できるの？
-  いつ、どこでやるの？
-  どんなことをするの？
-  スタッフはどんな人たち？
-  参加費用は？
-  ほかに、どんなことがあるの？
-  申し込み、問い合わせ先は？



 リコーキッズワークショップって、な～に？

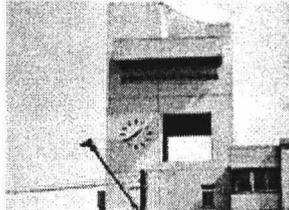
リコーと新技術開発財団、日本科学技術振興財団が、1999年からは、いっしょにおこなっている、科学の好きな子供向けのワークショップです。  
 このワークショップでは、実際に使われているコピー機やプリンターを解剖し、その原理やしぐみを詳しく学



べるよう工夫された1日コースです。

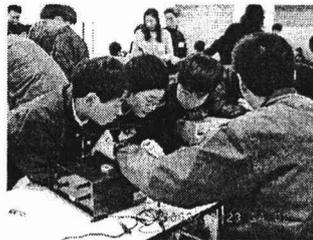
だれが参加できるの？

小学4年生から中学3年生まで、小学生コース、中学生コース各30名を募集しています。最新の機械の中をのぞいてみたい人、仕組みを知りたい人、とにかく理科や科学が大好きな人、どなたでも応募できます。  
(※参加希望者多いときは、抽選となることがあります。)



いつ、どこでやるの？

毎年、春休み(3月下旬の土日)と冬休み(12月下旬の土日)に、東京と地方都市でそれぞれ開催しています。東京は、科学技術館が会場となります。  
申し込みは、開催日の約1ヶ月前に締め切りとなりますので、詳しくは、日本科学技術振興財団・振興部「リコーキットワークショップ事務局」(Tel 03-322-8487)までお問い合わせください。



どんなことをするの？



最近では家でも見かけるようになったパソコンのプリンター、そしてコピー機。でも、その中にはどういう仕組みになっているのでしょうか？そこで、このワークショップでは、最新の機械を”分解して、その仕組みや原理をさぐってみます。

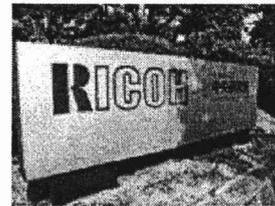
 スタッフはどんな人たち？

教えてくれる先生は、NHKテレビ「やってみようなんでも実験」などでおなじみ・大山光晴先生と、この分野のリコー開発研究者です。ほかにも、ボランティアのお兄さんやおさんたちが皆さんの実験をお手伝いします。



 参加費用は？

材料費、昼食費とも無料です。参加したお友達には、全員にテキスト(B5版、約40ページ)と参加証もお渡しします。ただし、お家から場までの往復交通費は自己負担となります。



 ほかに、どんなことがあるの？



教えてくれる先生や、ボランティアのお兄さんやお姉さんとのランチタイムもあります。

午後、分解した部品で持ち帰りたいパーツは、好きなだけ選べます。ただし、お友達と話し合いの上、決めてください。

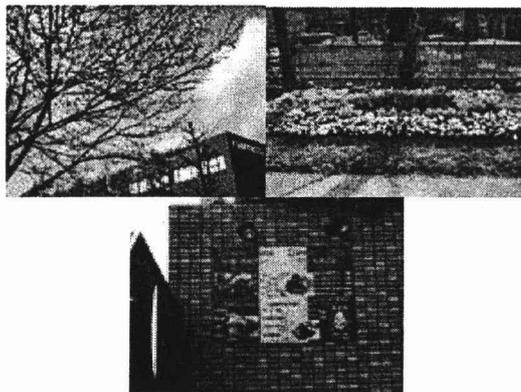
また、ワークショップの記念に、自分の顔写真が入ったキーホルダーを、全員にプレゼントします。

このキーホルダーは、レーザーで書き込んだもので、世界で1個しかないものです。

午後、機械の分解を行いますので、作業用として、素敵なウインドブレーカー(キッズ・ワークショップのロゴ入り)を全員にプレゼントされます。これも、みなさんに喜ばれています。

 申し込み、問い合わせ先は？

〒102-0091 東京都千代田区北の丸公園 2-1  
日本科学技術振興財団 振興部  
『リコー・キッズ・ワークショップ』事務局  
TEL. 03-3212-8487  
(月～金、9:30～17:00)  
土・日・祝と12:00～13:00は除く



応募方法や応募締切日についても、ここに問い合わせてください。

**RQ3**

この社会貢献活動をリコーは利他的に(献身的に)行っていると思いますか。【ひとつだけ】  
【必須】

- あてはまる
- ややあてはまる
- どちらともいえない・わからない
- ややあてはまらない
- あてはまらない

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

RQ4

この社会貢献活動と、リコーの「事業内容」との適合性(関連性)の高さはどのくらいだと思いますか。【ひとつだけ】

【必須】

- 高くなった
- どちらかといえば高くなった
- どちらともいえない・変わらない
- どちらかといえば低くなった
- 低くなった

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

RQ5

あなたは、このような社会貢献活動をリコーが行っていることを知っていましたか。  
少しでも知っていれば、「はい」を選択してください。【ひとつだけ】

【必須】

- はい
- いいえ

[こちらをクリックして次へお進みください](#)

**RQ6**

この社会貢献活動をリコーが行っていることを知って、同社に対する評価はどのくらい変わりましたか？

どのくらい高くなったのか、あるいはどのくらい低くなったのか、次の中から当てはまるとお考えのものをお選びください。

これは、RQ2での企業評価の回答とは関係ございません。

あくまでもどれくらい変化したのかをお答えください。

なお、RQ5で1. はい(知っている)と答えた方は、知る前とどれくらい変わったかをお書きください。

【各横にひとつずつ】

【必須】

	高 く な っ た	高 ど く ち な ら な か つ た と い え ば	変 ど わ ち ら ら な い も い え な い	低 ど く ち な ら な か つ た と い え ば	低 く な っ た
不正をしない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
約束を果たす	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
価格が適正な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
地域・社会に配慮している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
環境に配慮した	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
情報を開示している・透明性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
従業員の対応の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誠実な・まじめな	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頼りがいがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企業活動に一貫性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
実力のある・業績の良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知識の豊富な	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
知名度のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
技術力のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ニーズに応えられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
製品・サービスの質が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
革新性のある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

事業領域の明確な	○	○	○	○	○
安心できる、安全な	○	○	○	○	○

こちらをクリックして次へお進みください

ご回答ありがとうございました。

回答内容をチェックしますので、下の送信ボタンを押してください。

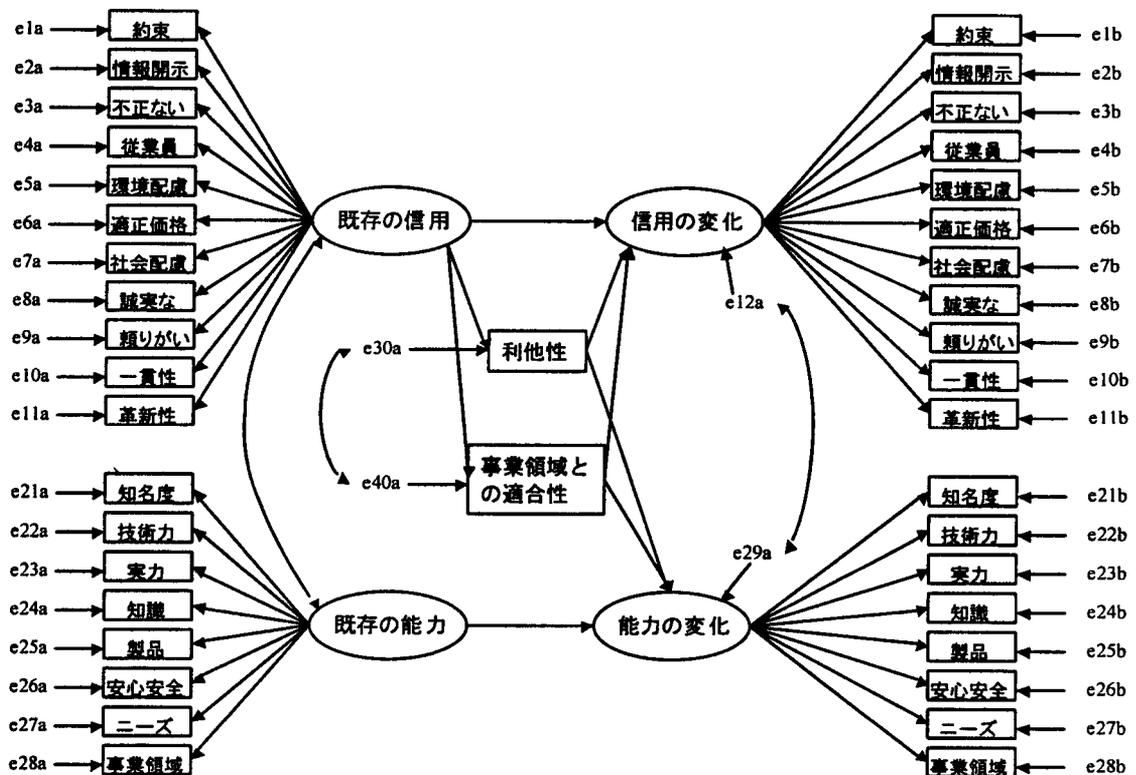
チェック後、エラーが表示された方はこちらをクリックしてトップに戻ってください。

## 付録 4 誤差項の共分散と相関係数

本論文では、消費者への質問票調査のデータを用いて、共分散構造分析により概念間の関係を検証した。主要な概念間の関係については、第 8 章で詳述した。しかし、主要ではない誤差項の共分散や相関係数に関しては、省略した。そこで、以下では、誤差項の共分散および相関係数を明示する。

まず、全体データを用いた共分散構造分析の誤差項の共分散と相関係数を提示する。次に、多母集団同時分析における共分散構造分析の誤差項の共分散と相関係数をオリンパス、NTT ドコモ、リコーの順に提示する。図 A-1 は誤差項の記号と観測変数の関係を明らかにしたものである。

図 A-1 観測変数と誤差項の



注：観測変数名は略称となっている。また、観測変数の一部は、第 8 章で掲載した順番と異なっている。なお、誤差項同士の相関曲線は主要なものを除いて省略してある。

全体データの誤差項における共分散と相関係数

表 A-1 全体データの共分散

			推定値	標準誤差	検定統計量	確率
信用(既存)	<-->	能力(既存)	0.20	0.01	19.55	***
e40	<-->	e30	0.27	0.02	16.79	***
e29b	<-->	e12b	0.13	0.01	21.87	***
e26b	<-->	e28b	0.01	0.00	2.45	0.01
e25b	<-->	e27b	0.03	0.00	8.00	***
e22b	<-->	e24b	0.06	0.00	14.76	***
e21b	<-->	e22b	0.07	0.01	13.80	***
e8b	<-->	e9b	0.04	0.00	10.81	***
e6b	<-->	e8b	-0.03	0.00	-7.04	***
e6b	<-->	e7b	-0.03	0.00	-6.56	***
e5b	<-->	e7b	0.07	0.01	11.21	***
e1b	<-->	e11b	-0.01	0.00	-5.94	***
e1b	<-->	e3b	0.07	0.00	19.39	***
e22a	<-->	e21a	0.16	0.01	16.17	***
e24a	<-->	e23a	0.10	0.01	12.86	***
e27a	<-->	e25a	0.08	0.01	11.39	***
e3a	<-->	e1a	0.12	0.01	19.11	***
e7a	<-->	e5a	0.12	0.01	19.17	***
e8a	<-->	e4a	0.05	0.01	10.23	***
e9a	<-->	e6a	-0.05	0.01	-7.93	***
e9a	<-->	e8a	0.04	0.01	7.59	***
e23b	<-->	e24b	0.04	0.00	9.85	***
e21b	<-->	e23b	0.06	0.01	12.14	***
e7b	<-->	e8b	0.06	0.01	10.73	***
e2b	<-->	e5b	0.03	0.00	7.97	***
e4b	<-->	e8b	0.02	0.00	6.89	***
e21b	<-->	e24b	0.04	0.01	8.61	***
e3a	<-->	e2a	0.04	0.01	7.38	***
e6b	<-->	e9b	-0.02	0.00	-4.94	***

e4b	<-->	e11b	-0.01	0.00	-3.75	***
e2b	<-->	e4b	0.02	0.00	5.48	***
e26a	<-->	e21a	0.05	0.01	6.35	***
e5a	<-->	e2a	0.03	0.01	6.91	***
e6b	<-->	e10b	-0.01	0.00	-3.59	***
e4b	<-->	e6b	0.01	0.00	4.32	***
e9a	<-->	e5a	-0.01	0.00	-2.81	0.01
e23a	<-->	e23b	0.04	0.00	9.03	***
e28a	<-->	e26a	0.02	0.01	2.72	0.01
e21a	<-->	e21b	0.08	0.01	10.50	***
e25a	<-->	e22a	0.06	0.01	9.15	***
e26a	<-->	e26b	0.04	0.00	8.18	***
e4a	<-->	e2a	0.03	0.00	7.10	***
e10a	<-->	e10b	0.02	0.00	4.96	***
e23a	<-->	e21a	0.18	0.01	15.67	***
e4a	<-->	e4b	0.02	0.00	6.26	***
e11a	<-->	e11b	0.04	0.01	8.08	***
e22b	<-->	e25b	0.02	0.00	7.56	***
e22a	<-->	e22b	0.03	0.00	6.94	***
e23a	<-->	e22a	0.10	0.01	11.70	***
e24a	<-->	e21a	0.09	0.01	10.29	***
e25a	<-->	e25b	0.02	0.00	4.70	***
e27a	<-->	e27b	0.03	0.00	7.28	***
e27a	<-->	e22a	0.06	0.01	9.18	***
e28a	<-->	e28b	0.02	0.00	5.48	***
e2a	<-->	e2b	0.02	0.00	5.83	***
e2a	<-->	e1a	0.03	0.00	6.73	***
e3a	<-->	e3b	0.03	0.00	8.39	***
e5a	<-->	e5b	0.02	0.00	4.44	***
e6a	<-->	e6b	0.04	0.01	6.77	***
e7a	<-->	e2a	0.03	0.01	6.03	***
e8a	<-->	e8b	0.02	0.00	4.41	***
e9a	<-->	e9b	0.02	0.00	5.07	***
e10a	<-->	e6a	-0.03	0.01	-3.81	***

e22b	←→	e27b	0.02	0.00	7.27	***
e24a	←→	e22a	0.08	0.01	12.11	***
e26a	←→	e23a	0.02	0.01	3.82	***
e28a	←→	e25a	-0.02	0.01	-3.34	***
e1a	←→	e1b	0.01	0.00	3.97	***
e1a	←→	e3b	0.02	0.00	6.39	***
e6a	←→	e1a	0.02	0.01	3.55	***
e22b	←→	e23b	0.03	0.00	7.22	***

\*\*\*は  $p < 0.001$ 。以下の表においても同様。

表 A-2 全体データの相関係数

			推定値
信用(既存)	<-->	能力(既存)	0.95
e40	<-->	e30	0.43
e29b	<-->	e12b	0.95
e26b	<-->	e28b	0.07
e25b	<-->	e27b	0.23
e22b	<-->	e24b	0.40
e21b	<-->	e22b	0.35
e8b	<-->	e9b	0.27
e6b	<-->	e8b	-0.17
e6b	<-->	e7b	-0.15
e5b	<-->	e7b	0.26
e1b	<-->	e11b	-0.12
e1b	<-->	e3b	0.56
e22a	<-->	e21a	0.38
e24a	<-->	e23a	0.35
e27a	<-->	e25a	0.33
e3a	<-->	e1a	0.54
e7a	<-->	e5a	0.54
e8a	<-->	e4a	0.25
e9a	<-->	e6a	-0.19
e9a	<-->	e8a	0.20
e23b	<-->	e24b	0.27
e21b	<-->	e23b	0.32
e7b	<-->	e8b	0.24
e2b	<-->	e5b	0.19
e4b	<-->	e8b	0.15
e21b	<-->	e24b	0.22
e3a	<-->	e2a	0.17
e6b	<-->	e9b	-0.12
e4b	<-->	e11b	-0.09
e2b	<-->	e4b	0.13
e26a	<-->	e21a	0.14

e5a	<-->	e2a	0.16
e6b	<-->	e10b	-0.09
e4b	<-->	e6b	0.11
e9a	<-->	e5a	-0.06
e23a	<-->	e23b	0.18
e28a	<-->	e26a	0.07
e21a	<-->	e21b	0.20
e25a	<-->	e22a	0.22
e26a	<-->	e26b	0.21
e4a	<-->	e2a	0.16
e10a	<-->	e10b	0.13
e23a	<-->	e21a	0.40
e4a	<-->	e4b	0.14
e11a	<-->	e11b	0.20
e22b	<-->	e25b	0.17
e22a	<-->	e22b	0.12
e23a	<-->	e22a	0.28
e24a	<-->	e21a	0.26
e25a	<-->	e25b	0.11
e27a	<-->	e27b	0.16
e27a	<-->	e22a	0.21
e28a	<-->	e28b	0.14
e2a	<-->	e2b	0.13
e2a	<-->	e1a	0.16
e3a	<-->	e3b	0.16
e5a	<-->	e5b	0.08
e6a	<-->	e6b	0.16
e7a	<-->	e2a	0.14
e8a	<-->	e8b	0.09
e9a	<-->	e9b	0.12
e10a	<-->	e6a	-0.09
e22b	<-->	e27b	0.16
e24a	<-->	e22a	0.31
e26a	<-->	e23a	0.09

e28a	<-->	e25a	-0.08
e1a	<-->	e1b	0.08
e1a	<-->	e3b	0.15
e6a	<-->	e1a	0.07
e22b	<-->	e23b	0.18

多母集団同時分析の誤差項における共分散と相関係数

オリンパス

表 A-3 オリンパスの共分散

	推定値	標準誤差	検定統計量	確率
信用(既存) <--> 能力(既存)	0.18	0.02	12.00	***
e40 <--> e30	0.20	0.03	7.89	***
e29b <--> e12b	0.14	0.01	13.06	***
e26b <--> e28b	0.02	0.01	2.44	0.02
e25b <--> e27b	0.02	0.01	3.17	0.00
e22b <--> e24b	0.07	0.01	8.53	***
e21b <--> e22b	0.06	0.01	6.37	***
e8b <--> e9b	0.06	0.01	6.70	***
e6b <--> e8b	-0.04	0.01	-5.32	***
e6b <--> e7b	-0.04	0.01	-5.76	***
e5b <--> e7b	0.09	0.01	7.39	***
e1b <--> e11b	-0.02	0.01	-4.63	***
e1b <--> e3b	0.08	0.01	11.35	***
e22a <--> e21a	0.12	0.01	9.04	***
e24a <--> e23a	0.08	0.01	6.98	***
e27a <--> e25a	0.06	0.01	6.02	***
e3a <--> e1a	0.09	0.01	10.80	***
e7a <--> e5a	0.11	0.01	12.73	***
e8a <--> e4a	0.03	0.01	4.64	***
e9a <--> e6a	-0.03	0.01	-4.07	***
e9a <--> e8a	0.07	0.01	8.18	***
e23b <--> e24b	0.03	0.01	3.83	***
e21b <--> e23b	0.03	0.01	3.97	***
e7b <--> e8b	0.06	0.01	5.22	***
e2b <--> e5b	0.04	0.01	5.58	***
e4b <--> e8b	0.03	0.01	3.65	***

e21b <-->	e24b	0.03	0.01	3.08	0.00
e3a <-->	e2a	0.03	0.01	4.76	***
e6b <-->	e9b	-0.02	0.01	-3.60	***
e4b <-->	e11b	-0.02	0.01	-3.44	***
e2b <-->	e4b	0.03	0.01	4.85	***
e26a <-->	e21a	0.03	0.01	3.39	***
e5a <-->	e2a	0.04	0.01	6.48	***
e6b <-->	e10b	-0.02	0.01	-3.10	0.00
e4b <-->	e6b	0.02	0.01	4.33	***
e9a <-->	e5a	-0.01	0.00	-2.69	0.01
e23a <-->	e23b	0.05	0.01	6.33	***
e28a <-->	e26a	0.02	0.01	2.84	0.01
e21a <-->	e21b	0.05	0.01	5.37	***
e25a <-->	e22a	0.08	0.01	6.92	***
e26a <-->	e26b	0.04	0.01	5.15	***
e4a <-->	e2a	0.03	0.01	4.85	***
e10a <-->	e10b	0.04	0.01	4.84	***
e23a <-->	e21a	0.07	0.01	5.21	***
e4a <-->	e4b	0.01	0.01	2.12	0.03
e11a <-->	e11b	0.03	0.01	3.59	***
e22b <-->	e25b	0.02	0.01	3.04	0.00
e22a <-->	e22b	0.03	0.01	3.71	***
e23a <-->	e22a	0.06	0.01	5.06	***
e24a <-->	e21a	0.05	0.01	4.04	***
e25a <-->	e25b	0.01	0.01	1.87	0.06
e27a <-->	e27b	0.02	0.01	2.97	0.00
e27a <-->	e22a	0.06	0.01	5.73	***
e28a <-->	e28b	0.03	0.01	5.46	***
e2a <-->	e2b	0.01	0.01	2.01	0.05
e2a <-->	e1a	0.02	0.01	3.71	***
e3a <-->	e3b	0.03	0.01	5.21	***
e5a <-->	e5b	0.01	0.01	2.56	0.01
e6a <-->	e6b	0.02	0.01	2.88	0.00
e7a <-->	e2a	0.03	0.01	5.10	***

e8a	<-->	e8b	0.02	0.01	2.51	0.01
e9a	<-->	e9b	0.02	0.01	2.44	0.02
e10a	<-->	e6a	-0.01	0.01	-0.99	0.32
e22b	<-->	e27b	0.03	0.01	4.63	***
e24a	<-->	e22a	0.05	0.01	4.55	***
e26a	<-->	e23a	0.02	0.01	2.51	0.01
e28a	<-->	e25a	-0.01	0.01	-1.54	0.12
e1a	<-->	e1b	0.02	0.01	3.34	***
e1a	<-->	e3b	0.03	0.01	4.69	***
e6a	<-->	e1a	0.01	0.01	1.96	0.05
e22b	<-->	e23b	0.01	0.01	1.00	0.32

表 A-4 オリンパスの相関係数

			推定値
信用(既存)	<-->	能力(既存)	0.95
e40	<-->	e30	0.33
e29b	<-->	e12b	0.96
e26b	<-->	e28b	0.11
e25b	<-->	e27b	0.15
e22b	<-->	e24b	0.40
e21b	<-->	e22b	0.27
e8b	<-->	e9b	0.29
e6b	<-->	e8b	-0.23
e6b	<-->	e7b	-0.23
e5b	<-->	e7b	0.30
e1b	<-->	e11b	-0.16
e1b	<-->	e3b	0.56
e22a	<-->	e21a	0.37
e24a	<-->	e23a	0.33
e27a	<-->	e25a	0.30
e3a	<-->	e1a	0.53
e7a	<-->	e5a	0.63
e8a	<-->	e4a	0.17
e9a	<-->	e6a	-0.16
e9a	<-->	e8a	0.40
e23b	<-->	e24b	0.18
e21b	<-->	e23b	0.17
e7b	<-->	e8b	0.19
e2b	<-->	e5b	0.22
e4b	<-->	e8b	0.14
e21b	<-->	e24b	0.14
e3a	<-->	e2a	0.19
e6b	<-->	e9b	-0.15
e4b	<-->	e11b	-0.14
e2b	<-->	e4b	0.19
e26a	<-->	e21a	0.13

e5a	<-->	e2a	0.27
e6b	<-->	e10b	-0.13
e4b	<-->	e6b	0.18
e9a	<-->	e5a	-0.08
e23a	<-->	e23b	0.24
e28a	<-->	e26a	0.13
e21a	<-->	e21b	0.19
e25a	<-->	e22a	0.30
e26a	<-->	e26b	0.22
e4a	<-->	e2a	0.19
e10a	<-->	e10b	0.22
e23a	<-->	e21a	0.23
e4a	<-->	e4b	0.08
e11a	<-->	e11b	0.16
e22b	<-->	e25b	0.12
e22a	<-->	e22b	0.11
e23a	<-->	e22a	0.20
e24a	<-->	e21a	0.18
e25a	<-->	e25b	0.07
e27a	<-->	e27b	0.12
e27a	<-->	e22a	0.24
e28a	<-->	e28b	0.24
e2a	<-->	e2b	0.07
e2a	<-->	e1a	0.15
e3a	<-->	e3b	0.17
e5a	<-->	e5b	0.07
e6a	<-->	e6b	0.12
e7a	<-->	e2a	0.21
e8a	<-->	e8b	0.08
e9a	<-->	e9b	0.09
e10a	<-->	e6a	-0.04
e22b	<-->	e27b	0.18
e24a	<-->	e22a	0.20
e26a	<-->	e23a	0.10

e28a	$\longleftrightarrow$	e25a	-0.06
e1a	$\longleftrightarrow$	e1b	0.12
e1a	$\longleftrightarrow$	e3b	0.19
e6a	$\longleftrightarrow$	e1a	0.07
e22b	$\longleftrightarrow$	e23b	0.04

NTT ドコモ

表 A-5 NTT ドコモの共分散

		推定値	標準誤差	検定統計量	確率
信用(既存)	<--> 能力(既存)	0.29	0.03	11.24	***
e40	<--> e30	0.23	0.03	8.60	***
e29b	<--> e12b	0.11	0.01	11.72	***
e26b	<--> e28b	0.00	0.01	-0.45	0.65
e25b	<--> e27b	0.02	0.01	4.62	***
e22b	<--> e24b	0.05	0.01	8.53	***
e21b	<--> e22b	0.08	0.01	8.37	***
e8b	<--> e9b	0.04	0.01	7.33	***
e6b	<--> e8b	-0.02	0.01	-2.79	0.01
e6b	<--> e7b	-0.01	0.01	-1.52	0.13
e5b	<--> e7b	0.06	0.01	6.84	***
e1b	<--> e11b	-0.01	0.00	-2.99	0.00
e1b	<--> e3b	0.06	0.01	11.00	***
e22a	<--> e21a	0.17	0.02	8.65	***
e24a	<--> e23a	0.13	0.02	8.62	***
e27a	<--> e25a	0.14	0.02	8.03	***
e3a	<--> e1a	0.14	0.01	10.53	***
e7a	<--> e5a	0.14	0.01	10.14	***
e8a	<--> e4a	0.06	0.01	5.42	***
e9a	<--> e6a	-0.06	0.01	-4.04	***
e9a	<--> e8a	0.03	0.01	2.89	0.00
e23b	<--> e24b	0.05	0.01	7.70	***
e21b	<--> e23b	0.12	0.01	10.16	***
e7b	<--> e8b	0.05	0.01	5.85	***
e2b	<--> e5b	0.02	0.01	4.29	***
e4b	<--> e8b	0.03	0.01	5.64	***
e21b	<--> e24b	0.06	0.01	6.82	***
e3a	<--> e2a	0.04	0.01	3.44	***
e6b	<--> e9b	-0.01	0.01	-1.71	0.09

e4b	<-->	e11b	-0.01	0.01	-2.13	0.03
e2b	<-->	e4b	0.01	0.00	3.47	***
e26a	<-->	e21a	0.05	0.01	3.38	***
e5a	<-->	e2a	0.02	0.01	2.06	0.04
e6b	<-->	e10b	-0.02	0.01	-3.25	0.00
e4b	<-->	e6b	0.01	0.01	1.71	0.09
e9a	<-->	e5a	0.00	0.01	-0.37	0.71
e23a	<-->	e23b	0.04	0.01	4.76	***
e28a	<-->	e26a	0.01	0.01	0.61	0.55
e21a	<-->	e21b	0.07	0.01	5.22	***
e25a	<-->	e22a	0.06	0.01	4.36	***
e26a	<-->	e26b	0.05	0.01	6.20	***
e4a	<-->	e2a	0.04	0.01	3.67	***
e10a	<-->	e10b	0.02	0.01	2.49	0.01
e23a	<-->	e21a	0.21	0.02	9.77	***
e4a	<-->	e4b	0.03	0.01	4.19	***
e11a	<-->	e11b	0.06	0.01	5.59	***
e22b	<-->	e25b	0.03	0.01	6.44	***
e22a	<-->	e22b	0.02	0.01	3.64	***
e23a	<-->	e22a	0.12	0.02	7.54	***
e24a	<-->	e21a	0.10	0.02	5.87	***
e25a	<-->	e25b	0.03	0.01	4.22	***
e27a	<-->	e27b	0.05	0.01	6.18	***
e27a	<-->	e22a	0.09	0.02	5.73	***
e28a	<-->	e28b	0.02	0.01	2.11	0.04
e2a	<-->	e2b	0.03	0.01	4.50	***
e2a	<-->	e1a	0.03	0.01	3.22	0.00
e3a	<-->	e3b	0.04	0.01	6.28	***
e5a	<-->	e5b	0.03	0.01	3.52	***
e6a	<-->	e6b	0.05	0.01	4.17	***
e7a	<-->	e2a	0.01	0.01	0.82	0.41
e8a	<-->	e8b	0.01	0.01	1.54	0.12
e9a	<-->	e9b	0.03	0.01	3.77	***
e10a	<-->	e6a	-0.02	0.02	-1.56	0.12

e22b <-->	e27b	0.02	0.01	3.11	0.00
e24a <-->	e22a	0.13	0.02	8.76	***
e26a <-->	e23a	0.02	0.01	1.91	0.06
e28a <-->	e25a	-0.01	0.01	-0.73	0.47
e1a <-->	e1b	0.01	0.01	1.53	0.13
e1a <-->	e3b	0.02	0.01	2.71	0.01
e6a <-->	e1a	0.04	0.01	3.21	0.00
e22b <-->	e23b	0.06	0.01	8.69	***

表 A-6 NTT ドコモの相関係数

		推定値
信用(既存) <-->	能力(既存)	0.95
e40 <-->	e30	0.38
e29b <-->	e12b	0.95
e26b <-->	e28b	-0.02
e25b <-->	e27b	0.22
e22b <-->	e24b	0.40
e21b <-->	e22b	0.36
e8b <-->	e9b	0.32
e6b <-->	e8b	-0.12
e6b <-->	e7b	-0.06
e5b <-->	e7b	0.28
e1b <-->	e11b	-0.10
e1b <-->	e3b	0.55
e22a <-->	e21a	0.35
e24a <-->	e23a	0.41
e27a <-->	e25a	0.39
e3a <-->	e1a	0.51
e7a <-->	e5a	0.48
e8a <-->	e4a	0.24
e9a <-->	e6a	-0.17

e9a	<-->	e8a	0.13
e23b	<-->	e24b	0.37
e21b	<-->	e23b	0.48
e7b	<-->	e8b	0.22
e2b	<-->	e5b	0.17
e4b	<-->	e8b	0.22
e21b	<-->	e24b	0.31
e3a	<-->	e2a	0.14
e6b	<-->	e9b	-0.07
e4b	<-->	e11b	-0.08
e2b	<-->	e4b	0.14
e26a	<-->	e21a	0.13
e5a	<-->	e2a	0.08
e6b	<-->	e10b	-0.14
e4b	<-->	e6b	0.07
e9a	<-->	e5a	-0.01
e23a	<-->	e23b	0.14
e28a	<-->	e26a	0.03
e21a	<-->	e21b	0.16
e25a	<-->	e22a	0.17
e26a	<-->	e26b	0.30
e4a	<-->	e2a	0.15
e10a	<-->	e10b	0.11
e23a	<-->	e21a	0.44
e4a	<-->	e4b	0.16
e11a	<-->	e11b	0.25
e22b	<-->	e25b	0.26
e22a	<-->	e22b	0.10
e23a	<-->	e22a	0.32
e24a	<-->	e21a	0.25
e25a	<-->	e25b	0.16
e27a	<-->	e27b	0.24
e27a	<-->	e22a	0.21
e28a	<-->	e28b	0.10

e2a	<-->	e2b	0.18
e2a	<-->	e1a	0.14
e3a	<-->	e3b	0.22
e5a	<-->	e5b	0.12
e6a	<-->	e6b	0.17
e7a	<-->	e2a	0.03
e8a	<-->	e8b	0.06
e9a	<-->	e9b	0.16
e10a	<-->	e6a	-0.07
e22b	<-->	e27b	0.12
e24a	<-->	e22a	0.40
e26a	<-->	e23a	0.07
e28a	<-->	e25a	-0.03
e1a	<-->	e1b	0.06
e1a	<-->	e3b	0.11
e6a	<-->	e1a	0.12
e22b	<-->	e23b	0.39

リコー

表 A-7 リコーの共分散

		推定値	標準誤差	検定統計量	確率
信用(既存) <-->	能力(既存)	0.13	0.01	10.66	***
e40 <-->	e30	0.30	0.03	11.25	***
e29b <-->	e12b	0.12	0.01	13.07	***
e26b <-->	e28b	0.01	0.01	2.12	0.03
e25b <-->	e27b	0.03	0.01	6.55	***
e22b <-->	e24b	0.05	0.01	8.65	***
e21b <-->	e22b	0.07	0.01	9.61	***
e8b <-->	e9b	0.03	0.01	4.66	***
e6b <-->	e8b	-0.02	0.01	-3.20	0.00
e6b <-->	e7b	-0.03	0.01	-4.04	***
e5b <-->	e7b	0.05	0.01	5.43	***
e1b <-->	e11b	-0.01	0.00	-2.12	0.03
e1b <-->	e3b	0.06	0.01	11.51	***
e22a <-->	e21a	0.17	0.02	10.21	***
e24a <-->	e23a	0.04	0.01	3.55	***
e27a <-->	e25a	0.03	0.01	3.58	***
e3a <-->	e1a	0.12	0.01	12.09	***
e7a <-->	e5a	0.10	0.01	11.41	***
e8a <-->	e4a	0.06	0.01	7.25	***
e9a <-->	e6a	-0.02	0.01	-2.60	0.01
e9a <-->	e8a	0.02	0.01	2.82	0.01
e23b <-->	e24b	0.03	0.01	5.31	***
e21b <-->	e23b	0.04	0.01	5.09	***
e7b <-->	e8b	0.07	0.01	7.43	***
e2b <-->	e5b	0.02	0.01	3.96	***
e4b <-->	e8b	0.02	0.01	3.58	***
e21b <-->	e24b	0.03	0.01	4.40	***
e3a <-->	e2a	0.04	0.01	4.70	***
e6b <-->	e9b	-0.01	0.00	-3.15	0.00
e4b <-->	e11b	0.00	0.01	0.35	0.73

e2b <-->	e4b	0.01	0.01	1.22	0.22
e26a <-->	e21a	0.02	0.01	1.87	0.06
e5a <-->	e2a	0.04	0.01	4.79	***
e6b <-->	e10b	0.00	0.00	0.20	0.84
e4b <-->	e6b	0.01	0.01	1.19	0.24
e9a <-->	e5a	-0.01	0.01	-1.62	0.11
e23a <-->	e23b	0.03	0.01	3.96	***
e28a <-->	e26a	0.02	0.01	1.90	0.06
e21a <-->	e21b	0.06	0.01	6.06	***
e25a <-->	e22a	0.03	0.01	3.73	***
e26a <-->	e26b	0.01	0.01	2.15	0.03
e4a <-->	e2a	0.02	0.01	2.78	0.01
e10a <-->	e10b	0.01	0.01	1.10	0.27
e23a <-->	e21a	0.08	0.02	5.64	***
e4a <-->	e4b	0.02	0.01	3.70	***
e11a <-->	e11b	0.03	0.01	4.44	***
e22b <-->	e25b	0.02	0.00	4.46	***
e22a <-->	e22b	0.02	0.01	3.98	***
e23a <-->	e22a	0.08	0.01	6.23	***
e24a <-->	e21a	0.06	0.01	4.43	***
e25a <-->	e25b	0.01	0.01	2.62	0.01
e27a <-->	e27b	0.01	0.01	2.51	0.01
e27a <-->	e22a	0.04	0.01	4.06	***
e28a <-->	e28b	0.01	0.01	1.53	0.13
e2a <-->	e2b	0.02	0.01	3.55	***
e2a <-->	e1a	0.03	0.01	5.14	***
e3a <-->	e3b	0.02	0.01	2.85	0.00
e5a <-->	e5b	0.01	0.01	1.43	0.15
e6a <-->	e6b	0.04	0.01	5.57	***
e7a <-->	e2a	0.04	0.01	5.91	***
e8a <-->	e8b	0.02	0.01	3.26	0.00
e9a <-->	e9b	0.01	0.01	2.46	0.01
e10a <-->	e6a	-0.01	0.01	-0.59	0.56
e22b <-->	e27b	0.02	0.00	4.66	***

e24a <-->	e22a	0.06	0.01	5.82	***
e26a <-->	e23a	0.00	0.01	-0.44	0.66
e28a <-->	e25a	-0.02	0.01	-2.65	0.01
e1a <-->	e1b	0.01	0.00	2.52	0.01
e1a <-->	e3b	0.02	0.01	4.14	***
e6a <-->	e1a	0.01	0.01	1.08	0.28
e22b <-->	e23b	0.01	0.01	2.45	0.01

表 A-8 リコーの相関係数

	推定値
信用(既存) <--> 能力(既存)	0.94
e40 <--> e30	0.51
e29b <--> e12b	0.95
e26b <--> e28b	0.10
e25b <--> e27b	0.33
e22b <--> e24b	0.42
e21b <--> e22b	0.44
e8b <--> e9b	0.19
e6b <--> e8b	-0.13
e6b <--> e7b	-0.16
e5b <--> e7b	0.22
e1b <--> e11b	-0.07
e1b <--> e3b	0.59
e22a <--> e21a	0.45
e24a <--> e23a	0.17
e27a <--> e25a	0.18
e3a <--> e1a	0.61
e7a <--> e5a	0.56
e8a <--> e4a	0.32
e9a <--> e6a	-0.11
e9a <--> e8a	0.13

e23b	<-->	e24b	0.25
e21b	<-->	e23b	0.23
e7b	<-->	e8b	0.30
e2b	<-->	e5b	0.17
e4b	<-->	e8b	0.14
e21b	<-->	e24b	0.20
e3a	<-->	e2a	0.19
e6b	<-->	e9b	-0.13
e4b	<-->	e11b	0.01
e2b	<-->	e4b	0.05
e26a	<-->	e21a	0.07
e5a	<-->	e2a	0.20
e6b	<-->	e10b	0.01
e4b	<-->	e6b	0.05
e9a	<-->	e5a	-0.06
e23a	<-->	e23b	0.15
e28a	<-->	e26a	0.09
e21a	<-->	e21b	0.20
e25a	<-->	e22a	0.15
e26a	<-->	e26b	0.09
e4a	<-->	e2a	0.10
e10a	<-->	e10b	0.05
e23a	<-->	e21a	0.25
e4a	<-->	e4b	0.14
e11a	<-->	e11b	0.19
e22b	<-->	e25b	0.17
e22a	<-->	e22b	0.11
e23a	<-->	e22a	0.27
e24a	<-->	e21a	0.20
e25a	<-->	e25b	0.11
e27a	<-->	e27b	0.10
e27a	<-->	e22a	0.16
e28a	<-->	e28b	0.07
e2a	<-->	e2b	0.14

e2a	<-->	e1a	0.21
e3a	<-->	e3b	0.09
e5a	<-->	e5b	0.05
e6a	<-->	e6b	0.24
e7a	<-->	e2a	0.25
e8a	<-->	e8b	0.12
e9a	<-->	e9b	0.11
e10a	<-->	e6a	-0.03
e22b	<-->	e27b	0.17
e24a	<-->	e22a	0.26
e26a	<-->	e23a	-0.02
e28a	<-->	e25a	-0.11
e1a	<-->	e1b	0.09
e1a	<-->	e3b	0.16
e6a	<-->	e1a	0.04
e22b	<-->	e23b	0.11

## 謝辞

筆者が本大学大学院で、本論文を完成させることができたのは、多くの方々のご指導およびご支援があったためである。

まず、指導教官である古川一郎先生に御礼申し上げたい。筆者が一橋大学大学院に入学して以来、古川先生には公私共にお世話になった。古川先生から主に教えていただいたことは、次の2つである。第1に、研究者にとって、自分の主張を簡潔かつ平易な表現で伝えることが重要だということである。第2に、地に足の着いた研究をするためには、文献だけではなく、関係者から話を伺ったり自らが体験したりするなど、「足で稼ぐ」ことが重要だということである。特に、本論文の第7章は、古川先生のアドバイスなしには到底書くことができなかつたであろう。

副指導教官をお受けくださった松井剛先生にも、御礼申し上げたい。松井先生には、演習時に論文の書き方を基本から教えていただいた。松井先生からは、特に、論文を書く際に必要なことを3つ学んだ。第1に、表題の付け方、表現方法、参考文献の書き方、文字のフォントの使い分け、段落分けなどの論文の作法、第2に、先行研究を読む際に絶えず自分の問題意識と照らし合わせるということ、第3に、読み手を意識して文章を書くということである。以上のことについて、筆者の要領が悪いにもかかわらず、懇切丁寧に指導してくださった。

早稲田大学商学部の亀井昭宏先生にも御礼申し上げたい。亀井先生には、筆者が早稲田大学商学部に在籍していたときから今日に至るまで、様々な配慮とご指導を頂いた。亀井先生には、研究者としてのスタンスと、自分が今後どのような研究者になりたいのかを考えることの重要性を教えていただいた。亀井先生はご自身のお考えが筆者の考えと異なる場合でも、筆者の考えを否定せずに尊重した上でアドバイスをしてくださった。亀井先生のおかげで、自由かつ主体的に物事を考える力を付ける重要性を自覚すると同時に、相手の意見をきちんと聞くことの意義を学ぶことができた。

以上3人の先生方は、筆者が研究に行き詰っているときに励ましてくださり、心の支えとなった。その他にも、先生方には、担当されているゼミナールの学生の皆さんに本論文の予備調査に協力するよう手配していただいた。予備調査に関しては、越智博美先生も学生に対する質問票調査に協力していただいた。越智先生は、ご自身が担当されている3つの講義について質問票調査を実施するために、貴重な授業時間を割いてくださった。

以上の先生方のご協力がなければ、本論文を完成させることはできなかつたであろう。心からお礼申し上げたい。

大学院のゼミナールで貴重な意見をくださった先輩、同輩、後輩の皆さんにもお礼申し上げます。まず、松井ゼミナールで論文に対する建設的な意見をくださった朴宰佑さん、金珍淑さん、涌田龍治さん、北村真琴さんにお礼申し上げます。また、同ゼミナールで論文に関する意見を頂き、博士論文のチェックを快く引き受けてくださった森田隆さん、アサーラト・ナターポールさん、大原亨さんにも大変感謝している。

古川先生ゼミナールで忌憚なき意見と論文に関するアイデアをくださった金春姫さんと

上原渉さんにもお礼を申し上げたい。ならびに、古川ゼミナールで学部生との交流を通じて、筆者が気分転換できる場を作ってくださった越智小百合さんにも感謝したい。

また、古川ゼミナールの皆さんには大変世話になった。特に、企業への聞き取り調査にアシスタントとして同行してくれた、春日慶一さん、秋田康男さん、聞き取り調査と予備調査のデータの入力に協力してくれた根市隆さん、古川ゼミナールの学生に対する質問票調査の回収を手伝ってくれた小出正史さんにも感謝したい。ならびに、予備調査用の質問票調査に快く協力してくださった早稲田大学政治経済学部の長田達輝さんと同大学のサイクリング・サークルの皆さんにもこの場をお借りして感謝を申し上げたい。また、無償であるにもかかわらず、ゼミや授業で消費者への質問票調査の予備調査に協力くださり、質問票の修正に関するヒントをくださった大学院生や学部生、研究生、交換留学生の皆様にも御礼申し上げたい。

本論文の調査は、先生方や学生の皆さん以外にも、様々な企業や組織の方々のご協力の上に成り立っている。お急がし中、聞き取り調査にご協力くださった、損害保険ジャパン、大和証券グループ本社、出光興産、東京ガス、NTT ドコモ、東京急行電鉄、日本航空、サントリー、アサヒビール、花王、ジョンソン・エンド・ジョンソン社会貢献委員会、オリンパス、NEC、東芝本社、東芝府中事業所、東芝科学館、東芝研究開発センター、東芝テック、松下電器産業、リコー、ローソン、他 3 社ならびに日本経済団体連合会の担当者の皆さんには大変感謝している。

また、第 8 章の消費者への質問票調査において自社のウェブサイトを使用する許可を与えてくださった、オリンパス CSR 推進部長の竹内康訓さん、NTT ドコモの社会環境推進部 CSR 企画担当主査の下鳥亨さん、同主査の石田巖さん、社会貢献部主査の中村彰伸さん、リコーCSR 本部社会貢献推進室の古川真人さん、ならびに、論文執筆において貴重なアドバイスを頂いた大和証券グループ本社 CSR 室次長の金田晃一さんに重ねて御礼申し上げたい。以上の企業の方々が好意的に協力してくださったおかげで、理論だけではなく、現実を踏まえた実務的にも意義のある論文を執筆することができたと考えている。

第 8 章の本調査では、ジャパン・マーケティング・エージェンシーの方々にご協力いただいた。同社の今井和人さんと水崎智彦さんには、ウェブ調査での画像作成からデータ処理に至るまで、色々ご協力いただいた。ときには無理なお願いをしたにもかかわらず、快くお受けくださり、大変感謝している。

本論文は、一橋大学大学院商学研究科を中核拠点とした 21 世紀 COE プログラム(知識・企業・イノベーションのダイナミズム)から、2 年間に渡って若手研究者・研究活動支援経費の支給を受けて進められた研究成果の一部である。同プログラムからの経済的な支援なくして、本論文は完成し得なかったであろう。この場をお借りして感謝したい。

最後に、筆者を物心両面で支えてくれた母に感謝したい。

2007 年 1 月 10 日

菌部靖史