

Weekly コラム

平成 29 年 2 月 22 日

〒541-0055 大阪府中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4 号館 4 階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO 法人 SKC 企業振興連盟協議会)

Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

社名変更のブーム

自動車メーカーの富士重工業が4月から社名を株式会社 SUBARU (スバル)に変更します。自動車事業のブランドである SUBARU は世界でも有名ですが、他にも航空機や宇宙関連機器、農業機械まで幅広く事業展開しており、自動車以外の分野でも世界で活躍していくためには、知名度の高い社名にした方が有利と判断したことにあります。

SUBARU ブランドは北米でとても強く、2018 年 3 月期は 9 年連続で米国の自動車販売が過去最高を更新する見通しです。コアなファンも多いため投資先から見ても非常に魅力的なブランドですが、企業名の Fuji Heavy Industry Ltd. では SUBARU をイメージしづらく、欧米の投資家の関心を取りこぼしてしまうケースもあります。社名とブランド名が同じなら SUBARU と聞けば今後、ポートフォリオに組み入れようとする投資家が増えることも考えられます。実際、トヨタや日産、本田、三菱、マツダ、スズキはブランド名が会社名としてそのまま通用しています。

社名変更のブームの始まりは 1950 年代に三菱、三井、住友といった旧財閥の称号を社名に戻した企業が増えたことでした。それまで、GHQ は旧財閥の商号を使うのを禁止していましたが、1952 年のサンフランシスコ平和条約の発効で日本の主権が回復し、

禁止令が解かれたのがきっかけでした。第 2 の波は 62~64 年のソニー・ブームで、1958 年にソニーが東京通信工業から社名変更し、ヒット商品や世界での売れ行きにつながったことから、横文字のブランド名を社名にするブームが起きました。第 3 の波は、70~73 年に消費へのイメージアップ戦略で〇〇組→〇〇建設といったもの、第 4 の波は 80 年代に入り、1つの会社が事業の多角化・新ビジネスの展開を始め「工業」・「化学」という業種を外したもので、オリンパス光学工業→オリンパス、呉羽化学工業→クレハ、エステー化学→エステー、理研化学工業→リケンなどです。第 5 の波は 80 年代後半にかけて、公害問題や不祥事など企業の社会責任が問われ、日本で CI 戦略が広がり、マツダ(東洋工業)は日本で初めて CI 計画を導入しました。第 6 の波は 2000 年代後半からの持ち株会社(ホールディングカンパニー)ブームで、東京海上 HD、リクルート HD、ニトリ HD、富士フィルム HD などです。

今後も時代変遷と共に創業時から主要業務が変わり、んな企業も会社名を変更する可能性が出てきますが、次はどんなブームが起こるのでしょうか。



記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。