

論 叢

倫理と広報

—意識調査・分析ならびに論考—

2000年4月
「倫理と広報」研究会・研究報告書
日本広報学会

はじめに

「倫理と広報」研究会の足跡

梅澤 正

メンバー各位の鋭い問題意識と固い結束のもと、所期の成果をあげて研究会活動をとじることができ、ともに喜びたいと思います。

メンバーからの問題提起、外部講師の講話、企業の実践事例の学習等を触媒にして、研究会の意見交換は終始活発に取り運ばれた。それを通して、メンバーはそれぞれ研鑽の機会を持つことができたが、研究会としても多大な成果を残すことができた。初年度(98年度)における広報担当者を対象にした「倫理と広報に関する意識調査」、ならびに二年度(99年度)における「訪韓研修」は画期的であり、外部からも注目された。その詳細については、それぞれスペースをとってこの小冊子に収められているのでここでは触れないが、日本広報学会の今後の発展に資する活動であったと自負できる。

企業広報は「企業を社会に開いていく活動」と理解されるが、内に倫理にもとる行動実績や組織体質が温存されたままでは、外部に対しては偽りやごまかしがついてまわる。結果として、社会から厳しい指弾をうけることとなり、イメージダウンは免れない。真にオープンな企業広報は、高倫理企業であってはじめて可能となる。この研究会は、こういった認識にたって活動を開始した。ただしテーマのすそ野は広く、視野に収めるべきサブテーマは多岐にわたる。第一回目の研究会は「倫理と広報」研究の方向を主題に意見交換がなされたが、こもごもつぎのような研究関心が披瀝された。アトランダムに書き並べてみることにしよう。

この国がどうなっているのか、そして企業のあるべき姿はどうとらえられるのか
企業行動のバックグラウンドをさぐるうえで、企業倫理の研究は重要である
コーポレート・ガバナンスと企業倫理、企業文化と企業倫理はどう関連するのか
経営倫理についての考え方や取り組みが外国文献にたよったかたちになっていて、表層的なところで終わっている。これを機会に日本における企業倫理について考えたい。

会社のあり方や提供している商品は、本当に社会の要請に込えているのか
最近倫理綱領をつくる会社が増えてきているが、言葉はどこも同じでかつ、少しも実践されていないのはなぜか

ジャーナリズム倫理の特質をふりかえり、企業倫理との関連と相克にせまってみたい
企業の論理が企業の倫理をつぶしている面がある。かかる事態の本質的要因をさぐっていききたい
世界的に社会の風潮のみならず企業風土は様変ってきており、それを確認しつつ日本企業のこれからに思いをいたしたい

日本企業ならびにわが社に、どれほど倫理を根づかせることができるか

日本企業はどのようにしてグローバル・スタンダードを内面化できるか

社員は一人ひとり十分な常識を持った人格者なのに、意識してか無意識にか企業不祥事の当事者になっている。なぜそうなるのか。

この研究会は、企業不祥事が続発し、企業の広報担当部署がマスコミとの対応に大童という社会情勢のなかで組成された。広報担当部署や広報パーソンの対応にはとかく不手際がみられるのみならず、偽りやごまかしが介在しているらしいという印象を多くの国民が意識するといった時代背景がそこにはあった。したがって、倫理と広報という二つのテーマは、ごく自然に結びつくはずのものであるが、現実はそのようなものではなかった。メンバーの発想や発言は、ややもすると時に倫理問題として、時に広報問題としてなされ、必ずしも連動したかたちをとらない。

考えてみれば、企業広報も企業倫理も、学問研究として十分な蓄積がない。いわば若い学問であって、どんな視点からどう切り込んだらよいかについて、確たる枠組みをわれわれに提供してくれない面がある。研究会としては、文字どおり手探りで活動をすすめることになった。いったい広報と倫理という二つのカテゴリーは、どうしたら交差させることができるのか。これは研究会にとって、なかなかの難題であった。

とりあえずは、広報と倫理という二つのテーマを、同時平行的に取りあげていかざるをえない。最終的には、「倫理にかなった広報活動はどうしたら確立できるか」に関して一定の結論を導き出すことが要請されることを承知しつつも、道のりは険しい。倫理にかなった企業存在と企業活動というテーマについて明確な回答が出ていないなかで、倫理に適った広報活動や広報組織のあり方を考察するわけであるから、研究過程でわれわれが右往左往するのはやむをえないことである。とにもかくにも考究しなければならないこととして、われわれはつぎのような二つのカテゴリーをかかげ、事例研究や討議を通して問題の本質をつかむ努力をすることになった。

第一カテゴリー；企業人倫理意識の現状分析

1. 企業倫理意識の実態に関する既存調査資料の収集
2. 企業倫理意識高揚を目的とした企業施策の動向把握
3. 企業倫理規定（ないし社員行動基準）の収集

第2カテゴリー；広報マンにとって企業倫理問題とは何か

1. 広報マンは企業倫理問題をどう考えたらよいか
2. 広報マンは企業倫理問題にどう取組み、どうアプローチしたらよいか
3. 企業広報の透明性はどれほど達成の可能性があるか

研究会は、都合20回の研究例会を持った。先に言及した通り、99年の9月にはメンバー12名をもって韓国研修ツアーが編成され、韓国弘報学会との交流の機会を持ったが、折りよく10月には

韓国弘報学会の役員が数人来日することになって昼食懇談会の機会を持つことができた。そういった会合を含めると、メンバーが集う機会はとても多かったことになる。

研究会の中身に言及するなら、第一の категория は外部講師をお招きしての企業事例の研究であった。合わせて4回もたれた。

「コーポレート・ガバナンスと経営倫理 ー資生堂の事例を踏まえて」

(資生堂法務部部長 水尾順一氏)

「松下幸之助翁の広報センスと松下政経塾」(松下政経塾 副塾長 渡辺 弘道氏)

「韓国企業の広報活動」(LGアド 東京事務所長 尹 載薫氏)

「富士ゼロックスにおける行動規範の制定と企業倫理の実践」

(富士ゼロックス株式会社コーポレートリソース部リスクマネジメントグループ長 相田 宗雄氏)

第二の categoria は、研究会メンバーからの報告と問題提起であり、テーマは以下の通りであった。

- ・ 企業倫理と広報の諸問題
- ・ 昨今における企業行動基準の策定と定着策をめぐる動向
- ・ 現下日本社会を徘徊する倫理問題にメスを入れるーマスコミをにぎわす諸問題を俎上に載せてみれば
- ・ 倫理と広報への視点
- ・ 企業哲学と経営倫理をどう考えるか

第三の categoria は、調査の設計と結果分析の検討であり、これをめぐって多くの会合が持たれ、多くのことが論議された。98年度の「倫理と広報に関する意識調査」に続いて、99年度には「倫理と広報に関する制度調査」が企画されたが、諸般の事情から実施できなかったのは残念であった。しかしながら制度調査をどう設計するかをめぐって多くの論議がなされ、検討が加えられたことを通して、われわれは「倫理と広報」について多くのことを学習することができたことを喜ぶたい。

目次

はじめに 「倫理と広報」研究会の足跡	梅澤 正	1
I 調査報告		
① 広報担当者の「倫理と広報」に関する意識調査—分析・報告		7
② 倫理とアカウンタビリティ —— 透明性への「まなざし」をめぐって	上野 征洋	27
③ 私論—広報担当者の意識調査を踏まえて	寺門 克	33
④ 「倫理と広報」雑感	森戸 則雄	39
II 企業倫理について		
① なぜ「企業倫理」が問題になるのか —— 社会的規範と集団思考の不協和音について——	駒橋 恵子	43
② 組織論から見た企業倫理 —— グローバル・スタンダードへの反感	篠原 興	51
③ 企業倫理の風土づくりと広報部門の役割	近藤 基隆	57
④ 企業倫理にどう取り組むか	大谷 達之	61
⑤ 「倫理と広報」をめぐる独白	小野 豊和	65
⑥ 組織の倫理と広報機能のあるべき姿	松本 潔	67
III 倫理と企業		
① 「倫理学」における「倫理」について	小宮山恵三郎	73
② 企業ランキングから読み取れるもの	山内 清史	81
IV 特別寄稿		
韓国におけるPR活動の現況と課題	K a y ・ I m m	87
V 訪韓報告		
1) SKグループ訪問 (小野 豊和)		92
2) 韓・日広報学会「合同研究会」 (高橋 茅香子)		97
3) 韓国言論財団 (大島 昌子)		103
4) チェイル・コミュニケーションズ (小宮山恵三郎)		105

あとがき