

---

企業事例研究会～企業広報のケーススタディ～

第一期報告書 [2006-2007 年度]

---

2008 年 7 月  
日本広報学会

---

**日本広報学会・企業事例研究会**

～ケーススタディで企業広報を分析する～

**2006～2007年度活動報告書**

---

## ■目次■

はじめに .....	1
【ケーススタディ:1】 業界最大手のメーカーが新ブランドを確立する .....	3
～トヨタ自動車がLEXUS(レクサス)ブランドを市場浸透させるための広報戦略～	
【ケーススタディ:2】 繁盛レストランチェーンのPR戦略 .....	17
～スペインクラブ(株式会社DF松栄)の成功例～	
【ケーススタディ:3】 社内広報の“超”企画力で企業の再生を成功に導く .....	29
～松下電器社内報の“破壊と創造”～	
【ケーススタディ:4】 商業施設の広報PR戦略 .....	43
～「表参道ヒルズ」開業1年を迎えて～	
【ケーススタディ:5】 次世代ネットワーク(NGN)の普及に取り組む .....	51
～NTTの広報における社会的啓発活動～	
【ケーススタディ:6】 広報機能の分業化と連携で企業らしさを出す .....	73
～資生堂のCSRを意識した広報活動～	
【ケーススタディ:7】 江戸文化を「食」を通じて継承する .....	83
～「駒形どぜう」6代目越後屋助七の戦略～	
【ケーススタディ:8】 新規上場企業のIR(インベスター・リレーションズ) .....	97
～自動車安全部品会社・タカタのIR戦略～	

## はじめに

「企業事例研究会」は日本広報学会の研究助成を受けて、2006年度から活動を開始した。企業の実践的な広報戦略を理論的に研究することを目的として、まずはケース・スタディの素材を集めることから始めた。

欧米流のビジネススクール（経営学大学院）における経営戦略の研究には「ケース・メソッド」方式が導入されており、修士課程の学生はケースを中心に学ぶ。これが「ケース・スタディ」である。そのようなビジネススクールの博士課程の大学院生は、研究教材としてのケースを自分で執筆することが課程修了の要件となっている。ただし残念なことに、ビジネススクールには広報のケースはない。

そこで本研究会は、広報活動の事例を集め、ケース分析を行い、会員の研究・研鑽に寄与するために発足した。ビジネススクールレベルの研究にしよう、と志を高く持ち、将来的に企業の広報戦略を考える上での指針となることを目標としている。

ビジネススクールのケース・スタディを手本とするので、総花的な「〇〇会社の広報戦略」ではなく、各事例のテーマを絞って検討した。詳細は本編を見てもらえばわかるが、新ブランド確立のための広報戦略、企業の転換期における社内広報戦略、新技術の社会的啓発活動における広報戦略、新規上場時の財務広報戦略など、さまざまな局面をとらえた事例になっている。新規レストラン、商業施設、老舗うなぎ屋など、多種多様な業種をあえて入れて、広報業務の幅の広さを強調したつもりである。

ケースの聞き取りの際には各企業の方々にお話を伺ったが、単なる講演会抄録になるのを極力避けて、各テーマに関する視察を併用した。例えば、レクサスブランドの確立のケースでは、事例のヒヤリングをする前にレクサスLSの記者発表会に出席し、「芸術の域に達した車」の演出を体感したし、NTTの次世代ネットワーク普及のケースでは、NGNのショールームで見学をした。ヒヤリングと視察を同じ日程で行う場合は、研究会を二部構成にして、各事例の研究には3時間以上をかけている（さらに懇親会へと三部構成の日も多かった）。表参道ヒルズでは建物のコンセプトや各店舗の特徴を聞きながら見学し、施設のコンセプトを徹底するために建築構造や内装の細部にまでこだわりがあることを聞いた。資生堂では芸術文化の発信拠点である「ハウス・オブ・シセイドウ」を見学し、スペインクラブや駒形どぜうでは、料理の美味しさと店の雰囲気視察し、実体に即した広報の在り方を体感した。

企業の方々には、広報学会のために時間を割いて貴重な話を聞かせて下さっただけでなく、一般人が入れないような施設も快く見学させていただき、深く感謝しています。なお、この研究会では、会員の方々に、①ケースの執筆、②講師の紹介、③事例の発表、のいずれかをお願いしました。積極的に会に参加して発言し、場を盛り上げていただいた皆様に謝意を表します。松下電器の社内報やスペインクラブについては、社内報元編集長やPR担当者が研究会会員であったため、「発表者」として事例をお話いただいています。執筆者の方々からは最終報告書の原稿を早くに書いていただいたのですが、主査の事情により発行が遅れたことをお詫びします。

広報のテーマはまだまだ無数にあり、本研究会は今年度も継続しています。途中加入も歓迎します。会員の皆様の研究のお手伝いをさせていただければ幸いです。

日本広報学会研究部会 2006～2007年度

「企業事例研究会－ケーススタディで企業広報を分析する－」

主査 駒橋恵子

企業事例研究会 [2006～2007年度] 会員一覧 (敬称略・肩書略)

主査 駒橋恵子 (東京経済大学)

石橋陽 (日経リサーチ)

梅田福一郎 (企業イメージ研究所、産業カウンセラー)

大森康晴 (共同PR)

小野豊和 (東海大学)

菅原正博 (宝塚造形芸術大学)

田代順 (株式会社ミラ・ソル)

田中襄一 (日本大学)

萩原昇 (NTTエレクトロニクス)

松枝健夫 (松下電器産業)

村上信夫 (放送作家、立教大学)

村田友司 (タカタ)

矢野充彦 (グリーンヒル研究所、麻布大学)

山田達雄 (日本広報学会)