

企業事例研究会～企業広報のケーススタディ～

第二期報告書 [2008～2009 年度]

2010 年 7 月

日本広報学会

企業事例研究会～企業広報のケーススタディ～

第二期報告書 [2008～2009 年度]

## ■目次■

はじめに .....	1
【ケーススタディ 1】 個人投資家の拡充策による企業ファンの増強 .....	3
～アサヒビールの I R 事例～	
【ケーススタディ 2】 新コーポレートブランド体系の構築と導入 .....	15
～キッコーマンの事例～	
【ケーススタディ 3】 外資系製薬企業の C S R ～ワイス株式会社の事例～ .....	39
【ケーススタディ 4】 公的機関におけるブランド統一の広報効果 .....	47
～ J I C A の意識改革の取り組み～	
【ケーススタディ 5】 シーズンスポーツ製品のブランド広報戦略 .....	61
～アメアスポーツジャパンの事例～	
【ケーススタディ 6】 環境経営の長期的効果～株式会社リコーの事例～ .....	69
【ケーススタディ 7】 製品広報のライフサイクル～パナソニックの事例～ .....	81
－「LUMIX」の誕生からトップブランドの確立まで－	
【ケーススタディ 8】 B 2 B 企業の C S R 的広報の軌跡と成果 .....	91
～村田製作所のコーポレート・コミュニケーション戦略～	
【ケーススタディ 9】 災害発生時の緊急広報について～東京電力柏崎刈羽原子力発電所の事例～ .....	111
－2007 年新潟県中越沖地震時の報道対応と復旧活動について－	
【ケーススタディ 10】 食品会社の危機管理広報～すぐる食品の事例～ .....	121
－事故米の風評被害とレピュテーション回復－	
企業事例研究会 2008～2009 年度実施状況 .....	134

## 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。本報告書は2008～2009年度に行ったケーススタディの概要であり、前回の報告書（2006～2007年度）の続編である。

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方法には「ケースメソッド」があり、修士課程の学生は大量の企業事例を読み込んで「ケーススタディ」を行う。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。

こうしたケースメソッドを手本として、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を手本としているので、総花的な「〇〇会社の広報戦略」ではなく、各事例のケースを絞って検討した。個人投資家向けのIR活動、コーポレート・ブランドの導入と構築、外資系製薬会社のCSR、公的機関の意識改革、シーズンスポーツ製品のブランド広報、環境経営の長期的効果、製品広報のライフサイクル、B2B企業の広報・宣伝効果、災害発生時の緊急広報、風評被害の危機管理広報など、多種多様な業務を取り上げ、コーポレート・コミュニケーション戦略の幅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を訪問して事情を伺う方法をとった。単なる講演会抄録になるのを極力避け、なるべく事例として取り上げた企業へ外向き、各社の空気に触れるようにした。アメアスポーツジャパンや村田製作所の事例を取り上げた研究会では本社でのミニショールームの見学をし、アサヒビールの研究会では直営ホールの生ビールの味を堪能した。毎回、質疑応答の時間は予定を延長していただき、約1時間も単刀直入な質問に丁寧に答えていただき、それでも時間が足りずに研究会終了後の懇親会で議論を重ねたことも多かった。

企業の方々には、日本広報学会のために時間を割いていただき、貴重な話を聞かせていただき、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。積極的に研究会に参加して発言し、場を盛り上げたいいただいた皆様に謝意を表します。日本広報学会が日本学術会議の「経営学」部門に加入していることからわかるように、広報戦略は企業実務と結びついた全社的な経営課題であり、マーケティング理論や財務戦略と同じように、実務家の方々のご協力がなければ研究が発展できません。今回の研究会メンバーは、企業広報部の方、PR専門家の方、大学教員と、バランスのとれた構成で、深みのある議論ができてよかったと思います。

ご協力いただいた方々や報告者の所属・肩書きや本社所在地は、研究会当時のものです。敬称略で掲載させていただいたことをご容赦下さい。基本的に該当企業の方にご協力をいただいています。JICAとすぐる食品は、直接の広報業務を担当したPRコンサルタントから事情を聴取していますので、本文では「発表者」と記載させていただいています。報告書をまとめたいただいた各担当者の方々からは最終報告書の原稿を早くにいただいていたのですが、主査の事情により発行が遅れたことをお詫びいたします。

また、本報告書には掲載できませんでしたが、ベネッセ・コーポレーションの事例を取り上げた研究会では「中国進出の成功例」をご報告いただき、行政当局の規制が厳しい中で知名度ゼロから

幼児向け教育産業という新市場を開拓し、急激な成長を遂げるためのステークホルダーとのコミュニケーション戦略について伺いました。現在進行形のホットなテーマすぎるという理由で掲載許可が下りなかったことは残念ですが、関係者の皆様には謝意を表したいと思います。

なお、最後になりましたが、本報告書で外資系製薬会社のCSR事例について情報提供をいただいた岩本富幸様は、2010年2月にご逝去されました。当時もご病状がよくなかったのに、本研究会会員として熱心に何度もご出席いただき、感謝の念でいっぱいです。本報告書の完成は間に合いませんでしたが、謹んでご冥福をお祈りしたいと思います。

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「広報事例研究会」として継続しています。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光栄です。

日本広報学会研究会部会 2008～2009 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（東京経済大学）

#### 企業事例研究会【2008～2009 年度】会員一覧（敬称略・五十音順）

荒木洋二（エージェンシーワン）  
泉博二（神戸製鋼所）  
石橋陽（京都産業大学）  
江良義則（エイレックス）  
遠藤芳信（マナスコ）  
大島慎子（筑波学院大学）  
大森康晴（共同PR）  
小野豊和（東海大学）  
駒橋恵子（東京経済大学）  
斉藤全彦（英国ウェールズ大学）  
坂本舞（電通パブリックリレーションズ）  
田代順（ミラ・ソル）  
萩原昇（NTTエレクトロニクス）  
永田純代（ベネッセ・コーポレーション）  
東村篤（岡三証券）  
松枝健夫（パナソニック）  
村上信夫（放送作家・立教大学）  
森田健（アサヒビール）  
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）