

2011～2012年度日本広報学会研究会・最終報告書

「中小企業のコーポレート・コミュニケーションに関する研究会」

2013年8月

日本広報学会

Japan Society for Corporate Communication Studies





<はじめに>

今回の「中小企業のコーポレート・コミュニケーション（以下 CC）に関する研究会」は、関西部会では 2001 年 4 月～2003 年 3 月「IT 時代の戦略広報研究会」、2003 年 4 月～2005 年 3 月「高度専門職業人としての CC 本部長の役割—エグゼクティブ・アクション論的視点からの考察—（略称「チーフ・コミュニケーション・オフィサー（以下 CCO）研究会」、2005 年 4 月～2007 年 3 月「CC 専門職育成、研修用カリキュラム開発」研究会、2007 年 4 月～2009 年 3 月「広報専門職の質保証制度に関する研究会（略称「力量研究会）」」、2009 年 4 月～2011 年 3 月「CC 評価研究会」に次ぐものです。

中小企業の CC に関する研究や文献が国内外でほとんどみあたらないといってよい状況ですが、関西部会では、2001 年から 2 年間取り組んでいた「IT 時代の戦略広報研究会」から関西で多い中小企業での CC について問題意識を持ち、関西で 2 回目のシンポジウムを東大阪で開催した際には中小企業にとって IT は大企業に伍して世界に拓くツールとして、神戸の公開研究会では、地元商店街を取り上げ、IT 化が活性化のツールになってきていることを取り上げたりはしてきました。

その後、「CC を推進するのは CCO」や「CC 専門職や CCO 育成・認定用カリキュラムの開発と CC 専門コースの開設」「企業の CC 評価に関する自己点検・自己評価方法」等について取り組んできました。

この中で、規模に関係なく取り込めるものとして「CCO の 4 つの役割（コーポレートブランド・マネジメント、ステークホルダー・マネジメント、レピュテーション・マネジメント、イシュー・マネジメント）」や「最高広報責任者向けハンドブック」「企業の CC 評価のための自己点検・自己評価方法」について、中小企業向けのものとして活用できるものがあるのではないかと考え、検証作業を行うとともに、中小企業に向けてプレゼンテーションする機会をつくっていきたいと考えています。

実施計画としまして、5 段階での取り組みを計画しました。当初の計画の前段に第一段階として、中小企業の定義と実態、課題と行政・商工会議所の対応策を入れ、第二段階で中小企業の CC に関する国内外の研究・文献の収集を学者組で、第三段階に企業・団体や大学へ向けてプレゼンテーションできるものを収集して提案しています。第四段階では学会分科会・発表ものや『広報会議』掲載もの、中小企業へのヒアリング・提案等した「Web 広報室」をまとめました。

今回の研究会には、関西部会のメンバーを中心に、学界、産業界(企業の広報責任者やコミュニケーション関連会社の方々)、社会人大学院生等産学連携型で 21 名が結集しました。

2013 年 8 月 7 日

「中小企業の CC に関する研究会」主査 石橋 陽

- 研究会開催記録 2011年 4月30日(土) 17:00~19:00 (於:キャンパスプラザ京都)  
 5月28日(土) 15:00~17:00 ( // )  
 8月13日(土) 15:00~17:00 ( // )  
 9月17日(土) 15:00~17:00 ( // )  
 11月 5日(土) 15:00~17:00 ( // )  
 2012年 1月28日(土) 15:00~17:00 ( // )  
 2月25日(土)~26日(日) (於:愛知県日間賀島合宿 )  
 3月17日(土) 17:00~19:00 (於:キャンパスプラザ京都)  
 7月16日(月) 15:00~17:00 (於:主査 石橋宅 )  
 9月15日(土) 15:00~17:00 ( // )  
 10月 7日(日) 13:00~15:00 (於:同志社大学「尋真館」分科会 )  
 12月 8日(土) 14:00~17:00 (於:松下幸之助歴史館 )  
 2013年 1月26日(土) 15:00~17:00 (於:主査 石橋宅 )  
 2月12日(火) 15:00~17:00 ( // )  
 3月10日(日)~11日(月) (於:愛知県日間賀島合宿 )

○研究会メンバー

(五十音順)

- 主査・石橋 陽 一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事長  
 市川 貢 京都産業大学経営学部・大学院マネジメント研究科教授  
 ・一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事  
 伊吹 勇亮 京都産業大学経営学部・大学院マネジメント研究科准教授  
 吉田 博 京都産業大学経営学部・大学院マネジメント研究科准教授  
 菅原 正博 プロトビジョン代表、元宝塚大学専門職大学院デザイン経営研究科長  
 大島 一豊 マーケティングメソッド研究所代表、  
 一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事・主任研究員  
 大島 幸男 ローム(株)顧問、一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事・主任研究員、  
 (3/31 まで) 京都産業大学大学院マネジメント研究科 CC コース講師(非常勤)  
 野田 光一 甲南女子大学企画広報課ブランド広報主幹、  
 一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事・主任研究員、  
 (3/31 まで) 京都産業大学大学院マネジメント研究科 CC コース講師(非常勤)  
 松枝 健夫 歴史街道推進協議会事務局次長 広報・事業企画推進統括  
 守屋 和明 一般社団法人国際 CCO 交流研究所常務理事、  
 (3/31 まで) 京都産業大学大学院マネジメント研究科 CC コース講師(非常勤)  
 東村 篤 四日市大学特任教授、一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事  
 南堀 信男 京都産業大学大学院マネジメント研究科博士後期課程、  
 一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事  
 野口 淳 「食」コンサルタント  
 鈴木 ちさ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング  
 三島 ちせ ティセ・アート代表  
 青木 唯史 ページワンスタジオ、一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事  
 粟津 重光 一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事  
 玉川 俊哉 玉川情流工房代表、一般社団法人国際 CCO 交流研究所理事  
 谷ノ内 識 追手門学院理事長室経営戦略課兼広報課係長  
 吉原 輝美 ナビプランニング代表、香蘭女子短大ファッションビジネス総合学科講師(非常勤)  
 三木 俊和 元モリタ小売営業本部長

\*所属・肩書きは、2013年3月現在 \*本編での記述文では、発表時での所属・肩書き

○研究目的

今回の「中小企業のコーポレート・コミュニケーション（以下 CC）に関する研究会」は、関西部会では「IT時代の戦略広報」「略称・CCO 研究会」「略称・カリキュラム開発研究会」「略称・力量研究会」「CC 評価研究会」に次ぐものです。

中小企業の CC に関する研究や文献は、国内外ではほとんど見当たらないといってよい状況ですが、関西部会では 2001 年から 2 年間取り組んでいた「IT 時代の戦略広報研究会」から、関西で多い中小企業での CC について問題意識を持ち、関西で 2 回目のシンポジウムを東大阪で開催した際には中小企業にとって IT は大企業に伍して世界に拓くツールとして、神戸の公開研究会では、地元の商店街を取り上げ、IT 化が活性化のツールになっていることを取り上げたりはしてきました。

その後、「CC を推進するのは CCO」「CC 専門職や CCO 育成・認定用カリキュラムの開発と CC 専門コースの開設」「企業の CC 評価に関する自己点検・自己評価方法」等について取り組んできました。

この中で規模に関係なく取り込めるものとして「CCO の 4 つの役割(コーポレート・ブランド・マネジメント、ステークホルダー・マネジメント、レピュテーション・マネジメント、イシュー・マネジメント)」や「最高広報責任者向けハンドブック」「企業の CC 評価のための自己点検・自己評価方法」について、中小企業の向けのものとして活用できるものがあるのではないかと考え、検証作業を行なうとともに、中小企業での CC 活性化に取り組みたい。

当初の計画の前段に第一段階として、中小企業の定義や実態、行政や商工会議所の対応策をまとめることにした。

○実施計画

☆第一段階：中小企業の定義と実態、中小企業の課題と行政・商工会議所の対応策

☆第二段階：中小企業に関する国内外の研究・文献の収集

☆第三段階：関西部会でのこの 10 年間における研究会の成果から、中小企業向けにも有用なものを仮説として抽出する  
あわせて、中小企業向けの提案ものも集める

☆第四段階：中小企業に関する団体取材し中小企業の現状を把握するとともに、第三段階で抽出されたものを中小企業や大学、WEB 関連企業等にも提示して意見や反応を聞く

☆第五段階：最終報告書にまとめる