

日本広報学会のご案内

広報の新たな可能性を拓く



日本広報学会 会長
西井 孝明
(味の素株式会社 元社長)

時代の変化と「新しい広報の定義」

日本広報学会は1995年の設立以来、企業や行政、各種組織における広報のあり方を探究し、その理論と実践の融合を目指して活動してまいりました。広報学の確立と発展に貢献し、社会における広報の役割を明確にしてきたことを誇りに思います。

2023年、本学会は「新しい広報の定義」を発表いたしました。この新定義では、広報を単なる情報発信の手段ではなく、組織の経営機能の一つとして位置づけ、その戦略的意義を明確にしています。社会全体が変革を迫られる中で、この定義は時代の潮流を的確にとらえたものとして、多方面から好意的に受け止められています。

広報の戦略的重要性

グローバル化の進展、デジタル技術の飛躍的な進化、SNSをはじめとするメディア環境の変化により、企業と社会の関係性は大きく変わりつつあります。このような環境下で、広報は企業の持続的成長や社会との共創を実現するための戦略的機能となっています。世界各国の文化や価値観を踏まえたコミュニケーションの設計が求められ、グローバルスタンダードを意識した広報活動が不可欠となっています。

私が特に重視しているのは、広報における「情報開示」と「情報共有」の違いです。情報を単に公開するだけではなく、

積極的に共有し、透明性を持って説明責任を果たすことこそが、社会からの信頼を得る鍵となります。私自身、BSE問題やMSG問題の対応経験においても、隠すことなく真実を伝える姿勢が、企業の信頼を守る力となったと実感しています。

経営戦略としての広報

広報・コミュニケーションは経営戦略そのものです。企業ブランドの価値を高め、社会的責任と経済的成果を両立する「クリエイティング・シェアード・バリュー (CSV)」の考え方を体現する上でも、広報の役割は極めて重要です。特にグローバル市場では、各国の文化や価値観に配慮したコミュニケーション戦略が求められます。たとえば、MSG（うま味調味料）に対する誤解を解くための活動では、科学的根拠に基づく情報発信を通じて、消費者との信頼関係の構築に努めてきました。

また、社内におけるインターナルコミュニケーションの充実も重要です。社員一人ひとりが企業のビジョンを理解し、誇りを持って行動できる環境こそが、企業の持続可能な成長に直結します。

学問領域としての広報学

近年、広報を学問領域として捉える動きも加速しています。広報学の体系化が進むことで、企業や行政の実務においてもより洗練されたアプローチが可能となります。日本広報学会は、研究者と実務家がともに知見を深め、相互に学び合う場としての価値をさらに高めていくことが求められています。

私は会長として、この貴重なプラットフォームをより一層発展させ、広報の理論と実践の融合を促進することに尽力してまいります。そして、広報が社会における持続的な価値創造の原動力となるよう、多くの皆様と共に歩んでいきたいと考えています。

本学会の活動を通じて、広報の新たな可能性を拓き、日本国内にとどまらず、グローバルな視点で企業、行政、地域社会に貢献していくことを目指してまいります。

日本広報学会へのご支援とご参加を心よりお願い申し上げます。

広報概念の定義

日本広報学会は2021年に「新たな広報概念の定義」プロジェクトを立ち上げ、約2年間かけて本学会の立場を反映した広報の定義を作成しました。その目的は、①広報に対する共通認識の形成、②隣接領域との関係の明確化、③広報領域の地位向上です。

定義文は以下のとおりです。

「組織や個人が、目的達成や課題解決のために、多様なステークホルダーとの双方向コミュニケーションによって、社会的に望ましい関係を構築・維持する経営機能である。」

今ほど「広報の重要性」が増している時代も 無いのではないのでしょうか



日本広報学会 理事長
佐藤 達郎
(多摩美術大学教授／
学長補佐)

今日世界は、難題に満ちています。中東を始め多くの地域で紛争が収まらず、国家同士の貿易摩擦の行方もなかなか見えて来ません。日本国内でも、少子高齢化に歯止めはかからず、東京一極集中と地域の苦悩も収まる先が見えません。企業に目を移せば、今までに類を見ないほどの深刻な不祥事が指摘され、企業業績にも多大なマイナスの影響を与えています。個人に返っても、生きづらさを感じる人が増え、人生100年時代の生き方、言ってみれば“個人としての経営戦略”を探し求めている人も数多く出現しています。

そんな難題だらけの世界では、直線的な施策だけでの解決はおぼつかず、結果として、広報の重要性が今まで以上に増して行く。私自身は、そう実感しています。

日本広報学会では、2023年6月20日に、多くの会員の皆様のたいなる奮闘努力の末に、新たな「広報の定義」を策定しました。多様な組織や個人が、この定義にあるような“広報”を今まで以上に活用して、難題の数々を少しでも良い方向に持って行くことを期待していますし、実際に広報にはそうした機能が内在していると、個人的には信じています。

日本広報学会は、企業・行政・団体から非営利組織までの多様な組織と、さらには個人の広報・コミュニケーション活動を研究の対象としています。この分野の理論と実践の両面から研究・情報発信、さらには会員に対する啓発活動など、さまざまな活動を行い発展してきました。

広報・コミュニケーションの領域は、研究の面からも、マネジメント実践の面からも、総合的かつ学際的です。関係する学問領域も経営学、マーケティング論、広告論、組織論、情報行動論、言語・メディア・ジャーナリズム、さらには国際地域研究などと広範囲です。組織経営の面でも、トップマネジメント、広報・IR部門、マーケティング部門、人事・総務部門、情報システム・ナレッジ部門など多くが関係し、それだけに、多面的なアプローチが求められる領域です。

当学会は、こうした領域の多様性から、幅広い専門、職種からの会員で成り立っていることが特色です。関連する研究を行う大学などの研究者、所属する組織の広報・コミュニケーション活動を実践する方、あるいは関連サービスを提供するPR会社やメディア関連事業者の方など、多様なバックグラウンドを持った会員からなり、数百人の個人会員に加え、数十社の法人が法人会員として活動しています。このことが、実務者と研究者の幅広い情報交換と議論を可能にしています。

日本広報学会では、広報・コミュニケーション分野の理論・実践の両面からの発展に向け、先進事例の分析や交流、仮説や理論の提示などの研究・教育活動を展開しています。また今後は、研究および学会活動のさらなる国際化にも取り組んで行きたいと考えています。企業・行政、諸団体、NPO/NGOなど、あるいは大学や研究機関で、広報・コミュニケーション活動に携わり研究している皆さまの、幅広い参画を、ぜひお待ちしております。

日本広報学会 設立の趣旨

1

経営体の広報およびコミュニケーション活動全般について、学術的および実践的な研究を行い、研究成果を発表しつつ、理論としての体系化を目指す。

2

これからの経営体のコミュニケーション活動のあり方、さらに社会に開かれた経営体のあるべき姿を洞察し、必要とされる施策の内容を検討するとともに、展開の方法および技法の開発につとめる。

3

国際社会に通用する広報マインドの醸成に貢献する。

主な活動

研究発表全国大会

年1回開催しています。毎回統一論題を設けて、ゲストスピーカーを招いて基調講演をしていただくほか、パネル・ディスカッションを行って議論を深めています。また会員の応募者から、自由論題を含めて発表をし意見交換を行うなど、会員の研究成果発表および会員相互の情報交換・交流の場としています。

調査研究活動

広報に関する分野について、会員の方々からも広く研究企画を募り、会員であれば誰でも参加できる研究会を設けています。各研究会の成果は、報告書にまとめて刊行するほか、研究発表全国大会、学会誌『広報研究』などで広く社会に公表しています。

現在は学会設立30周年を記念した「広報の定義に関する特別研究活動」も行っています。

広報塾・広報フォーラム

時代に見合った、会員の関心が高いと考えられるテーマを取り上げ、講演とディスカッションを行う、会員による会員のための相互研鑽の場です。関西部会、中部部会、中四部会、九州部会の地域部会でも開催しています。

日本広報学会賞

会員のすぐれた学術研究および教育貢献に対して、日本広報学会賞として毎年表彰を行います。日本広報学会賞には、「学術貢献賞」、「優秀研究奨励賞」、「研究奨励賞」、「教育・実践貢献賞」があります。

学会誌『広報研究』の発行

広報に関する学術的・実務的研究の発展および普及のために、会員の研究成果を年1回発行しています。

投稿については、『広報研究』投稿規程および執筆要領に基づき、「論文」「総説」「事例研究」「研究ノート」「実務からの考察」「講演」「書評」「トピックス」の分野から募集します。

「論文」「総説」「事例研究」については、査読委員による審査を経て学会誌委員会で最終的に掲載の可否を決定します。



『日本広報学会e-INFO』の配信

当学会の諸活動や催事のご案内、また研究会などの進捗状況を迅速にお知らせするための会員情報として、メールマガジン『e-INFO』を年11回配信しています。

研究発表全国大会の統一論題

第31回 「経営機能としての広報の評価指標はいかにあるべきか？」
2025年度 東京都市大学（世田谷キャンパス）

第30回 もの言う広報：社会課題への沈黙は正しいのか？
2024年度 南山大学

第29回 広報と広告の新たな関係
—クリエイティブの視点から—
2023年度 多摩美術大学

第28回 信頼の創出とコミュニケーション
—災害×地域×広報を手掛かりに—
2022年度 東日本国際大学

第27回 広報教育の発展とデジタル・トランスフォーメーション
2021年度 上智大学（リモート開催）

第26回 「広報実務家は専門職であるべきか～世界と互角にわたりあうために～」
2020年度 京都産業大学（リモート開催）

第25回 繋がるチカラが、地方をツクル～地方創生を切り開く英知を体感する～
2019年度 名古屋経済大学

第24回 未来都市とコミュニケーション
—地域の調和を実現する企業・行政・市民・メディアの役割—
2018年度 東京都市大学

第23回 世界新秩序への模索と広報学の射程
2017年度 龍谷大学

第22回 新時代の国際広報
2016年度 北海道大学

第21回 リスクマネジメントと組織コミュニケーション
2015年度 東京大学大学院（情報学環福武ホール）

第20回 グローバル時代におけるコーポレート・コミュニケーション戦略を深化する
2014年度 東海大学（熊本キャンパス）

第19回 レビューション・マネジメントにおける広報課題
2013年度 東洋大学

第18回 グローバル時代における広報人材育成のための組織コミュニケーション
—次世代広報は経営のハブ役に—
2012年度 同志社大学（新町キャンパス）

第17回 東日本大震災における広報課題～“想定外”のクライシスマネジメント～
2011年度 東京経済大学

第16回 コーポレート・コミュニケーションの人材育成と情報集積
～C.C. 教育への取り組み～

2010年度 京都産業大学

第15回 広報その使命—経済危機を踏まえて
2009年度 淑徳大学

第14回 グローバル化の進展と広報
2008年度 北海道大学

第13回 社会変革と広報の課題—新次元に入ったCSR—
2007年度 学習院大学

第12回 メディアの変化と広報の近未来
2006年度 江戸川大学

第11回 広報コミュニケーション革新への展望
2005年度 愛知・日本国際博覧会（愛・地球博）会場内

第10回 対話と共創—コミュニケーションの新しいかたち—
2004年度 淑徳大学

第9回 広報が創る経営—CCO（チーフ・コミュニケーション・オフィサー）の時代
2003年度 宝塚造形芸術大学（大学院サテライト）

第8回 広報・その新たな使命
2002年度 東京経済大学

第7回 IT時代の広報・コミュニケーション
2001年度 静岡グランシップ（コンベンションアーツセンター）

第6回 環境共生経営における広報の役割と可能性
2000年度 姫路工業大学

第5回 組織体のアカウンタビリティと広報—周辺領域からのアプローチ
1999年度 愛知学院大学

第4回 信頼の再構築—コーポレート・コミュニケーションの新しい役割
1998年度 早稲田大学

第3回 グローバル時代のコーポレート・コミュニケーション
1997年度 関西学院大学

第2回 ネットワークと経営文化
1996年度 淑徳大学

第1回 経営革新と広報
1995年度 東京経済大学

入会のご案内

本学会に入会を希望される個人、法人の方は、所定の申込用紙にご記入のうえ、本学会会員2名の推薦を受け、事務局までご郵送下さい。理事会の承認をもって入会となります。入会の申込用紙は、当学会ホームページからダウンロードすることができます。

会員構成および会費（2025年6月現在）

会員総数 669名
個人会員 会員数：454名（年会費 10,000円）
法人会員 会員数：40社（年会費1口 100,000円）代表者のほか、法人登録者数 155名
学生会員 会員数：60名（年会費 5,000円）
入会申込書に学生証の写しを添付して下さい。

会員のメリット

①最先端の研究成果の収集、発表

研究発表大会などに参加して、最先端の研究成果について知見を深めることができます。また、各自の学術研究や広報実務で得られた理論や課題を広く発表できます。

②学会誌による研究成果の公表

学会誌『広報研究』を通して、先端的な理論に触れたり、各自の研究成果や現場の事例を体系化し社会に広く公表したりできます。日本広報学会は日本学術会議に加盟しています。

③研究会による共同調査・共同研究

関心のあるテーマ別研究会に所属し、各分野の専門家と横断的なネットワークをつくり、共同調査・共同研究ができます。研究成果は研究報告書として刊行されます。

④最新の広報事情の把握と人脈づくり

法人会員は、その年度のすべての研究報告書を無料で入手できます。また、業界を超えて会員企業・団体と交流することにより、最新の広報事情を広く把握でき、さらにキーパーソンとなる研究者、企業・団体関係者と幅広い人脈づくりもできます。

主要刊行物

■学会誌■

『広報研究』第1号～第29号

■日本広報学会30年史■

（2025年9月発行）

■研究会報告書■

- 広報事例研究会 企業グループの事例研究 第7期報告書 [2017～2018年度]（2019年9月発行）
- 広報事例研究会 企業博物館の事例研究 第6期報告書 [2015～2016年度]（2017年11月発行）
- 広報事例研究会 グローバル広報の事例研究 第五期報告書 [2013～2014年度]（2015年12月発行）
- 「企業の事業承継とCCに関する研究会」2013～2014年度日本広報学会研究会・最終報告書（2015年9月発行）
- 2012～2013年度研究会報告『地方自治体によるソーシャルメディア活用』（2014年9月発行）
- 「スポーツ広報とソーシャル・キャピタル」研究会（2007～2009年度研究報告書）『スポーツ施設におけるコミュニケーションとソーシャル・キャピタル形成』研究会（2010～2011年度研究報告書）（2014年2月発行）

- 2011～2012年度研究会報告『東日本大震災からの地域復興に向けた行政広報、地域広報の多面的評価』（2013年10月発行）
- 震災緊急研究プロジェクト（2011～2012年度）＜東日本大震災における企業のクライシス対応＞最終報告書（2013年9月発行）
- 2011～2012年度研究会・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月発行）
- 『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』2011年度研究会・中間報告書（2012年9月発行）

- 『コーポレート・コミュニケーション（C・C）評価研究会』最終報告書（2011年8月発行）
- 『行政コミュニケーションの展望』行政コミュニケーション研究会 第3期（2009年度）研究会報告（2010年10月発行）
- 『コーポレート・コミュニケーション（C.C.）評価研究会』中間報告書（2010年10月発行）
- 『「広報におけるコミュニケーションルール」研究会ーディスコミュニケーションの回避に向けてー』中間報告書（2010年7月発行）



- 『自治体議会広報の展望』行政コミュニケーション研究会 第2期（2011年度）研究会報告（2012年9月発行）
- 『広報事例研究会～企業広報のケーススタディ～』第三期報告書（2010年度）（2011年9月発行）

- 『日本広報学会 2008-2009年度感性報道価値研究会研究活動報告書』（2010年7月発行）

日本広報学会

学会ホームページ：<https://www.jsccs.jp/>



日本広報学会

Japan Society for Corporate Communication Studies

事務局 〒113-0033 東京都文京区本郷 2-26-9 本郷片岡ビル5階 TEL: 03-5283-1104 FAX: 03-5283-1123
E-mail: jsccsty@gamma.ocn.ne.jp

中部部会 〒461-8580 名古屋市中区白壁 3-12-13 社団法人中部産業連盟内 TEL: 052-931-3181 FAX: 052-931-5198

関西部会 〒564-8680 大阪府吹田市山手町3-3-35 関西大学社会学部伊吹研究室内 TEL: 06-6368-1121（大代表） FAX: 06-6368-5423

中四部会 〒781-5101 高知県高知市布師田 3992-3 企業化支援センター研究室 C ネクストメディア株式会社内 TEL: 088-802-7955

九州部会 〒810-0014 福岡市中央区大名2-8-18 天神パークビル9F 株式会社キナックス内 TEL: 092-762-4141