

日本広報学会
第9回研究発表大会 予稿集

〔統一論題〕

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11月15日(土)・16日(日)
於 宝塚造形芸術大学・大学院サテライト

日本広報学会第9回研究発表大会予稿集

目 次

[統一論題：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—]

<基調講演>11月15日（土） 11：00～12：00

CCO（チーフ・コミュニケーション・オフィサー）の時代 ……………菅原 正博 1

<分科会（2会場）>11月16日（日） 10：00～12：30

第1会場（分科会A）

CCO：広報・コミュニケーションの高度専門職は必要か？

1. 危機対応時にみるCCOの位置付け ……………荒井 誠一 11
2. 社長・CEOのコーポレート・コミュニケーションにおける役割と責任 ……八木 誠 15

第2会場（分科会B）

CCO：広報・コミュニケーションの高度専門職は誰が育成・認定する？

1. 広報・コミュニケーションの高度専門職育成のあり方 ……………井之上 喬 19

[自由論題報告（3会場）] 11月15日（土） 15：20～17：55

第1会場

1. 広報文献研究 ……………小林 貞夫 23
2. 企業とスポーツの関わり—そのあり方と展望— ……………芝田 正夫 26
3. 企業とNPOのパートナーシップがもたらすコーポレート・コミュニケーションへのインパクト
—2003企業とNPOのパートナーシップ調査の中間結果より— ……………宮田 穰 29
4. 物心一如の広報を目指して
—CCOを試金石とする骨太広報の実現— ……………萩原 昇 32

第2会場

1. 顔に対するヒトの優先的な認知処理特性が広告・広報認知に与える影響
—脳科学的知見に基づいた実証的研究— ……………諸上 茂光 37

2. 企業サステナビリティーコーポレート・コミュニケーションの新局面ー	秋本 敏男・山内 清史	43
3. コーポレート・レпутーション（企業評判）管理の欧米最新動向と 日本における可能性	兼坂 京子	47
4. メーカーに対する消費者意識変化と コーポレート・コミュニケーションの可能性	大島 昌子	51

第3会場

1. 経営革新手法としての戦略広報	川部 重臣	55
2. 企業の危機管理としての職場のメンタルヘルス	梅田福一郎	59
3. 自治体の広報活動としてのフィルム・コミッション設立とその方向性	谷川 建司	65
4. ブランド資産を創るのは広報か広告か ー日米各20ブランドの検証ー	八巻 俊雄	69