

# 消費者志向の新しい企業広報

2000年度研究会中間報告書

2001年6月

日本広報学会

# 消費者志向の新しい企業広報研究会

## 中間報告書

### 目 次

#### I. 研究会概要

- 1. 会 員 一 覧 ..... 2
- 2. 活 動 記 録 ..... 3

#### II. 研 究 内 容

- 1. 研 究 目 的 ..... 4
- 2. 研 究 の 進 め 方 ..... 4

#### III. 報 告 要 旨

- 1. 第1回研究会「雪印の危機対応」..... 5
- 2. 第2回研究会「日本コカ・コーラシステムにおける広報体制」.....17
- 3. 第3回研究会「広報に役立つメディア・リテラシー」.....32
- 4. 第4回研究会「花王(株)消費者相談センターの活動」.....42
- 5. 第5回研究会「セコムのビジョンとサービスの実際」.....47
- 6. 第6回研究会「NTTの広報活動について」 .....53
- 7. 第7回研究会「企業コミュニケーション進化論」.....59

#### IV. 本年度の研究成果 .....69

#### V. 次年度の課題.....70

# I. 研究会概要

## 1. 会員一覧（8名）

市川 昌	江戸川大学 社会学部マスコミュニケーション学科長・教授
宇田川 靖	日本通運株式会社 常務取締役
梅田 福一郎	株式会社 企業イメージ研究所代表
大島 昌子	花王株式会社 消費者相談センター室長
*大谷 達之	江戸川大学 社会学部マスコミュニケーション学科助教授
酒井 康一	株式会社セコム 広報室課長
萩原 昇	NTT エレクトロニクス株式会社 広報宣伝部長
宮田 穰	東京経済大学大学院 コミュニケーション学研究科 (ベネッセコーポレーション広報室)

\*印 コーディネーター

## 2. 活動記録

- 第1回研究会 2000年7月13日  
報告者：江戸川大学社会学部助教授 大谷達之  
タイトル：「雪印の危機対応」
- 第2回研究会 2000年9月21日  
報告者：日本コカ・コーラ株式会社広報渉外本部・副社長 山根一城  
タイトル：「日本コカ・コーラシステムにおける広報体制  
—インフォメーション・ハブと危機対応—」
- 第3回研究会 2000年10月20日  
報告者：江戸川大学社会学部マスコミュニケーション学科長・教授 市川昌  
タイトル：「広報に役立つメディア・リテラシー  
—デジタル統合と広報の国際化—」
- 第4回研究会 2000年11月16日  
報告者：花王消費者相談センター室長 大島昌子  
タイトル：「花王消費者相談センターの活動」
- 第5回研究会 2001年1月18日  
報告者：株式会社セコム広報室課長 酒井康一  
タイトル：「セコムのビジョンとサービスの実際」
- 第6回研究会 2001年2月22日  
報告者：日本電信電話株式会社広報宣伝部担当部長 愛敬春雄  
タイトル：「NTTの広報活動について」
- 第7回研究会 2001年3月27日  
報告者：東京経済大学大学院 コミュニケーション学研究科 宮田穰  
タイトル：「企業コミュニケーション進化論」

## Ⅱ. 研究内容

### 1. 研究目的

企業の広報活動がインターネット広報出現でどの様になってきたのかを調査研究し、これからの企業広報の望ましい在り方を模索する。

### 2. 研究の進め方

インターネットによる広報はマスコミによる広報とは異なり、双方向的であり、広報担当者は広聴担当者でもある。しかし、Eメールを寄せる人は個人であるばあいが多く、その数はケースによってはとても処理できないこともある。

初年度の研究会では、いくつかのケースに絞って、研究を進めることにした。

- (1) たまたま雪印乳業の食中毒事件があり、マスコミが大きく取り上げ、社長会見が何回も繰り返されたので、企業のイメージンシー対応、リスク対応の観点から雪印の件をフォローアップすることと、危機管理にすぐれた評価を得ている日本コカ・コーラのケースを学ぶことにした。雪印については研究会員の大谷が担当し、日本コカ・コーラについては学会の「広報塾」における同社の山根副社長の講演に期待をよせた。
- (2) 消費者志向の広報体制を会社トータルで支援し、消費者相談の窓口で得た情報を大いに商品開発に役立たせ、マーケティング活動に生かしている花王から、インターネットを含めたケースを学ぶことにした。研究会員の大島さんの報告を得た。
- (3) また、インターネット広報に関してメディア・リテラシーの観点から消費者と企業の関連性を一度整理する意味で、会員の市川・江戸川大学教授の学会広報塾での発表「広報に役立つメディア・リテラシー」を学ぶことにした。
- (4) 研究会員の所属する企業の「消費者ないしは顧客対応の広報」について、インターネット関連のサービスや対応を兼ねた形でNTTとセコムの場合を学ぶ。NTTについては、NTT東日本の愛敬広報部長に講演を依頼し、セコムについては会員の酒井さんに報告をお願いした。
- (5) 企業のコミュニケーション活動について、インターネットとイントラネットの活用方法を研究する観点からも多くの企業の実例を調査し研究してきたベネッセの宮田さんの論文（東京経済大学大学院修士論文）に学ぶため「広報塾」と共催の学習会を開いた。

以下、各報告についてご覧頂きたい。