

2000～2001年度日本広報学会研究会報告書

広報活動における
意思決定モデルの構築を目指して

Forward Structuring Decision-making Models
of Corporate Communication

「広報活動の構造化」研究会
Society for the Study of C.C. Activity Construction

2002年6月

日本広報学会
Japan Society for Corporate Communication Studies

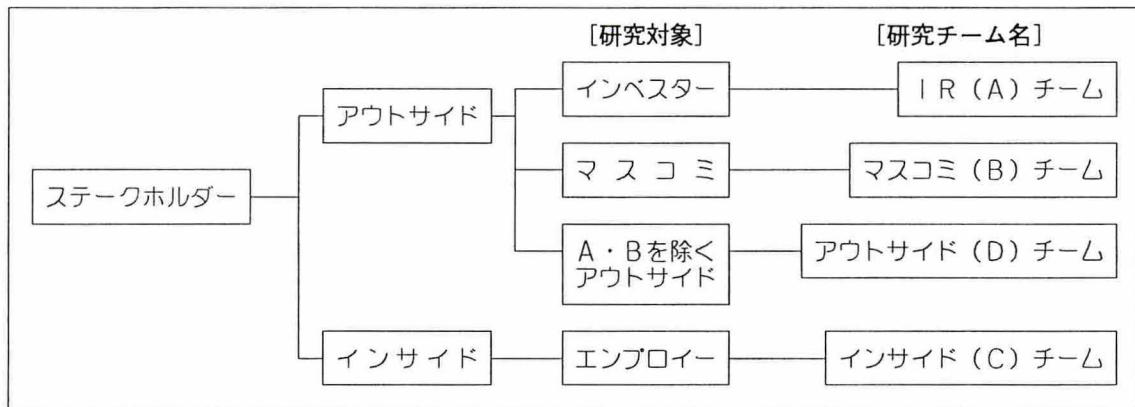
はじめに

■ 本研究会の目的

広報活動の構造化を目的とする当研究会は、広報活動を次のように捉えることからスタートした。

すなわち、「広報活動の目的は、組織の持つ使命を効果的かつ効率的に達成するために必要な、組織内外との良好な合意形成にあること」 — 簡単にいえば「企業（組織）がステークホルダーとの間に信頼関係を構築するコミュニケーション活動が、企業の広報活動である」ということだ。したがって、われわれが扱う広報活動とは、企業の広報部門の活動に限られるものではない。

本研究会では、そうした広報活動の構造を明らかにし、意思決定のプロセスをモデル化することを目的とした。われわれは、広報活動の対象はあらゆるステークホルダーであると考え、活動対象を次の4つに分割し、それぞれの対象ごとにチームを編成、チームごとの研究活動を行い、最終的には4つのチームの研究結果を1つに集約することとした。



■ 研究活動の経過

初年度の月例研究会は、テーマを掲げて講師を招き、講師のスピーチに対し出席者が質疑を行う形で、メンバー全員の共通認識を必要とする時事問題あるいは広報関連問題の勉強会を行うほか、チームごとの月間活動報告を求めた。

2年度の月例研究会は、チームごとの活動報告中心としたが、途中、構造基盤についての仮説の検討を行った。われわれは、それぞれの対象に対する広報活動の意思決定プロセスを追いながら、意思決定の基準にしばしば2つの視点が見え隠れすることに気づいたからである。

その2つの視点とは、《企業の論理》と《社会の論理》である。企業の立場での判断基準と社会の立場での判断基準といってもいい。理論的には流布されていたことだが、実際にどちらか片方みの基準での意思決定では広報活動の目的は果たし得ないことが判明した — そこで、われわれは、本編1に記すような仮説を立て、4チームそれぞれがその検証を行うことにした。

目 次

●はじめに

本 編 広報活動における意思決定モデルの構築を目指して

- | | |
|---------------------------------|----|
| 1. 仮説と検証：経営活動における2つの視点 | 4 |
| 2. IR活動の現状とあるべき構造 | 9 |
| 3. 企業とマスコミ — 情報発信意思決定構造の比較 | 15 |
| 4. 社内広報・コミュニケーション変革の鍵は「関係性の再構築」 | 18 |
| 5. 「社会」のニーズへの対応を目指して | 27 |

資料編 記録と論文

記 録	研究会開催実績	／小野 豊和	36
資 料	情報の流れと意思決定概念図	／寺門 克	39
事例研究	米AWI社の連邦破産法適用時における 戦略的コミュニケーション活動	／八木 誠	45
論 文	企業の理論構造と意思決定システム	／小野 豊和	49
論 文	マスコミの理論構造と意思決定システム	／森戸 規雄	59
論 文	社内広報・コミュニケーションの課題と 変革への視点	／上野 征洋	69
論 文	社内広報・コミュニケーションにおける イントラネットの活用について	／駒橋 恵子	78
論 文	外人トップによる経営比較：日産とマツダ	／近藤 基隆	86
論 文	経営形態の変容に伴う企業広報の変化： NTT50年史	／萩原 昇	94
論 文	企業社会関係を捉える視点 — 日本企業の広報構造化の視点から	／梅澤 正	103

●あとがき