

企業広報研究

<b>B to B企業の広報の極意</b> —メディア掲載数を100倍に増やした元日経記者が教える— 日高広太郎 P & Rコンサルティング 代表	2
---	---

<b>最近の広報を取り巻く環境変化と それを踏まえての広報パーソンの在り方</b> 井上岳久 井上戦略PRコンサルティング事務所 代表	6
--	---

SNSを活用したコーポレートコミュニケーション ②

<b>東京ガスグループのSNS活用</b> —親しみや期待感の醸成と災害時・緊急時の発信— 守屋泰宏 東京ガス(株) 広報部 広報担当部長	9
---	---

企業広報研究

<b>味の素グループの ASV経営とコミュニケーション</b> 森島千佳 味の素(株) 執行役常務 サステナビリティ・コミュニケーション担当	12
---	----

<b>Corporate Social Advocacyとは何か</b> —IPRRCに見る広報研究の最前線— 伊吹勇亮 京都産業大学 経営学部准教授	16
---	----

脱炭素社会への挑戦、始まる —経団連「チャレンジ・ゼロ」プロジェクト③

<b>既存建物のZEB化で持続可能な社会に貢献</b> 大成建設(株)	19
--	----

経済広報センター活動報告

<b>日本企業を取り上げたいと思うポイント</b> —シンガポール・メディア日本特派員との懇談会を開催—	20
---	----

企業・団体のCSR活動

<b>(株)ブリヂストン</b>	裏表紙
------------------	-----