

企業広報大賞

＜選考基準＞

社会から期待され求められているものを見極め、それを経営に反映させるとともに、ステークホルダー（消費者、従業員、マスコミ、投資家など）に対し、広報を通じて企業活動の確かな情報を発信・伝達し、社会に貢献している企業

受賞企業： KDDI 株式会社

【受賞理由】

通信で解決できる社会課題の領域が広がる中、自社の事業が社会課題の解決にどうつながるのかを「伝える」姿勢を堅持し、「伝わる」広報を不断に追求している。また、大規模通信障害の発生以降、危機管理対応力の底上げに注力。2024年1月に発生した能登半島地震では、顧客が必要とする情報を先読みし、能動的かつ多頻度なニュースリリースやSNS発信を行った。このような社会価値と企業価値を共に向上させようとする広報活動が高く評価された。

企業広報経営者賞

＜選考基準＞

自ら広報の重要性を認識し、社内外の情報によく耳を傾け、社業や社会の発展に資するべく、経営理念や経営ビジョンなどについて、ステークホルダー（消費者、従業員、マスコミ、投資家など）への情報伝達、コミュニケーションを積極的に推進している経営者

受賞者： ^{たかはし ひでひと}高橋 秀仁 株式会社レゾナック・ホールディングス
代表取締役社長 CEO

【受賞理由】

自社の役割を明確に位置付け、社内外の発信・コミュニケーションを最重要課題に、様々な広報活動を強力にリードしている。日本の半導体産業の重要性を広く国内外に発信し、社名の浸透、社の理念・事業の理解増進を実現している。執務時間の3分の1を割いての従業員との直接対話、現場訪問、タウンホールミーティングの開催、社内サイトへの頻繁なブログ掲載といったインテナルコミュニケーションの実践への評価も高い。

受賞者： ^{ふじえ たろう}藤江 太郎 味の素株式会社
取締役 代表執行役社長 最高経営責任者

【受賞理由】

多様なステークホルダーとの間で、前例にとらわれない手法による積極的で丁寧な対話を進め、社内外への発信を常に強化し、企業価値の向上に果敢かつ不断に挑み続けている。事業を通じた社会価値と経済価値の共創を経営の中核に据え、自ら先頭に立ってステークホルダーの共感を得るとともに、従業員一人ひとりの熱意^{けんいん}につなげるために、積極的なインテナルコミュニケーションで味の素グループ全体を牽引していることが高い評価を得た。

企業広報功労・奨励賞

＜選考基準＞

「企業広報功労賞」は、企業広報の発展に著しく貢献した実務者（個人・チーム）。「企業広報奨励賞」は、独創的な企業広報を実践している実務者（個人・チーム）

受賞者：株式会社りそなホールディングス

コーポレートコミュニケーション部 広報グループ

【受賞理由】

公的資金注入、「りそな再生」のスタートから20年。全ステークホルダーとの対話・コミュニケーションを最優先課題の一つと位置付け、真摯^{しんし}に向き合い続けている。メディアの先にお客さまがいるという認識の下「なんでもやる」のオープンスタンスで対応。デジタルメディア分野でも、動画番組に社長が積極的に出演するなど、顔が見える広報に力を入れている。このようなステークホルダー一人ひとりを尊重した、透明性の高い情報開示、積極的な発信が高く評価された。

選考委員

（敬称略・氏名五十音順）

毎日新聞東京本社	経済部長	秋本 裕子
毎日新聞出版	『週刊エコノミスト』編集長	岩崎 誠
朝日新聞東京本社	経済部長	円満 亮太
日本放送協会	報道局経済部長	大西 英嘉
読売新聞東京本社	経済部長	小野田 徹史
日本経済新聞社	政策報道ユニット 経済部長	加藤 修平
日経BP社	『日経ビジネス』編集長	熊野 信一郎
スローニュース	代表取締役	瀬尾 傑

以 上