

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（生活者、従業員、メディアなど）に対し、広報を通じて企業活動の情報を的確に発信・伝達し、社会に貢献している企業

受賞企業：株式会社日立製作所

【選考理由】

経営体制の刷新や新ビジョンを正確に発信し、社会への浸透を図ることをミッションに、日米戦略投資合意後のプレスリリース発表をはじめ、グローバルな広報活動を積極的に展開。グローバルテック企業との協業発表における丁寧な対応など、メディアをはじめステークホルダーとの緊密なコミュニケーションに尽力。多岐にわたる事業の中から、政府が重点分野として掲げる「フィジカルAI」を広報活動の主要テーマと位置付け、様々な広報活動を推進した。

企業広報経営者賞

<選考基準>

広報の重要性を深く認識し、社内外の情報に常に耳を傾け、社業の発展のみならず社会課題の解決に向け、経営理念や経営ビジョンなどをステークホルダー（生活者、従業員、メディアなど）に積極的に伝達するとともに、社会との対話を精力的に推進している経営者

受賞者：^{ごとう ひさし}五島 久 株式会社ふくおかフィナンシャルグループ 取締役社長

【選考理由】

金利上昇局面やAI時代に企業が果たすべき役割について、経営トップ自ら一貫性のある明確なメッセージを社内外へ発信。社内イベント「FFG EXPO」などを通じて、経営方針や成長戦略を従業員に直接伝える機会を創出し、インタナルコミュニケーションを深化させた。「ボイスフィッシング」による詐欺事案への対応でも、顧客の資産保護を最優先に、被害拡大防止の取り組みを強力にリードした。

受賞者：^{ささやま しんいち}笹山 晋一 東京ガス株式会社 取締役 代表執行役社長 CEO

【選考理由】

トップ自らが先頭に立ってメッセージを発信する基本姿勢を堅持し、社内外のステークホルダーとの対話、連携を進めた。テレビ番組出演は、社会的役割や事業変革を広く社会に発信する機会となり、企業イメージと業界の認知度の向上に大きく寄与。また、グループ報や対話企画を通じて、社長と従業員との相互理解の促進を図るとともに、中期経営計画の浸透やグループ全体の一体感の醸成に力を尽くした。

企業広報功労・奨励賞

＜選考基準＞

企業広報の発展に著しく貢献した、あるいは独創的な企業広報を実践している広報実務者・チーム

受賞者： ^{あくたがわ りょうへい}芥川 良平 古河機械金属株式会社
経営企画部 部長代理

【選考理由】

予算制約をバネに、創意工夫を凝らしながら「認知から共感」へとつなぐ統合広報を実践。「B to B企業の広報」という難しい課題に対し、知名度低迷の打破から理系学生を狙う数式広告、社員が背中で語る周年動画まで一貫したストーリーの構築という斬新なアプローチで対応。長期ビジョンのスローガン「Power & Passion」と連動した「古河気合筋肉」のユニークな広報から、確かな企業理解へと導く戦略設計が卓越である。

受賞者： ^{たて み わ こ}楯 美和子 株式会社ローソン
専務執行役員 コミュニケーション本部長

【選考理由】

10年以上にわたり同社の広報戦略を主導。メディアや地域と誠実に対話を重ね、社会の声を経営に届ける「広聴」を軸に、広報を経営機能として実践。卓越したリリース発信や迅速な有事対応で生活インフラの役割を分かりやすく丁寧に社会に伝え、創業50周年事業の広報もけん引。社会課題への取り組みや社会との信頼関係の深化に向けた活動を通じて、業界全体の発展と広報の地位向上に貢献した。

受賞チーム： 日本ペイントホールディングス株式会社 広報部

【選考理由】

多くのB to B企業が苦慮する露出や認知向上という難題に対し、少数精鋭で、知名度の低い理由を徹底的に分析、明確化した上で、広報戦略を大胆かつ細心に刷新。地道な社内ネタの掘り起こしから現場社員を主役に据えたメディア露出を設計し、従業員のエンゲージメント向上や業界全体の活性化へとつながる価値循環を構築。再現性が極めて高く、他企業の模範となる優れた広報活動である。

選考委員

(敬称略・氏名五十音順)

毎日新聞社	経済部長	赤間 清広
日経ＢＰ社	『日経ビジネス』編集長	熊野 信一郎
共同通信社	経済部長	辻村 元樹
読売新聞東京本社	経済部長	中澤 謙介
朝日新聞東京本社	経済部長	福岡 大介
プレジデント社	『プレジデント』編集長	星野 貴彦
日本経済新聞社	政策報道ユニット 経済部長	森本 学
日本放送協会	経済部長	芳野 創

以 上