

第35回「企業広報賞」表彰式・パーティーを開催

優れた広報を展開している企業と経営者ならびに広報実務者に贈る「企業広報賞」の表彰式を、9月3日、経団連会館において開催した。経済広報センターを代表して、古賀信行副会長（経団連審議員会議長、野村ホールディングス 会長）が受賞者に表彰状・トロフィーを贈呈した。出席者は170名。

引き続き開催したパーティーでは、久保田政一理事長（経団連 事務総長）による乾杯のあいさつの後に、受賞関係者、企業広報関係者、マスコミ関係者が歓談した。古賀副会長のあいさつ（4ページ参照）、各賞の受賞者あいさつ（5～9ページ）、選考委員の選考所感（10～13ページ）を掲載する。

企業広報大賞はクボタ

第35回「企業広報賞」

主催 一般財団法人 経済広報センター



古賀副会長からトロフィーを贈呈される木股昌俊・クボタ 代表取締役社長(写真左)

開催概要

- I 日時** 2019年9月3日(火) 午後4時～6時
- II 場所** 経団連会館2階 経団連ホール(表彰式)、国際会議場(パーティー)
- III 次第** 《表彰式》
- 主催者あいさつ 経済広報センター 副会長 古賀信行
 - 選考委員紹介
 - 表彰状・トロフィー贈呈
 - 受賞企業代表・受賞者ごあいさつ
- 《パーティー》
- 乾杯あいさつ 経済広報センター 理事長 久保田政一

選考基準

企業広報大賞

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、ステークホルダーに対し、広報活動を通じて企業活動の的確な情報を発信・伝達し、社会に貢献している企業

企業広報経営者賞

経営トップ自らが広報の重要性を認識し、社内外の情報によく耳を傾け、経営理念や経営ビジョンなどについて、ステークホルダーに語り掛け、コミュニケーションを積極的に推進している経営者

企業広報功労・奨励賞

広報活動に携わり企業広報の発展に功労が大きく、奨励に値する独創的な企業広報を実践している広報実務者およびチーム

(注)各賞とも、過去5年間の受賞企業・受賞者は選考対象外。

「企業広報賞」についての記事掲載メディア

【リリース発表時】高知新聞(8/2)、岐阜新聞(8/2)、産経新聞(8/2)、中部経済新聞(8/2)、中日新聞(8/2)、日刊工業新聞(8/2)、日本経済新聞(8/2)、日本農業新聞(8/2)、福井新聞(8/2)、フジサンケイビジネスアイ(8/2)、毎日新聞(8/2)、読売新聞(8/2)、愛媛新聞(8/2)、経団連タイムズ(8/8)、dmenu ニュース(docomo)(8/1)、goo ニュース(8/1)、LINE NEWS(8/1)、newspicks(8/1)、SankeiBiz(産経デジタル)(8/1)、Yahoo! ニュース(8/1)、イザ!(産経ニュースまとめサイト)(8/1)、時事ドットコム(8/1)、ニフティニュース(8/1)、日本経済新聞(Web版)(8/1)、ライブドアニュース(8/1)、日刊工業新聞(Web版)(8/2)、毎日新聞(Web版)(8/2)、AdverTimes(宣伝会議ニュースサイト)(8/7)

【表彰式の模様】朝日新聞(9/4)、中日新聞(9/4)、岐阜新聞(9/4)、中部経済新聞(9/4)、日刊工業新聞(9/4)、フジサンケイビジネスアイ(9/4)、AdverTimes(宣伝会議ニュースサイト)(9/4)、テレ朝news(ネットニュース)(9/4)

主催者あいさつ



古賀 信行 (こが・のぶゆき)
一般財団法人経済広報センター 副会長

本日は、第35回「企業広報賞」表彰式に多くの皆さまのご出席を賜り、誠にありがとうございます。また、日ごろから経済広報センターの活動に対し、ご支援とご協力をいただき、厚くお礼を申し上げます。

経済広報センターは、マスコミ、オピニオンリーダー、教育界や一般社会など内外のステークホルダーの皆さまの、日本の経済界や企業に対する信頼度の向上を図ることを目的として1978年に設立され、経団連や日本の企業・業界が社会課題の解決に貢献している姿を国内外に広く発信し、対話を行ってまいりました。

一方、企業の信頼向上に不可欠な企業広報につきましても、その充実を支援すべく事業を展開してまいりました。その一環である「企業広報賞」は、優れた広報活動を実践している企業や経営者、広報担当者の皆さま方を表彰することを目的に1984年に創設され、今年で35回目を迎えました。

今回の企業広報大賞は、株式会社クボタが受賞されましたが、同社は「日本農業の活性化」という日本社会全体の課題解決に貢献すべく、全部門が一丸となって情報発信する姿勢が高く評価されました。企業広報経営者賞のユニ・チャーム株式会社の高原豪久社長、株式会社大垣共立銀行の土屋嶋会長におかれましては、揺るぎない信念の下、社内外とのコミュニケーションをトップ自ら率先して行うことで企業の更なるブランド価値向上に寄与されました。お二人のその功績が認められたものでございます。ダイキン工業株式会社の芝道雄様、サントリーホールディングス株式会社の濱岡智様の企業広報功労・奨励賞の受賞は、長年の経験をもとに社内外からの信頼を確立し、積極的な情報発信に努めてこられた功労によるものです。

皆さまのご受賞を心よりお祝い申し上げますとともに、多くの経営者、広報実務者の方々にとって励みとなり、ご参考となりますことを祈念しまして、簡単ではございますが、私のご挨拶とさせていただきます。

企業広報大賞



株式会社クボタ

木股 昌俊 (きまた・まさとし)
代表取締役社長

受賞の言葉

「下水道 見えないしごとに 金メダル」。これは小学生が考えた標語です。受賞させていただいた企業広報大賞も、この標語のように、地方や街の片隅で働く農業機械や建設機械、地下の上下水道用鉄管など、世間の皆さまからは見えない当社の仕事を評価いただいたものと感謝しております。

当社の中長期目標の達成に向けて、存在意義に共感いただけるコミュニケーションの活性化が重要と考え、経営方針で「元気クボタの強力発信」という重点事項を掲げております。社員一人ひとりが会社の顔であり、広報パーソンであるという心構えの下に、全社員が広報部門に協力して情報発信を強化しております。

最近、食や農業への関心が高まる中、欧米やアジアの畑作穀物市場の成長戦略や、ロボット技術、ICT、IoTを活用したスマート農業へのアプローチなどの広報活動に注力しております。このような状況の中、昨年放映されました「下町ロケット」は、まさに私どもが事業展開している「農業」がテーマでした。当社は撮影に際し、自動運転農業機械の提供や技術指導、エキストラ出演などのサポートをさせていただくとともに、農業のことを多くの方々にご存知いただくための広報を展開させていただきました。日本農業の活性化・発展に貢献できたとすれば、会社・個人として、大変嬉しくありがたい気持ちです。

受賞理由

「事業そのものが社会貢献」を企業メッセージに掲げ、広報は経営の重要機能という認識の下、広報部門（「コーポレート・コミュニケーション部」）含む全部門が一丸となって情報発信を行っている。また、農業機械という比較的馴染みの薄い業界の立場から、「日本農業の活性化」という社会全体の課題解決に貢献すべく、農業を題材としたテレビドラマに全面協力。広報と宣伝が一体となった広報戦略を打ち出すとともに、一企業に留まらず農業全体の発展に貢献した。

企業広報賞
経営者賞



高原豪久 (たかはら・たかひさ)

ユニ・チャーム株式会社
代表取締役社長執行役員

受賞の言葉

今月から始まるラグビーワールドカップが話題となっておりますが、ユニ・チャームにおいても、全社員が会社を代表する気持ち、まさに“One for all, All for one”で頑張ってくれています。いつも社員に対して感謝しております。

日本の消費者の皆さまにも感謝申し上げます。グローバルに見ても、日本の消費者が世界で最も厳しい目を持っているように感じます。さらに競合も非常に強力ですし、お取引先さまも、ある時はパートナーであり、ある時は競争相手にもなり得る、といった日本の競争環境は世界で最も厳しいです。このような環境下で経営をさせていただいていることが、結果的に世界でも何とか通用できている背景にあるのだと思っています。これからもジャパンファーストで事業を行ってまいります。

日本企業の経営の良さは、「細部にわたるこだわり」「相互信頼と人間性の尊重」「利他の心」の3つであり、SDGsとの親和性も極めて高いと感じております。この3つの日本企業としての良さを軸に置いて、“Think Global, Act Japanese”という心構えでこれからも事業に邁進してまいります。

受賞理由

創業者の後を継ぎ、同社のグローバル化を成功させるなど高い経営手腕を発揮した。社長自ら「心と心が通じ合うコミュニケーション」を目指し、従業員や報道機関など社内外ステークホルダーとの対話を積極的に推進している。また、メディア取材では真摯で思慮深い広報対応を行い、報道関係者からも高く評価されている。

企業広報賞
経営者賞



土屋 嶮 (つちや・たかし)

株式会社大垣共立銀行
代表取締役会長

受賞の言葉

私にとって、この企業広報経営者賞は26年間追い続けたものであります。頭取となった26年前は、岐阜県大垣という地名すら全国には知られていないような状況でした。その中で「銀行はサービス業」と掲げてスタートしましたが、これをどのように表現すれば、お客さまに分かっていただけるか、ということを中心に考えておりました。例えば、「15時にシャッターを閉めた後、銀行は何をしているのか」「銀行は土日休みだが、本当にお金が必要なのは土曜日」といったお客さまの声一つひとつに応え、そしてそれをいかにPRしてご理解いただくかということに注力してまいりました。

今年6月、頭取から会長になりました。そんな折、26年間の集大成としてこのような大きな褒美を頂けたのだと思っています。

AKBよりも先にOKBと言い始めた大垣共立銀行ですが、地元の住民やメディアの方にはこのOKBという名前がすっかり浸透するようになりました。いかに広報というものが大事であるか、自分自身や自社をどのように表現していくか。そのようなことを考え続けた26年間は長いようで短かったように感じております。

受賞理由

「銀行はサービス業」という信念の下、生体認証(「手のひら認証ATM」)やドライブスルー店舗設置など業界初となる施策を次々と実現した。顧客ニーズに寄り添ったサービスを提供することで、顧客満足度だけでなく同社のブランド力の向上にも大きく貢献した。また、自ら広報担当役員を務め、メディアとのコミュニケーションを積極的に図っておりオープンな姿勢が、報道関係者からも高く評価されている。

企業広報
功労・奨励賞



芝 道雄 (しば・みちお)

ダイキン工業株式会社

コーポレートコミュニケーション室

シニアスキルスペシャリスト

受賞の言葉

私が広報に携わるようになりました20年余り前、国内空調産業は既に成熟していました。当社は大手総合家電メーカーの間で消耗戦を強いられシェアも低迷し、マスコミの皆さまからもほとんど注目されない存在でした。

一方で海外に目を向けると、空調機の普及率が低い国がたくさんあり、そこには「夜明け前の市場」が広がっていました。「差別化商品を切れ目なく開発せよ」という明快な方針の下、皆がパスポートをハンコで真っ黒にするくらい現場に飛び出しました。そんな中、トップ自らが最大の広報マンとして広報活動を牽引し、取材にも応じてきました。

心掛けてきたことは、「一線の記者の皆さまのあらゆる要望にはまず応える。そのためにクイックレスポンスとオープンマインドを忘れないように」ということです。その結果、事業の発展とともに報道される機会が増え、露出が次なる取材を呼ぶという好循環により、「勢いのある会社」という評価につながりました。

当社が社是に掲げる「最高の信用」を広報でも大切にしています。広報活動は、情報を伝えること以上に信用を伝えることが大事だと考えています。これからも当社は地域に根差し、信頼され、愛される企業として進んでいきます。私自身も広報の一員として、お客さまに「新鮮な驚きと満足」を与えられるよう一層努力してまいりたいと思います。

受賞理由

「取材依頼は断らない」をモットーに20年以上にわたって地道に広報業務に携わる中、「堅くて地味な関西企業」という同社の旧来イメージの脱却と、「勢いのあるグローバル総合空調メーカー」としての同社のブランド力向上に大きく貢献した。社是「最高の信用」や、グループ経営理念「次の欲しを先取りする」を体現する芝氏の広報対応の姿勢が、報道関係者からも高く評価されている。

企業広報
功労・奨励賞



濱岡 智 (はまおか・さとし)

サントリーホールディングス株式会社

執行役員広報部担当

公益財団法人サントリー芸術財団 専務理事

受賞の言葉

私は1980年にサントリーに入社しました。当時、利益の大半を稼いでいたのはウイスキーでしたが、市場が1983年のピーク以降、25年間ずっと下がり続け、ボリュームは激減しました。80年代後半は広報も、マイナスの論調にならないことに留意する「守りの広報」になっていた気がします。90年代に入り、清涼飲料や低アルコール飲料、健康サプリメントの事業に取り組み、90年代後半から2000年代前半にかけて今の総合酒類食品企業としての形が表れ、広報の範囲も広がってきました。

2001年に現会長の佐治信忠が社長に就任し、目指す方向はグローバルとして舵を切り、さらに、2014年に米国の蒸留酒メーカーであるビーム社を買収し、その年、新しいトップとして新浪剛史が就任すると、一気にグローバル化が加速し現在のサントリーが作り上げられました。

私も長年広報業務に携わってきましたが、現在のサントリーが作り上げられた時代に、広報という立場から会社の様々な挑戦や変化、進化を見てこられたことは非常に幸せでした。「広報は、ただ単に事実を伝えるだけではなく、その事実の中に含まれている真実を伝えることによって、消費者の方から信頼を獲得することができる」ということを広報マンになりたての頃に教えられました。この受賞を糧にしながら、さらに真摯に、誠実に、広報活動を続けてまいります。

受賞理由

20年以上にわたって広報業務に携わり、同社のステークホルダーからの信頼獲得とブランド価値向上に貢献した。同社がグローバル展開を進める中、マーケティング広報とコーポレート広報の両面において、サントリーグループとして全体最適を目指した情報発信を心掛けながら、グローバルな発信や広報人材の育成にも注力している。