

# 第36回「企業広報賞」表彰式を開催

優れた広報を展開している企業と経営者、広報実務者に贈る「企業広報賞」の表彰式を、10月9日、経団連会館で開催した。表彰式では、経済広報センターを代表して、古賀信行副会長（経団連審議委員会議長、野村ホールディングス 特別顧問）による主催者あいさつの後に、受賞者によるあいさつが行われた。

## 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36回「企業広報賞」表彰式にご出席を賜り、誠にありがとうございます。また、日頃から経済広報センターの活動に対し、ご支援とご協力を賜り、厚くお礼を申し上げます。

新型コロナウイルス感染症の拡大により、世の中は一変しました。目下の最大の課題は、感染症再拡大の防止と経済活動の両立であります。また、社会全体のデジタル化、地方創生、働き方改革など、変革を成し遂げなければならない課題も山積しています。

経済広報センターでは、デジタル革新(DX)を通じたSociety 5.0の実現、脱炭素社会を目指す「チャレンジ・ゼロ」プロジェクトなど、経団連の考えや取り組みを、さらに強力で発信してまいります。

「企業広報賞」は、企業広報の発展に向けて、優れた広報活動を実践している企業や経営者、広報担当者の方々を表彰するもので、今年で36回目を迎えました。今年は、これまでの当たり前を打破し、新たなことに挑戦する取り組みが評価されました。

企業広報大賞はユニ・チャーム株式会社が受賞されました。「女性が生理を隠さなくてよい社会をつくる」プロジェクトや、ユーザーを巻き込んだ商品パッケージのデザイン開発といった、独創的な広報活動が高く評価されました。

企業広報経営者賞は、キリンホールディングス株式会社の磯崎社長、エステー株式会社の鈴木社長が受賞されました。磯崎社長は、いかなる状況においても、トップ自ら説明責任を果たされたこと、相手に共感を得られるようなストーリー性を重視したステークホルダーとの対話が評価されました。鈴木社長は、社外で培った経験や女性ならではの視点を経営に生かし、男性中心とした画一的な考え方を打ち破るとともに、社内外と新たなコミュニケーションを展開したことが評価されました。

企業広報功労・奨励賞を受賞されました株式会社資生堂の上岡様、丸紅株式会社の島崎様は、企業広報のプロフェッショナルとして、長年にわたり、誠実に社内外との対話を継続され、企業広報の発展に貢献されたことによるものです。

最後に、受賞された皆さまへ心よりお祝い申し上げますとともに、多くの経営者、広報実務者の皆さまにとりまして励みとなりますことを祈念いたします。

## 企業広報大賞

## ユニ・チャーム株式会社

高原 豪久（たかはら・たかひさ）

代表取締役社長執行役員



## 受賞の言葉

昨年の企業広報経営者賞に続き、今年もこのような栄誉を与えていただき、皆さまに感謝申し上げます。

我々ユニ・チャームが社会から求められていることは、Society 5.0 for SDGsへの対応だと捉えています。今回の受賞につながったプロジェクトも、SDGs 17のテーマのうち5番目のテーマ「ジェンダー平等の実現」に寄与するためのものであり、女性の生理期間におけるQOL(クオリティ・オブ・ライフ)向上を目指し、女性が生理をもっと気軽に話せる社会、女性がより働きやすい社会をつくるきっかけとすべく、「#NoBagForMe」というメッセージにその思いを込めました。

それがインターネットを通じて広く社会に受け入れられ、既存の枠では捉えられない成果につながったのだと感じています。今回の受賞は我々だけでなく、世の中の女性たちの声を増幅させてくれたKOL(キーオピニオンリーダー)と呼ばれるインフルエンサーやその声にSNSなどを通じて積極的に反応してくれた多くの女性たちを中心としたステークホルダーの皆さまの力によるものと考えております。そのような方々を代表して、この賞をありがたく頂戴するとともに、今後も、社会から求められる課題解決に向けて努力を重ねてまいります。

## 受賞理由

女性のQOL向上を年度目標に掲げ、世の中へ問題提起をする全社的なプロジェクトを始動。「女性が生理を隠さなくてよい社会をつくる」というメッセージ性が強く社会に受け入れられ、多くのメディアにも取り上げられた。広報部門も、インフルエンサーを活用したSNSを中心とする広報活動や、ユーザーを巻き込んだ商品パッケージのデザイン開発、社内外のステークホルダーとの積極的な対話による理念の浸透など、既存の枠にとらわれない活動への転換が功を奏し、タブー視されていた報道されにくいテーマが、朝のニュース番組や新聞の第一面を飾るなど成果も高く評価された。

企 業 広 報  
経 営 者 賞



**磯崎 功典** (いそざき・よしのり)  
キリンホールディングス株式会社  
代表取締役社長

受賞の言葉

私は若い時に広報経験があり、この名誉ある賞を頂いたこと、本当に身の引き締まる思いです。

「経営が厳しい時でもステークホルダーとの対話を継続した」と受賞理由にございますが、今まさに新型コロナウイルスの厳しい環境下において、経営トップが説明責任を果たさなければならぬと感じています。いかなる状況におきましても、メディアと真摯に向き合い、会社の実態や目指す姿を過大も過小もせず、誠実に語る必要があります。

日頃から「逃げない、恐れない、ごまかさない」ことを心掛けています。時にメディアからの厳しい指摘もありますが、逃げずに対応することが経営トップの責務だと考えます。耳が痛い内容であっても、事実であれば素直に耳を傾けることが、状況の改善につながります。メディアをはじめ、ステークホルダーと緊張感のある関係を保つことが重要だと思います。

キリングroupは昨年発表した長期経営構想で、社会課題の解決を土台とした持続的な成長へ向け健康領域の強化を掲げました。創業より100年以上にわたって研究してきた「発酵バイオテクノロジー」という技術を駆使し、健康という社会課題に貢献してまいります。そして、世界を取り巻く本質的な問題や企業の存在意義を常に考え、50年後も100年後も存続する企業像をつくり出すことが喫緊の課題と考えております。

受賞理由

広報部門の経験を生かし、社長就任以降、厳しい状況下、経営改革を断行し、社内外のステークホルダーとの対話を継続し、トップ自ら説明責任を果たした。メディア、投資家、従業員などステークホルダーに応じて表現を変えるなど、それぞれのターゲットから共感を得られるようなストーリーで語り掛ける姿とともに、真摯に意見を聞く姿勢が評価された。

企 業 広 報  
経 営 者 賞



**鈴木 貴子** (すずき・たかこ)  
エステー株式会社  
取締役兼代表執行役社長

受賞の言葉

経営者にとって最も大切な資質はコミュニケーション力であると常々思っておりましたので、企業広報経営者賞を頂き、本当に嬉しく、大変光栄に存じます。

女性の受賞は初めてとお聞きし、驚いたと同時に不思議に思いました。なぜならば、女性もコミュニケーション能力が高いと感じているからです。これまで女性の受賞者がいなかったのは、この国の女性経営者が希少な存在であるからではないでしょうか。より多くの女性が指導的役割に就くような世の中になれば、日本の空気は絶対変わるに違いない。そう、私は信じております。特に何か秀でた部分があるわけでもない鈴木貴子が、生き生きと楽しく経営者を務め、フロントに立ってトップ広報をやる。そして、このような賞を頂く。こんな私を多くの女性たちが目にして「よし、私もできるかもしれない」と考えてくれたら、との思いでこの式典に臨ませていただきました。

受賞理由

「空気をかえよう」というスローガンの下、社外で培った経験や女性ならではの視点で次々にユニークな取り組みを実践してきた。男性中心の画一的な組織の常識を打ち破るための風土改革に尽力し、企業のブランド力向上に寄与した。「エステーらしさ」を追求し、空気ビジネス総合グループに脱皮するというビジョンと信念を、自分の言葉でストーリー性をもって語るトップ広報を積極的に図っていることも評価された。

企業広報  
功労・奨励賞



**上岡典彦**（うえおか・のりひこ）  
株式会社資生堂  
社会価値創造本部アート&ヘリテージ室長

受賞の言葉

私は広報の仕事を目指して資生堂に入社し、1995年の広報室への配属以来、コミュニケーションの仕事に携わってまいりました。今回の受賞に際し、社内外から多くのメッセージを頂き、改めて、広報とは人と人とのつながりで成し得ることができる仕事、日々出会う方々からたくさんの学びを得ることのできる素敵な仕事だと実感しました。

これまで私が教えていただいたことを少しでも社会にお返ししたいという思いから、近年は、大学や広報関連講座での講演を積極的に引き受けています。講演のタイトルは「広報の森に行く」です。「木を見て森を見ず」「木は森に隠せ」「森羅万象」など森にまつわる諺には、広報の仕事と相通ずる部分が多いと感じるからです。森は生命の源であり、人を魅了する存在ですが、足を踏み入れるまでは、その深さやそこに潜むものなど分からないことが多い危険な存在でもあります。だからこそ、広報パーソンは決して自らを過信せず、備えに備えを重ね、信頼し得る仲間と共にその森に分け入っていく必要があるのです。

私が広報の仕事で最も大切にしてきたことは、主語を自社や自社製品ではなく、時代や社会にすることです。自社の活動を時代や社会にいかに役立てることができるか、それを考え実践するのが広報パーソンの務めです。今回の受賞を糧に、志新たに広報の森を真摯に一歩ずつ歩んでまいりたいと思います。

受賞理由

20年以上にわたり、資生堂の広報に貢献しただけでなく企業広報全体の発展に寄与した。社内では『花椿』編集長を務めたほか、広報部門人材の育成にも尽力した。マスコミからも丁寧な取材対応との評判が高い。地方紙に対してもきめ細かい対応を行い、地元密着型の広報活動を展開し、各地域のステークホルダーとのコミュニケーションを向上させた。社外においても、広報関連団体で後進の育成に尽力した。

企業広報  
功労・奨励賞



**島崎 豊**（しまざき・ゆたか）  
丸紅株式会社  
理事

受賞の言葉

この栄誉は、私個人でなく、丸紅の広報部、もっと広く言えば丸紅の社員全員が頂いたものとして受け止めています。

BtoBのビジネス形態が主であり、社名を冠したブランドの商品がほとんどないことから、広報活動はこれまで試行錯誤を繰り返してきました。

行き着いた結論は、社員の日々の行動そのものを広報活動にしておこうというものです。社員一人ひとりが広報パーソンとなり、丸紅グループの活動をお客さまのニーズに合わせて紹介することこそが広報活動との考えの下、インターナル広報に注力してまいりました。

社長メッセージをSNSの仕組みを使った動画で、海外のナショナルスタッフや主要事業会社の社員向けにも配信しています。広聴活動の一環として、メッセージに対する意見、反論、質問を受け付け、その全てに社長自らが回答することで双方向の対話が実現できています。

最後に、経済広報センターを通じて、多くの企業広報の方々と知己を得て、刺激を受け、新しい広報活動に挑戦する気持ちをかき立てることができましたことを、心から感謝申し上げます。

（当日は、花田多雄広報部長があいさつを代読しました）

受賞理由

12年に及ぶ広報担当と、広報部長と秘書部長を兼務していた強みを活かし、経営メッセージの浸透やグループ会社役員・社員との情報共有を高め、グループ全体の士気高揚を実現した。近年はインターナルコミュニケーションに注力し、社員の意見を経営にフィードバックする仕組みを構築した。報道関係者からの信頼も厚い。