

第37回「企業広報賞」表彰式を オンラインで開催

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、9月28日にオンラインで開催した。表彰式では、経済広報センターを代表して、十倉雅和会長が主催者あいさつをした。続いて、受賞企業代表・受賞者のあいさつ、選考委員のコメントがあり、古賀信行副会長によるあいさつで閉会した。

主催者あいさつ



十倉雅和（とくら・まさかず）
一般財団法人経済広報センター 会長

本日は、第37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、日頃より経済広報センターの活動にご支援とご協力を賜り、厚くお礼を申し上げます。

私は経団連の会長就任に当たり、経済と社会との接点創出・拡大のためのキーワードとして「ソーシャル・ポイント・オブ・ビュー」を取り上げました。今回受賞された皆さまは、社会との間で幅広い接点を設け、社会からの期待に、企業活動としてしっかり応えておられます。

企業広報大賞はエーザイ株式会社が受賞されました。認知症に関する最新の知見を、地道な対話を通じて発信し、患者とその家族のベネフィットに貢献されたことが高く評価されました。

企業広報経営者賞は石坂産業株式会社の石坂代表取締役、株式会社安川電機の小笠原社長が受賞されました。お二人は、力強いトップ広報で企業の社会的意義の浸透と新たな価値創造を図り、メディアとの対話を通じて、地域社会との信頼関係を築かれたことによる受賞です。

企業広報功労・奨励賞を受賞された、アサヒグループホールディングス株式会社の田中様、ユニ・チャーム株式会社の企画本部広報室様は、企業の垣根を越えた広報の実践や生活者に寄り添った対話を継続され、企業価値の向上に貢献されました。

受賞された皆さまに心よりお祝い申し上げますとともに、企業活動における社会的視点の重要性について、さらに理解が広まることを期待する次第です。

企業広報大賞



エーザイ株式会社

内藤晴夫（ないとう・はるお）
代表執行役CEO

受賞の言葉

我々はこの30年余り、患者様の喜怒哀楽を知り、そのベネフィット向上に貢献するべく、ヒューマン・ヘルスケア(h h c)理念経営の実践に取り組んでいます。理念は経営者が語るだけでは足りず、実現には社員や社会の理解が不可欠です。この実現を目指し、エーザイのグローバル約1万人の社員が、就業時間の1%を患者様と過ごす時間に使い、これを通じて患者様の憂慮をいかに取り除くか、様々な医療格差をどう解消するか企業の行動に結び付けるきっかけを得ています。このような企業行動として、認知症や顧みられない熱帯病(NTDs)への取り組みが挙げられ、特にNTDsに関しては、各国政府や国際機関、NPOなどと官民パートナーシップを組んで実効を上げています。

また、我々はこの理念経営の実践こそが、自分たちにとってのSDGsだと考えており、政府、議会、アドボカシーグループなどのステークホルダーズや社会に企業行動を伝え、一定の理解を得ることは、極めて重要であると考えています。特に認知症の新薬に関する情報は世界が注目し、多くの人々が自分事だと考えています。従って、高い透明性、倫理性に基づく説明が必要であり、メディカルな知識のみでなく、社会性や経済性、公平性を考慮した広報活動が重要となります。

今回の受賞を励みとし、これらの取り組みを一層強化し、我々に対する社会の理解を深めていきたいと存じます。

受賞理由

認知症の新薬開発だけでなく、アルツハイマー病患者の介護における社会的コストや病態に関する最新の知見の提供、メディアの科学・医療担当記者を対象とした勉強会の実施など、地道な対話活動を長期にわたり継続。社会課題に対する感度を高め、企業理念であるヒューマン・ヘルスケア(h h c)の下、患者とその家族のベネフィットに大きく貢献した。また広報部に複数の博士号保有者を擁することで、難しいサイエンス用語について分かりやすく解説することが可能となり、ステークホルダーへの理解促進を図ったことも高く評価された。

企業
経営者賞



石坂典子 (いしざか・のりこ)
石坂産業株式会社
代表取締役

受賞の言葉

私たち産業廃棄物業界を分かりやすく皆さまにお伝えするために、よく一つの「木」に例えて話をします。製造会社などは木にすてきな花や実がなるように、多くの人たちの目に触れることができると思います。一方、私たちの仕事はどうでしょうか。まさに根っこの仕事そのものだと感じています。土中環境のような目に見えない事業を行っているわけですが、世の中にはなくてはならない事業であると思っています。

父から20年前に社長というバトンをもらい、初めて広報について考えました。創業者の意思を受け継ぎ、どうしたら私たちの価値、存在意義を、スタイルではなくスタンスとして多くの皆さまに分かっていただくことができるか、今も私たちのテーマになっています。会社が創業し間もなく55年が経ち、社長業を受け継いでから20年近く「産業廃棄物事業そのものの価値を、より多くの人たちに理解していただきたい」そう思って走り続けてきました。企業の大小にかかわらず、このような素晴らしい名誉ある賞を頂けたこと、皆さまが改めて私たちの事業に目を向けてくださったこと大変感謝しております。

この賞に恥じないように、これからも本質的な広報のあり方は何か、私たちがやるべきことは何か、自分自身にも問い掛けながら、企業経営の活動に必ず活かしていきたいと思っています。

受賞理由

ダイオキシン騒動の渦中だった事業を受け継いだ後、約19年にわたり地域社会への真摯な語り掛けを継続している。工場を公開して廃棄物処理についての地域の理解促進を図り、保全再生した里山を自然教室として開放し体験型環境教育支援を行うなど、様々な取り組みを通じて地域社会との信頼関係を構築した。著書や講演、取材、交流の機会をつくるトップ広報にも注力し、産業廃棄物業が循環型社会を牽引する担い手であるというメッセージを広く社会に発信した。産業廃棄物業の社会的意義と新たな価値の創造に貢献したことが評価された。

企業
経営者賞



小笠原 浩 (おがさわら・ひろし)
株式会社安川電機
代表取締役社長
人づくり推進担当 中国統括 ICT戦略推進室長

受賞の言葉

企業のトップ自らがスポークスマンとなって、報道の方々に記事を書いていただき、それが結果的に企業の認知や信頼を獲得していくことの大切さを改めて実感しています。

昨年度に当社が特に注力していた「DX」というトピックは定義の幅が非常に広く、企業の数だけ種類があると思っています。その中で当社の泥くさい活動を記者の皆さまに取材を通じてその内容に共感していただき、正確かつ細かく伝えていただいたことによって、様々な反響そして共感を得たと強く感じています。

当社はBtoBのビジネスで、産業用ロボット、サーボモータ、インバータを中心に、FA(ファクトリー・オートメーション)の自動化を陰ながら支える製品を扱っています。創業して100年を超え、売り上げの7割弱は海外という会社ですが、本拠地は地方の北九州であるため、コロナ禍の広報活動にはかなり苦戦をしました。しかし、記者の皆さまにはオンラインでのニューノーマルな取材を快く受け入れていただき、コロナ禍の前と遜色のない広報活動ができています。DXは時代を変え、時間と距離を縮めることを証明したと思います。

これからも、DXだけでなく、ものづくりの会社として世の中に貢献する「技術」をキーワードとし、サステナブルな企業活動を通じた情報発信を積極的に行ってまいります。

受賞理由

デジタル経営の基盤構築(YDX:Yaskawa Digital Transformation)を掲げ、DXが実現する価値や施策についてトップ自らが発信することで、DXの本質的な取り組みを進める企業としての存在感を高めた。地域メディアとの対話にとどまらず、全国メディアとの対話活動にも積極的に取り組むなど、発信力が卓越しており、「顔が見える経営者」としての社会からの認知度も高い。社内コミュニケーションの重要性を認識し、トップメッセージの動画配信や社員との対話集会により社員エンゲージメントの向上を図った。

企業広報
功労・奨励賞



田中隆之 (たなか・たかゆき)

アサヒビール株式会社

理事 営業本部 営業部 副部長

アサヒグループホールディングス株式会社

前 理事

コーポレートコミュニケーション 広報部門長

受賞の言葉

2005年1月より始まった、通算13年8カ月に及ぶ私の広報生活において、ニュースには「変化の兆し」「変化事実」「変化の先の予測」が大切である、と教わりました。広報から離れていた3年間に、広報という仕事を客観的に観察している中、感じたことがあります。それは、デジタル化が進む中、“ニュースの質が変わっている”、“ニュースが消費されている”といった「変化」でした。

広報部門長に就任してからは、情報がすぐに消費されず、忘れ去られないようにするにはどうしたらよいかを考え、「変化事実」を丁寧に伝える、という解に至りました。トップの意思決定の背景や消費環境の変化、アルコール文化の新潮流といったことについて、メディアミックスなどの工夫を施し、社内外にお伝えすることを重要視しました。

その観点より、ネガティブな質問が集中する場合でも、そのことを覚悟し、あえて記者会見を開催したこともありました。善きにつけあしきにつけ、「変化事実」を聞いていただく、理解していただくには「真摯に、誠実に」といった姿勢が大切です。変えてはならないコミュニケーションであると、強く感じています。

このたびの受賞を糧に、「笑顔があふれる社会」の実現に向けて、アサヒグループの商品でお役に立てるよう、情報の開発や発信に今後も携わり続けたいと思います。

受賞理由

13年にわたりアサヒグループの広報に貢献し、変化事実に基づくストーリー性を重視した広報パーソンの育成に取り組みながらチームを牽引。ホームページのリニューアルに加え、オウンドメディア強化の一環として毎週情報を発信するなど、広報基盤を再構築した。また、「スマートドリンク宣言」という大義を戦略的に発信することで、企業を超えて新しい飲酒文化を創出し、多くのステークホルダーから好評を博したことは業界全体の価値向上に寄与している。日本広報学会の常任理事を務めるなど業界全体の発展にも貢献している。

企業広報
功労・奨励賞



ユニ・チャーム株式会社
企画本部 広報室

福村重和 (ふくむら・しげかず)

企画本部 広報室 室長代理

(チームでの受賞)

受賞の言葉

2019年の企業広報経営者賞、2020年の企業広報大賞に引き続き3年連続の受賞となり、非常に驚いております。

ユニ・チャームは今年でちょうど創業60周年を迎えますが、創業以来、生理用品や紙おむつをはじめとして、「生活者の不快を快にする」を企業理念に、日々当たり前前に暮らす上でなくてはならない商品を製造販売してまいりました。昨年からは「SDGsへの貢献」をパーパスに掲げ、商品・サービスを通じて様々な社会課題を解決すべく、全社一丸となって日々事業活動をしております。

今回、受賞につながったのは「安心・安全」をキーワードとしたマスクに関する広報活動でした。新型コロナウイルスの感染から身を守るための「正しいマスクの装着方法」の動画作成・配信や、供給不安を解消するための「マスク工場24時間フル操業のメディア初公開」は、我々の責務と捉えて真摯に対応し、多くのメディアに取り上げていただきました。

このような広報活動により、「ユニ・チャームはマスクトップメーカー」という認知を国内外に広く浸透させ、企業価値向上に貢献しました。

当社広報室は、少ない人数で商品広報、企業広報、社内広報を担っておりますが、今後も生活者の安心・安全・快適な生活の実現に向け、様々な情報の発信に努めてまいります。

受賞理由

コロナ禍でマスク不足が社会問題となる中、「安心・安全で信頼できるユニ・チャームのマスク」の認知度を高める様々な広報活動を展開し、マスク生産工場の初公開や供給状況を都度回答するなど、生活者の不安を和らげ安心できる情報を発信し続けた。また、広報室員自らが出演しマスクの正しい装着方法を紹介する動画を配信するなど、時流に適した画期的な広報手法を取り入れている。生理用品や紙おむつだけでなく、マスクメーカーとしての認知を国内外に示し、企業価値を大きく引き上げることに貢献した。