

企業広報研究

<b>住友生命のパーパス経営とコミュニケーション</b> ～ウェルビーイングに貢献する 「なくてはならない保険会社グループ」の実現に向けて～ 藤田良仁 住友生命保険(相) ブランドコミュニケーション部長	2
--	---

<b>パーパスの浸透方法</b> 秋山和久 (株)タンシキ 社長	6
-------------------------------------	---

新任広報パーソンに贈る心構えと基本

<b>広報パーソンの基本</b> <b>広報担当者に求められる ベーシックスキルとは(下)</b> 栗田朋一 (株)PRacademy 代表取締役	9
---	---

視点・観点

<b>JAとSDGs</b> —協同と地域の視点から— 福園昭宏 (一社)全国農業協同組合中央会 参事	12
---	----

社会広聴アンケート

<b>企業への信頼に関する評価は、肯定が否定を大幅に上回る</b> —第26回「生活者の“企業観”に関するアンケート」調査結果—	14
---	----

脱炭素社会への挑戦、始まる —経団連「チャレンジ・ゼロ」プロジェクト—<sup>②</sup>

<b>メタネーションを用いた都市ガス原料の 低炭素化・脱炭素化の取り組み</b> (一社)日本ガス協会	19
--	----

企業・団体のCSR活動

<b>富士通(株)</b>	裏表紙
---------------	-----

<b>連載 経済広報センター NEWS</b>	20
-------------------------	----