

企業広報戦略研究所が『新・戦略思考の広報マネジメント』を発行

2020年12月1日から全国の書店等で発売

～豊富なデータと事例から、企業の広報戦略の在り方を提言～

株式会社電通パブリックリレーションズ（代表取締役社長執行役員：牧口征弘、本社：東京都港区）は、企業広報戦略研究所（電通パブリックリレーションズ内、所長：阪井完二）の編著書籍『新・戦略思考の広報マネジメント～企業価値向上につながる“8つの広報力”の磨き方』を日経BP社から発行します。

本書は、2015年4月に発行した『戦略思考の広報マネジメント』の続編に当たるものです。当研究所が「広報オクトパスモデル」※を軸に、2020年5月から8月にかけて実施した「企業広報力調査」※の結果を中心に紹介しながら、これからの企業広報の在り方を提言します。



2020年は新型コロナウイルス感染拡大により、企業の広報・PR環境も激変しています。当研究所の研究から、特に3つの変化に注目しています。

- ① テレワーク導入など急速な働き方の転換により、企業は従業員とのコミュニケーションを深めるインターナルブランディングへのニーズが高まっていること。
- ② 社会環境が不安定になることで、生活者の企業に求める価値観が変容し、企業のソーシャルバリュー（社会的価値）を意識する傾向が見られること。
- ③ 企業は商品・サービスを提供、顧客はそれを享受するという関係性からもう一步深まり、顧客との信頼関係の構築などエンゲージメントが重要になってきていることに注目しました。

こうした社会環境の変化を踏まえ、企業の広報・PR活動は今、「話題づくり」から『価値づくり』の活動へと進化することが求められています。本書では、企業の『価値づくり』広報を「ソーシャルバリュー」「インターナルブランディング」「顧客エンゲージメント」の3つのアプローチで掘り下げ、今求められる『価値づくり』広報に必要な戦略の指針を豊富なデータと事例で解き明かします。

企業広報戦略研究所所長の阪井完二は出版に当たり「PR・広報部門に求められるファンクションも変化してきています。持続的に企業の価値を高めるためには、従来の話題づくりに加え、情報分析力を鍛え社会の価値観変化を早期に察知し、企業行動（ファクト）にスピーディーに反映させていくことが重要です。本書でご紹介する『価値づくり』広報が企業の皆様の新たな成長のきっかけになれば幸いです」と述べています。

『新・戦略思考の広報マネジメント』の目次

Chapter 1	広報に求められる戦略思考
Chapter 2	戦略的広報活動に必要な8つの力
Chapter 3	ソーシャルバリュー —CASE1 [花王]
Chapter 4	インターナルブランディング —CASE2 [住友商事]
Chapter 5	顧客エンゲージメント —CASE3 [メルセデス・ベンツ日本]
Chapter 6	インフルエンサーを通じた若年層との関係づくり [UUUM]
Chapter 7	部門横断で実践する「価値づくり」広報 [伊藤邦雄氏]
Chapter 8	企業が広報力を高めるために
巻末付録	企業の広報活動に関する調査

本書の概要

- ・書籍名：**新・戦略思考の広報マネジメント** ～企業価値向上につながる“8つの広報力”の磨き方～
- ・編著：企業広報戦略研究所
- ・定価：1,800円+税
- ・発行日：2020年12月1日(火)
- ・ISBNコード：9784296105502
- ・仕様：四六判／ソフトカバー／296ページ
- ・発行：日経BP社
- ・発売元：日経BPマーケティング

※全国主要書店、オンライン書店（Amazon、楽天ブックス、日経BP書店他）で購入いただけます。

<執筆者>

企業広報戦略研究所

所長 阪井 完二

フェロー 黒田 明彦

副所長 末次 祥行

主席研究員 稲 東土雄

上席研究員 中 憲仁

主任研究員 戸上 摩貴子

主任研究員 陳 妃史

企業広報戦略研究所概要

企業経営や広報の専門家（大学教授・研究者など）と連携して、企業の広報戦略・体制などについて調査・分析・研究を行う電通パブリックリレーションズ内の研究組織です。（2013年12月設立）

詳細は、当研究所ウェブサイトをご覧ください。 <http://www.dentsu-pr.co.jp/csi/>

※「広報オクトパスモデル」とは

企業の広報力を俯瞰（ふかん）的に把握・分析するために、企業広報戦略研究所が開発したオリジナルの分析モデルです。「情報収集力」「情報分析力」「戦略構築力」「情報創造力」「情報発信力」「関係構築力」「危機管理力」「広報組織力」の「8つの広報力」で企業の広報活動を評価します。

※「企業広報力調査」とは

企業広報戦略研究所では、客観的なデータに基づき企業の広報力を測定するため、2014年から隔年で上場企業の広報担当責任者を対象に「企業広報力調査」を実施しています。オリジナルの「広報オクトパスモデル」に基づき、「8つの広報力」を各10問ずつ計80問の設問で構成しています。

株式会社電通パブリックリレーションズ

電通 PR は 1961 年の創立以来、国内外の企業・政府・自治体・団体の戦略パートナーとして、レピュテーション・マネジメントをサポートしています。総勢 300 人の社員が、データ分析、そしてそこから得られたインサイトに基づくコンテンツ開発と最適な情報流通デザインを通して、クライアントと共にソーシャルイノベーションへの貢献を目指しています。2015 年には、日本国内で最も優れた PR 会社に贈られる「ジャパン・コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」を、2018 年には、「北アジア PR コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」を The Holmes Report から授与されています。また、2019 年には国際 PR 協会から「ゴールデン・ワールド・アワーズ・フォー・エクセレンス」でグランプリを授与されました。