

参考資料 1

<応募部門について>

■ コーポレート・コミュニケーション部門

社会の支持と理解を得て、企業・公共機関・団体の活動を円滑に推進するためのコミュニケーション活動

※日常的な広報・PR活動、ブランディング、レピュテーションマネジメント、危機管理対策など

■ マーケティング・コミュニケーション部門

商品・サービスの開発、市場への参入・規模拡大を望ましい形で展開していくためのコミュニケーション活動

※イベント・キャンペーン、パブリシティ、ウェブサイト、ソーシャルメディア（ブログ、フェイスブック、ツイッター等）、各種アプリ、カスタマーリレーション施策など

■ ソーシャル・コミュニケーション部門

社会の重要な構成員として企業・公共機関・団体の果たす社会的役割の訴求や社会貢献はもちろん、積極的に社会の発展や環境の維持発展などを目的としたコミュニケーション活動

※CSR活動、環境コミュニケーション、NPO、NGO活動など

■ インターナル・コミュニケーション部門

組織内における所属員へのビジョンの浸透、価値観の共有、行動喚起、内部コミュニケーションの活性化など、インターナル・ターゲットに対する広義のコミュニケーション活動

※内部向けコミュニケーションシステム、ツールの開発、継続的な内部向けイベントメディアを通じた活動など

■ 研究・開発部門

独創的なアイデアや手法で広報・PR全体の革新や個別業務の発展に寄与貢献した活動

※理論・研究、人材育成、マネージメント、及びサービス・技術・システム・ツールなどの開発や実践