

展 望

日本大学経済学部産業経営研究所は、2021年度の統一テーマとして「COVID-19以降の社会と産業・企業・経営の課題」を掲げ、次の2つの公開研究会を開催し、今回の所報にはそれらの模様を採録している。なお、2つの公開研究会ともに、新型コロナウイルス感染症対策としてオンライン（Zoom）により行われた。

1つは、2021年10月7日に開催された第306回公開研究会である。2019年度から2020年度までの2年間にわたり行われた本研究所の研究プロジェクトの1つである、古川裕康准教授が研究代表を務める研究プロジェクト「ブランドへの共感・信頼・ロイヤルティ形成にCEOの存在と企業の社会的責任が与える影響」の研究成果の報告会として開催された。この研究プロジェクトには本学研究者3名に加えて、他大学の研究者1名が参加している。①「近時のコーポレート・ブランドに影響する新要素の考察」（酒巻報告）、②「CEOによるコミュニケーション活動と消費者のブランド共感、ブランド信頼、ブランド・ロイヤルティとの関係」（古川報告）、③「消費者問題から見た企業ブランド価値」（江上報告）、そして④「消費者プライバシーと消費者のブランド共感、信頼、ロイヤルティとの関係性検証」（井口報告）の4つの成果報告がなされ、ブランドへの共感・信頼・ロイヤルティの構成要素は時代と共に変化しており、近年ではCEOによる積極的なコミュニケーション活動、ならびに消費者プライバシーへの対応がロイヤルティ形成において重要な要素になっていることが明らかとされた。

もう1つの第307回公開研究会は、2021年12月13日に井垣勉氏（オムロン株式会社執行役員／グローバルインバスター&ブランドコミュニケーション本部長兼サステナビリティ推進担当）をお招きし、「オムロンにおけるSDGsと統合報告の取組について」と題する講演を頂いた。SDGs（持続可能な開発目標）は、周知のように「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現を目指すものであり、政府のみならず、民間企業のSDGsへの積極的な貢献が求められている。オムロン株式会社は、企業理念を基盤として、SDGsと関連した幅広い社会的課題の解決を「サステナビリティ経営」を通じて具現化している企業であり、企業価値創造のストーリーをわかりやすく説明した「統合報告書」についても、機関投資家や評価機関から非常に高い評価を得ている。井垣氏はオムロン株式会社の執行役員であり、グループ全体で132社の広報・IR・ブランド戦略を中心とするコミュニケーション活動の統括ならびにサステナビリティ推進をご担当されている。オムロン株式会社の企業理念経営、SDGsおよびマルチステークホルダーをターゲットとした統合報告とを結び付けた先進的かつ体系的な取り組みについて、わかりやく解説をして頂いた。

産業経営研究所
尾 上 選 哉