

# CORPORATE COMMUNICATION

## 企業イメージ構築 プログラム



## 企業イメージは企業評価の主要素

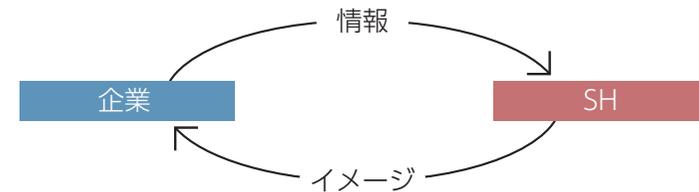
「新しい開発商品の製造は技術の高い A 社に決めた」、  
「業務提携は組織力の B 社で行く」、「入社するなら  
チャレンジ精神の C 社を希望」、「販売代理は信用度  
の高い D 社になりました」。

企業におけるいろいろな意思決定のシーンで、企業  
イメージが大きな決め手となります。社会には多くの  
企業が活動しています。これらの企業全てについて  
知ることは不可能です。消費者が商品を選ぶ時、  
広告や口コミを参考にする様に、企業取引、仕入れ  
や提携の決定、投資動向、就職・就業意向などの諸判  
断に企業イメージが大きな要因になります。

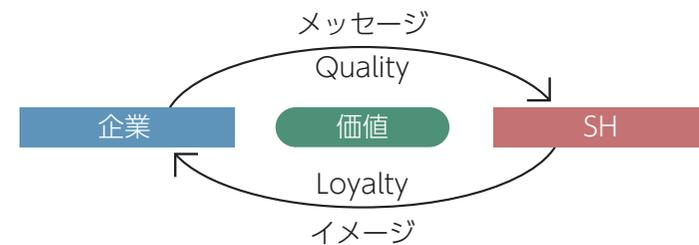
しっかりした企業イメージの構築が、企業の将来を  
左右するといっても過言ではありません。

# 企業イメージは、 企業と SH(ステークホルダー)の間に 価値を築いていく

商品、広告、営業マン、工員作業の質、サービス、建物、口コミなど、色々なものを通じて企業からの情報が SH に届きます。それらの情報から伝わるいろいろな印象の総体として一つのイメージが形成されます。

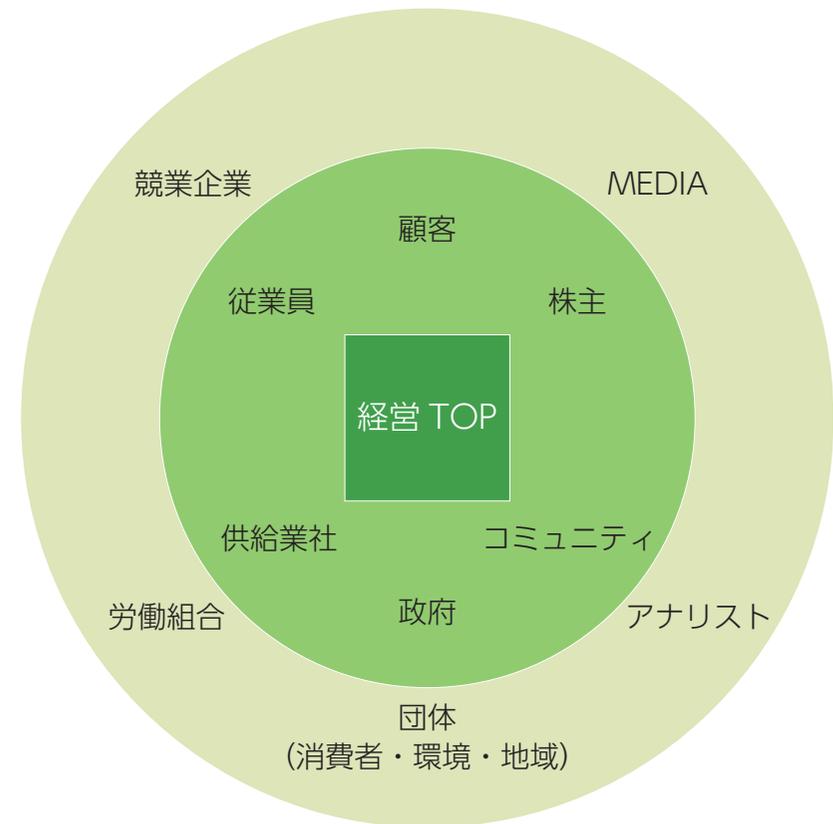


企業からの情報が、SH にとって価値あるものであれば、SH から企業に対して「信用できる」、「好感が持てる」企業として、よいイメージが成長していきます。メッセージから企業の QUALITY が伝播され、イメージには企業に対する LOYALTY の向上が計れます。



## 企業イメージ構築の対象

企業をとりまく SH は、企業に直接関係する層と、それに比較して間接的な層に区分されます。企業イメージ計画は、計画導入目的を明確にし、どの SH にどのようなイメージを抱いてもらうかを検討していきます。



## 企業イメージ計画による効果

企業イメージ計画による効果は、大きく内向きの効果と外向きの効果を見ることができます。

### Internal

内向きの効果

---

- ・従業員意識の向上
- ・就労意識の上昇
- ・モチベーション アップ
- ・協力会社の支援
- ・企業文化・風土の向上

### External

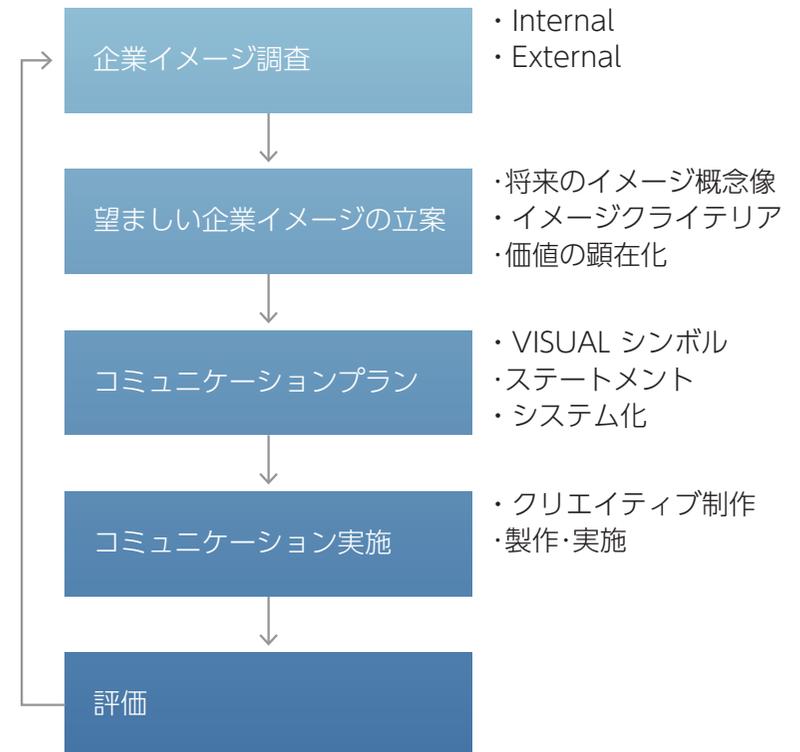
外向きの効果

---

- ・消費者の購買行動の促進
- ・顧客 Loyalty の向上
- ・投資の活性化
- ・リクルート効果
- ・社会からの賛同

## 企業イメージ構築のサイクル

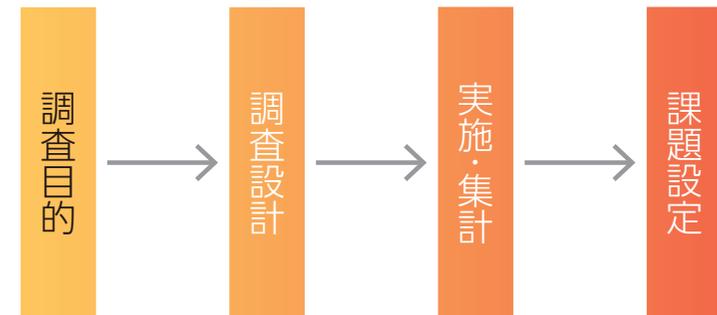
企業イメージの構築は直線ではなくサイクルです。定期的に企業イメージをリサーチして、SH に抱かれている企業イメージの状況を把握し、望ましいイメージに向かって誘導していくことが重要です。



## 企業イメージ調査

企業イメージ計画の目的・目標に準じて、イメージ構築を目指す SH が、現在どのようなイメージを抱いているかをリサーチします。インタビューによる意識調査や、NET 調査による定量把握、オピニオンによる専門分野の意見をヒアリングする定性調査などを、調査目的・調査設計・調査実施・集計・課題設定の手順で行います。

この調査は、企業イメージ計画後の再調査との比較で計画達成度が計れます。



## 望ましい企業イメージの立案

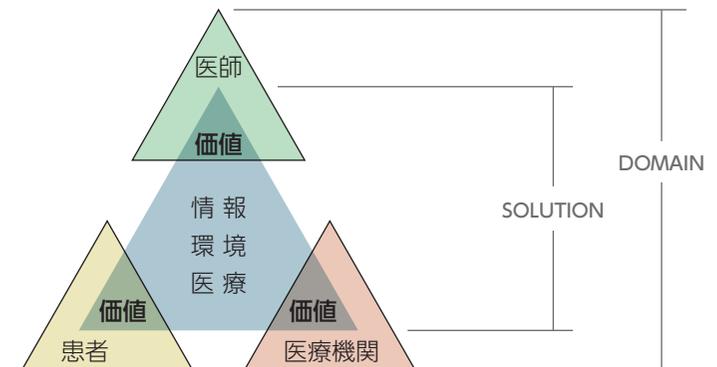
どのような企業にも、その企業独自のものがあります。それが製品の特徴や製造の技術など具体的なものと、一方、国際的なスマートらしさとか、活発なチャレンジ性など形に見えないものもあります。それらを含めて、企業独自の優れたところを顕在化し、SH にとって社会にとって価値あるものに象徴化した「企業イメージ」を創りあげます。

将来に向かって、企業が活動する領域を設定し、SH にとって望ましい他社にない優位性を持って望ましい企業イメージを創発します。企業理念、ビジョン、ドメインと事業展開、ソリューションと価値を明快に望ましい企業イメージを創ります。

ex.

“AZ”

「私たち“AZ”は、未来に向けて、新しい医療環境を目指します」 ——— STATEMENT



## コミュニケーションプランの立案と実施

### コミュニケーションプランの立案と実施

望ましい企業イメージができあがれば、企業イメージ構築の対象とする SH に向けて、イメージを反映する媒体を検討します。Internal な媒体と External な媒体の組み合わせを計ります。

- ・製品やサービス等の賞品への反映
- ・従業員・スタッフ等の人材への反映
- ・建物や屋外サイン、交通広告等の OOH 系
- ・社内報や社員手帳、必携ツール
- ・WEB、会社案内、リクルート
- ・広告、PR 等の Media
- ・ブランド名やマーク等 Visual Symbol

特に B to B 企業においては、消費者向けの派手な広告だけでなく、地道なプランがしっかりとしたイメージ構築をしていきます。

計画ができれば、魅力ある表現、一貫性のあるクリエイティブで、実施していきます。

## 共同広告社 CC 室のご案内

### 事業内容

- 1 企業イメージ構築プログラム
- 2 コーポレート ブランド デザイン
- 3 コーポレートコミュニケーション プラン

### 業務推進 Net work

- 1 イメージ調査会社
- 2 プランニング・制作会社
- 3 Web 制作会社
- 4 Media net work
- 5 OOH 製作・施工グループ

---

### お問い合わせ

共同広告社 コーポレート・コミュニケーション室

担当・中川 隆

 03-6206-2781

---