

Title	価値主導の時代におけるBusiness to FanのCSRコンテンツを導くワークシートCreative Mission Sheet
Sub Title	Proposal of "Creative Mission Sheet" worksheet of 'Business to Fan' to create effective CSR contents in the value-oriented age
Author	河野, 祐子(Kawano, Yuko) 石倉, 洋子(Ishikura, Yoko)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2012
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>現在日本の多くの企業がCSRの在り方について見つめ直している。企業のリソースを生かした社会貢献活動として、どの様なコンテンツを行うのが一番有効であるか、またCSR部署だけではなく他部署との連携により、いかに企業価値の向上に貢献できるかが争点になっている。マーケティング部は顧客獲得に関する蓄積されたノウハウがあり、CSR部は企業理念に基づいたリソースの生かし方についての見識が高く、これらを協働することが必要だと考える。これは、部門ごとにコンセプトが独立しがちな企業の在り方を見直す、良い機会だとも考える。更には、企業の価値を発揮したコンテンツを行うことは現在の価値主導の流れにもマッチすると考え、企業のファンを増加させることも中長期的に見れば可能だとも考える。</p> <p>本論文は、CSRコンテンツを導くためにすべき部署間の共通認識の共有、蓄積された情報共有の円滑化、重要情報の抽出を行う為のワークフローといった、価値主導の時代に適合する新たなCSRコンテンツを導き出す為のワークシートの提案と実験を行なった。実際に、企業のCSR担当者とのディスカッションにこのワークシートを用いて実験を行い、その有効性を見出すことが出来た。数社の実験結果より得られた知見と、有効性をまとめ、その手法を論じる。</p>
Notes	修士学位論文. 2012年度メディアデザイン学 第229号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002012-0229

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2012年度(平成24年度)

価値主導の時代における
Business to FanのCSRコンテンツを導く
ワークシート
Creative Mission Sheet

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

河野 祐子

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士 (メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

河野 祐子

審査委員:

石倉 洋子 教授 (主査)

中村 伊知哉 教授 (副査)

砂原 秀樹 教授 (副査)

修士論文 2012 年度(平成 24 年度)

価値主導の時代における Business to Fan の CSR コンテンツを導くワークシート Creative Mission Sheet

論文要旨

現在日本の多くの企業が CSR の在り方について見つめ直している。企業のリソースを生かした社会貢献活動として、どのようなコンテンツを行うのが一番有効であるか、また CSR 部署だけにはとどまらず他部署との連携により、いかに企業価値の向上に貢献できるかが争点になっている。マーケティング部は顧客獲得に関する蓄積されたノウハウがあり、CSR 部は企業理念に基づいたリソースの生かし方についての見識が高く、これらを協働することが必要だと考える。これは、部門ごとにコンセプトが独立しがちな企業の在り方を見直す、良い機会だとも考える。更には、企業の価値を發揮したコンテンツを行うことは現在の価値主導の流れにもマッチすると考え、企業のファンを増加させることも中長期的に見れば可能だとも考える。

本論文は、CSR コンテンツを導くためにすべき部署間の共通認識の共有、蓄積された情報共有の円滑化、重要情報の抽出を行う為のワークフローといった、価値主導の時代に適合する新たな CSR コンテンツを導き出す為のワークシートの提案と実験を行なった。実際に、企業の CSR 担当者とのディスカッションにこのワークシートを用いて実験を行い、その有効性を見出すことが出来た。数社の実験結果より得られた知見と、有効性をまとめ、その手法を論じる。

キーワード:

CSR, イノベーション, ワークシート, メタ認知, Visualization

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科
河野 祐子

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2012

Proposal of “Creative Mission Sheet” Worksheet of ‘Business to Fan’ to create effective CSR contents in the value-oriented age

Summary

In recent years, many companies in Japan have reexamined the way CSR should be. Two main points at issue are what kind of CSR contents can contribute to society most and how to improve corporate values by means of CSR in cooperation with non-CSR departments (esp. marketing department) of the company. While the CSR department usually has knowledge of how to use existing resources according to the corporate identity, the marketing department usually is excelled in getting clients. To create a better CSR contents, it is important that these two departments cooperate. Such an inter-departmental cooperation constitutes a good opportunity for a company to integrate its CSR policy, as oftentimes each department tends to work independently. Creating value-oriented CSR contents will match the needs of the customers; customers generally prefer socially contributing corporations. It may be possible to gain the fans of the company if a company successfully creates the value-oriented CSR contents. This paper proposes and tests a worksheet that facilitates inter-departmental understanding, sharing of various types of information, and abstraction of important information to create the value-oriented CSR contents. This worksheet was tested to be effective by corporate CSR officers. Experimental results with several companies are discussed, and its effectiveness is analyzed.

Keywords:

CSR, Innovation, Worksheet, Metacognition, Visualization

Graduate School of Media Design, Keio University

Yuko Kawano