

Title	CSR向上のための関係構築のCSR(Corporate Stakeholder Relationship)の実現
Sub Title	Implementation of relationship-building CSR (Corporate Stakeholder Relationship) to improve CSR
Author	山田, 衣音子(Yamada, Ioko) 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>CSR(Corporate Social Responsibility: 企業の社会的責任)におけるステークホルダーとの関係構築が企業価値向上につながるという先行研究は既に多くある。しかし、実行に移す企業が少なく、実行に移しても企業価値向上になかなか結びつけられていないのが現状だ。</p> <p>本研究では、「関係構築のCSR(Corporate Stakeholder Relationship)」の実現のため、現在のCSRにおけるメインコミュニケーションツールに着目した。特に日本企業はその多くがステークホルダーとのCSRメインコミュニケーションツールとして、CSRレポートを使っている。人びとの「何か世の中の役に立ちたい」という意識も高まってきているが、各企業のCSRはもちろん、CSRという言葉自体の認知度・関心が低いままであるのは、これが十分に機能していないと言える。</p> <p>本論文は、関係構築のCSRの実現が、如何なる点で、如何様にして困難であるかを理解し、実行まで導くことを目指し、食品を扱う2社、N社及びD社と共に進めたプロジェクトをまとめたアクションリサーチである。N社とのプロジェクトは実行に至らなかったが、その反省を活かしたD社とのプロジェクトは、同社のCSR2013年ビジョンに組み込むことに成功した。</p>
Notes	修士学位論文. 2012年度メディアデザイン学 第258号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002012-0258

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)

CSR向上のための関係構築のCSR
(Corporate Stakeholder Relationship)の実現

慶應義塾大学大学院

メディアデザイン研究科

山田 衣音子

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。

山田 衣音子

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)

CSR向上のための関係構築のCSR (Corporate Stakeholder Relationship)の実現

論文要旨

CSR(Corporate Social Responsibility: 企業の社会的責任)におけるステークホルダーとの関係構築が企業価値向上につながるという先行研究は既に多くある。しかし、実行に移す企業が少なく、実行に移せても企業価値向上になかなか結びつけられていないのが現状だ。

本研究では、「関係構築の CSR (Corporate Stakeholder Relationship)」の実現のため、現在の CSR におけるメインコミュニケーションツールに着目した。特に日本企業はその多くがステークホルダーとの CSR メインコミュニケーションツールとして、CSR レポートを使っている。人びとの「何か世の中の役に立ちたい」という意識も高まってきているが、各企業の CSR はもちろん、CSR という言葉自体の認知度・関心が低いままであるのは、これが十分に機能していないと言える。

本論文は、関係構築の CSR の実現が、如何なる点で、如何様にして困難であるかを理解し、実行まで導くことを目指し、食品を扱う 2 社、N 社及び D 社と共に進めたプロジェクトをまとめたアクションリサーチである。N 社とのプロジェクトは実行に至らなかったが、その反省を活かした D 社とのプロジェクトは、同社の CSR 2013 年ビジョンに組み込むことに成功した。

キーワード:

CSR, CSV, ステークホルダーリレーションシップ, コミュニケーション, ソーシャルメディア

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科
山田 衣音子

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2012

Implementation of Relationship-building CSR (Corporate Stakeholder Relationship) to Improve CSR

Summary

Many studies have shown that the corporate values can be improved by building strong relationships with stakeholders in terms of CSR (Corporate Social Responsibility). However, in reality, few companies have successfully built strong relationships with its stakeholders, and even if they have, oftentimes it has not led to the improvement of its corporate values.

This study focuses on the main communication tool of CSR currently in use in order to successfully implement “Relationship-building CSR (Corporate Stakeholder Relationship)”. In particular, communication tools used by Japanese companies, namely the CSR report, have failed to effectively build stakeholder relationships. While the general public has shown a growing interest towards social issues, the term “CSR”, and its associated activities have not received nearly as much exposure as they could have, indicating a fundamental flaw in current CSR communications.

The goal of this thesis is to propose the implementation of Corporate Stakeholder Relationship as well as to understand various difficulties to its successful implementation. This thesis is an action research paper that reports projects with two food-related companies N and D. Although the project with the company N did not take off, the project with the company D, based on the reflection on the project with N, was successfully incorporated into their CSR Vision 2013.

Keywords:

CSR, CSV, Stakeholder relationship, Communication, Social media

Graduate School of Media Design, Keio University
Ioko Yamada