

コーポレート広報

ネットの口コミだけで多数の人に伝播する？

コーポレート・ガバナンス

及び腰のガバナンスに投資家の不満爆発？

インナー広報

社内コミュニケーションが「分断」？

IR

もう「サイレント期間」は通用しない？

CSR

CSR活動に予算を割く余裕がない？

## 特集 2

# 先読みして勝つ！

# 広報の 危機・好機

昨年度、企業不祥事、金融不安、雇用不安…と、さまざまな事柄が、社会と企業を揺るがしました。どんな環境下でも、ステークホルダーの信頼を得て、企業活動を継続するため、遠くの空に発生する黒雲や、ひとすじの光を、いち早く発見し、自社にフィードバックすることが、広報の役割と言われます。本特集では、多方面の“情報通”たちに、2009年度、広報が直面する危機・好機を挙げていただきます。

