

形式的なものから脱皮 社内報でやる気アップ

各社の取り組みを紹介

形式的な社内報から脱皮し、社員のやる気アップや荷主からの信頼、さらには自社のプ



各社の社内報

ランド化の浸透などを
目指す企業が増えてい
る。

三重執鬼

「人」に焦点

「ネタ探しは大変だがやりがいがありますよ」。笑顔で話すのは

三重執鬼(寺田忍社長、三重県鈴鹿市)で社内報の製作を担当する永田和司さん。同社は昨年7月に「トルキ通信」をリニューアルした。

社長の指令を受けた永田さんは、地元新聞社主催のセミナーに参加するなど、魅力ある紙面づくりのノウハウを学んだ。生まれ変わったトルキ通信はそれまでの連絡・報告事項中心の紙面構成から「人」にクローズアッ

プ。路上で困っているお年寄りを助けた乗務員に後日感謝の連絡があったエピソードやレーサーを目指す乗務員の奮戦記など、同社で働く従業員に焦点を当てた紙面構成となった。

リニューアルについて寺田社長は「発刊後約3年半が経ち、マンネリ化していた。多くの社員が参加し、楽しみながら読めるものを作りたかった」と話す。社内報の意義について「人は人に認めてもらえらることで向上する。社内報に取り上げられることで本人の次のステップにつながると同時に、良い意味の競争意識を図ることもつながる」としている。

オリエント・サービス

荷主にも配布

オリエント・サービス(愛知県春日井市)では、社内報「オリエントニュース」で輸送の安全情報やヒヤリ・ハット情報や共有、安全会議で決まった方針などを速やかに共有している。社内報を通して目指しているのは「高品質な輸送サービスを提供する」という自社のブランド化だ。

伊佐治俊尋社長は、「強い企業は自らのブランドを社内に浸透させている。ブランドイメージが構築されていれば社外でも認められる」という思いがある。また、社内報を荷主にも役立てている。「お客様から信頼されるには包み隠さず見せることが大切。我々も気持ちを引き締めることができる」と話す。

中田商事

ほのぼの手作り

一方、中田商事(三重県伊賀市)が季節ごとに発行する「あおむし新聞」は、一芸に秀でた社員らによる手作り感あふれる社内報だ。敷地内に植えた草木や咲き頃を迎えた花々の写真、それに關する豆知識などを、イラストを用いながら掲載。タイトルには書道10段の腕前を持つ宮崎優さん、イラストは陶芸家の今田香さん、花々はドライバーで写真歴数十年の葛和安治さんが撮影。解説とともに掲載している。

「手作りの社内報は前向きな取り組みをしてくれる従業員の気持ちのバロメーターとなっている」と中田社長。請求書や給与明細などに同封している。

(加藤 崇)

(レイアウト・石津あや子)