

ベーシックのWeb社内報「b-ridge」が 経団連推薦社内報審査にて総合賞を受賞

株式会社ベーシック（本社：東京都千代田区、代表取締役：秋山勝、以下ベーシック）は、3月16日、弊社のWeb社内報「b-ridge」が、一般社団法人経団連事業サービス社内広報センターが主催する2019年度経団連推薦社内報審査※1のWEB社内報部門において、「総合賞」を受賞したことをお知らせいたします。



ベーシックは、「問題解決の集団として、情熱を妨げる世の中のあらゆる問題解決をやり抜き、多種多様な企業が強みに集中できる世界を創造する」をミッションに掲げ、Webマーケティング分野とメディア分野でインターネット事業を展開するテクノロジーカンパニーです。事業規模拡大段階において生じた、今までの施策やコミュニケーション方法では解消しない課題を解決すべく、社内報 b-ridge を創刊し、社内報を経営戦略の重要な施策の一つとして位置付け、積極的なインターナルコミュニケーションに取り組んできました。

※1 経団連推薦社内報審査

「経団連推薦社内報審査」は、経営に役立つ社内広報活動の推進を目指し、編集者の日ごろの活動を評価・奨励することによって、社内報のレベルアップを図ることを目的としたものです。1966年より毎年実施されています。

■社内報「b-ridge」について

1. 概要

ベーシックが2018年8月より運営しているWeb社内報です。「社内情報共有」「社内活性化」「コンピテンシー（社内行動規範）強化」の3つの経営課題を解決することを目的に運営されており、8人のメンバーで構成される社内報編集部は、メンバー全員が本業を持ちながらの兼務でありながら、従業員に向けて月7本以上の記事を公開しています。

2. 社内報の3つのゴール

「社内情報共有」

社内報によって、制度や事業・人について理解が進むこと

「社内活性化」

社内報が、社内メンバー同士のコミュニケーションのきっかけとなること

「コンピテンシー強化」

社内で掲げている行動規範が強化されていること



トップページ

| | | |
|--|--|--|
| <p>ジャックナイフと呼ばれた20代があったから今がある！2019年MVM受賞の川鍋さんにインタビュー</p>  <p>こんにちは！ SaaS事業部マーケティング部の清水です。今回は、私の上司でもあり、通期…</p> <p>Continue Reading →</p> | <p>意外と身近にある「産業医制度」って知ってる？皆さんが利用できる面談までご紹介！</p>  <p>ども！ちよるごと鈴木諒です！最近、人生で初めてちゃんと顔立て伏せをすることが…</p> <p>Continue Reading →</p> | <p>よくわからん「フレックス・リモートワーク系の制度」をCHROに解説してもらってきた。</p>  <p>フレックス・リモート制度をCHROに解説してもらった</p> <p>お疲れさまです。しゅーたらーです。みなさん、働き方改革してますか…</p> <p>Continue Reading →</p> |
| <p>迷走を重ねた社内報グループが「Most Valuable Group」に成長するまで</p>  <p>2Qに特別賞、3QにMVGを受賞した社内報グループ。（ありがとうございます！）…</p> <p>Continue Reading →</p> | <p>夏だ、夏が来た！なにして過ごす？みんなの夏休み</p>  <p>みんなの夏休み ねえ、夏休みどう過ごす？</p> <p>皆さんこんにちは！先日韓国の激辛ラーメンを食べたら急性胃炎になり、胃カメラを飲…</p> <p>Continue Reading →</p> | <p>もう設定した？最近流行のTwitterアイコン「あおかベージュ」</p>  <p>もう設定した？ 最近流行のTwitterアイコン「あおかベージュ」</p> <p>ども！ちよるごと鈴木諒です！Twitterをやっている方はすでに気づき方もし…</p> <p>Continue Reading →</p> |

(参考)

経営戦略に直結する「9割の社員に読まれる」社内報（株式会社ベーシック）

<https://shanaiho-navi.jp/archives/10225/>

社内報で会社を変える！経営課題と向き合い、ファン拡大を目指した新人編集長の覚悟

<https://www.pr-table.com/basicinc/stories/33063>

■講評（一部抜粋）

リソース不足からいったんは社内報を廃止することも検討したものの、社内報はむしろ経営課題を解決する有効ツールになると再定義し、存続を決定。いまや、経営課題の解決や貢献が数字になって現れるにいたっています。

これを支えたのは、目的の明確化と打ち手の集中です。まず、社内報廃止・存続の検討を通じ、社内報の目的は「社内情報共有」「社内活性化」「コンピテンシー強化」と設定しました。

これらを実現するのに、最小パワー最大効果の打ち手を講じています。まず、表現手段はWEBだけにし、紙も動画も使わない。WEBのコンテンツも、上記3テーマに連動したものを主とする。しかも、テンプレートを導入し、広報兼任社員の負担を削減する。

テーマや表現方法、コンテンツ数は拡大していくのが、社内報では一般的なのに対し、ベシックでは逆路線を極めています。これは、編集体制にも現れており、社内広報の専任社員はゼロで、兼任社員のみで、コンテンツを内製しています。社外でのニュースを社内報で紹介するといったことも行っていません。

取り組みに無駄がいっさいないのですが、社員の購読数はほぼ倍増し、9割以上の社員が読むようになり、社内報を通じた課題解決のポイントも向上しています。部署間の連携や業務の効率化、社内ブームの発生など、社員が変化を感じられるようになっています。データによるPDCAにも余念がありません。

総じて、社内報の目的に合わせて徹底的に打ち手を磨くと、少ないパワーで大きな効果を生み出すことに成功した、顕著な例です。拡大志向の社内報をつくっている企業や、社内報に人的リソースをさけないベンチャーにとって、示唆に富むはずです。WEB社内報作成における、一つの型となるでしょう。

■会社概要

社名：株式会社ベーシック <https://basicinc.jp/>

代表取締役：秋山勝

住所：〒102-0082 東京都千代田区一番町 17-6 一番町 MS ビル 1F

設立：2004年3月

資本金：5億3559万5200円

従業員数：135名(2019年6月末現在)

事業：SaaS事業・メディア事業

お問い合わせ先

株式会社ベーシック 社長室 広報グループ

奥田 陽子（おくだ ようこ）

電話：070-2193-4123

Email： pr@basicinc.jp

プレスリリース掲載 URL： <https://basicinc.jp/pr/20200316>

プレスリリースの情報は、発表日現在のものです。発表後予告なしに内容が変更されることがあります。