

春光懇話会会報
Wave21

2023.5

No. 184

特集 わが社の広報ツール



www.shunko.jp

特集 わが社の広報ツール

SNS配信、イントラネット、ホームページ、社内報など、情報発信の手段や流行は年々変化しています。各社が力を入れている広報媒体・社内外コミュニケーションツールをご紹介します。

日産化学

永く愛される社内報を目指して

日産化学グループでは社内報を重要な広報ツールのひとつと位置づけています。

当社グループの社内報の歴史をひも解くと、1955年(S30)2月25日に「につさん しんぶん」として創刊。創刊号には「しんぶんを贈る」という発行を知らせる記事があります。月2回の発行、タブロイド紙型、写真はモノクロ、所々手書きの部分がありと、時代を感じます。

その後カラー版になったり、題字を「日産新聞」と改めたりしながら発行が続きましたが、文字が多くすべての紙面に目を通すのは難しいとの意見もあり、2019年10月から「POLARIS」という季刊発行の冊子スタイルへとリニューアルしました。「POLARIS」は北極星を意味し、不動の星、北極星が永い時を経て変わらず輝き、船乗りを迷わないように導く存在であることをイメージし、日産化学グループを導いていく媒体になりたいという願いが込められています。写真や図、イラストなどを多用することで、皆さんからは「非常に読みやすくなった」、「毎回楽しみにしている」と好評で、特に部署紹介や投稿記事が人気です。一方で、同じような企画を継続すると飽きられてしまうため、定期的に内容やレイアウトの見直しを図っています。発行後にはアンケートを実施、感想や意見、次号以降に掲載してほしい情報など、読者の要望を取り入れるようにしています。

4月号からは「N products」という製品紹介の新企画を開始しました。当社は事業分野が多岐にわたっているため、業務で関係する製品以外は、名前は知っているけれど、何に使用されるかはすぐには思いつかない、ということも……。会社への理解を深める一助になればと思っています。

また、経営に関する重要な情報など、硬い内容は文字ばかりだと読んでもらえません。どうすれば記事に興味を持ってもらえるか、自社の情報を正確に楽しく周知を図るべく、日々改良を重ねることで、永く愛される社内報を目指しています。



1955年2月25日発行の創刊号の一部



POLARIS表紙



N products

ENEOS野球部・ENEOSサンフラワーズの 広報ツールを紹介

ENEOSホールディングス／ENEOSが運営するENEOS野球部と女子バスケットボール部のENEOSサンフラワーズは、2022年6月1日から、それぞれの公式SNSを開設しました。ENEOS野球部はInstagram、ENEOSサンフラワーズはInstagramとTwitterです。

当社は、ENEOSグループの行動基準の一つである「市民社会の発展への貢献」のもと、両運動部の取り組みのSNS発信を通じて、スポーツ振興を目指しています。

両運動部の活動状況や試合・イベント情報などのタイムリーな発信に加え、選手たちの練習風景や、普段は見るできないオフショットなどを画像や動画でお届けしています。ぜひENEOS野球部・ENEOSサンフラワーズ各アカウントのフォロー・いいねをよろしくお願いいたします。

また、試合レポートや各選手紹介、プレゼント企画やインタビュー企画などのお楽しみコンテンツを掲載中のENEOS野球部・ENEOSサンフラワーズHPもあわせてご覧ください。

ENEOS サンフラワーズ

<https://www.eneos.jp/sunflowers/>

ENEOS 野球部

<https://www.eneos.jp/baseball/>

成長・発展の礎となる 一体感の醸成をめざした社内広報活動

2021年4月の経営統合をもって誕生した三菱HCキャピタルにおいては、「旧両社社員の交流を促進し、互いに理解を深め合うこと」「経営や事業に関する情報をわかりやすく伝達し、その浸透を図ること」で、当社グループとしての新たな文化の構築を図るべく、さまざまなツールを活用した社内広報活動を行っています。

統合当初より発行している社内報(グループ報)「Beyond」では、経営統合後の変化や今後への期待などについて社員が語り合う座談会、当社グループの将来に対する想いをそれぞれの視点から語る特集、グローバルにおける社員交流の様子を紹介する企画など、当社グループの“社員”にスポットを当てたテーマ、内容に重点をおくことで、今後のグループの成長・発展の礎となる一体感の醸成を図っています。

また、社内イントラネット上においても、経営陣からのメッセージの配信に加えて、趣味や興味のあるテーマをもとに社員同士がコミュニケーションをとることのできる自由交流の場(スペース)を企画した「自由交流スペース“SQUARE”」の設置、コロナ禍で対面でのコミュニケーションが困難な状況下にあってもお互いを知ることができるよう工夫した部支店紹介企画、さらには、サステナビリティへの理解促進を図るコミュニケーションツール「Connecting!」の定期発行など、多様なアプローチで社内交流の活性化や連帯感醸成に資する情報発信に努めています。

統合前から続くコロナ禍の影響で取材・制作にも制約があるなかではありますが、さまざまなツールの活用により、多くのグループ社員が自身の所属する組織以外にも関心を抱き、会社に対する理解が進んでいま

す。当社が経営理念に掲げる「アセットの潜在力を最大限に引き出し社会価値を創出することで、持続可能で豊かな未来に貢献する」、この達成にむけたエネルギーの源泉となる、活気ある企業文化を構築することができるよう、今後とも社内広報活動に積極的に取り組んでまいります。



「Beyond」創刊号表紙



「Connecting!」：山形県尾花沢市での「雪かきボランティア」実施報告



ロジスティードの社内外コミュニケーション

わたしたちは社内外の広報ツールとして、Webサイト・Twitter・YouTube・ラジオ・グループ社内報「わだち」などを用いて、それぞれ目的別に運用し情報発信をしています。

Webサイトは、正式な発表や会社情報を網羅しており、当社の「今」を発信するメインツールです。Twitterは、これよりも少しカジュアルな情報を発信しており、陸上部の選手紹介などが人気です。

YouTubeでは、サービス紹介動画やテレビCMなどをアップしています。

そして、グループ社内報「わだち」は4月1日に商号変更したことに合わせて、7月からロジスティードグループ広報誌「わだち」としてリニューアルを予定しています。

またメディアを活用した広報ツールとして、毎週金曜日にTBSラジオで放送されている番組「金曜ボイスログ」内で、当社がコーナー提供をしている「LOGISTEEDプレゼンツ LOGISTEED CAFÉ」について紹介します。

週末を控えた金曜日の午後、ほっとひと息できるCAFÉで「物流に関する豆知識」情報をざっくばらんにお届けしているこのコーナーには、ロジスティードグループの従業員やお客様が生出演し、当社の取り組みやお客様の自社PRなどを発信するなど、物流のアピールだけではなく、営業ツールとしても社内外のコミュニケーションツールとして活用しています。

<ロジスティードWebサイト>



<https://www.logisteed.com/jp/>

<Twitter>



ロジスティード【公式】
@LOGISTEED_LTD

<YouTube>



ロジスティードグループ公式チャンネル

https://www.youtube.com/channel/UCkfA_IsMeJpFIG11OQq_1Kg

<わだち>



グループ社内報わだちは7月から
ロジスティードグループ広報誌にリニューアル

<LOGISTEED CAFÉ>



放送局	TBSラジオ (AM 954kHz, FM 90.5MHz)
放送番組	金曜ボイスログ
放送日時	毎週金曜日 8:30~13:00
提供コーナー	LOGISTEED CAFÉ 12:35~12:45頃(10分間)
放送地域	関東1都6県

社内報・イントラネット・HPを活用した 社内外コミュニケーションに力を入れています

日産車体は、中東・北米向けのフルサイズSUVや、国内向けの高級ミニバン・小型商用車を中心に開発・設計から生産準備、工場での生産・品質保証までの機能をもつ完成車メーカーです。本社・湘南工場(神奈川県平塚市)と、子会社の日産車体九州(福岡県京都郡苅田町)を2大生産拠点とし、本社近郊に開発部門のテクノセンター、実験設備を有する秦野事業所などがあります。各拠点との連携を密に、全社一体となってクルマづくりを行うため、社内広報活動に力を入れています。

その一つが、紙の社内報です。個人PCを持たない製造現場の社員も多いことから、紙の社内報は確実に一人ひとりの手に届けられる貴重なコミュニケーションツールとなっています。業務環境を問わず、当社の管理・開発・生産部門の全社員がベクトルを合わせてそれぞれの業務に邁進できるよう、「経営理念・ビジョンの浸透」「経営方針の周知徹底」「社内コミュニケーションの充実」「組織の活性化」等を目的に、隔月で発行しています。

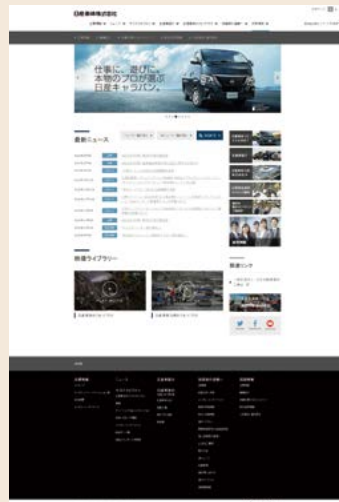
もう一つは、イントラネットです。即時性、掲載できる情報量の多さという利点を生かし、業務連絡、社内ルールや人事制度など、社員に周知したいあらゆる情報の発信に欠かせないツールとなっています。期初や四半期決算時のトップメッセージ、毎月の工場長メッセージなどは動画で配信しており、各部署で視聴時間を設けて観てもらっています。また、各部署での取り組みを、写真を多用したニュースとして日々掲載し、いいね! やコメント入力による双方向コミュニケーションも図っています。業務上必要な社内のあらゆるシステムへもリンクさせているため、業務を行う上での羅針盤のような役割を持ち、閲覧頻度が高いのも特徴です。



社内報「PolePole(ポレポレ)」。
社員の笑顔、読みやすさ分かりやすさを意識して制作しています。クリエイティビティ、会社の成長に対する貢献度などを全国レベルで点検するため、毎年コンクールに参加。2022年度は、経団連推薦社内報「優秀賞」を受賞しました

2022年度は、主にサステナビリティ関連ページの充実を図り、日興アイ・アール「2022年度 全上場企業ホームページ充実度ランキング調査」で『最優秀サイト』、大和IR「2022年インターネットIR表彰」で『優秀賞』を受賞しました

一方、社外広報としては、HPを充実させています。中でも、当社は東証プライムの上場企業として、IRに関する内容をホームページの重点に位置付けており、国内外の株主や機関投資家、およびあらゆるステークホルダーの皆さまに対して、財務・非財務情報をタイムリーかつ的確に伝えています。また、当社への理解促進を図るために事業を分かりやすく紹介し、その年のトレンドを見極めて、必要とされる情報の発信にも努めています。そうした取り組みにより12年間継続して、上場企業の中でもトップレベルの情報発信をしているという外部評価を頂いています。ぜひ一度、当社HPをご覧ください。



「見る・測る・分析する」技術で社会課題を解決する姿を伝えます

日立ハイテクは多種多様なステークホルダーの皆さまへ当社グループの多岐にわたる事業活動やマテリアリティへの取り組みをご理解いただくために各種広報ツールでさまざまな情報を発信しています。

主な広報ツールは、社外向けに、会社案内(紙・PDF・電子ブック・動画)、マテリアリティブック(PDF)、Webサイト(多言語対応)、社内向けにはグループ報(PDF・季刊)、Webグループ報(社内イントラ・随時更新)を制作しています。また、各種ソーシャルメディア(Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, note)からの情報発信にも注力しています。

Webサイトに掲載している「社会課題解決のストーリー～輝ける未来への挑戦～」は、収益や利益などの経済価値の追求だけではなく、事業活動を通じて社会課題解決に貢献し、社会・環境価値を提供する企業でありたいという当社グループの姿勢を示す読み物コンテンツです。社会からの要請に対して、私たちのコア技術である「見る・測る・分析する」を生かして社会課題解決に挑戦する事例を紹介しています。

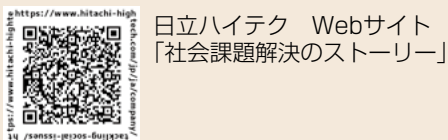
コロナ禍によって、デジタルメディアによる情報発信の必要性がより高まりました。双方向性、即時性などの利点から企業のメッセージの発信にもソーシャルメディアの活用が主流となってきています。そのよう

な背景を踏まえ、サイエンスアーティストとしてメディアで活躍する市岡元気さんとのコラボレーションをスタートしました。市岡さんには当社および当社グループの製品を活用いただき、科学の面白さを伝える実験動画を制作、YouTubeで公開いただいています。その動画は当社の各ソーシャルメディアでも共有し、これまで日立ハイテクと接点のなかった多くの方の目に触れていただく機会となっています。



日立ハイテク Webサイト「GENKI LABO動画紹介ページ」

今後も広報ツールを通じてステークホルダーの皆様にも日立ハイテクグループの強みであるコア技術「見る・測る・分析する」により社会課題を解決し、持続可能な社会の実現に貢献する姿をお伝えしていきます。



日立ハイテク Webサイト「社会課題解決のストーリー」

情報アラカルト

日産車体

進化を続けてきた「日産キャラバン」
今年で誕生50周年を迎えました

CARAVAN
50th Anniversary



プロスタイル GRAND プレミアムGX/ボディカラー：ピュアホワイトパール

ワンボックスタイプの商用バンとして、長年多くのお客さまにご好評いただいていたキャラバンは、1973年2月に日産車体で誕生しました。現在の5代目に至るまで進化を続け、初代からの累計生産台数は約220万台に及びます。海外では「アーバン」という名称で世界100カ国以上において親しまれており、国内では、近年のアウトドアレジャーニーズの高まりを受け、ワークユースのみならず、趣味を楽しむ方など、幅広い層のお客さまにご支持いただいています。

2021年10月にはガソリン車、2022年4月にはディーゼル車のピックアップマイナーチェンジを行いました。小型貨物車4ナンバーバンクラスでNo.1を誇る荷室長はそのままに、フロントグリルとバンパーを刷新し、より力強く存在感のあるエクステリアデザインに生まれ変わりました。インテリアは、黒を基調とし、落ち着いた雰囲気演出。運転席には、先進的で視認性、操作性を大幅に向上した新型ファインビジョンメーター(5インチ TFT ディスプレイ付)を採用しています。また、「インテリジェント エマージェンシー ブレーキ」をはじめとする充実の先進安全技術を全グレードに搭載し、全車「サポカーSワイド」に対応しています。

50周年という大きな節目を迎え、記念のイベントも続々展開されています。どうぞご期待ください。

問合先 0463(21)8001

営業部会だより

詳しくは営業部会HPをご覧ください

<https://www.shunko.jp/eigyo/eigyobukaitop.html>

第23回キャンペーン結果報告



- (1) 目的
- ①ビジネス交流のさらなる活性化
 - ②春光懇話会知名度の定着化
 - ③春光懇話会活動への参画推進

(2) 結果 ▼展開内容

項目	第23回キャンペーン
期間	2022年10月～12月
主催	本部+東京多摩
ポスター	683枚
パンフレット	14,184部
クイズ抽選賞品	350本
パンフレット掲載会社	14社

▼クイズ応募実績

第23回：17,910件

22回：19,161件、21回：19,522件、20回：24,118件、
19回：24,902件、18回：26,048件、17回：28,447件、
16回：26,939件、15回：23,086件、14回：19,135件、
13回：18,637件、12回：17,506件、11回：13,965件、
10回：13,015件、9回：11,211件、8回：6,986件、
7回：7,033件、6回：5,653件

(3) キャンペーンの状態と今後の課題

- ①キャンペーン活動を従前の形に戻すために9月にはリアル形式でキャンペーン決起大会を実施した。また、営業部会として初めての試みであったが合同展示会を開催した。
合同展示会には26社が出展、200名が来場し、情報交換の機会になった。
- ②年間を通してビジネス拡大を図るために立ち上げた『ビジネス協業会』の活動が活発になり多くの成果につながっている。
- ③春光クイズ応募件数は在宅勤務企業が増加したため減少した。第24回キャンペーンでは応募件数の増加に向けて取り組みを行う。



そろそろ結婚をとお考えのみなさま
結婚適齢期のご家族をお持ちのみなさまへ



春光懇話会ファミリークラブ

春光グループのみなさまの“結婚相談所”です

- 入会手続きは簡単です。まずは資料請求を!!
- 春光懇話会ホームページにアクセスしてみてください。



安心できる出会いを提供します。

安心その1

運営は、春光会とそのグループ会社で構成する春光懇話会です。

安心その2

会員を春光グループに関わる方に限定しています。

安心その3

春光グループ各社からの維持会費で運営していますので、会員個人の負担は、入会時の1万円と成約時の7万円です。

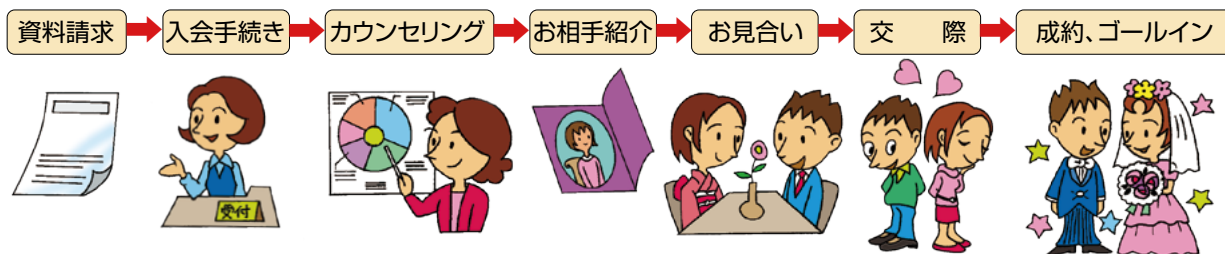
安心その4

資金面などで各社との関係は密接ですが、会員個人のプライバシーは絶対厳守です。当然、会社にお知らせすることは一切ありません。

安心その5

入会から、お相手の紹介、お引合わせ（お見合い）、交際、結婚のご意志確認まで、女性カウンセラーが、会員の意思を尊重しながら、親身になってお手伝いします。

●入会から成約までのステップ



営業日変更のお知らせ

2023年4月から春光懇話会ファミリークラブの営業日が以下の通り変更となります。
会員のみなさまには、何卒ご理解の程、よろしくお願い申し上げます。

営業日時：火曜日・水曜日を除く平日および土・日曜日
(午前10時～午後5時)

休日：火曜日・水曜日と土・日曜日以外の祝日
(毎週火曜日に加え、毎週水曜日も休日に変更となります)

春光懇話会ファミリークラブ

〒160-8330 新宿区西新宿2-2-1
京王プラザホテル南館9階
TEL&FAX 03(3344)0410
www.shunko.jp/family/family.html

●春光懇話会ファミリークラブは、春光会22社とそのグループ会社95社が支えています。



お知らせ

●春光会 ○入会



林 陽一
JX金属社長
1988年 日本鉱業（現JX金属）入社
2023年 代表取締役社長 社長執行役員
好きな言葉 一期一会
最近感動したこと 茨城県に建設予定の新工場の起工式が、前日に突然の大雪に見舞われながらも、関係者の徹夜の努力で無事執り行われたこと。
東京都出身 58歳



Sean M. Stack
プロテリアル会長 兼 社長
1990年 ABNアムロ銀行 入行
2015年 Aleris Corporation 社長 兼 CEO
2023年 プロテリアル 代表取締役
会長執行役員 兼 社長執行役員 CEO

好きな言葉 A great culture beats a great strategy, but the two in combination is unbeatable.
最近感動したこと 2023年2月に日本美術刀剣保存協会殿が主催し、当社が操業を支援する日刀保たたらを初めて見学し、村下をはじめ操業する方々の真剣なまなざしに感銘を受けました。当社は今後も支援を継続してまいります。
米国出身 56歳



村上 和也
プロテリアル副社長
1985年 日立電線（当時）入社
（2013年 日立金属（当時）、日立電線が合併）
2023年 プロテリアル 代表取締役
副社長執行役員

好きな言葉 至誠一貫
最近感動したこと プロテリアルとして一期生となる新入社員を迎え、若い人たちと新会社としての一步を踏み出すことができたこと。
福島県出身 60歳



先崎 正文
日立建機社長
1991年 日立建機 入社
2023年 代表執行役 執行役社長 COO
好きな言葉 ありがとう
最近感動したこと 就任の対外発表後すぐに、大学時代の恩師が当時のメンバーを集めてお祝いをして頂きました。ご期待に沿えるよう、誠心誠意努めて参ります。
千葉県出身 57歳



久井 大樹
三菱HCキャピタル社長
1985年 三菱銀行（現三菱UFJ銀行）入行
2021年 三菱HCキャピタル
副社長執行役員
2023年 同社代表取締役 社長執行役員

好きな言葉 平常心
最近感動したこと 旧知のイタリア人夫妻から「知り合っ
て30年記念イベント」を提案されたこと。長年育んできた
友情が素朴に嬉しかった。
福岡県出身 61歳

●春光会 ○退会

高萩 光紀（ENEOSホールディングス）
西山 光秋（プロテリアル）
辻本 雄一（日立建機）

●代表者交替 ○春光会会社

JX金属 林 陽一←村山 誠一
日立建機 先崎 正文←平野耕太郎
三菱HCキャピタル 久井 大樹←柳井 隆博

●事業協議会 ○入会



矢崎 幹人
損害保険ジャパン
常務執行役員



君島 崇史
ENEOSホールディングス
・ENEOS
常務執行役員



高倉 昌孝
JX石油開発
取締役副社長執行役員



小倉 靖
JX金属
執行役員



峰村 健
日立造船
執行役員



山本 徹
プロテリアル
執行役員



遠西 清明
日立建機
執行役CDIO



成瀬 望
三菱HCキャピタル
常務執行役員



佐藤 泰弘
三菱HCキャピタル
常務執行役員



鳥飼 淳一
SOMPOひまわり生命保険
取締役執行役員CSO

お知らせ

●事業協議会 ○退会

高山 知士 (損害保険ジャパン)
染谷 喜幸 (ENEOSホールディングス・ENEOS)
田中 晃 (JX石油開発)
諏訪邊武史 (JX金属)
石川 英司 (日立造船)
田宮 直彦 (プロテリアル)
先崎 正文 (日立建機)
竹田 真史 (三菱HCキャピタル)
竹本 雅雄 (三菱HCキャピタル)
金光 裕右 (SOMPOひまわり生命保険)

●代表者交替 ○会員会社

日立ドキュメントソリューションズ
瀧川龍一郎←荻原 淳
東京証券代行 木内 知明←海老原正之

日立ソリューションズ・クリエイト 南 章一←竹田 広光
日立プラントコンストラクション 久持 康平←稲田 康德
日立社会情報サービス 北川 高維←松谷 淳
SOMPOリスクマネジメント 中嶋 陽二←桜井 淳一
損保ジャパンDC証券 酒井香世子←村木 正大
日産クリエイティブサービス 宇都宮康夫←高橋 徹
ENEOSキャリアサポート 高田 隆史←鈴木 隆次
JX金属探開 香月 達也←成井 英一
プロテリアルトレーディング 寄谷 徹←向井 正樹
日本マリン 松本 克久←岩崎 一郎

●春光懇話会会員会社

○社名変更 (23.4.1)
三菱オートリース←三菱HCキャピタルオートリース
ロジスティード ←日立物流
○退会 工機ホールディングス (23.3.31)
日本ブレーキ工業 (23.4.30)

社名変更のお知らせ



物流は新領域へ。

その想いを社会の力に

変えるために。

世界を変える新しい力、それが物流の可能性だ。

私たちは業種を超えたパートナーとともに、

まだないイノベーションを起こしていく。

さまざまな社会課題に挑み、

これからのビジネスや生活が実現できる未来を創る。

だからLOGISTEEDは、物流の概念さえも変えていく。

誰もやっていないやり方で。

ロジスティード株式会社



わが社と町並み SOMPOひまわり生命保険 高松支社

活力にあふれ創造性豊かな瀬戸の都・高松

SOMPOひまわり生命高松支社は、お客さまの健康を応援する健康応援企業として、香川県民を中心とした皆さまの健康増進に向けた取り組みを行っています。

活動の拠点となる高松市は東西約23km、南北約36kmの中に、海、島、まち、山が詰まっています。ターミナル駅であるJR高松駅のすぐ近くには、瀬戸内海の島々にアクセスできる海の玄関口、高松港があり、市中心部から気軽に島旅に出かけることができるのが特徴です。

高松市の中心エリアには、国の特別名勝に指定されている文化財庭園の中で、最大の広さを誇る栗林公園があります。緑深い紫雲山を背景に6つの池と13の築山を配し、江戸初期の回遊式庭園として、すぐれた地割り、石組みを有し、木石の雅趣に富んでいます。春夏秋冬と四季折々の風物にも恵まれ、ここに咲く花々は、千本もの見事な手入れ松とともに、一步一景といわれる変化に富んだ美しさを醸し出しています。

高松市北東部に位置する屋島は、山登りやハイキング、野鳥や植物などの観察ができます。屋嶋城跡や屋島寺、展望台や水族館もあるほか、その周辺には、源平合戦の史跡が多く点在する牟礼や映画のロケ地となった庵治など、魅力あふれるスポットが満載です。そのため高松市における物理的・精神的シンボルであり、貴重な地域資源となっています。



SOMPOひまわり生命高松支社

また高松市から南西に1時間ほど車を走らすと、年間100万本以上のひまわりが咲く「仲多度郡まんのう町」があり、一面に黄色い花が咲き誇る夏の時期には人口を超える人々が訪れます。

ひまわりを特産品とするまんのう町と当社との親和性は大変高く、地域活性化や住民福祉サービスの向上、さらには健康づくりの推進を図ることを目的に、2022年5月に包括連携協定を締結しました。



栗林公園



屋島



まんのう町のひまわり畑

SOMPOひまわり生命保険 四国統括部 高松支社
香川県高松市紺屋町1-6 損保ジャパン高松ビル7階
☎050-2016-8622