

バンダイナムコアミューズメントのWeb社内報 動画社内報部門で「社内報アワード2024」グランプリ受賞 Web/アプリ社内報部門 媒体全体でもシルバー賞を受賞

株式会社バンダイナムコアミューズメント(本社：東京都港区／社長：川崎寛)が企画・運営するWeb社内報「BANAMIGONLINE(バナミーゴオンライン)」が、ウィズワークス株式会社が主催する「社内報アワード2024」の〈動画社内報部門〉でグランプリを受賞しました。



グランプリを受賞した企画「ざっくばらんに話しまSHOW」は、バンダイナムコアミューズメントおよび関連会社の従業員が忖度なしで自分の話したいことを社長にぶつけていくトーク形式のコンテンツです。コロナ禍で少なくなった「雑談」の時間を提供することで、経営陣と従業員、従業員同士の相互理解につなげていくことを目的としています。

アワードに応募した「ざっくばらんに話しまSHOW」のテーマは、アミューズメント機器「太鼓の達人」。プロデューサーや開発担当だけではなく、自社アミューズメント施設「ナムコ」で働きながらプレイヤーとしても大会で結果を残す従業員を交え、〈作り手〉と〈ファン〉それぞれの視点からクロストークする様子を広く社内公開しました。

そのほか、〈Web/アプリ社内報部門 媒体全体〉でシルバー賞、〈動画社内報部門〉で同じく動画を使った企画「バーチャル店舗視察」がブロンズ賞を受賞しました。

■「社内報アワード」とは

ウィズワークス株式会社が、社内報担当者のモチベーションアップと社内報の地位向上、社内報業界の活性化を目的に、「全国社内報企画コンペティション」の名称で2002年に開始した社内報の「企画コンクール」および「優秀企画の表彰&ナレッジ共有イベント」「ICP Session」の総称。1企画から応募できるため多くの企業にとって参加しやすいコンクールとして支持され、国内屈指の規模へと成長し、第15回に「社内報アワード」と改称しました。

【詳細は次ページ以降をご覧ください】

■Web社内報「BANAMIGONLINE」について

「BANAMIGONLINE」は、株式会社バンダイナムコアミューズメントが企画・運営するWeb社内報です。バンダイナムコアミューズメントでは従来「BANAMIGO(バナミーゴ)」という紙媒体の社内報を発行していましたが、フリーアドレスや在宅勤務といった新しい働き方に対応するべく、2021年3月に社内の誰もが見られて即時性・即効性の高いWeb媒体へと転換しました。全国に店舗があるため対面でのコミュニケーションが難しく、異なる部署間の人材交流の機会が少ないという課題にも対応しています。

「BANAMIGONLINE」の特徴

「BANAMIGONLINE」は、下記に挙げる三つの特徴で「記事数の増加→読者数の増加→興味関心・参加意欲の増加→記事数の増加…」という運営サイクルを回し、記事コンテンツ数・関わる従業員数を増やしています。

① たどり着きやすい・読みやすい工夫

社内ポータルサイトのトップに最新記事のサムネイルを配置することで、始業時にPCを立ち上げた際に必ず社内報の更新情報が目に入るようにしています。記事のサムネイルは小さくても気を引くよう、なじみ深い従業員の顔を大きく配置。記事内容にも写真や動画を多用し、「見て楽しい社内報」であることを心がけています。

② 他部署のことを気軽に知ることができる企画

全国でアミューズメント施設を運営し、さまざまな立場の従業員も読者層の中に存在していることから、各部署の事業・施策を簡単な言葉や写真・動画を使って分かりやすく説明した記事をそろえています。時には、Web社内報の編集部が実店舗やイベント会場に潜入し、体験した様子をレポート形式で記事にすることも。

③ 従業員を巻き込むライター制度

主に、社内の各部署の担当者がライターとなり、新店・新製品情報や啓発記事を直接執筆する「社内ライター制度」を採用しています。現在は50人以上がライターとして登録し、多角的なトピックスを発信しています。

「BANAMIGONLINE」人気記事



【マンスリーメッセージ】

取締役・執行役員による経営視点のメッセージ記事。ときには、経営陣に親近感の湧くカジュアルなブログも配信。



【バーチャル店舗視察】

全国の店舗を取締役がまわり、体験・実況する動画コンテンツ。店舗のリアルな様子を楽しく紹介する。



【たすけて! 法務 出張版】

パロディ景品や懸賞など、営業活動の中での法律上の落とし穴を防ぐために法務・知財担当が解説する人気記事。

「BANAMIGONLINE」基本情報 (2024年度の平均)

PV数	約 28,000 PV/月
アクティブユーザー数	約 2,700 人/月
滞在時間	約 5 分/記事
更新記事数	約 33 件/月

※ニュースリリースの情報は発表時現在のものです。発表後予告なしに内容を変更、中止することがあります。

■バンダイナムコアミューズメントの多彩な社内コミュニケーション施策

バンダイナムコアミューズメントでは、社内の多彩な人材を生かして互いの強みを伸ばし新しいことに挑戦していく風土を醸成するために掲げたUNITE(ユナイト)という合言葉をもとに組織を活性化する取り組み「UNITEプロジェクト」を2022年度からスタートしました。Web社内報は、UNITEプロジェクトの各取り組みの参加者募集・実施報告の場としても活用しています。

「UNITEプロジェクト」活動の骨子は、以下の三つです。

- ① コミュニケーションのきっかけづくり（交流会、ゲーム大会など）
→コロナ禍で減少したコミュニケーションの場を設計する。
- ② 相互理解・納得感醸成（部署紹介、対話形式のコンテンツなど）
→枠組みを超えた人材交流や、他部署の理解ができるような仕掛けを作る。
- ③ 知見交換・行動変容（ナレッジ共有・社内インターンなど）
→新しいアイデアを生み出したり、組織の仕組みを変えたりという価値創造を促す。

中には、ワークショップで有志の従業員から提案されたアイデアが発端になった活動もあり、働きやすい職場を自ら作ることに主体的にチャレンジできる人材の育成にも繋がっています。

UNITEプロジェクトの主な取り組み



【グッジョブ・カフェ】①コミュニケーションのきっかけづくり
カジュアルなランチ形式で経営陣と従業員が交流できる取り組み。各部署から選ばれた代表者が、自分や自部署の「グッジョブ」と褒められたい話を持ち寄って披露し、ざっくばらんに交流する場を企画。



【膝つき合わせ会（膝会）】②相互理解・納得感醸成
異なる部署やグループ各社の人材をあるテーマで意図的に対話のきっかけを作る取り組み。各地のアミューズメント施設の視察を絡めるためのアイデアとして、昨年からは「バスツアー」形式でも開催し人気イベントに。



【チャレンジャーカイク】③知見交換・行動変容
「過去の取り組みについて、ポジティブに議論できる風土の醸成」を目的に、過去の事業を振り返る施策。事業に携わっていたベテランの従業員にどのようなチャレンジと失敗を経験したかを語ってもらい、当時を知らない若手の従業員にも事業のナレッジを共有する。



【社内インターン】③知見交換・行動変容

短期間で別の部署の業務を体験してもらい、他部署間の相互理解とキャリア形成につながる機会を作る取り組み。普段は本社で勤務している従業員がアミューズメント店舗での勤務を経験できるなど、バンダイナムコアミューズメントならではの社内インターンの仕組みを形成。

■バンダイナムコアミューズメント 経営企画部ゼネラルマネージャー：池ヶ谷 裕太郎のコメント

バンダイナムコアミューズメントでは多彩な人材が活躍できる環境を作ることが大切にしており、広報部門に社内のコミュニケーションを活性化させる専門チームを設置し、社内広報（Web社内報）や組織開発（UNITEプロジェクト）を推進しています。そうした活動が、「社内報アワード2024」のグランプリ受賞という形で評価されたことを嬉しく思います。社内の交流がさらに活発になることで、よりお客さまに楽しんでもらえる価値創造につなげられるよう引き続き取り組みを進めてまいります。

■バンダイナムコアミューズメントとは

「ナムコ」「トンデミ」「ガシャポンのデパート」などのアミューズメント施設の企画・運営、「太鼓の達人」「釣りスピリッツ」などのアミューズメント機器の企画・開発・販売を手掛けています。バンダイナムコグループの「場」を担う存在として、体験を通じて感動を共有し、リアルエンターテインメントの価値を世の中に届けます。