

社内報アワード 2017 企画診断シート

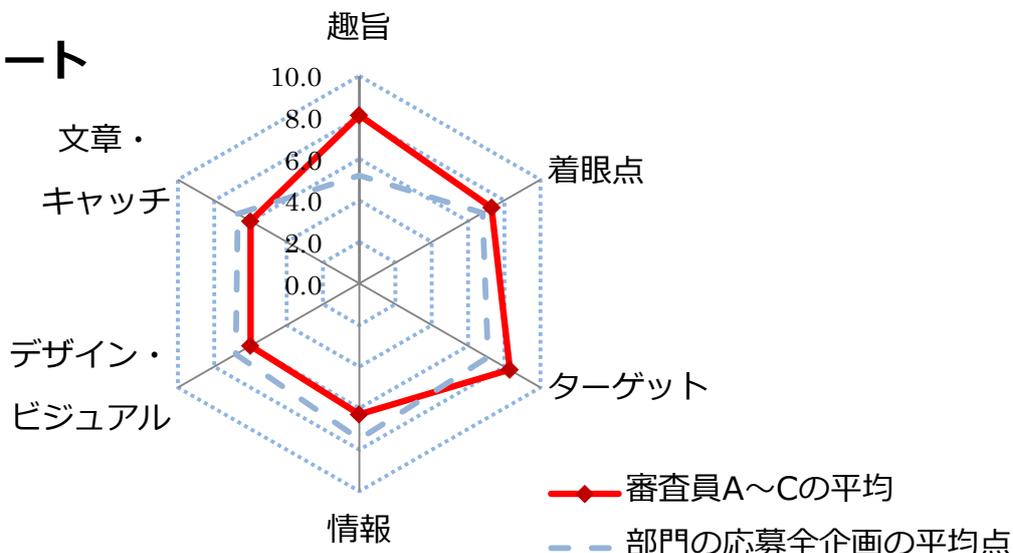
企業番号	XXXX	部門	社内報：特集・単発 8P 以上	誌名	○○○○○○○○MAGAZINE
企画番号	XXXX	社名	○○○○○○株式会社	企画名	20周年記念特集○○○○○○○○○

	項目	内容	部門の応募全企画の平均点	審査員 A	審査員 B	審査員 C	審査員 A~C の平均	倍率	評価点
企画	趣旨	<ul style="list-style-type: none"> 発行目的・編集方針に合っているか 企画の背景・ねらいは明確か 会社・社員の課題解決に役立つか 	5.2	8	7	9	8.0	×2	16.0
	着眼点	<ul style="list-style-type: none"> 会社・社員にとって大切なテーマか 時流を捉えたタイムリーなテーマか 独創性や斬新さのあるテーマか 	6.8	7	8	7	7.3	×2	14.6
	ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットは明確か ターゲットを意識した切り口か ターゲットに理解しやすいか 	7.1	9	8	8	8.3	×1.5	12.5
	情報	<ul style="list-style-type: none"> 情報はテーマや趣旨に即しているか 情報に過不足はないか 情報はバランスがよいか、偏りはないか 	7.5	6	6	7	6.3	×1.5	9.5
制作	デザイン・ビジュアル	<ul style="list-style-type: none"> 趣旨やテーマに合ったデザインか 内容・構成が適切で読みやすい誌面か 写真・イラスト・図表に工夫はあるか 	6.8	7	5	6	6.0	×1.5	9.0
	文章・キャッチ	<ul style="list-style-type: none"> タイトル・小見出しに訴求力はあるか 分量は適切か、表現はわかりやすいか 写真・図表などのキャプションは適切か 	6.7	5	7	6	6.0	×1.5	9.0

総合評価点

70.6

レーダーチャート



講 評

審査員 A

企画	評価	<p>若手社員に会社の歴史を共有することで今後のベクトル合わせをという本企画の目的は、急成長してきた貴社の10年、20年後の将来を考えると、特に重要であると推察します。創立20周年の記念ともなる本企画は、ご家族の皆さんにも、会社の成り立ちや現在の経営状況を理解して応援してもらう良い機会となったことでしょう。</p> <p>企画趣旨はよく練られていて高く評価できます。ただ、コアなターゲットである入社数年の若手にとっては、タイトルやリードの位置などが通常と違う読み慣れない構成が、わかりにくかったかもしれません。展開のドラマチックさに重きを置いたことは理解でき、それは奏功していますが、間口を狭めてしてしまったとしたらもったいないことです。</p>
	アドバイス	<p>未来を展望するコンテンツが素晴らしいものの、20周年というからには過去20年のより具体的な軌跡、例えば数字で従業員数の推移や業績の成長が表現されていたら、20周年記念ならではの「厚み」が一層増したように思います。</p>
制作	評価	<p>扉ページは創業者の創業時の思いが、混沌と可能性を感じさせる黒地に白文字で始まり、次の見開きは白ヌキのタイトルに背景は青色のアミがけされた過去20年の写真、白・黄のグラデーションが加わって、最後の見開きにはレインボーカラーが登場し、社員の集合写真の笑顔とともに明るい未来を想起させます。時間軸と思いの表現に、色の持つイメージが上手に使われて効果を発揮しています。</p>
	アドバイス	<p>誌面デザインでグッと引き込まれる分、余計に残念に感じたのが事務的な小見出しです。小見出しで読者の心をつかむことに、もっと貪欲になっていいと思います。せっかくの記事内容とデザインですから、キャッチーな小見出しでも読者を引き込んでみてください。</p>

審査員 B

企画	評価	<p>創立20周年の記念にふさわしい特集です。一般的な手法としては、創立からの20年を会社の業績や役員コメントと共に粛々と紹介してしまいそうですが、そうではなく、一つのノンフィクションとして構成しているところが秀逸です。まさに社内報ならではの20年史に仕上がっていました。</p> <p>社内報の企画には、自社の現状を伝える、情報共有、レクチャー効果などさまざまな役割を持たせることができますが、その一つに「誇りの醸成」というものがあると思います。というのは、読んだ社員が「この会社に入ってよかった」「この会社で頑張ろう」と思える、そうした気持ちを鼓舞することですが、本企画はこれを実現させた見事な企画でした。</p>
	アドバイス	<p>さらに割ける紙幅があれば…ですが、役員だけでなく現在頑張っている社員の皆さんを（最後の集合写真だけでなく）別の柱でも登場させてあげられたら、さらに読者に共感を持って読んでもらえる誌面になったと思います。</p> <p>また、20周年の節目を特集するのであれば、きちんとした数字データは誌面に欲しいところでした。応援してくれる社員のご家族の皆さんに安心いただくためにも、正確な数字を（もちろん公表できる範囲で）明記すべきだったと感じます。社内報は、会社の記録としての側面も持ちます。30年史、50年史を編集するときの貴重な資料であるとの自負を持って、今後とも貴社の歴史を記録していただけたらと思います。</p>
制作	評価	<p>社長をはじめ役員の方々の記事は、すべてご寄稿なのでしょうか。担当者が加筆されたのでしょうか。いずれにしても、全体に筆致が統一されていて非常に読みやすく、最後まで一気に読みました。</p>
	アドバイス	<p>掲載すべき情報が盛りだくさんなので難しいとは思いますが、特に読んでほしい重要な情報の周りには今少し余白を設けられると、その部分がより際立って目線を引きつける効果が期待できると思います。</p>

審査員 C

企画	評価	節目の年を社員の皆さんに意識してもらい、社内の求心力醸成に大いに効力を発揮した企画と思います。読後感としてとても温かな気持ちになるのは、編集者の会社への愛、働く人々への愛が貫かれているからだと思いました。
	アドバイス	企画そのものが全体的に素晴らしいのですが、ここまで作り込まれた記念企画だからこそ、あえて欲を言うならば、折り込みポスターのようないわゆる「飛び道具」や、イントラなど別ツールも用いた深掘りの連動特集なども見たかったと感じました。これは、貴社の事業内容ならではの「欲を言えば」ですので、次の節目を迎えられる際には、思い出していただけたら幸いです。
制作	評価	貴社の元気な社風が伝わってくる企画にふさわしいレイアウト・デザインです。読ませたい記事はしっかり読みやすい筆致で過不足なく書かれ、ビジュアルで見せたい記事は見やすく工夫されていて、どのページも飛ばすことなくしっかり読もうという気にさせられます。節目の記念号として、社員の皆さんが未永く保存してくれるに違いありません。
	アドバイス	どうすれば読む人の心に届くか、考え抜いてロジカルにコントロールされたデザインで、助言のつけどころが難しいほどです。無理に一つ見つけるとしたら、余白の少ない息苦しさですが、掲載された情報に価値を感じさせられるためか、あまり気になりません。