

社内報のめざす方向を明確にするためのワークシート

目的・ターゲット・媒体・発行頻度・コンテンツ方針を順番に整理しましょう。

カテゴリー	記入欄		備考	
社内報の発行目的 —— 何のために？			<発行目的の例> 従業員エンゲージメントの向上	
より具体的に考えましょう			<具体的な考え方の例> 【浸透度】 × 【従業員エンゲージメントの向上 6つの要素】 ----- 【浸透度】 ☐ 認知・理解 ☐ 共感 ☐ 実践行動 × 【従業員エンゲージメントの向上 6つの要素】 ☐ トップの思い、ビジョン、企業理念の浸透 ☐ 事業内容、取り組みへの理解促進 ☐ 社員同士のコミュニケーション醸成 ☐ 帰属意識の向上 ☐ 一体感の醸成 ☐ モチベーション向上	
誰に —— ターゲットイメージは？			<ターゲットイメージ/ヘルソナの例> ☐ 若手で、会社の事業への理解が薄い人 ☐ 社歴が浅く、会社の施設や福利厚生などの制度がわからない人 ☐ エバンジェリストとして組織を引っ張るような人 ☐ 他部署と関わりが少ない製造部門の従業員	
どこで —— 媒体は？	☐	冊子（A4チラシ、タブロイドなど）		
	☐	Web（イントラネット、社内ネットワーク、社内共有システムなど）		
	☐	デジタルサイネージ		
	☐	看板、掲示板		
	☐	他 []		
いつ・どのくらい —— 発行頻度は？	☐	毎日		
	☐	週1回		
	☐	月1回		
	☐	四半期に1回		
	☐	他 []		
コンテンツの方向性は？	何を伝えるか？			
	特集か？連載か？			
	伝え方/見せ方は？			
社内報のコンセプトワード —— 媒体がめざす姿				