



**成功事例の共有、モチベーション向上などの広報施策に
速報性や検索性で冊子とイントラネットを使い分け活用
徹底した社員取材による広報誌は全国コンペティションで4部門の賞を受賞**

ウェディングプロデュース・レストラン運営の(株)ノバレーゼ(本社:東京都中央区、浅田剛治社長、東証一部、資本金:6億円)は、紙媒体(冊子)とイントラネット(WEB・動画)を使い分け、成功事例の共有や社員のモチベーション向上につなげる社内広報を行っています。

社員の成功体験など人にフォーカスした企画や、イベント、社内施策、新規開業施設や新商品の紹介など比較的読み込む必要性のある情報は冊子で共有をはかっています。冊子は社員だけではなく契約社員やアルバイトにまで配布し、事業の方向性や考え方、企業文化までを網羅することで、全スタッフの意思疎通を図っています。

一方、社員が抱える課題の解決に役立つ検索性の高いもの(成功事例)や新規受注状況の報告など速報性の高いものはイントラネットを活用、内容によりブログ形式での閲覧や動画(社内テレビチャンネル)などメディアを使い分け社内で情報を共有しています。

一つのミスも許されない披露宴では社員同士のチームプレーが必須です。新規開業ごとに社員が全国から集まりチームが結成されるブライダル業界において、知らない者同士でも冊子やイントラネット上でつながり合うことで社員間の垣根を低くし、仲間意識を醸成する効果もあります。現場では、そうした各広報ツールで自身やチームが紹介されることを目指しており、モチベーションアップにもつながっています。

特に社内報(冊子)「ノバビタ」は、専任社員が全国をまわりスタッフを徹底取材する充実した内容で、昨年、社内報の研究機関から4部門において賞を受賞するなど、外部からも評価を得ました。

本ニュースレターではその社内報に加え、紙媒体(冊子)とイントラネットの特徴を活かした社内共有方法に関する当社の取り組みをご紹介します。



社員がメインの広報誌「ノバビタ」
右下は作文コンテストを冊子にした「Nコン」



ノバレーゼ、冊子とイントラネットを活用した広報事例

	名称	内容
紙媒体を活用	ノバピタ	<p>「社員にビタミンと元気を」をコンセプトにノバレーゼ・ビタミンの略で、2008年7月に月刊誌として第一号を発行した社内報。専任の社員が全国のスタッフを徹底的に取材し深掘した人物主体の内容で構成。優秀な社員や縁の下の力持ち、中途入社の人など、多彩な人物を毎号の企画やコラムで紹介。</p> <p>また人を喜ばせる業界ならではの「イイオトコ Jr」(美男子社員の紹介コラム)や「ハラタク伝説」(ユニークな社員の伝説コラム)といった遊び心のある企画も。</p> <p>昨年、社内報の研究機関が発表した「第11回全国社内誌企画コンペティション」でシルバー企画賞他を受賞。</p> <p>配布先にも特徴があり、対象は社員やアルバイト、内定者のほか希望に応じて退職者を含む。巻末にはそうした退職者向けの求人案内欄「戻っておいで～」も記載しており、家庭の事情などでやむを得ず退職した優秀な社員が再度、気軽に当社に戻って働ける環境づくりを整えています。</p>
	Nコン	<p>ノバレーゼコンテストの略で、2007年から毎年実施。</p> <p>仕事に対する情熱や現場で学んだエピソード、困難を乗り越えた達成感など、全社員が一年を振り返り作文として提出。</p> <p>年に一度、全社員が集まる社内イベント「NOVASPO」で優秀作品を表彰(優勝者は賞金30万円)するとともに、物語性が高いため冊子化し全社員に配布(共有)。</p> <p>事業拡大にともなう事業所の増加と点在で、情報共有が困難になってきており、社員たちの想いやエピソード、成功談を共有し、働くモチベーションを向上させるのが狙い。</p>
イントラネットを活用	ベスプラ	<p>ベストプラクティスの略で2008年から毎年実施。具体的な成功事例を全社員から収集。優良事例を表彰し、内容をイントラネットで共有。</p> <p>ドレスコーディネーターのコーディネート提案実例やブライダルプランナーのプロデュース実例など職種別のノウハウや販売方法を項目分けしデータベース化。</p> <p>あるテーマで課題に直面した社員が、該当項目をすぐに検索できる仕組みにしています。</p>
	週のば	<p>各人の営業成績やお客様からいただいたお礼のお手紙などを毎週月曜日にアップする週刊ノバレーゼ。頑張った社員、お客様に感動を与えお礼された社員など、各人の努力成果を共有。同期間や部署間の競争意識を促すツールとしても効果を発揮。</p> <p>コメントを書き込める機能もあり、成績優秀者には全国から「おめでとう」「素晴らしい」などのメッセージが届けられる。</p>
	ノバTV	<p>ノバレーゼTVの略で、社内テレビチャンネルとしての役割。主に商品説明や接客術、会場の作り方など、社員向けの教材コンテンツをアップ。ブライダルのHOWTO動画。</p>
	回覧	<p>新入社員の初受注や中途入社社員の紹介など、その日の旬の話題を写真付きで紹介。コメント欄もあり、全国から祝福や激励メッセージが届く。</p>



会社概要

- 【社名】株式会社ノバレーゼ[英文社名]NOVARESE, Inc.[証券コード]東証一部(2128)
 【住所】〒104-0061 東京都中央区銀座一丁目8番14号 銀座 YOMIKO ビル 4F
 【電話】03-5524-1122(代) 【設立】2000年11月1日
 【資本金】608,825千円(2012年12月末現在) 【代表者】代表取締役社長 浅田剛治
 【従業員数】1,038人(パート・アルバイト含む)(2012年6月末日)
 【売上高】2012年12月期 117億5,349万円(連結)
 【事業内容】ブライダル事業(婚礼プロデュース部門、婚礼衣裳部門、レストラン部門)、レストラン特化型事業

事業内容

■ 婚礼衣裳事業

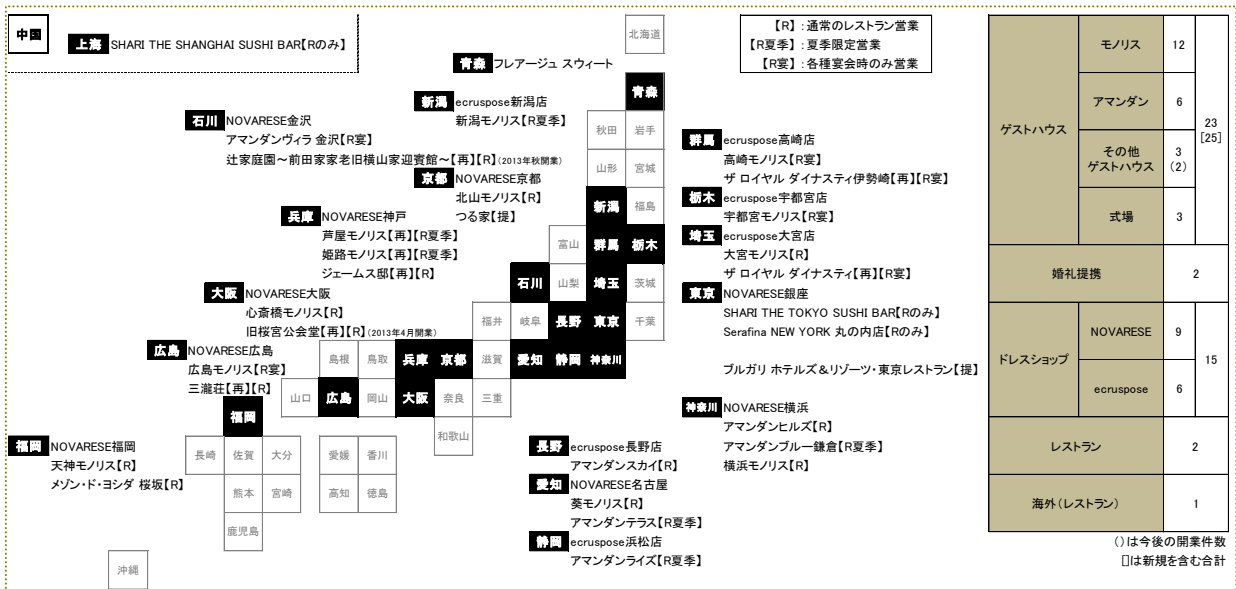
NOVARESE	取扱うドレスをイタリアブランドに特化し、洗練されたデザインの高品質なドレスを多様な品揃えで展開
ecruspose	シンプルで洗練されたデザインを打ち出す「NOVARESE」とは異なり、華やかでキュートなデザインのドレスを展開

■ 婚礼プロデュース事業

モノスタイプ	都市の中心地や閑静な住宅街など利便性の良い地域を対象に、洗練された都会的イメージと、高級感を演出するシンプルでスタイリッシュな内外装や空間建築を特徴とする施設
アマンダンタイプ	都市郊外で自然の景観に恵まれた地域を対象に、くつろぎと開放感のある高級リゾート感のあるウエディングを演出する、自然を活かした郊外型建築を特徴とする施設
再生施設	歴史的・文化的価値があり利便性の良い高付加価値建造物や、旧来型のホテル・専門式場を当社の開発・運営手法を投入し、蘇らせた施設(下記【再】)
フルージュタイプ	平均婚礼費用を上記3タイプより4割程度抑えた新ブランド。2011年3月に青森県に1号店を開業。既存の式場・ホテル・ゲストハウスを改装する再生物件に特化した施設
業務提携	レストランや料亭との提携施設で挙式・披露宴やパーティの受託運営(下記【提】)

■ レストラン事業

レストラン事業	挙式・披露宴施設において、披露宴の婚礼飲食や宴会飲食ならびに通常の一般飲食(ランチ・ディナー)を行うレストラン事業を運営(下記【R】)
---------	---



本件に関するお問い合わせ先

(株)ノバレーゼ 広報担当: 野原

TEL: 03-5524-1199 FAX: 03-5524-1133

E-mail: nohara@novarese.co.jp