

## 令和のいま、20代社員が起立で行う『超礼(ちょうれい)』に インナーブランディングに悩む経営者の見学が急増 月に約30社が参加 採用難・社員離職の改善目指す

企業や団体の「広報の自走化」を支援する株式会社ネタもと（本社：東京都港区、代表取締役社長：本村衆）は全社員で行う朝礼を『超礼（ちょうれい）』と名付け、2019年から5年間、毎朝行っています。

社内の情報共有や社員のプレゼン力向上、なにより社内文化の醸成を目的に続けられているこの『超礼』ですが、最近は取引先から見学希望が増え、業種・規模を問わず多くの企業経営者や役員らが参加しています。

2024年10月はこれまででも最多の28社が見学に訪れ、経営課題である採用・社員定着の改善に向けインナーブランディングのヒントを得ています。



### ◆PRを支援する会社だからこそインナーブランディングの必要性を痛感、5年前より取組み

当社はPR支援会社として様々な企業の広報を支援する事業を行っていますが、多くの企業と同様に、採用や社員定着に課題を抱えていました。

それら課題を解決するための広報手法として、経営に紐づく『パーパスの共有・共感』『インナーブランディング』が有効であることは自明ですが、企業文化を醸成するには長い時間をかけての地道な取り組みが必要となります。

顧客である企業の広報活動をサポートする立場である当社が、社員に理念を浸透させ切れていない状況であること、何よりも当社がインナーブランディングに取り組んでこそ顧客に最良のアドバイスができると考え、5年前より全社を挙げての“理念浸透プロジェクト”を開始しました。

『超礼』はそのプロジェクト活動の1つとなります。

### ◆“昭和型朝礼”を懐かしむ経営者、初体験の若手経営者 改めて見直される利点

5年間、毎朝の超礼は試行錯誤の連続であり、進行やルールをブラッシュアップしながら現在のカタチに至っています。しかし一貫して重視しているポイントは、以下4点です。

- ・全社員に届く大きな発声であること
- ・全社員が起立し、正しい姿勢で参加すること
- ・発表者は全社員への価値提供を意識すること
- ・人の発言を聞く際のマナーを意識すること

当社社員の8割以上が20代の若手であり、そうした令和世代が直立で声を張っている様子に、見学した経営者は「まるで昭和にタイムスリップしたようだ」と驚かれることも少なくありませんが、ほとんどの方は「懐かしい、昔はこうだった」「リモートワークで社員の顔が見えにくいので、やはり一堂に集まることは必要」など、時世的に廃れつつある習慣の良い点を改めて認識した方が多いようです。

# ネタもと

当社が意外に感じたのは、ベンチャー・スタートアップの若手経営者の反応です。

カルチャーショックを受けつつも、初めて見る光景に、「こうして毎朝、元気にスタートを切れば業務効率が上がる」「社員同士のコミュニケーションが活性化されているのを感じる」と、概ね自社に取り入れることができる要素を発見されています。

最初はいくまでインナーブランディングを目的に開始した『超礼』ですが、見学に来られた企業数は2023年11月からの1年間で61社に上ります。多くの経営者が当社のファンになって帰っていくことは社員にとっても自信につながり、より質の高い時間になるよう一人ひとりが前向きに超礼に臨む原動力になっています。



## ◆長期的に取り組むべきインナーブランディング PR＝経営の体現目指す

前述したように、インナーブランディング＝社員のファンづくりは一朝一夕に成るものではなく、長期的視点で経営が取り組むべきものです。当社でもまだ十分な成果を得たとは言いきれず、今後もより理念浸透を目指し継続していきます。

5年前からの当社の取り組みは、超礼だけでなく、社内報（※）や福利厚生の新設、キャリアビジョンの構築など多岐にわたりますが、活動当初に比べると、社員の定着率（入社～3年）は29.2%向上しています。また、経営者の理念に社員が共感することで、事業へのシンパシーも高まり、売上は5年前より174%増に伸びています。この好調要因にインナーブランディングがもたらした影響は小さくないと考えます。

※当社では『社員報』と呼称

稲盛和夫氏の言葉にも、「人生・仕事の結果＝考え方×熱意×能力」とあります。能力は人それぞれですが、考え方と熱意が同じ方向を向くことで、組織は強くたく成長します。今後も当社はインナーブランディングを強化することが企業の成長につながることを体現し、PRが経営に不可欠であることを広く企業に伝えてまいります。

## 【参考：現在の「超礼」内容】(毎日9:00開始、約20～30分)

- ① 各部共有事項の発表
- ② 全社目標に対する営業実績の進捗共有
- ③ 司会者より3分間でのプレゼンテーション
  - ・ボードに手書きでプレゼンテーション資料を準備
  - ・テーマは会社の理念・考えが1冊になった社内冊子「ネタもとLIFEBOOK」から選定
- ④ 社員1名より、プレゼンテーションに対して「プレゼンカ」と「プレゼン内容」のフィードバックをコメント  
オピニオンリーダーがプレゼンテーション後に、プレゼンカとプレゼン内容への評価を全社員の拍手にて、プレゼンに要した時間と併せ判定。合格であれば「ランチ代」として1,000円を支給
- ⑤ ミッション、ビジョン、行動指針もしくは来期に目指す組織の姿を定義した「ハイクオリティカンパニーの定義」を全員で唱和

## 【会社概要】

社名：株式会社ネタもと

所在地：東京都港区北青山2-12-16北青山吉川ビル4F

代表：代表取締役 本村 衆

事業内容：広報自走化支援、企業・団体と報道関係者をつなぐ各種PR支援コンテンツの提供

設立：2000年11月15日

URL：<https://netamoto.co.jp/>

<報道関係者からの問い合わせ先>

株式会社ネタもと 担当：柴山 (070-1389-0172)

TEL.03-3401-7777 FAX.03-3401-7788 E-mail.pr@netamoto.co.jp