

## FUJITSUファミリー会「広報」をリ・デザインしよう

会報「Family」をはじめとした広報活動の継続的な改善に向けて、例年、全国各支部の担当幹事や編集委員の出席のもとで開催されている全国編集会議。近年はコロナ禍のためオンラインによる開催が続いてきましたが、2023年度は3年ぶりに集合形式での開催となりました。読者のニーズに応える誌面づくりから、より良い配布・活用方法まで、対面ならではの活発な議論が交わされた、会議の様様をレポートします。

FUJITSUファミリー会広報活動のあり方

### 富士通と会員企業の双方に価値をもたらす 広報活動を

会報担当理事  
日本通運株式会社

大林 孝至 氏



FUJITSUファミリー会の広報活動には、全国および各地のイベントなどの活動紹介を通じて、会の目的の1つである会員同士の情報交換やコミュニケーションを活発にするとともに、ITをはじめとした先端の技術トレンドを発信することで、会員各社の情報収集や啓発に役立ててもらおうといった意義があります。

ただ、会員企業を対象としたアンケート調査によると、「会報の存在を知らない」という回答が増えており、せっかくのファミリー会の活動が十分に伝えられていないという課題も見えています。そうした危機感のもと、昨年「あるべき姿検討ワーキンググループ」の活動がスタートし、先日の代議員総会でも意見交換会が行われました（P4～6参照）。

他社ではユーザー会が解散するといった動きも見られますが、私たちFUJITSUファミリー会は、富士通と会員企業の双方に価値を提供し続けるという、しっかりとした成果を出していきたいと思っています。本日の会議の成果も、会報を通じて会員の皆さんに発信することで、より良い会報づくりに向けた意見交換につなげていきます。

会報「Family」2023年度編集方針

### 引き続きWebとの連動や支部情報の発信 強化に努めます

編集委員長  
株式会社エムエム  
インターナショナル

山宿 信也 氏



会報Familyは2021年度にリニューアルを実施し、判型を縦型から横型にするとともに、写真やイラストなどを豊富にして読みやすくする工夫を凝らしました。あわせて年6回発行から年4回発行に変更し、発行頻度が減少した分、ファミリー会公式サイトとの連動を強化してきました。冊子は掲載できる情報に限りがありますが、Webはより自由に、かつタイムリーに情報を発信でき、また動画との連動も可能というメリットもあり、今後も連動性を高めていく方針です。

2022年度も年4回の発行を継続し、特に408号では3年ぶりの現地開催とオンライン開催を交えた秋季大会の模様をお伝えしました。また、各支部の活動を紹介するコーナーを設け、冊子で伝えきれない内容はWeb連動記事で補うといった形で、情報発信の充実にも努めました。

2023年度も判型やデザイン、編集方針を踏襲し、引き続きWebとの連動や、各支部からの情報発信の強化に努めていきますが、そこで重要になるのが各支部との意見交換です。本日、対面での開催が復活した全国編集会議での活発な議論を、今後の誌面づくりに反映していきます。



## ファミリー会の求心力を高める改革とは

参加者の自己紹介によるアイスブレイクを経て、会報 Family およびファミリー会の広報活動をテーマとしたフリーディスカッションが行われました。

全国から集まった担当幹事の皆様からは、今後の誌面に求められる情報・話題や、地域の情報発信のあり方など、幅広い視点から忌憚のない提言をいただきました。

編集委員からも「日頃の編集会議で懸念していたことをはっきり指摘してもらえた」「今後の誌面づくりを考えるうえで貴重なヒントが得られた」など、確かな手応えを感じるコメントが聞かれました。

### 広報担当幹事よりひとこと

ファミリー会を継続するためには、いかに会員にとって有益な情報を発信できるかがカギになる。例えば最近では、ChatGPTなどの生成AIをどう利用するかが各社の大きなテーマになっているので、ルール作りの先行例など、タイムリーな情報があれば喜ばれるのでは。

九州支部担当幹事  
三和酒類株式会社 **山本 崇広 氏**

アンケート結果で会報を「知らない／読んでない」という声が目立ったが、それは関心を持ってもらえていないということ。例えば、社内システム運用に関する他社事例など、富士通のユーザー会だからこそ提供できる、会員に有益な情報発信に努めるべき。

関西支部担当幹事  
綾羽株式会社 **山本 敬生 氏**

地域情報については、各地の歴史や文化など「その地域に行きたくなる情報」も大切だが、加えて、「地域の社会課題を解決するヒントになる情報」も発信してもらえれば、会員企業のビジネスチャンスにもつながるのではないか。

東海支部担当幹事  
株式会社アドテクニカ **下村 聡 氏**

会員相互の情報交流の場にできれば、会員はもちろん富士通のメリットにもなるのではないかと。発信する側も、イベントや特産品といった地域情報だけでなく、各社の取り組み事例など、他社から見て参考になる情報を発信していく必要がある。

四国支部担当幹事  
株式会社アイネッツコム  
**村上 加良子 氏**

会報の限られた誌面の中で幅広い情報を伝えてもらっているが、結果として総花的になってしまう恐れもある。例えばファミリー会の魅力である「異業種交流」などにターゲットを絞って、そこを掘り下げてみてほしい。

関東支部担当幹事  
FITEC株式会社 **田中 聡 氏**

会報がターゲットとするのは経営層や管理職など40代以上が中心だと思うが、若い世代に向けた記事があっても良い。世代によって意識が異なるので、当社の社内報は入社1～2年の若手が編集しているように、作り手にも若手の目線が必要だと思う。

信越支部担当幹事  
鍋林株式会社 **中山 孝之 氏**

(オンライン参加)  
各地方の情報を充実させることも大切だが、私たち地方の会社からすれば、東京など都市部の情報に興味がある。先ほど話題に出たChatGPTについて、当社でも社員からの質問が増えているので、都心の企業の先進事例があれば、ぜひ紹介してほしい。

中国支部担当幹事  
株式会社中国新聞システム開発  
**上田 久志 氏**

会員企業のメリットがどこにあるのかを考えると、私も「異業種交流」ではないかと思う。同業内での交流の場はあるが、異業種との接点はユーザー会にしかない魅力。奇をてらう必要はないので、そうしたメリットを活かして、地道な活動を続けてほしい。

北陸支部担当幹事  
株式会社くみあい電算センター  
**窪田 勝則 氏**

会報が若い世代の目に届いていないのは、会員各社の担当者が社内に展開していないからだと思う。若手を含めた社内コミュニケーションに役立つよう、例えばeスポーツなど、若い世代が興味を持つようなコンテンツを充実させてはどうか。

北海道支部担当幹事  
株式会社ノベルズ  
**宮部 真利子 氏**

ファミリー会の魅力をより良く伝え、ファンを広げるために

## 広報の役割・施策を見直し、再定義する

全員参加でのフリーディスカッションに続いて、4つのテーブルに分かれて、ファミリー会広報の課題を洗い出し、新たな施策を検討するワークショップが行われました。

前半は「ファミリー会の認知度向上施策について」をテーマに約30分、後半は「2023年度の会報Familyについて」をテーマに約20分にわたって活発な討議が交わされ、最後に各グループの代表者から討議結果の発表・共有が行われました。その中から、主な意見をご紹介します。

### Group A



編集委員長  
株式会社エムエム  
インターナショナル  
山宿 信也 氏



信越支部担当幹事  
鍋林株式会社  
中山 孝之 氏



四国支部担当幹事  
株式会社アイネツコム  
村上 加良子 氏

#### ファミリー会の認知度向上施策

- ◆「そもそも認知度とは」「認知度を向上する意義は」など、ゴールを明確にしないと具体的な施策にはつながらない。
- ◆活動に参加していない「休眠会員」を、いかに掘り起こすかも重要な課題。
- ◆信越支部では会員企業の研修にファミリー会のプログラムを組み込むことで、多数の参加につながっている。こうした取り組みがヒントになるのでは。

#### 2023年度の会報Family

- ◆会報そのものの質は非常に高い印象があるので、そのレベルを継続してほしい。
- ◆内容やターゲットを絞るのは容易ではない。Webとの連動により、冊子では間口を広げ、興味を持った話題を公式サイトとの連動記事で深掘りする形が良いのでは。

### Group B



編集委員  
株式会社ITAGE  
梶浦 博志 氏



関東支部担当幹事  
FITEC 株式会社  
田中 聡 氏



関西支部担当幹事  
綾羽株式会社  
山本 敬生 氏

#### ファミリー会の認知度向上施策

- ◆認知度向上を図るには、ファミリー会の取り組みについて会員企業内で共有いただく必要があるが、その際「どの部門におすすぬ」といった大義名分があれば展開しやすい。
- ◆例えば「女性向け」を掲げたイベントは人気も高く、「楽しかった」など評価も高い。
- ◆参加者を増やすには、取り組みのバリエーションを増やすとともに、参加へのハードルを下げる仕組みも必要。

#### 2023年度の会報Family

- ◆会報のpdf版をWebサイトでも閲覧可能だが、pdfは読みにくい。Webでも読みやすくできないか。
- ◆年4回のうち1回はすべて動画記事にしてみるなど、思い切った取り組みで反応を見てはどうか。
- ◆きっちり作っている印象はあるが、もっと楽しい誌面でも良いかも。ある意味で「素人っぽさ」があった方が親しみやすい。



ファミリー会の魅力をより良く伝え、ファンを広げるために

## 広報の役割・施策を見直し、再定義する



### Group C



会報担当理事  
日本通運株式会社  
大林 孝至 氏



東海支部担当幹事  
株式会社アドテクニカ  
下村 聡 氏



北海道支部担当幹事  
株式会社ノベルズ  
宮部 真利子 氏

#### ファミリー会の認知度向上施策

- ◆ イベントを紹介して終わるのでなく、例えばセミナー受講者が自社内に持ち帰って実践するなど、アウトプットの機会につなげてもらいたい。
- ◆ メール配信だと見落とされる恐れもあるが、紙の冊子で発行・配布することで目に止まり、手を取ってもらえるという意義がある。

#### 2023年度の会報 Family

- ◆ コンテンツごとに「経営層向け」「技術者向け」「若手社員向け」などタグ付けしてターゲットを明確にすることで、読んでもらいやすくなるのでは。
- ◆ 表紙はシンプルで良いデザインだが、パッと見で各号の掲載内容が分からない、目次を表紙に持ってきてはどうか。
- ◆ 各号のテーマ選びから各支部の担当幹事が参画するような仕組みがあっても良い。

### Group D



編集委員  
FITEC 株式会社  
星 さゆり 氏



北陸支部担当幹事  
株式会社  
くみあい電算センター  
窪田 勝則 氏



九州支部担当幹事  
三和酒類株式会社  
山本 崇広 氏

#### ファミリー会の認知度向上施策

- ◆ ファミリー会の価値や意義を伝えるキーワードは、やはり「異業種交流」。このキーワードを活かしたコンテンツづくりが重要になるのでは。
- ◆ 他団体（会員企業の会合など）の集まりの場でファミリー会を紹介できるツールがあるとよい。例えばICTトレンド記事のまとめなど。

#### 2023年度の会報 Family

- ◆ 横型だとラックに置いた時に隠れてしまうのが欠点。表紙で内容を示すなど、手に取ってもらうための工夫が必要。
- ◆ メルマガなどでも、読むかどうかはタイトル次第なので、読者の興味を引き付けるようなタイトルを工夫してほしい。

#### 事務局より

途中休憩を挟みつつ3時間に及んだ全国編集会議は、初対面のメンバーも少なくなかったものの、顔を見ながら話せる距離感が奏功して、互いに忌憚のない意見をぶつけ合う有意義な機会となりました。

熱のこもった議論は、その後の懇親会にも続き、参加者の多くが二次会に出席するほどの盛会となりました。この日、培われた関係性が、これから地域の枠を越えて活発な交流につながっていくことを期待しています。ご参集いただいた皆様、貴重なご意見をいただき、ありがとうございました。

今後も誌面やWebサイトを通じて、より良い会報づくり、より良い広報活動につながる双方向のコミュニケーションに努めてまいります。本記事をご覧いただいた皆様も、ぜひ、ご意見・ご要望をお寄せください。

●お問い合わせ・ご意見はこちらまで

FUJITSUファミリー会事務局  
E-mail:contact-familykai@cs.fujitsu.com