

Press Release  
【報道関係各位】

**全国社内報企画コンクール**  
**社内報アワード 2019、マクロミルの『ミルコミ』がグランプリ受賞**  
**紙、Web、動画の 3 部門で受賞した唯一の企業に**

2019年10月17日

株式会社マクロミル

(コード番号 : 3978 東証一部)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 グローバル CEO：スコット・アーンスト 以下、当社）の社内報『ミルコミ』が、ウイズワークス株式会社主催「社内報アワード 2019」※1の社内報部門（紙）において、優れた企画に授与される「ゴールド賞」を受賞するとともに、さらにその中から 1 作品だけが選ばれるグランプリを受賞しました。また、Web 社内報『NOW』と動画社内報も、それぞれ Web 社内報部門・動画社内報部門にて「ブロンズ賞」を受賞しました。合計で 6 つの賞を獲得し、紙・Web・動画社内報の 3 部門で受賞したのは、応募企業 195 社のうち唯一です。

当社では、紙・Web・動画をはじめ主要な社内メディアの企画・取材・撮影から編集・デザインまでのすべてを自社内で行う珍しい社内広報体制を 2002 年の初号発行当初より続けています。これにより、「情報発信スピードの高速化」「ナレッジ増幅による恒常的アップデート」「効果的なメディアミックス」を実現してきました。人材の流動化・多様化、働く人の価値観の変化が進む近年、当社では社員のエンゲージメント向上や一体感醸成、強固な企業文化を醸成するためのインターナルコミュニケーション活動を重視し、これらを通じて“組織の実行力”を高めていくことに取り組んでいます。



社内報『ミルコミ』が「ゴールド賞」およびグランプリを受賞

■ 受賞内容

媒体名	企画名	受賞名
社内報『ミルコミ』	十年後の笑顔	ゴールド賞 (グランプリ)
	実録 先輩たちの修羅場	ゴールド賞
	わたしが夢中になれること	シルバー賞
	Vision が組織を強くする	ブロンズ賞
Web 社内報『NOW』	早朝オフィス散歩	ブロンズ賞
動画社内報	全社 MVP 表彰	ブロンズ賞

## ■ 講評（一部抜粋）

### ・ 社内報『ミルコミ』「実録 先輩たちの修羅場」

失敗談をレベル分けして紹介したり、最後に励ましメッセージを載せたりと、紙面構成の工夫が見られ、最後まで読ませる展開になっています。感情移入してもらおう表情を撮影するなど、失敗談を伝えやすいようビジュアルも工夫されており、個人の体験もリアルに綴られていて編集能力の高い社内報です。

### ・ 社内報『ミルコミ』「十年後の笑顔」★グランプリ受賞

誌面全体に広がる破顔一笑の表情に驚きました。この写真を感じつつ、マクロミルでキャリアを重ね続ける理由を端的に表した見出し、簡単な経歴とモチベーショングラフに目を通すだけで、10年以上にわたる登場者それぞれの豊かな物語が想像できます。写真の圧倒的なリアリティーに、感受性と想像力が刺激されました。

### ・ Web 社内報『NOW』「早朝オフィス散歩」

朝型の働き方を薦める御社の方針が、自然に伝わるユニークな企画です。始業時には、当日の早朝出勤者の様子が分かり、確かに「自分もやってみようか」と読者に思わせることができていると思います。Web の最大の特長である「速報性」を最大限に活用した手法であることを評価します。

### ・ 動画社内報「全社 MVP 表彰」

若手社員が成長し、ついに MVP を取得した経緯がドラマチックに紹介された動画です。顧客からのメッセージで始まる点もサプライズ効果があり、同僚の方々の評価が入っていたのは臨場感があって大変素晴らしいと思いました。本人も観ている社員も感動したことでしょう。編集も凝っており、全体感としてよく仕上がっています。

## ■ 媒体概要

### ・ 社内報『ミルコミ』

開始時期：2002年10月

配布対象：国内のグループ会社を含む社員・アルバイト

発行部数：1,450部

内容：コンセプトは、「マクロミルの“リアル”を伝える」。  
事実の裏にあるストーリーや、社員一人ひとりの本音に深く迫ることで、社員が何かを考えるきっかけを得たり、刺激を受けたりすることを目指す。  
企画・取材・撮影から編集・デザインまですべて内製し、発行頻度は3カ月に1度。



社内報『ミルコミ』

### ・ Web 社内報『NOW』

開始時期：2013年9月

閲覧対象：国内のグループ会社を含む社員・アルバイト

PV数：20万PV/月平均

内容：コンセプトは、「マクロミルの“今”を伝える」。  
当社の関連ニュースや社内状況などをタイムリーに発信する社内メディア。  
Webの特長を活かし、情報キャッチから掲載まで最短5分程度で行うこともある。  
毎日複数回、情報を更新し、社員には1日に複数回アクセスされている。



Web 社内報『NOW』

・ **動画社内報『全社 MVP 表彰』**

開始時期：2019年1月

閲覧対象：国内のグループ会社を含む社員

放映日：半年に一度開催するキックオフ（全社会議）で放映

内容：目的は、表彰演出を盛り上げ、受賞に対する納得感や重みを醸成すること。キックオフの会場において、本動画の放映で全社 MVP を発表。主に受賞者の入社以降の成長ストーリーと、お客様や社員からの祝いメッセージで構成し、受賞者へのサプライズにもなっている。

■ **2019年の当社社内報の受賞実績**

・ **2018年度経団連推薦社内報審査**

主催：一般社団法人 経団連事業サービス 社内広報センター

受賞：優秀賞（Web 社内報『NOW』）および総合賞（社内報『ミルコミ』）

参考 URL：<https://www.macromill.com/press/release/20190314.html>

以上

※1 社内報アワード 2019 公式サイト：<https://wis-works.jp/award/>

※2 出所：ESOMAR Global Market Research 2013年/2014年/2018年。当社は2012年および2013年から2017年にかけての売上高の年平均成長率（4カ年および5カ年 CAGR）が同レポートに記載されている largest 25 global marketing companies の中で最大（但しヘルスケア IT サービスプロバイダーである IQVIA（元 IMS Health）を除く）

■ **株式会社マクロミルについて**

マクロミルは、高品質・スピーディな市場調査を提供する、国内インターネット・マーケティング・リサーチのリーディング・カンパニーです。市場シェア No.1<sup>※</sup>の豊富なりサーチ実績とノウハウをもとに、お客様のマーケティング課題解決に向けて最適なソリューションを提供しています。世界 19カ国、40以上の拠点を展開しており、世界に誇れる実行力と、時代を変革するテクノロジーを統合し、唯一無二のグローバル・デジタル・リサーチ・カンパニーを目指します。

（※ オンライン・マーケティング・リサーチ市場シェア=マクロミル単体及び電通マクロミルサイトのオンライン・マーケティングリサーチに係る売上高（2018年12月末時点の12ヶ月換算（LTM）数値÷日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）によって推計された日本のMR業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分（2018年度分））（出典：日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）2019年7月1日付第44回経営業務実態調査）

**会社概要**

資本金：971百万円（2019年6月末時点）

代表者：代表執行役社長 グローバル CEO スコット・アーンスト

本社：東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F

事業内容：マーケティングリサーチ事業

設立：2000年1月31日

売上高：44,279百万円（2019年6月期）

URL：<https://www.macromill.com>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル コミュニケーションデザイン本部 下瀬

TEL：03-6716-0707 MAIL：[press@macromill.com](mailto:press@macromill.com)

URL：<https://www.macromill.com>