b.社内コミュニケーション活性化

社内報の活用促進による風通しの良い一体感ある組織風土の醸成

社内報を重要なコミュニケーションツールと位置づけ、魅力ある誌面を目指しデザインとコンテンツを充実化。タイムリーな会社の動きを盛り込むとともに、社員同士の顔が見えるコンテンツも充実させ ることで職場内コミュニケーション活性化につながっています。また掲示や社内イントラのほか、個人向けの デジタル配信も加えることで一人ひとりに情報の浸透が図れる取り組みも始めました。 **一体感ある風通しの良い職場風土の実現**に向け、測定指標として職場力調査を導入し、その結果を活用することで社員の**エンゲージメント**を高めます。

職場力調査の実施状況	22年度（23年2月）	**23年度（23年10月）**
有効回答数（人）	919	**1,016**
職場力総合スコア（エンゲージメント）	65.3	**67.9**

いい会社づくり委員会の活動推進

組織風土醸成を目的に若手社員を中心としたメンバーでいい会社づくり委員会「EKD委員会」を通じて、**ボトムアップのコミュニケーション**企画を提案実行しています。従業員の認知も高く多くの共感と支持を集めています。活動例として、働きやすい環境づくりとして、社内美化活動、挨拶運動、喫食サービスの充実や社員同士のコ ミュニケーション活性化を目的に全従業員を対象とした、交流イベントの企画実行、社内報の誌面を活用 した社員のリレートークなどを掲載。

～ ONE TEAM ONE GOAL～を目指し**社員主体の一体感ある風土醸成**に取り組んでいます。