

信頼性の高い ニュースソースを活用し、 ESG経営を目指す

最先端の技術で空調を核に、設備全般の設計・監理・工事請負をワンストップサービスで取り組む新日本空調株式会社。設立から50年を迎えた今年、ESG経営※を軸としたSNK（新日本空調）ブランドの再構築に着手し

た。その一環として、広報セクションでは新たな企業理念の浸透とブランディング化に、また技術本部では、その高い技術力を支える情報収集の手段に、日経スマートクリップplusの活用を始めている。

※ESG経営…環境（Environment）、社会（Social）、企業統治（Governance）の3つの側面を視野に入れて企業の長期成長を目指す取り組み

新日本空調株式会社／事業内容：空気調和、冷暖房、換気、給排水、衛生設備等の設計、監理ならびに工事請負

導入サービス：日経スマートクリップplus

導入のきっかけ

設立50周年を迎えた節目の年、次代に向け広報セクションを一新。日経スマートクリップを導入しESG経営とIR活動を促進。

日本で初めてエア・コンディショナーを製造し、「技術のキャリア」と呼ば

れた東洋キヤリア工業株式会社。1969年にその工事業業部が分離独立し、新日本空調株式会社は誕生した。世界を席卷した高い技術力とパイオニア精神を受け継ぎながら、独自のエンジニアリングシステムをもって、オフィスや店舗、病院等の身近な環境づ



新日本空調株式会社様

経営企画本部 ESG 経営戦略室 コーポレートコミュニケーション課長

星野 昌亮氏

技術本部 技術管理部部長

伊藤 孝信氏

くりから、クリーンルームや恒温室、原子力施設等の産業空間の創造、地域冷暖房によるエネルギー供給まで、空調を核とした創造エンジニアリングを展開している。

2019年10月1日に設立から50周年を迎えた同社。これに際し、より

企業価値を高めていきたいと2018年6月から「SNKブランド戦略」を進めてきた。全役職員とステークホルダーの声を取り入れながら、若手社員を中心に新たな企業理念を制定。2019年8月1日からは新しいロゴマークの使用も開始している。

これから先 50 年に向かい、新たな企業理念を掲げて歩み始めた当社では、企業理念の浸透とブランディング化のため、広報のあり方を見直した。どのように変化したのか、経営企画本部 ESG 経営戦略室 コーポレートコミュニケーション課長の星野昌亮氏が話してくれた。「『SNK ブランド戦略』として企業理念を再構築するなかで、軸となったのは、環境（Environment）、社会（Social）、企業統治（Governance）の 3 つの側面を視野に入れた ESG 経営でした。弊社はこれまでも社会の環境変化に応えながら事業展開してきましたが、多様化する社会に求められ続けるためには、今後さらに ESG 経営、ESG 投資にも目を向けていかなければなりません。そのために肝要なのは、ステークホルダーの皆さまからのご意



新日本空調株式会社の新しいロゴマーク

見やご要望をしっかりと受けとめていくことです。従来の広報課の業務は、一方向からの情報発信でしかありませんでした。しかし ESG 経営を実行していくためには、双方向のコミュニケーションが必要です。広報セクションとしてよりコミュニケーションを活性化していこうと、名称も ESG 経営戦略室 コーポレートコミュニケーション課に変更しました」。

社内外の情報伝達を活発にすべく、最初に尽力したのは新たな SNK ブランドの浸透だ。設立 50 周年記念サイトを立ち上げたほか、IR 活動にも注力。そのなかで情報を戦略的に活かそうと、クリッピング業務にも尽力する。しかしながら、その手法は広報課時代同様、アナログなものだった。毎朝、全国紙や専門紙など合計 6 紙をチェックし、気になる記事を見つけては、切り貼りをしてまとめる。手作業のため 1 時間から 1 時間半ほどを要し、その負担は大きかったという。手間をかけることなく、効率的に情報収集はできないものかと、その手段を模索していた。

同社では技術本部でも同様に、情

報収集における課題を抱えていた。当時の状況を、技術本部 技術管理部長の伊藤孝信氏は振り返る。「弊社は高い技術力を評価いただけていますが、その期待に応え続けていくためにも、情報収集は肝要です。そのため、同業の情報や新技術、ゼネコンの動向などを、広報セクションとは別に技術本部でも独自に記事を収集していました。全国紙や専門紙、さらに全国各地の一般紙にしか載らないような専門的な情報も欲しかった。しかし、全国の一般紙は本社でとることができないため、各支店で集めた情報を一度本社で集約し、まとめ直してから各支店へ送り返すという作業を行っていたのです。作業の無駄と時間のロスが大きく、著作権を気にしながらのアナログな共有が課題となっていました」。こういった課題を解決すべく、技術本部では全国の情報を本社で一度に収集できる効率的な手段を検討。数社トライアルを利用してみて、導入に至ったのが日経スマートクリップ plus だった。その理由を伊藤氏が教えてくれた。「日経スマートクリップ plus は細かな検索条件に対応しており、精度の高



コーポレートコミュニケーション課長 星野氏

い情報を収集できます。この有用性はもちろんのこと、サービスのメリットを十二分に受けられるよう、担当者が手厚くフォローアップしてくれたことが決め手となりました。というのも、私たちが求めている技術情報は、大まかな条件設定だと何万件と記事を拾ってしまい、收拾がつかなくなってしまう。そのため、導入の時点でいかに我慢強く条件設定できるかが、このサービスを上手に活用するカギとなるのです。初期設定の段階で、担当者がじっくり時間をかけて相談に乗ってくれたので、有益な情報収集が実現できました。さらにサービスの利用を継続していくと、現時点ではホットな話題でも、数カ月先には必要なくなることもあるでしょう。その都度生じる条件変更にも、細やかに対応してもらえ

るのもありがたいですね」。使い勝手のよさをトライアルで実感し、導入を決定。これを受け、同じく効率的な情報収集手段を探していたコーポレートコミュニケーション課でも、導入に至ったのだという。

導入後の効果

RPAを活用し、 情報共有まで20分で完了。 必要な情報と、新たな発見の ある情報を、効率的に共有。

コーポレートコミュニケーション課と、技術本部でサービスが導入され、どのような変化が生まれたのだろうか。まずはコーポレートコミュニケーション課について、星野氏に聞いてみた。「今まで手作業で1時間から1時間30分かけてクリッピング業務を



技術管理部長 伊藤氏

行っていたのが、情報共有まで20分もかからなくなりました。弊社では配信記事をまず私がチェックし、必要な情報を取捨選択してから情報共有していくのですが、私一人が配信記事のすべてをチェックしては、あまり効率的とは言えません。そのため、ロボットによる業務効率化システムであるRPAを活用し、配信記事のなかから自社記事だけは自動で私に通知がされるようにしています。該当記事は社内イントラサイトに挙げられるので、それを私がチェックし、新しいソリューション、技術、それらを開発したニュースリリースなどを拾い上げ、関係部署、ボードメンバーに配信して完了です」。RPAを活用することで担当者の負担軽減につながり、より効率的なクリッピング作業が実現されているという。

また、技術本部では、業務の効率化以外に思わぬ効果も得られたようだ。「地方の話題であっても本社で一括して情報を集められるようになり、作業量を大幅に圧縮できるようになったのはもちろんですが、それ以外にも、思わぬメリットがありました。従来のように人手で記事のピックアップをす

ると、無意識のうちに個人的な興味が記事の選別に影響を与えてしまい、得られる情報の幅が狭くなってしまいがちでした。しかしこのサービスなら、選り好みなく、設定した条件にマッチした記事がピックアップされる。余計な先入観が入らない分、純粋に、目的に合致した情報が偏りなく得られるため、必要な情報はもちろんのこと、思いがけない新たな“発見”のある情報まで得られるようになったのです。アイデアやひらめきが功を奏す技術部門として、これはうれしい収穫です。著作権侵害を気にしないで良くなった点も、楽になりました」。

今後の展望

クリッピングを見直す際、 信頼できるニュースソースを 探す視点が大切。 情報収集は“投資”と考えて。

コーポレートコミュニケーション課

と技術本部の2部門で本サービスを導入し、それぞれに有効活用している同社。最後に、これから導入を検討されている方へのアドバイスを星野氏からいただいた。「クリッピング業務で重要なのは、瞬時に、幅広く情報が集められることです。しかしながら、だからといってRPAだけを使って、ネットの情報を検索すればいいというわけではありません。ネットの情報は玉石混合で、その中から正確な情報をロボットが選別するのは、難しいのが現状です。その点新聞は、裏付けの取れたニュースソースであるため、本サービスを利用すれば信頼性の高い情報を効率的に得られる。つまり、本サービスの導入は情報戦略のための投資になるのです。クリッピング業務を見直すときには、効率化ばかりに目を向けるのではなく、ニュースソースの信頼性という視点も大切にしてもらいたいですね」。

日経スマートクリップ



0120-751-202

株式会社日本経済新聞社デジタルサービス法人デスク

(平日 9:30-17:30)

<http://telecom.nikkei.co.jp/guide/relevance/smart/>