

クリッピングサービスで 業務の効率化に成功。 情報の即時共有も実現

生産設備の制御・運転監視を行う分散形制御システムを世界に先駆けて開発し、石油、化学、電力、鉄鋼、薬品、食品など、さまざまな産業の発展を支えている横河電機株式会社。2019年には、「世界で最も持続可能な100社（Global 100）」※にも選出されるな

ど、持続可能な社会に貢献する企業としても世界的に知られている。そんな同社では、ペーパーレス化や業務の効率化を目指し、日経スマートクリップplusを導入。出張が多い経営層への即時情報共有も実現するなど、さまざまな成果を挙げているという。

※カナダの出版社および調査会社であるコーポレート・ナイツ社が、世界の主要企業に対して持続可能性評価をし、上位100社を選出したもの。世界有数のサステナビリティ指標のひとつとされる。

横河電機株式会社／事業内容：制御事業、計測事業、航機その他事業

導入サービス：日経スマートクリップplus

導入のきっかけ

「紙はいらない」という
上層部のリクエストを踏まえながら、
早朝業務の負担軽減など
クリッピング業務の課題を
解消できる手段を模索。

「より豊かな人間社会の実現に貢献する企業」を目指し、制御、計測、情報をはじめ、多岐にわたる分野でグローバルに事業を展開する横河電機株式会社。事業の中核である制御事業においては、エネルギー、化学、鉄鋼、

横河電機株式会社様
マーケティング本部
コミュニケーション統括センター
広報室



水などをはじめとするさまざまな分野で生産効率の向上に取り組むほか、CO₂排出量と資源使用量の削減や、工場の安全確保など、さまざまな課題を解決に導いている。今年1月には、スイスで行われた世界経済フォーラム（ダボス会議）に合わせて発表された「世界で最も持続可能な100社（Global 100）」にも選出され、サステナビリティの観点からも、世界的な評価を得ている同社。そのネットワークは、世界60か国、100社を超え、広報活動もグローバルに展開している。

そんな同社では、広大な事業領域に対応するための幅広い情報収集の手段として、以前は広報担当者がかなりの時間と労力を割いて、手作業によるクリッピング業務を行っていたという。マーケティング本部コミュニケーション統括センターの広報担当者は、当時をこう振り返る。「以前は広報室のメンバーが2人ペアになって、1週間ごとのローテーションを組んでクリッピング作業を行っていました。クリッピングの担当になった週は毎日、朝7時半には出社して、全国紙と産

業紙合わせて10紙をチェックし、経営層に当社の重要記事を共有。そこから、切り抜いたり貼りつけたりといった作業が終わるのは9時くらいでした。クリッピングしたものを経営層に共有するため、決まった部数を用意し配布するのに、さらに30分ほどかかっていました」。

しかし、そうして時間と労力をかけてまとめた情報を、出張の多いトップ層に共有すると、目にするのは何日も後というタイムラグが生じることもたびたびあったという。「そういったクリッピング業務に対する問題は、広報のメンバーもかねてから感じていました。さらに、広報部門のトップが

デジタルな世界に精通した者に代わった際に、『紙はいらないから』とはっきりと言われまして。そこで、社内の働き方改革の動きが出てきたタイミングに合わせて、クリッピング業務も本格的に見直すことにしたのです」。

同社では、作業担当者の早朝業務の負担軽減やペーパーレス化など、ク



統合生産制御システム「CENTUM VP」

リッピング業務に関する課題の解決と、なるべく広報部の手間をかけない即時性のある情報共有を目指して、新たな方法を模索。複数のサービスを検討した結果、最終的に導入に至ったのが、日経スマートクリップ plus だったという。広報担当者は、本サービスを選んだ理由を次のように語る。「対象媒体の種類の多さや、欲しい情報を得るために設定するキーワードの見直しができるだけでなく、営業担当の方のサポートがとても細やかだった点が決め手となりました。導入前にトライアルを行い、費用はかかっても、それ以上に得られるメリットの方が多いと実感できました」。

導入後の効果

業務の効率化や、ペーパーレス化を実現しただけでなく、出張の多い上層部への情報の即時共有も可能になるなど、さまざまな効果を実感。

同社では、本サービスの導入により、クリッピング作業の効率は格段に向上したという。作業担当者の負担軽減はもちろん、トップから要望のあったペー

パーレス化や、出張の多い経営層に対する情報共有のスピードアップも実現することができた。「以前は、記事をクリッピングする作業に、2人体制で1時間半ほどかかっていたが、今では本サービスによって届けられた情報を、広報の手間をかけずダイレクトに配信することで、7時台には経営層に行き渡らせることが可能になりました。メールやアプリを使った配信なので、外出先や出張先でも簡単に読める点も好評です。また、情報を届ける対象も広がりました。かつては経営層だけに共有していたのですが、今は各事業部の代表者まで配信できるようになったので、『自分の部内でも広めた方がよい』と感じた情報に関しては、それぞれの代表者が各部内に伝えていくようです。こういった点も、『広報室まで紙面をコピーしに来てください』と言っていた以前に比べて、変わったと思います」と担当者は話す。

さらに、目で見えて手作業で行っていた作業が自動化されたことによる、記事の抽出精度の変化について伺ったところ、「現場の人間がこれまでやってきたことを、すべてその通りにとはい

きませんが、それでも、『広報部の手間をかけない』という本サービス導入時の目的を叶えながら、かなりの部分を置き換えることができていると思います」と満足している様子だ。

なお、同社では、より記事抽出精度を上げるために、キーワードを細かく設定したり、頻繁に見直したりという調整を、現在も念入りに行い続けているという。「『これはヒットしてほしい』という記事があったり、逆に必要のない記事がヒットしてしまったりという時に、営業担当の方に相談すると、『じゃあ、このキーワードを入れましょう』とか、『このキーワードを落とせばピックアップされなくなります』など、毎回とても丁寧かつスピーディーに提案してもらえます。そうやって地道に調整を重ねたことで、情報の精度はずいぶんと高くなったと感じています」。

今後の展望

キーワードの見直しを継続的に行うことで、情報収集の精度をさらに向上させることを目指す。

最後に、今後どのようにサービスを利用していききたいか、担当者に伺った。「弊社では、本サービスを導入する前のトライアル期間から今まで、営業担当の方と相談し、ピックアップされる情報の設定をかなり細かく調整しながらサービスを利用してきました。変化する事業の状況に合わせ、必要な情報も変わってくると思いますし、より精度の高い情報を収集していくためにも、こういった調整作業はこれからもずっと続けていきたいと思っています。本サービスの導入を検討されている方も、トライアル期間をしっかりと利用するなどして、より自分たちにマッチする利用法を見つけていってもらえたらと思います」。

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/>