

情報収集～共有まで クリッピングをワンストップに！ 作業時間を大幅に減少させ 分析時間を確保

一人ひとりの個性に応じた学習法である公文式学習（KUMONメソッド）を、日本を含め世界62の国と地域で提供するKUMON（2023年12月時点）。グループ全体の中核として本社機能を担う株式会社公文教育研究会の広報部署では、コロナ禍を経てリモートワー

クが定着するなかで紙運用を止められないクリッピングの業務運用に課題を感じデジタル化の検討をスタート。他サービスとの比較検討の末、ペーパーレスで場所を選ばず多くの情報収集がかなう、日経スマートクリップplusの導入に踏み切った。

株式会社 公文教育研究会 / 事業内容：算数・数学、英語、国語（母国語）、フランス語、ドイツ語、日本語、書写、学習療法などのフランチャイザーとしての教材の研究開発、制作、指導法の研究、ならびに教室の設置・運営管理。児童書、絵本などの出版および教具、知育玩具など教育関連商品の開発ならびに販売

導入サービス：日経スマートクリップplus

導入のきっかけ

コロナ禍の影響を受け
これまで当たり前に行っていた
紙運用に限界。
記事の選定から共有まで
ワンストップで実施するため
デジタル化の検討を開始。

「われわれは、個々の人間に与えられている可能性を発見し、その能力を最大限に伸ばすことにより、健全にして有能な人材の育成をはかり、地球社会に貢献する」という企業理念のもと、個人別教育による人材の育成を通じた

株式会社公文教育研究会様
広報部
広報チーム 山中 亨太氏

社会貢献を目指すKUMON。2023年3月時点ではフランチャイズを中心に、日本15,400教室、海外に8,300教室を展開するグローバルカンパニーである。

公文式教室を運営する指導者のサポートを担当していた山中亨太氏が広報に異動したのは2021年2月。まさにコロナ禍の最中だった。広報担当としての業務は、社外からの問い合わせ窓口、社内向けの情報の発信と収集、さらにKUMONの活動や学びにつながる情報を提供するオウンドメディア『KUMON now!』の企画・制作から公式SNSの運用まで多岐にわたる。当時、クリッピング作業は広報部署のメンバーで分担をしながら紙ベースでの運用を行っていた。「コロナ以前は、新聞各紙は広報メンバーが目検で確認しピックアップした記事を紙に切り貼りし、他メディアは業務を委託したクリッピングサービスから、紙にスクラップした記事とそのクリッピング記事に相対するリストデータを納品してもらっていました。しかし、コロナ禍で入社制限がかかる日もありリモートワークを前提とした働き方に移行するなかで、誰かが入社しないと記事を

確認できない状況ではメディア情報の収集と共有を紙で運用していくのは限界があることは目に見えていました。一度は、当時依頼していたクリッピングサービスから納品されるリストデータをもとに各メディアを確認するという方法を試してみましたが、それではとても業務が回らず断念せざるを得ませんでした」紙運用を止められない限り、情報にどうしてもタイムラグが生じてしまう。順番に出社する当番制にしても、担当者が突然の事情で休むことになれば誰かが急遽出社する必要がある。いち早く紙での運用に課題を感じていた山中氏は、クリッピング作業をすべてデジタル化し情報収集から記事の共有までワンストップで実施できるような新しいクリッピングサービスの導入を提案したという。

クリッピングの全工程をデジタル化できること、そして幅広い媒体からスムーズに必要な情報を収集できることを軸に探していたため、おのずと該当するクリッピングサービスは絞られた。しかし、これまで人の目を通して丁寧に拾い上げてきた情報をデジタル化することで担保できるのか？その検証



広報部広報チーム 山中亨太氏

と人力と遜色のない運用構築のため、ツール導入にあたっての準備には長く時間を要したそう。

「私たちがクリッピングで集める情報というのは、世の中の教育情報全般にあたります。広い視点で集めた教育情報から学習する子どもたちや保護者を取り巻く環境はどのようになっているのか？を分析するわけです。これまで、収集した情報を1カ月ほど蓄積し、ある程度の情報が集まってから分析をしていましたが、ツール導入によって便利になる分、そのスパンをもっと

短くすることも可能となります。しかし、これまで長くルーティンとして実施していた運用には、理由となる利点があり、ベテランメンバーの経験も含めこれまで蓄積してきた知恵があります。それらを無駄にしないためにも、長めのトライアル期間を設けてもらい、メンバーと一緒に日経スマートクリップ plusのサポート担当の方に、使い方のレクチャーを受けながら時間をかけて、導入後の運用を決めていきました」

導入後の効果

1~2時間かけていた クリッピング作業時間を 30分に短縮！ 正確な情報収集のために 伴走するサポート担当とともに チューニングを重ねる日々。

トライアル期間と他社のクリッピングサービスとの比較検討を経て、2023年11月にツールの本採用をスタート。現在は、業界の特性上どうしても複雑になる記事の選別を最適化するために、伴走するサポート担当とともに、収集される記事の最適化に取り組んでいるという。「記事が掲載されている媒体のカテゴリに影響されることもあり、現状ではまだ私たちが目検でピックアップする記事とシステムで設定した計算式で自動収集される記事に若干ズレがあるので、過不足なく記事を収集するための設定のチューニングを実施しているところです。例えば、具体的な企業名だけでなく、弊社の事業内容とマッチする教育関連の情報にヒットしやすい『子ども』『育児』などのキーワードを設定したり、それによって不要な記事が多くピックアップされてしまわないよう

に検索対象となるカテゴリを設定したりといった細かな検索条件の調整ですね。このようなチューニングは、導入直後だけでなく、今後も事業内容や環境の変化に伴ってずっと続いていくと考えています。日経スマートクリップplusでは『こういう記事を見たい』『こういう記事は不要』というオーダーを出すと、サポート担当の方がすぐに対応して翌日のクリッピングに間に合うように動いてくれるので、とても心強く感じています」

一方、日々のクリッピングされた記事を確認するための作業時間はほぼ半分まで減少。ツール導入前には、1~2時間かかっていたものが30分ほどで完了できるようになったという。「ツール導入前は新聞をめくったり、Webビューアーで紙面上のすべての記事に目を通していましたが、今は自動収集された記事を順番に確認していけばいいので作業時間は大幅に削減できましたね。また、場所を選ばずに電車での移動時間を活用してスマホで記事確認ができるのも利点のひとつです。もう一つ、デジタル化でかなえたかったことは、一定の品質を保って記事の選定をすることで

した。紙運用をしていた頃は、媒体ごとに担当分けをしていたために、記事の選定基準に個人の感覚による微妙な差がありました。今は同じ条件でピックアップされた記事を確認することができようになったので、個人差を埋めるためのやり取りをする時間も不要となり効率化につながったと思います」

今後の展望

時間的な余裕が生まれたことで メンバーに見られた意識の変化。 少しずつ使う機能を増やしなが ら、今よりもっと事業成長を 後押しできるような情報を 社内に提供していきたい。

「広報が収集した情報が、今後KUMONの事業領域の拡大や事業成長の後押しになれば嬉しい」と、今後の展望について山中氏は語る。「そのためにも、広報メンバーにかかる業務負担はなるべく効率化していきたいですね。実際、ツールを導入し時間的な

余裕が生まれたことで、『記事があった／なかった』という視点から、『情報がどのように報道されているか』『この情報をどのように活用していくか』という方向にシフトしているのを感じています。運用開始したばかりなので、今は広報メンバー全員が新しいツールに慣れること、見るべき記事を過不足なくシステムで集められるようにチューニングすることの2軸に重きを置いています。欲しい情報を集められる基盤がきちんと整ったら、コメント機能を使って各記事の注目ポイントをツールに書き込むなど、現状はまだ活用できていない日経スマートクリップの便利な機能を使いこなしていきたいと考えています」検討にかける時間を惜しまずに導入にあたって失うものがないよう、丁寧に運用を固めてきた山中氏。その言葉からは、これからも一歩ずつ問題をクリアしながら着実に階段を上がっていくという固い決意が感じられた。

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/>