

ペーパーレスの クリッピングサービスで、 「業務効率の改善」に追い風

日本を代表する経営者のひとり、稲盛和夫氏が、1959年に設立。創業から60周年を迎える現在では、ファインセラミック部品、半導体部品、電子部品、太陽光発電システムなど事業を拡大し、世界規模のエレクトロニクスの総

合メーカーへと成長を遂げている。多角経営企業であるため、必要な情報は膨大。情報収集作業には人手も時間もかけていたが、日経スマートクリップを導入したことで、作業効率化、経費削減に成功している。

京セラ株式会社様／事業内容：産業・自動車用部品事業、半導体関連部品事業、電子デバイス事業、コミュニケーション事業、ドキュメントソリューション事業、生活・環境／その他の事業、研究開発事業

導入サービス：日経スマートクリップplus

導入のきっかけ

多角化経営の企業だからこそ、
収集すべき情報は多い。
4～5人で毎日4時間程度をかけ、
手作業で行っていた
クリッピング業務が、
日経スマートクリップで
負担なく、効率的に実現。

日本の高度経済成長右肩上がりの1959年。石油化学や自動車、家電といった製造業が隆盛し始めた時代だ。京セラ株式会社は自社のさらなる発展を同社の製造する高品質なファインセラミック部品で支え、幅広い同業種企業の躍進に貢献。硬度や剛性といった機械的特性、熱膨張や耐熱衝撃性といった熱的特性など様々な特長を持つ

京セラ株式会社が設立されたのは、

THE NEW VALUE FRONTIER
KYOCERA



京セラ株式会社様
広報室本社広報課
責任者 宇佐美 賢氏

高品質な部品は、その時代の多様なニーズに応えられたという。

日本の製造業の発展とともに、同社の事業領域も拡大。ファインセラミック部品に始まり、自動車やスマートフォンなどに使われる半導体部品や電子デバイス、太陽光発電システムを中心とした環境エネルギー製品、セラミックを使ったキッチンナイフなど、産業から生活まで、幅広い分野において世界規模で事業を展開している。

グローバルに幅広い事業を展開する同社だからこそ、どんな会社であるのか、社会に向けて効果的なメッセージを発信する必要がある。広報室本社広報課はそのための活動に、さまざまな角度から取り組んでいる。事業内容をPRするためのマスコミ向けの説明会や、小さな部品についてもタイムリーにニュースリリースを配信。さらに、経営トップとの距離を縮め、会社への理解を世間に深めてもらうために、記者と経営トップ以下、役員幹部との懇親会を開いたりするほか、四半期に一度、社長自ら決算会見を行い、マスメディアへの露出も増やしながら、京セラ株式会社のメッセージを発信している。

それらの広報活動をより効果的に行うためには、同社に関する報道内容や、露出度を正確に取りまとめて把握しておくことは大切だという。そのためのクリッピング作業は、手作業で時間のかかるものだとしても毎朝、行っていた。一般紙や専門紙など約 20 紙ほどの新聞を同課のメンバー 4~5 人が手分けして確認。自社から関連グループ会社、さらにはスポンサー活動を行うスポーツチームについても掲載記事の一つひとつ拾っていき、記事を切り抜き、コピーを台紙に貼り、完成したものをコピーして役員や幹部に回覧していたという。当時の作業を振り返り、広報室本社広報課責任者の宇佐美賢氏は「“京セラ”という文字を見つける作業を目視で行っていたため、ヒューマンエラーがしばしば発生していました。作業開始から役員への回覧まで 3、4 時間かかってしまい、情報共有できるのが午後になってしまうことも。手間はかかるのに情報の漏れがしばしばあること、タイムリーさに欠けることなどが大きな課題でした」と語る。問題意識を抱えていたそんな折に、それらを解決する手段として、日経スマートクリップの提案があっ

たという。全社的にも業務効率化の動きが高まるなか、サービスの検討が進んだ。宇佐美氏は続けて、「記事を検索するキーワードや配信条件、コメント入力機能など、サービスの詳細と自社での作業内容を照らし合わせ、細かく確認。そのうえでトライアルを行い、現状の手作業によるクリッピング業務と再比較した結果、情報の質が高まり、自動化することで作業時間も短縮され、クリッピング業務が効率化ができると確信し、導入を決定しました」と話す。

導入後の効果

**作業効率化、コスト削減、
情報共有の速効性など
多くの効果を実感。
単なる記事の自動収集に
留まらない、充実した機能も魅力。**

日経スマートクリップを導入し、現在、役員を含めて100名ほどがサービスを利用している。自社、関連グループ会社、関連する財団、スポンサー活動を行っている各チームの記事をキーワードで設定。競合他社についても、経営の動向や新製品の情報などは拾い上げるようにしているそう。配信された記事を



京セラ本社ビル

全社で共有する際は、重複を避け、重要度の高い記事を厳選して配信している。精度の高い情報を効率的に収集できるようになり、作業負担が大幅に軽減されたという。「これまで 4~5 人のメンバーで午前中を費やし、コピーや回覧のための集約作業をしていましたが、サービス導入後は、担当者 1 人の手によって約 30 分以内で記事の選別から共有までを完了できるようになりました。幹部への情報共有も、これま

では13時頃に行き渡る形でしたが、今では始業直後の9時台にはメールで配信できるようになりました。部署のコピー費も50%以上削減できています」。日経スマートクリップは、作業効率化、情報共有の速効性、コスト削減など、様々な面で効果を発揮。特に作業効率化がもたらしたメリットは大きく、取材対応やマスメディアへのPR活動、ニュースリリース制作など、広報の主要業務に時間をかけて取り組めるようになったという。また、ある事業所では、広報から配信されたクリッピング記事をファイルにまとめ、商談に



「クリッピングにかかる時間が大幅に短縮された」と宇佐美氏は話す

活かしているそうだ。最新情報をタイムリーに共有できる環境が整ったことで、以前より情報を効果的に活用できるようになったのもうれしい変化だそうだ。

このように日々サービスを活用する中で、管理者向け機能の一つである「配信記事のおすすめ設定」を改めて便利だと感じているという。これは、重要な記事に、管理者がマークやコメントを付けて、強調や補足をすることができるようになった。どのように活用しているのか、宇佐美氏は教えてくれた。「クリッピングされた記事が単なる情報の羅列では、『この記事は、このような目的で読んでもらいたい』という、広報の意図まで共有することができません。しかし、日経スマートクリップは記事へのコメント機能があるので、『●月●日にインタビューを受けた際の記事です』とか、大きな記事では『何行目に京セラの記述があります』など、手作業時と同様に記事のフォローができます。デジタルとアナログの中間の、気持ちのよいところを実現できている。この点は、導入の大きな決め手になりました」。作業負担を軽減するため自動化を推進したいが、羅列した記事を配信するだけでは

広報の役割は果たせない。コメント補足など、クリッピング担当者向けの充実の機能は日経スマートクリップの大きな魅力だという。続けて宇佐美氏は話す。「外出先でも記事がチェックできるよう、スマートフォン向けアプリも利用しています。こちらでは見出しと一緒にコメントが出てくるので、コメントの内容で記事に優先順位をつけ、選べるのが便利です。ほとんどの役員は出張が多いので、出先からでもタイムリーに確認できるようになったと好意的な反応が届いています」。

今後の展望

**日経スマートクリップで
自動収集される記事は
精度、鮮度ともに高水準。
今後は現場のニーズにも対応し、
より専門的な情報も収集して
さらにサービスを活用したい。**

幅広い事業領域を持つ企業の広報と

して、その責務を果たすためには、事業に関する最新情報を漏れなく、効率的に収集していくことが重要。その手段として、日経スマートクリップはとても有効だと、うれしい声を聞かせてくれた。最後に、今後の要望を宇佐美氏に伺った。「日経スマートクリップが配信する情報の精度や新鮮さは、とても満足のいく内容です。しっかり活用すべく、広報から全社的に配信をして情報を共有していますが、一方で現場によって求める情報は変わるため、より専門分野に特化した情報も得られるようにしていきたい。今でも競合他社の情報を収集していますが、経営的にベンチマークしている企業に限定されています。現場や各担当者のニーズに合わせた情報がかバーできるよう、日経スマートクリップの対象媒体が、雑誌やインターネットの記事、海外の記事など、より多岐に渡って広がっていくこと期待しております」。

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/>