

スカパーJSAT 株式会社様
経営管理部門 広報・IR部長 加茂 弘子氏



スカパーJSAT株式会社
(SKY Perfect JSAT Corporation)
東京都港区赤坂 1-8-1 赤坂インターシティ AIR
事業内容：宇宙事業 メディア事業
<https://www.skyperfectjsat.space/>

コロナ禍でも 全社員へスムーズな記事共有 幅広い情報収集で社会の変革に適応

スカパーJSAT株式会社は、アジア最大の衛星オペレータとして静止軌道上に16機の衛星を保有。有料多チャンネル放送と衛星通信サービスを提供する国内唯一の事業会社だ。日本最大の衛星有料多チャンネルプラットフォーム「スカパー！」は、加入者数約300万を誇り、多種多様なエ

ンタテインメントを提供。日本・アジア・オセアニア・ロシア・中東・太平洋・北米向けに衛星通信サービスを提供している。同社では、2018年に日経スマートクリップを導入。サービス導入前の課題や導入後の効果について、広報・IR部長の加茂弘子氏にお話を伺った。

導入サービス：日経スマートクリップplus

導入のきっかけ

以前は「新聞の切り抜き」が主流 情報共有のスピードと質に課題

スカパーJSAT株式会社の広報・IR部は、企業広報や企業ブランディング、株主・機関投資家対応を担当。ステークホルダー（社会・株主・ユーザー）へ適切な情報開示・発信を行

い、上質なコミュニケーションを築くことで、企業価値の向上に寄与することをミッションとしている。ステークホルダーには自社の社員も含まれており、社内コミュニケーションの活性化も重要と考え、社員に対する適切かつタイムリーな情報提供にも力を入れている。

新聞記事を始めとする情報の収集とその共有は、広報・IR部の重要な業務の一つだが、以前は他社と同様、紙の新聞を切り抜き共有していたという。記事は複写がみとめられていないため、回覧にも時間がかかっていた。「役員には切り抜いた紙の記事を配布していたため、記事が共有されるのが午後になってしまうこともあり。役員のデスクにあるトレイに、数日前の記事が残っているケースさえあったのです。その他の社員には『この紙面

にこのような記事が掲載されました』といった通知をしていました。当然、情報を全社員に提供するには不完全な状況だったわけです」社員が記事を読みたいと思ったら、メールの内容を頼りにネットで検索する。あるいは、役員の席で現物を見せてもらうしかなかった。「当社は、他の会社に比べて役員にも話しかけやすい社風があるとは思いますが、若い社員にはハードルが高いでしょう。また、当人が在席していない

ときに、デスクに置かれた紙の記事を
勝手に見るわけにもいきません」

紙の新聞記事を共有しては、世
の中の動向に社員が追いついていくた
めには不十分。よりタイムリーかつ効
率的な方法の必要性を強く感じてい
た。さまざまなサービスを検討し、日
経スマートクリップを導入することに
決定した。

導入後の効果

全社員が配信情報をビジネスに活用 新たな価値創造のきっかけにも



日経スマートクリップ導入後は、広報・
IR 部のスタッフ 3 名が分担し、それ
ぞれが担当する媒体の記事をチェッ
ク。配信される情報をすべて共有する
と情報のリーチにかえて問題が生じ
るため、自社や関連業界の情報を中
心に記事を抽出してから、役員を含
む全社員にメールで共有している。また、

取材を受けた記事は、その旨のコメン
トを付けたいうでで展開する。

「サービス導入後は、記事の配信が午
後になってしまうことはなく、午前中
の 11:30 までには全社員に共有でき
るようになりました。業務効率は大幅
に向上したと実感しています。

また、以前は、取材を受けた記事は、
その都度複写の許諾を得て記事を社
内共有していましたが、その手間も削
減できました。

役員も、『あのときの記事の件で〜』
などとサービスで共有された情報をも
とに議論することも多くなり、ビジネ
スの重要な情報がタイムリーに共有さ
れていると感じています」

導入当初こそ社員にデジタル化による
戸惑いはあったものの、すぐに操作に
慣れて使いこなせるようになった。役
員だけでなく一般の社員も記事を共有
できるようになったことで、活用シー
ンも大きく広がったという。

「ある社員は、取引先とのコミュニケー
ションの際に、話題を提供するために
利用しています。当日だけでなく、数
日前の記事を探して話のきっかけにす
ることもあるようです」

同社では、2017 年までファックス型
のクリッピングサービスを利用してい
た。あらかじめ設定したキーワードに
したがって、記事がファックスで送信
されてくるものだ。ファックス型では、
設定するキーワードが多過ぎると、送
信枚数が何百枚にも及んでしまう。

「社会情勢が激しく変化するのにした
がって、取り組もうとする事業領域も
広がり、必要とするキーワードも増え
ています。ファックス型では制約のか
かるキーワードも、デジタルのサービ
スなら無制限に選ぶことができます。
また、ファックス型から現行のサービ
スに移行したことで、紙の省資源化が
実現できたのも大きなメリットといえ
ます」

同社では、部署を問わず同じ情報を
提供するようにしている。例えば、同
社が手がける宇宙事業とメディア事業
では、必要とする情報は大きく異なる
が、社員が自分の関わる事業以外の
情報を得ることで、新たな価値を創造
できる可能性も生まれているという。

「サービス導入後、以前から対象とし
ていた媒体に加え、『日刊工業新聞』
『日本海事新聞』『日刊自動車新聞』『日

刊水産経済新聞』『日本証券新聞』
『株式新聞』など、確認できる専門
紙が大幅に拡大しました。情報を受け
取る側は、スマホなどでシチュエー
ションを問わず情報を確認できま
す。情報共有のスピードだけでなく、
その利便性も全社的に大きく評価され
ています」さらに、同社がもっとも
サービスのメリットを実感するきっか
けになったのが、コロナ禍だ。広報・IR 部の担当者も自宅にいなが
記事の抽出・共有作業を行える。
もちろん、役員・一般社員も自宅で
情報を受け取り活用できる。
「当社でも、コロナ禍によってリモート
ワーク中心の働き方に一気に切り替わ
りました。もしもリモートワークへの
移行後もファックス型のサービスを継
続していたら、情報の共有は不可能
だったでしょう。ファックスを持ってい
る広報・IR 部のメンバーは少ないで
すし、そもそも何十枚もの記事を各メ
ンバーの自宅に送るわけにもいきませ
ん。2018 年からこのサービスを運用・
活用していましたので、問題なく情報
収集・共有の体制を維持することが
できたのです」

今後の展望

雑誌の共有で専門情報の収集力を強化 新しい働き方との親和性も高める

同社では現在、新聞媒体に加える形で雑誌クリッピングの導入も検討中だという。同社はデジタル版も含め20誌ほど購読しているが、デジタル版は全社員の共有はできないため、部内で閲覧するのにとどまっているようだ。「現在、雑誌の共有が課題になっています。雑誌は専門的な情報を収集するのにとても有効なのですが、必要な部数を購入して回覧しているのが現状です。リモートワークが広がった今、オフィスに雑誌を並べておいても誰も読むことができないので、雑誌クリッピングの導入により利便性を向上させたいと思っています」

また現在、情報の共有は自社にとどまっているが、グループ企業への配信も検討しているようだ。

最後に、日経スマートクリップの導入を検討している企業の担当者に向けて、あらためてサービスの魅力をお聞きした。

「日経スマートクリップは、リモートワークを導入している環境にとってもなじみやすいサービスだと思っています。今後、新しい働き方を導入する企業には不可欠のサービスといったいいか

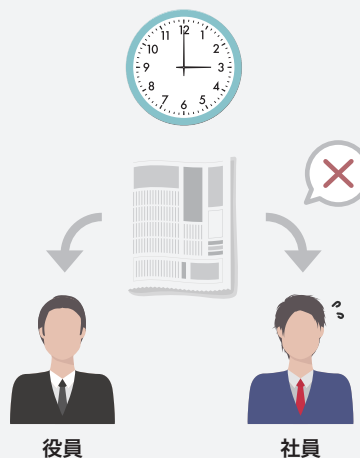
もしれません。

私達は今、社会が目まぐるしく変化する時代にいます。世界が今後どうなっていくのか、誰にも予測できません。そんな時代に適応するために、あらゆ

る分野の情報を幅広く収集・共有する手段を整備することは、企業にとってきわめて重要だと考えています」

サービスの導入で新時代の情報共有に適応

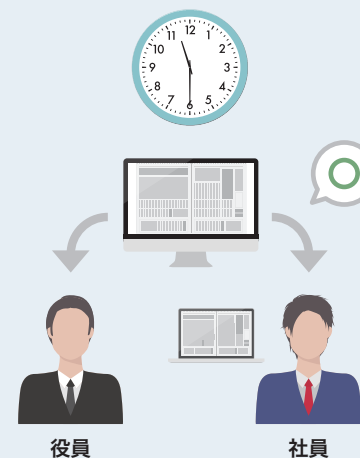
導入前



情報へのリーチが不十分

- ・記事をタイムリーに共有できず対象も役員に限定
- ・ピックアップする記事の分野にも制約があった

導入後



情報共有のスピード・質・利便性が向上

- ・全社員に対して幅広い分野の情報をタイムリーに共有可能に
- ・リモートワーク環境閲覧の利便性も向上

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/>