

日経テレコン クリッピング機能のご紹介

日本経済新聞社 情報サービス部門 情報サービスユニット

1. よくあるお客様の課題
2. 「クリッピング」とは
3. お悩みを解決できる「クリッピング機能」
 - 3-1. メリット1
 - 3-2. メリット2
 - 3-3. メリット3
4. 「クリッピング機能」登録方法
5. スマートフォンとの連携・クリップメールの活用
6. 登録・見出しの閲覧はすべて無料
7. 活用事例紹介
8. サポートについて

よくあるお客様の課題

- 取引先や競合の情報を知らずに、お客様と会話をしてしまった
- 都度検索しても、なかなか求めている情報が出てこない
- 社内共有が必要な記事に気づくことができず、情報伝達が遅れてしまった
- 記事を検索する際に、毎回同じ条件を入力するのは手間がかかる

情報が溢れる現代において、効率的に話題のニュース、コンテンツを収集することが求められます。

お悩みの原因は...



1 “自分”に『必要な情報』を『必要なタイミング』で収集できていない

2 限られた時間の中で対応するため、偏った情報源に依存している

「クリッピング機能」とは

特定のキーワードや検索条件を設定するだけで、該当する新着記事を自動収集することができる機能です。

検索条件にヒットした新着記事は、ホーム画面への一覧表示やメールでの通知が可能のため、日々の欠かせない情報収集に活用いただけます。

新着記事の自動収集とメール配信



日経テレコン

クリッピング機能



メリット 1

豊富な媒体から
ピンポイントで情報収集



クリッピング登録時に
「200超の媒体」×「キーワード」で絞り込み
必要な記事だけを表示・確認が可能

メリット 2

誰でも逃さず
自動で情報収集



200超の媒体から、小さな記事も
見逃さずに毎日自動で収集
手間を省き、確実に情報収集が可能

メリット 3

タイムリーに
情報をキャッチアップ



事前に登録した検索条件に
ヒットした記事はメールで通知
スマートフォンでも閲覧可能

メリット 1 豊富な媒体からピンポイントで情報収集

クリッピングは、お好きな「キーワード」と200を超える媒体から選択をして登録することが可能です。

「キーワード」は、企業名やトレンドワード（“SDGs”や“AI” etc.）、業界など自分が欲しい情報に合わせた言葉を設定することができます。

豊富な情報源から、本当に必要な情報のみを確実に取得することが可能です。

- SDGsの記事の中でも、自社と同じ業界の情報だけがほしい
- 取引先の最新の動向や人事異動は逃さずチェックしたい
- 自社の最新情報が、各地域の新聞でどのように取り上げられているか確認したい
- 細かいワード設定をして、ニッチな情報もキャッチアップしたい
- トレンド情報を信頼性のある記事から確実に収集をしたい



自分だけの条件を自由に設定して情報収集が可能

メリット 2 誰でも逃さず自動で情報収集

クリッピングで登録した検索条件にヒットした場合、小さな記事でも自動で収集されます。

様々な媒体のチェックを行わなくても、日経テレコンの「クリッピング」の確認だけで最新記事をチェックすることができます。

記事検索の時間を短縮して、より重要度の高い仕事へシフトすることが可能です。



- 人手の作業では、ムラや漏れが出てしまっている
- 普段チェックしない媒体で重要な記事の掲載があり、見逃してしまった
- 複数媒体の記事チェックを行う必要があり、情報収集に時間がかかる
- 情報収集の時間が毎日確保できず、確認のタイミングが遅れてしまった



検索条件にヒットした情報は
毎日自動で確実に情報収集が可能



メリット 3 タイムリーに情報をキャッチアップ

新着記事の有無をタイムリーに確認したい場合は、クリップメールの活用がお勧めです。

クリッピングで登録した検索条件にヒットした記事がある場合、メールで通知を受け取ることができます。

またスマートフォンでもクリッピング記事を確認することができるため、場所を問わずに最新情報の収集が可能です。



- 重要な新着記事は、メールでお知らせ
- 営業活動の前に取引先や業界の情報をチェック
- 毎日ログインをすれば、競合の最新情報を見逃さずにキャッチアップ
- 日々の業務開始前に、自社の取り上げられている記事を確認



日経テレコンで最新情報の確認をルーティンにすれば

効率UP ↗ 品質UP ↗

「クリッピング機能」登録方法

クリッピング登録は、4つのステップで簡単に登録が可能です。

動画でも登録方法を紹介しております。

①クリッピングの登録画面へ移動

The screenshot shows the 'メインコンテンツ' (Main Content) page. On the left is a navigation menu with 'クリッピング' (Clipping) highlighted. In the main area, there is a 'クリッピング一覧' (Clipping List) section. An orange arrow points from the 'クリッピング' menu item to the 'クリッピング作成' (Create Clipping) button located at the top right of the clipping list.

②クリッピングしたいキーワードの入力と媒体を選択

The screenshot shows the 'クリッピング作成' (Create Clipping) form. An orange arrow points to the '登録キーワード' (Registered Keyword) input field, which contains the text '企業、業界、技術、人物、コーポレートアクションなど'. Another orange arrow points to the '媒体選択' (Media Selection) button, which is located below the keyword field. To the right of the form is a grid of media selection checkboxes, including categories like '新聞' (Newspaper), '雑誌' (Magazine), and 'ニュース' (News).

③メールの受信設定を選択

The screenshot shows the 'メール配信設定' (Email Notification Settings) form. It includes a section for 'メールで新着記事の通知を受け取るかどうかを選択できます。' (You can choose whether to receive notifications for new articles by email.) Below this, there are two radio buttons: '受け取る' (Receive) and '受け取らない' (Do not receive). The '受け取る' option is selected. Below the radio buttons is a 'メールアドレス' (Email Address) field with a '必須' (Required) label, containing the text 'example@nikkei.co.jp'.

④ホーム画面への表示設定を選択

The screenshot shows the 'ホーム画面表示設定' (Home Screen Display Settings) form. It includes a section for 'ホーム画面にこのクリッピングを表示するかどうかを選べます。' (You can choose whether to display this clipping on the home screen.) Below this, there are two radio buttons: '表示する' (Display) and '表示しない' (Do not display). The '表示する' option is selected. Below the radio buttons is a 'クリッピング作成' (Create Clipping) button.

「クリッピング機能」登録方法 ~トレンドキーワード~

直接業務に関係がないような内容でも、世の中のトレンドを掴んでおくことはビジネスパーソンにとっても重要です。

世の中でトレンドとなっているテーマとご参考になるキーワードをご紹介します。

テーマ	キーワード	トレンド情報
脱炭酸・ESG関連	金融政策×脱炭素	日銀でも脱炭素の投融資を支援する資金供給策（公開市場操作）の詳細を決めています。
	再生可能エネルギー×脱炭素×政策	政府主導でどのような取り組みが現在進行形で行われているのか注目されています。
	ESGL	従来のESGにLIFE（生命・生活）を加えた、「ESGL」が注目されています。
最先端技術	スリープテック	不眠大国と言われる日本では寝不足による経済損失が15兆円となり、その課題に対してのIT技術の取り組みが始まっています。
	5G×基地局	5Gネットワーク構築が進んでいますが、既に6Gに関する記事も配信されています。
	半導体×研究開発	EVなどの普及により半導体不足の中、AppleやGoogleなど各企業が開発に本腰を入れているなど、各社の戦略も着目してみてください。
自動車市場	EV普及×水素カー	自治体主導の啓発活動も活性化し、EVだけでなくエコカーの普及が注目されています。
	無人運転	道路交通法の一部を改正する法律案が閣議決定されており、今後の動向が注目されています。
	自動車×サブスク×カーシェアリング	購買者の変化に伴い、自動車の提供手段の幅も広がってきています。
食糧価格の高騰	原材料価格×気象変動	主に米国や南米での干ばつによる収穫量減に伴う原材料の価格高騰がみられています。
	食品×輸出入×コスト削減	食料価格が高騰したことにより、品目数削減や物流効率化によるコストカットなど各企業で取り組みがされています。

スマートフォンアプリとの連携・クリップメールの活用

スマートフォンアプリとの連携・クリップメールを活用することで、最新の記事をタイムリーに確認することができます。
クリップメールの設定を行うことで、出勤中や外出先でも、新着記事の有無の確認が可能です。

出勤中や商談先への移動中など、場所を問わずに
利用が可能。



スマートフォンアプリでログイン



iPhone用



Android用



新着記事をメールで受け取り



※メールでの受け取りの設定は、最大5件のクリッピングまでとなります。

クリップメールとスマートフォンアプリを活用することで、重要な情報をタイムリーに見逃さず確認することができます。

登録・記事見出しの閲覧はすべて無料

クリッピング登録でヒットした記事は、無料で記事見出しの閲覧が可能です。

ヒットした記事の中から、気になる記事だけをピックアップして本文を閲覧することができます。



ホーム画面やクリッピング一覧の記事見出しは無料で閲覧することができます。

よく調べるキーワードや企業名などの検索条件でクリッピング登録を行い

気になる記事があれば、本文閲覧を行うことができます。

※記事検索メニューでの記事見出しの表示は料金が発生します。



活用事例紹介：マーケティング部署での活用事例

お客様の抱えていた課題

- ・売り込むときの提案のネタとなるような他社や顧客の状況調査を依頼されても、幅広い媒体を確認することが難しい
- ・限られた時間で必要な情報を収集しなければいけないが、情報が多すぎて集約に時間がかかってしまう
- ・新しい気付きを得るために情報収集を行っているが、いつも馴染みのある情報源だけに頼ってしまい情報に偏りが出ている

取り組み内容・活用事例

- ・業界情報をクリッピングして日頃から幅広い媒体に目を通し、他部署からの依頼・要望があった際に必要な情報のピックアップを行う
⇒ 業界のトレンドワードをクリッピングで登録しておくことで、自動で情報収集を行うことができるため
必要になった際に、素早く社内共有が可能に
- ・競合やトレンドなど必要な情報を横並びで一覧化させることで、情報の取捨選択やアイデアの掛け合わせなど新たな着想のきっかけを創出
⇒ 全国紙だけでなく、各地域の新聞や専門紙、雑誌など、今まで閲覧できていなかった媒体から
新しい気付きや多角的な視点での情報を活用できるように



情報収集にかかる時間短縮、市場や潜在顧客のニーズに常にアンテナを張っておけるだけでなく、今までリーチできていなかった情報ソースや考察などをもとに、新しいアイデアの着想につなげる。

活用事例紹介：営業部署での活用事例

お客様の抱えていた課題

- ・商談に向けて顧客の最新情報を収集しているが、時間がかかってしまう
- ・顧客の業界情報の収集が不足していたことで、適切な提案タイミングを逃してしまい商談機会を損失
- ・顧客や業界の最新の動向が把握することができず、すべての顧客に対して同じ内容で提案を行ってしまっている



取り組み内容・活用事例

- ・提案先顧客のクリッピングを行うことで、顧客の最新の取り組みを商談前に確認できる
 - ⇒ 直近の動向から、アイスブレイクだけでなく、顧客の潜在課題や課題背景を把握し顧客のニーズに合わせて商談を進めることで、顧客の信頼度・商談の品質の向上に
- ・自社製品に関わる規制の情報のキャッチアップを行い、今後施行される新しい規制の対象となりそうな業界をピックアップ
 - ⇒ 社会情勢や規制の最新情報を活用し、競合他社よりも先回りをしてアプローチが可能に受け身の営業ではなく、提案型の営業スタイルに切り替え

必要な情報を必要なタイミングで収集を行い、顧客の潜在課題を引き出せるように
早期の課題形成・課題合意により提案内容もブラッシュアップされ、案件成約率も向上。

活用事例紹介：広報部署での活用事例

お客様の抱えていた課題

- ・社外向けに発信した情報やイベントが、どのように取り上げられているかチェックすることに時間がかかってしまう
- ・ピンポイントの地域や業界向けに実施したPR活動に対するの反応が見えず、振り返りや今後の企画に活かすことができていない
- ・自社のパブリシティのチェックに時間がかかり過ぎてしまい、競合他社の記事チェックを行う時間が確保できていない

取り組み内容・活用事例

- ・毎朝クリッピングした記事のチェックで、自社のパブリシティと競合他社の記事チェックを同時に実施
 - ⇒ 複数媒体の掲載記事を同時に閲覧することができるため、**情報収集にかかる時間を大幅に短縮**
掲載記事を見逃さずにチェックすることができ、**記事掲載の情報をタイムリーに他部署へ展開、他部署での日々の業務でも活用**
- ・首都圏では購読のできない各地域の新聞や専門紙を把握できるため、戦略的なメディア対策にも活用
 - ⇒ **主要な全国紙と各地域の新聞での記事で取り上げられている記事の大きさの比較ができることで、宣伝効果測定が可能に**
媒体によって異なる取り上げ方や特徴を把握し、**メディアや記者の傾向に合わせた戦略を立案**



情報収集にかかる時間を大幅に削減できたことで、メディアを活かした『攻めの広報』に情報の網羅性を高め、効果測定と傾向分析を行った戦略的な業務にスイッチ。

活用事例紹介：企画部署での活用事例

お客様の抱えていた課題

- ・トレンド情報と業界特有の情報を把握して企画を進めたいが、情報量が多く求めている情報が見つけれない
- ・企画推進のために、意思決定の裏付けデータとなるような信頼性のある情報が得られない
- ・情報源に偏りが出てしまうことや、自分たち目線だけの企画が多くなってしまい、手応えのある結果に結びつかない

取り組み内容・活用事例

- ・トレンド、業界、競合、政策、環境などのあらゆる角度からの外部情報を収集し、企画を行う際の参考データとして活用
 - ⇒ 複数の検索条件を組み合わせることで、自社に必要な情報をピックアップして情報収集することができるため企画推進のために必要な情報を的確に収集することが可能に
- ・短期、中長期的な事業計画策定、各企画推進の際に信頼性のある情報を基に策定することで、企画の納得性と判断スピードを向上
 - ⇒ 業界の景況やトレンドに対する最新の取り組みなど、幅広い媒体から信頼性のある情報をキャッチアップできることにより新規事業企画の信頼性が向上。意思決定に必要な情報も網羅的に収集ができるように



信頼性の高い情報を網羅的に収集し、多角的な視野での情報を蓄積・分析することで
新たな事業領域を探し出すきっかけに。



クリッピング機能・日経テレコン全般のお問合せ

日本経済新聞社 デジタルサービスヘルプデスク

0 1 2 0 - 2 1 2 - 2 1 2

(平日 午前9時～午後7時)

 YouTube クリッピング機能の動画解説

<https://t21help.nikkei.co.jp/faq/cat236/nologin/clipping-movie.html>

クリッピング機能 リファレンス・マニュアル

<https://t21help.nikkei.co.jp/reference/cat277/post-13.html>



NIKKEI