

新聞記事クリッピングの負担を大幅に軽減 より重要な業務へシフト



ル・クルーゼ ジャパン株式会社

マーケティング部 PR・広報宣伝担当 青山 玲子 様

導入サービス > 日経テレコン

上質なキッチンアイテムを提供するル・クルーゼ ジャパン株式会社様。同社ではPR部門で日々の「記事クリッピング」業務を効率化するために日経テレコンを導入し、負担が激減したという。空いた時間を重要度の高い業務に活用することで、担当者らの能力が更に発揮できるようになった。今後はより一層の情報活用を進めるべく、日経テレコンの可能性に期待を寄せている。

導入のきっかけ

負担の大きい記事クリッピング業務の効率化が課題

主に報道チェックのための記事検索や記事のクリッピング業務で日経テレコンを活用されているル・クルーゼ ジャパン株式会社様。導入のきっかけは、前職において日経テレコンを同じく記事クリッピング業務で使用していた社内の方からの提案だった。

「記事クリッピングは、毎朝必ず行う業務です。3人のチームで担当しており、各紙をくまなく目で見て記事をピックアップ、保存して回付するまでが全て手作業でした。時には2時間以上かかってしまう日もあ

りました。」同社マーケティング部 PR・広報宣伝担当の青山玲子氏が話す。

記事のピックアップが全て人に依存していたため、大変な作業の一方でムラや漏れは避けられない。PRチームにとって記事クリッピング業務が大きな荷物となっていることは誰の目からも明らかだったため、日経テレコンの導入を決定。記事クリッピング業務の効率化と、品質の安定化を図るに至った。

まとめ >>>

- ・PR部門の記事クリッピング業務にかかる負担を軽減することが喫緊の課題だった
- ・手作業による属人性や品質ムラの改善が望まれた

活用方法

自社に必要な情報を漏れなくキャッチ、鮮度の高い情報共有へ

PR・広報におけるデイリーモニタリングの一環で、主として新聞記事クリッピングに日経テレコンを活用していると話す青山氏。

「記事クリッピングのテーマは主に取引先、競合他社、食に関するトレンドの3つです。これらテーマに基づき検索キーワードを設定、毎日新着をウォッチし

ています。」

百貨店の動向や大規模商業施設の出店計画、通販・物流業界の動向、流行や人事に至るまで、自社に必要な情報には毎日目を通してている。

「大きな納品先である百貨店様の動向チェックは欠かせません。キーマンの人事異動や組織変更なども必ずチェックしています。また、アウトレットモールなどの建設計画は、当社の店舗戦略を考える上で重要なインプットです。当社は通販展開もしているため、通販事業者の動向や物流業界の大きな動きなども気にするべきテーマです。」

クリッピング対象は主に日本経済新聞と日経MJだ。同社では長くこの2紙を信頼しているとのこと。青山

氏自身もビジネスシーンにおいてはこの2紙が特に有効であり、また特に食のトレンドに関するデイリーの新鮮な情報源としては日経MJが随一、と評価している。

PR・広報宣伝担当だけでなく、他チーム、他部門にとって重要そうな記事も漏れなく目を通し、連携する。「例えば、日経MJでは”クレーム対応のノウハウ”に関するコラムや連載などもあり、そういった記事はカスタマーサービス部門に連携しています。」と青山氏。

もちろん、情報の量だけでなく質にもこだわっている。記事クリッピング業務は毎日朝一に短時間で済ませスピーディに連携、PRとしての情報鮮度を保つよう心がけている。



記事クリッピング業務で主に利用する「記事検索」



取引先キーマンの動向チェックで活用している「人事異動情報」

導入の効果

時間短縮と精度の高い情報収集で、業務を効率化

「第一に、記事クリッピング業務にかかっていた時間が圧倒的に短縮されたことですね。」と青山氏の喜びの声。

日経テレコン導入前は、日本経済新聞の朝夕刊と日経MJから、担当者が3人がかりでクリッピングしていた。毎日午前中に全ての記事に目を通してピックアップ、保存、回付までを手作業でこなし、2時間以上を要してしまうことも少なくなかった。

日経テレコンの活用により、その時間は30分に短縮されたという。「効率化で手に入れた時間を、よりクリエイティブな業務や重要度の高い業務に使えるようになりました。」この業務シフトが、担当者らのモチベーション向上にもつながっているとのこと。青山氏自身

も、新たに獲得した時間を活用し、PR業務の重要な活動の一つであるメディアキャラバンを増やすなど、時間をより有効に使えるようになったと話す。



「各々の力量でできることにパワーを回せるようになったのは大きいです」と話す青山氏

記事クリッピング業務自体の品質も向上している。きめ細かな検索キーワード設定により重要な記事が着実にヒットするため、見落としもほぼ無く、精度の高い情報収集が可能になった。特に人事に関する情報は、重要度

が高い一方で新聞紙面ではその表記上、目視チェックの負担感が大きい。日経テレコンなら人事異動についてもキーワードで正確に検索できるため、その前後関

係や経緯を含めより詳細で確かな情報を得られるようになった。

まとめ >>>

- ・記事クリッピング業務にかかる時間が短縮され、より重要度の高い業務へシフト
- ・記事クリッピングの精度が向上し、情報収集の品質を担保

今後の展望・期待すること

キーワード検索の精度向上と、更なる有効活用のために

日経テレコンの導入により、記事クリッピング業務の効率化につながった同社。今後は記事のキーワード検索精度を更に上げることとともに、記事検索以外の機能についても大きな期待を寄せている。

「記事クリッピングを含め記事検索以外の機能も使ってみたいのですが、どこでどの程度の課金が発生するのが不安でつい踏みとどまってしまうことはありますね。」と青山氏。日経テレコンの新たな使い道を模索するうえで、課金の発生タイミングがより明確になると挑戦しやすいということだ。

また、記事検索におけるキーワード設定のテクニックについても、有益な情報提供を期待しているという。「例えば、大人の贅沢なキャンピングスタイルとして『グランピング（“グラマラス”と“キャンピング”を掛け合わせた造語）』と呼ばれるものが流行って

います。

「他社様での日経テレコン活用方法の発信に期待を寄せると話す青山氏



関連の記事を検索しようとして“キャンプ”というキーワードで検索すると、どうしても野球の“キャンプ”に関する記事ばかりが多くヒットしてしまいます。」探したい内容に合致した記事のみがノイズなくヒットするような検索テクニックや機能を求めているということだ（こちらについては、最新の言語理解技術に基づく記事自動分類エンジンを使った「ナビ型記事検索」機能が、お役に立てよう）。

記事クリッピング業務の効率化のために日経テレコンを導入した同社だが、記事検索以外の機能については知らない点が多く、まだ使いこなせていない意識があるという。他社ではどのように有効活用しているのか、そのシーンや方法を知りたいという青山氏。同社にはより有効にご活用いただくよう、引き続き鋭意サポートさせていただきたい。

テーマ	業界	会社・団体・人物	一般用語			
既存事業の強化	30	コンピューター...	10	9	株式会社	14
新商品・サービス	12	電機・家電	10	6	市場開拓	14
決算	9	自動車・二輪車	6	5	開設	13
会社設立	7	ネット事業	6	5	提供	12

検索キーワードの設定を強くサポートする「ナビ型記事検索」

お問い合わせ



Web <https://telecom.nikkei.co.jp/cs/form/>
TEL 0120-212-212 (受付 平日 9:00~19:00)



お知らせメール登録 >>>



新コンテンツ・機能や講習会、サービスのメンテナンス等、日経テレコンのご利用に役立つ情報をお届けします

※登録には日経テレコンのIDが必要です。