

EPSON



💡 CASE STUDY

EPSON × 日経BP Insight

技術やビジネスの変化を見逃さない プロフェッショナル情報ツールがもたらす新たな視点

セイコーエプソン株式会社
プリンティングソリューションズ事業本部 P事業戦略推進部

長野県諏訪市に本社を置く精密機器メーカーであるセイコーエプソン。
1942年に時計の製造で創業し、今では、プリンターやプロジェクター、スキャナーなどの情報関連機器や、ウェアラブルデバイスやロボットなど、多岐にわたる製品を開発・生産する企業へと成長しました。
そんな同社が、事業環境が激しく変化する今の時代において、最新の情報を効率よく収集するために選んだサービスが「日経BP Insight」です。
その導入の経緯や、現在の活用方法について、詳しくお話を伺いました。

- ✓ 海外の教育実態調査に、専門誌の現地取材レポートを活用
- ✓ 生成AIのプロンプトなど、スキルアップにつながる特集記事をウオッチ
- ✓ 専門ページやコメントにより、効率の良い情報収集が可能に

「省・小・精」で社会課題を 解決するソリューション企業を目指す

セイコーエプソンがパーパスとして掲げるのが「『省・小・精』から生み出す価値で人と地球を豊かに彩る」というメッセージです。より効率的に(省)、より小さく(小)、より精緻に(精)、顧客価値を生み出し、それを社会価値へと繋げていく。精密機器メーカーという枠にとどまらず、独自技術を通して社会課題を解決するソリューション企業へと、大きな変革を遂げようとしています。

「こうした変革を進める上で、弊社が長期ビジョンである

Epson 25 Renewedで掲げているのが『環境』『DX』『共創』の3つのキーワードです。これらを掲げながら、カスタマーサクセスに貢献し、新たな価値を届けるプロセスの起点となるのが、我々が所属するP事業戦略推進部の役割となります」と語るのは、プリンティングソリューションズ事業本部 P事業戦略推進部長 松本 宏隆 様です。

しかし、これまでになく事業環境が激しく変化する今日、幅広い情報を効率よく収集することは、事業部にとって大きな課題でした。新たな価値創出のために、スタートアップと共創するにしても、共通言語となる知見がなければビジネスにはつながりません。

事業環境を把握し、 戦略立案に生かすツール 「日経BP Insight」

そんな同事業部が、情報ツールとして選択したのが「日経BP Insight」です。日経BPの持つ主要な雑誌とWebメディアである、30以上の専門媒体から、専門記者による解説記事を横断して読むことができます。

導入理由について、P事業戦略推進部 シニアスタッフの平岡 靖 様は次のように語ります。
「時代に合った新しい価値を生み出していくためには、市場動向や競合動向、技術動向などの事業環境を常に把握し、戦略立案に生かしていかなければなりません。そのためツールとして非常に良い情報源だと考えました」

「日経BP Insight」の多岐にわたるコンテンツを、実際にどのように活用しているのでしょうか。平岡様は、次の3つの活用方法を挙げてくれました。

1つ目は「日々の事業環境の情報収集」です。P事業戦略



セイコーエプソン株式会社
プリンティングソリューションズ事業本部
P事業戦略推進部 部長

松本 宏隆 様



今日の必読

日経BPの30を超える専門メディアから、メディアコーディネーターが毎日6本の記事を厳選して掲載します。「何を読めばいいか」ではなく「これを読んでいけば間違いない」というのが「日経BP Insight」の特長です。

推進部の配下にいる数十名のメンバーが利用する中、各チームが、自身のミッションに合わせたキーワードや業界をフォローします。すると、それに関連した情報がトップに表示されるようになります。「トップページを開きさえすれば、チームの興味に合わせた情報が、簡単に手に入るのです」(平岡様)

しかし、それだけでは得られる情報の範囲が広がりま

せん。そこで役立つのが、日経BPの専門記者によって選定された「今日の必読記事」「注目のキーワード」「注目のトピックス」などの記事です。「『今日の必読』を読むだけでも、一通りの知識が身に付きますね」と平岡様は評価します。

そして2つ目が「環境変化が起きた場合の情報収集」です。たとえば、新型コロナウイルス感染症など、突発的な

環境変化が起きた際には、集中的に情報を収集しなければなりません。

ここで、平岡様が挙げてくれたのが、日経クロスマンの特集記事「新型コロナで家で過ごす子どもたち 各国緊急リポート」が役に立ったという事例です。

「当社では現場・現物主義を徹底していますが、コロナ禍においては、現場を見に行くということができなくなってしまいました。そんな中、この記事は、各国の赴任者の家庭での教育実態を、かなり詳細に報告してくれており、非常に参考になりました。おかげで、コロナ禍のロックダウン中でも、海外赴任者の家族の困りごととも理解でき、スムーズにコミュニケーションが取れました。また、この連載で得た知見を生かして、販売情報および各国現地法人の声を分析した結果、オンライン授業の際、課題のプリントを簡単に家庭でも印刷できるようなサービスを速やかに提供でき、さらにこれが発展して、日本の塾向けのサービスとして、教材の遠隔配信ソリューションの事業化につながりました」

松本様は、普段の情報収集の流れでは、この記事には辿り着かなかつたと指摘します。

「多くの媒体を横断して閲覧できるからこそ、参考にでき



セイコーエプソン株式会社
プリンティングソリューションズ事業本部
シニアスタッフ

平岡 靖 様

日経XTREND



情報収集における3つのポイント

1. 日々の事業環境の情報収集

毎日更新される各専門ページの記事をチェックするだけで、戦略立案に必要な最新情報を網羅可能。

2. 環境変化が起きた場合の情報収集

普段の業務の中ではとどり着けない情報にリーチすることができ、新規事業の着想のヒントにつながる。

3. スキルアップのための情報収集

日々進化する分野も、記事を読むだけで無理なく、効率よく学ぶことができる。

た記事でした。普通リーチできない質の高い情報を得られるツールがあることは、とても大事だと感じました。重要なのは、我々の普段の業務の延長で、果たしてこの媒体にたどり着けたのか、という点です」

たな手法が出てくる中で、こうした学び方ではキャッチアップができません。

「日経クロストrendの連載『【1週間で分かるマーケティング】超図解・新しいマーケティング』は、マーケティングを長くやってきた私でも、新たな気づきを得ることができました。また、WindowsやOfficeの最新機能の使い方や、生成AIのプロンプトなどのスキルアップにも、日経パソコンなどをはじめとした、専門誌で取り上げている特集が非常に有効だと感じています」(平岡様)

活用方法の3つ目は、「スキルアップのための情報収集」です。今は働き方改革もあり、かつてのように、一冊の教科書をしっかり時間をかけて学ぶということが難しくなっています。また、特定の業務においても、日々新

こうした手法を駆使し、情報収集をする中で、今日話題の生成AIはもちろんのこと、Web3やNFT(非代替性トークン)といった最新のテクノロジー分野にも注目していると平岡様は語ります。

「しかし、その動向は目まぐるしく変わるので、自社だけで実装するのは不可能です。そこで共創するパートナーを探す上でも、日経クロストrendの『未来の市場をつくる100社』の記事が非常に役に立っています」(平岡様)

多様なチーム共有機能で、議論が活発化

「日経BP Insight」にはチームで効率的に情報を共有する機能もあります。クリップした記事をチームで共有することができる「チームクリップ機能」や、メンバーが記事にコメントすることができる「コメント機能」などです。

「日々の業務で忙しい中でも、チームで共有された記事は必ず見るなど、ポイントを押さえた情報収集ができています」と平岡様。

自由にあらゆる記事が読める上に、キーワードに関連する記事、チームで共有される記事など、チェックしなけれ

日経woman



ばならない記事が多くなり、情報に溺れてしまうというよう
なことはないのでしょうか。

「トップページは、専門記者が必読として選定した記事
が並んでいて、上から順に読んでいけばいいだけなの
で、『これさえ読んでおけばいい』という安心感がありま
す。非常にうまく抽出されていると思います」(平岡様)

「日経BP Insight」には、より専門的に情報を提供する領
域として『HR』『マーケティング』『R&D』『マネジメント』
『DX』の5分野があります。このように、自分の興味以外の
分野でも、簡単に最新の記事に辿り着けるといのは、大
きなメリットでしょう。

「メンバーの利用実績が見られるのですが、我々は技術
屋なので、最初は『日経クロステック』や『日経クロスレ
ンド』の閲覧が多い傾向がありました。しかし、最近を選
定された記事から興味関心が広がり、閲覧する媒体も分
散されてきていると感じています」(平岡様)

単なるメディアではない 進化するサービス「日経BP Insight」

最後に平岡様は、「日経BP Insight」への今後の期待を
次のように語ってくれました。

「サービスの導入当初から、さまざまな要望を形にして
いただきました。今後もこの関係性を継続していただ
ければと思っています」

また、松本様は、「日経BP Insight」をこれまでにない新
しいサービスだと指摘します。

「ニュース性のある『新聞』と、密度の濃い記事が読め
る『専門情報誌』の両方の良さを持っています。もちろ
ん、こうしたコンテンツが大事なのは当然なのですが、
それ以上に、メディアがサービスとして日々進化してい
るところに非常に感銘を受けました。我々が目指すカ
スタマーサクセスの実現を、まさに体現しているサー
ビスだと思います」



チームインサイト

チームで使える共有機能をフル活
用して、独自のトップページを構築
できます。

チームクリップ

クリップした記事をメンバーと共有。業
界や事業テーマなど、チームに合わせた
フォルダを作成することが可能。

チームフォロー

設定したキーワードや業界、企業に関連
した記事を新着順で表示。

オリジナルキーワード作成

チームでオリジナルのキーワードを作成
し、欲しい情報を効率よく収集。

記事コメント

記事へのコメントをチームメンバーで関
覧することで、ナレッジの共有が活発に。



時代の変化のスピードがこれまで以上に速くなって
いると語る松本様と平岡様。その変化についていくた
めに、情報ツールとして何を選択するかは、今後、より
重要なポイントになってくるに違いありません。「日経
BP Insight」は、その役割を担うべく、さらなるサービスの
進化を遂げていきます。

EPSON

セイコーエプソン株式会社

本社所在地:長野県諏訪市

創立:1942年5月18日

<https://corporate.epson/ja/>