

利益につながる日経テレコン21

新聞切り抜き作業から開放され 作業効率も改善 顧客獲得件数が3倍に

第1回 新規顧客開拓

国内最大級のデータベースとして、いまやビジネスの現場には不可欠なツールとなった「日経テレコン21」。記事検索をはじめ、企業情報や人事情報の検索が行え、POSやシェアなどのビジネスデータも充実。さらに、TKC自計化システム利用企業向けの「日経テレコン21TKCサービス」を利用すれば、価値感も使い勝手も格段にアップする。その「日経テレコン21」を毎日のビジネスの現場で積極活用し、業績を躍進させている中小企業は少なくない。そうした先駆的な事例を六回にわたって紹介していくことにしよう。

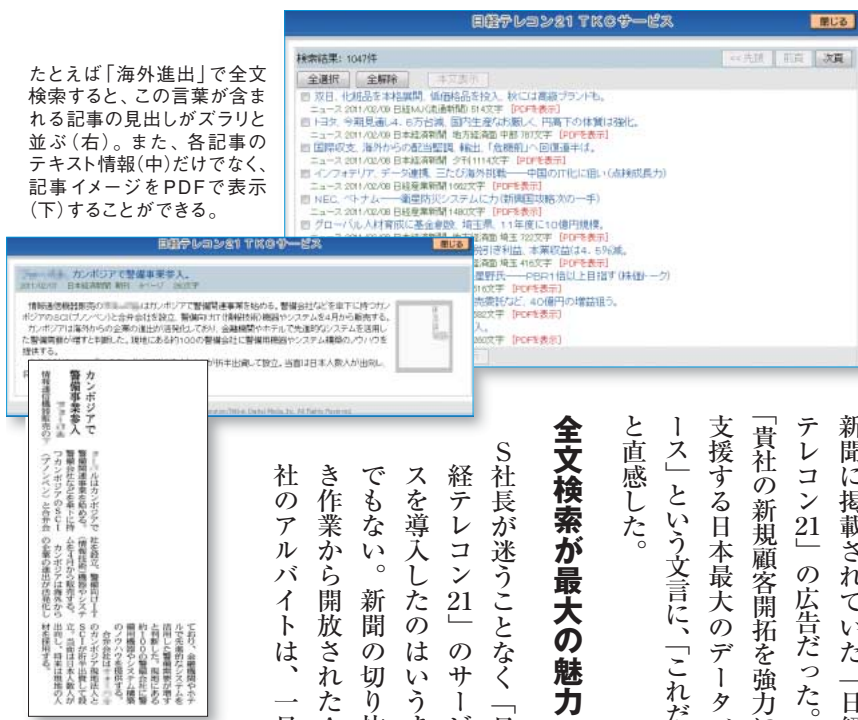
「日経テレコン21」の最大の魅力は、何ととっても、キーワードを入力するだけの簡単操作で記事検索ができることだろう。期間設定やコマンド入力などによって、その膨大な情報から必要な記事だけを抽出できるのだから、こんな便利なツールを日々のビジネスに生かさない手はない。「コスト負担が大きいのでは」という不安は杞憂だ。「日経テレコン21TKCサービス」を利用すれば「日経速報ニュース」「日本経済新聞、日経産業新聞、日経MJ記事検索（直近5年分）」「日経会社プロフィール」「戦略経営者」というコンテンツがわずか三〇〇〇円（税抜き）の月額

務効率を改善したいと思っていたS社長が、たまたま目にしたのが日経

新聞に掲載されていた「日経テレコン21」の広告だった。「貴社の新規顧客開拓を強力に支援する日本最大のデータベース」という文言に、「これだ」と直感した。

全文検索が最大の魅力

S社長が迷うことなく「日経テレコン21」のサービスを導入したのはいうまでもない。新聞の切り抜き作業から開放されたA社のアルバイトは、一日



たとえば「海外進出」で全文検索すると、この言葉が含まれる記事の見出しがズラリと並び(右)。また、各記事のテキスト情報(中)だけでなく、記事イメージをPDFで表示(下)することができる。

基本料金だけで無制限に閲覧できる(それ以外のコンテンツは従量課金)。ちなみに、通常版「日経テレコン21」の月額基本料金は八〇〇〇円。いずれにしろ、低コストで、中小企業経営者にとって十分な情報収集が可能になる。

記事情報は、もちろん日本最大規模。日経各紙をはじめ、朝日、読売などの全国紙、地方紙や専門紙、さらには日経ビジネス、週刊ダイヤモンド、週刊東洋経済などの雑誌を含めて四〇〇媒体、七三〇〇万件もの記事情報を収録している。

収録期間も長く、日経朝刊なら三〇年分の記事から欲しいものだけを瞬時に探し出すことができる。過去の記事から最新の記事まで手軽に入手できるデータベースなのである。

グレープやヤフーといった大手検索エンジンでは検索機能が無料で利用できるとはいえ、膨大な情報量を適切に選別・抽出するのは容易なことではない。中小企業がビジネスに



がかりで新聞記事を隅々までチェックする必要がなく、パソコン画面で必要な記事を検索することが可能になった。

結果、アルバイトを一人に減らすことができ、切り抜き作業にかかる人件費は半減した。S社長によると「作業量は一〇〇分の一、コストは五分の一に削減することができた」という。何より、作業の効率化によって毎月の新規顧客開拓の件数が、記事の切り抜き時代に比べて三倍増になったことが大きい。

「日経テレコン21」の記事検索は、全文検索が行えるのが最大の魅力。

たとえば「海外進出」というキーワードを入力することで、単に見出しにある「海外進出」だけが表示されるわけではない。見出しにはなくても、記事中の「海外進出」という文言も拾うのが大きな特徴だ。しかも、記事のテキスト情報だけでなく、記

有効に活用するには限界があるのは否めないだろう。だが、「日経テレコン21」はビジネスのさまざまなシーンで、利益に直結する活用効果が期待できる。たとえば新規顧客開拓という面でも、得られるメリットは大きい。その具体例を紹介しよう。

契約文書の作成や通訳の派遣など、企業の海外進出をサポートする東京・中央区のコンサルティング会社A社のケースだ。A社は取引先の開拓に新聞の記事情報を活用。ほんの一年半前まで二人のアルバイトを雇い、日経各紙を中心に専門紙に掲載されている「海外進出」関連記事の切り抜き作業を行っていた。

毎日、新聞記事を隅々までチェックし、該当記事を切り抜いてスクラップブックに貼り付けるという作業だ。月曜日ともなれば、土・日曜日の新聞もチェックしなければならず、その情報量は膨大。アルバイトにとっては辛い作業となる。

記事を切り抜いて、貼り付けるだけではなく、当該企業の電話番号を調べてアポ取りし、それを営業マンに伝えるまでがアルバイトに任せられた仕事だった。時給一五〇〇円とはいえ、一連の作業は繁雑で、短期間で辞めていくアルバイトも少なくなかった。

こうした現状を何とか打開し、業務イメージをPDFで表示し、印刷することもできる。

記事の後方に一度だけ出てくる文言も拾うため、新聞切り抜き時代には少なくなかった見落としも皆無になった。同業他社に先駆けて「日経テレコン21」の導入に踏み切ったことで情報量が増え、海外進出を志向する、より多くの企業にアプローチすることも可能になった。ちなみに、今回のA社の取り組みは、「TKCサービス」の基本パックで十分カバーできる。つまり、月三〇〇〇円で新規顧客獲得を三倍に増やすことも不可能ではないということだ。

底知れぬ不況のなか、A社が好調を持続しているのも、じつは「日経テレコン21」を活用しているからにほかならない。いまや、A社の新規顧客開拓に欠かせない強力なツールになっているのはいうまでもないだろう。(ジャーナリスト・川上清市)