

配布用資料

9/1 水 14:00-15:00

オンラインウェビナー

BtoB 広報/IR/ESG 部長 & 室長向けウェビナー

# 少数メンバーで生産性を高める！ 「広報ツールDX」正攻法



野村インベスター・リレーションズ株式会社  
インテグレートコミュニケーショングループリーダー  
兼DXイニシアチブグループリーダー  
中村 貴彦

※本日の資料をご希望の方は、退出時のアンケートからお申し込みいただけます。

# 1. はじめに

- セミナーの対象者

- ・ 部長室長クラス、役員クラス
- ・ 部門の組織マネジネントをされている方

- 対象テーマ

- ・ 広報ツール（コーポレートサイト&レポート類）のDX

※メディア対応、危機管理対応、SNSマーケティングは今回対象外



会社案内



アニュアル  
レポート



サステナビリティ  
レポート



コーポレート  
サイト

- お伝えしたいこと

広報ツールDXは、部長・役員が主人公

広報/IR/ESG各部門は、目的地の解像度を高め、

「クラウド」 & 「ブレイン」を駆使する

インテリジェンス組織へ

- お伝えしたいこと

広報ツールDXは、部長・役員が主人公

広報/IR/ESG各部門は、目的地の解像度を高め、  
「クラウド」 & 「ブレイン」 を駆使する  
インテリジェンス組織へ

現在、野村IRはサービス体制を強化中です。  
今まさに検討中という企業様、ぜひご相談ください。

- 目次

1. はじめに
2. DXってなに？
3. 広報ツールDXの「目的地」と「穴」
4. 広報ツールDXの正攻法
5. クラウドの活用
6. ブレーンの活用
7. 広報ツールDXが実現すると？

## 2. DXってなに？

DXと言われても、正直あまりピンとこない。

と思っ  
て  
い  
ま  
せ  
ん  
か  
？

わかります。

なぜでしょう？

## おそらく…

- 広報ツールは制作物の世界。アナログ比重が高い。
- 外部委託がメイン、コントロールできる余地少ない。
- コーポレートサイトなんて、そもそもデジタルだし。

## 一方で…

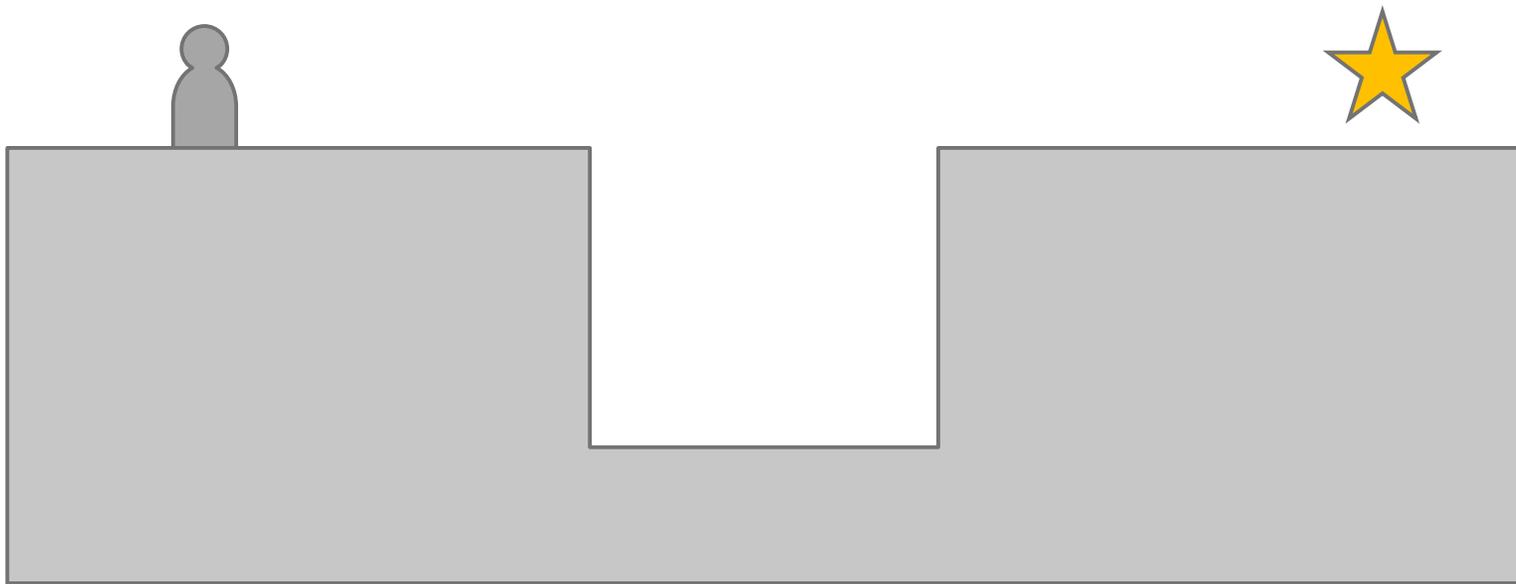
- コロナ禍によって爆速的にリモート環境が整備。
- 経営がDXをテーマに打ち出す。推進部署ができる。
- ベンダーもここぞとばかりに、DX、DX、DX…。

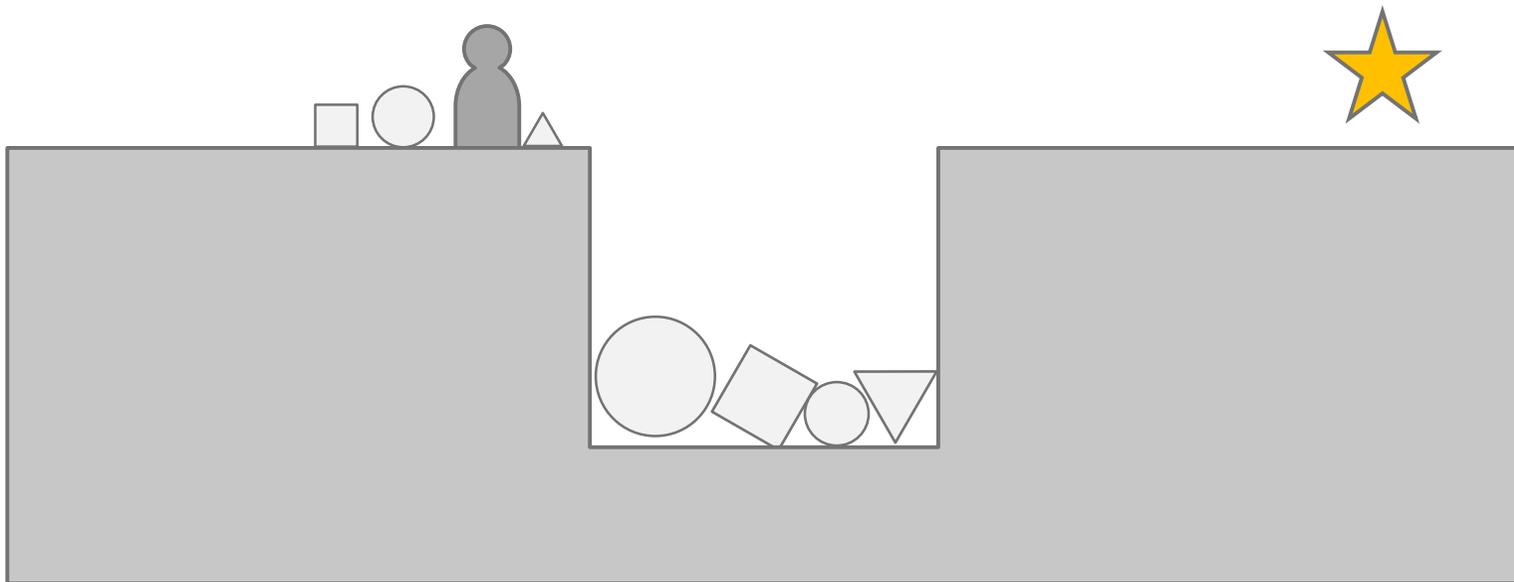
さて、どうしたものか…

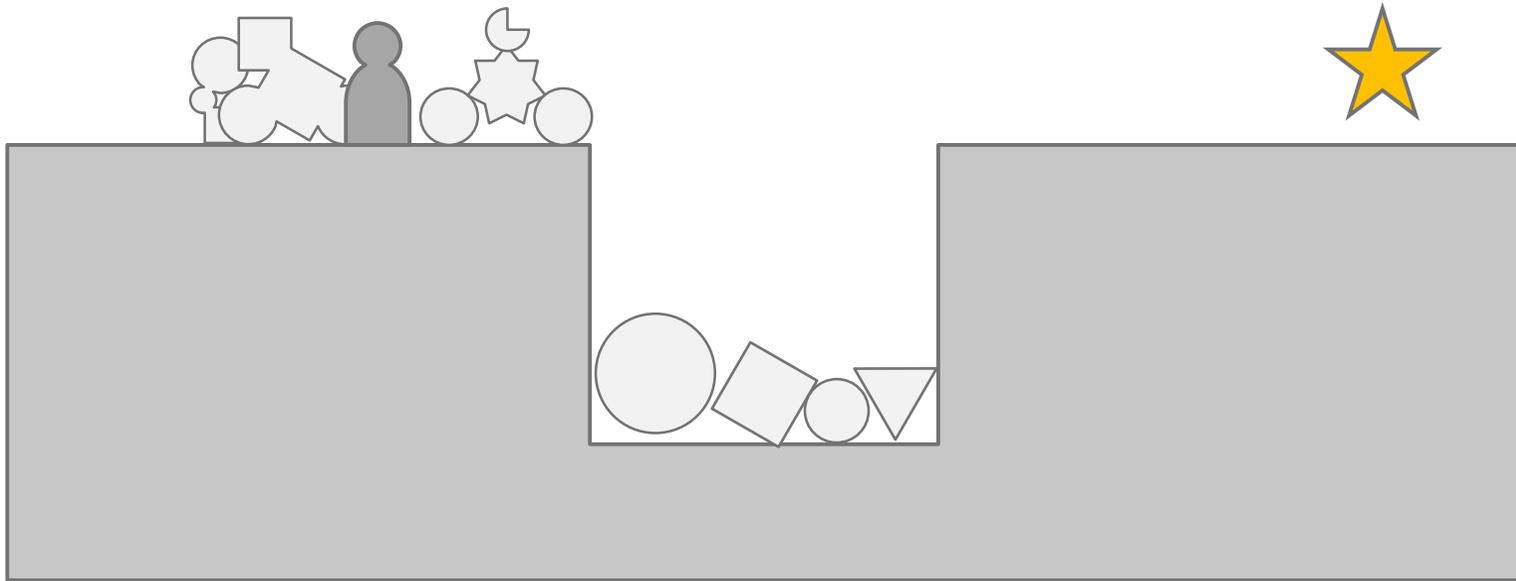
いったい、なにがDXなんだろう？

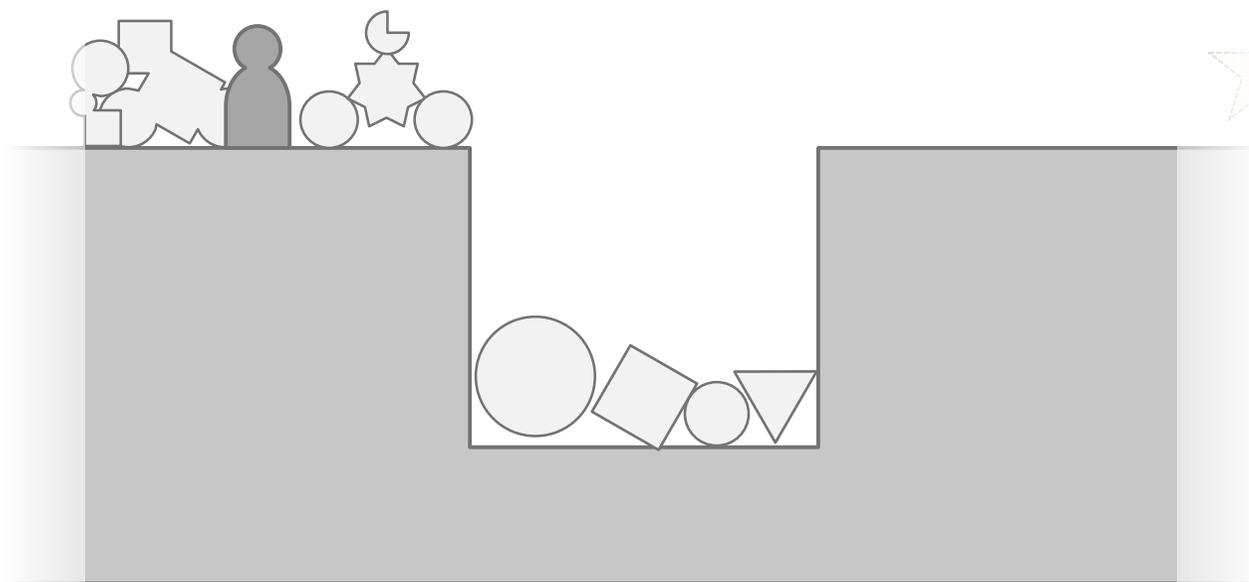
なにがDXで、なにがDXでないか？  
の地図をまずは手に入れましょう。

# 「主人公」と「穴」と「目的地」の話



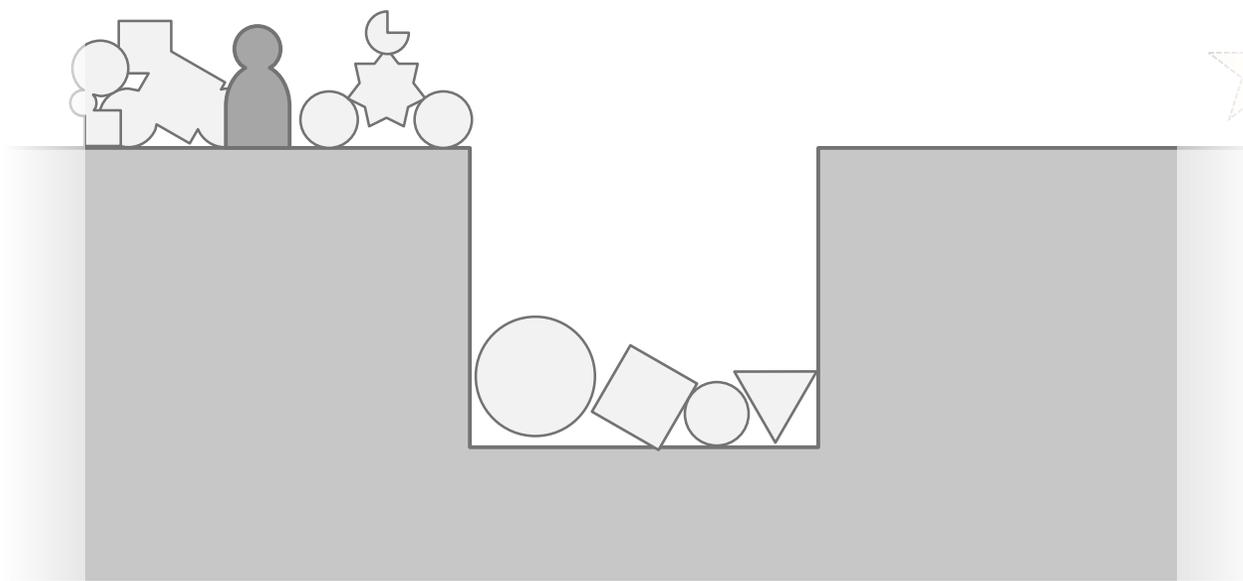






埋めることがミッション

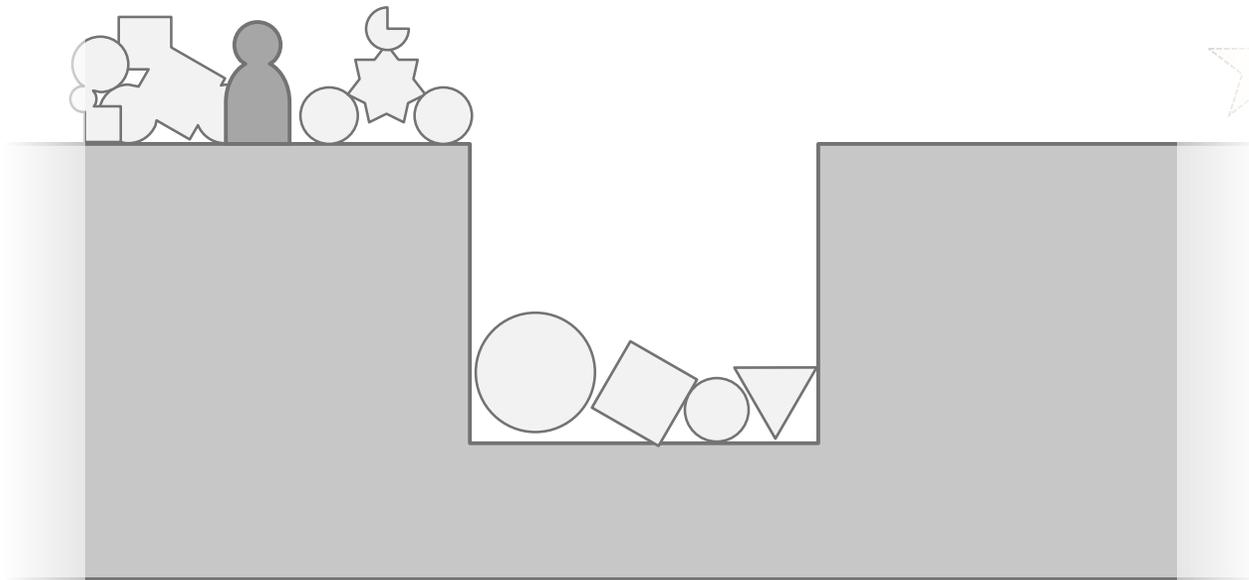
埋めるモノにフォーカスしてしまう

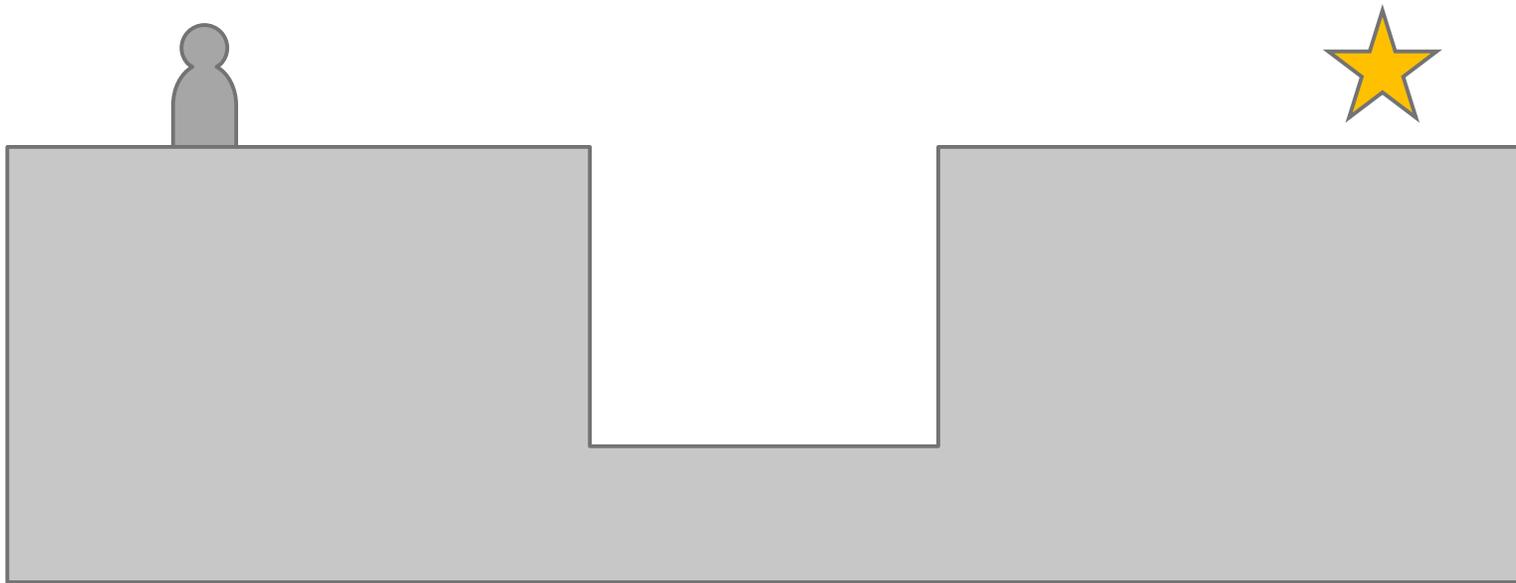


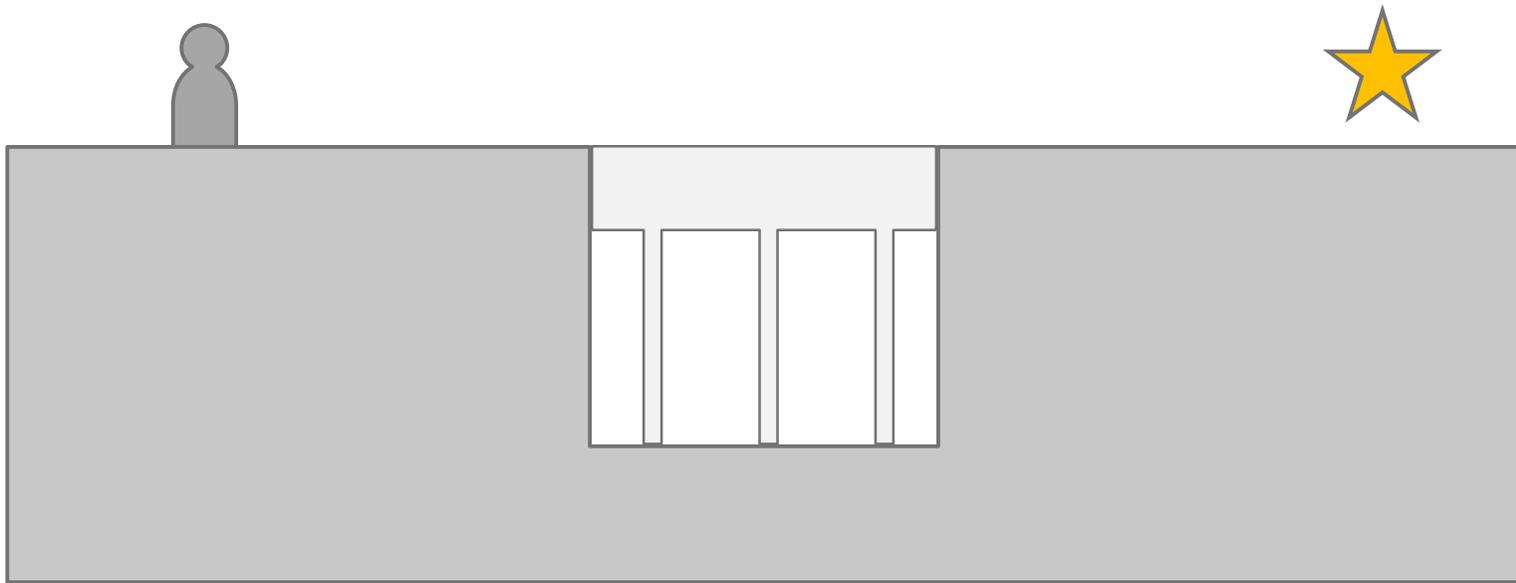
# 匠化

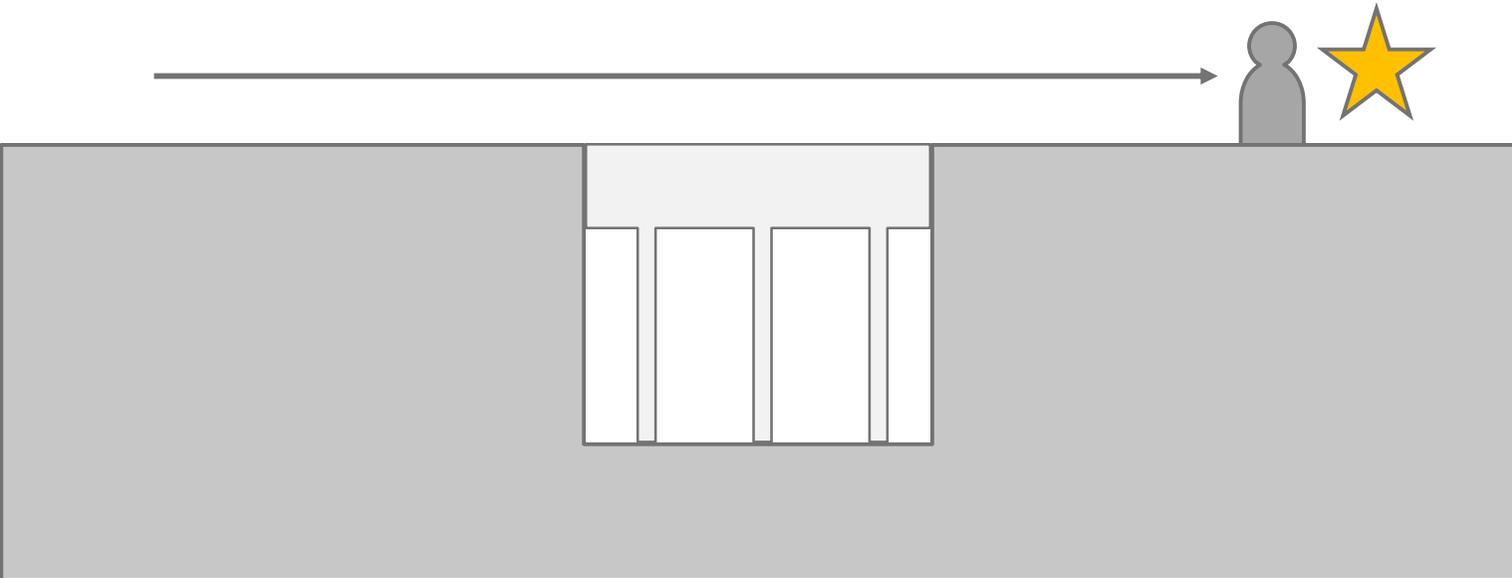
埋めることがミッション

埋めるモノにフォーカスしてしまう

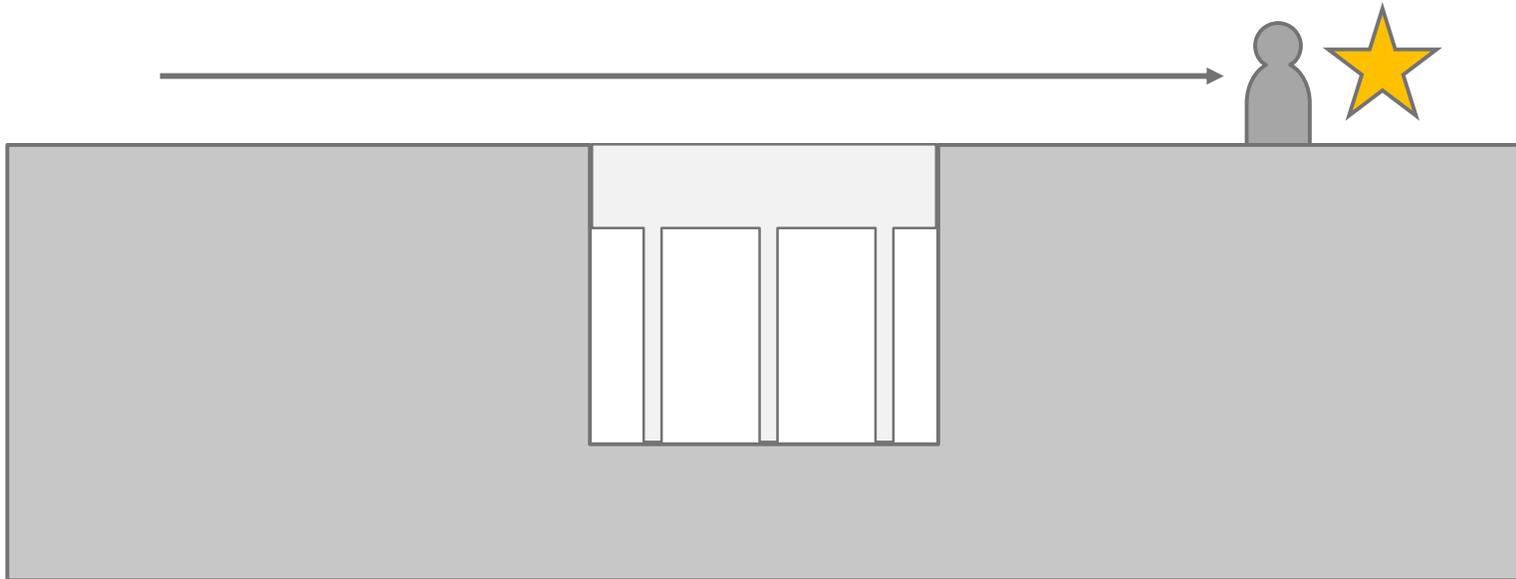








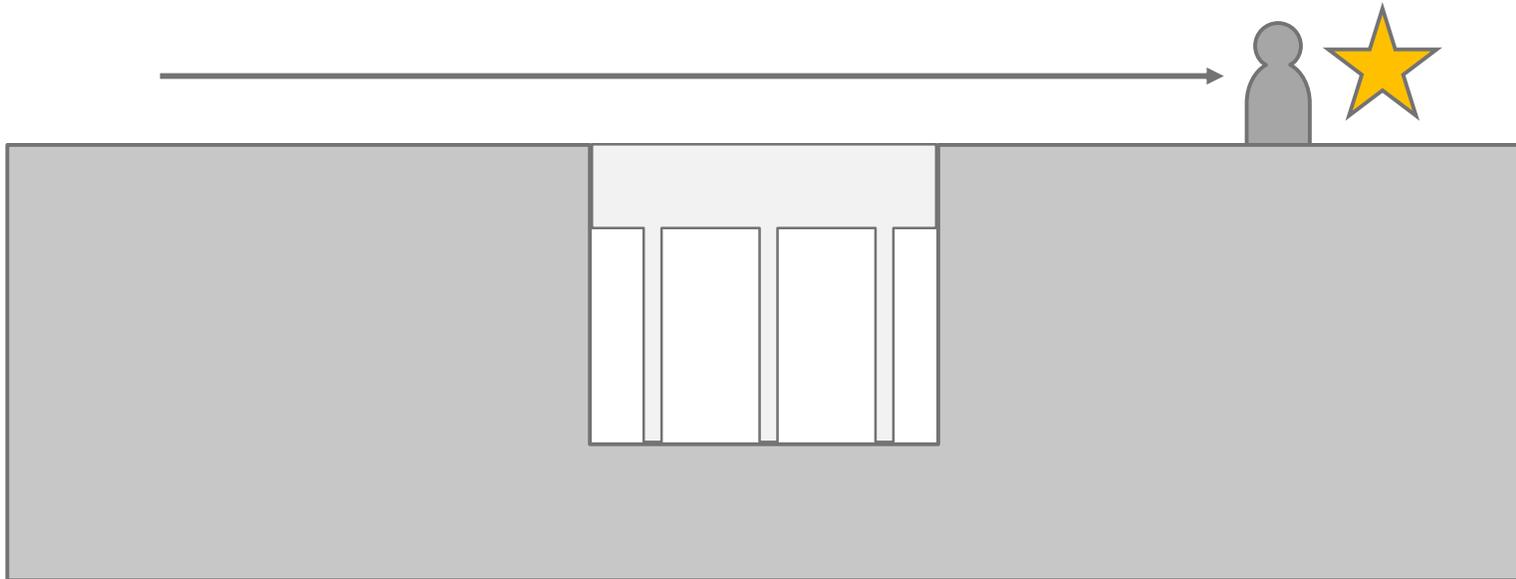
目的地到着がミッション  
目的地への行き方にフォーカス

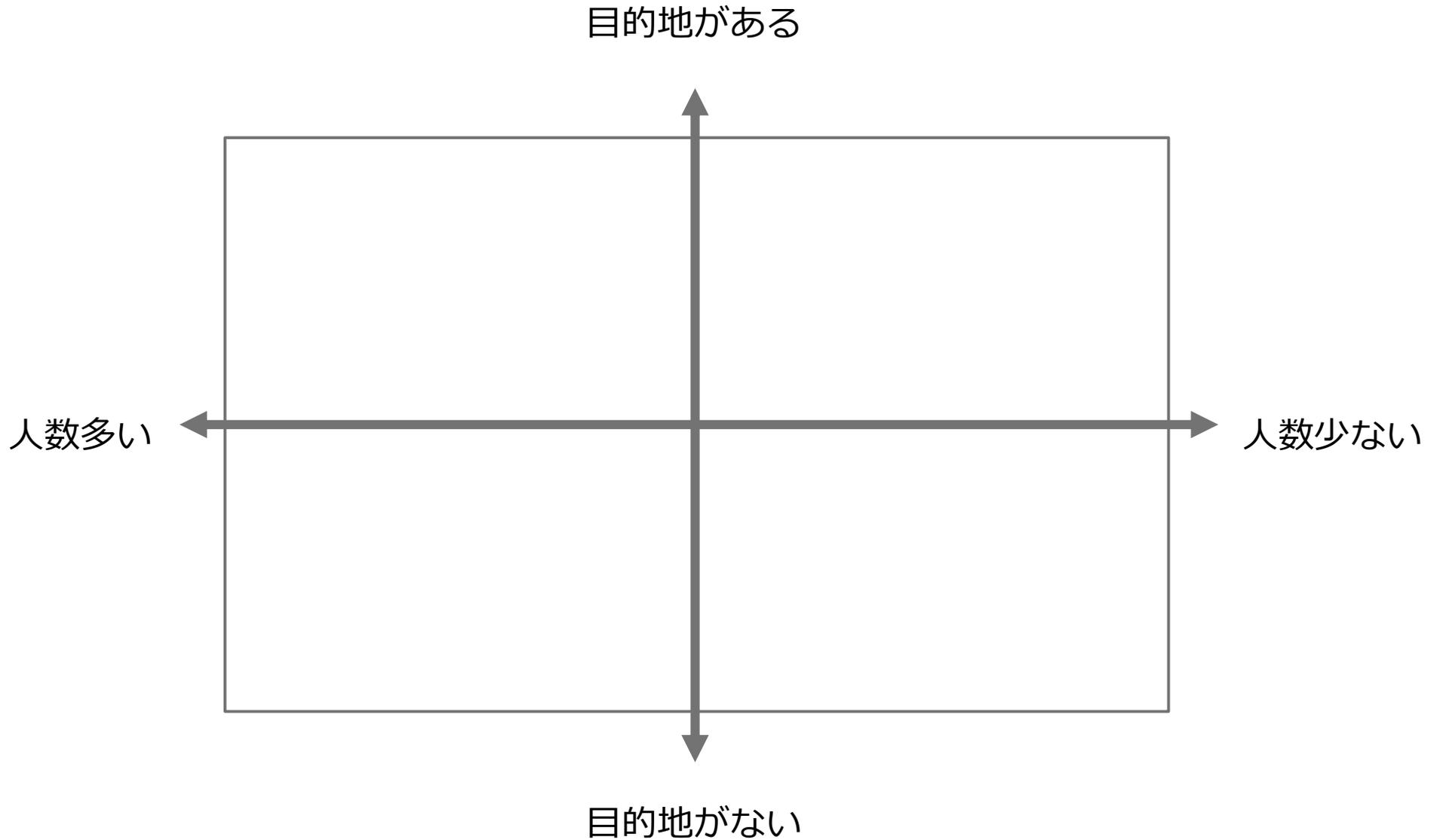


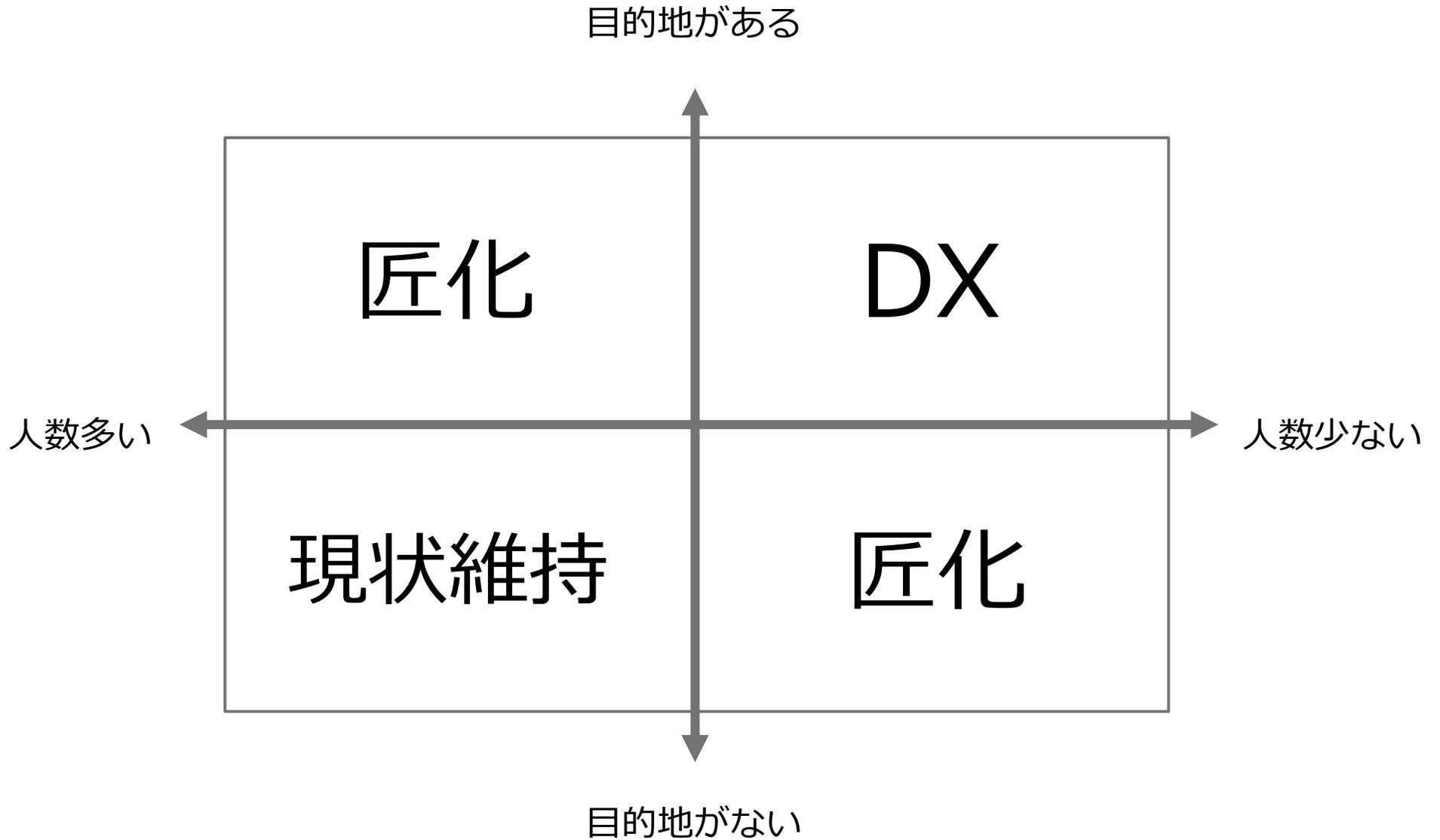
# DX

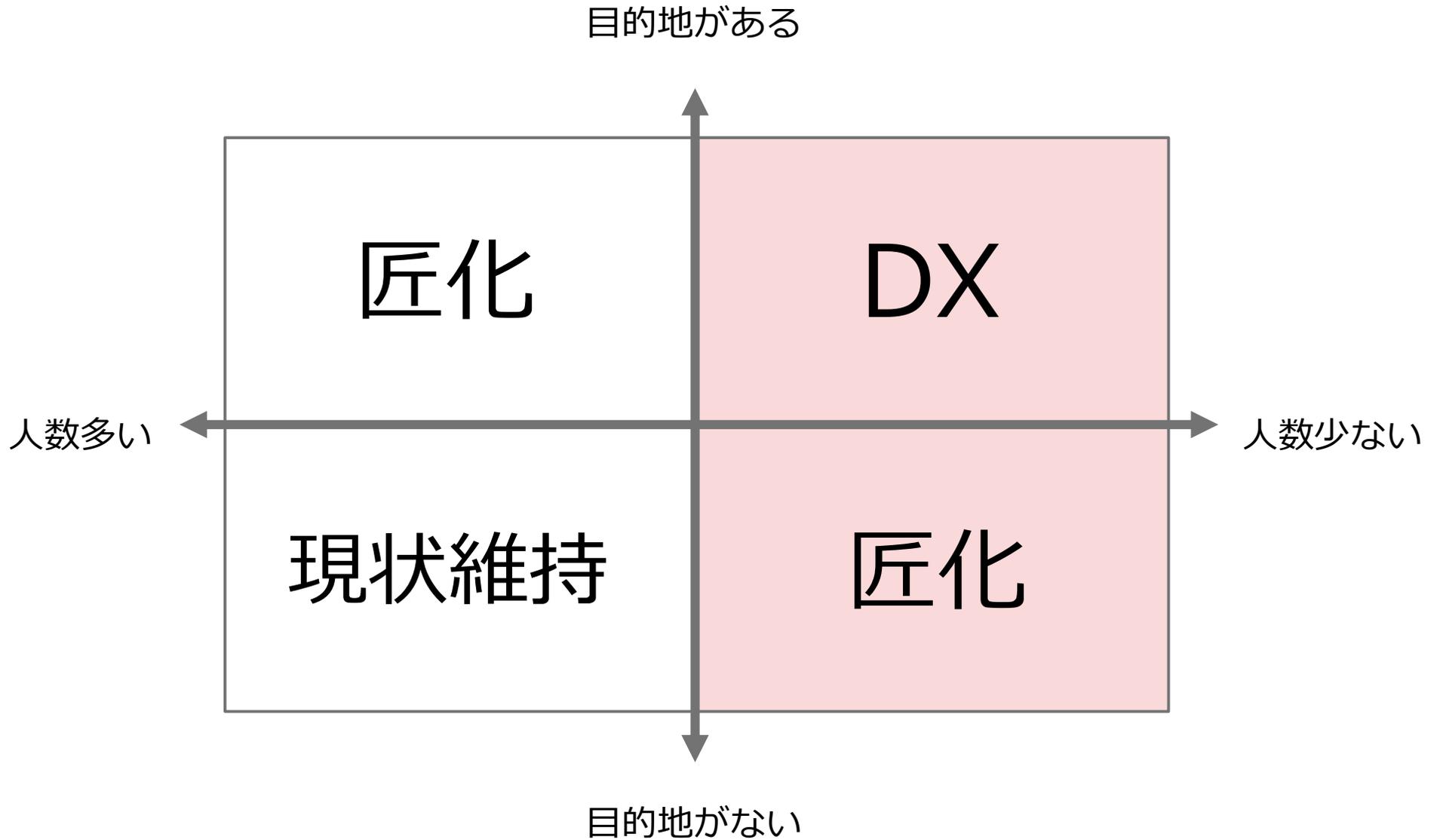
目的地到着がミッション

目的地への行き方にフォーカス









匠化の罫に陥らず  
目的地へ向かうことがDX

目的地へ向かう…？

目的地を決めること、  
それがDXで一番最初にやること。

誰が決める？

決めるのは、「主人公」

本日まで参加の部長クラスの皆さまです。

え！？ 決めろと言われても…

ご安心ください。

目的地の「あたり」はついているはずです。

### 3. 広報ツールDXの「目的地」と「穴」

## 広報ツールの「目的地」

認知拡大、理解促進、魅力訴求

●●●●（ステークホルダー）に  
自社事業の強み、ユニークさ、将来性を正しく理解してもらい  
適正な期待感をもっていただくこと

営業支援

適正な  
株価形成

優秀な  
人材の確保

企業文化  
の醸成

持続的な  
成長

社会課題  
の解決

おおよそこの幅のどこかではないでしょうか？

## 広報ツールの「穴」

### 負荷・余力

- 制作にものすごい労働負荷がかかる
- 制作したものの運用や改善に余力がない

### 統一性・生産性

- 各ツールの方向性がバラバラである
- 同じコンテンツでもツール毎に異なる

### 外部コスト

- 制作費や運用費にコストが掛かり過ぎる
- 外部委託先の力量もあり納得感が低い

### 組織・メンバー

- 業務の属人性が高く組織変更しにくい
- メンバーのモチベーションが低い

### ネタ・基盤

- そもそもコンテンツ（ネタ）が弱い
- ITインフラが弱く、専門家が不在

### 能力・環境

- 経営・社内からの情報収集力が弱い
- 社内優先度が低く、予算が少ない

こうした「穴」が至るところにあります  
最大の「穴」は別にあります。

それは…

最大の「穴」は、皆さまご自身です。

- 現場がよくわからない
- 「目的地」がよく見えない

## 4. 広報ツールDXの正攻法

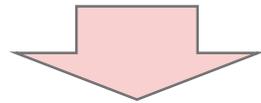
「主人公」である皆さんが  
実は現場がよくわからず  
目的地もモヤモヤしているという状況  
  
ここをまず自覚することが重要です。

では、この不利の状況を  
どう突破するのか？

# 正攻法は 「クラウド」と「ブレイン」

## 5. クラウドの活用

現場がよくわからない



クラウドという

便利なものが存在します。

# クラウドサービスあれこれ

例

**インサイドセールス/オンラインセールス カオスマップ 2021**

**リードジェネレーション**

- チャットボット: Chat Plus, zeals, hitTO, chateliers, Support Chatbot, BOTCHAN, anybot, GORILLA, EFO, qualva, Chat Meet, SYNALIO
- リスト/ABM/フォーム・メール営業: ソーシャル企業情報, makibisi, 毎日テレコン URIZO, POLLO SALES, Cocolist, ラクリス, GeAble, DIRECTデータ FORC.S, No.1, apoli, HRog, Musubu, ListA, S P E E D A, チャラCEO

**リードナーチャリング**

- CRM・MA: Marketo, sas, HubSpot, Customa!, pardot, BowNow, Synergy, LEAD, SkyDesk CRM, MAJIN, sugarcrm, CustomerRings, CRM, SHANON, aimstar, marketing cloud, Dr. Marketing, eloqua, LF, List Finder, マーケロ市
- メール配信: blastmail, ワイメール, メール商人, 配信, WILL Mail, Cuenote FC, AutoBiz, MailPublisher, VPS-NEO, める配くん, Lステップ, Mailwise, NEXLINK, Starseven, CustomersMailCloud, Mail Smart, WEBCAS ASP

**比較/WP DLサイト**

- 比較/WP DLサイト: BOXIL, IT-レジド, ferret, ITreview, アイミツ, マークメディア

**CMS (LP/HTMLメール作成)**

- CMS (LP/HTMLメール作成): WordPress, CMS, Joomla, RCMS, JOOMLA, CGI-Park, WIX, ShareWith, dnn, BiNDup, Drupal, INOREN, BlueMonkey, One page, Movable Type, Dw

**SEO**

- SEO: TRET SEO, MIEROCA, Gyro-n, keywordmap, E-mail Tools, SEARCH WHITE

**ウェビナー イベント関連**

- ウェビナー イベント関連: eventhub, zoom, YouTube Live, Peatix, Doorkeeper, Q-PASS, WEBCAS, formulator, ネットプロ, E-VE!, stream, eventos, Biz, V-CUBE, Backstage

**商談～受注**

- 商談～受注: オンライン商談: exco, Webex, Whereby, Microsoft Teams, zoom, Calling, Live On, bellFace, S
- SFA: Senses, JUST.SFA, Knowledge, Oracle Sales Cloud, cyzen, sales cloud, MISOCA
- 電子見積り/契約: Money Forward クラウド請求書, MISOCA, 見積り, 請求書オンライン, 請求管理API, Agree, Sign, E-STAMP, DocuSign, NINJA SIGN, CLOUD STAMP

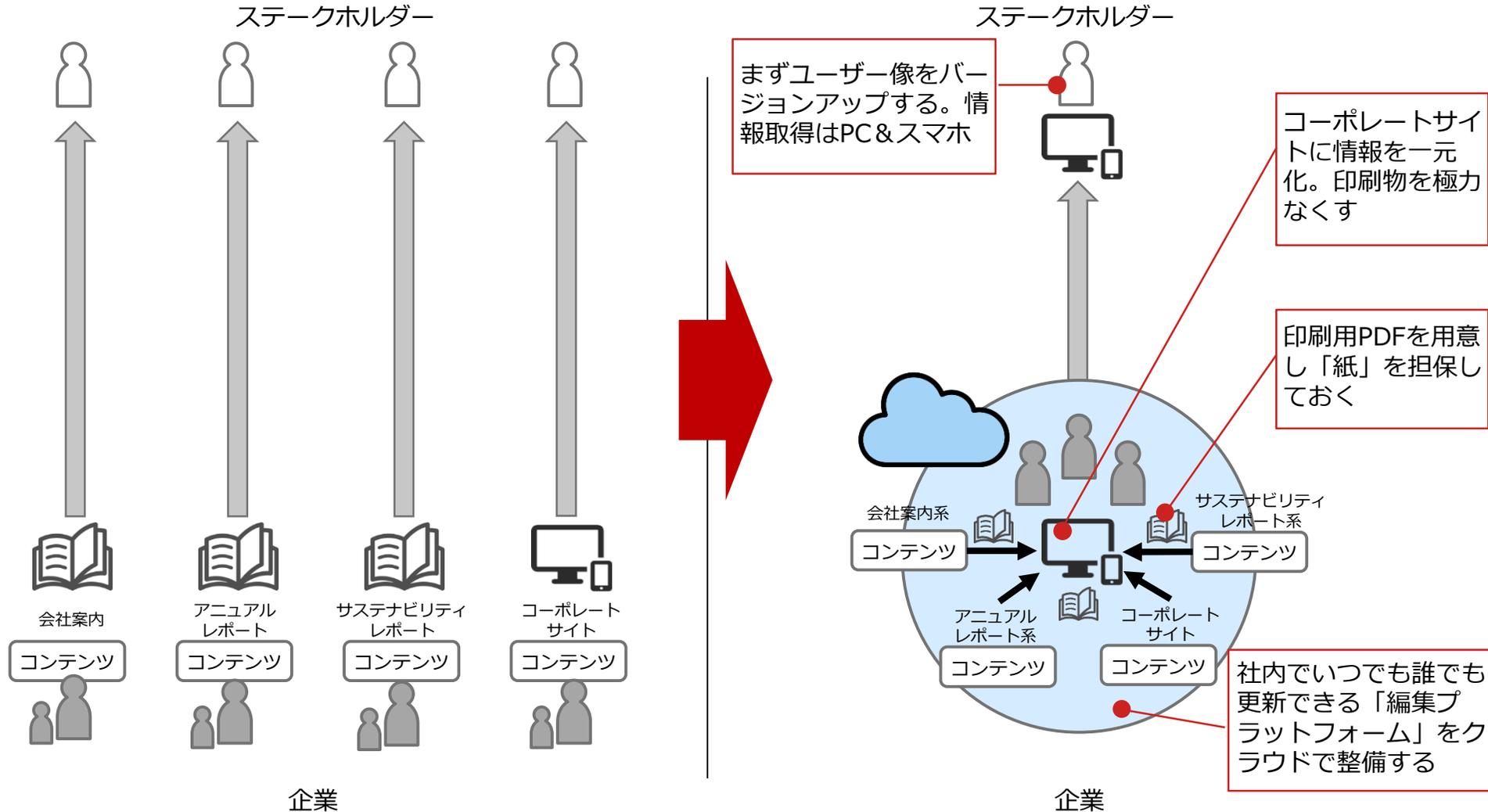
Copyright2021 InterPark Co.,Ltd. All Rights Reserved.

## なぜクラウドか？

- 制作物志向ではなく、業務支援志向なため開発不要で省力化できる。  
⇒ 穴を埋めやすい
- 企業内利用を想定し、操作系（UI）が簡便で社内浸透しやすい。  
⇒ 現場を動かしやすい
- デジタルであるため、訂正、修正、更新が機動的にできる。  
⇒ やり直しがきく、試行錯誤できる

クラウドをフル活用し  
業務改革しつつ現場の支持を得る

# クラウドのフル活用イメージ





## コーポレートコミュニケーション 編集プラットフォーム



「ShareWith」は、

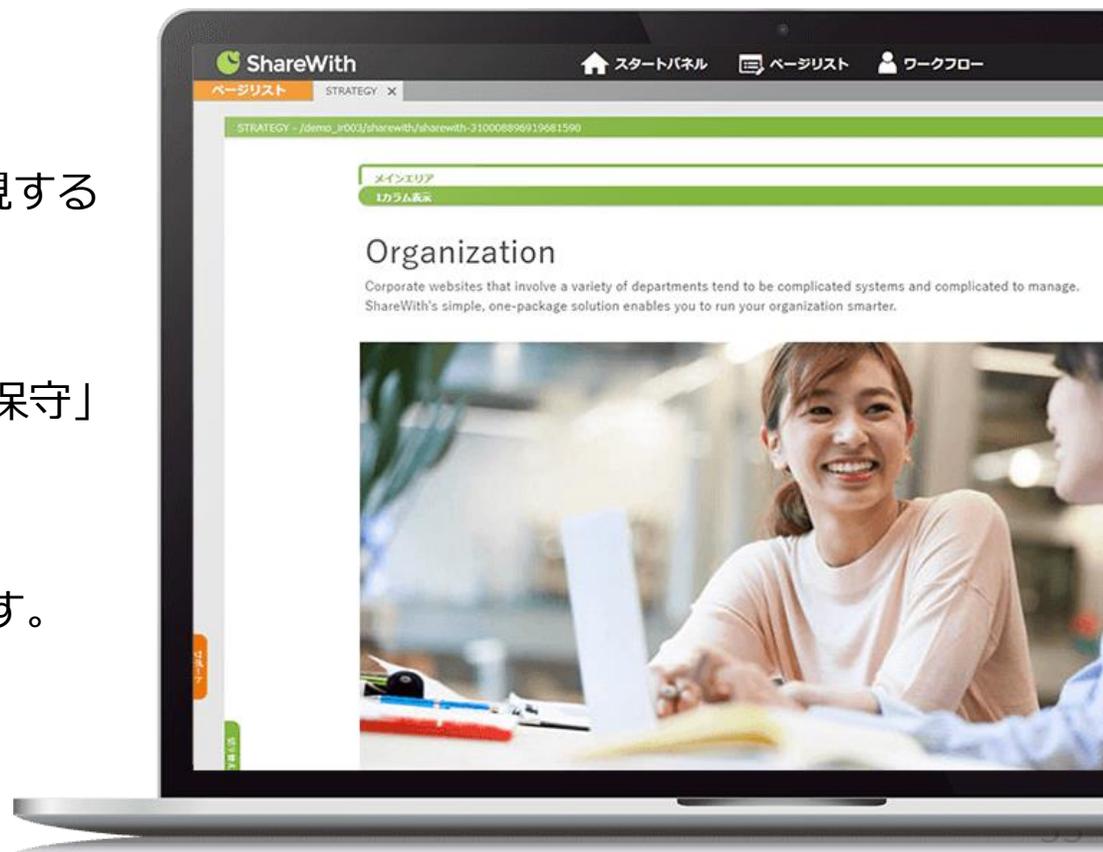
コーポレートコミュニケーションのDXを実現する

「コーポレートサイト・クラウド」です。

「Web会社依存」「不自由な更新」「脆弱な保守」

の三大制約から運営チームを解放し、

自由に生産性の高いサイト運営を実現します。





# コーポレートコミュニケーション 編集プラットフォーム



## コーポレートサイトへの集約化&編集プラットフォーム 例

統合レポートサイト、ESG関連



統合レポートのテーマを分解しグループ化されたキーワードで素早く検索



細分化されたESG情報へ網羅的にリンク



最新情報はサイトに掲載し、PDFはその後に生成

## コーポレートサイトへの集約化&編集プラットフォーム 例

### レポート系統合サイト

CyberAgent. 企業 ニュース サービス 技術・デザイン 採用 IR CyberAgent Way FEATUREs Q

**CyberAgent Way**  
人と企業が成長する仕組み

広報・統合・ESG系情報を「Way」と名付けて集約

Z HOLDINGS 企業情報 プレスリリース トピックス IR情報 サステナビリティ

ZホールディングスTOP > IR情報 > ライブラリ > 統合報告書

**統合報告書**

完全サイトのみの統合レポート（印刷用PDFも無し）

統合報告ポータル

統合報告ポータルサイトはこちら

※2019年度より皆さまにアクセスいただきやすいWeb版へ移行致しました。弊社を取り巻く市場・事業環境が変化中、皆さまにとって有用な情報をタイムリーに発信してまいります。

Z HOLDINGS 統合報告ポータル

ビジョンと戦略

Integrated Report Portal

更新日:2021/06/1

ビジョンと戦略

日本・アジアのユーザーに、新しいインターネット体験を。

代表取締役社長兼CEO 杉本 洋平  
代表取締役副社長兼CEO 高野 誠

CEOメッセージ

2021年3月1日、LINEとの経営統合により「新生Zホールディングス」が誕生しました。統合後の新サービス利用客数は約1億人、世界と接する国際的な成長環境の中で、新たな企業として、存続し、社会に貢献する使命を担い、いかに「Zホールディングス」の成長を加速してまいります。

## コーポレートサイトへの集約化&編集プラットフォーム 例

コーポレートサイトが最上位

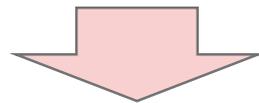


サイトに統合レポートが  
「溶けている」

統合レポート=統合レポートサイ  
トの1対1対応ではなく、統合レ  
ポートのエッセンスを再編集して  
コーポレートサイトのトップカテ  
ゴリで表現

## 現場を動かせるクラウドのポイント

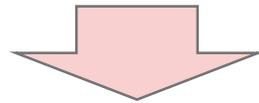
- 心理的安全性（壊れない、シンプル、自分向けである）
- 自由自在感覚（自分でコントロールできる、自分事化できる）
- 共有相談環境（孤立防止、一人よがり防止、共有できる）



こうした観点でクラウドサービスを選ぶとよい

## 6. ブレーンの活用

「目的地」がよく見えない



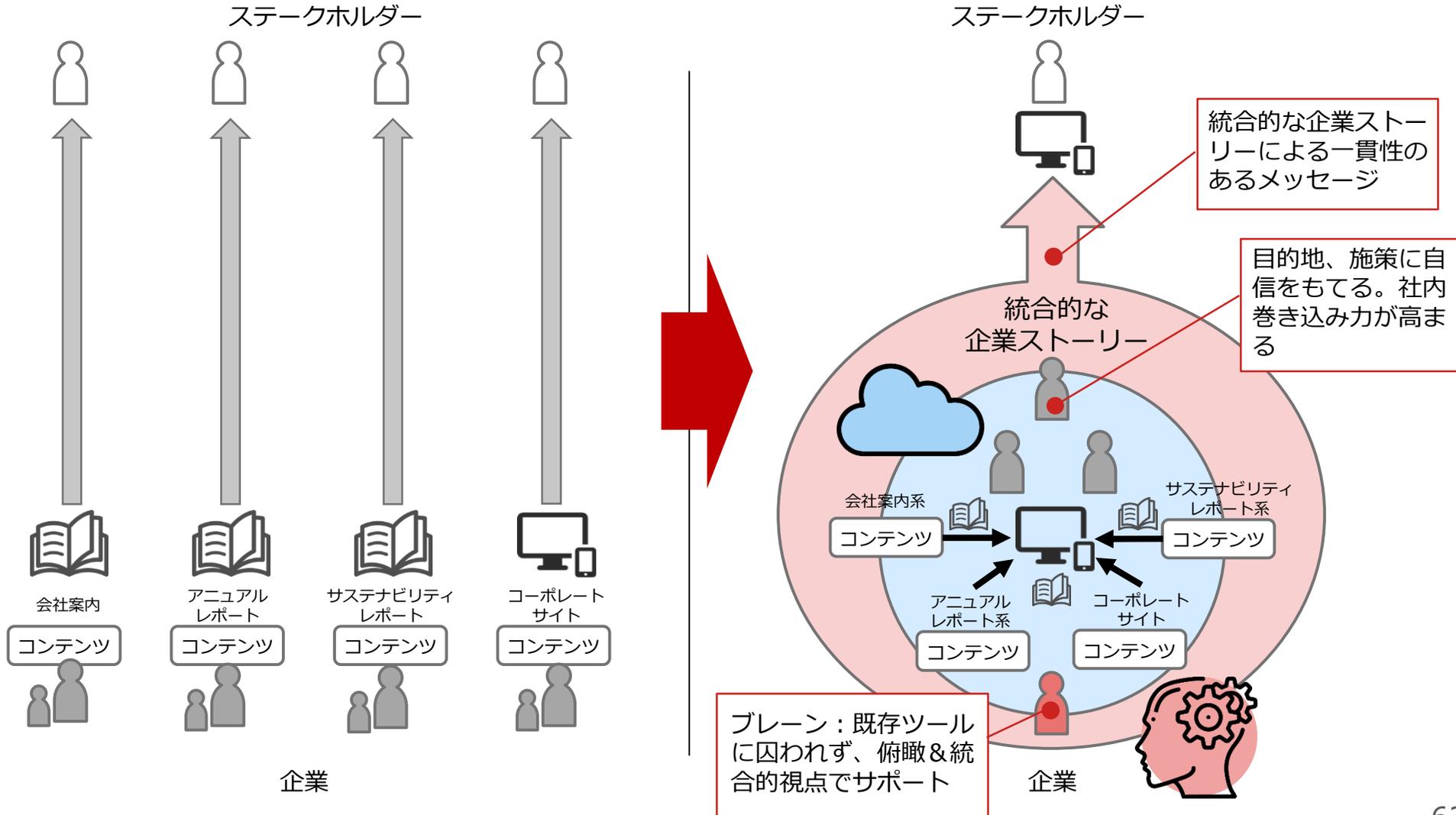
解像度を高めてくれる  
ブレーションという存在があります。

## なぜブレーンか？

- 対話やリーディングを通じて目的地の解像度を高めてくれる。  
⇒ DXの成功確率が上がる
- 目的地へ向かうルートやよくある障害をサポートしてくれる。  
⇒ 水先案内&リスクヘッジ
- 統合的な企業ストーリーをサポートしてくれる。  
⇒ 統合思考、一貫性のあるメッセージ

ブレーンをフル活用し  
解像度を高めて現場をリードする

# ブレーンのフル活用イメージ





## ブレーンのサービスイメージ (1)

### 貴社向け「コミュニケーション戦略チーム」組成

— 年間契約型 (1年~3年) のオプションサービス —

適時開示以外の  
情報がない

マネジメントの  
顔が見えない

資料をただ  
貼っているだけ

自社ビジネスが  
理解されにくい

コンテンツを作れる  
人材が不足

貴社の現状にフィットする「コミュニケーション戦略チーム」を組成し、  
経営、事業、ESG、採用等の社内外コミュニケーション上の課題を  
実績豊富な野村IRのスペシャリストが解決します。

共に考え共に悩む「創発スタイル」によるプロジェクト進行のため、

貴社運営メンバーの能力開発にもつながります。

コミュニケーション  
アドバイザー

ストラテジック  
プランナー

ブランディング  
コンサルタント



エディター

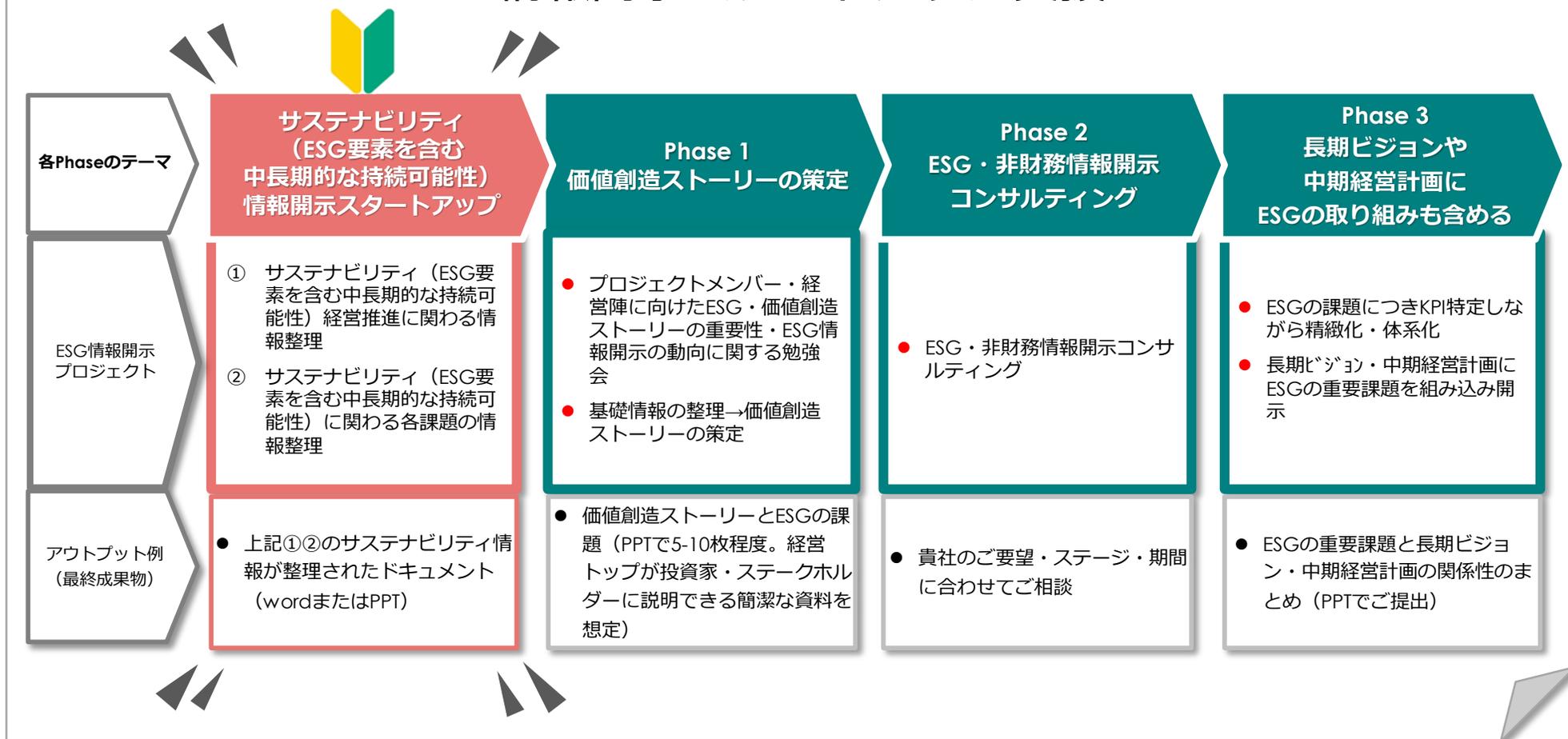
ライター

クリエイター

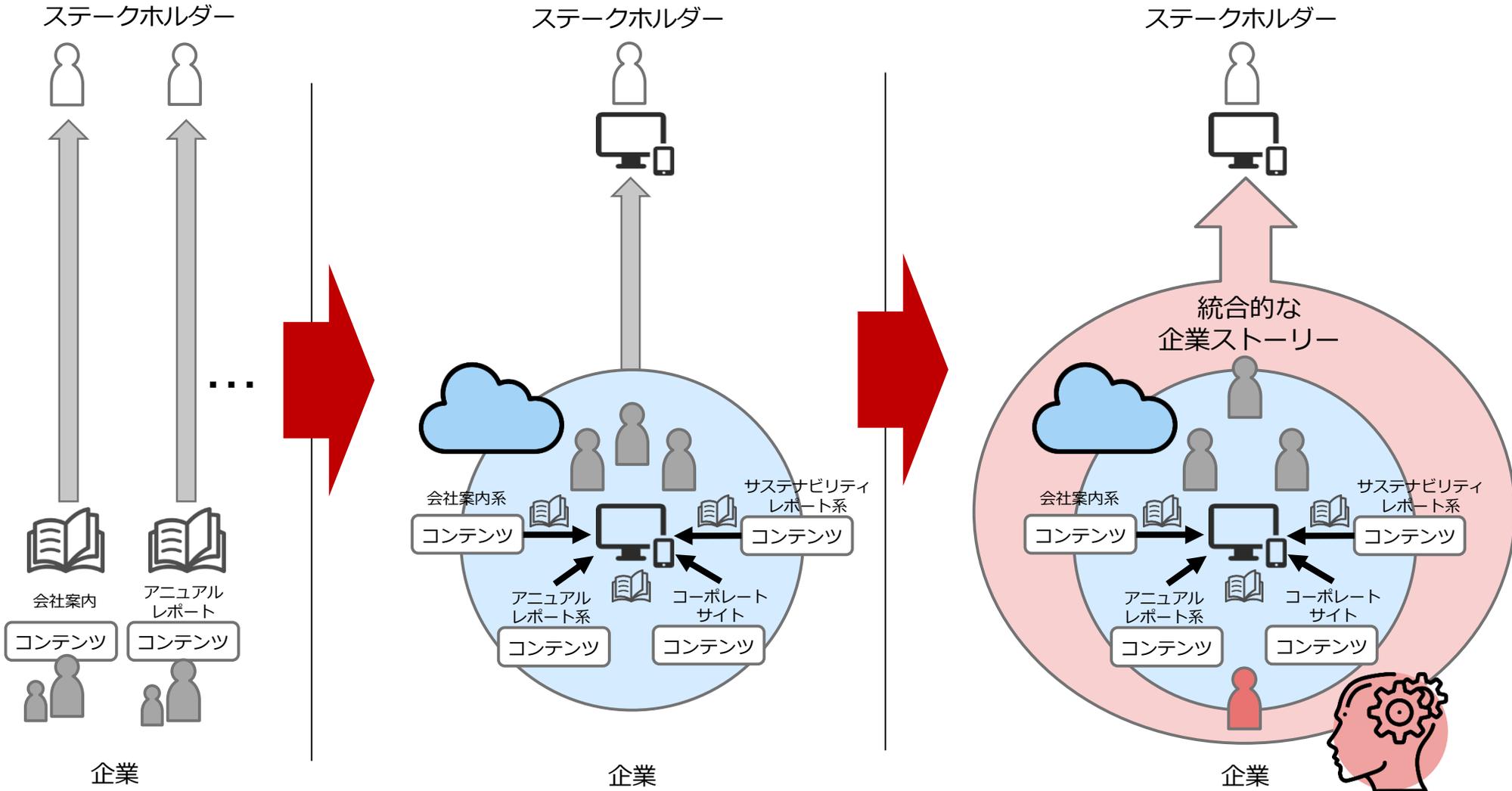


## ブレーンのサービスイメージ (2)

### サステナビリティ (ESG要素を含む中長期的な持続可能性) 情報開示スタートアップ支援



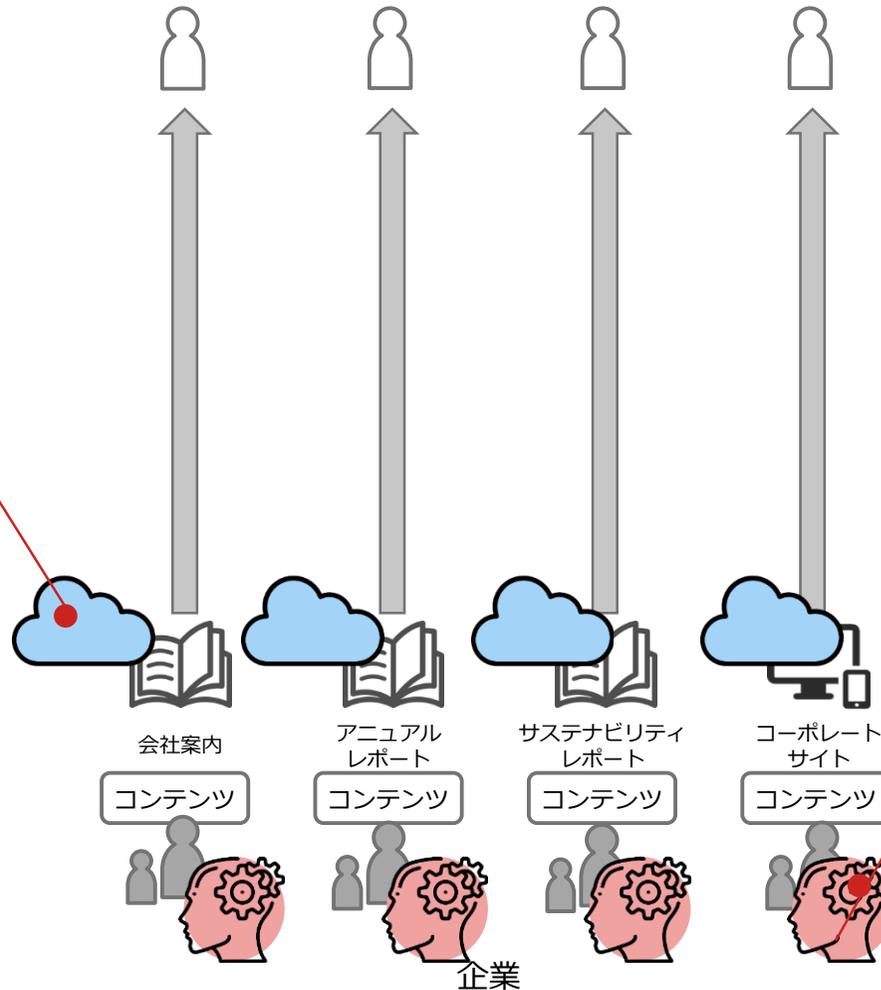
# クラウドとブレーン、順序は？



# 一番ダメな例：個々のツールにリソースを分散

ステークホルダー

システム分類ではクラウドだが、クラウドのメリットを全く生かせていない



プレーンとは言えない。各ツールのアドバイザーのようなもの。プレーンは担当者につけてはいけない

イメージや例はあくまでモデルです。  
それぞれの企業に合った  
DXの進め方があります。

「目的地」があればいずれ辿り着きます。

## 7. 広報ツールDXが実現すると？

## 広報ツールDXによる生産性向上で、 本質的な業務が増やせる

- 事業部門やトピックネタへのヒアリング[増]
- サイトへの新規・特集コンテンツ公開[増]
- 展示会イベントなどの事業部門への業務支援[増]
- 各ステークホルダーへの個別情報発信[増]
- 各ステークホルダーとの「対話」機会[増]
- 社内自社評価のトライ数[増]  
→評価フロー 読み合わせ会、社内アンケートなど
- 社外自社評価のトライ数[増]  
→専門家、個人モニター評価、投資家インタビューなど
- 経営への社内へのフィードバック[増]
- 経営と広報のコミュニケーション[増]
- 経営の意思反映の速度 [増]
- 企業ストーリー経営の意思反映度[増]

⋮

広報/IR/ESGの本質は  
「ツール」ではなく「情報」

広報/IR/ESG部門は  
ツールを媒介とした  
インテリジェンス組織へ

主人公は皆さまです。



*Find purpose, the means will follow.*

— 目的を見つけよ。手段は後からついてくる —

## まとめ

広報ツールDXは、部長・役員が主人公

広報/IR/ESG各部門は、目的地の解像度を高め、

「クラウド」 & 「ブレイン」を駆使する

インテリジェンス組織へ

## まとめ

広報ツールDXは、部長・役員が主人公

広報/IR/ESG各部門は、目的地の解像度を高め、

「クラウド」 & 「ブレイン」 を駆使する

インテリジェンス組織へ

野村IRは「クラウド」 & 「ブレイン」 の支援サービス体制を強化中です。

今まさに検討中という企業様、ぜひご相談ください。

本資料は、ご参考のために野村インベスター・リレーションズ株式会社が独自に作成したものです。本資料に関する事項について貴社が意思決定を行う場合、内容によっては事前に貴社の弁護士、会計士、税理士等にご確認いただきますようお願い申し上げます。本資料中に、新聞その他の情報メディアによる報道、民間調査機関等による各種刊行物、インターネットホームページ、有価証券報告書及びプレスリリース等の情報が含まれている場合がありますが、野村インベスター・リレーションズ株式会社はそれらの情報を、独自の検証を行うことなく、そのまま利用しており、その正確性及び完全性に関して責任を負うものではありません。また、本資料のいかなる部分も一切の権利は野村インベスター・リレーションズ株式会社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願い致します。