

導入事例

HOME > 導入事例 > 弥生

導入事例 Case Study



良質なビジネス記事が新入社員の「読み書き力」を向上させる！ 日経電子版は活用次第で費用対効果 抜群の"人材育成ツール"に。

弥生株式会社

管理本部 人事総務部 マネージャー 鈴木一喜氏
マーケティング本部 営業推進部
パートナー支援課 北林はる菜氏

導入しているサービス

日経電子版Pro (法人向けプレミアム)

スモールビジネスの業務効率化を追求し、「弥生シリーズ」などの業務ソフトや各種サービスを提供しています。最近では「中小企業や個人事業主の事業を支える」という理念のもと、17年4月には親会社のオリックスとALT株式会社を新設し、オンラインレンディング事業に参入しました。

「読み書き」の苦手な新社員に危機感を抱く人事総務部。選んだ課題解決ツールは"社会人必読"の日経電子版。

鈴木氏：導入のきっかけは、昨今の新入社員の「読み書き」能力の低下、すなわち論理的思考力や意思伝達力の弱さに危機を抱いたことです。そうした課題を克服する方法として人事総務部の出した結論は、やはり徹底的に新聞を読ませる、ということ。日経電子版のIDを全新入社員に付与し、新人研修として一定期間、なるべく多くの記事に触れさせ、要約や討論を通じて、ビジネスの基礎となる「読み書き」の能力を鍛え直そうと考えました。



管理本部 人事総務部 マネージャー
鈴木一喜様

関連記事検索で自然と身につく知識と情報収集の習慣。ビジネスの現場で日々実感するその効果。

北林氏：たった1本の記事でも、要約するには関連記事をたくさん読む必要があります。日経電子版なら、たとえば「フィンテック」と検索すると、AIや金融などの関連記事を簡単に収集できるので、ビジネスに関する知識と関心の幅が自然に広がります。また、はじめはあくまで研修の一環として読んでいた日経電子版ですが、それが習慣化して今も読み続けています。実際のビジネスにおいても、営業に同行した際、以前なら理解できなかったお客様と先輩社員の話がわかるようになった、といった場面が増えました。研修中、同期とは毎朝、今日はどんな記事を取り上げて要約するか、という話題で盛り上がり、それを通じて知識を補充したり、お互いをよく知り合ったりできました。コミュニケーションの円滑化という面でも役立ったと思います。



マーケティング本部 営業推進部
パートナー支援課 北林はる菜様

日経電子版が新社会人の船出を強力に後押し! 人事総務部も認める費用対効果に優れた"人材育成ツール"

鈴木氏：どんなに優れたツールでも、ただ与えるだけでは効果は望めない。それは日経電子版も同じです。使い次第で非常に有用な"人材育成ツール"となり得る。実際、弊社では「読み書き」に対する新人の苦手意識が確実に薄れてきました。特に学生から社会人への端境期である研修期間は、ビジネスの基礎力を固める大切な時期ですから、そこで日経電子版の果たす役割は大きいと思います。さらに、販売代理店担当者による無料の講習会では、その道のプロが日経電子版の操作や活用方法を紹介してくれて非常に助かります。そういうサポートを含め、日経電子版は、弊社にとって本当に費用対効果の高いツールですね。



人事の課題

読み書きの苦手な新入社員にどう研修すれば…

研修ツールとしての日経電子版Proの活用法

解決策1

日経電子版の記事要約を研修課題に
要約の関連記事収集は検索機能を活用



検索機能

フィンテック



要約のための記事検索で知識・関心の幅が広がる

読み書きのスキル向上

解決策2

要約した記事をもとに
新入社員同士でディスカッション



論理的思考力・意思伝達力の向上

コミュニケーションの円滑化

解決策3

「日本経済新聞の読み方」講座 ※講師派遣承ります。

新聞の読み方がわかるように

(日経MM情報活用塾メールマガジン1月号 2017年1月22日 更新)

企業プロフィール

企業名	弥生株式会社
事業内容	業務ソフトウェアおよび関連サービスの開発・販売・サポート
代表者	代表取締役社長 岡本 浩一郎
本社所在地	東京都千代田区外神田 4-14-1 秋葉原 UDX 21F
資本金	5千万円
従業員数	683名 (派遣・契約社員含む、2016年10月現在)
Webサイト	https://www.yayoi-kk.co.jp/