


日経電子版Proグループ機能ご利用ガイド

グループ機能とは？

「日経電子版Pro」の同一契約内の利用者間で、フォローする企業・業界や、キーワード登録など共通の設定をすることができる機能です。Myニュースのタイムライン上でグループ共通の情報を閲覧できます。個別記事をコメント付きでタイムライン上にシェアすることもできるため、情報共有の活性化につながります。



<https://www.nikkei.com/> にアクセスし、ログイン後にMyニュースを選択。

グループ共通の情報がタイムライン上に表示されます。「」アイコンが付いているものがグループ共通のフォロー条件です。

※グループ機能は日経電子版アプリ内からはご利用できません。スマホ、タブレットからグループ機能を利用する場合は、ブラウザからアクセスして、ホーム画面に登録してご利用ください。
(2019年5月現在)

例えばこんな使い方

■ 営業チャンスを逃さない

「競合他社」「商品・サービス」「人事異動」「地域」などをテーマに、グループ共通のキーワードを設定しておくだけで関連した最新記事をいつでも一覧できます。個人に依存せず、組織として情報収集を行うことで営業チャンスを逃しません。

■ 若手社員の教育

「最近の若手社員は新聞を読まなくなった」というお悩みも解決します。グループ機能では、「コメント」を付けてタイムライン上に記事を「シェア」してコミュニケーションを取ることができます。

SNSに慣れている若手社員はタイムライン上でのコミュニケーションが新聞記事を読むきっかけとなるはずです。



グループ機能でできること

① フォローの共通設定

企業、業界、キーワード、コラムなど、グループ共通のフォロー設定ができます。

- ・電子版独自記事
- ・日本経済新聞朝刊・夕刊
- ・日経産業新聞
- ・日経MJ
- ・日経ヴェリタス

の記事を収集できます。

② シェア・コメント

コメントとあわせて、記事をメンバーにシェアできます。

電子版記事だけでなく、外部サイトをシェアすることもできます。

コメント機能では、チャット形式で会話することもできます。

③ グループメール

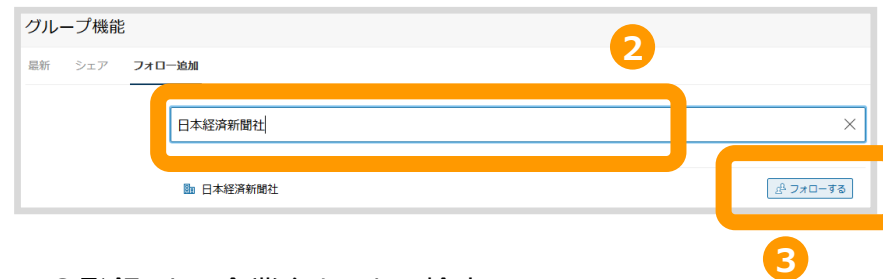
グループでシェア、コメントを付けた記事、自動収集した記事をメールで通知します。

企業をフォローする

取引先や競合企業などをフォローしましょう。企業の最新ニュースを自動でお届けします。
企業は最大100社フォローできます。



①「新しいフォロー追加」をクリック



②登録したい企業名を入れて検索
③「フォローする」ボタンをクリック



④選択した企業が登録されました！

業界をフォローする

取引先の業界や自社の業界、今後注目される業界をフォロー登録しましょう。
幅広い業種・業界を細かくカテゴリ化した業界一覧の中から、気になる業界を選択できます。
業界は最大67業界（全業界）フォローできます。



①「新しいフォロー追加」をクリック



②おすすめフォロー「業界」欄に表示されている業界名をクリック



③選択した業界が登録されました！

キーワードを登録する

企業名や業界名だけでなく、定期的にチェックしているキーワードを登録することも可能です。登録したキーワードに関連するニュースを膨大な情報の中から自動収集してお届けします。キーワードは最大100テーマ登録できます。



①「新しいフォロー追加」をクリック



④キーワードが登録がされました！



②登録するキーワードを入力
③「フォローする」ボタンをクリック

Tips

単語をスペースで区切って複数のキーワードをひとまとめに登録したり、英文字半角の「AND」「OR」「NOT」「()」を用いた条件式での登録もできます。

【エコカー 電気自動車 補助金】

→すべてのキーワードを含む

【エコカー OR 電気自動車 OR 補助金】

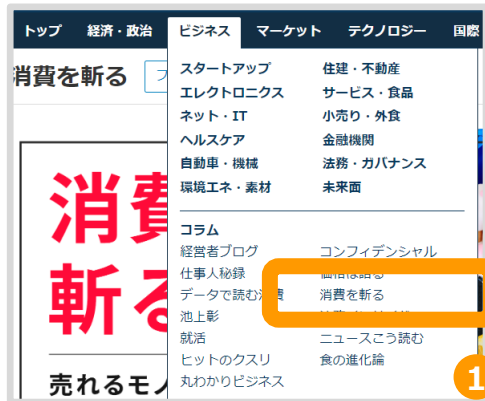
→いずれかのキーワードを含む

【(エコカー OR 電気自動車) AND 補助金】

→「エコカー」または「電気自動車」のいずれかと「補助金」を含む

トピック・コラムをフォローする

「きょうのことば」「価格は語る」など紙面、電子版上のトピック・コラムをフォローできます。
トピック・コラムは最大100個フォローできます。



① 電子版画面内で気になるトピック・コラムを選択



② 「グループでフォローする」を選択



③ 選択したトピック・コラムが登録されました！

応用編：新聞記事の特徴を捉えた検索

新聞を読んでいる時についつい目がいてしまう記事が何なのかを考えてキーワード登録をしてみると、より自分の仕事や興味・関心にあった記事を一覧することができます。

新聞記事内でよく使われる「単語」や「表現」を知っていると、より精度が高くなります。

- 業績好調な企業を見つける
⇒「増収増益 OR 最高益 OR 黒字 OR 上振れ」

- ヒット商品を調べる
⇒「ヒット商品 OR 売れ筋 OR トレンド」

- 設備投資動向を追う
⇒「設備投資 AND (新工場 OR 建設 OR 積極化 OR 生産増強 OR 供給能力 OR 量産 OR 増産 OR 生産能力)」

記事にコメントを付けてシェアする

グループのメンバーに読んで欲しい記事にコメントを付けてシェアすることもできます。
シェアされた記事にコメントを付け返すこともできるので、記事をきっかけにコミュニケーションを取ることもできます。

自転車乗せて、電車でGO! JR東が専用車両公開

2017年12月4日 9:24 (2017年12月4日 11:51 更新)



JR東日本は4日、車内に自転車を置くスペースを設けた専用電車「B・B・BASE」を両国駅（東京都墨田区）で報道陣に公開した。来年1月から千葉県房総半島の路線で臨時列車として運行する。

①記事内の  マークをクリック

鈴木さんの担当顧客の記事です。当社の製品と上手くマッチしそうではないですか？

2

シェアする

キャンセル


②コメントを入力して「シェアする」をクリック

グループ機能

最新 シェア フォロー追加

シェアされた記事

+ URLを入力してシェアする

 グループメンバー(11)

あなたがたった今シェア

自転車乗せて、電車でGO! JR東が専用車両公開

1時間前

JR東日本は4日、車内に自転車を置くスペースを設けた専用電車「B・B・BASE」を両国駅（東京都墨田区）で報道陣



3

コメントする (2)

日経グループ単体 たった今

鈴木さんの担当顧客の記事です。当社の製品と上手くマッチしそうではないですか？

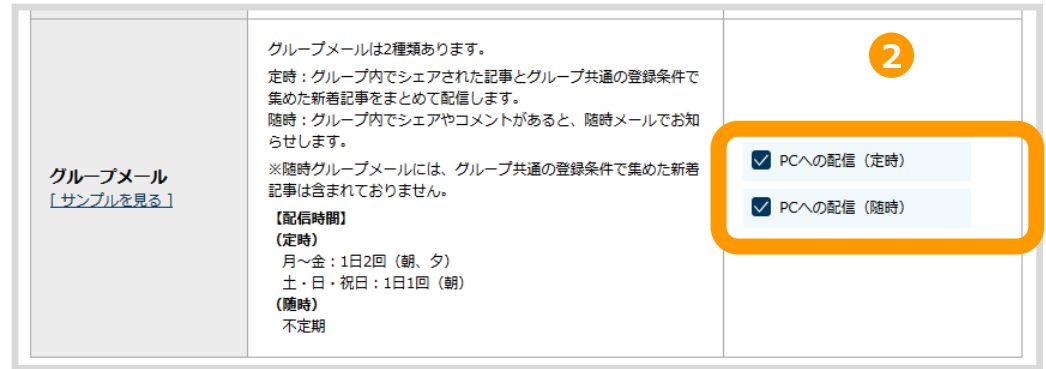
日経グループ単体 たった今

早速お客様へ提案してみます！

③タイムライン上に記事がシェアされます。
「コメントする」を押すとコメントを加えることができます。

グループメールの受信設定

自動収集した最新記事は朝・夕の1日2回メール配信することもできます。
グループのメンバーがシェアした記事、コメントを付けた記事は随時配信することもできるため、重要な記事の見逃しが無くなります。



②希望する配信頻度にチェックをいれてください。

①「設定」メニューの「メールサービス設定」を選択



③HTML形式でメールが配信されます。
リンクをクリックすると記事本文を表示できます。

記事を題材に社員が考えて学ぶ 日経電子版Proを社内教育ツールに活用

電子版メディアの活用を検討する中で、グループ機能が決め手となって日経電子版Proの導入を決めました。

社員教育面では、日経電子版Proのグループ機能を活用しています。ある記事に対して私がコメントをつけることで、**経営者の考え方を社員に浸透させる**ことができるからです。ある記事から、その**背景や将来を予測する目利き力を養う**という意味もあります。

記事を基点にして行間を考えることが習慣となり、「こんな時はどうやって解決するのか」といった訓練ができるので、日経電子版Proのグループ機能は、人材育成の題材として非常に有用ですね。

https://pr.nikkei.com/pro/casestudies/case_008/



「グループ機能」を基盤とする社内教育制度で 社の未来を担うリーダー層を育成する



研修での活用事例

株式会社CACクロア様

弊社では、未来のリーダー層を育成したいという思いから、社内教育制度「クロアカレッジ」を立ち上げました。「ビジネス教養養成コース」では、参加者共通の情報基盤として日経電子版Proを活用しています。

日経電子版Proのさまざまな機能の中で特に欠かせないのがグループ機能です。

受講者と講師は、この機能を使って気になった記事をシェアしたり、互いにコメントを書いたりして、日常的に情報を共有しています。グループ機能から、**その知識をもとにした受講者・講師間の活発なコミュニケーションが可能になり、多様な考察や議論が生み出されています。**

https://pr.nikkei.com/pro/casestudies/case_010/

グループ機能を活用して上司と共有。 コミュニケーションにも役立つ。

キーワードとして、競合他社の社名のほか、「電子機器」「エレクトロニクス」「AI」などのワードを登録しています。

記事については自分で読むだけでなく、私から**役員にインプット**するために、グループ機能も活用しています。気になった記事は直属の上司を含めた5人のメンバーでシェアしていますが、**役員から「この記事の場所を訪問してみたら」という形で共有される**ケースもあります。

弊社では、上司と部下が直接コミュニケーションする「1on1」という場を定期的に設けていますが、その場でも「日経にこんな記事が出ていたね」などと**話題の糸口**になることもあります。

https://pr.nikkei.com/pro/casestudies/case_007/

