

社内のクリエイティビティを活性化し プレゼンテーションの質を向上



社内の誰もが魅力的なプレゼンスライドを作成できる環境をつくる。
それには、Adobe Stockエンタープライズ版の導入は必然でした

日鉄ソリューションズ株式会社 企画部 経営企画グループ 塚原 真之介 氏



導入製品

- ・ Adobe Stockエンタープライズ版

導入メリット

社内全員が良質な素材に
アクセスできる環境を実現



2億点を超える厳選された素材を
組織全体で利用可能

共同作業における
コミュニケーションを効率化



イメージを画像で共有することで
認識のズレをなくす

コンプライアンス管理の
手間を軽減



資料に載せる素材の出所や
著作権のチェックが不要に

スキル向上のための
サポートが充実



アドビが提供するセミナーや
チュートリアルを活用

日鉄ソリューションズ株式会社

日本製鉄の情報システム部門を前身とするシステムインテグレーター。製造、金融、流通・サービス、公共、通信など幅広い業界・業種に向けた様々なソリューションを展開。単なるIoTにとどまらない、「Humans（ヒト）」と「Things（モノ：機械・製品など）」を高度に連携・協調させる「IoT=Internet of X」を提唱するなど、「ファースト DXパートナー」として企業のDX実現を支援している。

日鉄ソリューションズ株式会社（NSSOL）は、世界最大級の鉄鋼メーカーである日本製鉄（旧：新日鐵住金）を母体を持つ国内有数のシステムインテグレーターだ。同社では、社内のクリエイティビティを活性化し、プレゼンテーションの質を高める活動としてワーキンググループを発足。その活動を推進する起爆剤として、Adobe Stockエンタープライズ版を導入した。

■ 背景と課題

ロジック偏重のプレゼンテーションに対する危機感

特定ベンダーに偏ることなくベンダーフリーで最適な提案が可能なこと、上流のコンサルティングから下流の運用支援まで、またアプリケーションからシステム基盤まで、あらゆるシステムライフサイクルやプロセスにおいて細やかなソリューションを提供できることを強みとする同社だが、その強みを顧客に伝えるべくプレゼンテーションの質に課題感を持つようになっていた。

営業としてキャリアを積み、現在は企画部 経営企画グループリーダーとして主に事業計画の策定等を行いながら数多くのプレゼンテーション作成に携わっている塚原 真之介氏は次のように話す。

「以前はお客様が求めるものがはっきりとしていたので、提案すべきものをしっかり言語化できればよかった。つまり、ロジックを正確に話したり書いたりしていれば、ある程度のコンセンサスはとれていたんです。しかし近年になって、お客様のほうで明確なイメージができていない段階でご相談を受ける機会が多くなり、今までのようなロジックに偏ったプレゼンテーションではお客様に響かなくなってきた。ひと目でお客様に良いイメージを持ってもらう、もっとエモーショナルな部分に訴えかけられるような提案資料が、これからは必要なんだと感じていました」

そうした危機感から塚原氏は社内の有志を集め、プレゼンスライド作成力向上を目的としたワーキンググループを発足させた。

「せっかく良いソリューションやサービスを持っているのに、その良さをもっと魅力的に伝えられないのはもったいない。センスに依存せず、誰でも当社の良さをわかりやすく伝えるプレゼンスライドを作ることができる会社になりたい、という思いでこのワーキンググループを開始しました」（塚原氏）



日鉄ソリューションズ株式会社
企画部 経営企画グループ
塚原 真之介 氏



日鉄ソリューションズ株式会社
管理本部 総務部 広報・IR室
藪本 春 氏



ワーキンググループのメンバー

USER PROFILE

日鉄ソリューションズ株式会社

<https://www.nssol.nipponsteel.com/>

所在地：東京都港区虎ノ門一丁目17番1号
虎ノ門ヒルズビジネスタワー

創立：1980年10月1日

従業員数：6,639人（連結）[2020年3月期]

事業内容：経営及びシステムに関するコンサルティング、情報システムに関する企画・設計・開発・構築・運用・保守及び管理、情報システムに関するソフトウェア及びハードウェアの開発・製造並びに販売及び賃貸、ITを用いたアウトソーシングサービスその他各種サービス

製品情報

<https://stock.adobe.com/jp/>



アドビ株式会社
〒141-0032 東京都品川区大崎1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー
www.adobe.com/jp/

Adobe
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com

■ 導入の経緯

クリエイティビティを活性化させる4つのテーマ

塚原氏はワーキンググループの活動をおこなっていくうえで、以下の4つのテーマを掲げた。

- ① デザインコンテンツの拡充
- ② 良質な画像・アイコン等の環境整備
- ③ プロフェッショナルセミナーの企画・開催
- ④ QAコミュニティの設置

「元々スライドを作るのが得意な人は当然いるわけですが、この活動のメインターゲットは普通の意識とスキルを持った人たち。『2:6:2』の法則でいえば、6にあたる人たちです。この層をボトムアップし、それなりの意識を持ってそれなりのスライドを簡単に作れるようにすることが目的です。」

彼らにとって、魅力的なスライドを1から考え、作るというのはなかなか難しいことではあります。でも、真似してみたいくなるようなスライドのサンプルだとか、良質な画像やアイコンなどの素材が初めから用意されていれば、『自分でもできそう』という気持ちになるかもしれない。あとは、プロの考え方や作り方を知る機会だったり、わからないことを気軽に聞けるコミュニティがあったりすれば、モチベーションの向上と維持につながるのではないかと、そう考えました」（塚原氏）

Adobe Stockの全社導入を検討

4つのテーマを実現すべく、ワーキンググループが最初に取り組んだ施策が、ストックフォトサービスの導入だった。それまで資料に使用する画像などは、各部署がバラバラにストックフォトを購入していたが、その都度個別に決済手続きをしなければならず、非常に面倒なものだった。また、出所のわからないフリー素材は社外には出せないということもあり、ビジュアル感のない文字主体のプレゼンスライドが目立つようになっていた。

検討の結果、ワーキンググループが選んだストックフォトサービスは、Adobe Stockだった。その理由について、塚原氏は次の点をあげた。

「まず、素材の種類がどこよりも豊富なこと。クオリティについては、アドビが提供するサービスだけあって良質なものが揃っており、他のサービスに比べて1枚あたりの価格が安いというのも魅力でした。」

また、エンタープライズ版を選んだ理由としては、全社規模で導入したかったこと。一部の人しか使えないとか、使うのに色々と制限があったりすると、その時点で皆が離脱してしまいます。誰でも自由に素材を使える環境を整えるというのが、この活動の最大のテーマでもあるので、ここは必須の条件でした」

■ 導入効果

素材探しや著作権チェックの手間が激減

同社では、2019年11月にAdobe Stockエンタープライズ版を導入し、全ての社員がAdobe Stockの素材にアクセスできる環境が整った。同社の広報部門として、プレスリリースやホームページ、IR資料、社内報などの様々な制作物に携わる数本 春氏に、導入の効果について聞いてみた。

「まず、素材を探す手間がだいぶ省けたというのがあります。それまでは、過去のデータを引っ張り出し、社内のあちこちを探し回ったりしていたのですが、Adobe Stockを使うことで、欲しい素材がすぐ見つけられるようになりました。Adobe Stockの素材なら出所や著作権などを調べる必要がなく、これは非常に助かっています。ぜひ皆さんに使ってほしいです。」

また、Adobe Stockの活用により共同作業におけるコミュニケーションも効率的になったという。

「外部の制作会社にデザインを依頼するときなど、どうしても言葉だけだと自分のイメージするものが相手に伝わりにくく、別のイメージで上がってくることがよくありました。今では、まずAdobe Stockで検索して、イメージを画像として共有することで、お互いが共通の認識をもってスムーズに作業を進められるようになりました」（数本氏）

■ 今後の展望

スキル向上のためのセミナーやコンテンツを拡充

コロナ禍の影響もあり、最近ではオンラインでのプレゼンテーションの機会が急増しているという。画面共有で大きく映し出されるプレゼンスライドには、ますますクオリティが求められてくるだろう。最後に、今後のワーキンググループの活動について、塚原氏は次のように締めくくった。

「Adobe Stock導入から1年が経ちますが、思った以上に多くの人々が利用しています。とはいえ、興味あってユーザー登録したものの、まだ使うのに躊躇している人たちもいるというのが現状です。そういう人たちがまず一度使ってみて、『なんだできるじゃん』と思ってもらえるところに持っていくのが、当面の目標ですね。」

そうした点では、アドビさんに開催していただいているセミナーは非常に大きな力になっています。そもそも画像を探すといってもどんな言葉で探せばいいのかとか、どのように検索条件を絞り込めばいいのかとか、使ったことのない人にとってもわかりやすく、使ってみたいと思わせる内容だと思います。今後こうしたセミナーやチュートリアルなどのコンテンツをどんどん増やしていきたいですね」

※掲載された情報は2020年11月現在のものです。