



紙から Web へ。効率と効果を両立する広報改革プラン

機関誌のデジタル化で“伝わる”をアップデートする

これまで紙で発行してきた機関誌を、昨今のデジタル環境に対応させることで、情報のスピード・到達率・読者の反応を飛躍的に高めることが可能です。本書では、現行体制の整理から、デジタル化による改善メリット、導入手順までをわかりやすくご提案します。

JAN DESIGN COMPANY

DIGITAL NEWSLETTER

現状と課題 紙ベースの発行体制

「届く」だけで終わらせない。読まれ、活かされる情報発信へ。

現時点では、紙媒体の機関紙を印刷・配送によって関係者へ配布していることが多いかと思います。

紙媒体は確実に届けられ手元に残る価値がある一方で、以下のような課題も見られます。

編集から配布までの
リードタイムが
長い

01

外出先や
スマートフォンから
閲覧できない

02

印刷・発送に
かかるコストと
手間が大きい

03

閱讀状況の
把握ができない

04

過去の記事や
情報を検索・
再利用しにくい

05

こうした課題を踏まえ、デジタル化による新しい機関誌のあり方を提案します

改善の方向性とデジタル化のメリット

情報を“届ける”から、“共有する”時代へ。

紙媒体が持つ“届ける力”はそのままに、デジタル化によって“関心を高める”“継続的に読まれる”“蓄積して活用できる”発信体制へ進化することが可能です。

読みたい人にタイムリーに届き、いつでも見返せる環境は、広報そのものを「資産」に変えていきます。

単なる置き換えではなく、情報発信の質・スピード・範囲を広げ、より多くの人に関わりたくなるコミュニケーションへ。

デジタル化は、媒体を“届ける手段”から“組織の一体感を育てる仕組み”へと成長させるための大きな一歩です。

01

タイムリーな
更新対応

速報性・柔軟な
発信が可能

02

スマホに
最適化表示

どこでも
手軽に閲覧が
可能

03

ブランド
イメージの
向上

企業のデジタル
対応力を発信

04

発行号の
アーカイブ化

バックナンバーの
蓄積・検索が
容易

05

コスト削減

印刷・郵送費を
削減

06

分析可能

メール開封率
アクセス状況を
可視化

デジタル化の2つのアプローチ

目的に合わせて選べる、2つの発信スタイル。

デジタル化の実現には、目的や読者層に応じて最適な方法を選ぶことが重要です。

「よりインタラクティブな閲覧体験」を実現するWebサイト化と、「スピーディーかつシンプルな導入」が可能なPDF誌面公開の2つのアプローチをご紹介します。

どちらもメール配信サービスとの連携により、読者への確実な到達と効果測定が可能です。

Approach A

「読まれる仕組み」を構築する、会員制デジタル機関誌 機関誌サイト型

1 概要

Webサーバ上に専用サイトを構築し、記事単位で作成していく機関誌サイトを制作します。構築後の更新運用管理もお任せ下さい。

2 特長

- ・専用サイトの構築
- ・スマホ対応デザイン（レスポンシブ化）
- ・バックナンバー記事などコンテンツ管理
- ・メール配信サービス利用により更新案内の発信
- ・アクセス解析

3 おすすめ用途

「管理された閲覧」が必要なケースに最適です。

Approach B

“すぐ始められる”デジタル発信。今の誌面をそのままWebへ PDF誌面公開型

1 概要

紙面上のデザインをそのままPDF化し、Webサーバ上に掲載し、その掲載ページなどのURLをメール配信サービスで周知します。

2 特長

- ・既存デザインを活用可能
- ・低コスト・短納期で導入可能
- ・誰でも閲覧可能（オープンアクセス）
- ・メール配信サービスなどで更新案内の発信

3 おすすめ用途

外部にも広く見せたい情報発信に最適です。
認証制により制限された閲覧範囲での対応も可能です。

制作・導入の流れ

スムーズな移行を、確かなプロセスで。

広報誌や機関誌の制作は、単に制作するだけでなく、公開・配信・改善までを含めた一連のフローで成果が決まります。
紙媒体の場合は印刷や配送の制約がありますが、デジタル化すれば公開後すぐに配信でき、閲覧データをもとに改善サイクルを回すことが可能です。
制作・導入の各段階での工数や効果を意識することで、発信の効率と影響力は大きく向上します。

STEP 01

ヒアリング・要件整理

現行発行体制・
目的・対象読者を確認
ID・PW制／公開制など
運用方針を決定



STEP 02

サイト設計・デザイン提案

サイト構築/PDF公開ページ設計
レスポンシブデザイン
ナビゲーション設計
取材・撮影代行対応



STEP 03

メール配信環境設定

メール配信サービス契約
アカウント設定
テキスト配信内容作成
配信リスト整備・テスト配信



STEP 04

公開・運用開始

公開前チェック・動作検証
アクセスレポート
運用支援・改善提案
次号打ち合わせ



さらに効果を高めるオプションコンテンツ

“読む”から“参加する”広報へ。

デジタル化の強みは、発信を継続できる仕組みにあります。

メールマガジンやアーカイブ、動画コンテンツなどのオプションを活用すれば、読者との接点が増え、関心を高め、情報の定着率も向上します。

こうした工夫により、広報媒体は“届けるだけのツール”から、組織やブランドの価値を高める資産へと進化します。



動画コンテンツの掲載
(インタビュー・現場紹介)



アンケートフォーム設置
(読者の声を反映)



ダウンロード資料配布
(パンフレット・事例紹介)



SNS連携ボタン設置
(拡散・共有促進)



バックナンバー検索機能
(過去記事の有効活用)

これらにより、機関誌が「読む」だけでなく、読者と“つながる”広報ツールへと発展します。

制作プロセス

“読む”から“つながる”へ。会社の想いを、デジタルで届ける。

効果的な広報には「作って終わり」ではなく、価値を継続的に高めるプロセス設計が欠かせません。

目的や読者を明確にし、情報を整理して最適な形に仕上げ、公開後はデータをもとに改善を重ねることで、媒体は育っていきます。

ジャンデザインカンパニーは、制作フローの最適化から運用サイクルの定着までを見据え、“継続と改善”を前提としたプロセスで伴走します。



最後に

紙からデジタルへ。

これは単なる形式の変化ではなく、情報発信の質の進化です。

読者が「読みたい時に、どこでも、すぐに読める」そんな環境を整えることで、発信の効果は確実に高まります。

今こそ、機関誌のデジタル化で「伝える力」をアップデートしましょう。

お問い合わせはこちらまで

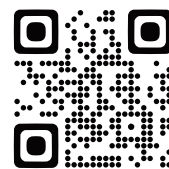
ジャン デザイン カンパニー

営業企画グループ | 経営企画グループ
成瀬、鷺山 | 小林、前山

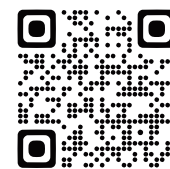


TEL: 03-5797-9724

MAIL: welcome@jan-des.com



HOMEPAGE



PAMPHLET

JAN DESIGN COMPANY 07