

## Salesforce

### SFAで活動プロセスを見える化 迅速な情報活用により営業スタイルを変革中

印刷インキ、有機顔料、PPSコンパウンドで世界トップシェアの化学メーカーであるDIC株式会社は、「Color & Comfort」をスローガンとし、自動車、エレクトロニクス、住宅、パッケージ、化粧品、ヘルスケアなど幅広い分野で事業を拡大中です。2年前には「デジタルマーケティングプロジェクト」を立ち上げ、「Salesforce Sales Cloud」、「Salesforce Community Cloud」を選定しました。現在はこれらを活用し、迅速な情報共有によって「お客様に向き合う営業」への変革を進めています。



課題

市場動向や顧客ニーズ、商談の情報が十分かつタイムリーに共有できていない  
報告書や会議資料などの作成に時間が取られている

▶ 情報共有の量、質、スピードが飛躍的に向上

▶ 本質的な営業活動である顧客対応の時間が増加

効果

背景と課題

#### デジタルマーケティングプロジェクトで 営業課題に直面 市場動向や顧客情報の共有を

印刷インキメーカー世界最大手のDICは創業当初より海外を志向し、他に先駆けてアジアに進出しました。2020年9月現在では世界60以上の国と地域に、170以上のグループ会社を通じて事業を展開しています。

しかし、営業のフィールドが広いだけに課題も抱えていました。情報が全体でタイムリーに共有できていなかったことです。

「必要などときには、電話やメールで確認するなどしていましたが。社内会議の報告時には、その都度、状況確認に手間がかかっていました」(風呂氏)

また、海外では担当者が転職してしまうことが多く、情報の属人化リスクや引き継ぎ時の手間の軽減、引き継ぎミスの防止についても配慮する必要がありました。

代理店営業では、情報共有以外にも課題がありました。代理店から顧客に提出するサ

ンプルの要求が代理店営業担当者から1日に何件もあり、その提出履歴から現状を確認するために、日々電話やメールでDIC担当者に現状を確認していました。この作業が担当者の大きな負担になっていたのです。

こうした状況は、同社が2年前に立ち上げた「デジタルマーケティングプロジェクト」によって打破されました。コーポレートコミュニケーション部と情報システム部のメンバーで構成されたプロジェクトは、デジタルを活用してお客様の動向をキャッチアップしていくために必要な仕組みを検討していました。

デジタルを活用して顧客の顕在化する前のニーズをくみ取り、いち早くアプローチする方法を検討している過程で、市場の動向や顧客の課題、商談情報を共有する仕組みが必要になりました。そこで浮上してきたのがSFA\*です。SFAを活用することで、営業活動で得た情報が蓄積され、必要などきに検索でき、時系列で分析することも可能になると考えられました。

「情報を体系的に管理できて、報告も分析も容易に行えるSFAは、管理者と担当者の両方にメリットをもたらすものだと思います」(倉脇氏)

\*SFA: Sales Force Automation(営業支援システム)

Interview



DIC株式会社  
コーポレートコミュニケーション部  
マネジャー  
西本 和生 氏



DIC株式会社  
パフォーマンスマテリアル製品本部  
グローバルマーケティング戦略グループ  
マネジャー  
風呂 昌民 氏



DIC株式会社  
情報システム部  
サービスアンド  
ディベロップメントグループ  
倉脇 真一 氏

## 選定と導入

ビジネスサイドと一緒に  
SFAの構築に取り組む

SFAの導入にあたり同社が選定したのは、以前から付き合いのあった日立ソリューションズが提案した「Salesforce Sales Cloud」、  
「Salesforce Community Cloud」でした。

「機能や拡張性、使用感も評価できましたし、デジタルマーケティング全体の観点からも、名刺情報やリード（見込み客）に対して、ほかのマーケティングオートメーションツールと連携してDIC全体での活用が見込めることを考慮して選定しました」（西本氏）

2018年11月の社内稟議を経て、12月には第1段階として代理店SFAからシステム構築を着手しました。機能としては、市場動向や顧客情報の共有の仕組みを持たせるとともに、サンプル管理の機能を構築しました。

それと並行する形で、2019年春からはメインとなるグローバルSFAの構築もスタートします。最初のターゲットとしたのは中国でした。

「中国は国土が広くアプローチできていない地域が多い一方で、設計言語は1つで対応できます。最も早期に効果が期待できました」と風呂氏は狙いを語ります。

本社の担当者に、中国の営業担当者やビジネスサイドの担当者が加わり、日立ソリューションズを交えて導入プロジェクトが始まりました。しかし、そこには越えなければならないハードルがありました。ビジネスサイドの担当者には、ITの専門用語が理解できなかったのです。

「SFAはビジネスサイドと一緒に作り上げていくものです。話し合いをスムーズにするために、橋渡し役としてシステム用語のフォローやキャッチアップには気を使いました」（倉脇氏）

「SFAは使う側のイメージがないと構築できません。それがこれまでのシステムとは大きく異なりました」（西本氏）

「当初はプロセスの考え方の違いに戸惑いました。でも分かってくると面白くなってきました」（風呂氏）

マーケティングは帰納法的ですが、あるべき姿からアプローチするシステム構築は演繹法的だとイメージしているとのこと。

「それを理解するのがDX（デジタルトランスフォーメーション）の第一歩なのかもしれません。IT専門部隊ではない人材も、こうしたプロジェクトに踏み込むことが大事なのだと思います」（風呂氏）

## 成果と今後

情報の量、質、スピードの向上で  
営業スタイルに変革

中国を皮切りに導入された「Salesforce」は、現在国内外の3部門に導入され、さまざまな効果をもたらしています。

「情報が早く共有できるようになっただけでなく、量も多くなって、厚みも増えました。今まで週次、月次の会議は現状報告から始まりましたが、今はSFAのレポートを見れば分かるので、いきなり議論が始められ、会議時間の短縮につながっています」（西本氏）

さらに、営業活動全体でも時間の使い方が変わってきています。風呂氏は「資料を作る時間が格段に減りました。SFAの画面を共有するだけです。その画面を見ながら議論してアクションプランを決めるので、事後のまとめも必要ありません。しかも、どこにいても画面共有ができます。まさに営業スタイルに革命が起きました」と語ります。

こうした時間の使い方の変化は営業力の強化にもつながります。営業担当者一人ひとりが1日数時間かけていた資料作りの作業から解放されることで「資料に向き合う時間」を「お客様に向き合う時間」に変えることができました。その背景には、ダッシュボード\*を取り入れたことが強力な武器となったのです。

「当初、私は『ダッシュボードは必要ない』と言っていました。リストビューに慣れてきているし、それで十分だと。でもそれは誤解でした。日立ソリューションズの担当者から2回、3回と背中を押してもらって、使い方を教わり自分でやり始めたら違いを実感しました。リストビューと違って切り口を自在に変えながらプロジェクトを見ることができるので、今では『ダッシュボード』は、迅速な現状解析とお客様への的確なソリューションの提供において、欠かせないツールとなっています」（風呂氏）

風呂氏は現在、エバンジェリストとしての一面すら持っています。同僚や部下に対して月に何度もトレーニングを実施し、多くの予約が入っているとのこと。教えられた人が教える人になっているのです。その指導方法もユニークです。まずは相手の使っている画面を見て、テーマを与えて操作してもらい、次に自分の画面に切り替えて効果的な使い方を教えていくというものです。

「営業員自身の実際の営業活動に基づくリアルなデータでSFAの使い方を説明すると、しっかりと、ダイレクトに相手の心に響きますね。そういう指導ができる人を増やすことがSFAの効果を引き出ししていくと思います」（倉脇氏）

西本氏は「今後も利用者を増やし、『Salesforce』をウィズコロナ時代の情報共有基盤に育てていきます。そして今の機能をより使いやすく高めていくと同時に、別の領域にも適用範囲を拡張していく計画です」と今後の展開を語ります。日立ソリューションズは、情報基盤としての「Salesforce」の役割をますます拡大していく同社を、これからも支援していきます。

\*ダッシュボード：「Salesforce」のデータをグラフィカルなレイアウトに集計・表示するユーティリティ

## Company Profile



## DIC株式会社

本社所在地	東京都中央区日本橋三丁目7番20号
設立	1937年(創業:1908年)
従業員数	連結 20,513人 単体 3,593人 (2019年12月31日現在)
事業内容	印刷インキ、有機顔料、合成樹脂などの製造・販売

<https://www.dic-global.com/ja/>

※本事例の内容は取材時点(2020年8月)の情報です。※本文中の会社名、商品名は各社の商標、または登録商標です。※本文中および図中では、TMマーク、®マークは表記しておりません。※製品の仕様は、改良のため、予告なく変更する場合があります。※本製品を輸出される場合には、外国為替及び外国貿易法ならびに米国の輸出管理関連法規などの規制をご確認の上、必要な手続きをお取りください。なお、ご不明な場合は、当社担当営業にお問い合わせください。※本文中の情報は、事例作成時点のものです。

株式会社 日立ソリューションズ

[www.hitachi-solutions.co.jp](http://www.hitachi-solutions.co.jp)



本カタログ掲載商品・サービスの詳細情報

[www.hitachi-solutions.co.jp/salesforce/](http://www.hitachi-solutions.co.jp/salesforce/)

J20S-01-00

2020.10

本事例のwebページはこちら

[www.hitachi-solutions.co.jp/salesforce/case02/](http://www.hitachi-solutions.co.jp/salesforce/case02/)

