



導入事例

厳選 5 社

はじめに

メシウス株式会社が開発・販売する「RaySheet（レイシート）」はSalesforceの画面を使いやすく拡張するソリューションです。

Salesforceは営業活動を管理するクラウド型のSFAとして、広く認知されていますが、営業だけでなく生産管理や労務管理など企業の基幹を担うシステムを構築できる機能を備えています。

Salesforceに企業活動のあらゆるデータを蓄積できれば、業務課題が可視化され、業績改善につなげることが可能になります。

RaySheetはそんなSalesforceを活用するための第一の入り口である「データ蓄積」を容易にします。

Excelのような一覧形式の表示・入力が簡単に実現できるため、ユーザーが親しみやすくSalesforceの定着率を高めます。

この事例集ではRaySheetを導入してSalesforceの活用に成功した5つの企業を紹介しています。

何処に課題があったのか、それをRaySheetでどのように解決したのかが詳しくわかります。Salesforceの定着を図りたい方やこれからSalesforceの導入を検討している方の参考になれば幸いです。



RaySheetでSalesforceの画面を自由にレイアウト

タブにピン留めする

1画面に複数の一覧を表示する

標準ページに明細を埋め込み

RaySheetを配置した一覧ページはタブに追加することができるので、よく利用するページに簡単にアクセスできます。

1画面に複数の関連オブジェクトを表示して俯瞰できます。画面レイアウトは専用デザイナーにより誰でも簡単に設定できます。

入力効率が求められる明細の入力にRaySheetを利用できます。Lightningアプリケーションビルダーで標準画面に埋め込むことができます。

目次

- 04..... ベルフェイス株式会社
- 08..... 株式会社ファインドスター
- 11..... 株式会社ベネッセコーポレーション
- 14..... 放課後NPOアフタースクール
- 18..... 株式会社レインボー・ジャパン
- 22..... 30日間無料のお試し版 / お問い合わせ

Contents 次

ベルフェイスの急成長を支える "ビジブル"がSalesforce拡張機能 「RaySheet」を選ぶワケ



著者 :SalesZine編集部 宮田華江
写真撮影 :大森大祐

※本記事はSalesTech関連の情報を発信することで、企業の営業活動を支援する無料のウェブマガジンSalesZineに掲載されたインタビュー記事です。
<https://saleszine.jp/article/detail/1252>

※ 事例記事の内容や担当者所属は取材当時(2020年3月)のものです。最新の情報と異なる場合がございますのでご了承ください。



ベルフェイス社における、おふたりの役割について教えてください。

清水 私はまだ入社8か月なのですが、野田はベルフェイスの女性社員一号です。そんな古株の彼女とジョインしたばかりだった私で始めたのがビジネスイネーブルメントチームです。あらゆる手法を使ってビジネスのさらなる加速・成長を実現することを目的として設立し、visible（見える）とかけて「ビジブル」と呼ばれています。当社では、2019年4月に約60名だったメンバーが、2020年3月現在で150名となり、今後はさらに増えていく予定です。中途採用だけでなく、新卒1期生も入社してきています。この急激な人材増加に加え、徹底的に分業を行っていることや、今後さまざまなサービスを展開していきたいという展望があり、それらに耐えうる組織をつくらねばならないというのが経営課題でもありました。そのためには教育の仕組みやデータ整備の課題に向き合う専属部隊が必要だったのです。

野田 私はSlerのフィールドセールスからキャリアをスタートしています。担当していた顧客の多くがクラウドサービスを選び始め、クラウドサービスに携わってみたいと

いう想いを抱き大手外資系SaaSにインサイドセールスとして入社しました。クラウドの可能性を日々感じながら、今度は自身がクラウドサービスを使いながら社内の仕組みを構築していくことへ興味が湧いてきました。大きな会社ですと、若手ひとりで仕組みを変化させていくことはさすがに難しかったのですが、ベンチャー企業であれば比較的チャレンジしやすいのではないかと転職活動を始めました。経験を優先され、営業職での入社を打診されることが多かったのですが、当時出会ったベルフェイスは創業間もなかったこともあり、オープンポジションで打診してもらうことができ、私もお役に立てるのではないかとジョインしました。カスタマーサポート業務を担当しつつ、社内業務を良くしていくために常に手を動かしていました。「事業の成功を仕組みでどう推進していくか」というポジションの必要性を発信し続けており、事業拡大に合わせて必要性が増したところで、チームとしてあらためて独立していまに至ります。

昨今、社内向けに仕組みを提供していくという意味では、営業育成に特化したセールス・イネーブルメントチームを立ち上げる企業も多いですが、そこも含むようなチームなのでしょうか。

清水 実は私はセールス・イネーブルメントに特化した役割をもともと担当していたのですが、現在はその役割を拡大解釈しているようなかたちです。というのも、営業力強化のために、研修やトレーニングを行っても、明日からすぐできるようになるわけではありません。大切なのは「自分に何が足りないか」「いま何をすべきか」に気がつくことができるメンバーを育てることです。気づきに必要なのは、そのきっかけとなる「データ」を見る環境にすることです。セールス・イネーブルメントの考えかたも内包しつつ、「データ」をどう見せていくかということにチームで取り組んでいます。

営業データの蓄積や分析が直接、営業力向上にも関わっていくということですね。データはどのように蓄積されているのでしょうか。

野田 当社ではSalesforceを単なるSFAとしてではなく、ビジネス全体のデータプラットフォームとして活用しています。基本的な商談・予実・活動管理に加え、新規お問い合わせ管理やインサイドセールスによる見込み顧客の管理、ターゲットの分析までも行っています。顧客企業のデータだけでなく、「bellFace」契約中のユーザーデータもすべて格納されていますので、月間の経常収益となる「MRR (Monthly Recurring Revenue)」を含めた売上の

管理や請求管理もSalesforce上で完結します。もはや基幹システムですね。もちろん、さまざまなツールとも連携しているのですが、データはSalesforce上にたまっていく構造となっています。

「Salesforceに入力されていない＝取り組んでいない」と見なされるほどにマネジメントにも活用されています。レポート・ダッシュボードづくりにはまっているマネージャーもいるくらいで、マネージャー陣が現場に向け勉強会を自主的に開いてくれるので現場のサポートがほとんど必要ありません。私たちはビジョンを実現するためのシステム全体の設計や企画、実装に専念できています。

イレギュラーが発生してしまう MRR管理に課題

一方、サブスクリプションビジネスの重要指標のひとつであるMRRの管理に課題を抱えていたと伺っています。

清水 大型の資金調達やマーケティング投資を行っている、ほんの少しでも対応を間違えてしまうと、まったく違う結果を引き起こしたり、無駄な投資が発生してしまったりする可能性があります。会社の成果に対して正しい判断ができる状態を常につくっておきたいと考えていました。たとえばリアルタイムで、どれくらい売上があるかMRRベースでビシッとメンバー全員の回答が一致する状態にしておきたい。しかし実際は、ビジネス側と請求や会計側に若干ずれがある状態であり、それを課題と捉えていました。



ベルフェイス株式会社 事業企画室 室長 清水貴裕さん

急成長のなかで、統一のコスト意識を持つためにも、売上やキャッシュを見る化していく必要があったのですね。

清水 まずはきれいに契約状況を入力できるデータ構造を選びました。アップセルやクロスセル、ダウンセル……どの項目をどう見るかを決めていきました。

野田 契約管理におけるレギュラーの入力ルールが決ま

って、ある程度ここは契約完了後に自動で生成されるようにしていこうと考えていたのですが、BtoBのビジネスはどうしてもイレギュラー契約がつきものです。システムの制限のせいで、販売の機会を逃してしまうことは、私たちのミッション上、許容すべきではありませんから、イレギュラーな契約に対しては人的チェックを実施しながら回していこうと決断したのですが、この自動と手動を組み合わせた運用が、Salesforceの標準UIだけでは難しいという壁にぶつかりました。

清水 RPAを組むという案もありましたよね。

野田 はい。しかし、RPAもイレギュラーには対応できません。すべてのユーザーの契約を手作業で管理するのは物理的に無理ですし、お客様によって契約形態も違うので、とにかく全部手動にも全部自動にもできない状態がありました。そこで、頭の片すみにあったExcelのような操作性でSalesforceにデータを入力できる「RaySheet」が、このMRR管理の業務に向いているのではないかと思います。Salesforceを活用するうえで、もともと気になっていたツールでもあったので、すぐに検討を始めました。



ベルフェイス株式会社 ビジネスインテグレーションチーム リーダー
オペレーション & BI 野田あきさん

清水 同時にいくつかのツールも検討しましたが、立ち上がりの早さとシステムの柔軟性からRaySheetに軍配が上がりました。また、もしもSalesforceのカスタマイズでつくり込めたとしても、開発と検証にかかる時間や複雑な開発によるバグ対応の手間を考えると、手動とExcelライクなアプリケーションの組み合わせが最適だと判断したのです。

野田 そのほかには細かい部分にはなりますが、RaySheetのデータ編集における柔軟性やUIの見やすさは決め手となりました。また導入当時はまだ取り組んでなかったのですが、Visualforceにおける拡張性もあるので、いざとなったら自分たちでつくりこむことを選択できる点も重要なポイ

ントでした。当社はかなり戦略ドリブンですから、システム導入時はいつも拡張性を大事にしています。システムでできないから、この施策はやらないというのは絶対にありえません。「やると言ったら、やる！」組織なので、我々のようなポジションは少しいへんなときもあります（笑）。ユーザーもかなり自発的に使いこんでくれている印象です。コアユーザーが20代後半から30代なかばで、Excelになじみがある世代であるため、いきなりSalesforceをさわるよりもむしろとつきやすさがあるようです。利用シーンもさまざまですね。たとえば、ひとつの企業のお客様情報を確認するときはSalesforceのレコードで見たほうが網羅的に見やすいですが、とある条件のレコードを一気に表示し、一気に編集したいときはRaySheetを活用すると便利です。



Salesforce標準画面の表示とRaySheetでの表示の違い

徹底的に事業成長にコミットする ビジブルの挑戦は

BtoBのサブスクリプションを展開する企業にとってMRRの管理は非常に重要だと思いますが、それ以外に御社が大事にされていることはありますか。

清水 SaaS企業で、どの会社もかなり重要な指標だと思っているのが売上維持率を指す「NRR(Net Retention Rate)」です。SaaSは常に未完成なサービスです。新規案件を獲得するだけでなく、お客様と一緒にプロダクトを成長させていくことが非常に重要です。つまり、カスタマーがそのプロダクトを選び続けていること、カスタマーがサクセスし続けているということは、NRRの膨れ上がりで判断できるからです。

1月から翌12月までのMRRを管理する会社は多いと思いますが、NRRを出すにはシステムに手を加えていく必要があります。当社は、NRRもRaySheetを活用して管理しています。重要指標とわかっていながらも、リアルタイムに全員が見えるように取り組むことができています。企業は多くないはずです。

野田 昨年末にシステムのオブジェクト構成をかなり変更しました。小さな組織、1プロダクトのときは回っていた仕組みが、そうもいかなかったからです。RaySheetを使った入力効率化以前に、オブジェクト設計が命です。たとえば、どの単位で今後数字を見ていく可能性があるかを真剣に考えることとか。「bellFace」の場合、営業部門が1社に複数存在することも多く、同じ企業で数部門にわたり導入いただくケースも増えてきました。ここで言う「何部門に導入されたか」も大事なのですが、それらを「1社」として数えたいシーンも多い。そのため、法人でひとつのオブジェクトをつくり、その子どもとして顧客チームのオブジェクトを置き、その下に何回更新してくれているかという契約オブジェクト。さらにその下に、売上のオブジェクトをおくという4層で整備したうえで、入力を行っています。これくらい真剣に設計して初めて、手動と自動の入力を組み合わせながら、イレギュラーケースにスムーズに対応できるようになりました。

清水 オブジェクト設計は、奥深いです。我々は営業職ではないので、数字を自分たちで上げることはできませんが、メンバーとともに事業の成功に向かっていきます。そのためにできることは、みんながやりたいと思うことを常にすべて実現できるようにすること。事業の成長にとって意味があることであれば、すべてできるように日々現場とコミュニケーションをとりながら動いています。

MRRやNRR管理以外のシーンでも、RaySheetの活用は考えられていますか。

清水 いくつか考えています。企画段階のもののひとつがアウトバンドリードへの活用です。Salesforceはインバウンド型、リード獲得をベースにしたシステムですから、アウトバンド型のスキームには少し不慣れであるというふうに思っています。アウトバンド営業には、大量のレコードを作成でき、各営業が自由に編集できるツールが適しているのではないかと思います。RaySheetのUIを見たときに、ぱっとアウトバンドに活用できるなと思いました。当社自体が、アウトバンド営業をこれから強めていくタイミングなので、チャレンジしてみたいですね。

楽しいなチャレンジです。

RaySheetへの要望はありますか？

野田 活用しているからこそ細かいことで気になることは出てくるので都度、サポートの方にがんがん依頼を投げています（笑）。ただ基本的にはかなり満足しており、オペレーションのメンバーも「RaySheetがないと、もう無理！」と言っているほどです。UIがわかりやすいゆえに「どうすればいいですか？」という質問はほとんどしたことがないですね。

最後に、Sales Tech企業として最先端をゆく御社の今後のチャレンジについて教えてください。

清水 カスタマーファーストなコミュニティづくりとAI活用です。まずコミュニティですが、社内で行っているようにテクノロジーを活用することで、顧客に提供できることがさらにあるはずだと考えています。我々の連絡や整備の遅延で顧客が価値を得られないということを限りなくゼロにしていくために、Community Cloudなどを活用し顧客自ら情報やデータをとりに来ることができるプラットフォームを強化していきます。また、AI活用については、データがかなりたまってきたので分析をより強化することで、メンバーの活動に役立てていこうと思います。現在、1,200社以上に導入され、アーリーアダプターの方々にはかなり価値を届けることができてきたと思っています。ただ、当社のCMを見て「ヒラメ筋のCMの会社」だと思われてしまっている部分もあります。我々は、ウェブ商談を広める会社でありつつ、「テクノロジーで営業を進化させる」というミッションに向かい、さまざまなことを考えている会社でもあるので、これまで支持いただいていたお客様以外にも価値を届けていく大事なフェーズに差し掛かっていると考えています。

これからの成長、「ビジブル」のおふたりの活躍も楽しみです。ありがとうございました！

RaySheetだからできた。 毎月発生する600件のSalesforce 商談を RPAで請求管理システムに自動登録



従業員の総数およそ350名で17社のグループ企業を経営するという日本国内でも稀有なベンチャー企業集団の「ファインドスターグループ」は、通販企業向けのダイレクトマーケティング事業をコアビジネスとし、戦略策定から商品提案、プロモーション、クリエイティブ制作、顧客管理まで総合的に展開する活力あふれる企業です。最近では、アジア圏での通販企業支援のため台湾と上海にもグループ企業を創設。グループ企業はすべて「起業家」が創設・経営するという理念の基、2022年には100社のベンチャー企業創設を目指すとのこと。本記事はRaySheetをいち早く導入頂いたグループの中心企業「株式会社 ファインドスター」様の導入事例を紹介します。お話を伺ったのは、経営企画本部 総務部 部長の石上様。選定から導入までのスピード感とRPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）とRaySheetの組み合わせなど、ベンチャー企業らしい発想と次世代ビジネスでのIT導入のヒントが随所に詰まっていました。

毎月登録・処理する
600件の
商談の効率化を実現

商談データから
別システムの請求管理に
RPAを導入し自動化

RaySheet
導入前の
課題

- Salesforceに毎月登録・処理する600件の商談の効率化
- Salesforce商談データから請求管理システムに手動登録する処理の効率化
- システム開発コストと運用者問題

※ 事例記事の内容や担当者所属は取材当時（2017年11月）のもので、最新の情報と異なる場合がございますのでご了承ください。

RaySheetを使ってみようと考えた きっかけはなんですか？

ファインドスター、ワンスターを中心とするダイレクトマーケティングディビジョンのグループ会社では顧客（クライアント）から請け負ったダイレクトマーケティング広告の運用管理をSalesforceの「商談」で行っているのですが、広告の運用は、複数の広告媒体を組み合わせ1つの商品をプロモーションします。DM（直接郵送）やSNS、検索広告などさまざまな方法で幅広く見込み客に認知してもらうためです。そのため、広告管理では「顧客（クライアント）数」×「商品数」×「広告媒体数」という数で商談

データを登録しなければなりません。これが1か月で600件ほどになります。Salesforceはビジネス全体を見通せて非常に良いのですが、商談を1件ずつ登録したり、詳細画面を開いて編集したりする作業に時間がかかるうえ、処理が月末に集中するので何とか効率化したいと思っていました。

RaySheetでSalesforceの商談データ処理にかかる 時間が半分以下に

ちょうどその時、Salesforce World Tourというイベントに出展していたRaySheetを見つけました。Salesforceの

データがExcelシートのように一覧表示できて、一覧上でデータの一括編集もできる。さらに、新規商談の追加も一覧上で行えると説明を受け、「これだ!」と思いました。Salesforceを導入する前は、広告の運用管理はExcelでこの作業を行っていたこともあり、ピンと来たのかもしれませんが。

すぐにトライアルで機能を試したところ、カスタマイズしている項目も多いのですが、問題なく商談の登録と編集ができました。Salesforceの1つの商談がExcelの「行」のように扱えて、行（商談）をコピーして新規商談にできますし、項目（列）も自由に並べ替えられるなど、とても使いやすかったです。



経営企画本部 総務部 部長 石上 裕也 様

最初は2ユーザーで利用し始め、すぐに13ユーザーを追加。現在は15人が利用しています。RaySheet導入後、月末処理にかかる時間が半分以下になり、60万円の予算で開発する予定だった機能を開発せずに済みました。

RaySheetをRPA（ロボット・プロセス・オートメーション）と併用して使う

前述のとおり、広告の運用管理はSalesforceの商談で行っていますが、請求管理は別のシステムを使っています。月末クローズした600件の商談データから顧客ごとに請求書発行などを行う業務です。システムが異なるので、仕方なく手動でSalesforceの商談データを請求管理システムに登録していましたが、大変手間のかかる作業であるため自動化を検討し、RPAを使ってみようと考えました。

実は、RaySheetを使っているうちに、これはRPAとともに相性が良いのではないかと思うようになったのです。テストをはじめたところ、予想通りうまく動作したので本格的な導入に踏み切りました。

ファインドスターグループの1社、株式会社LIVERSEでは「オフィスロボ」というRPAと導入・運営コンサルティングを総合したソリューションを提供していますので、ここに相談しました。グループ企業のソリューションを実践する

ことで、ノウハウを蓄積できますし機能改善にもつながりますから。

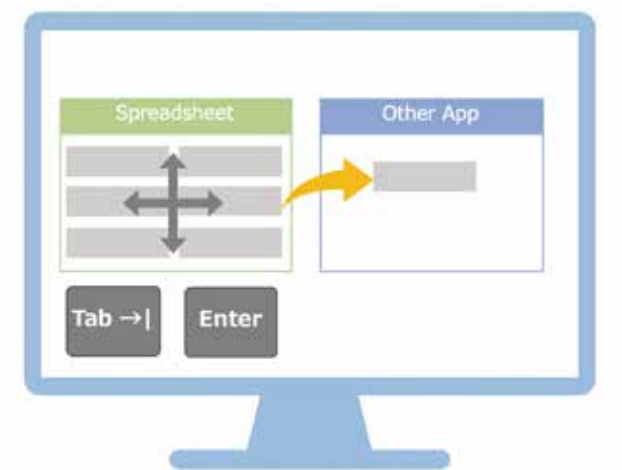
RPAとRaySheetの相性が良いとは どういうことでしょうか？

RPAは人がマウスやキーボードで行う操作と同じことを機械が行います。Excelの各セルに入っている値を1セルずつコピーして、Wordの所定の位置にペーストする作業はよく行われますが、これがそのまま自動化されるイメージです。ピアノの自動演奏のようなものですね。

RPAはあらかじめ設計したシナリオに基づき、人と同じように、画面上のアプリの位置やコピー元のデータ、貼り付け先のアプリの位置などを認識し、データを登録していきます。そのため、コピー元のデータを取得するときなどに画面遷移が行われたりしてレイアウトが変わるとシナリオの調整が難しくなり、精度が落ちてしまうのです。Salesforceの標準機能の場合、商談項目のデータを取得するためにリストビューから商談レイアウトに遷移します。遷移にかかる時間やレコードごとのページの長さなどデータごとに「揺れ」要素が大きいため不向きです。一方、RaySheetはすべてのデータを一覧として固定された画面内に表示できるのでRPAが認識しやすいのです。さらに、Enterキーでの縦移動、タブキーによる横移動が可能で、これをRPAのコマンドとして定義できたことも決め手でした。RaySheetがなければRPAの採用は難しかったと思います。

RaySheetとRPA連携のポイント

- Tabキー／Enterキーでのデータ移動が可能
- 詳細画面に遷移しない
- ウィンドウを固定できる



Salesforceと請求管理システムのデータ連携ではなく
なぜRPAを採用したのですか？

Salesforceと請求管理システムをAPIなどで接続し、データ連携する手段もありましたが、システム構築はSI企業に外注しなければならず、システム開発の費用も時間もかかってしまいます。社内にシステムの保守メンテナンスができるITの専門家もいませんでしたので、この方法を選びました。

RPAの運用は専用のパソコンが1台あれば可能ですし、ファインドスターグループ企業の「オフィスロボ」を自分たちの業務に実践することで、顧客目線で自分たちのサービスを見直すこともできますので。ファインドスターでは、RaySheetとRPA「オフィスロボ」により月末処理が大幅に改善できました。今後は、グループ内の他企業にも広がっていったらと考えています。特に定型業務に人的リソースを割かれている案件には最適です。

まとめ：
総務部 部長自らがITツールを試し選定するということ

ファインドスターの石上様は、経営企画本部 総務部部長であり、システム開発の専門家ではありませんでした。しかし、自社の業務に精通し、どこをどのように改善すれば、業務効率が上がるのかということを熟知しておられ、ITをそのための「道具」として選び・試し・使いこなしていました。

RaySheetのようにリリースして日の浅いソリューションや、最先端のビジネスサービスであるRPAも、良いと思えばどんどん取り入れていく姿勢は、ファインドスターグループの理念である「起業家」を創出するという企業風土を反映していると取材を通して強く感じます。きっと、多くの企業でファインドスター様の事例を参考にさせていただけるのではないのでしょうか。

石上様、快く取材にご協力いただき、本当にありがとうございました。

会社概要
株式会社ファインドスター
本部所在地：〒101-0061 東京都千代田区三崎町
1-4-17東洋ビル11F
<https://www.find-star.com/>

RaySheetの「ワーク列」を活用して
学校に紐付く多数の項目を効率的に管理。
情報の集約と工数の大幅削減を実現した



株式会社ベネッセコーポレーションは教育や介護、出版などを幅広く手掛ける、岡山県岡山市に本社を構える企業です。「進研ゼミ」や「こどもちゃれんじ」といった通信教育のイメージを持っている人も多いかもしれません。Benesseはbene(よく)とesse(生きる)を組み合わせた言葉で、「よく生きる」という意味です。「進研模試」や学習状況を測定するスタディサポートなどを高等学校に提案する営業部門では、営業の訪問先は学校の先生が中心です。生徒さんを相手にするのは異なり、同社の中では営業色が強い部門でもあります。そんなベネッセコーポレーションでは、2012年にSalesforceを、2018年にRaySheetを導入しました。その採用に至るまでの課題や経緯、導入効果について、Salesforceの運用を担当している学校カンパニー 営業基盤課 営業基盤グループの松寄剛氏、同営業基盤課 顧客対応グループの須賀中清志氏、そして営業現場を見ている本社 高校事業部 営業企画課の赤松正盛氏にお話を伺いました。

各支社から回収したExcelをSalesforceに集約していた業務をRaySheetで効率化

情報の二重入力がなくなり月間100時間の作業時間を削減



- ・2020年度に変わる制度に対応すべく扱う情報が増えた
- ・古いシステムが遅く、使い勝手が悪かった
- ・Excelファイルでの管理に手間がかかっていた

※ 事例記事の内容や担当者所属は取材当時（2018年9月）のものです。最新の情報と異なる場合がございますのでご了承ください。

【課題】従来のシステムが使いづらくExcelファイルでの管理が横行していた

2020年度からセンター試験に代わるテストとして「大学入学共通テスト」が導入される予定です。2018年度の高校1年生が3年になる時から対象となるので、ベネッセではすでにそこに向けて様々な商品の改訂やラインナップの拡充を行っています。同時に、要望などを一部の学校にヒアリングして情報を蓄積し、活用したいというニーズもありました。しかし、その情報量は膨大です。

「高等学校は現在5200～5300校あり、弊社はそのうち9割以上の学校と取引をしています。そのため、全国に9支社を展開しています。営業担当だけで数百人もいますので、高校営業部は社内でも最も人数の多い営業組織となっています。」(須賀中氏)
営業担当者は1日に4校前後を訪問して回り、扱う情報は相当な量です。しかし、当時利用していたオンプレミスの顧客管理と案件管理システムは、動作が遅かったり、表示画面のサイズを変えられないなど、ストレスを感じていました。検索性も悪く、何かを調べる際も大昔の情報が出てきたりと管理しにくいという課題もありました。そのため、案件ごとにExcelファイルを作って管理するよ



学校カンパニー 営業基盤課 営業基盤グループ 松寄 剛 様

うになりました。毎月10個くらいのExcelファイルが作成され、必要に応じてメールで共有されていました。しかし、Excelファイルだとまず目当ての情報を共有フォルダーから探すのに苦労します。Excelでは入力や操作のミスが発生しますし、レポートも出せません。そこで、松寄氏は何か代わりになるツールがないかと検討しました。

【導入】Excelと似たUIと機能がSalesforceで動くRaySheetを見て「使える!」と直感

そこでベネッセは新システムを検討し、活用しやすいこと、導入などの支援をしてくれるSI企業がたくさんあること、などが決め手となりSalesforceを採用することになりました。ユーザーサイドでカスタマイズが可能である点も理由の一つになったそうです。

導入後は、スピードやカスタマイズ性、検索性が改善されました。さらにこれまでは扱えなかった物流や販売に関する情報などもまとめて蓄積できるようになったのが大きなメリットだったそう。さらにはそのデータをレポート機能で二次的に活用することもできました。

ベネッセでは、学校情報を取引先ではなくカスタムオブジェクトとして作成しているそうです。導入や運用、開発に関するデータなど、学校向けの商材に関する項目は多

岐にわたり、多数の項目を作成して運用しています。これらの項目を作成しているのは、主に赤松氏です。

「営業担当者はSalesforceの画面を毎日のように見えています。だいたい1日4校ぐらい訪問するので、前回の訪問でどこまで営業が進んだのか、情報を更新したり、確認したりしています。別画面で作るより、学校情報にある方が確認しやすいです。Salesforceに情報を集約させていくような感じになっています」(赤松氏)



高校事業部 営業企画課 赤松 正盛 様

Salesforceによりスピードや検索性といった課題が解決され、情報の共有がより早くスムーズになりました。しかし、それでもExcelファイルを使った運用は続いていました。例えば、顧客をセグメント化する場合、本部でExcelファイルを作って9つの支社に展開、各支社内で各営業担当者に届けていく流れでした。そして、各支社は営業担当者からExcelのリストファイルを集約して本部に上げ、本部が9支社の情報を集約していました。しかし、支社には各営業担当者に更新したかどうかを確認しなければならないなどの大きな負担は残ったままでした。もちろん、学校のデータはSalesforceに入っているため、いちいちコピー＆ペーストする必要もあります。固定の情報を二重で入力するのは作業時間と労力が無駄になってしまいます。そこで、松寄氏はこれらのExcelファイルをなるべくSalesforceに集約したいと考えていました。

「2017年にGrapeCity Spreadsheet（現在はRaySheet）を見た時に、直感的に自分たちの業務で使えるかなと

イメージがわきました。Salesforceの情報が簡単に取れるというのもよかったです。UIをExcel風にすることができ、細かいことですがカラーリングが緑色であることによりExcelに慣れた人に馴染みやすいのもポイントでした。営業本部と話をした時もよさそうだということになり、まずは無料版を使わせていただき、2018年2月に導入したのです」(松寄氏)

GrapeCity Spreadsheetの導入はスムーズに進みました。やはり、スマホやタブレットに慣れている若い人たちは抵抗なく使ってくれたそうです。ベテランだと自分だけのExcelを作って仕事を進めたりしているので、うまく使ってくれないこともあるとのこと。「その場合は、地道に繰り返して説明していくしかないです」と赤松氏は語ります。

【導入効果】Excelファイルのやりとりが激減し、まずは100時間/月の削減を達成した

脱Excelが進んだことにより、顧客をセグメント化する作業では月あたりにすると100時間近くの大きな時間削減になったそうです。

「例えばExcelに入力する時にファイルを探したりする導線とか、自分の担当だけを表示するようにフィルタリングするという操作も必要なくなるので、もっと効果としては出ていると思います」(松寄氏)



同営業基盤課 顧客対応グループ 須賀中 清志 様

一部の顧客向けのヒアリングなど、Salesforceの項目として登録しない情報もRaySheetで扱えるようになったのも大きなポイントでした。RaySheetの「ワーク列」なら一時的な作業に使う情報を記録できます。項目を増やさずSalesforce上で情報を共有できるのです。将来、どうしても必要になった項目のみ、Salesforceの項目に昇格させるという使い方もできます。

「RaySheetを初めて見たときは、画期的だなと思いました。ワーク列を使えば、Salesforceのデータとシームレス

に紐づけられるのが一番大きなメリットです。」(赤松氏)

最後に、今後の予定を伺ってみました。

「これから世の中に出していくサービスに対しての、ヒアリングなどの進捗管理に活用していく予定です。Salesforceの正式な項目にする前にRaySheetのワーク列で展開していきます。タイムリーに情報が連携できるというのはやっぱり便利ですので」(松寄氏)

2020年の試験改定にむけて、高校ではすでに英語の4技能講座を開講しています。これまですべて紙とExcelで運用していたそう。須賀中氏は「去年まではすべてアナログ運用でしたが、現在は、これをSalesforce上で運用するためにRaySheetの適用を進めているところです」と語ります。

「さらに、様々な情報が蓄積されてきたら、営業の統計的なデータを取れることも期待しています」と松寄氏は語ってくれました。

RaySheetの導入効果

情報の二重入力がなくなり月間100時間近い作業時間の削減を実現した

ワーク列を活用してSalesforceの項目に追加する前にテストできるようになった

顧客情報を中心としたExcel業務をSalesforceに集約できるようになった



RaySheetとRayBarcodeで児童の入退室から 請求処理までをSalesforceで一元管理。 入力にかかる作業コストを大幅に削減



特定非営利活動法人放課後NPOアフタースクールは、日本の子どもたちに放課後の安心・安全な環境と、一人ひとりがのびのびと遊びや学びに夢中になれる時間を地域社会と共につくっているNPO法人です。保護者の就労状況によって学童保育を利用できない地域も多くあり、待機学童児童も年々増加するなど子育て世帯を取り巻く社会課題は深刻化しています。昔は自由に遊べた街の公園も、事件の増加や大人の都合で制限が強く、今子どもたちの放課後の居場所がなくなってきているのです。このような社会の課題に応えるために、放課後NPOアフタースクールでは施設利用料がかからず比較的セキュアな環境である学校という場所を活用し、子どもたちが好きなことをして時間を過ごす場を提供しています。放課後NPOアフタースクールは2009年に設立されました。代表の平岩様は2005年からこの活動を始め、現在は首都圏を中心に20校のアフタースクールを開校してきましたが、年を追うごとに契約する学校の数が増え従来の方法ではデータ管理が難しくなったそうです。そこで事業拡大を見据え、4年ほど前にWebからの問い合わせ案件を管理するために導入したSalesforceで業務管理を一元化する方針を決め、同時にRaySheetとRayBarcodeを導入したとのこと。2019年の9月から実運用を開始しています。今回は、その採用に至るまでの経緯と導入効果について、特定非営利活動法人放課後NPOアフタースクール 理事・チーフマネジャーの有坂絢子様と本部事務局の栗林真由美様にお話を伺いました。

RayBarcodeで入退室管理を行い出欠管理から利用料金の算出までをSalesforceで一元化

アフタースクールのサービス利用状況を入力・編集しやすい画面をRaySheetで作成

Salesforce + RaySheet・RayBarcode 導入前の課題

- ・データベースが分断され全体を本部で把握するのが難しかった
- ・利用料を算出するための出欠実績を現場スタッフが手作業で入力していた
- ・児童の入退室認証に使うICカードのコストが高い

※ 事例記事の内容や担当者所属は取材当時（2019年12月）のものです。最新の情報と異なる場合がございますのでご了承ください。

【課題】アフタースクールの利用者数が増えて運用でカバーしきれなくなった

放課後NPOアフタースクールがSalesforceを導入したのは4年前。Webからの問い合わせを案件として管理できる

ようにしました。導入に際しては「Salesforceプロボノ支援プログラム」によりセールスフォース・ドットCOMの藤本幸佑氏の協力を得られたそうです。セールスフォース・ドットCOMでは、「1-1-1」という社会貢献モデルを採用しています。製品の1%、株式の1%、就業時間の1%を活用してコミュニティに貢献するというもので、「Salesforceプロボノ支援プログラム」もその活動の一環

です。Salesforceは問い合わせ管理に利用していましたが、それ以外の業務には波及していませんでした。もともと放課後NPOアフタースクールでは預かり保育事業者向けの管理システムパッケージを利用して、児童の入退室管理や利用者管理、請求管理を行っていましたが運営するアフタースクールが増えてきたことで、管理システムに課題が浮上。現在、私立の10校にアフタースクールのサービスを展開しているのですが、それぞれの学校の特性や要望に応じてシステムをカスタマイズしたため、各アフタースクールごとにシステムアカウントがあり、そのデータベースが独立しているうえ、仕様も異なっていたことで拡張性やデータの一元性がなくなってしまったのです。「この10年間で少しずつアフタースクールの開校数が増えて、その都度システムを最適化した結果、無理が生じたのです。これだけ規模が大きくなると、本部ですべての拠点の情報を集約することが困難になりました。また、料金体系の仕組みを変えたいと考えた時に、それぞれで仕様が違うので、影響範囲を調べるのも手間がかかります。なかなか、フレキシブルにならないという悩みがありました」（有坂様）



理事・チーフマネジャー 有坂 絢子 様

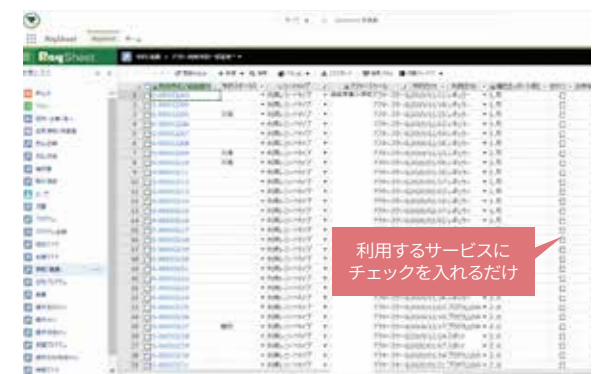
パッケージのカスタマイズでは業務が回らなくなり、それを運用でカバーしていたため現場のスタッフが手作業で行う範囲が多かったそう。例えば、入退室管理では児童が入退室用のICカードをアフタースクールの入室時に認証させると、ログが記録され保護者にメールが届く仕組みなのですが、その入退室データはサービスの利用実績情報のデータベースと紐付いていないため、利用時間（在室時間）に基づく請求金額の算出を自動化できずスタッフが毎日、紙の名簿を見ながらシステムに利用実績を手入力しなければならないなどの作業が生じていたとのこと。入退室の時に利用するICカードのコストもネックでした。従来は1枚500円程度かかっていたのですが、管理する生徒数が5,000人を超え、将来を見据えるとコストダウンが必要になるという課題も出てきたのです。



本部事務局 栗林 真由美 様

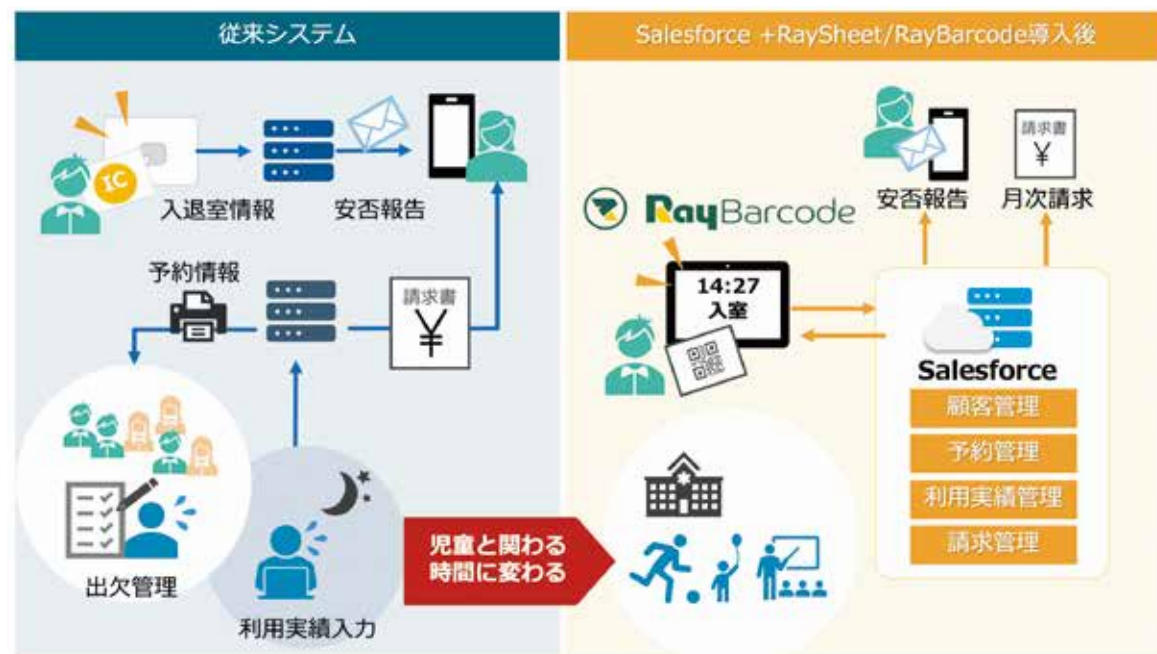
【導入】Excelライクの見た目で使いやすいなので導入を決めた

児童の入退室管理から請求管理までを一元化するために、Salesforceを本格的に活用することになりました。以前から支援してくださっているセールスフォース・ドットCOMの藤本氏に相談し、開発が必要なところは、外部の開発会社をお願いしました。RaySheetとRayBarcodeの導入もこのときに決まったそうです。Salesforceのデータ入力をExcelライクに行えるRaySheetはデータ入力と編集の効率化に、RayBarcodeはICカードでの入室管理をバーコードに置き換える目的で採用しました。「以前からレコードをSalesforceに更新する時に、データローダーでは項目のマッピングなど初期設定が毎回大変だと感じていました。もう少しメンテナンスしやすいツールはないですか、と藤本さんに相談したところ、紹介されたのがRaySheetです。Excelのような見た目と、コピペができて、使い勝手がよさそうだったので、すぐに導入しました」（栗林様）



▲拠点単位で利用予約を一覧表示し利用サービスを簡単に入力できるRaySheetの画面

入退室管理については、それまで運用していたパッケージシステムとICカードの連携運用で機能面での課題はなかったのですが、ICカードは1枚当たり500円と高額な



ため、より安価でシールに印刷するコストだけで済むバーコードでの管理を採用。Salesforce内のデータをバーコード化したり、専用モバイルアプリでバーコードを読み取ってSalesforceのデータと照合したりすることが容易にできるRayBarcodeの導入が決まりました。このときも藤本氏が提案してくれたそうです。

具体的な運用方法は、各アフタースクールの受付にRayBarcodeに付属する無料のモバイルアプリをインストールしたタブレットを設置して、利用者（児童）にはSalesforceから発番したIDをバーコード化し、シールに印刷したものをプラスチックカードに貼り配布。児童がアフタースクールに入室する時にバーコードをタブレットにかざすと、Salesforce上に該当する児童の入室時刻が記録され保護者には入室を報告するメールが送信されるというもの。退室時も同じ処理です。この時刻からサービス利用実績を算出できるので、以前のように出席簿を紙で管理しシステムに再入力する手間がなくなり、Salesforce上で利用実績に応じた請求金額の算出までを一元化できるようになりました。



▲アフタースクールを利用する児童が実際に入室のためにバーコードを認証しているところ

「RayBarcodeは使う用途が明確になっており、そこにぴったりの提案をしていただいたので、導入に際しては特にトラブルはありませんでした。現場のスタッフも違和感なく使っており、子どもも導入初日からすぐに使えるようになっていました」（栗林様）

【導入効果】作業時間の大幅な短縮とカードのコストダウンを達成

Salesforceに置き換えたシステムは2019年9月の本番稼働後から、すぐに効果が出ました。例えば、従来はその日にアフタースクールを利用する児童の入退室時間が書かれた出席簿をパッケージシステムから印刷して、利用実績として別画面に再入力していたのですが、Salesforceで一元化したことでその作業自体が不要になりました。さらに、月末の締め作業は、30分から10分に短縮。1拠点で月に6時間程度の時短が実現したそうです。

「本番リリース前からRaySheetを導入しておいて良かったなと思いました。以前のシステムからのデータ移行だけでなく、リリース直後は仕様が安定しなかったり、入力データに不備があったりして、データのクリーニングをしなければならなくなりましたが、その際もRaySheetで必要なレコードを表示させて一括でデータ修正ができたので手間がかかりませんでした。

あと、Salesforceのレポートでは、事前にレポートタイプで定義されたオブジェクトの項目しか一覧表示できないという制約があるのですが、RaySheetだと参照関連にあるオブジェクトすべてを1画面で表示できるうえ、データ編集もできるので凄く便利でした。例えば、予約情報を変

更するとき、そのお子様の詳細情報も参照しながら更新したいとか、特定の条件に該当するお子様の情報だけ予約情報を更新したいということがあるときに、RaySheetだと並べてフィルターして、更新できるのです」（栗林様）ほかにも、拠点が離れているため拠点間の情報共有が進まないという課題があったそうですが、Salesforceで情報を管理することで、ノウハウを一元化できたそうです。もちろん、RayBarcodeの導入効果もばっちりです。ICカードは1枚500円ですが、バーコードは、シールと印刷代だけなので1枚数円まで落とし込むことができました。現在は、そのシールを使わなくなったICカードに貼って利用しているそうです。



最後に、今後の展望について伺いました。

「現状、自治体が運用する子どもの放課後の居場所で現場が簡単に利用しやすい管理アプリケーションがほとんどないという課題があります。そこで、今私たちが使っているシステムの機能をシンプルにして使えるようにすれば、コストを抑えながら管理できるようになると思います。私たちの活動を通して、どうやったら地域の子ども達が豊かな放課後の時間を過ごせるかというコンサルティング事業も一緒にやっているんで、そこと絡めて、業務改善のシステムとセットで提案できるようになると、より本質的な課題解決を後押しできると思います」と栗林様は語ってくれました。

Salesforceにリプレイス後の効果

RaySheetの導入効果

業務上関連のあるデータを1画面で確認しながら編集できるので、抜け／漏れがなくなり効率も上がった

RayBarcodeの導入効果

RayBarcodeにより、Salesforce内で、顧客管理からアフタースクールの入退室管理を一元化できたことで作業コストの削減と実績の可視化を実現できた

Salesforceの入力負担を軽減して 情報を無理なく一元化。 経営指標の可視化に成功。



株式会社レインボー・ジャパン

業種 情報通信業

株式会社レインボー・ジャパンは「分析」「企画」「設計」「制作」を通じ、顧客の成果につながる価値の高いWebサイトの制作・運営を手掛ける企業です。創業は1991年。伝えるべき相手に、伝えたい情報を、最適な方法で伝えるために、「つたえる」をデザインすることを信条としたサービスを長年にわたり提供し続けています。2018年1月にリニューアルしたWebサイトに掲載されている制作事例の数々にも、そのサービスの品質は表れています。

そんなレインボー・ジャパンでは2014年からWeb制作の工数管理と情報の見える化のために、Salesforceを導入。導入後に発生した課題解決のために、2017年10月に「RaySheet」を採用いただきました。採用にいたるまでの課題や導入効果について管理部 経理担当課長の新井晶子様にお話を伺いました。

社員のアサインが
簡単になりプロデュー
サーの負荷軽減

外部データの取り込みに
3〜4時間かかっていた
ものが30分で終わる



- Salesforceで工数管理するために不可欠なアサインデータを入力しづらい
- Salesforce導入前よりもプロデューサーに負荷がかかってしまう
- Slerに依頼してVisualforceで画面をカスタマイズしてもらっても満足できない

※ 事例記事の内容や担当者所属は取材当時（2018年8月）のものです。最新の情報と異なる場合がございますのでご了承ください。

【課題】紙ベースの勤務表と経費精算をデジタル化したい

1つのWebサイトを制作するには、プロデューサー、Webディレクター、デザイナー、フロントエンドエンジニア、プログラマー、などの様々なスキルが必要となるため、多くの人員が投入されます。Web制作にかかった工数を管理する業務では、プロジェクトに対して作業を行った人の勤務時間から実際にかかった人件費を算出し、プロジェクトごとの工数（原価）を計算します。Salesforce導入前のレインボー・ジャパンでは紙の勤務表をスタッフごとに集め、管理部でAccessに入力してプロジェクトの工数を割

り出していました。しかし、紙ベースの勤務表ではアサインされた人員の勤怠をリアルタイムで把握することは難しく、正確性も足りなかったそうです。工数を速く正確に把握して現状把握と課題の発見、将来予測といったビジネス改善に繋げたい。この課題を解決するために、セールスフォース社から提案を受け2014年10月に「Sales Cloud」と勤怠管理ができる「TeamSpirit」の導入意思決定が行われました。その時、プロジェクトリーダーとなったのが管理部 経理担当 課長の新井さんです。

【導入】Sales Cloudと TeamSpiritでリアルタイムの 工数管理

新井さんはSalesforceの導入支援サービスを提供しているSlerである株式会社スカイアークに開発を依頼しました。担当はセールス・マーケティング コンサルタントの岩田将典さん。スカイアークはレインボー・ジャパンと同業種のWebサイト制作を請け負うSlerです。しかし、両社のビジネスはフロントエンド構築中心とバックエンド構築中心といった違いがあり競合ではありません。むしろ、同業種だからこそのわかるビジネスロジックや専門用語などの共通ナレッジを持つため、非常に良いパートナーシップを結んでいるとのこと。

その事例ともいえるのが、スカイアークの提案によりSalesforceで勤怠管理と経費精算を行えるサービスとして「TeamSpirit」を採用したこと。TeamSpiritでWeb制作の工数管理する手法はスカイアークでも行っている方法だそうです。TeamSpiritは勤怠管理、工数管理、経費精算ができるクラウドサービスです。TeamSpiritに入力された勤怠データをSalesforceと連携させることで、1プロジェクトにかかる工数をSalesforce上でリアルタイムに把握できるようになります。

レインボー・ジャパンの場合はSalesforceの商談でプロジェクトの工数管理を行えるようにカスタマイズしました。クライアント名や売上予定日、納品日といった基本情報の入力項目に加え、TeamSpiritと連携させたメンバーのアサインを実現。Salesforceのプロジェクト（商談）画面上でTeamSpiritのメンバーを自由に追加できるようにしたのです。追加されたメンバーは、Salesforceを使わずTeamSpiritで勤務時刻を入力。勤怠状況はTeamSpiritの機能で自動集計しSalesforceに送られます。その結果がプロジェクト（商談）画面に反映するので、プロジェクトを管理するプロデューサーはSalesforceの画面だけで、どの職種の誰がどのくらいの時間そのプロジェクトに従事しているのかをリアルタイムで把握できます。また、作業時間やその内容に応じた「貢献度」をアサインしたメンバーごとに手動で入力する機能も実装。これにより人事考課でも利用できるようになるなど、Salesforce導入は経営管理全般の改善効果が期待できるものでした。「アサインされたメンバーはTeamSpiritのスライダーUIで工数を入れることができますし、原価計算に必要なデータはしっかり入ってくるので、管理部の作業はすごく効率化されて便利になりました」と新井さん。



Salesforce 導入前



Salesforce 導入後

プロデューサーの負担増。 入力に時間がかかりすぎる。

Salesforce導入後は紙の勤務表を集めてAccessで工数計算していた状況から一変。それまで見通しの悪かったプロジェクトごとの工数がSalesforce上でリアルタイムに把握できるようになりました。しかし、プロジェクトを直接監督するプロデューサーの負担が増えるという新たな課題が生まれました。「アサイン」のための入力という手間が増え、そのUIの使い勝手は良くなかったといえます。

工数をリアルタイムで把握するにはアサインの入力が不可欠ですが、Visualforceページの標準コンポーネントで作られたアサイン画面は「アサイン画面に遷移」→「メンバー選択」→「作業が始まる日」[作業が終わる日]などを入力というステップを投入人員分行うというもの。レインボー・ジャパンが手がけるWeb制作プロジェクトは月に40〜50本ほどもあるそうで、大規模サイトでは15人を投じることも。それを3人のプロデューサーで取り仕切っているため、さまざまな負担が大きくアサインに多くの時間がかかってしまうUIについてプロデューサーから改善要望が上がりました。Salesforce導入以前はアサイン作業が手間になることはなく、この入力作業はプロデューサーに大きな負荷をかけたのです。

▲ どこでもView導入前のVisualforceでカスタマイズした画面スクリーンショット

それについて新井さんは、「プロジェクトの受注から商談を作り、誰をアサインするか決め、見積り作成…とスタートから全部プロデューサーがやっている感じですね。なので、プロデューサーの負担をなるべく減らしたくてどうしたらいかと岩田さんに相談しました」
岩田さんはVisualforceでUIの改修を重ねましたが限界があり、なかなか納得してもらえるものを提供できなかったといいます。プロデューサーにもっとSalesforceを使ってもらい、どれだけ利便かを理解して欲しいという課題を抱えたまま時間が過ぎました。
そして、2017年8月。ExcelのようなUIでSalesforceの入力・編集できる製品があると岩田さんから紹介されたのが、「RaySheet」でした。2ヶ月間の試用を経て10月に正式導入が決まります。

【導入効果】入力時間半減。Excelで行を追加するのと同じ要領でアサインが可能に。

岩田さんが提案したのはRaySheetの「どこでもView」という機能を利用し、プロジェクト（商談）の詳細ページ内にアサイン用のExcelライクなUIを埋め込むというもの。RaySheetは、SalesforceのデータをExcelとほぼ同じ操作性で入力したり、編集したり、フィルタリングできるようにするSalesforce専用アプリ（AppExchangeアプリ）です。詳細画面を開かなくても一覧上で複数のレコードをExcelのように編集できます。
「どこでもView」はRaySheetで作成した一覧画面をSalesforceの詳細画面など「どこにでも埋め込む」ことができる機能です。これにより、プロデューサーはプロジェクト（商談）ページを作ったらその画面から遷移せずにExcelの行を追加するのと同じ要領でTeamSpiritのメンバーを登録できるようになりました。1行＝1メンバーです。作業の開始日・終了日もExcelのセルに入力するの

▲ どこでもView導入後の同じ画面

と同じ感覚です。プロジェクト期間の変更もその場で日付を上書きできるなど、Excelと同じ感覚でデータの編集・登録が可能です。さらに「TeamSpirit」から自動集計される作業時間を見ながら、貢献度の割合も連続して入力できるようになりました。
実際、プロデューサーから良い評価を得られたそうで「みなさん『RaySheet』のほうが見やすい、わかりやすい、使いやすいと言ってくれます。それに、アサイン時に入力ミスがあると登録NGとなるようにスプレッドシート上でチェック機能を加えたため、プロデューサーのアサインミスがなくなりました。アサインミス修正作業も管理部には重い負担だったので、とても助かっています」と新井さん。

RaySheetで経営管理に必要な情報が無理なくSalesforceに集まる

経営管理全般の情報に基づいた現状把握と課題の発見、将来予測といったビジネス改善に繋がたいというSalesforce導入の当初の目的は、RaySheetの採用によりデータ入力負担が軽減したことで大幅に進みました。TeamSpiritとの連携による工数管理のほか、会計ソフトの「弥生会計」で管理している一般経費などをSalesforceに取り込む作業もRaySheetを使うことで改善できたそうです。以前は弥生会計から抽出したCSVをSalesforceの「データローダ」で取り込んでいましたが、取り込める形に整形するのにひどく手間がかかっていました。この点をスカイアークの岩田さんに相談したところ、メシウス（当時グレープシティ）のブログ記事に解決策があると教えてもらったとのこと。
「ブログを参考にして、データローダを使わないで作業するようになりました。弥生会計からその月の総勘定元帳をダウンロードし、ExcelとSalesforce（ブラウザ）の2画面を起動して直接コピー＆ペーストするだけで済みます。以前は取り込み時にエラーが起きると原因の特定と修正

の繰り返しで3～4時間かかる作業でしたが今は30分で終わるようになり、だいぶ効率化できました」と新井さん。
こうした入力負担の改善で工数管理や一般経費管理などの情報が関係各部署からスムーズにSalesforceに集まるようになり、経営判断に役立つ情報が無理なく一元化されました。現在はリアルタイムでどのくらいの利益が出ているのかを一目で把握できるまでになっているそうです。

RaySheetのUI効果で新たなアイデア。管理部の作業時間が50%削減。

レインボー・ジャパンのSalesforceは顧客情報もちろん管理しています。この情報をRaySheetで整理して、毎年行う「年賀状の送付作業」に活用してはどうかというアイデアが管理部で生まれました。
RaySheetで年賀状を送る顧客（取引先責任者）を担当プロデューサーごとに絞り込んだ画面を作りました。そのままExcelにエクスポートしプロデューサーが年賀状の送付先をチェックができるようにしたのです。従来はSalesforceとは別の作業フローだったそうで、顧客の名刺から情報をExcelに入力し、年末が近づくと転職したり、会社が移転したりしている人がいないかを担当プロデューサーに確認して変更があれば新しい名刺をもらい、情報を更新していたとのこと。これをRaySheetを活用することで、事務スタッフの作業時間は前年の50%ほどに抑えられたそうです。
RaySheetを使った業務改善はまだまだ広がりそうで、新井さんと岩田さんは今度は、見積りシステムを「Salesforce＋RaySheet」で構築しようとしています。「これも、アサイン作業の入力負担を減らすために『RaySheet』を導入したからこそ、生まれたプロジェクトです。今回は最初のミーティングからプロデューサーに同席してもらったのですが『ここに見積りの数字を入れるだけでいいなら』と好感触でした。私の目標は今年中にこの見積システムを導入することです」と新井さんは意気込みを語ってくれました。

RaySheetの導入効果

「どこでもView」により
社員のアサインが簡単に
プロデューサーの負担が減った

外部データの取り込みに3～4時間
かかっていたものが30分で終わる

年賀状の送付リスト作成など
Salesforceの新たな業務改善
アイデアが生まれる

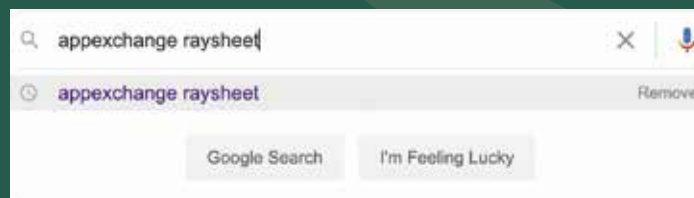
会社概要
株式会社レインボー・ジャパン
本社所在地：〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-3-1
朝日生命恵比寿ビル1F
<https://www.rainbow.co.jp/>

本事例の導入支援パートナー
株式会社スカイアーク
「Movable Type」によるCMS専門のシステムインテグレーション事業を展開。さらに、Salesforce CRMによる顧客管理のシステム化など、顧客に適したクラウドインテグレーションも得意としている。
<https://www.skyarc.co.jp/>

30日間 **無料** のお試し版

- 1 RaySheetはSalesforce StoreのAppexchangeから無料で
トライアルできます。

＼ Google で検索! ／



- 2 「今すぐ入手」ボタンからトライアルできます。

＼ クリック! ／



 **RaySheet**
導入事例
厳選**5**社

お問い合わせ

導入前検討時のご不明点やお見積りは、下記までお気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ先 メシウス株式会社 Enterprise Solutions事業部
お問い合わせフォーム <https://raykit.mescius.jp/contact/>

住所 〒981-3205 仙台市泉区紫山3-1-4
メール es.sales@mescius.com

