



株式会社 HDE

所在地:  
東京都渋谷区

URL:  
<https://www.hde.co.jp/information/about/>

主な事業:  
ソフトウェア・クラウドサービス事業。2011年に発表した「HDE One」は、サービス開始から6年で350万以上のビジネスユーザーを獲得(2018年3月末時点)。クラウド・セキュリティ分野で7年連続のトップシェアを誇る。

## 株式会社HDE

# DataSpider Cloudで セールスイネーブルメントを効率的に支援 「営業3.0プラットフォーム」を目指す HDEの取り組み

クラウド関連サービスを中心に事業を展開している株式会社HDEでは、「Salesforce」を「Google スプレッドシート」、「Sansan」と連携させ、日々、Salesforceに蓄積される情報を営業スタッフに提供、自由に活用できる体制を整えた。同社ではこのシステムの活用を促進・定着させていくことで、営業部門の分析力向上と効率化を目指している。システム間の連携にはクラウド型データ連携サービス「DataSpider Cloud」を利用し、すべて自社内で開発している。

この構築の背景や具体的な仕組み、連携による効果などについて、HDE クラウドセールス&マーケティング ディビジョン デジタルインテリジェンスセクション ディビジョン 副統括 兼 セクションマネージャーの水谷 博明氏と同セクションの高村 祐司氏に話を聞いた。



## 属人的な営業脱却の 第一歩として

1996年にソフトウェア開発企業として設立したHDEだが、2011年からはクラウド向けサービスにも事業を拡張。同年サービスを開始した「HDE One」は、Office 365、G Suite、Salesforceなどに包括的なセキュリティを施すクラウドサービスとして好評を得ている。現在では導入企業は4,000社、ユーザー数は350万人を超え、この分野で7年連続トップシェアを誇る。

HDE Oneのサービス開始当初は、日本でクラウド活用が進み始めた時期と重なったこともあって、需要は大きなものだった。しかし次第に市場は落ち着き始め、昨今は訪問営業やテレポだけ

では受注が取れなくなってきたという。

こうした事態を打開するために、HDEのデジタルインテリジェンスセクション(以下、DIセクション)が中心となって、2018年、ひとつの目標を打ち出した。それが「営業3.0プラットフォーム(以下、営業3.0)」への到達だ。同社では、スタッフの働を頼りにした営業が「営業1.0」、全営業スタッフがデジタルツールを利用して情報の共有・管理を行えるのが「営業2.0」、そしてコミュニケーションにもデジタルツールを活用、データに基づいた営業活動を行える段階が「営業3.0」と定義している。

DIセクションでは、もともと営業スタッフが入力した各種データを、Salesforceでレポート化し、そのデータを必要に応じて提供していたが、今回のSalesforceとGoogle スプレッドシート

使用サービス

DataSpider Cloud

の連携システムはこのレポート業務の効率化を実現する一環として構築したという。

「営業スタッフに話を聞くと、SalesforceのデータをExcelに貼り付けて、独自の方法で可視化したり分析したりしているということでした。それなら我々がレポート化するよりも、Salesforceの様々なデータを、営業が普段使っているようなスプレッドシートに入れて渡した方が、よりの確な分析ができ、セールスイネーブルメントにもつながるだろうと考えました。そこでSalesforceのデータをGoogle スプレッドシートに自動で書き出すシステムをつくることにしたのです」(水谷氏)

水谷氏はこのシステムで、Salesforce特有の「オブジェクトをまたいだデータは、レポートとして一括処理できないパターンがある」という問題も解決できると考えていた。各オブジェクトが持つレコードをスプレッドシートに書き出してしまえば、データの紐づけや、それらを組み合わせた複雑な分析も、スプレッドシート側で処理できるようになるからだ。



株式会社HDE  
クラウドセールス&マーケティングディビジョン  
デジタルインテリジェンスセクション  
ディビジョン副統括  
兼 セクションマネージャー

水谷 博明氏

## 少数スタッフだけで短期間に連携構築を実現

連携ツールにはSalesforceとGoogle スプレッドシート、双方のアダプタが用意されているDataSpider Cloudが採用された。同製品の販売・サポートを手がける株式会社テラスカイから、デモを交えながら連携方法の説明を受け、水谷氏はすぐに「これなら我々のやりたいことが実現できそうだ」と感じたという。

開発期間はわずか1ヶ月、テラスカイのサポートなしに社内スタッフ2名だけで、実用に足る連携をつくりあげることができたという。

開発を担当した高村氏は「Salesforceから送り出された最新データで、スプレッドシートの既存データが上書きされないよう、構成に注意が必要な部分もありましたが、DataSpider Cloudはプログラムが不要なので作業はスムーズに進み、短期間で思うような連携を図ることができました」と当時を振り返る。

DIセクションでは、この連携システムで毎日定時にSalesforceの最新データをスプレッドシートへ書き出し、営業部門の活用を促進している。Salesforceの知識がなくても、日次・月次のデータを自由に加工できるので、営業スタッフが分析に利用するだけでなく、マネージャーが全体状況を把握するのも役に立てられている。

また、顧客のエリア・業種別に営業の進行状況を一覧化するなど、以前なら手作業で数時間かけて作成していた「複数オブジェクトをまたいだ統計レポート」も、DIセクションが新システムで作成・公開して、営業計画の立案を支援している。

現在、この連携システムによるデータ提供は、主にインサイドセールス部門向けに行われているが、近くフィールド営業や既存顧客営業など



株式会社HDE  
クラウドセールス&マーケティングディビジョン  
デジタルインテリジェンスセクション

高村 祐司氏

の支援にも役立て、デジタルツール活用のさらなる促進を図っていく考えだという。

## 名刺データのクレンジングにも、DataSpider Cloudを活用

同社では長らく、名刺管理ソフトSansanとSalesforceの該当データをcsvに書き出してExcelに貼り付け、手作業で重複排除やセグメントなどを行っていた。しかし約1,000～1,200のデータを精査するこの作業は、月に1回、4～5時間もかかるものであったため、自動化による負荷軽減と時短が望まれていた。

そこで、データのクレンジング、つまりSalesforceの取引先および取引先責任者のデータと、Sansanに入力されたデータとの照合・整理の作業にもDataSpider Cloudを利用することを決めた。

「当初は、Sansan側にあるSalesforceとの連携機能(アプリ)を利用したのですが私たちが求めるマージ機能がなく、思うような結果が得られませんでした。そこで、SansanとSalesforceの取引先および取引先責任者のデータをDataSpider Cloudで抽出し、重複排除や、セグメントに必要な企業情報の紐付け加工などを行った上で、Google スプレッドシートに書き出しています。ここまでが自動化されたので、作業時間はわずか1時間に短縮することができました」(高村氏)

作業時間と負荷が減ったことで、月1回だったデータクレンジングは週1回にペースアップし、名刺データをスピーディに営業活用できるようになったという。

## ますます重要な存在となるデータ連携ツール

水谷氏は、今後もDataSpider Cloudを活用する機会は多いだろうと語る。

「『営業3.0』到達に向け、我々は今後も様々なツールを導入して、それが現場に定着するよう支援を行っていきます。導入するツールの数が増えても、DataSpider CloudがあればすべてをSalesforceに結び付けられ、データの一元管理体制を維持できるというのは、大きなメリットです」

営業活動の強化・効率化にBIツールを有効活用するには、ITや統計手法に関する知識・技術に加え、経営や業界の動向にも精通したスペシャリストが欠かせないが、人材不足は深刻化の一途を辿っているのが実情だ。将来的にはHDEの「営業3.0」のように、営業スタッフ自らがデジタルツールを活用してBIを行える環境を整えることが必要となってくるかもしれない。

※この事例は、2018年9月時点のものです。