

# Panasonic

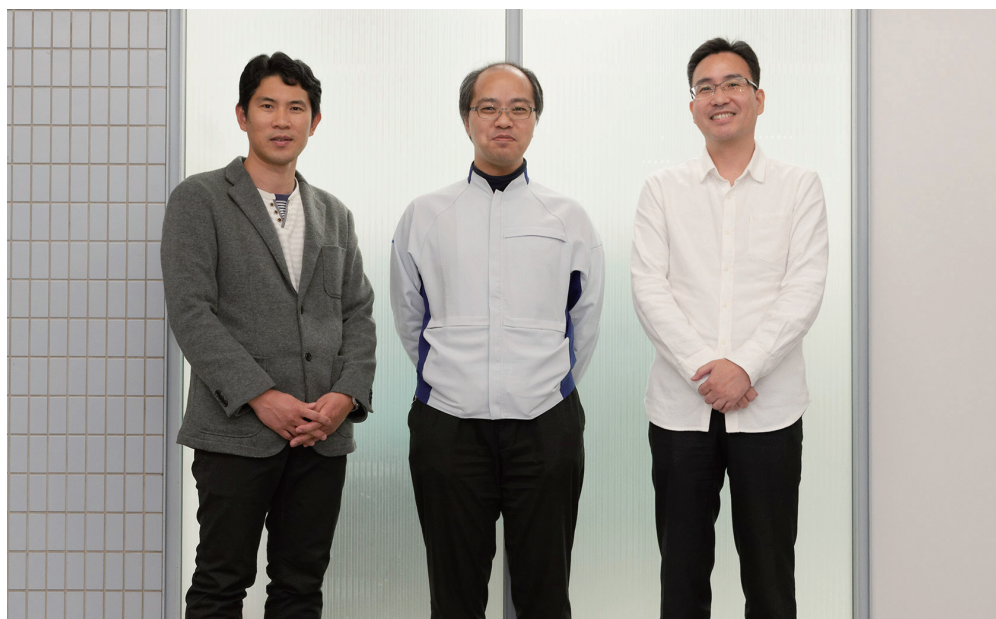
## パナソニック株式会社

所在地：  
東京都中央区銀座8丁目21番1号  
住友不動産汐留浜離宮ビル

URL：  
<https://www.panasonic.com/jp/corporate/cns.html>

主な事業：  
「流通」「物流」「エンターテインメント」「パブリック」「アビオニクス」「製造」の6つを重点事業領域とし、B2Bのお客様に「つながる価値」を提供。

## パナソニック株式会社



## 画面の見た目は 社員のモチベーションに直結する 使い勝手を改善し、開発の属人化も排除

世界15万社以上が導入している、シェアNo.1のCRM「Salesforce」は、柔軟性の高い強力なプラットフォームにより、あらゆる業種・規模の企業で様々な用途で活用されている。一方、汎用性が高いシステムであるがゆえに、導入企業によっては、自社業務の内容や流れに沿ったカスタマイズを選択する場合もある。これによって、社内のSalesforce利用が一層促進されるケースも多いだろう。

ただ、Salesforceをカスタマイズするには独特のスキルやノウハウを求められることも少なくない。開発を外注するとコストがかさみがちだ。そのような場面で活躍するのが、テラスカイの提供する「SkyVisualEditor」だ。

家電からソフトウェアソリューションまで、多様な分野の開発・製造を手がける、日本を代表するグローバル企業のパナソニック株式会社も、Salesforceを効率的に使うためSkyVisualEditorを導入した。それによって同社はどんな課題を解決できたのだろうか。

### 課題となった新たな事業部におけるツール選定

2013年、事業部制とカンパニー制を導入して事業再編に取り組みながら、収益構造の改善と、ビジネスの加速・拡大を続けてきたパナソニック。とりわけそのカンパニーの1社であるコネクティッドソリューションズ社は、近年のICTの進化やクラウド化の流れ、あるいは事業協創のようなイノベーションのトレンドにも迅速に対応してきている。その動きの1つが、パナソニックの技術・ソリューションをフルに活用するためのイノベーションセンターの発足だ。

イノベーションセンターがスタートしたのは2015年のこと。そこで主幹を務める中垣氏は、迅速に、

使用サービス

SkyVisualEditor

無駄なコストをかけずに立ち上げる「リーン・スタートアップをコンセプトにしていた」ことから、利用するバックオフィスツールも過不足のない、メンバー全員が効率的に活用できるものを選定することにしたという。

ただ、部署が違えば文化にも少なからず違いがある。当時は同社のさまざまな部署からメンバーが集結し、それぞれが利用していたバックオフィスツールも部署ごとに異なる状況であった。なかでも商談パイプラインの管理は、「お客様からの引き合いから、受注、進捗管理に至るまで、すべてを見える化して管理する」ための、同センターにとってまさに経営のコアとなる部分。安易にツールを選ぶことはできない。

その頃、パナソニック社全体で導入が広がり始めていたSalesforceは、イノベーションセンターのメンバーにも使用経験者が多かったものの、「標準では多数の入力項目を最大2列でしか表示できず、使いづらい」との不満もあった。

## 属人化してしまうコード開発より 誰でも使えるツールを

言うまでもなく、商談パイプラインの管理は事業において最も重要な作業の1つだ。正確かつ詳細な情報を記録し、社員間で共有できるのは当然ながら必須だが、ユーザーが進んで使えるようにすることもそれ以上に大切。社員が使いにくくてはモチベーションが上がらず、いずれは使われなくなってしまう可能性もある。

中垣氏は「せめて3列以上で表示でき、効率良く入力できるように」という点をシステム要件に据え、社内のIT導入の企画・設計などを担当している同社情報企画部の西村氏に相談した。西村氏はさらにパナソニック社全体のシステム開発・運用を担っているパナソニック インフォメーションシステムズの嘉手苺氏とともに対策を検討し、結果、Salesforceとその画面を要望通りにカスタマイズできるテラスカイの「SkyVisualEditor」を採用することに決定した。

コーディングすることなく、GUIでSalesforceの画面をカスタマイズ



パナソニック株式会社  
コネクティッドソリューションズ社 IT革新推進部  
グローバルIT革新課

西村 直隆氏



パナソニック株式会社  
コネクティッドソリューションズ社 イノベーションセンター  
企画部 企画課 主幹

中垣 浩文氏



パナソニック インフォメーションシステムズ株式会社  
首都圏販売・物流サポート事業部 首都圏B2B販売サポート部

嘉手苺 健児氏

ズしていける「SkyVisualEditor」の開発者側の利点について嘉手苺氏は、「コードの属人化を防ぎ、導入や引き継ぎが楽になるところ」と語る。「コードを書いて画面を作ることもできるが、それだとそのエンジニアの能力に左右され、属人化してメンテナンスが困難になる」。それに対してSkyVisualEditorは導入のハードルや学習コストが低く「誰でも使える」のが好都合だった。

とはいえ、「どんなツールにもクセはある」と嘉手苺氏。「SkyVisual Editor」も例外ではなく、最初のうちは細かな部分で「何ができて、何ができないのか」の判断がつかず、戸惑った部分もあったという。そこで、テラスカイのスタッフから直接アドバイスを受けられる無料の「アドミンカフェ」に参加した。それにより疑問をクリアにし、開発に取り組んでからおよそ2カ月というハイスピードで商談パイプラインをはじめとする画面のカスタマイズを一通り完成させ、運用開始にこぎつけた。

## 重要なのはユーザーとなる 部署の業務を理解すること

Salesforceの導入は、元々はパナソニック社の海外拠点から始まったもの。海外ではインターフェースをカスタマイズせずそのまま利用するのが一般的だが、日本国内のユーザーはより高い操作性とわかりやすさを求める。「国内のユーザーに対してはいかに入力させるかが肝で、画面の見た目はすごく重要」と西村氏が言うように、カスタマイズが業務効率に与える影響は大きい。

そのため、同社ではその後も継続的に「SkyVisualEditor」を活用し、基幹システムとの連携内容、あるいは経営課題やビジネスの変化に応じて、新たな画面の開発や、既存の画面のアップデートを頻繁に行っている。「SkyVisualEditor」にもすっかり慣れ、ドキュメントも豊富なため今や「悩むこともほとんどなくなっている」と打ち明ける嘉手苅氏は、いつ、誰でもあっても即座に対応できるよう、「SkyVisual Editor」を使えるスタッフを増やしていく意向も持ち始めている。

「とにかく誰でも簡単に使えるのが大きい。本番サーバーへの反映の手間も少なくなる」と「SkyVisualEditor」のメリットを強調する嘉手苅氏。しかし、あくまでも画面レイアウトのためのツールであり、これをただ使うだけで業務改善に結びつけられるわけではない、と釘を刺す。「一番重要なのはユーザーとなる部署の業務を理解すること。理解した

うえで開発しないと、開発者の独りよがりになって使い勝手が損なわれてしまう」。

## Salesforceの難解なところを ブリッジしてくれるツール

中垣氏によると、「Salesforceはドキュメントが難解なところがあり、ある程度のスキルと開発経験がないと、とっつきにくい」という。GUI上で操作するだけで画面レイアウトが可能な「SkyVisualEditor」は、「そこをうまくブリッジしてくれるツールになっているのではないかと」も話す。

ユーザーであるメンバーの使い勝手を第一に、「SkyVisualEditor」の適用範囲を順次広げていきたい、と語る中垣氏。画面レイアウトの柔軟性が高く、ユーザー側もごく自然に使えるため、多数の入力項目がコンパクトに並ぶ帳票風のインターフェースを実現したい企業にとっても重宝するソリューションではないかと、とも考えている。

同社では、Salesforce自体の導入拡大を進めていく計画だ。「基盤をSalesforceで統一していくことで、今後パナソニックのさまざまなカンパニーがタグを組んでいくときにも、間違いなくプラスのシナジーが生まれるはず」と話す西村氏。同社がSalesforceの活用範囲を広げていく際には、「SkyVisualEditor」も活躍しているだろう。

## SkyVisualEditorで作成した商談パイプラインの画面

※ この事例は、2019年11月時点のものです。