

## Microsoft Dynamics CRM 構築サービス

導入事例

アриста フードソリューションズ ジャパン株式会社 様  
(旧 ヒーシュタント ジャパン株式会社)

IT専門の部署を持たず、ITについて決して詳しくない部門でありながら、顧客情報と営業情報の管理を実現。

“お客様の成功がヒーシュタントの成功”というフルサービスコンセプトを掲げ、スイスベーカリーの「焼き立て」の愉しみをサポートするヒーシュタント ジャパン。

今回ご紹介する Microsoft Dynamics CRM の導入は、IT専門の部署を持たず、ITについて決して詳しくない部門でありながら、顧客情報と営業情報の管理を実現し、成功させた事例です。

アриста フードソリューションズ ジャパン株式会社  
(旧 ヒーシュタント ジャパン株式会社)

本社所在地	東京都渋谷区代々木1-58-5 代々木吉野ビル2F
事業目的	パン・菓子の製造および販売ならびに輸入前各号に付帯関連する一切の業務
設立	1997(平成9)年4月9日
代表	代表取締役 オリバー・リーフ
従業員数	60名
URL	<a href="https://aryzta.co.jp/">https://aryzta.co.jp/</a>

## 従来からの課題

顧客情報、営業情報が把握・活用できず、人事異動の際の引き継ぎなどが煩雑。

ヒーシュタント ジャパンでは、1997年の創業当時から、国内外のさまざまなシステムを組み合わせ使用し、顧客情報・営業情報を管理してきました。その後、2003年から顧客情報の管理を基幹システム(ERP)である Microsoft Dynamics NAV で行っています。営業情報については、各フィールドセールス担当者がExcelで作成した営業日報を入力して、上長に提出。これら顧客情報と営業情報の間には、関連性や連携はなく、それぞれが個別の情報として存在していました。

「販売実績を含めた顧客情報については、蓄積して管理していましたが、活用まではできていない状態。営業情報については、チームリーダーの管理に任せていましたので、全社的な把握が、ほとんどできていない状態でした」(恵良 氏)。



ヒーシュタント ジャパン株式会社  
取締役 ファイナンス & HR 部長  
恵良 浩之 氏

そのため、いくつかの問題が発生していました。

「ここ10年で、お客様の数は飛躍的に増えました。セールス担当者は約2倍。ですので、このお客様はどんな方なのか、どういう背景があって現在こうなっているのか、歴任のセールス担当はどんな動きをしていたのか…人事異動があったときの引き継ぎなどが大変になっていました。」と語るのはセールスオフィスマネージャー 木村 弥生氏。

こうした問題を解決するため、新たなCRMシステムの導入が決定されました。

## 選定のプロセス

ソリューションベンダの選定を、特に重要なポイントと考えて実施。

プロジェクトは、まず適用製品を検討。そして、顧客情報を蓄積している Microsoft Dynamics NAVや、Office製品との連携が容易な Microsoft Dynamics CRM の導入を決定しました。

「コストも選定ポイントの一つですね。以前検討した製品に比べると、1アカウントあたりの費用が1/3程度。試用してから導入できることも、安心できるポイントです」(木村 氏)。

次に取り組んだのが、ソリューションベンダの選定です。これまで取り引きのあったベンダなど、いくつかの選択肢を検討。Microsoft Dynamics CRM の開発元であるマイクロソフト社にも相談を持ちかけました。

「当社には、IT専門の部署はありません。今回のシステムの導入・運用は、ITについて決して詳しくはない私たちセールス部門が担当することになります。しかも、セールスの現場とこれを管理するCRMは、状況によって、求められること、やらなければならないことが、刻々と変わります。それだけに、協力していただくソリューションベンダの選定は、特に重要なポイントだと考えていました」(木村 氏)。

主な選定ポイントは、以下の5つ。

- 状況の変化に迅速に対応するため、簡単なカスタマイズは、社員にも実施できるスキルがつくよう指導してもらえること。
- 本当のコアの部分は、プロフェッショナルとして、安心して任せられること。
- やりたいことを伝えたときに、実現の可否だけでなく、実現するためのさまざまな方法を提示してもらえること。
- 細部にわたって密なやりとりが必要になるため、信頼関係を築けるベンダであること。
- 担当エンジニア個人の資質や能力に委ねるのではなく、もしもの場合を想定し、組織として対応してもらえること。

マイクロソフト社が、こうしたポイントをクリアする企業として紹介したのが、日立ソリューションズでした。

「時代の変化とともに、ITの潮流は変わります。でも、日立ソリューションズなら、どういう流れになっても大丈夫だろう、長くサポートしてもらえらうだろうという考えもあり、お任せすることにしました」(恵良 氏)。

## 導入時の取り組み

**最もこだわったのは、シンプルな使いやすさ。**

ヒーシュタント ジャパンにおける Microsoft Dynamics CRM の導入は、アジアの各拠点への展開を見据えたプロジェクト。そのため、ヨーロッパに拠点を置く親会社ARYZTAとの頻繁なやりとりを行う必要がありました。

「資料、報告書、見積書、プレゼンテーションデータにも、日本語版だけでなく英語版が必要になります。しかもアメリカ英語ではなくイギリス英語です。そういった書類は、通常、私が作成するのですが、今回は日立ソリューションズに用意してもらえたので、とても助かりました」(木村 氏)。

構築フェーズに入ったプロジェクトは、段階的に以下のプロセスで実施されました。

第1段階(パイロット)：基本機能のリリース

- ・数名の営業担当に使用してもらい、フィードバック収集。
- ・ERPからの顧客マスターの連携、カスタマイズ。

第2段階：展開、トレーニング、フィードバック収集。

- ・営業担当全員に展開。各地でトレーニングを実施し、フィードバックを収集。

第3段階：機能追加(カスタマイズ)

- ・親会社ARYZTAのフォーマットに合わせた帳票(レポート)の出力ができるようカスタマイズ。
- ・全国チェーンの各営業担当に対して、一斉に指示を出す機能の追加。
- ・自社業務に即したサポート案件の画面カスタマイズ。

「構築過程で最もこだわったのは、シンプルな使いやすさです。日立ソリューションズに教えていただきながら、標準仕様とはまったく異なる入力画面につくりこんでいきました。

Microsoft Dynamics CRM というのは、使い方次第でいろいろなことができます。その反面、現場のセールス担当者から見ると、難しそう、面倒くさい、使いたくない…と感じてしまうのです。今までは、1日1回とか1週間に1回、日報をつけて提出するだけでしたが、これからは外出先のその場その場での入力が可能となります。利便性が良くなる一方でそれが逆に負担とならないようにしたいと考えたのです。

どれだけ入力項目数を減らしながら、効果的な項目を残すか。そして、それらをキーボードでのタイプではなく、ドロップダウンやボタンでできるだけ済ませられるように。さらには、集めたデータから、経営層が実情を把握しやすいように。そういった手間と効果の兼ね合いを、十分に考えながら構築していきました。その結果、とてもシンプルで使いやすいシステムに仕上がったと思っています」(木村 氏)。

システムが稼働開始を迎える頃、プロジェクトのスタッフは全国の拠点に向き、使い方のレクチャーを実施。その後は、問い合わせ対応まで行える体制をとり、稼働を開始しました。

## 導入後の効果

**お客様の位置づけがより明確になり、セールス活動の履歴も含めて管理。**

現在、ヒーシュタント ジャパンのセールス担当は、全国に約30名。これを管理する立場のチームリーダーが6名。その上には各地区を統括するエリアヘッドが5名います。役職が上になり、管理下のスタッフが多くなればなるほど、細部まで見ることはできなくなります。そのため、お客様ごとにプライオリティをつけ、階層化して管理しています。

今回導入した Microsoft Dynamics CRM では、これらのすべてを可視化できるため、お客様の位置づけがより明確にわかるようになりました。また、どの担当者が、どのチームが、どのエリアが、何にフォーカスして取り組んでいるのか。そして成果は出ているのか、いないのか。一目瞭然になりました。

また、システムでは、セールス活動の履歴(訪問記録、交渉経緯、タスクの処理、クレームの発生状況や対応、コールセンター対応、競合商品など)も含めて管理。すべてが顧客情報と連携した形で、閲覧・活用できるようになりました。

「企業としては、状況や動きが見えるようになれば、いろいろと策を講じることがができます。人事異動があったときの引き継ぎなども、随分変わりました。CRMで履歴を見れば、すべての情報を見ることができるので、短時間で、スムーズに引き継げるようになりました」(木村 氏)。

## 今後の展望

**使い勝手やインフラをさらに充実しクラウド化へ。**

現在、セールス担当者の外出時の利用環境はノートPCのみ。今後はさらに、より快適で、使いやすい環境づくりを計画中です。

「使い勝手の部分や、インフラの充実という意味も含め、今後はクラウド化に向かっていくことになると思います」(恵良 氏)。

「日立ソリューションズの取り組みは、素晴らしいの一言。本当にそう思っています。私たちのどんな質問にも快く対応いただき、やりたいことをしっかりキャッチしていただける。すごく協力的で、本来の業務範囲を超えるようなお願いにまで対応していただいて、助かっています。これからもやるべきことが多々ありますので、末永くよろしくお願ひします」(木村 氏)。



※本事例の内容は2014年4月以前の情報です。※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、®マークは表記していません。※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。



本事例のwebページはこちら

[www.hitachi-solutions.co.jp/dynamics/case07/](http://www.hitachi-solutions.co.jp/dynamics/case07/)

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

J14K-09-02

2014.04