



The Kokumotsu Company

## Case Study

### 会社プロフィール

株式会社 はくばく

<http://www.hakubaku.co.jp/>

本社: 〒400-0598 山梨県南巨摩郡増穂町最勝寺1351 / 資本金: 9,800万円 / 代表取締役社長: 長澤重俊 / 事業内容: 食品製造業 / 麦などの穀物を中心に取り扱う

### 業種

食品メーカー

### 活用分野

問い合わせ管理/品質管理/  
ドキュメント管理/トレーサビリティ管理/  
稟議書承認/採用管理/

### 課題

- :: 紙やExcelで行う問い合わせ管理や品質管理では、必要な情報をタイムリーに取り出せない。
- :: 全社のシステム管理に追われていた担当者の業務を軽減したい。
- :: 社内グループウェアをレベルアップすると共に、保守・運用の手間とコストを削減したい。

### 選定理由

- :: 直感的な操作性を備え、機能拡張やカスタマイズを容易に実施できる。
- :: バージョンアップや設定変更に伴う追加費用が不要。
- :: 少人数で運営する情報サービス部門に業務負担をかけない保守・運用を行うことが可能。

### 効果

- :: 原料の品質管理体制を強化し、商品の品質と顧客満足度を向上。
- :: システム管理者の負担が減り、新たな業務や高度なシステム開発に注力できるようになった。
- :: 出張管理や稟議申請などのアプリケーションを開発し、業務を効率化。

## 株式会社はくばく

### 問い合わせ・顧客管理でSalesforce CRMを利用開始し Force.comで業務効率化アプリを継続的に開発

山梨県の食品メーカーであるはくばくは、2006年3月よりSalesforce CRMを利用し、多くの成果を挙げている。まずは無料トライアルで手応えを感じ、本格導入。CRMおよびSFA分野からスタートし、Salesforce CRM上でメルマガ読者向け商品プレゼントの抽選システムなど、さまざまな機能を開発。いまではForce.comを活用したカスタムアプリケーション開発により、顧客管理や問い合わせ管理にとどまらないさまざまな業務をForce.com上で最適化している。

### 取引先と消費者へのサービス向上をめざす

株式会社はくばく(以下、はくばく)は、米穀をはじめ、麦や粟、黍(きび)などの雑穀を用いた自然食品、乾麺、小麦粉、麦茶、飼料などの製造および販売を手掛ける食品メーカーだ。中でも、16種類の穀物をブレンドした「おいしさ味わう十六穀ごはん」、国産大麦に天然カルシウムを付加した「骨太家族」、原料の製粉から商品化までを自社工場で一貫して行う「初釜うどん」などの商品は、“安全でおいしいブランド”として認知され、全国のファンから高い支持を得ている。1941年4月の創業以来、消費者のニーズにこたえるための研究と、基本食である穀物の新たな可能性の追求に励んでおり、人々の健康と豊かな食生活の実現を目指している。

同社は長年、グループウェアを使ってスケジュール管理や社内の情報共有を行ってきた。ところが、業務ニーズが高まるに伴い、ハイレベルなビジネス要件に合わせてカスタマイズできないグループウェアが業務効率化推進の足かせになってきてしまった。少人数で運営する情報サービス部門にとって、サーバなどのメンテナンスに手間がかかるグループウェアの管理も大きな負担だった。取引先や消費者からの問い合わせ管理や商品の品質管理にも課題を抱えていた。紙やExcelで行う問い合わせ管理や品質管理では、必要な情報をタイムリーに取り出せず、迅速かつ的確な顧客対応を実施することが困難だったのだ。

同社 取締役管理本部長 望月 哲也氏は、次のように語る。  
「これらの課題を解決するためには、新たなシステムを導入することが必要でした。Salesforce CRMを選定したのは、初期費用が低額でありながら、全国に広がる多くの取引先様やお客様、それに当社の営業スタッフの情報を一元管理し、顧客サービス向上が達成できると感じたからです」

評価した項目は、導入および運用コスト、カスタマイズの容易さなど。ITシステムグループの担当スタッフが無料トライアル版を実際に使ってみて手応えを感じ、セミナーに参加して深い知識を得た。すべて社内ITスタッフだけでカスタマイズし、2006年3月、Salesforce CRMが本格稼働した。



「プログラミング知識がなくても、出張管理や稟議申請などのアプリケーションを短期間に構築できました。使いながら自分達でカスタマイズできるところが魅力です」

取締役管理本部長  
望月 哲也氏

## 顧客の声を集め、商品開発プロセスを改善

稼働後、以前使用していたグループウェアは Salesforce CRM のスケジュール管理などに置き換え、ハードウェアは撤廃。サーバやネットワーク機器の設定も不要になり、日々のグループウェアの保守・運用作業から解放された。

これまで紙や Excel で管理してきた問い合わせは、取引先や消費者からの問い合わせ内容を直接 Salesforce CRM に取り込む仕様にした。データベースは一元化されており、あらゆる関係者が参照できる仕組みも構築したため、お客様相談室と品質保証部門が問い合わせ内容をリアルタイムに確認しながら、迅速かつ的確な対応を行えるようになった。顧客の生の声を蓄積し、商品改善や新商品の開発に生かせるようになったこともメリットだ。

稼働後、社内の情報共有が飛躍的に増し、さまざまな案件に迅速に対応できるようになった。社内から Salesforce CRM について、「これは使える!」とポジティブな評価を受けたちょうどその時期、さらなる社内サービス向上を模索していた IT システムグループでは、これまでのやり方にとられないシステム開発のさまざまな可能性を探りはじめていた。

## Force.comでシステム化対象業務を拡大

運用開始から 1 年半後に、セールスフォース・ドットコムがリリースした Force.com が、同社の IT への展望を具現してくれるものとなった。同社は Force.com のコンセプトを理解し、いち早くシステム化計画に取り入れ、Force.com による追加アプリケーション開発に着手した。システム化対象業務を拡大し、10 種類以上のアプリケーションを開発。さまざまな業務改善に着手した。

望月氏は、「現在は、Salesforce CRM の基本機能に加え、Force.com で開発した 10 種類以上のアプリケーションを活用し、業務効率の改善と顧客満足度の向上を実現しています」と話す。

工場の現場ラインでは、スタッフが原料検査情報などを Force.com に登録するプロセスを導入し、トレーサビリティを強化した。これにより、生産、加工、流通などの課程における原材料の出所や製造元などについて容易に情報を取得できるようにし、消費者が購入した商品の生産流通履歴を容易に追跡できる体制を整備している。

人事部門では、Web から応募してもらう新卒採用希望者の情報をフォーム化し、Salesforce CRM に直接登

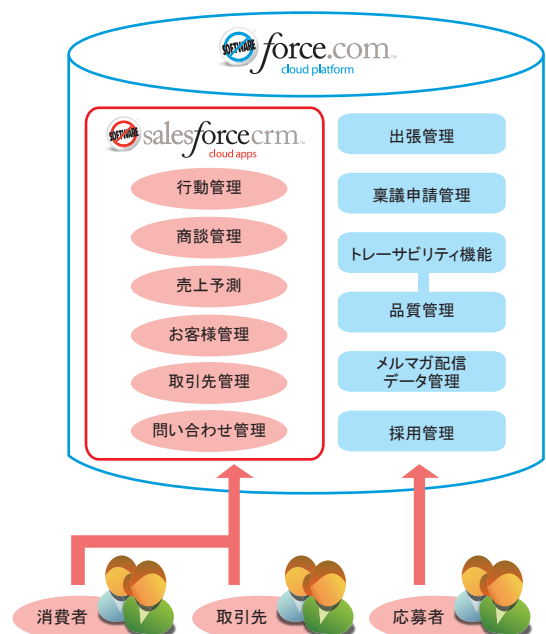
録できるようにした。応募者の情報はセキュアに管理する必要があったため、こうした情報に対するアクセス権限を関係者に限定し、個人情報管理も完璧に行えるようになった。

総務部門でも、業務をスピードアップするために、稟議書をはじめとするさまざまな提出文書や、社員の出張申請書類や提出文書の管理なども Force.com 上で一元的に管理し、利用範囲を大幅に拡充した。

Salesforce CRM の基本機能と特殊なビジネスニーズにこたえられる Force.com を組み合わせることで、社内では大きな副次効果が生まれた。社員がすぐにシステムを使い慣れたことで、さらなる活用への意欲が仕事への意欲につながったのだ。

今後も同社は、商談管理や売上予測といった営業支援の活用も深めつつ、Force.com によるアプリケーション開発で継続的に業務効率を改善していく予定だ。取引先と一般消費者の両方を顧客とする同社にとって、その両方をよりハッピーにし、さらに喜んでもらえる商品づくりへとつなげる期待も大きい。

「お客様窓口や商品開発部門ではめざましい成果を得られていますから、今後もさまざまな場面でお客様に喜んでいただくという基本に立ち返りながら、営業支援機能の強化も図っていきます」(望月氏)



200909-SFDC