

医療関連リサーチ企業が、Sales Cloud & Herokuで“社の財産”医師会員との関係を強化 機密性の高いシステムで効率的に会員を管理し、個人情報の漏洩・紛失ゼロを継続



株式会社プラメド

業種 ヘルスケア・
ライフサイエンス
業種詳細 医療関連の調査事業、
医師会員サイトの運営
従業員数 38名

導入製品 Sales Cloud, Heroku

活用用途 会員管理、問合せ・カスタマーサポート

導入背景

- 会員増加でExcelによる管理が困難になり、専属のIT要員を必要としないシステムの導入が急務だった
- 会員との関係維持・強化が不可欠だったが、リソースやシステムの問題で具体的な方策がなかった
- 市場調査への協力対象会員を抽出する際、Excelのフィルタリングでは、作業効率や精度が低かった

導入効果

- 機密性の高いシステムで会員を効率的・安全に管理し、情報漏洩・紛失ゼロを継続することができた
- 堅牢性の高い会員サイトを構築し、会員のロイヤリティを高めるさまざまなサービスを提供可能になった
- 情報の一元管理によって、調査テーマに沿った効率的な対象会員の抽出が可能になり、品質が向上した

医療関連リサーチ企業がSales Cloud & Herokuで医師会員との関係維持・強化を図る

株式会社プラメド（東京都千代田区）は、インタージホールディングスのグループ会社として、医療関連企業から受託した市場調査を実施し、情報を提供する企業だ。特筆すべき点は、37診療科・約4万5400人（2017年3月時点）もの医師を登録会員として抱えていること。その中からテーマに適した会員に対してアンケートやインタビューを行い、より専門的で実態に即した情報を収集できることが最大の競合優位性だ。

当然、同社のビジネスにおいて最も重要なのは、いかにして個人情報を安全に管理して会員の信頼を獲得し、かつ会員サービスを充実させて会員との関係を維持・強化するかにある。そして、そのようなビジネスの根幹に関わる部分で活用されているのが、Sales CloudとHerokuなのだ。

もともと同社では、担当者が会員情報をExcelで管理し、属性情報の変更などを手作業で行っていた。しかし、会員数が3000人を超えた2007年、それが限

界に達しつつあった。取締役経営企画部長の伊藤正次氏はいう。

「勤務先や連絡先などが変わった際、ご連絡くださる会員の方はごく少数なので、こちらから頻りに連絡を取らないと関係を維持できない。かといってシステム化しようにも、ベンチャーなので専属のIT要員を雇うのはなかなか難しい。いかに安全かつ効率的に会員情報を管理するかと考へ、出た結論がSalesforceの導入でした」（伊藤氏）

"これまでに個人情報の漏洩や紛失は1件もない。弊社のビジネスにおいてもっとも重要な会員情報を管理するための機密性と保全性の高いシステムを、Salesforceで安価に、簡単に実現できました" (伊藤氏)



情報戦略部 麻田翼氏
情報戦略部 内田寿氏



会員サイトでロイヤリティ向上 機密性の高いシステムで情報漏洩・紛失ゼロを継続

堅牢な会員サイトを構築し 会員のロイヤリティ向上

同社が会員サイト「ブラメド ポイントクラブ」を構築する際に採用したのが、Heroku Private Spaces。このサービスは、Herokuが提供する生産性の高いプラットフォームを日本国内のデータセンター内のブラメド専用のネットワーク区画に配置することで、ビジネス情報をより安全に取り扱えるというものだ。

同サイトにおいて会員は、登録情報の変更や、アンケートへの協力謝礼として付与されるポイントの確認、商品の選択、発送の依頼などを自ら簡単に行うことができる。また、医師にとって魅力のあるコンテンツ、たとえば医師を講師に迎えた勉強会の動画や、薬剤と有害事象の関連性を検索できるシステムなどを自由に閲覧・利用できる。もちろんその狙いは、会員の管理業務の効率化、および会員との関係の維持・強化にある。情報戦略部の麻田翼氏は、「会員ならではのサービスを今後さらに充実させたい」と意気込む。

個人情報の一元管理により 調査対象の抽出作業を効率化

同社にとって何よりの財産である医師会員の情報(勤務先・生年月日・メールアドレス等)は、すべてSales Cloudに入力され、厳重に一元管理されている。必要な情報へのアクセスが容易になったことで、たとえば調査の実施にあたり、病床数・診療科・年代・地域など、クライアントからの依頼内容に沿った調査対象をすばやく簡単に抽出可能になった。そうした業務の効率化は、少数精鋭の同社にとって大きな前進といえるだろう。情報戦略部の内田寿氏はいう。

「作業効率は、Excelのフィルタリングで対象を絞り込んでいた頃と比べて格段に向上しました。現在、ヘルプデスク業務の迅速化のため、過去のお問い合わせなど、会員の方の活動履歴をすべて残そうとしています。将来的には、AIを使ってアンケート内容や回収率などを集計・分析し、調査対象の抽出精度をさらに向上させたいですね」(内田氏)

情報漏洩・紛失ゼロを継続 機密性の高いシステムを安価に実現

すでに4万5400人の医師会員を抱えている同社だが、その数に満足しているわけではない。今後もサービスの拡充によって「ブラメド ポイントクラブ」の認知度を高め、会員数をさらに増やしていく方針だという。個人情報をSalesforceで管理していることについて、伊藤氏はこう語る。

「これまでに会員の方と累計260万件以上のやり取りを行なっていますが、個人情報の漏洩や紛失は1件もありません。弊社のビジネスにおいてもっとも重要な会員情報を管理するための機密性と保全性の高いシステムを、Salesforceで安価に、簡単に実現できた。スクラッチ開発では、到底こううまくはいかなかったでしょう。それまでクラウドに対して抱いていた安心・安全に関する懸念を、Salesforceが払拭してくれました」(伊藤氏)

株式会社セールスフォース・ドットコム

 0120-733-257

www.salesforce.com/jp

Salesforceはsalesforce.com,inc.の米国およびその他の国での登録商標です。またその他サービス名もsalesforce.com,inc.の商標または登録商標です。その他各種製品名は、各社の製品名称、商標または登録商標です。記載の内容は2017年4月現在のものです。© Copyright 2017 salesforce.com, inc.



 @SalesforceJapan

 /SalesforceJapan

 JPsfdc