

ML4SF
導入中

株式会社つみき 様

受託制作と自社プロダクトの開発、主に2つの事業を展開している株式会社つみき。今までの顧客管理・請求書作成業務に関する課題とSalesforceを選択した理由、ML4SFのメリットについて語っていただきました。



請求処理の一元管理が実現できました

全社にSalesforceを入れたのを切っ掛けに、請求書も各営業が発送できるようにMakeleapsを導入しました。入金管理や売掛金の一覧まで作られるので、経理はもちろん営業の負担も軽減しています。(AppExchangeレビューより)



GoogleスプレッドシートからSalesforce×MakeLeapsへ。 商談から請求書発行までを一気通貫で実現し工数削減

導入のポイント

1. セールスフォースと連携可能
2. 必要な機能に特化しており費用が安価
3. 郵送代行サービスも利用可能



企業情報

会社名 株式会社つみき

本社所在地 〒153-0044
東京都目黒区大橋1丁目6-2
KDX池尻大橋ビル8F

代表者名 代表取締役社長 鈴木貴幸

事業内容

- ・ 独自インターネットサービスの開発・運用 Filmarks、FILMAGA
- ・ インターネットを中心とした広告クリエイティブの企画・制作



Filmarks 事業部長 黒田英二

受託制作と自社プロダクトの開発、主に2つの事業を展開している株式会社つみき。営業支援・顧客管理ツールSalesforceを導入し、Salesforceと連携できるアプリケーション「MakeLeaps for Salesforce (以下、ML4SF)」を積極的に活用しています。今回は自社プロダクトである映画レビューサービスFilmarks(フィルマークス)事業部長の黒田英二(クロダ エイジ)さんに、今までの課題とSalesforceを選択した理由、ML4SFのメリットについて語っていただきました。

5,000万以上のレビュー数! 国内最大級の映画レビュー サービス「Filmarks」



——「つみき」という名前が印象的ですね。黒田さんは御社でどのような業務を担当されているのでしょうか。

当社は「新しいものを生み出し続けていく会社、自分たちでアイデアを発信し続けられる会社でありたい」という思いで2008年に設立したウ

ェブ・アプリ制作、メディア運営会社です。主に、UI・UXを強みにした受託開発事業と自社サービス運営の2軸で事業を展開しています。

実は私がつみきに入社したのは1年程前のことなんです。自社で運営する映画情報サイト「Filmarks」に興味を抱いたことがきっかけでした。

以前の会社ではゲーム事業やアドテクなどを担当していましたが、次のキャリアでは自分が好きな映画にも関わってみたいという気持ちが強くありました。実は「Filmarks」は、ユーザーのレビュー数が5,000万を超えています。これって、いくつかある映画レビューサービスの中でも、かなり多い数字だと思います。それだけのファンがアクションをおこしてくれる口コミサイトもなかなか無いと感じて、入社を決意しました。

——5,000万以上のレビュー数はすごいですね!「Filmarks」はどういった経緯で生まれたサービスなんですか?

当社の代表取締役がDVDを借りるためにレンタルショップに立ち寄った際、「何を借りればいいのか? オススメは何だろう?」と素朴な疑問を持ったことがきっかけなんです。おすすめ作品を簡単にスマホで検索できればいいなあと考えたんですよね。そういった経緯があるので、世の中に対して便利なサービスを作りたいという思いから生まれました。そして今では、TSUTAYAを運営するCCC(カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社)と

導入についてのお問い合わせ

<https://www.makeleaps.jp/>

※記載されている情報および機能名称は、2018年7月現在の情報です。情報は予告なしに変更となる場合があります。

※MakeLeapsおよびロゴは、メイクリース株式会社の登録商標です。

Copyright © 2018 MakeLeaps All Rights Reserved.

2018年7月
メイクリース株式会社

も業務提携するまでに成長するなど、年々事業を拡大しています。例えば、上映中の映画のレビューだけではなくファンの中で話題になっている作品もランキング上位にピックアップされたりします。「Filmarks」のユーザーの特徴は、「映画ファン」が集まる場所ですね。本当に映画が好きの人が集まるので、流行りの映画というのではなく本質的に良い映画が評価がされる。レビューも正直に書く。すると益々良いサービスに成長していきます。今までは映画という枠に限り展開してきましたが、最近では動画配信サービスのオリジナルドラマなども取り上げています。映画好きな方は映像作品の良さを理解していってほしいですし、良いシナジー効果をもたらしてくれると確信しています。

CRMツールの王道 Salesforceを採用



――御社の事業の仕組みがわかってきたところで本題になりますが、営業支援・CRMツールであるSalesforceを導入したのはどういった背景からでしょうか？

Salesforceの導入前は、営業管理などはGoogleスプレッドシートで個別に管理していました。ただし課題として持っていたのが、何か追記したりレイアウトを変えた時にシートの計算式などが壊れて修復に時間がかかること。また、そういった状況にならないために担当者以外は編集できないようにしていました。関数などで作りこまれた当社のGoogleスプレッドシートだと、柔軟性が乏しかったんですね。

そんな背景もあり、営業管理におけるミスの回避とストレスを削減したいという思いで、セールスフォース社に問い合わせたんです。

――その際は、Salesforce以外にも検討されたのでしょうか？

CRMツールではSalesforceは非常に有名ですし、この製品なら大丈夫だろうという確信がありました。

ただ、いきなり全ての営業管理システムをSalesforceに変更するのはリスクが高いと感じ、Filmarks事業部でまずSalesforceを導入しました。「Filmarks」の方がクライアントがある程度固定されていて、予測売上も立てやすいなど、まず試運転するにあたりハードルが低いという理由もありましたね。

――Salesforceを導入してメリットに感じたことはどんな点でしょうか？

そうですね。簡単にまとめると以下のような点でメリットを感じていますが、導入して正解だったと思っています。

■ 現場と経営陣、両者が数字を確認できて意思決定に活かせる

導入するからには、一番いい状態で導入・運用したいと思いSalesforceの担当者に活用方法や疑問点を色々聞きました。例えば、代表取締役や事業部長など管理職にもアカウントを付与すべきか、などもそうです。今までは営業売上数値は現場でまとめて報告をしていました。そのため、私たちは管理職のアカウントは不要ではないか、と考えたのです。

しかし本来あるべき姿は「リアルタイムに営業数値が確認し、経営の意思決定に活かすこと」であり、管理職の方こそアカウントがあったほうがいいと回答を頂きました。実際、Salesforceのダッシュボードはわかりやすい画面でレポートの手間も少なく、スピーディーに経営判断に活かすことができる点は大きなメリットだと感じました。

■ 商談ステータスの管理

Salesforceにはあらかじめ商談ステータスが登録されています。実は今までは、「Aヨミ・Bヨミ・Cヨミ」などの独自のヨミ表で管理していたんです。これって担当者の感覚的な部分も実はあったりして…。そのため、交渉フェーズが社内で認識の相違がなく、より数値化できたのは非常に良かったですね。

■ 必要に合わせてレイアウトの変更が簡単にできる

実際に運用していると、「ここにメモ欄があるともっといい」など自然と要望が出てきます。Googleスプレッドシートで営業数字を管理

していた時は、取引先別にテキストのメモを残しておきたくても、書き込むと計算式が崩れるリスクもあり自由度が少ないことが悩みでした。

Salesforceならカスタムオブジェクトで自社に必要な項目を簡単に追加することができます。もちろんデータに干渉することなく、営業でも営業アシスタントでも気軽に書き込めますから、プロジェクトに関わるメンバーのコミュニケーションが円滑になりました。

■ API連携が豊富

SalesforceはAPIの範囲が幅広いので、他のサービスとの連携ができるのも非常にいいですね。GmailやSlackなどと繋いでダッシュボード上でメッセージのやりとりや管理ができて業務効率が上がりました。

当社では事業部によって使い方は若干異なりますが、案件ステータスに変更があったり、成約したりするときにSlackにメッセージが流れるようにしています。社内コミュニケーションも撮りやすくなり、プロジェクトの進捗管理もしやすくなりました。

そして、見積書・請求書の作成は、ML4SFが担ってくれるので文字通り一気通貫のフローがSalesforce上で可能になりとても便利になりました。

ML4SFを導入し手作業の 郵送フローから解放



――SalesforceにMakeLeaps(ML4SF)を導入した経緯を教えてください。

請求書、見積書、発注書などの発行業務は今までは経理が手作業で行っていたので、Salesforce導入以前から、このフェーズを営業担当者が担当し、経理負担も減らせるように効率化したいというニーズがありました。

ML4SFを導入したのは、Salesforceの導入から約半年後のことです。運用に慣れてからでは無いと、メンバーが混乱する元になりますから。

ちなみに、ML4SF導入前の請求業務のフローとしては、Googleスプレッドシートで営業売上を管理し、営業担当が当社オリジナルの請求書テンプレートに転記し、経理部がプリントアウトし切手を貼って郵送して…というフローでした。

――ML4SFはどのようにして知ったのですか？

ML4SFはSalesforceの担当者から紹介してもらいました。当社は会計ソフトは既に別製品を以前から利用しているので会計機能は利用しません。そのため、必要なのは「請求書」「見積書」などの帳票作成と管理がメインです。そうなると、ML4SFは運用費用が安い。そして、郵送代行サービスも利用ができる。それに、受託事業の場合は見積もりと一緒に工数表などの添付ファイルも添付する必要もありますが、ML4SFならそれも可能です。

まさしく、当社のニーズと費用面がマッチした結果、導入に踏み切ったのです。

――実際に導入してみてもいいかでしたか？

ML4SFを運用してみて良いなと思ったのは、経理に集中していた作業を分散できたり、非効率な作業を一元化して工数を減らせたりといったところですかね。嬉しいことなんですが、取引先が増えると月末などは経理に業務が偏りに多忙になっていましたが、営業や経営者サイドでも簡単に数字を見れるようになったり、請求書や見積書の作成、送信なども営業担当が自身で行うことができるので経理の負担は減りました。

使い勝手についても、導入当初はいくつかトライ&エラーで進めるところもありましたが、本当に最初だけで慣れてくれば全く問題はありませんでした。手作業で郵送していた時の方がヒューマンエラーが起こったり、負担が偏ったりしていたので、今では非常に安心して業務に取り組めるようになりました。

入金の消し込みは他のサービスを使っていたり、発注書や見積書を請求書に変換できる機能を知らずに運用していたりと、まだ使いこなせてない点もあったりするので、これからはもうちょっとML4SFの使い方に踏み込んでチャレンジしていきたいと思っています。

細かい点になりますが、MakeLeapsの管理画面では、セキュア送信後にクライアントが開封したのかどうかを、アイコンで簡単に確認できるのはいいですね。今までは電話して届いていたか確認していたのが、感覚的にわかるのでお気に入りの機能です。