

## エコー電子工業株式会社

## 事例紹介

営業部門がボトムアップでデータ分析基盤を構築  
生産性向上とモチベーションアップを促進

九州全域を商圏とするICTソリューションベンダーのエコー電子工業は、地域密着を特長とする営業力をさらに強化すべく、営業部門のメンバー自身がボトムアップでデータ分析基盤の構築に乗り出した。kintone(サイボウズ社)のフォームから入力された営業の実績情報をDr.Sumに取り込み、MotionBoardのダッシュボードで可視化するというものだ。単なる報告のためのデータ入力・管理から脱却し、営業担当者自身にメリットが還元されるデータ活用・分析を推進することで、一人ひとりの生産性向上とモチベーションアップを促していく。



## Company Profile



## エコー電子工業株式会社

設立 : 1963年4月1日

本社所在地: 福岡県福岡市博多区東比恵 3-1-2  
東比恵ビジネスセンター 9階

事業所 : 福岡、佐世保、東京

事業内容: コンピュータシステム開発・販売、保守ならびにコンサルティング。通信システムの販売・施工および保守。電気事業、パソコン等のリサイクル事業、警備機器や電子・通信機器のリース。

URL : <http://www.g-hopper.ne.jp/>

## ✓ 採用の背景

- 地域密着の特長を生かした営業力のさらなる強化が必要
- 社内で導入したうえでウイングアーク製品をお客様に提案したい

## ✓ 導入ポイント

- 営業担当者自身がノンプログラミングでダッシュボードを構築可能
- データ連携ツールを介した他社製品との柔軟な連携

## ✓ 導入効果

- 営業分析のためのダッシュボードをわずか1日で構築
- 個々の営業担当者の売上実績や案件の進捗状況を客観的なデータで把握
- 全社的な営業戦略に基づいたお客様のRFM分析を推進

## エコー電子工業株式会社

Excelによるデータ管理から脱却し  
営業担当者自身に役立つデータ活用へ

九州全域を商圏として基幹システムやネットワークシステム、総合防災システムなどのICTソリューションを提供しているエコー電子工業は、さらなる営業力の強化に向けて、営業担当者自身によるデータ分析を推進している。

そこで目指したのが、Excelによるデータ入力・管理からの脱却だ。同社 ソリューション営業部 第一営業課 BIスペシャリストの倉元 恭平氏はこのように話す。

「これまで個々の営業担当者がさまざまな案件を通じて報告する営業数字はExcelで作られたフォームを介して入力され、基幹システムに蓄積されてきました。ただ、これらのデータは管理者側の視点に基づくもので、定期的な営業報告のための資料づくりにしか役立てられていませんでした。それだけではなく営業担当者の視点からもより柔軟に集計・分析を行い、日々の活動に役立てることができる仕組みを整えたいと考えました」

2016年5月、同社 ソリューション事業部はその第1フェーズとして、営業数字の入力フォームを自らの手で刷新した。サイボウズ社のkintoneを使って開発したSFA(営業支援)上にフォームを作成し、営業現場のユーザー目線に基づいた顧客データや案件データの入力を実現するというものだ。

また、これらのデータは、データ連携ツール「DataSpider Servista」(セゾン情報システムズ社)によって、大量の売上データの蓄積および管理を担ってきたウイングアークのDr.Sumと連携する。「連携により各営業担当者は、Dr.SumのDatalizer for Excelを使用し、各自の視点でデータを集計したり、条件を絞って過去の案件を検索したりすることが可能となりました」(倉元氏)

パートナー製品を柔軟に連携させた  
BIのショーケースとしてもお客様に訴求

しかし、営業担当者のモチベーションを高めるためのデータ分析基盤としては、まだ十分とは言えない。そこで同社が2017年5月より第2フェーズとして取り組みを開始したのが、営業ダッシュボードの整備だ。

「営業所やチーム、あるいは個人単位の売上実績や商談状況の把握、営業部門全体でのパイプライン分析、お客様ごとのランクに基づいた分析、商品ごとの分析などをより自由な視点で、なおかつグラフィカルな画面上で行える環境を提供することで、各自の営業戦略にさまざまな“気づき”を促すことを目指しました」(倉元氏)

この営業ダッシュボードを実現する基盤となるツールとして採用したのが、ウイングアークのMotionBoardだ。最も重視したのは、現場の意見を吸い上げながら形にしていくなりにしていきアジャイル開

## Surprise!

## Before

「個々の営業担当者がさまざまな案件を通じて報告する営業数字はExcelで作られたフォームを介して入力され、基幹システムに蓄積されてきました。ただ、これらのデータは管理者側の視点に基づくもので、定期的な営業報告のための資料づくりにしか役立てられていませんでした」

発をユーザー自身が主導し、実践できる手軽さだ。

「今回のデータ活用基盤は営業部門のメンバーが独自に、しかも本来の営業活動のかたわらで作っているもので、高度なスキルや多大な工数が要求されるシステム開発を行うのは不可能です。第1フェーズから活用してきたkintoneやDataSpider Servista、Dr.Sum Datalizer for Excelと同様、MotionBoardについてもノンプログラミングで手軽に扱える点が決め手となりました」(倉元氏)

また、これらの一連のツールはウイングアークを含めて同社のパートナーの製品であること、すなわち自らの商材であることも大きな選定理由となっている。

「エコー電子工業では、お客様に提供する商材は必ず自社内でも実践・活用することを基本スタンスとしています。BIへの関心が高まる中でMotionBoardについても問い合わせが増えており、今回構築したデータ分析基盤を1つのショーケースとしてお客様に訴求していきたいと考えています」と、倉元氏は意気込みを示す。

営業による営業のための  
データ分析基盤が稼働を開始

2017年5月に稼働を開始した営業データ分析基盤は、営業担当者間でどのような活用がなされているのか。もう少し詳しく紹介しておこう。

## ① 入力インターフェイス

これまでExcelから行っていた営業数字の入力および管理を、kintoneで作成したフォームに移行する。この開発を主に担当した同社 ソリューション営業部 第一営業課の石井 貴己氏は、「報告のためのデータではなく、営業自身に還元できる、営業活動に役立てられるデータを集めるためのフォームづくりを試行錯誤してきました」と語る。



ソリューション営業部  
第一営業課  
西野 穰二 氏 (写真左)

ソリューション営業部  
第一営業課  
石井 貴己 氏 (写真中央)

ソリューション営業部  
第一営業課 BIスペシャリスト  
倉元 恭平 氏 (写真右)

## Dr.Sum / MotionBoard導入後の驚きの声

### After

「各営業担当者は、Dr.SumのDatalizer for Excelを使用し、各自の視点でデータを集計したり、条件を絞って過去の案件を検索したりすることが可能となりました。MotionBoardを活用することで、営業担当者は、それぞれの予算に対して現時点でどれくらい達成できているか、お客様別の売上構成はどうなっているのか、といった実績を確認できるようになりました」

まず入力の基本項目となるのがスケジュールに関するデータで、顧客先で商談が発生した場合、営業担当者は即座に新規案件として登録するとともに、受注見込みの予定日を入力する。さらに、各商談に対して詳細情報を入力する。

「スマートフォンからも容易にデータ入力を可能とするなど、営業担当者にとって負担の少ないフォームの設計を心掛けた。併せてコメント機能も用意しており、商談のさまざまな過程で課題が発生した場合に、上長やチームリーダーから適宜アドバイスを受けられる仕組みを提供しています」(石井氏)

### ② データ連携

kintoneのフォームから入力されたデータを、DataSpider Servista を介して、Dr.Sumに転送

する。なお、例えば郵便番号にハイフンが入るのか入らないのかなど、双方で表記に違いがある場合もDataSpider Servistaで加工することでデータ連携を行っている。

「kintoneとDr.Sumの両方のアダプタを持っていたことから、DataSpider Servistaを活用しました。プログラムを組むことなく、kintone上の項目とDr.Sum上の項目をマウスで紐付けていくだけでデータ連携を実現できるのが便利でした」(石井氏)

### ③ 集計作業

営業担当者全員にDatalizer for Webを提供しており、Dr.Sum上に蓄積された大量の営業実績データを自由な切り口で集計したり、特定案件の明細情報を検索したりできる。

### ④ 分析表示

Dr.Sumに蓄積された情報をMotionBoardのダッシュボード上で可視化。営業担当者は、それぞれの予算に対して現時点でどれくらい達成できているか、顧客別の売上構成はどうなっているのかといった実績を確認できる。

ダッシュボード開発を主に担当してきた同社ソリューション営業部 第一営業課の西野 稔二氏は、「これを見ることで上司への報告を予算ベースで行えるほか、自分自身の目標管理に役立てることができます。前年同時期との比較、チーム全体や他の営業担当者との比較を行うことも可能

で、モチベーションを高めます」と説明する。

また、顧客についてもRecency(最新購入日)、Frequency(購入頻度)、Monetary(購入金額)の3つの指標を組み合わせて顧客をランキングしたり、選別したりする、いわゆるRFM分析を行うことが可能だ。「こちらはエコー電子工業としての営業戦略にも沿うもので、より金額規模の大きい案件を高頻度で発注してくださるお客様への重点的なアプローチを促します」(西野氏)

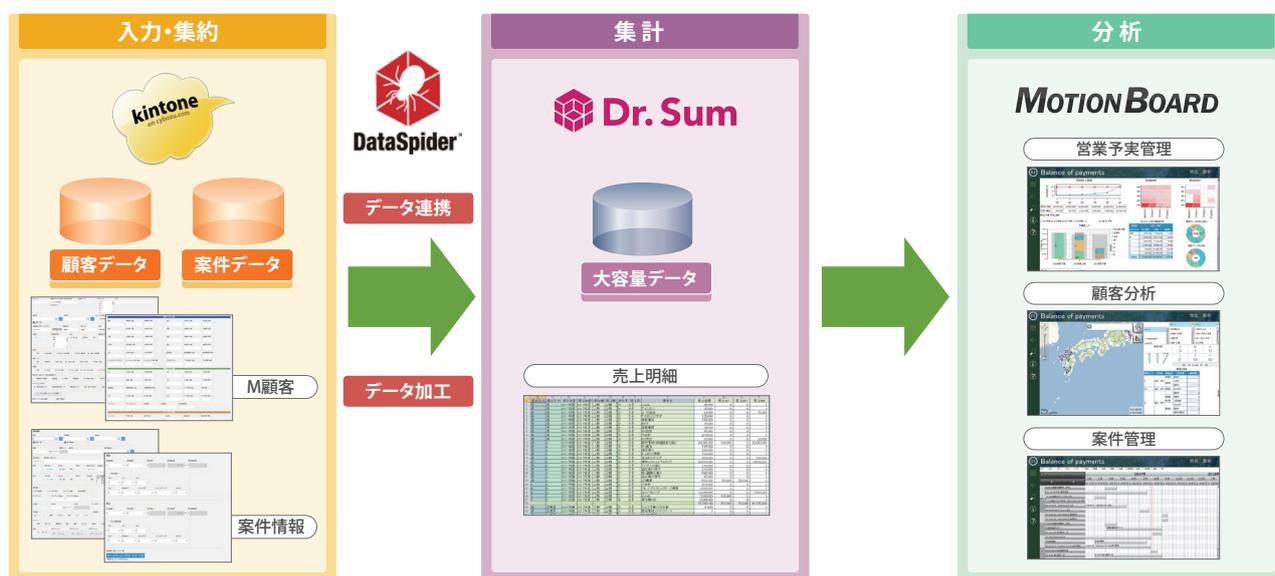
なお、上記のダッシュボードを作成する実作業に西野氏がかけた期間は、わずか1日である。「営業担当者に対して、どんなデータを提供し、どのような表現で見せるのか——。皆の意見をとりまとめるのに苦労しましたが、仕様さえ固まれば画面にブレイクダウンすること自体は簡単です。ウイングアークから提供してもらったテンプレートをカスタマイズするだけで、ほとんど“手間いらず”で完成しました」(西野氏)

### 経営者や管理職に向けて マネジメント視点の ダッシュボードも拡充

営業データ分析基盤は各営業担当者に大きなインパクトを与えた。

「一人ひとりの実績や活動状況が客観的な数字で示され、なおかつそのデータが営業部門全体で共有されるということで、メンバー全員の目の色が変わりました」(倉元氏)

そしてこの勢いを追い風に、MotionBoardによるダッシュボードをさらに拡充していく計画だ。



課題解決のためのシステム構成

そうした中で新たなターゲットとしているのは経営層や管理職である。

「現在のダッシュボードはあくまでも営業現場のデータ分析を推進するもので、裏をかえせばマネジメント視点には立っていません。そこで今後は経営層や管理職へのヒアリングを重ねながら、さまざまなKPIの推移をリアルタイムに監視できる本来のダッシュボード/経営コックピットの機能も実装していきたいと考えています」(倉元氏)

さらにその先には、関連部門への展開も見据えている。

「エコー電子工業は地域密着を最大の特長としており、定期的な保守契約を結んでいただい

るお客様もたくさんいます。どれだけ満足度の高いサービスを提供できているかどうか、その後の営業実績を左右するといっても過言ではありません。したがって個々のサービス担当者の活動状況についてもデータに基づいて可視化し、会社としてバックアップしていく必要があり、そこでもMotionBoardを活用できないかと検討を進めています」(倉元氏)

ボトムアップで構築が始まった営業データ分析基盤だが、いまや全社的なビジネス変革を促す原動力となり、データドリブンの経営を実現しようとしているのだ。

導入製品・サービス

MotionBoard

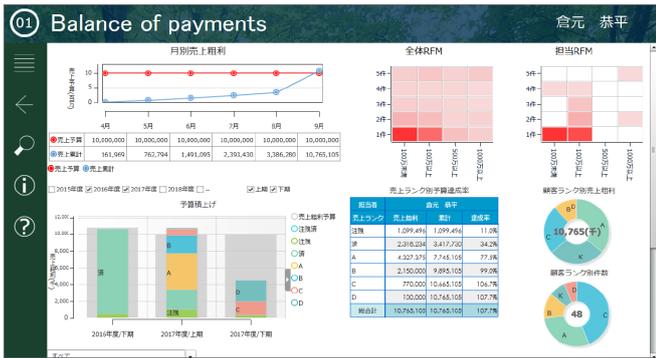
企業内外に溢れる情報を統合可視化し、PCだけではなくスマートフォンやタブレットPCから、いつでもどこでも情報入手を可能にする情報インフラストラクチャ。

Dr.Sum

大容量のデータを部署間や全社規模で集計分析するための多次元高速集計検索エンジン。

Dr.Sum Datalizer for Web

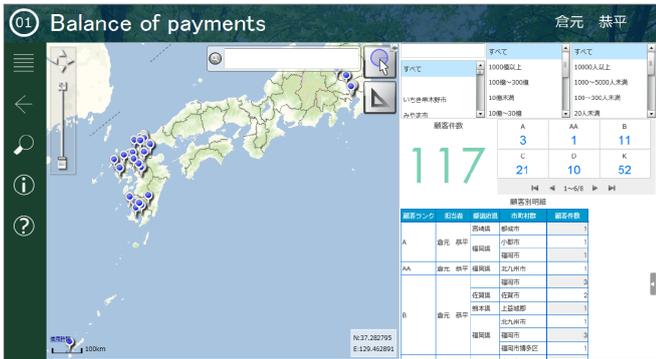
業務上必要としている定型レポートやデータ検索画面を、ノンプログラミングで手軽に作成・登録可能。見たいレポートメニューをクリックするだけで、誰もが簡単にデータを取得できるため情報を素早くビジネスに生かせる。



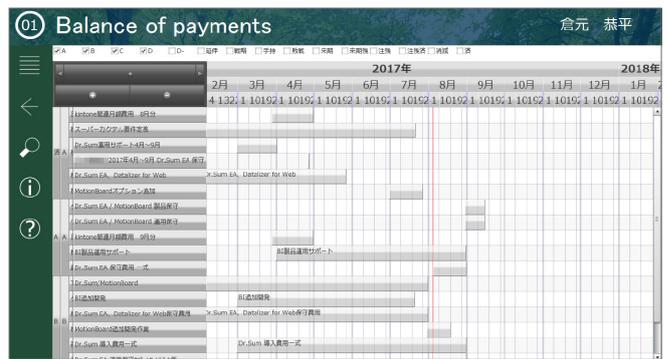
各営業の予算・実績管理



各営業の予算・実績管理(明細)



各営業の顧客情報



各営業の案件スケジュール