

# 株式会社東京商工リサーチ様

名刺情報をデータベース化、メールマーケティングで見込み客醸成  
～わずか1名で営業1,000名の名刺情報を一元管理～

## TSR

TOKYO SHOKO RESEARCH

株式会社東京商工リサーチ

業種：情報事業業

<http://www.tsr-net.co.jp/>

### 課題

- 有効なリード獲得と売上拡大のために、新たなマーケティング手法を取り入れたい
- 支店ごとにバラバラになっている見込み客の名刺をデータ化したい

### 解決策

- メールマーケティングによる顧客との継続的な関係性の構築
- 大量の名刺をスキャナーで取り込み、顧客情報を素早く正確にデータ化

### 選定理由

- マーケティングコミュニケーションに必要なメール配信、セミナー管理、アンケートなどの機能が充実している
- 安価で素早く正確に名刺情報をデータ化できる
- 上層部も納得したセキュリティ
- ユーザーサポート体制が整っている

### 導入後の効果

- 名刺をデータ化する作業が1/60に軽減
- 名刺データを利用して、メールマーケティングによるリード育成を実現

### 主な機能

- データベース
- メール配信
- 名刺登録



企業の信用情報を取り扱う東京商工リサーチでは、スパイラル®の名刺登録アプリを活用して社内の名刺情報をデータベース化し、メールマーケティングを実施している。スパイラル®導入の経緯や社内での名刺情報の活用方法、今後の展望を伺った。

## 見込み客との継続的な関係を築くためにメールマーケティングを実施

—— まずはじめに、マーケティング部の業務内容について教えてください。

東京商工リサーチ（以下、TSR）にはこれまでマーケティング部としてマーケティング活動を専門に行う部署がありませんでした。2012年3月にダンアンドブラッドストリートTSR（以下、D&BTSR）の事業を継承してできた部門です。営業部門に有効なリードを引渡し、売上を拡大させるのが主たるミッションで、見込み客を増やし、セミナーやメールマーケティングなどで継続的な良好な関係性を作って営業につなげるといった業務を行っています。

—— 現在貴社では、スパイラル®を使ってメールマーケティングを実施されていますが、そもそも法人向けにメールマーケティングを実施されている企業は少ないと思います。メールマーケティングを実施されることになった背景をお聞かせいただけますか？

私自身はD&BTSRから転籍してきたのですが、D&BTSRではもともと定期的にメールマーケティングを実施していました。D&BTSRが担当していた営業先は上場企業が中心でしたので、商談単価が比較的高いという特長がありました。また、営業マンは100名程度と営業リソースが限られており、一社のお客様にかける時間には限界があったため、メールマーケティングをうまく活用していました。一方、TSRでは営業先も官公庁から中小企業、個人企業まで多岐にわたり、かつ商材の性質上、まずはある程度時間をかけてお客さまとの信頼関係を構築することが営業活動上重要

となります。全国80か所以上の拠点の、約1000名の営業マンは主に電話や訪問といった細やかな対応が要求されるため多忙を極め、1日あたりのお客さま対応時間にも自ずと限界が生じます。

今回2社がひとつになったことをきっかけに、見込み顧客に対して新たにメールマーケティングを活用して囲い込みをしたいと考えていました。全国の支社店では個別に情報を配信している地域もありましたが、会社としても全社的に統一したイメージをお客様に伝えていきたいという思いもあり、B2B向けのメールマーケティングに強いスパイラル®を導入しました。

## スパイラル®の名刺登録アプリで、顧客情報を素早く正確にデータベース化

—— メールマーケティングを実施するにあたり、困ったことはありませんでしたか？

メールマーケティングを実施するにはまず、メールを送る顧客情報を整理する必要がありました。当社の業界では取り扱う情報が機密性の高いものが多いこともあり、慣習的に名刺は営業マンが個人で管理するもの、という考えが根強く、特にまだ取引のないいわゆる「見込み客」の名刺がデータ化されていない状態でした。そのため、まずは各支店に散らばっている名刺をデータ化することが不可欠でした。

そこで、スパイラル®の名刺登録アプリを利用することにしました。D&BTSRでは別のマーケティングツールを利用していましたが、セミナー管理に特化していましたので、顧客情報をマーケティングに活かすための機能が不足していました。

——スパイラル®の名刺登録アプリを利用してみているかですか？

非常に便利です！それまでは手入力ですべての名刺を入力していましたが、スキャナーによる一括名刺登録ができるので、大幅な業務削減につながり、時間にすると60分の1ほどの短縮です。

また、単なるOCR※ではなく、複数のオペレーターによる入力・確認をしているのでデータの品質が非常に高いです。これだけ便利な機能が名刺1枚当たり30円で登録できるというのですから驚きです。おそらく業界最安値なのではないですか？！データの取込も1枚からでき、スキャンした翌日にはデータ化されるのですぐにデータ活用を開始できます。

——ありがとうございます。  
貴社では社内で名刺登録を促すキャンペーンを始められたそうですね？

はい、今年の7月からスタートしています。今までに無い取り組みですので、各支社店の社員に名刺を登録するメリットを、キャンペーン形式で気付いてもらおうと考えたのです。

具体的には各支社店の社員に3ヶ月間の名刺獲得目標を設定し、見込み客の名刺をデータベース化しようというキャンペーンです。毎月全国の営業マンから名刺を本部に送ってもらい、マーケティング部でデータベース化しています。

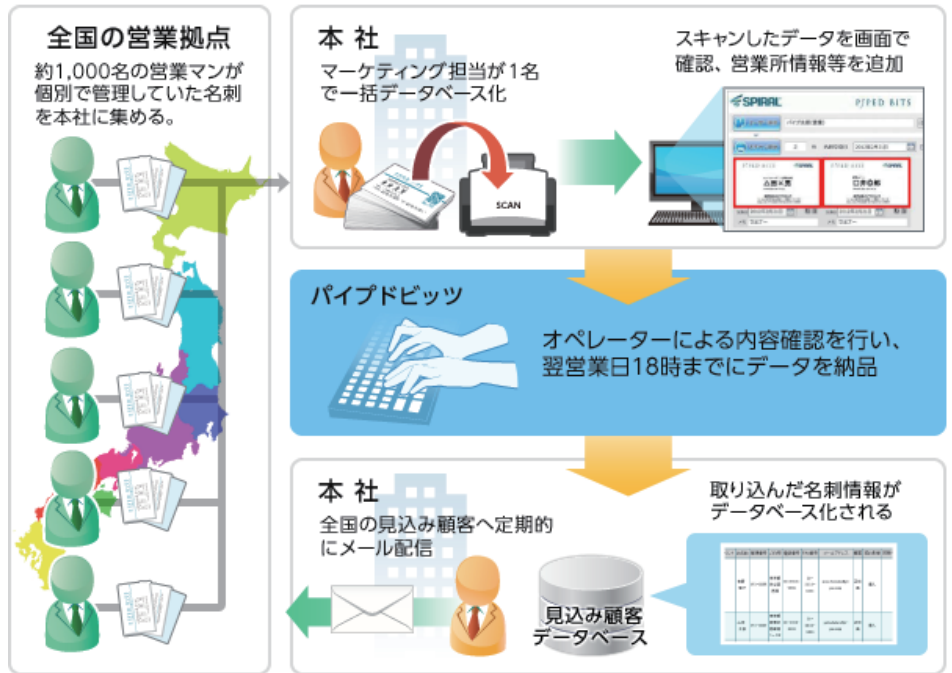
——営業の方からの反応はいかがですか？

営業の反応はいいですね。営業側からすると名刺を本部に送るだけで、自動的にデータベース化され、定期的なメールマーケティングが実施されます。それにより、お客様の商品理解が深まり、自ずと商談が舞い込んできますからね。また、当社では企業情報を扱っていますので、預けた名刺情報に企業規模や業種、部署、役職などの追加情報を付与することが



株式会社東京商工リサーチ  
営業本部 マーケティング部長  
弓削氏

### 東京商工リサーチ様の名刺データベース化の流れ



できます。そのため、的確なターゲット選定が可能となり、営業担当は効率良くデータの活用ができます。

### 上層部も納得した万全のセキュリティ

——導入に際して何かハードルはありましたか？

当社は業務の性質上、名刺データをクラウド環境に預けるという点が上層部でも検討課題となりました。当社の情報管理体制は非常に厳しいものになっていますが、一部で名刺管理やメール配信の体制には課題もあり、解決策としてスパイラル®を提案しました。

全社的に統一されたシステムを導入していなかったため、現在の支社店でやっている施策を活かしつつ安全性も確保するためには、システム上の制約を設けて、漏洩の心配がない状況下でメール配信を行う環境づくりが必要だということを理解してもらい、導入にこぎつけました。スパイラル®は金融機関での採用も多く、セキュリティも非常にしっかりしている点も大きなポイントでした。

クラウド型システムについてはパイプドビッツさん以外のお話しもお伺いしましたが、スパイラル®は業界でもトップクラスのセキュリティではないかと思えます。価格は多少他社さんのツールよりも高かったのですが、セキュリティには替えられないという判断をしました。

——実際に導入されてからはいかがでしょうか？

セキュリティや機能の汎用性にはもちろん満足していますが、実際に使ってみて驚いたのは、サポート体制です。ユーザーズデスクのサービス対応は驚くほど素早く、非常に満足しています。操作画面にある問い合わせボタンを押してすぐにお電話を頂き、びっくりしました。こちらのサポートを体験したことで、「ちょっと使ってみて分からなければユーザーズデスクに聞けばいい」という安心感につながりましたね。ご担当の方もスパイラル®に精通しておられ、プロ意識を持って仕事をされているので非常に頼りになります。

——最後に、今後の期待やメッセージなどあればお願いします。

当社ではスパイラル®をマーケティングデータベースとしてどんどん活用していきたいと考えています。既にセミナーの申込管理の部分でスパイラル®を活用していますが、今後はセミナー参加者の参加履歴をもとにメールコンテンツの送り分けをしたり、支社店ごとの個別のメール配信を実施したり、アンケートを実施したりと想定している利用シーンは多岐に渡ります。スパイラル®を活用し、マーケティング活動を充実させていきたいと考えています。

※ OCR  
スキャナなどで読み取った文書画像を解析し文字データを抽出し、電子テキスト化すること。