



編集後記

当社は、11月9日(木)、10日(金)と2日間
にわたって池袋サンシャインシティ・文化会館
で行われる「第18回コールセンター / CRMデ
モ&コンファレンス2017 in 東京」に出展いた
します。

おなじみのコールセンター向けCRMソフト
ウェア「inspireX(インスピリ)」はもちろん、
データ分析可視化サービス「パフォーマンス・
マネジメント・クラウド」、ナレッジ情報一元管
理サービス「ナレッジ・マネジメント・クラウド」、
ターゲットデータ抽出サービス「ターゲット・マ
ネジメント・クラウド」、昨今話題のチャットボ
ット作成ツール「Kiten(キテン)」、RPA導入
支援サービスなどもご紹介いたします。

ブース内では、昨年同様ミニセミナー
スペースを設け、ユーザー事例のご紹介や、
パートナー企業様にご登壇いただき、当社製
品との連携ソリューションについて、お話し
いただきます。

展示会場内のBPOセミナーでは「採用難
克服への一歩! IT化をキーとした業務最適化
で生産性向上とコスト・労力の軽減を促進」
と題して、当社BPO事業部の取り組みをご
紹介いたします。また、事例&ソリューションセ
ミナーでは本誌でもインスピリユーザーと
してご紹介しているマイナビコンタクトサー
vice様に、導入の経緯や導入後のメリットなど
についてお話しいただきます。たくさんの方
様の来場をお待ちしております。

そしてお知らせとなりますが、当社は2017年
10月2日をもって、商号を「バーチャレクス・ホ
ールディングス株式会社」へ変更いたしました。
また子会社管理事業以外のすべての事業に
係る資産、債務、その他権利義務を新設会
社「バーチャレクス・コンサルティング株式会
社」へ承継しております。新体制のもと、従
業員一同、今まで以上に皆様の信頼にお応
えべく一層の努力をまいりますので、今
後とも一層のご支援、お引き立てを賜りま
すようお願い申し上げます。

編集担当: 齋藤 章子(さいとう けいこ)

ご意見・ご感想は こちらまで

バーチャレクス・コンサルティング株式会社
〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-3-13
ヒューリック神谷町ビル8階
TEL: 03-3578-5322
FAX: 03-5425-8500
Email: infinity@virtualex.co.jp
www.virtualex.co.jp

VirtualeX CROSSWORD

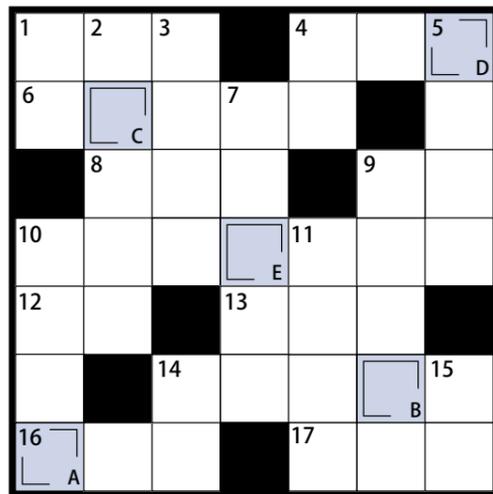
タテのカギとヨコのカギをヒントに、クロスワードパズルを埋めA欄～E欄に入る文字を順番につな
げていくと、バーチャレクス・コンサルティングのサービスやプロジェクトに関連するワードが浮かび
上がります。ぜひ挑戦してください!

<タテのカギ>

- 1 物事の仕組みや内容の大きさ
- 2 予約や申込み、約束などを突然やめること
- 3 長野県は8つの県に〇〇〇〇している
- 4 困難に直面
- 5 The blanksを日本語にすると?
- 7 渦巻模様のかまぼこ
- 9 工作やグラフを描くのに便利
- 10 真実を明らかにするもの
- 11 第一次ベビーブーム時に生まれた〇〇〇〇の世代
- 14 縁起が良い
- 15 便利な道具。文明の〇〇

<ヨコのカギ>

- 1 動作や表情を飾った様子
- 4 希望小売〇〇〇、オープン〇〇〇
- 6 猪肉を用いた鍋料理
- 8 「煙管」。何と読む?
- 9 嘘
- 10 コンピューターのシステムを終了
- 12 〇C、〇K、〇WDIにあてはまる数字
- 13 コマ割りの絵を主体とし、
せりふ・擬音語など入れた娯楽的読み物
- 14 不測の事態に対して事前に予想される
被害を最小限に食い止めるための対策
- 16 少量、少額
- 17 知覚、感知、自覚



回答は弊社Facebookページ: www.facebook.com/VirtualexConsultingからのメッセージ、
もしくはinfinity@virtualex.co.jp宛のメールでご連絡ください。正解者の中から抽選で3名様に
粗品をお送りいたします。尚、当選者の発表は商品の発送をもって代えさせていただきます。

締切: 2017年11月30日(木)

 正解は弊社Facebookページ: www.facebook.com/VirtualexConsulting
にて発表いたします。

RECOMMENDATION



『あと20年でなくなる50の仕事』

水野 操: 著
青春出版社: 出版



執筆者

ビジネスインキュベーション&
コンサルティング部
コンサルタント
水野 真純(みずの まさみ)

あなたの仕事が機械文明に 侵略される可能性を考える一冊。

昨今話題の人工知能の発達は、現代に存在して
いる職業の多くを奪うと言われていています。その境界線
となるのは「クリエイティビティ」があるか、ないか。演
算や仲介といった単純業務のほとんどは、ロボット
にやらせた方がスピード・正確性・コストで合理的
でしょう。

ではどういう職業が今後も残っていくのか。それこ
そエンターテインメントやアートなどの感情に働きかけ
るものや、戦略策定・意思決定を必要とする仕事、
すなわち人間の人間らしい行動の価値が向上するこ
とになるのだと思います。

技術の発達によって、人間がより人間らしく生きら
れたら、それは豊かな進歩ではないでしょうか。

あなたが今日した仕事は、ロボットに代替される
ものですか?



Vol. 18
OCTOBER 20, 2017



Our imagination. Growing your future. *infinity*

INDEX

1. KEY NOTE: 古くて新しいアカウントベースドマーケティング (ABM)
～ SFAやMAの効果をABMが引き出す～
2. MANAGEMENT VIEW: プロの世界観
3. FOCUS PROJECT: 【マイナビコンタクトサービス様導入事例】
当社CRM標準パッケージの性能を活かし、短期間かつ、きわめて安定的なシステム導入を実現!
4. RECOMMENDATION: 『あと20年でなくなる50の仕事』
水野 操: 著 / 青春出版社: 出版

KEY NOTE

古くて新しいアカウントベースドマーケティング (ABM) ~ SFAやMAの効果をも引き出す ~

以前からあったABMという概念が今なぜ注目されているのか
そこにはSFAやMAの活用を成功に導くヒントがある

マーケティング領域においては、たびたび新しい言葉が現れる。定着化する言葉もあれば、いわゆるパスワードとして消え去った言葉も少なくない。昨年あたりから「アカウントベースドマーケティング (ABM)」という言葉がたびたび耳にするようになったが、果たしてこの言葉は定着するのだろうか。

ABMとは、いくつか定義があるものの、基本的にはその名が示すとおり、重要な顧客企業アカウントからの売上最大化を目的に、アカウントごとに最適化されたマーケティング活動を進めることで、ご多分に漏れず、アメリカから流入してきた言葉である。BtoB事業者の方々にとっては当たり前のお話で、なぜそんなことが横文字になって流れ込んでいるのか不思議に思われることだろう。一方で、自社のマーケティングや営業を見たときに、アカウントごとに適切なアプローチが取れていると言える方々も多くはなからう。

ABMは古くて新しい概念と言われており、BtoBマーケティングにおける、あるべき姿の概念として以前から存在していた。ここに来てようやく、その概念を実現できるテクノロジー的な素地が整ってきたため、改めてその重要性が説かれるようになってきている。すなわち、SFA (Sales Force Automation) やMA (Marketing

Automation) の利用が広がり、データとコンテンツを統合的に管理できるようになったがためにABMが注目されているわけだが、逆説的に捉えれば、SFAやMAを導入したものの、BtoBのマーケティングや営業で十分な効果を出せていない企業が多く、改めてABMという原点の概念に立ち返っているとも言える。

では、ABMを効果的に実践していくためには、如何に取り組んでいくべきだろうか。

SFAやMAを導入したものの、思ったような効果が出せていないと言う企業を見てみると、導入した目的が見失われていることが多い。ここで改めて経緯を振り返り、目的を再認識する必要がある。日本企業の多くは様々な商材を扱っており、その商材ごとに営業担当が置かれがちなため、顧客企業を面で見ることができなかった。そこでアカウントセールス制度を作ってみたものの、商材が多いことによるアカウント担当者の属人的な偏りが生じた。これに対し、ITを活用した最適化と効率化を進めていくため、SFAやMAが必要とされたはずである。その目的を今一度思い起こさねばならない。

また、マーケティング部門と営業部門がシームレスな連携を図ることも肝要である。マーケティング部門が育てた案件リストを営業部門に渡して

も、それが活かされていないという話がよくある。これは、営業部門として扱いたい案件と、マーケティング部門が育てた案件にギャップがあるためである。これを解消するためには、リードジェネレーション (見込客創出) の段階から営業の視点を入れ、営業の期待に応えるマーケティングを設計することが必要であり、それでこそSFAやMAの効果を引き出せる。

組織構造としては、マーケティング部門と営業部門の間に位置する組織を編成することも一考だ。インサイドセールス的なアプローチと、その状況に応じたマーケティングアクションを適時に実施することで、マーケティング部門と営業部門を繋ぎ、全体の調整機能を担うことになる。第三者的な観点と業務的な成果を求めて、当該組織機能を外注化することも考えられるだろう。

ABMという言葉がこの先定着するのか、消えるのかはわからない。しかし、BtoBマーケティングにおける重要な示唆を含んでいることは間違いない。当社自身、こうした取り組みを実践し、強化しつつ、その実践経験に裏付けられたご支援を提供していきたい。

執行役員 兼
ネクストバリュークリエイション事業本部 本部長
辻 大志 (つじ たいし)



代表取締役社長
丸山 勇人 (まるやま はやと)

MANAGEMENT VIEW プロの世界観

プロゴルファーの宮里藍が現役を引退するというニュースが流れました。「引退は早いのではないか」という声もありますが、世界のトップを経験したからこそ、本人しか分からない、何か納得できない理由があるのかも知れません。

現在のLPGAの賞金ランクのトップのバク・ソンヒョンは190万ドル、74位の宮里藍は17万ドルで、その賞金総額の差は173万ドルです。平均ストロークで見ると、バクの69.092に対して宮里は71.429。その差は2.337であり、1打あたり74万ドルの価値の違いです。プロの世界で、この「1打の勝負」にかかる重圧感が、我々のようなアマチュアゴルファーでは理解できないところなのではないかと思えます。

我々のビジネス世界に置き換えた場合のプロの世界観とはどんなものか、しばし考えさせられます。

FOCUS PROJECT 【マイナビコンタクトサービス様】

当社CRM標準パッケージの性能を活かし、 短期間かつ、きわめて安定的なシステム導入を実現!

アウトソーサーとして長期利用を視野に入れ、コールセンター運営に必要な機能を満たした
CRMソフトウェアを熟考した結果、当社提供の「inspirX (インスピーリ)」を採用!

2016年10月にマイナビのグループ会社として設立された株式会社マイナビコンタクトサービス様 (以下、MCS様) は、翌年4月からのアウトソーシング業務開始に向けて、速やかなセンターシステム構築が急務であった。テレフォニー基盤に関しては、PBXやCTI、IVR、通話録音、レポートなどをオールインワンのクラウドで提供するジェネシス・ジャパン株式会社のPureCloudに決定しており、PureCloudと親和性のある標準機能を備えた、すぐに利用可能なCRMソフトウェアを探していた。①コールセンター業務に特化した機能を標準で提供して欲しい、②業務量の増加に応じてコストがリニアに増加することを抑制したい、③アウトバウンド業務効率化のための機能を具備したいという要件があり、5社の提案の中から当社のinspirX (以下、インスピーリ) の採用が決定された。

その理由について、MCS札幌センター長の伊藤様は、「アウトソーサーとして使いたいと思う機能が、ほぼ標準で具備されていた印象です。インバウンドでもアウトバウンドでも利用できそうな機能が揃っていて、画面の見やすさ、使い易さが他社製品よりも際立っていました。かゆいところに手が届くというか、『さすがはコールセンター運営を自らがしている方たちが作っているソフトウェアだ』と感じ、運営側としては即決しました。」とのお言葉をいただいた。カスタマイズなしで短期間導入が可能であったことも採用決定の大きな要因であったという。

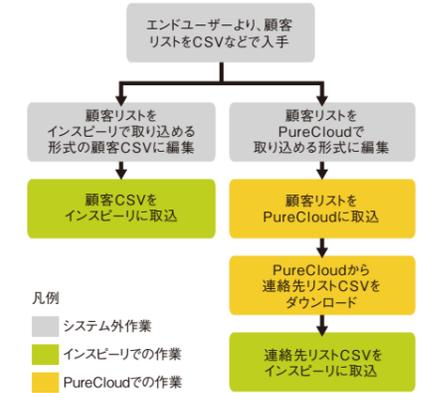
スタッフの方々からも、画面が見やすくシンプルな操作で使い勝手が良いとの好評価をいただいている。インバウンド・アウトバウンド双方の業務において、対応しながらメンテナンスできる

FAQ機能や、顧客対応履歴・過去事例の検索機能などが処理効率の向上に繋がっており、月次の報告会では、ユーザー自身で集計項目、縦軸、横軸を選択しレポートを定義できる統計分析機能を駆使し、様々な精度からの集計が行われている。

シェアードセンターのCRMシステムとして、インスピーリに対する期待は非常に高く、その日その瞬間に伝えたい情報を簡単に一斉周知できるメガホン機能、「ターゲットの選定」や「アプローチリストの作成」、「トークスクリプトの作成」、「結果の分析」までキャンペーン業務を一気通貫で支援するキャンペーン機能など、今後更に活用していきたいとご希望がある。

MCS様では、BCP (事業継続計画) の観点からも第2センターの開設は必須と捉えており、また高品質で柔軟性のあるコールセンター運営実現のため、SMSやLINEなど多様なコミュニケーション手段も積極的に活用していきたいと考えている。今後も当社ではインスピーリを始めとしたソリューションを用いて、このようなMCS様の事業展開を強力にサポートしていく予定である。

■ アウトバウンド行方際のコールリスト作成フロー例



今回のキーパーソン



プロダクトエンジニアリング部
シニアマネジャー

青山 佑輝 (あおやま ゆうき)

20年近くインスピーリの開発・導入に携わっています。そのような中、本プロジェクトでも印象的だったことは「コールセンターシステムも本格的なクラウドの時代に入ってきたのではないか」と実感させられた点でした。

世間一般では今更・・・という感じがしてしまうかも知れませんが、これまでの私の経験上、コールセンターで利用されるシステムはその業務特性上、クラウドには馴染まないケースが多かったのです。

本プロジェクトでの重要なポイントは、インスピーリとPureCloudというクラウド対応の2つのパッケージが、それぞれの持つオープンなAPIを活用し、2ヶ月半という短い開発期間の中で、1つのサービスとしてシームレスに提供できるようになったことだと思います。

近い将来、AIやチャットボットなど、コールセンターシステムに求められる要件が多様化していく中で、複数システムがクラウド上で連携することにより、お客様に最適なソリューションを提供していく形が一般的になっていくでしょう。

今後も、インスピーリ自体の機能強化・改良だけではなく、様々な外部システムとの連携のしやすさや柔軟さを考慮した開発を推進していきたいと思えます。