

グローベン株式会社

事業継続と発展の為に中期経営計画達成を目指しており、その為には、現在の従業員数のままで、生産性(業務効率)を2倍以上(売上高も2倍以上)に上げることが必要

グローベン株式会社 概要・実証計画【1/2】

企業概要

企業名	グローベン株式会社	庭にもっと快適を 
所在地	愛知県名古屋市港区	
代表者	服部吉剛	
資本金	3,000万円	
従業員数	45人	
事業内容	造園、エクステリア資材の企画、開発、販売	
概要	・人工竹垣パイオニアメーカーとして創業以来、40年以上に渡り一貫して業務用造園資材メーカーとして独自の技術、デザイン、機能と共にプロの方にご満足頂ける商品を提供。	
	・積極的に海外トップ企業と業務提携し、“水と緑”をテーマに自動散水システム、雨水再利用、ビオトープなど池や噴水システムなど水から通じる緑化、そして環境保全へ向けての商品、そしてソリューションのためのシステムを開発。	
		

デジタル化推進の背景

- 事業継続と発展の為に中期経営計画達成を目指しており、その為には、現在の従業員数のままで、生産性(業務効率)を2倍以上(売上高も2倍以上)に上げる必要があり、その為にはDXの推進が急務。
- 営業の顧客情報が属人的にしか管理されておらず、効率的な情報共有ができていない。営業の顧客情報、顧客名刺情報等を一元管理出来るツールの導入を検討していた。
- デジタルツールの運用を通して、全社にDX化の意識を醸成をさせたい。

実証体制

全体統括	代表取締役
実証統括	取締役
実証担当	課長

- 代表取締役が全社方針を明確化。
- 全社方針の決定事項をスムーズに指示できるよう実証統括は取締役とした。
- 既に進行中のDX推進プロジェクトリーダーの課長を実証担当とした。

属人的に管理されている営業の顧客情報を一元管理して、顧客情報データベースを構築し、営業活動/マネジメントの高度化を実現

グローベン株式会社 概要・実証計画【2/2】

最終的にデジタル化で達成したいこと

- 属人化を解消し、業務の共有化をはかり生産性を向上させる
- 業務プロセスの改善だけではなく、顧客への提供価値を高め、競争上の優位性を確立する

今回実証で実施したいこと

- 個々の営業が持っていた営業の顧客情報(名刺、記憶)を一つのデータベースにまとめる
- 纏めた顧客情報に対して、有効な情報発信を行う

目標とする成果

- 顧客情報を一元管理して全員が情報を共有し、業務の平準化に繋げ、社内間の情報共有に要す時間を削減する
- 一元管理した顧客情報に対して有効な情報発信を行い顧客への提供価値をも高める

実証で利用するツール

導入ツール	Eight Team (SanSan株式会社)
導入費用	Eight Team:月額22,000円 ※2025年1月末現在
ツールの説明	➤ 名刺をスマートフォンで撮影するだけで素早く正確にデータ化 ➤ 他のメンバーがEightで登録している名刺をチーム内で共有 ➤ 取り込んだ名刺は、名前・会社名・部署・役職で検索可能 ➤ 取り込んだ名刺情報はCSV形式でリスト化が可能

【使用理由】

無料版の運用で蓄積してきた顧客データをそのまま移行する事が可能な為、このツールを選定。

個々の営業が持っていた営業の顧客情報（名刺）が、一元管理出来る様になる事で全員が顧客情報を共有することができた

グローベン株式会社 実証実施結果【1/3】

解決を目指した具体的な課題

顧客情報共有の効率化

- 属人的にしか管理されていない顧客情報は、過去の記憶に頼るか、紙名刺から探す事が必要で、非効率だと感じている。

顧客情報の活用

- 保管している顧客情報は、会社として共有化されておらず、情報発信等に活かしきれていない。

課題解決に向けた具体的な取組内容

顧客情報の共有

- 各自で保有している顧客情報を、社内間メンバーで共有公開し、現在のエリア担当者には無かった顧客情報を共有。

顧客情報を抽出し一元管理

- Eight内に保存していた顧客データをCSV化して一元管理し、顧客に対して情報発信を行い顧客への提供価値を高めた。

過去蓄積してきた属人的な顧客情報が多い事が明確になり、共有化で効率化できることが明確になった

グローベン株式会社実証実施結果【2/3】

実証時に感じた壁および克服のためのアクション

【実証時に感じた壁】

顧客情報の追加が必要

既に蓄積してきた顧客データには、必要としている情報が入っていない事があり、後から情報を加える事が必要。データが多いと情報を加える作業に負担を要した。

【克服のためのアクション】

顧客情報入手時点での情報追加

新たに入手した顧客情報は入手時に必要情報を追加する事で、共有した際に会社として欲しい情報が全て網羅されている情報とすることが可能になる。

取組に要した工数

全体統括	代表取締役 服部 吉剛	実証担当者からの報告に1時間／月
実証統括	取締役 安藤 祐仁	実証担当者との打合せ 3 時間／月
実証担当	課長 白木	ツール導入、内容確認、社内説明、一元化データ作業に3時間／月

取組の成果

紙名刺での顧客情報共有作業が 0 に

- デジタルデータ内で検索するだけで社内で保有している顧客情報を素早く共有することができた。
(1件あたり社内で共有する為の時間：平均20分→1分ほどに短縮)

共有した顧客に対し情報を提供

- 共有した顧客情報に対し、会社として情報提供（メールマガジン）を行う事ができ、営業活動の効率化につながった。
(1日あたりの平均営業訪問件数：平均50件→1,000件)



ツールによる効率化の方向性はある程度見えてきたと考えている 今後は他のツールとの連動も行い、更にDXを推進してビジネスを変革していきたい

グローベン株式会社 実証実施結果【3/3】

今後の課題・目標

推進活動の風土醸成

- 今後も社員が新たなツールを積極的に採用、活用し取り組みを推進していくことが重要。

今後の方向性

- 社内に蓄積されたデータを統合管理する仕組みを導入した上で、これらデータを活用してビジネスを変革していくDXに本格的に取り組んでいきたい。
- 様々なシステムやアプリを開発、実装しながら最善のものに改善していき、長期経営計画の達成を目指す。

(デジタル化を推進する他企業への) メッセージ

- デジタル化を推進するにあたり、社員が目標、目的を持つ必要があり、意識改革にも繋がる事が期待できる。
- デジタル化は他部署との連動も重要な要素になり、自部署以外も俯瞰的に見られる人材でのプロジェクトチームの構成が必要であるが、そのような人材を養成する機会でもある。
- デジタル化の推進計画は、予算以外にも、人材配置の計画も予め重要な計画が必要と考える。