

製造業 販売業

事業内容：食品添加物の製造および販売／設立：1981年  
従業員数：61名／URL：https://kobeche.co.jp/



専務取締役  
村川 武司 様

## 毎日アクセスする会社のインフラが『Knowledge Suite』に！ 社内コミュニケーションの中心となったその役割に迫る

2024年で創業から44期目を迎える神戸化成株式会社様は、食品に使用する着色料の製造や販売に特化したメーカーです。着色料の中でも天然物より抽出した天然系着色料を主に取り扱っており、全国の商社や食品メーカーを対象に日々営業活動をされています。直近5年間で社員数や売上が倍増するなど、急激な成長を遂げており、会社全体のDX化を図ったことが成長の一因となっております。そこで今回は、DX化の旗振り役となり、『Knowledge Suite』をはじめとして、様々なITツールの導入を担当した同社専務取締役の村川様にお取り組みについて伺いました。

### 導入目的

- アナログ管理からの脱却と業務に関わる情報の一元化
- 不透明になっていた営業活動の可視化や情報共有の効率改善

### 課題

- ホワイトボード等を使用したアナログ管理により、営業担当者の活動状況が不透明だった
- 社内での情報共有やコミュニケーションが不十分で、今後の事業成長を見据えていく中で課題を感じていた

### 導入効果

- 今まで属人管理されていた名刺情報が一元化され、顧客データベースを構築することができた
- 『Knowledge Suite』上に案件や営業日報などのデータが蓄積されたことで、業務効率が上がった

### 運用方法

- 『Knowledge Suite』は顧客データを集約させるハブとしても運用し、そのデータをMAツールと連携させることでより効率の良い営業活動を実現させた
- 人事評価制度と組み合わせ、『Knowledge Suite』にデータを入力しなければ評価されないという仕組みを構築することで、社内のDX化を更に促進させた

### BEFORE

- アナログ管理により、名刺情報や営業担当者の活動状況が属人化し、不透明な状態になっていた



### AFTER

- 属人管理されていた情報が可視化され、顧客データベースを構築することに成功



## アナログ管理からの脱却、決め手は「簡単さ」と「オールインワン」

まずは『Knowledge Suite』のようなビジネスアプリケーションを探し始めた経緯についてお聞かせください。

村川様 探し始めたのは2019年頃でコロナ禍が始まる前ぐらいの時期でした。私も取締役になる前は営業担当者として、日々お客様の元へ出向いて営業をしていましたが、営業活動に活かせるような情報を溜められておらず、行き当たりばったりな営業活動に終始している当社の状況に危機感を覚えたのがきっかけです。

当時はスケジュール管理や名刺管理も完全にアナログで行っていました。具体的に言えば、営業活動のスケジュールといった情報も、営業担当者がホワイトボードに書いて情報共有を行っていたり、紙の名刺も個人のデスクに収納して、それぞれが属人的に管理したりといった状況でした。

そのため、営業担当者の活動状況や顧客データが社内で全く共有化できていませんでした。そこで「何かないか」と色々なツールを探しはじめ、とあるIT展示会で出会ったのが『Knowledge Suite』でした。



### 名刺情報の取り込みやすさと文字認識の精度を特に評価

『Knowledge Suite』の導入を決定された決め手は何でしょうか？

村川様 導入で1番重視していたのは簡単さです。社内全員で利用するものなので、「社内で一番ITに慣れていない人でも安心して使えるか」を念頭に置いてツール探しを行っていました。そのため、『Knowledge Suite』の営業担当の方が言っていた「『Knowledge Suite』が一番簡単なSFAなので、まずはこのツールに慣れてから次のフェーズに進みましょう」という言葉は良く覚えています。

更に、SFA・グループウェア・名刺管理といった機能がすべて1つになっている「オールインワン」という部分も決め手になりました。特に名刺管理の機能は素晴らしいです。『Knowledge Suite』では紙の名刺をスマートフォン等で撮影すると、オペレーターが人力で文字補正を行ってくれるため、正確な情報がデータベースに

登録されます。

以前、他社の顧客管理ツールを利用した時は、各社員が手作業で企業情報の入力を行っていました。そうなると人によって後株と前株を間違えて入力したり、本当は同じ企業なのに別のデータとして登録されてしまったりと問題が多発していました。

『Knowledge Suite』なら名刺情報を元にして、簡単に正確な顧客データベースを構築できます。その上、名刺の読み込枚数が月に500枚までなら料金プラン内に収まるというのも当社にとっては魅力的な部分です。様々なツールと比較検討を行いました。これほど充実した機能があって、なおかつ価格も安いというコストパフォーマンスにも惹かれました。

## 毎日アクセスする会社のインフラが『Knowledge Suite』に

現在、『Knowledge Suite』をどのように利用されていますか？

村川様 大きく分けて3種類の使い方があります。1つ目は名刺管理で、日々の営業活動で毎月約150枚の名刺を獲得し、『Knowledge Suite』に取り込んでいます。展示会に出展したときは月に600枚を越えることもあります。少し話はズレるのですが、当社ではMA（マーケティングオートメーション）ツールを導入しています。新規開拓や休眠顧客の深耕にMAツールを活用しています。具体的には、一度接触して名刺交換をしたお客様に対して、MAツールを介してウェビナー情報やお役立ち資料などの情報発信を行っています。MAツールを活用した施策は、当社にとって大きなリード獲得手段の1つとなっています。

こういったMAツールを活用した施策も、『Knowledge Suite』に取り込んだ名刺情報をエクスポートして、MAツールのデータベースへと流し込みを行うことで実現しています。

2つ目は、グループウェアとしての使い方です。『Knowledge Suite』のトップメニュー※にはMAツールや経費精算システムなど、当社が利

用している他システムへのリンクを設置しているので、今では『Knowledge Suite』は、社内の人間が毎日利用するインフラのような立ち位置になっています。

グループウェア機能の中では、『スケジュール』や『掲示板』機能を特に利用しており、『スケジュール』で言えば、導入以前は「佐藤 東京出張」とホワイトボードに書いてあったとしても、「どこの会社の誰に会ったのか?」といった情報が把握できていない状況でした。導入後は、そういった営業活動も詳細に『Knowledge Suite』の『スケジュール』へと記入するようにルール決めをしたので、社員の行動を管理できるようになりました。

『掲示板』は現在300ほどのスレッドがあり、当社が一番使いこんでいる機能かもしれません。例えば、当社では4半期ごとに会社の売上実績を社員全員で振り返りを行うのですが、その時に使用するデータや資料なども全て掲示板に蓄積してあります。そのため、去年の結果を見たい時は該当のスレッドを開けば、直ぐに



※『Knowledge Suite』のトップメニュー（イメージ）

欲しい情報へとアクセスできるようになっています。他にも、新入社員の歓迎会といった社内行事も『掲示板』を使用して出席者の調整を行っており、社内コミュニケーションには欠かせない機能です。

3つ目は、『商談』や『営業報告』のSFA機能です。お客様へ訪問した際には必ず『営業報告』で日報を書いて、営業のスケジュールとリンクさせるようにしています。また、案件管理も以前はエクセルベースで行っていましたが、『商談』機能を使うことで、案件ごとの状況も一元管理できるようになっています。

## 『Knowledge Suite』を社内で定着させる為に行った取り組みがあれば教えてください。

村川様 社内に定着させる事を考えるのであれば、『Knowledge Suite』にデータを残さないと評価されない仕組みを作っていくことが大切ではないでしょうか。

あくまでも一例ですが、当社の場合は営業活動の予定を『Knowledge Suite』のスケジュールに記載しなければ、客先に訪問してはいけないというルールを設けました。スケジュールに書いていなければ遊んでいるのと同じとし

て厳格に判断し、営業活動には一切カウントしません。

加えて、「見込み案件を半年以上放置しない」などのルールも設けています。営業活動をしていく内にいつか必ず放置案件が出てきてしまいます。

『Knowledge Suite』では案件の更新日なども全て管理できるので、そこも定期的に更新するようルール化しています。

特に、『Knowledge Suite』の使用を会社の人事評価制度と組み合わせ、ルール作りをすることが最も効果的です。当社では営業のKPIとして、「毎月30件以上の見込み案件を保持する」という定量目標を設定しています。このKPIと合わせて、『Knowledge Suite』上に30件以上の見込み案件が登録されていなければ、目標未達成と判断するようにしています。

## 『KSにあげました』は、今では社内の標準語

実際に導入してみて、皆様の反応はどうでしたか？

村川様 正直に申し上げますと、『Knowledge Suite』は当社にとってインフラと言えるほど、使うことが当たり前になっていまして、今と違っては反応や感想といったものはございません。それだけ社内に浸透していると好意的に捉えていただければと思います(笑)  
社員の反応というわけではありませんが、社内

では『Knowledge Suite』に入力した情報を起点に日常的にコミュニケーションをとっています。「ナレッジ見てください」や「KSにあげました」といったコミュニケーションは社内ではもう標準語になっています。

## 会社の成長に寄り添う『Knowledge Suite』ならではの長所

『Knowledge Suite』の長所を教えてください

村川様 料金形態が容量課金であることは他にない長所だと思います。ITツールで一般的な料金形態であるユーザー数課金だと、おそらく当社ぐらいの規模感の中小企業にとって一番コストの負担が大きくなると思います。特に当社は社員数30名の時に導入し、今では60名に拡大していますが、これほど

の人員変動が起きても料金が変わらないため非常に安心感があります。利用できるユーザー数に制限がなく、網羅的に様々な機能を備えているという点は、『Knowledge Suite』以外にあまり見られない特長ではないでしょうか。



『Knowledge Suite』の先輩ユーザーとして、現在導入を検討されている皆様にアドバイスやおすすめのメッセージをお願いします

村川様 『Knowledge Suite』は様々な機能を網羅的に備えたオールインワンのツールです。スケジュールや名刺情報、案件情報など、営業活動に関わる情報を一元管理できるツールがないという会社にとってみれば、はじめの1歩として非常に優れたツールです。簡単で価格も安いので、挑戦しやすいところも良いと思います。

慣れてきたら、当社のように他社の製品と組み合わせた使い方に挑戦してみたいかがでしょうか。

本日はありがとうございました

村川様 ありがとうございます。

ただ導入時の初期設定などは、ITに慣れてない人にとっては障壁になる可能性があります。少しでも不安があるのなら、導入初期はしっかりとブルーテック社の支援を受けつつ進めるのをオススメします。そして、段々とツールに

※掲載内容は取材当時のものです。(2024年1月時点)

社名：神戸化成株式会社  
事業内容：食品添加物の製造および販売  
設立：1981年  
従業員数：61名  
URL：https://kobeche.co.jp/



  
ブルーテック株式会社

開発元・お問い合わせ先

ブルーテック株式会社

〒105-0001 東京都港区虎ノ門三丁目18番19号 UD 神谷町ビル7階 TEL：03-5405-8111