



salesforce

お客様事例

注目の若手起業家が語る
成功への道のり

新規事業で
赤字経営から脱出
急成長を支える
Salesforce活用法

トップインタビュー

弁護士ドットコム株式会社代表取締役社長 兼 CEO
弁護士法人 法律事務所オーセンス 代表弁護士
元榮 太一郎氏

弁護士からの異色の起業

8期連続の赤字経営を打開した新規事業とSalesforce活用

事例1

弁護士ドットコム株式会社

Salesforce活用で新規事業が大成功

営業人員2倍で顧客数4倍、売上は4倍にアップ

事例2

弁護士法人 法律事務所オーセンス

問い合わせから受任、解決までの情報を一元管理し
業務効率15%向上と新規案件数10%増を実現

弁護士からの異色の起業 8期連続の赤字経営を打開した 新規事業とSalesforce活用



弁護士ドットコム株式会社
代表取締役社長 兼 CEO
弁護士法人 法律事務所オーセンス
代表弁護士

元榮 太一郎氏

「専門家をもっと身近に」の理念で画期的なサービスを生み出した弁護士ドットコム。自らも弁護士である創業者の元榮 太一郎氏に、同社の急成長の背景と、事業成長に欠かせない存在だったSalesforceが果たした役割について聞いた。

起業の原点は、大学時代に遭遇したある出来事

インターネットで様々な人や情報がつながるようになった現在、“士業”と呼ばれる弁護士や税理士といった専門家と一般ユーザーを結び付けるサービスを展開する「弁護士ドットコム」が注目を集めている。立ち上げたのは、自らも弁護士である元榮 太一郎氏だ。

現在、月間訪問者数800万人以上を誇る、社名と同名の法律相談ポータルサイト「弁護士ドットコム」の立ち上げは、実は元榮氏が弁護士を本格的に志すきっかけとなったある出来事と深い関係がある。

「大学生の時に中古自動車を購入したのですが、任意保険に入る前に事故を起こし、過失割合100%で50万円近い損害賠償を求められてしまいました。困り果てている時に母親から弁護士への相談を勧められ、その先生の助言で70:30にまで過失割合を減らせたのです。その時『困っている人の役に立てる弁護士になりたい』と思ったのと同時に、私と同じような思いを抱いている人が多いのではないかと。困った時に誰にどうやって相談すればいいのかわからない——そのニーズは多いのではと思ったのです」

元榮氏の思いは、その後の司法制度改革

で確信が変わる。それまで法律事務所といえば基本的に“一見さんお断り”の伝統的な空間だった。しかし制度改革で、毎年の司法試験合格者数が500人から3000人に、弁護士の数も十数年後には倍増する。「弁護士バッジだけで仕事ができただけは終わる。これからはプラスアルファの何かが必要になると確信しました」と元榮氏は振り返る。

元榮氏自身は司法試験合格後、企業法務弁護士としてアンダーソン・毛利・友常法律事務所で働き始めるが、入所3年目のある日「引越し比較.com」というサイトを目にする。

「それまで、『弁護士』あるいは『法律』とITを掛け合わせて何かできないか、とずっと考えていました。これまでも製品の価格を比較するサイトはありましたが、サービスの比較までしてくれるサイトは初めてでした。弁護士も同じサービス業です。これなら、とひらめきました」

すぐに行動に移し、2005年に独立して法律事務所オーセンスを立ち上げるとともに、弁護士ドットコム株式会社を立ち上げた。

V字回復を目指した新規事業でSalesforce導入を決断

しかし実は、弁護士と一般ユーザーをつ

なぎ合わせるには1つ大きな障壁があった。依頼者を弁護士に紹介して仲介手数料を取るという行為は、弁護士法で禁止されていたのだ。そこで、立ち上げたポータルサイト「弁護士ドットコム」のコンテンツ、弁護士検索サービスと法律相談はいずれも無料にして、ビジネスとしては以下の2つの収益モデルを考えた。

1つが、サイト内のバナーや特設サイトなどに法律事務所から広告を出してもらうスタイル。そしてもう1つ、基本無料の一般会員に対して、一部有料会員制度を設けた。だが、特に収益の柱となった広告収入が、一度販売したらそれきりのフロー型ビジネスだったため、メディア事業としては創設から8期連続赤字と苦しい経営が続いた。

そこで2013年に打ち出した新規事業が「弁護士マーケティング支援サービス」だ。検索サービスで表示するための弁護士の登録は基本無料になっているが、そこに注力分野や料金体系、過去に手がけた事例などを追加掲載できる月額の有料サービスを始めたのだ。

社内的には、それまで顧客管理をアナログ的な手法で行っていたが、新規事業で顧客数が激増することが想定されていた。そのため、新たに販売管理・顧客管理システムを導入することを決断。そこで選択したの



元榮氏には『弁護士ドットコム 困っている人を救う僕たちの挑戦』(共著/日経BP社)をはじめ、多くの著書がある

が、Salesforceだ。

新規事業は大成功し、収益も大幅に改善。想定通り顧客数が激増したが、Salesforceによつて的確な管理が可能になり、導入以来顧客数4倍、売上は4倍にアップという驚異的な成長を遂げた。

「Salesforceによって、顧客管理の効率化とともに生産性向上も実現できました。特に、機能追加を社内で内製化できたことが大きかったです。我々のようなベンチャー企業では、状況が日々刻々と変わっていきます。変化に合わせて柔軟に改善していったのはSalesforceのおかげです」と元榮氏。

さらに元榮氏が代表弁護士を務める法律事務所オーセンスでの依頼人・案件管理にもSalesforceを導入した。

「それまですべてExcelで管理していたのですが、非効率さが著しく何とか改善したいと思っていました。Salesforce導入によって業務効率化を実現でき、所員の1日当たりの平均労働時間が9.5時間から7.5時間に削減できただけでなく、案件数も10%向上させることができました」

ほかの専門家への水平展開を視野に、さらなる躍進を

法律相談ポータルサイト「弁護士ドットコ

ム」は月間訪問者数が爆発的に伸び、それに伴い売上・利益も大幅に増加。昨年6月には税理士と一般ユーザーを結ぶ「税理士ドットコム」をリニューアルオープンし、12月には東証マザーズへの上場も果たした。しかし元榮氏は「上場は新たなスタートラインだと思います。再び創業したつもりで邁進します」と気を引き締める。

「株式上場でヒト・モノ・カネ・情報が集まるようになりましたが、それらをさらにうまく活用していきたい。『弁護士ドットコム』『税理士ドットコム』についても、ユーザーインターフェース、ユーザーエクスペリエンスのさらなる向上を目指して、ピカピカに磨き上げていきたいですね」

また「専門家をもっと身近に」という当初の理念の下、ほかの専門家への水平展開も考えているという。

「医師・病院やメンタルヘルスの専門家などにも潜在的なニーズは確実にあるはずですが、まだデファクトとなるサービスがありません。そうした専門家をインターネット上に呼び集めて、一般ユーザーが水や電気のように気軽に使えるプラットフォームを構築していきたい」と元榮氏は意気込みを語る。今後の同社のさらなる躍進にもSalesforceが大きく貢献していくことは間違いなさだろう。



業務の進め方はやりながら考えるというスタイルの事業にはSalesforceがフィットすると思います

管理部 部長
松浦 啓太氏

Salesforce 活用で 新規事業が大成功 営業人員2倍で顧客数4倍、 売上は4倍にアップ

ストック型の新規事業を2013年に打ち出した弁護士ドットコム。顧客数が激増することが予想されたが、Salesforceによって正確な販売管理を実現。営業効率を高め、さらにはマーケティング管理への応用を目指す。

顧客数の激増を想定し 営業増員も視野に導入を検討

「専門家をもっと身近に」との理念の下、ポータルサイト「弁護士ドットコム」「税理士ドットコム」で弁護士・税理士と一般ユーザーとのマッチングプラットフォームを運営する弁護士ドットコム。特に「弁護士ドットコム」では、無料法律相談に加えて、時事問題などを法律面から解説するサイト「弁護士ドットコムニュース」も展開している。

2005年の創業当初からの収益の柱は、主にこうしたサイト上でのバナー広告や特設サイトなど、法律事務所からの広告掲載だった。しかし、大手法律事務所を対象としたこのようなフロー型ビジネスではサービス拡大に限界があったため、2013年に新規事業として「弁護士マーケティング支援サービス」を開始した。

「一般ユーザーがサイト上で弁護士検索をした際に、弁護士側で得意分野や料金体系など、より詳細な情報を段階的に追加できるというもので、個々の弁護士の先生から月額の利用料金をいただくストック型のビジネスになります」と管理部 部長の松浦啓太氏は説明する。

しかし一方で、これまで顧客といえば数十の法律事務所だったものが、一気に数千

人レベルの弁護士個人にまで拡大する。顧客数が大幅に増加することが想定され、従来の手計算による販売管理では対応できないことが明白だった。さらに、これまで2人だった営業部員の拡充も計画していたため、営業管理も必要になってきた。そのため当面はGoogleのスプレッドシートで対応しつつも、本格的な営業支援システムの導入検討を始めた。

専任のシステム担当者が主要なクラウドサービスで数社の製品を検討したが、最終的にSalesforceの導入を決断した。「新規事業のためシステム要件すら決まっておらず、

柔軟にカスタマイズできることが絶対条件でした。ほかにライセンス料の安いサービスもあったのですが、カスタマイズすると結局高くついてしまうことが判明したため、Salesforceに決めました」と松浦氏は話す。

漏れ解消、情報一元化で 業務効率が一気に向上

新たに開始した「弁護士マーケティング支援サービス」は順調な滑り出しで、想定通り一気に数千人の顧客数へと増大。当面の対応としていたスプレッドシートでは問題が



導入背景

- 新サービスでは、顧客数が激増することが想定され、従来の手計算での販売管理では対応できないことが明白だった。
- 新サービスは月額制のストック型ビジネスのため、顧客ごとの更新が極めて重要。従来の手法では対応が難しかった。
- 顧客数も営業人員も少ないため営業手法が固定化する傾向があり、チャンネルの多様化をはじめ戦略的な営業が課題だった。

導入効果

- 顧客数が激増してもSalesforceの活用で適切に管理できただけでなく、業務効率化で顧客数が4倍、売上も4倍にアップ。
- Salesforceによって、顧客ごとの状況を可視化し、サービス更新を自動化して機会損失防止・業務効率向上を実現。
- 販売管理、顧客管理の基盤を構築したことで、今後マーケティングなどへの応用による戦略的営業実現の足がかりを築けた。

●企業情報

業種：インターネットサービス
業種詳細：法律相談ポータルサイト「弁護士ドットコム」および税理士相談ポータルサイト「税理士ドットコム」の運営

活用用途：新規事業「弁護士マーケティング支援サービス」立ち上げに伴う販売管理、営業管理、マーケティング管理
導入製品：Sales Cloud、Partner Community

Salesforceで販売管理の部分は効率化できたので、次はマーケティングにも営業が携われるようにしたいですね
士業マーケティング部 部長
渡邊 陽介氏

続出した。「新サービスでは商品数が増えたこともあり、請求漏れや計上漏れ、最後の売上の数値が合わないというような事態が頻発してしまいました。売上見込みがわからない点も問題でした」と士業マーケティング部 部長の渡邊 陽介氏は語る。

Salesforceを導入してからは、そうした現象の原因となった数値の漏れが一切なくなり、情報が一元化されたことで業務効率が一気に向上した。新規事業だけに、ワークフローも業務を進めながら確定させていったが、Salesforceではタグや項目の追加も即日に対応できたため、非常にスムーズだったという。

「ストック型ビジネスでは、お客様にサービスを更新していただくことが重要になりますが、Salesforceのおかげで自動更新も可能になりました」と松浦氏が付け加える。

結果的に、新規事業開始から2年間で営業部員が2倍に増えた一方で、Salesforce導入以降顧客数は4倍に、売上は実に4倍に達した。月次決算も、従来1週間以上かかっていたものが、3営業日で完了させられるようになり、事務処理の迅速化も実現することができた。

また同社では、外部の販売代理店とも業務提携しているが、SalesforceのPartner Community機能を活用して、顧客情報、

営業情報の一部を共有。重複した顧客への訪問を避けて効率的な営業を実現している。

リード獲得部分も含めた戦略的な営業活動が目標

今年4月からは、AppExchangeを活用してTeamSpiritを導入。勤怠管理、経費精算の省力化を進めている。「間接業務をできるだけ効率化して、営業が社内にいる時間を極力減らしたい。今後営業部員がさらに増えていくと思いますが、将来的には営業日報も廃止して、Salesforceに活動履歴を残すだけで済むようにしたいと考えています」と渡邊氏は意気込みを語る。

また、従来はキャンペーンやセミナーの案内といったDMは一括して送っており、そこで取れたリードを各営業に渡して訪問するというスタイルだったが、これからはそうしたマーケティング部分まで含めて営業が携わるようにしていきたいという。

「今後は"チャンネルの多様化"がテーマになります。個々のお客様に個別の案内をして、それぞれに異なるアプローチを営業が戦略的に行っていくようなスタイルを目指していきたい」と渡邊氏は話す。それと同時に、Salesforce上で成功パターンを営業部員間で共有して、さらに営業手法を進化させて



いくことも考えている。

「Salesforceは機能が豊富な上に柔軟性が高いので、今回の私たちの事業には最適なシステムでした。新規事業はSalesforceと一緒に成長してきたように感じています。大規模な開発も結局途中で1回行っただけで済んだのも助かりました。スモールスタートで、業務の進め方はやりながら考えていくというスタイルの事業には、Salesforceがフィットするのではないかと思います」と松浦氏は評価する。

弁護士ドットコムでは今後、弁護士や税理士に限らず、様々な士業とユーザーとのマッチング事業を展開していく予定だが、そこでもSalesforceが大きな役割を果たしていくことになりそうだ。



Salesforce上で分析することで、注力分野や新規事務所開設計画なども戦略的に考えられます

マーケティング部 General manager
影山 功氏

問い合わせから受任、 解決までの情報を一元管理し 業務効率15%向上と 新規案件数10%増を実現

通常の企業と同じように、依頼人（顧客）情報や業務の進捗状況を管理し、案件全体の状況を分析して次の戦略に活用することを目指した法律事務所オーセンス。Salesforceの導入で大きな成果を上げ、さらなる飛躍を目指す。

Excelファイルが 10MB以上に膨張 作業効率の悪化で改善が必要に

一般的に法律事務所の業務は、何らかの問題を抱えた依頼者が問い合わせをしてくることから始まる。そこで弁護士が相談に乗り、委任契約を結んだ上で協議や訴訟を通じて問題の解決を図る。しかし、この一連の業務において、多くの法律事務所ではITが必ずしもうまく活用できていない、とよく指摘される。法律事務所オーセンスも同様の問題を抱えており、業務改善の必要性を感じていた。

オーセンスでは、コールセンターで依頼者の問い合わせを受けて相談日を設定した後は、弁護士とパラリーガルで業務を進めていく。パラリーガルとは、弁護士の指示・監督の下で法律業務を行う法律事務専門職のこと。その業務は、弁護士の秘書的な役割から戸籍や登記簿など各種書類の取り寄せ、法令や過去の判例の収集・リサーチなど多岐にわたる。顧客に当たる依頼者や案件情報の管理も重要な仕事だ。

しかしオーセンスでは、そうした情報がすべて1つのExcelファイルに詰め込まれており、同時に複数人で使えないため業務効率が低下しがちだった。「Excelファイル



自体も10MB以上にもなっていて、PCでの操作にも時間がかかる状態でした」と、今回のSalesforce導入を担当したマーケティング部 General managerの影山 功氏は振り返る。

そうした状況を解消するために別のマスターファイルを新たに作成してしまうこともあり、情報が散逸してしまう危険性があった。このExcelファイルを基に、依頼者の不利益になるような別の依頼を受けていないか、利益相反のチェックも行っていたため深刻な事態を招く可能性もあった。

また、法律業務では裁判での書面や答弁書、さらには資料や相談時のメモなど紙の書類が付きもの。「もちろん案件ごとにファイリングしているのですが、Excelの顧客・

案件情報とうまく連携できていないため、書類探しに膨大な時間がかかることがよくありました」と、事務局部長を務めるパラリーガルの成田 麻貴氏は語る。

検索がスムーズになり 書類を探し回る負担も軽減

そこで2014年に顧客管理システムの導入を検討。当初はCRMとしての活用という視点だったが、会計システムとの連携などの要件も出てきて、そうしたニーズに柔軟に対応できるのはSalesforceだけだった。移行当初は、データが膨大だったことに加え、パラリーガルが多忙を極めていたため若干混乱したが、成田氏をはじめ業務に習

導入背景

- あらゆる情報が1つのExcelファイルに詰め込まれていたため、同時に複数人で使えない、動作が重いなどの問題があった。
- 法律業務で欠かせない紙の書類とExcelファイルの連携が悪く、書類探しに時間がかかり生産性に問題があった。
- 案件や担当者を超えた情報の共有が不十分で、必要な情報はその都度Excel上のデータを加工しなければいけなかった。

導入効果

- 問い合わせから受任、解決に至るすべての情報をSalesforceで一元管理することで業務が円滑化、業務効率が15%アップ。
- 案件データと書類が的確に紐付けられたことで書類探しの時間がなくなり、時間の有効活用で新規案件受任数が10%向上。
- 各業務の情報をすべてのスタッフがリアルタイムで共有できるようになり、必要なデータを必要な時に見られるようになった。

●企業情報

業種：法律事務所

業種詳細：上場企業・新興企業・外資系企業を対象とする企業法務、交通事故・離婚・遺産相続などの個人法務、刑事

事件を取り扱う。

活用用途：法律業務受任案件の管理

導入製品：Sales Cloud、Salesforce1 Platform

案件と紐付けた書類管理が可能になり、紙の書類を探し回すこともなくなりました

事務局部長 パラリーガル

成田 麻貴氏

熟した5、6人を中心に操作方法などを伝達していった。現在では受任後のすべての案件情報がSalesforce上で一元管理できているという。

「一番大きいのは検索が非常にスムーズになったこと。依頼者の名前の一部だけでも、『いつ、誰が受任したか。案件内容は何で、現在どのような状態か』がすぐにわかります。案件と紐付いて書類を管理できるようになったので、以前のように紙の書類を探し回すこともなくなりました」と成田氏。効果は労働生産性という点で如実に表れ、パラリーガルの残業時間の削減など業務効率が15%アップした。

「従来、欲しい情報があると、Excelに習熟した人間が時間をかけてデータを加工して必要な人に渡していました。現在は、受任から解決までの情報を全員が見られ、必要な情報を必要な時に取り出せるようになっています。法律事務所の業務には定型化できる部分が多いと私は見ていたのですが、Salesforceを活用してシステム化することができました。1つの情報を深掘りする従来の業務に加え、俯瞰して自ら情報を取りに行くというパラダイムシフトが起きたと考えています」と影山氏も評価する。業務効率の向上に伴い、書類探しなどに充てていた時間を有効活用でき、新規案件の受任数も



10%向上している。

さらには、弁護士自身がSalesforceを操作することが増えたことで、弁護士とパラリーガル間での情報共有が進み、依頼者へのサービスの質向上にもつながっているという。

売上見込み、今後の営業戦略など企業と同じことが普通にできるように

オーセンスではさらに情報の一元化を進め、自社構築で以前から動いている不動産専門の自社システムをSalesforceに移行す

る作業にも着手している。これは事務所開設以来多かった不動産関連の案件、特に建物明け渡しの情報を集めたもので、数千人に及ぶオーナーや家主などの依頼者が進捗状況を確認できるポータルサイトの役割も果たしている。同システムをSalesforceに統合することで、サービスの質向上に加え、大きなコスト削減にもつながると期待している。

Salesforceはオーセンスの法律業務推進の効率化に大きく貢献したが、影山氏はさらにその先を考えているという。

「あらゆる情報を一元化できたことで、売上の見込みを立てることが可能になっただけでなく、データを分析することも可能になってきました。法律事務所の業務は、遺産相続や離婚、建物明け渡しなど多岐にわたりますが、Salesforce上のデータをダッシュボードやレポートの形で分析を加えることで、どの分野の相談が増えているのかが明確にわかります。また、こういった分野は営業利益率が高いのかといった分析も加えることで、今後の注力分野や新規事務所開設といった計画も戦略的に考えられるようになります。一般企業では当たり前に行っていることでしょうが、当法律事務所でもそういったことを普通に実行できるようにしていきたい」と影山氏は意気込みを語った。



株式会社セールスフォース・ドットコム  /SalesforceJapan  @SalesforceJapan

 0120-733-257 URL : www.salesforce.com/jp

Salesforce は salesforce.com,inc. の米国およびその他の国での登録商標です。またその他サービス名も salesforce.com,inc. の商標または登録商標です。その他各種製品名は、各社の製品名称、商標または登録商標です。
© Copyright 2015 salesforce.com, inc.