

# L·A·N·D·S·C·A·P·E

## 株式会社ランドスケイプ

独自構築した日本最大のデータベース（消費者9500万件／企業情報820万件）を元にしたデータベースマーケティング支援とCRM戦略立案。

所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2  
東京オペラシティ15F

設立：1990年9月10日

資本金：466,335,500円

従業員数：正社員 120名、SOHO 350名、派遣 20名、  
アルバイト 240名

URL：http://www.landscape.co.jp/

（取材日：2016年3月）

### POINT

サービス提供時、SFAなど他システムとの連携に必要な個別開発が、半分の人員と期間で実現可能に

自社保有マーケティングデータベースのメンテナンス作業が大幅に効率化、顧客へのデータ納期も半分に

担当可能な人員の条件が大幅に緩和され、高い技術を持つ社員はより高度でクリエイティブな業務へシフト

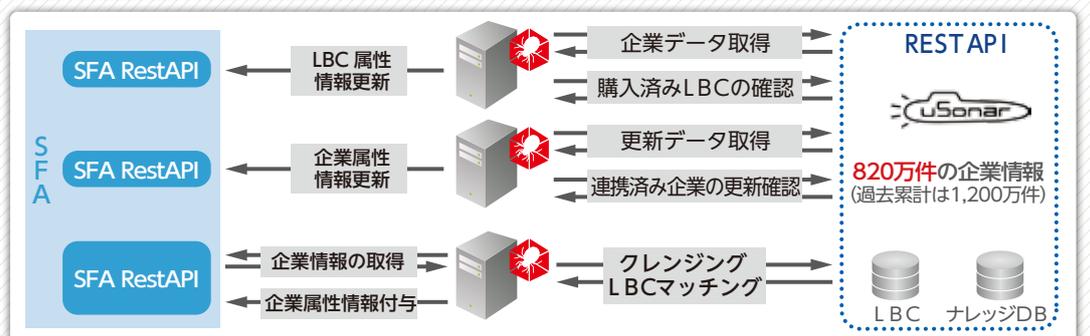
## データベースマーケティングサービスとのデータ連携とその開発効率化を実現。自社DBのメンテナンスにも活用し、よりクリエイティブな業務へ注力可能に。

マーケティングオートメーション（MA）が注目されるようになって数年。しかし、実際には社内他システムとどう連携させるかという課題に直面している企業は多く存在します。株式会社ランドスケイプは、独自に構築した日本最大級の法人・消費者データベースを用いたデータベースマーケティングの支援サービスを提供しており、そこでも同様の課題を抱えていました。今回それを解決すべく、同社のサービスの中で「DataSpider Servista」（以下、DataSpider）を有効に活用し、課題解決を実現しました。また、自社データベースの整備などの効率化にも活用の幅が広がっています。

課題	対策	効果
----	----	----

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ マーケティングデータベースを顧客のシステムに連携させるニーズが増え、効率的な開発が求められていた</li> <li>■ 開発や保守に必要なスキルセットや属人化の問題を解消したいと考えていた</li> <li>■ マーケティングデータベースのデータ提供やメンテナンスなどの作業を効率化しなかった</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 顧客のシステム上にある顧客データのクレンジングや属性付加処理などにDataSpiderを活用</li> <li>■ プログラミング不要のDataSpiderで開発や保守にアサインできる人材条件を拡大</li> <li>■ データベース作業の難易度が「Excelが使えるレベル」にまで下がり、担当できる人材が増加</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 様々なシステムに対する個別対応が容易になり納期も短縮</li> <li>■ 各プロジェクトにアサインする人員を半減できた他、担当者の引き継ぎも容易に</li> <li>■ より高度なロジックの考案など、クリエイティブな業務へ取り組む時間が増えた</li> </ul> |
|--|---|--|

業種：情報サービス業  
 データソース：自社内法人データベース等  
 利用業務：マーケティング支援サービス  
 オプション：Salesforceアダプタ等



DataSpider 活用イメージ

## DataSpider Servista

### SFAとの連携時の個別開発が重い負担に

近年、データを活用することで顧客や見込客それぞれに最適なアクションを自動的に行えるようにするマーケティングオートメーション（以下、MA）が注目を集めています。その成功には、マーケティングデータベースの整備やSFA/CRMなど関連システムと連携させることが不可欠となります。株式会社ランドスケイプは、こうしたマーケティングデータベースに関する各種サービスを提供し、企業のマーケティング活動を支援しています。

経営戦略チーム 執行役員吉川大基氏は、次のように説明します。

吉川氏 当社のマーケティングデータベースは、様々なデータソースから最新の情報を収集し、鮮度の高い情報を提供できるように日々メンテナンスを行っております。新規開拓はもちろん既存顧客データを整理する際のクレンジングや



吉川大基氏

補完のためのデータソースとして、またはマーケティングや営業活動等様々なシーンで活用いただいております。データベースのみならず、自社で培ったデータクレンジング技術やノウハウも含めて提供するサービスも用意しています。

現在、同社が新たな事業の柱として力を入れているのは、法人顧客データ統合ソリューション「uSonar」です。MAの成功に向けて、顧客企業が持つマーケティングデータの統合/整理を支援するサービスです。uSonarでは、顧客企業側データベースやシステムとの間にデータ連携の仕組みを構築し、営業担当のコンタクト相手、Webのフォームやコールセンターへの問い合わせなど、企業が持つ複数の窓口から得られた顧客/見込客データをうまく統合させ、さらにランドスケイプ独自のマーケティングデータベースを用いて属性情報などを補完しています。

しかし、このサービスを提供するために必要なデータ連携の仕組みは連携先の要件が顧客ごとに異なるため、案件ごとに個別開発せねばならず、ランドスケイプの社内に重い負担が生じていました。

### 開発生産性や保守性の高さなどを評価してDataSpiderを採用

システム本部 リーダー伊藤広樹氏は、次のように語ります。

伊藤氏 当社のデータベースとSalesforceをはじめとした顧客のSFAを連携させたいというニーズが増えており、2015年初頭から実際の案件と

して手掛けています。最初は個別のスクラッチ開発で連携させていましたが、開発工数や再利用性の観点からEAIなどのデータ連携ツールを選定することにしました。



伊藤広樹氏

こうしてuSonarの顧客SFAとの連携は、第1ステップの日次バッチ処理、第2ステップのリアルタイムAPI連携を経て、第3ステップとしてEAIツールによる開発負担軽減への取り組みが始まったのです。具体的なツール選定は、2015年11月に着手したuSonarとSalesforceの連携案件時に進められました。

伊藤氏 当社は以前からアシストと縁が深く、相談したところ質問にも迅速かつ具体的な提案を得ることができました。また、DataSpiderの試用版をすぐに用意していただき、評価した上で導入を決定しました。DataSpiderは設定が簡単で、プログラミングせず開発できる上に、開発した処理はGUIベースのフローで管理できます。そのため、他人が見てもわかりやすいので属人化の問題も解消し、保守担当への引き継ぎも容易になります。アダプタ次第でkintoneやDynamics CRM、Marketo、さらにスクラッチのシステムにも連携が可能なので、顧客側のシステムを問わず使うことができます。

こうして、まずDataSpiderにSalesforceアダプタを組み合わせ、伊藤氏を含む数名がアシストによるDataSpiderの研修を受講して開発が進められ、着手から1ヵ月後の2015年12月には導入の契機となった案件のリリースを実現しました。

### 開発期間や納期を大幅に短縮 自社DBのメンテナンスにまで活用の幅も拡大

伊藤氏 DataSpiderの採用により、開発生産性は大きく向上しました。開発に要する時間は半分以下です。開発した処理の再利用性が高いので、今後の開発はさらに短縮できる見込みがあります。もちろん、サービスインまでの期間を大幅に短縮できた点が大きなメリットです。案件ごとにアサインする人数も、スクラッチ開発では開発者2名に管理と検証で各1名の合計4名が最低ラインでしたが、DataSpiderなら開発と検証に各1名と半減できます。アサイン上の条件も開発言語に依存しなくなったので、より多くの候補からメンバーをアサインできます。今後は新規案件で採用するだけでなく、.Netなどで開発してきた既存のプログラムについても保守性を高めるためにDataSpiderに移行していきたいと考えています。

uSonarでの採用を受け、同社の中核業務である自社保有法人データベースなどのメンテナンス作業や、それを用いた顧客へのデータ提供においても、DataSpiderの活用が始まりました。こちらではシステム本部 調査グループ 執行役員の松本章氏が中心となり、同じく既存のプログラムからの移行が進められています。

松本氏 かつて試したツールでは使い勝手が今一つでしたが、今回、uSonarでDataSpiderを使うと聞いて、我々も使ってみることにしました。結果、開発生産性やメンテナンス性に加え、自社で主に使っているOracle Databaseとの親和性も高く、これまで3営業日ほど要していた顧客へのデータ提供のリードタイムが半分くらいになるなど、大いに役立っています。



松本章氏

### よりクリエイティブな業務に集中 させ、さらなる高みへ

DataSpiderへの投資は現段階ですでに回収できたと考えています。同社では、DataSpiderの適用範囲をより拡大するだけでなく、さらなる成果へ向けた挑戦も始まっています。

松本氏 顧客向けのデータ提供や新規データ投入などデータベース関連の作業を担当できるのはSQLを使える社員だけでした。作業の難易度がDataSpiderによって引き下げられ、データ投入は「Excelが使えれば可能」なレベルとなっています。より高度なスキルや知識、ノウハウを持つ社員は、新しいロジックやサービスメニューを考えるとといったクリエイティブな時間を増やすことが可能となりました。

同社の強みは、法人データベースなど自社保有データベースを提供するだけでなく、様々なソースを用いてデータベースをメンテナンスし続けることにあると言えます。メンテナンスを通じて蓄積した技術やノウハウが、uSonarなど顧客にとって使いやすいサービスへと繋がっているのです。その強みをさらに強化する方向へ、DataSpiderが役立つと期待されています。

伊藤氏 MAでは、「データとして名前を持っているものの既存顧客でない相手」の中から、ターゲットとなりうる対象をいかに抽出するかが大きな鍵となっています。豊富な属性情報に加えて、名寄せなどの高度な技術を当社が提供することで、それを支援していきたいと考えています。この技術の部分を、DataSpiderでさらに高めていきたいですね。