

辻調グループ

「調理・製菓のリーディングスクール」であり続けるために Salesforceを活用して学習意欲の高い入学者を集める

少子化が進んでいる現在、教育機関の多くが入学者の確保に頭を悩ませている。プロの料理人・パティシエを養成する辻調グループは、Salesforceを活用して、学習意欲の高い学生を実際の入学まで確実に導く仕組みを作り上げ、学生数を大幅に増やすことに成功した。

学習意欲の高い学生を 確実に入学に導きたい

辻調グループは、大阪、東京、フランスで計15校を展開し、世界三大料理学校の一つとも言われる料理学校の名門である。グループ全体の学生数はおよそ3500人。料理人・パティシエを目指して全都道府県、さらに海外からも学生が集まってくる。400名の技術教育担当職員はすべて辻調グループの卒業生で、プロの手によってプロを養成する技術教育を50年以上続けている。学校経営の目標は、「調理・製菓のリーディングスクールであり続けること」だ。しかしその名門グループも、近年は少子化の影響で学生数が減少していた。その打開策と考えられたのが、学習意欲の高い学生にオープンキャンパス（体験入学）に参加してもらい、入学まで確実に導く仕組みを作ることだった。学習意欲の高い学生とは自ら資料請求した人であり、それはすなわち、一般企業の「見込み客」に該当する。その見込み客を、オープンキャンパスという「商談」の場にいざない、商談を成立させる。あたり前のことだが、このあたり前のことを徹底して行うこと。それが辻調グループの戦略だった。その戦略を実行するには、資料請求者一人ひとりの情報を徹底的に管理し、それぞれに合った入学案内を緻密に行うことのできる仕組みが必要だった。

Salesforceを活用した

「見込み客」専用の新しい仕組み

しかし、それまで活用していた基幹システムでは、そのような緻密な情報管理を行うことは難しかった。Salesforceの導入を進めてきた、辻調グループ辻調理技術研究所副校長の宮島徹雄氏は話す。

「資料請求者の情報管理に特化した仕組みを新たに作る必要であると考えました。重視したのは、細かな機能を追加できる柔軟性と、全国にいる当校の進学アドバイザーがどこからでも情報を見られることでした。また、スケジュールの都合上、短期間で導入できることも必須条件でした。そのすべてのニーズにぴったり合ったのが、Salesforce だったのです」

そうして「見込み客」すなわち入学希望者に関するあらゆる情報をSalesforceで管理する仕組みが2010年にスタートすることとなった。



辻調グループ

<http://www.tsujicho.com/>

大阪市阿部野区松崎町3-16-11

【業種／事業内容】

職業人養成スクール（プロの調理師の育成、料理書・研究書・料理番組などの監修ほか）

【活用分野】

■学生募集管理

食のキャリア、ここから。

tsuji

“Salesforce を使った資料請求者の管理を行う現在の仕組みは、日本の高等教育機関の学生募集システムとして、間違いなく日本一であると自負しています。”

辻調グループ 辻調理技術研究所 副校長 宮島徹雄氏

10万人の資料請求者一人ひとりに 最適で無駄のない入学案内を

Web、電話、はがきで入学案内を請求してくる人の数は年間約 10 万人。まず、そのそれぞれを「居住エリア」「資料請求時の学年」「グループ内のどの学校・学科を希望しているか」といった要素で分類し、その学生の志望に最も合った入学案内、ダイレクトメールを送付する。そして北海道、沖縄などの遠隔地に住む学生の交通費まで考慮しながら、適切な時期にオープンキャンパスへの参加を促し、さらに入学までの道筋を一人ひとり確実にナビゲートしていく——。Salesforce の導入によって、緻密な仕組みを確立した。

誰に、どのような入学案内やダイレクトメールを送れば最も効果的であるかが明確になった。コミュニケーション上の「無駄」が大幅に省けるのも、この仕組みの大きなメリットだった。また、全国各地で開催される進学相談会で、資料を請求してきた学生の情報をパソコンで見ながら面談するといった情報活用ができるようになったのも、まさしくSalesforce 導入の成果だった。

緻密なOne to Oneマーケティングで 入学者数が大幅に増加

「資料請求者の総数は必ずしも多くなくていいと考えています。重要なのは、単に学生数を増やすのではなく、就学意識の高い学生に入学していただくこと。その意欲の高い学生が卒業して業界で活躍し続ける。それによって私たちがリーディングスクールであり続ける。それが私の狙いでした。そのために必要だったのが、緻密な One to One マーケティングと、それを可能にするシステムでした」(宮島氏)

数字的な効果もはっきり出ている。Salesforce 導入後、出願数が大幅に増え、学生数も大幅に増加した。「学生数の確保」という当初の課題は、3 年もかからずに達成されることとなった。

「今後も、Salesforce を活用したより効果的な仕組みを継続的に模索していきたいと考えています。Salesforce はやりたいことが何でもできる“魔法の箱”である。そう実感しています」

現在は、Chatter も導入し、募集担当スタッフ間で、より密にコミュニケーションがとれ、リアルタイムに情報共有ができるようになっているという。

【取材日：2012 年 3 月】



20120611_HHD

株式会社セールスフォース・ドットコム
☎0120-733-257 Email: info@jp.salesforce.com
URL: www.salesforce.com/jp/

Copyright ©2011, salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce.com and the "no software" logo are registered trademarks of salesforce.com, inc., and salesforce.com owns other registered and unregistered trademarks. Other names used herein may be trademarks of their respective owners.