

Salesforce	
ICT ツール概要	世界トップクラスで使われているクラウドを利用した営業支援・顧客管理をサポートする CRM (Customer Relationship Management) ツール。社会的インパクト評価のために開発されたものではないが、社会的インパクト評価を行う際の ICT ツールとして我が国でも活用されている事例がある。
ウェブサイトアドレス	https://www.salesforce.com/jp/
我が国における活用実績	有 (参照: 2.5 ヒアリング調査、P.59)

提供会社情報	
提供会社	株式会社セールスフォース・ドットコム
会社概要	CRM クラウドアプリケーション及びクラウドプラットフォームを提供。米国本社は 1999 年創業。
設立年	2000 年 4 月
資本金	4 億円
所在地	本社 (米国サンフランシスコ)、日本オフィス (東京・大阪・名古屋・白浜)
パートナー企業	独立ソフトウェアベンダー (ISV) へのアプリケーション開発パートナープログラム、コンサルティング会社 (300 社以上) へのコンサルティングパートナープログラムを提供。

ツール対象分野	
重点対象分野	対象分野は限定していない。
休眠預金等活用法における 3 分野への活用可能性	有

価格	
基本料金	一般向け 1 ユーザー 9,000 円、18,000 円、36,000 円 (月額)
サポート利用料金	ツール利用料金に含まれている (サポートの範囲はパッケージにより異なる)
その他料金	非営利向けの場合、1 ユーザー 18,000 円 → 4,320 円、36,000 円 → 8,640 円 (月額) の割引あり。10 ユーザーまで無料。 ※「非営利組織」は「特定非営利活動法人 (NPO 法人)、認定特定非営利活動法人、公益財団法人、公益社団法人、社会福祉法人、宗教法人、更生保護法人等。

ICT としての機能	
使用に必要な専門性	IT スキルがない場合には利用しづらい。 (スキルアップのための有償トレーニングを提供)
セキュリティ	アプリケーションレベル・インフラストラクチャレベルの両方で強力なセキュリティを確保。データセンターは全世界 9 カ所に分散させ、そのデータベースを世界トップクラスのエンジニアが直接管理。
他ソフトへの連携機能	2017 年 4 月時点、全世界で約 3000、日本国内でも 400 以上のアプリケーションが提供されている。
デバイスの拡張性	PC、モバイル機器 (モバイルアプリケーション有) で利用可能。

社会的インパクト評価ツールとしての機能	
評価に関する教育	なし
計画	なし
収集・測定	設定した項目に沿ったデータを PC、モバイル機器から入力・蓄積が可能。
分析	<ul style="list-style-type: none"> • 希望に応じたデータの視覚化が可能。 • インパクトレポート作成用のオープンな API 利用により、組換え可能なダッシュボードを作成可能。 • 製品「Einstein Analytics」ではデータに基づく洞察を得ることが可能。
報告	<ul style="list-style-type: none"> • 希望のフィールドやフィルタ、グルーピング、図表にデータのドラッグ & ドロップで、リアルタイムのレポートを作成可能。 • 必要なデータの細かな内訳を表示することも可能。
公開・共有	<ul style="list-style-type: none"> • 社会的インパクト評価とは無関係だが、ユーザー同士で情報や意見を交換し合う「ユーザーグループ」あり。 • Salesforce 社員やユーザーが利用できるオンラインコミュニティ（無料）あり。
ICT ツール利用に関するサポート	<ul style="list-style-type: none"> • 本ツールを活用したスキルアップに関して、オンライン（無償）やクラス形式（有償）での学習プログラムを提供。 • CRM 管理者、開発者、マーケターなどに向けた Salesforce 認定資格制度あり。 ※ Salesforce 認定資格制度：Salesforce 製品を使用する各担当者の役割に必要なスキルを保持していることを証明するグローバル共通資格

活用実績、主要ユーザー	
ユーザー数	世界で 15 万社以上（非営利組織は 3 万組織以上）。
活用地域	米国本土のツールについては 130 カ国以上。
主な導入目的	セールス、サービス、マーケティングの情報管理（データベースの構築）と効率化。ボランティアや資金提供側、支援者、受益者とのコミュニケーション効率化。
主な立場（資金提供側/需要側）	主に資金需要側を想定。
主な法人形態	法人形態を問わない。
主要ユーザー	米国赤十字社、内閣官房、千葉市市民局、RIZAP グループ株式会社、株式会社ビームス、認定 NPO 法人カタリバ、NPO 法人つくばアグリチャレンジ。
導入による成果等	平均して、収益 25% 拡大、顧客満足度 35% 向上。 <非営利> 24% 以上がドナーとの関係継続に成功、89% 以上がミッション達成に向けた能力が向上。

デモ画面

<収集・測定>

ユーザーがアンケートに回答する情報入力画面。

新経過記録-000308

新経過記録の詳細

利用者名: [Redacted] 所属: [Redacted] 入力日: [Redacted] 備考: [Redacted]

▼生活面

- 外出機会を持っているか? 4 ある程度あてはまる
- 外出頻度は高まっているか? 0 どちらともいえない
- 生活リズムは安定しているか? 0 どちらともいえない
- 食事リズム・パタンは安定しているか? 0 どちらともいえない
- 運動量は安定しているか? 0 どちらともいえない
- 家族関係は良好か? 4 ある程度あてはまる
- 健康状態は良好か? 0 どちらともいえない

▼コミュニケーション

- 他者との会話の機会はあるか? 4 ある程度あてはまる
- 他者への声かけはあるか? 4 ある程度あてはまる
- 表情の変化はあるか? 4 ある程度あてはまる

▼社会スキル一般常識

- 挨拶はできるか? 4 ある程度あてはまる
- 敬語は使えるか? 4 ある程度あてはまる
- 経路確認は適切か? 4 ある程度あてはまる
- 自分でしなみは適切か? 4 ある程度あてはまる
- 自分でしなみの明確な変化 (その他)

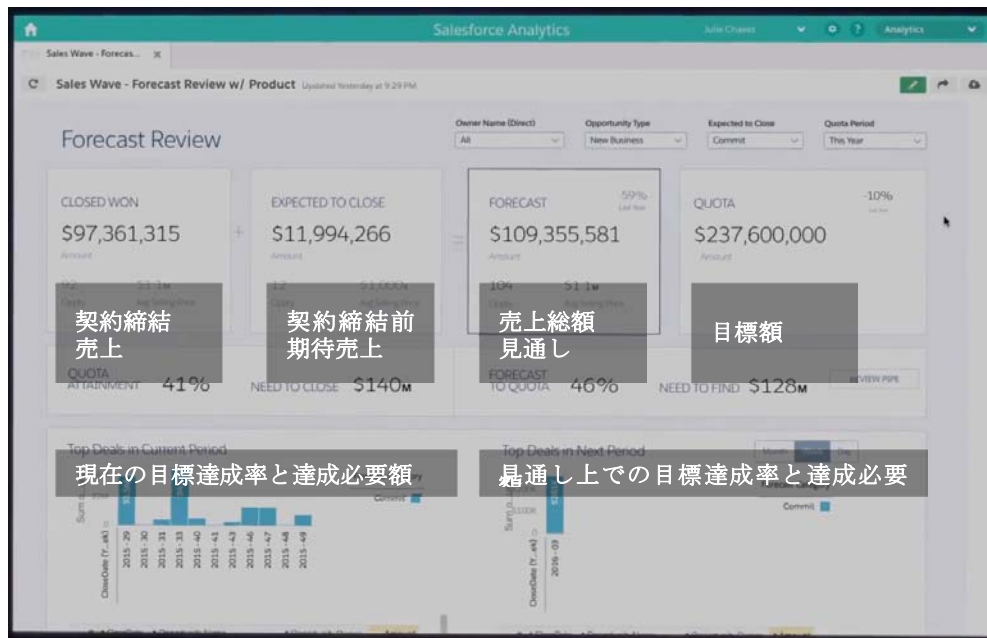
各設問、5段階もしくは0/1で評価する。
同内容の設問を「インテーク記録 (=初回来所時の記録)」のページにも新たに設定した。

出典：内閣府「社会的インパクト評価の実践による人材育成・組織運営力強化調査、〈別冊1〉株式会社 K2 インターナショナルジャパン インパクトレポート」、p.14 より転載。（参照：2.5 ヒアリング調査、P.59-60）

<分析>

プロジェクトの目標と実績、見通しを分析する画面。

顧客との契約締結額、契約締結が期待される額、データ分析を基に精度の高い売上予測を立てて表示。



デモ画面

<分析>

ダッシュボード画面。

営業部署の目標達成率、フェーズごとの売上金額、営業ランキング、見込み客の状況を視覚化してダッシュボードに表示。CRM ツールとしてのデモ画面だが、アウトカム指標を ICT ツールに設定することで、社会的インパクト評価にも同様に活用できる。（参照：2.5 ヒアリング調査、P.59-60）

