

Salesforce, inc. によるUPWARD株式会社への出資 (UPWARD × セールスフォース 2013年)

外回り・訪問営業における活動・顧客接点管理のクラウドサービスを提供するUPWARD株式会社は、「現場のラストワンマイルを革新する」というミッションに共鳴したメンバーが集い、Salesforce Ventures (Salesforce, inc.のCVC) からの出資を受け、Salesforce, inc. (以下、「セールスフォース」という) との協業でビジネスを拡大している

協業前の状況

- ① 協業の背景・課題
 - UPWARD株式会社 (以下、「UPWARD」という) はGIS (地理情報システム) の受託開発を行っていたが、クラウド・SaaSに将来性を見出していた
 - セールスフォースは事業拡大に向けて、CRMの利用促進に向けて、アプリパートナーと協業を目指していた
- ② 協業の経緯・目的
 - UPWARDは、セールスフォースのSaaSビジネスに魅力を感じ、2011年に業務提携。その後、2013年に連携強化を目的としてマイノリティ出資を受け入れた
 - セールスフォースは、UPWARDのもつ位置情報とCRM (顧客関係管理システム) を組み合わせた「外回り営業」領域での連携強化を期待

協業後の状況

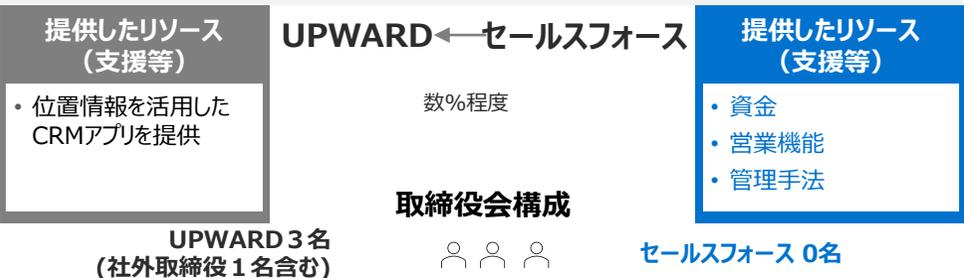
- ③ 協業過程
 - セールスフォースが提唱するSaaSビジネスにおける定量的な経営指標 (THE MODEL) を設定して計画策定するなど最新の経営管理手法を導入
- ④ 出資後の成果
 - UPWARDのビジネス拡大に伴い、従業員の採用も増加し、自社による案件獲得の比率は徐々に増加。
 - セールスフォースとの連携に基づきSaaSを活用したビジネスモデルに移行したことで、契約後も製品のアップデートや顧客の製品に対する習熟度を向上させた

協業内容・出資比率・取締役会構成

- UPWARDは2011年にセールスフォースと業務提携を実施した後、2013年に、Salesforce Venturesから3,000万円の出資 (マイノリティ出資・出資比率は非公表) を受け、資本業務提携を開始
- 協業内容は主にセールスフォースの顧客管理システム連携のSaaS開発・販売
- セールスフォースから取締役の派遣なし。UPWARDが主体的に経営

協業成功のポイント

- グローバル企業からの出資を受けるに当たり、自社の強みを明確化
 - 位置情報の取得機能を提供できたことで、セールスフォースが提供するCRMの利用促進につながり、日本市場においてセールスフォースから評価されている
- 営業・販売における協業を主に実施
 - セールスフォースとの定期ミーティング、全国のセールスフォース社員へのUPWARD製品の説明、セミナー開催などを行い、連携を強化
 - 今後の海外展開に当たっては、シンガポールで既にセールスフォースの製品が普及しており、東南アジアにおける市場規模も考慮し、シンガポールに拠点を設立



※UPWARD製品について：セールスフォース等のCRM (顧客関係管理システム) と連携し、CRMの機能拡張を行う製品。提供する機能は、位置情報技術・モバイル技術を活用した営業活動の簡易報告機能・地図連携機能等。顧客接点情報をCRMへ確実に蓄積し情報資産化することや、その効果的な利活用を実現 出所：UPWARDマニュアルサイト

案件概要
<公表日> 2013年3月 <スキーム> セールスフォースによるUPWARDへの出資 (出資割合：非公表) <取引額> 3,000万円
<日本企業> UPWARD株式会社 (東京都) <事業内容> セールスエンゲージメントサービス「UPWARD (アップワード)」の開発、提供<売上> 非公表 <従業員数> 100名 (2023年5月)
<資本金> 1億円 <区分> 中小企業 <出資者 (外国企業)> Salesforce, Inc. <事業内容> 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の提供



① 協業の背景・課題

UPWARDはSaaS・クラウドに将来性を見出していた。セールスフォースはアプリパートナーとの連携により日本でのビジネス拡大を目指していた

UPWARD

- GIS（地理情報システム）の受託開発を行っていたが、操作に専門スキルが必要なため、限られた企業のみ提供していた
- 顧客体験価値向上のために顧客との継続的な関係性を築き、追加機能による収益獲得ができるSaaSと、顧客の導入コストが低く常に最新のサービスを提供できるクラウドに将来性を見出した

セールスフォース

- セールスフォースはクラウドでCRM（顧客関係管理システム）を提供することを掲げ、日本におけるCRMビジネスの拡大を企図
- セールスフォースは、アプリパートナーと協業することでCRMの活用をより促進することを目指していた

③ 協業過程

UPWARDはSaaSビジネスにおける定量的な経営指標を設定して経営計画策定

- セールスフォースが提唱するSaaSビジネスにおける定量的な経営指標（THE MODEL）を設定して計画策定するなど最新の経営管理手法を導入
- 電話・チャットなどのコミュニケーションを取ることに加え、定例ミーティングを通じて、互いの情報共有を実施

② 協業の経緯・目的

協業を通じて、位置情報に独自の強みを持つUPWARDがセールスフォースの提供するCRMと掛け合わせることで、両者の意図と一致し、関係構築を強化

- UPWARDは、位置情報という領域に強みを持ち、外回り営業担当者の「記録の手間」を解消することで、モバイル端末を通じて営業記録ができるためセールスフォースの提供するCRM利用促進につながった
- UPWARDは2011年以来セールスフォースのパートナーであり、2012年にセールスフォース主催のイベントに出席するなどセールスフォースとの関係を構築、2013年に出資が決定

④ 協業後の成果

UPWARDはビジネス拡大に伴い従業員の採用も増加。製品のアップデートや顧客の習熟度を向上させ高い顧客満足度を実現

- UPWARDはビジネスの拡大やセールスフォースと組んでいることが訴求ポイントとなり、採用増を実現。セールスフォースからの紹介以外の自社営業もできるようになった
- セールスフォースのBEST HIT APP RANKING 2022 製造業部門にて1位を獲得
- セールスフォースとの連携に基づきSaaSを活用したビジネスモデルに移行し、契約後も製品のアップデートや顧客習熟度を向上させ高い顧客満足度を実現

協業成功のポイント

① 出資を受けるに当たり自社の強みを明確化

- UPWARDのアプリは、販売が好調であったことに加え、**位置情報とCRMを組み合わせて位置情報アプリケーションベンダーとして、外回りの営業担当者の営業支援機能を提供する、という独自のポジショニングが、セールスフォースとの協業につながった**
- **特に位置情報の独自性は訴求ポイントとなり、位置情報アプリケーションベンダーとして、国内初のセールスフォースの資本提携企業となった**

② 販売協業を中心に連携を強化

- セールスフォースはエンタープライズ向けにクラウドエコシステムを構築しようとしていたため、出資受け入れ後は**定期ミーティング、日本国内のセールスフォース社員へUPWARD製品を含めて、アプリケーションベンダーの説明、セミナー開催などを手厚いサポートを受けることができた**
- 海外展開に当たっては、シンガポールにおいてセールスフォースの製品が広く普及していることで、**テストマーケティングが可能という点も考慮し、シンガポールに拠点を設立した**

協業の前後で工夫している点など

協業前



[UPWARD]

【Q】協業開始時を振り返って工夫した点はありますか？

【A】当時はセールスフォースからの紹介案件がほとんどであった中で、取引の際に優先的に声がけを行ってもらうためには、セールスフォース内での認知度向上が必要であった。そのため、エンジニアを除く**当時の全メンバーが交代制で、セールスフォースの会社前でピラ配り**を行うなどして、協業を通じてできることをアピールした

下線部出所：FastGrow「Salesforceでピラ配り」するほど泥臭く—UPWARD金木が見せる、「投資したいと思わせる経営者」の背中【DNX倉林の事業洞察 #01】
<https://www.fastgrow.jp/articles/dnx-ventures-kurabayashi-upward-kaneki>

協業後



[UPWARD]

【Q】協業に当たり工夫している点はありますか？

【A】アライアンスチーム経由で、日本国内のセールスフォースの従業員向けに、**セールスフォースが提供するCRMの利用促進につながる、UPWARDの訴求ポイントを説明**

UPWARDはセールスフォースとの協業連携を中核として、国内ではマルチプラットフォーム対応、海外では主に東南アジアにおける事業拡大を目指す

マルチプラットフォーム対応

- クラウドCRMを提供する企業が増える中で、「どこでも快適に働ける世界をつくる」というビジョンを掲げ、外回り・訪問営業の人々がクリエイティブな仕事にリソースを割くことができるようにするために、マルチプラットフォーム対応を進める
- 現在複数のプラットフォーム企業との関係構築を進め、今後のビジネスの方向性を協議

海外展開

- 創業時よりグローバル進出を志向しており、技術的には海外対応できる製品を開発
- 今後の市場成長が見込まれる東南アジアでのビジネス拡大を目指し、時差がなくAPACの情報が集まるシンガポールに情報収集拠点を設置
- セールスフォースなどのCRMプラットフォームのシンガポール拠点とコミュニケーションを取りつつビジネス拡大を目指している

(参考) UPWARDのブランド理念

PURPOSE	Inspiring upward creativity フィールドワーカーの創造性を引き出し、 企業と社会の成長を加速させる
VISION	Go smarter, anywhere どこでも快適に働ける世界をつくる
MISSION	Innovation of the last mile 現場のラストワンマイルを革新する

VALUES	Commit to customer success お客様の成功を約束する
	Always challenge, always day 1 常に挑戦者、いつも初心の心構えで
	Be fair いつも、誰にでも、フェアな気持ちで向き合う