

株式会社メディックス

お客様事例

株式会社セントラルソフトサービス



株式会社セントラルソフトサービス

最新の IT 技術・サービスを提供し、地域にグローバルな競争力をもたらす IT のプロ集団

取材日：2022 年 12 月 2 日

クラウド・セキュリティ部 部長 津川 栄治 様

「専任マーケター不在でも、適切な伴走で Webマーケティングの基盤を整備」

営業・マーケにリソースが割けない上、機能紹介のサイトもない...

愛知県岡崎市に本社を構え、老舗のソフトウェアハウスとして 40 年以上の実績を誇るセントラルソフトサービス。官民問わず、IT 導入・運用支援に取り組んでおり、自治体では新型コロナ関連の対応システムも開発するなど、技術力には定評があります。

「近年は、ランサムウェア被害からの復旧支援を手掛けた経験から、EDR（Endpoint Detection and Response※）の導入支援に力を注ぐとともに、最新情報の収集にも努めてきました」（津川氏）

※EDR（Endpoint Detection and Response）とは、パソコンやサーバなどエンドポイントにおける不審な挙動を検知し、迅速に対処するソフトウェア・ソリューションのこと。

そう話すクラウド・セキュリティ部 部長の津川 栄治 氏は、2022 年に IBM が発表した IBM Security® ReaQta（以下、ReaQta）の情報もいち早くキャッチします。EDR は、クラウド対応のみの製品が多い中で、ReaQta は自治体に多いオンプレミス環境（αモデル）への対応も見込める上、自動的に脅威を検知でき、セキュリティの専門知識がなくても運用が可能です。高い優位性を確信した津川氏でしたが、大きな課題がありました。当時、日本語で ReaQta の機能を紹介している Web サイトや動画コンテンツが不足していたのです。

「弊社は、エンジニア中心の会社で、営業やマーケティングにリソースを割くことができません。日本語のサイトや動画が豊富にあれば、端的にお客様へ価値を伝えられますが、そうではなかったため、優れた製品があるのに、お客様に訴求する方策がなかったんです」（津川氏）



キーワード選定の見直しも高速かつ的確で、広告コストも最適化

いくら有用性の高い製品でも、その価値が伝わらなければ、顧客は導入の検討にすら至りません。そこで、セントラルソフトサービスは、IBM のマーケティング支援プログラムを活用してメディックスに打開策を相談しました。

「いろいろな Web マーケティングの方策を提案いただき、まず Web コンテンツを自社サイトに作成することにしました。とにもかくにも、日本語できちんと ReaQta の機能を紹介するコンテンツを増やすことが必要だと考えたのです」（津川氏）

機能紹介コンテンツを公開したあとは、約 30 分の動画を 4 本制作。メディックスは、ナレーターの手配も担いました。Web コンテンツも動画も短期間で仕上げたあと、ターゲティング広告も展開します。

「従来も、導入支援している製品のターゲティング広告は打っていました。しかし、総務の担当者が片手間にやっていた程度でしたので、やはり、プロは違うと思いましたね。例えば、キーワード選定の見直しも、高速かつ的確なので、ムダなコストをかけずに対象を絞り込みました」（津川氏）

PDCA を高速で回したからこそ、ターゲティング広告の展開は、2 ヶ月と短期間だったにもかかわらず、有効なデータが得られました。

「このキーワードだとこのくらいの反応があって、クリック率はどれくらい、という数字にも説得力がありました。専任のマーケティング担当がいないと、そうした効果検証まで手がまわらないので、ありがたかったですね」（津川氏）



適切なマーケット管理の実現が、次の戦略構築につながる

2 ヶ月と短期間ながら、ターゲティング広告の PDCA サイクルを効率的に回したことは、マーケティング戦略を洗練させるのにも役立ちました。まず、大前提となる市場把握がより正確になった、と津川氏は振り返ります。

「EDR のニーズがあることはわかっていましたが、どの企業が競合で、どんな価格・内容を打ち出しているのか、が把握しきれませんでした。もちろん、ある程度の予想はしていたのですが、**実際は想定外の企業が EDR に意外な力を注いでいたり、競合だと思っていた企業が中部地方にはあまり力を入れていなかったりと、全く気づかなかった発見がいろいろありました**」（津川氏）

問い合わせを寄せた企業と商談をする際に、競合企業の価格やソリューションを把握しているのと、していないのでは、まるで違います。認知度は低いものの、機能に優れた ReaQta は、他社製品からの乗り換えを促すケースも考えられるだけに、マーケット管理の重要性を改めて認識できたのも収穫だったようです。

「日本語のコンテンツが不足していたのですから当然ですが、やはり、『ReaQta』のキーワードでは多くの反応は得られませんでした。一方で、EDR のヒット数はやはり多いので、今後どのように展開していくにしても、**Web マーケティングの基盤として、サイトのコンテンツや動画をきちんと制作できたのは非常に大きかった**と思います」（津川氏）

その中でメディックスのサポートは、**コンテンツ制作やキーワード選定だけでなく、適切に伴走してくれたのがよかった**、と津川氏は話します。

「状況を常に共有しながら、改善すべき点を適切に提案してくれたのは非常に助かりました。今後、より効果的に ReaQta のマーケティング活動を行っていく上で、頼りになるマーケティングパートナーとして、今後もお世話になりたいと思っています」（津川氏）

弊社サービスに関するお問い合わせはこちら



bm_dg@medix-inc.co.jp

MEDIX

株式会社 メディックス (Medix Inc.)

〒101-0051
東京都千代田区神田神保町 1-105 神保町三井ビルディング19F
TEL. 03-5280-9471(管理本部) / 03-5280-9472(営業部)
URL. <https://www.medix-inc.co.jp/>