



新社長に聞く

富士通コミュニケーションサービス
今年4月、金井美紀和氏が就任した。主力のコンタクトセンター事業の高付加価値化を推進し、この数年は顧客接点をよりよくするカスタマーエクスペリエンス(顧客経験価値||CX)向上に取り組んできている同社。「社員一人一人の価値をもっと知ってもらい、カスタマーサクセスに導いていきたい」と話す金井新社長に話を聞いた。

富士通コミュニケーションサービス 金井 美紀和社長



【プロフィール】(かない・みきわ) 1968年6月2日生まれ。立教大学文学部ドイツ文学科卒。92年4月、ソキア入社。96年4月、ジャストシステム入社。98年6月、富士通入社。2015年4月、インフラサービス事業本部サービス企画統括部インフラサービスコンタクトセンター長。19年4月、マネージドインフラサービス事業本部サービス企画・改善統括部部長。20年4月、マネージドインフラサービス事業本部サービスデスク事業部事業部長。22年4月、富士通コミュニケーションサービス社長(現職)。

社員一人一人の価値で顧客課題解決

気付いた。当社は一度契約すると顧客満足度が高い。こうした高い

り組んできた。長年培ってきたノウハウを生かし28のソリューション

社に任せると色々と支援助してくれると感じている顧客も多いため、

として提示できていないことに加え、個々人の持つ能力が個別最適

でも見えていない部分が多かった。入社して感じたのは、社員一人一人の経験や技術力が高く、人が価値になっていることを強く感じている。社員が提供できる価値が十分に周知できていないことに

顧客と一緒に伴走
金井社長 これまでコンタクトセンター事業の高付加価値化を目指す、CXの実現に向け

実際に顧客が求めていることを見付け出し提案できる人材が多くいることが大きな強みで、顧客の期待に応えるために一緒に伴走してきている。当

金井社長 当社が持つ人財力とノウハウが十分に周知されていないことだ。多くの価値を持っていてもかわらず、可視化できていないと感じている。価値がソリューション

競争力を打ち出せていないため、もう一度見直していきたいと感じている。

——具体的にどのような部分に強みがあると感じていますか。
——具体的にどのような部分に強みがあると感じています。

金井社長 当社が持つ人財力とノウハウが十分に周知されていないことだ。多くの価値を持っていてもかわらず、可視化できていないと感じている。価値がソリューション

化されてしまっている。一人一人の技能が点になっており、総合力として発揮できていないことも課題だと思っています。

同時に当社の価値を最大化できるよう、顧客や外部にヒアリングしていく計画だ。

企業文化を変える
金井社長 まず社内ですべてのことには「企業文化を変えよう」ということ。持っている価値や経験を外に出していけるように意識を変えていきたい。当社は「一人(人財)の会社」であるというのを改めて社員全員が認識し、顧客が求める成功体験は私たちのような「人」が支援しないと実現できないことを打ち出した。そのために社員全員のスキルを棚卸しし、価値として提示できるようにしていく。

金井社長 一人一人の価値を売り出せるようにし、これらの価値でカスタマーサクセス(顧客の成功)に導けるようにしていきたい。社員全員が顧客の課題解決に向けた提案ができるよう「発信力」も醸成していく。コンタクトセンターの在り方についても見直し、コストセンター(コストとなる部門)とプロフィットセンター(利益を生む部門)を明確に分類して訴求したい。あわせて経営体質を強化するために選択と集中を進め、収益をさらに上げていきたいと考えている。