

FUJITSU Business Application CRMate (シーアールメイト) 導入事例

レック株式会社 様



月間平均1,000件の問合せに対して、 情報を共有し、お客様の満足度を高める。

『激落ちくん』などでお馴染みの家庭用品を中心とした日用雑貨品の企画開発・製造・販売を手掛けるレック株式会社様。同社の消費者サービス部では、日々全国から寄せられるお客様の様々な問合せに対応しています。そこで情報の共有化や業務の効率化を図るため、「FUJITSU Business Application CRMate (シーアールメイト) / お客様接点力」(以下、CRMate)を導入。その効果として、応答品質が向上し、集計作業なども格段に効率化しました。また、日々蓄積されるお客様の生の声は、製造現場での品質改善や、新商品開発など、社内の多くの部署でも活かされています。

課題

お客様からの問合せに対し、オペレーターが個々に対応した問合せ内容を、手書き保存していたため状況把握に時間がかかった

問合せ履歴はメモをもとにお客様ごとに1枚ずつExcelシートに入力し、印刷・保管していたため、手間がかかっていた。紙での保存には個人情報などのセキュリティにも不安があった

商品の不具合などについては、工場や物流センターからの問合せもあったが、最適管理できていなかった

効果

問合せ履歴を即座に画面上で確認でき、引継ぎやリピート対応が正確になり、顧客満足度が向上した

CRMate上で入力作業ができ、紙で管理する必要がなくなり、セキュリティ面でも不安がなくなった

工場や物流センターでもCRMateの画面を見られるようにしたことで、他部門との情報共有が図れ、現場改善などの組織的な対応が迅速にできるようになった

—代表的な製品例—



■ 激落ちくん



■ セスキ泡スプレー400ml



■ ストロー付きダイカット水筒

日用品など生活必需品に対する消費者の目は、厳しい。節約志向の中で価格はもちろんのこと、乳幼児をはじめ家族全員が日々安心して使える「使い勝手」や「品質」などへのこだわりが強くなっているからだ。お客様一人ひとりの声に耳を傾け、ニーズを敏感に捉え、人々が望む商品を開発し続けていくこと。そして、リスクマネジメントの観点からも、商品に不具合などがあった場合には、迅速に原因を突き止め、改善へとつなげていく「品質管理」の徹底がより大切になっている。そのために、重要度が上がっているのが、日々お客様からの問合せに対応するお客様コールセンターなどの窓口業務なのである。

取扱品目は3,000点以上 ネット通販など販売先も拡大

人々の生活がある限り求められる家庭用品。フック・インテリア用品、キッチン用品、バスタイレタリー用品、清掃用品、洗濯用品まで、同社では様々な商品を扱っている。なかでも、水だけでスッキリ汚れを落とすことができるクリーナー用品『激落ちくん』は大ヒットとなり、レックの代表的なブランド商品となっている。

「現在、当社の取扱品目は3,000点以上あり、その他PB (プライベート・ブランド) として販売店様の名前で販売しているものも1,000点以上あります。家庭用品ですから新商品開発のスピードも速く、年2回の展示会で発表する新商品をメインに、年間では500品目くらいの商品が入れ替わっています」と、製造本部 製造部 品質管理課 (コールセンター) 課長代理の上山典彦氏は、同社の商品の特徴をそう語る。大手スーパーやホームセンターに加え、最近はドラッグストアや日用雑貨の量販店などでの取引高が伸びている。また、人気アニメのキャラクターを使った商品を扱っていることから、キャラクターショップやネット通販などでの売上も増えているという。

品質管理の立場から お客様の問合せに対応

同社でお客様からの様々な問合せを受けているのが、レック商品のパッケージに、連絡先として明記されている消費者サービス部である。組織上では、製造本部の品質管理部に属していて、そこには、

お客様からの声を品質管理に反映させ、商品の改善や新商品の開発に活かすという同社の姿勢が現れている。

受付は平日の9時から16時まで。ホームページ経由のメールによる問合せも含めて、月平均1,000件の問合せに4人のオペレーターで対応している。問合せが多いのは、休み明けの月曜日、火曜日の午前中で、連休明けの場合はさらに集中することもある。

「お問合せの内訳は、種々の要望が25%ほどで、あとは『使い方がわからない』『今まで買っていたところで売っていないのだが、どこに行ったら買えるのか』といったご質問が多く寄せられます。なかには、『以前購入した水筒についているストローを注文したい』といったように消耗品の注文を希望される方もいます」と、製造本部 品質管理部 品質管理課 (コールセンター) 係長の深堀透子氏は語る。

月平均1,000件の問合せに追われ お客様の生の声を活用できない

同社では、取扱商品が増えるに伴い、問合せも急激に増加していった。それまで消費者サービス部では、お客様からの問合せに対して、話を聞きながら内容を手書きでメモ。それを、あとからお客様一人に対して1枚の報告書という形でExcelシートに打ち込み、印刷していたという。そうした入力作業は大きな負担になっていた。加えて、同社では、基本的に最初に受けた担当者がその案件を一人で最後まで担当している。そのため、別の担当が受けた内容に関しては、本人が不在の場合、紙の報告書を遡って調べなければ即座に答えることができないという悩みがあった。

「月平均1,000件の報告書が毎月、紙で積み重なっていくわけですから、その中から目的のものを検索するには時間がかかります。また、お客様の対応だけで手いっぱい、せっかくお客様から生の声をいただいても、月々それを集計し、社内の関連部署に発信する時間が取れないという状況にもなっていました」(深堀氏)。



製造本部 製造部
品質管理課(コールセンター)課長代理
上山典彦様

収集したお客様の声を月次で集計。関係部署へ 分析結果を発信し、品質改善や新商品開発に活かす。

過去の対応履歴など、 情報の共有で、対応の質が向上

お客様の対応履歴が確認できず、すぐに検索もできない。それは結局、お客様をお待たせすることにもつながってしまう。さらに、紙に印刷して持っている、紛失や漏洩などセキュリティの点でも問題がある。こうしたことから、それらの課題を解決する手段として、同社では2010年にCRMateを導入した。

CRMateはクラウド型のシステムであったため、自社でサーバなどを管理する必要がなく、情報システム部の負荷を低減できるということも導入の決め手になった。

導入の効果はすぐに現れた。

「オペレーターの誰が問合せを受けても、お名前と電話番号をお伺いすれば、過去の対応履歴を画面で参照し、『誰々がいつ対応した話ですね』とすぐに話ができるようになりました。お客様にとっては、同じ人に話をしているような感覚で続きの話ができ、やりとりがとてもスムーズになりました」と、同品質管理課の大月美絵氏は、導入の効果をそう語る。

月々の集計作業の 負荷が大幅に低減

同社では、よくある問合せなどをFAQの形にしてすぐ参照できるようにしている。電話を受けたその場で即座に回答できるというのは、顧客満足度という面でも大きなメリットとなった。

「回答に時間がかかってしまい、社内で再度確認などを行うと、結果的にお客様をお待たせすることになります。それが満足度の低下につながることもあり、そうした事態がなくせます」(深堀氏)。

懸案だった月々の集計作業も格段に楽になった。集計作業は、お客様からの問合せ業務の合間を縫っての作業になる。以前は間違った入力の手直しや、全員の入力が終わったかの確認作業などにも時間がかかっていた。CRMateに月々のデータが蓄積されることで、作業負荷が大幅に軽減した。



製造本部 品質管理部
品質管理課(コールセンター)係長
深堀 透子 様

回答をしていたのです。それが、直接工場や物流センターの担当者がCRMateで調べることができるようになり、こちらに問合せをすることもなくなりました」(上山氏)。

情報が共有でき、お互いに余分な作業が必要なくなったのだ。CRMateには商品のロットナンバーも入れている。工場で見れば、いつどのラインで作られたものかすぐに把握することができる。それにより、迅速な不具合の原因究明や改善策の策定などに利用することができるようになったのである。

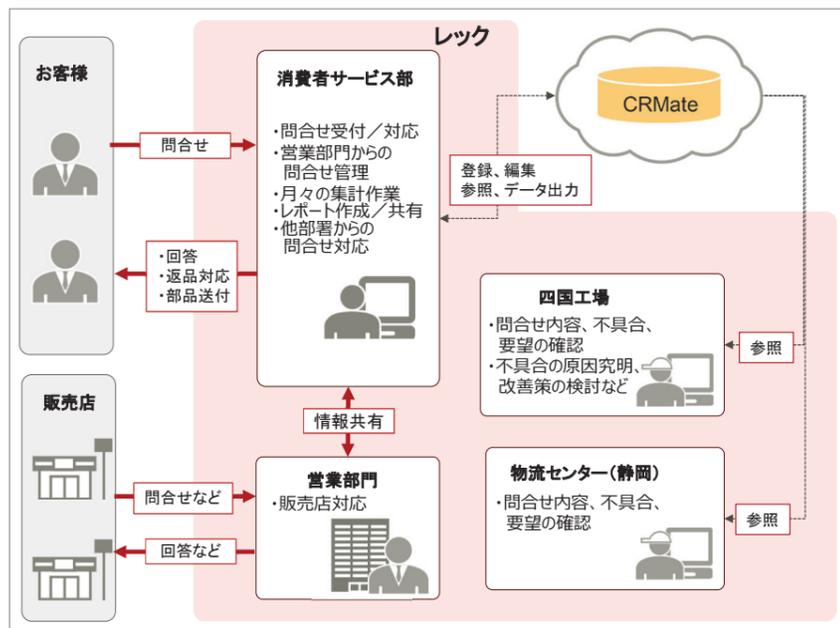
蓄積されたお客様の生の声を 貴重な財産として社内に発信



製造本部 品質管理部
品質管理課(コールセンター)
大月 美絵 様

「消費者サービス部に届くのは、実際に私たちの商品を買っていただき、使っていただいているお客様からの生の声です。まさにお客様と直接声につながっているのはこの部署だけです。それだけに、レックのお客様に対する窓口として、とにかくどういった内容なのかということをしつくりお聞きし、納得して

いただき、お客様が気持ちよく電話を切っていただけるように対応することを一番のモットーにして、日々の対応を心がけています」(深堀氏)。「お客様の問合せに対しては、最初に担当した者が最後まで責任を持って対応するという気持ちであたっています」(大月氏)と、両氏はそれぞれ消費者サービス部の想いをそう語る。実際、不具合



■ 利用イメージ

工場や物流センターで直接 CRMateを参照し、改善策に 活かす

初期の導入段階では、消費者サービス部だけでしか使っていなかったが、後に利用範囲を拡張し、製造本部に所属する四国工場や、静岡県の裾野の物流センターでもCRMateの情報を共有し、参照できるようにした。

「以前は、工場から自分たちのところで作っている商品に対して、どんな問合せが多いか、どんな不具合や要望が寄せられているかなど、問合せがありました。それに対し、こちらで一枚一枚報告書の紙の束の中から調べ、再度、Excelの報告書を作成し、



■ お問い合わせに即時対応できるよう併設されたショールーム

品に対する代替品の発送や、希望された部品の発送なども、最初に担当した人間が一貫して行っている。

現在、CRMateでのお客様対応の運用を始めてから8年が経った。月平均1,000件の問合せの履歴も1年で1万件以上。それが8年分蓄積されたわけで、蓄積されたお客様の生の声は、貴重な財産ともいえる。

「消費者サービス部はお客様からの問合せがメインです。しかし、それ以外にも全国の営業経由で寄せられた取引先からのクレーム報告などもCRMateに蓄積し、集計しています。月々のお客様の声の集計だけでなく、これまでに蓄積された様々な情報を合わせて社内に積極的に発信し、今後の商品開発や品質管理に役立てていければと考えています」(上山氏)。

蓄積された貴重な声の中から、まさに5年後10年後のレックの新たな成長の芽が、現在進行形で着々と育ち始めているのである。

(山田稚佳子)



User Information

レック株式会社

会社概要 ● 普段の生活をより楽しく、より便利に。レックではこうした想いを、家庭用品など様々な日用雑貨品にしている。「お客様が、感動する商品を一生懸命開発する」を使命として、常にお客様に目を向けた商品開発を行い、メーカーサイドからの価格破壊にチャレンジしているのである。

創業 ● 1979年10月1日
設立 ● 1983年3月17日
資本金 ● 54億9,100万円
代表者 ● 代表取締役社長 永守 貴樹
従業員数 ● 455名(2017年3月31日現在)
事業内容 ● 家庭用品、ギフト用品、企業向け販促品の製造販売ならびに輸出入
所在地 ● 本社/東京都中央区日本橋浜町3-15-1 日本橋安田スカイゲート6F
URL ● <http://www.lecinc.co.jp>

※記載されている製品名などの固有名詞は、各社の商標または登録商標です。
※記載されている肩書きや数値、固有名詞等は取材時(2018年2月)のものであります。

製品・サービスについてのお問合せは
富士通コンタクトライン 0120-933-200
 (総合窓口)
 受付時間9:00~17:30
 (土・日・祝日・当社指定の休業日を除く)
 富士通株式会社 〒105-7123 東京都港区東新橋1-5-2 汐留シティセンター
 CRMate/お客様接点力のホームページ
<http://www.fujitsu.com/jp/crmate/>