

# ▶ サントリー株式会社

## COMPANY PROFILE

会社名	サントリー株式会社
創業	1899年
設立	1921年12月1日
本社	大阪市北区堂島浜2-1-40
代表	代表取締役社長 佐治 信忠
資本金	300億円
売上高	7,970億円（単体2006年1月1日～12月31日） 1兆4,139億円（連結2006年1月1日～12月31日）
従業員数	4,398名（2006年12月現在）
事業	酒類、食品、健康食品などの研究開発および製造販売
URL	<a href="http://www.suntory.co.jp/">http://www.suntory.co.jp/</a>



### Category

業務ソリューション

### Solution

CRM

### Product

CT-SQUARE

## Innovation Report

### コールセンターのレベルアップと 攻めのVOC活動を同時に推進

年間約12万件のお客様の声を

**全社**  
**5,000**  
**人以上が**  
**リアルタイムに共有**

日々寄せられる貴重なお客様の声に、迅速かつ確実に応えていく。  
サントリーの真摯なサービスをサポートする、東芝ソリューション。

### ■ 導入背景

#### 消費者の声を全社に伝える仕組みを構築

サントリー（<http://www.suntory.co.jp/>）は、1976年、業界でも早い時期に「消費者室（現、お客様コミュニケーション部）」を設けるなど、消費者の声の収集に積極的である。移り変わりの早い消費者の嗜好をつかみ、また時代の要請に応えるため、消費者の声を品質向上や製品開発、業務改善などに活用している。同社は消費者の声を積極的に収集し、活用しようという活動を「VOC（Voice of Customer）活動」と呼び、それを推進してきた。その中心になるのが同社の「お客様センター」だ。「当初は電話のみの対応だったのですが、より多くの声を集めるために、フリーダイヤルを導入したり、eメールでの受付を始めたりしました。お客様のアクセシビリティを高めることを常に意識しています。そうして集まったお客様の声をセンターで集約し、分析した情報を社内へ発信し、全社に伝える仕組みを構築してきました」とお客様コミュニケーション部の亀田敦課長は話す。こうした取り組みの結果、同社のお客様センターは業界内外で高い評価を得るまでになった。そうした活動を支えていたのは自社開発のコンタクトセンターシステム「ハーモニクスII」だった。



サントリー株式会社

#### 「VOC活動」を強化

同社は2002年のお客様コミュニケーション部の発足を機に、より積極的に「VOC活動」に取り組みだす。「マーケティングにお客様の声をもっと生かそうという姿勢の表れでした」と話すのは、お客様コミュニケーション部の折井雅子部長だ。「私たちは清涼飲料水、酒類、食品など幅広い製品を扱っていますが、いずれも競争の激しい世界です。そこで勝ち抜くためには、お客様が今何を求めているのかを正確に把握することが重要です。そのために、センターで受けたお客様の声を全社に伝える仕組みを強化して、品質改善や商品開発、リスクマネジメントなどにつなげていこうと考えました」。同社には消費者からの声が年間あたり12万件以上集まる。その中には少数ではあるが、苦情にあたるものもある。同社ではそれを「ご指摘」と呼ぶことが徹底されている。亀田氏は言う。「『苦情』という言葉を使うと、『処理する』という意識が働いてしまいます。わざわざ電話をくださったお客様に、きちんと向き合おうと

いう気持ちが『ご指摘』にはこめられています」。今回のお客様センターのシステムの刷新も「VOC活動」強化の一環に位置づけられる。

## ■ 導入経緯

### お客様を待たせないシステムを

プロジェクトチームを組織し、課題を洗い出した結果、お客様センターのシステムが抱える問題が見えてきた。お客様コミュニケーション部の北川英康課長代理は言う。「従来の『ハーモニクス』は、お客様の声を収集した後のワークフローを重視したシステムでした。完成度は高いと自負しているのですが、その一方で、電話オペレーターが問い合わせいただいたお客様と話をしながら、リアルタイムで回答を調べたりするには十分でない面がありました」。消費者への対応という点では、専門のシステムのほうが強いのではと考え、プロジェクトチームのメンバーは展示会をまわるなどして、コンタクトセンター用パッケージの情報収集を始めた。「お客様との対応——特にスピードに課題があることが分かってきました。端末画面操作の簡易化、電話やメールに分離していた情報の統合で、それらが解決できると考え、システムの改良を考えました」（折井氏）。こうして自社開発システム「ハーモニクスII」の導入から2年あまりで、同社は、システム刷新へと動き出した。

## ■ 選定ポイント

### 要望をすべて網羅

機能以外にもパッケージには利点があった。「自社で開発するよりも、パッケージ導入の方がコストを低く抑えられます」とお客様コミュニケーション部の藤田直美課長代理は話す。藤田氏は同社の別部門でパッケージを使用した経験があり、メリットをよく理解していた。同社はパッケージをもとに新システムを構築することに決め、候補を徐々に絞り込んでいった。そして、最終的に選ばれたの

が東芝ソリューションの統合コンタクトセンターソリューション「CT-SQUARE」だった。「欲しかった機能がすべて網羅されていた唯一のパッケージでした」と北川氏は言う。決め手は、その他にもある。必要な情報を的確に表示できる画面デザイン、JavaベースのWebアプリケーションで開発されている点、発展性のあるオープンシステムである点などだ。とりわけ重要なシステムの信頼性への不安も少なかった。「東芝ソリューションのシステムは多くの実績があることに加え、他社の見学をコーディネートしてもらって、システムが稼動しているところを実地で見ることができたので、安心できました」（北川氏）。折井氏はこう続ける。「自社開発とパッケージを公平に比較できました。今考えても良い決断だったと思います」。

## ■ 運用状況

### 業務やシステムへの深い理解

新システムの開発は2006年2月から始まった。「週1回の定例会議に東芝ソリューションのシステムエンジニアが同席し、操作画面のデザインや遷移を実際に見ながら議論できたのが良かったと思います。私たちが要望を出すと、その場で手直しして確認できました。打ち合わせの時のイメージと出来上がった実物のずれがほとんどなかったのも、スピーディーに進められました」と、藤田氏が言う。「私たちが、フリーワード検索機能を持たせたい、と要望した時も、データベースのテキスト検索機能を活用した方が効果的だと、適確な提案を返してくれました」と、北川氏も評価する。そして、同社が高く評価するのが、サントリーをよく知ろうという東芝ソリューションの姿勢だ。同社の業務や「ハーモニクスII」への深い理解があったから、このプロジェクトは成功した、と北川氏は続ける。「『ハーモニクスII』は良いシステムだ、だからそれを越えるシステムを作りたい、と東芝ソリューションの担当者は言ってくれました。いいものを作ろうという気持ちが我々と一致していました」。そして2006年11月、新システム「Neo-ハーモニクス」の運用がスタートした。



お客様コミュニケーション部  
部長  
折井雅子 様



お客様コミュニケーション部  
課長  
亀田敦 様



お客様コミュニケーション部  
課長代理  
北川英康 様



お客様コミュニケーション部  
課長代理  
藤田直美 様



## 攻めのVOC活動に拍車をかける コラボレーション

新システムのユーザーは、お客様センターのオペレーターだけではなく、サントリーとサントリーフーズを含めた全社員、約5000人だ。すべての社員が消費者から寄せられた情報にリアルタイムにアクセスできる体制が出来上がったことになる。メールや電話による消費者の声が一元管理されたことで、1つの画面内にメールと電話による対応の履歴がまとめられるようになった。お客様センターだけをとりても、「同じお客様からメールで、その後電話でお問い合わせいただくことがあります。電話を受けながら、以前いただいた電話やメールの内容が確認できるので、対応のスピード、質が向上していると思います」（藤田氏）と習熟度はまだまだとしながらも効果を実感している。「ハーモニクスII」を導入して3年でシステムを刷新したことに抵抗がなかったわけではない。せっかく使い方に慣れたところで、なぜ変えるのか、という声はあった。しかし、「今やらないとお客様センターとしての優位を保てない」（折井氏）

と、システム開発の最終工程の多忙な中、社内を説得してまわった。厳しい企業間競争の中、最新のお客様の声をリアルタイムに共有し、能動的な「VOC活動」を行う同社。その取り組みを支援する東芝ソリューションという、新たなパートナーを得たことで今後大きな弾みがつきそうだ。

## Solution Focus

### 統合コンタクトセンターソリューション 「CT-SQUARE®」

**重** 要な消費者接点業務を統合化するコンタクトセンターソリューション。ビジネスニーズに合わせて、その都度設置されてきた各種センターの統合と消費者データベースの統合によるコラボレーション効果を、J2EEによる統合環境と強力なテンプレートエンジンにより導き出すパッケージ。100社以上への実績で得たノウハウをもとに、使いやすさを追求した標準テンプレートを備え、これを容易にカスタマイズして消費者の業務に合ったシステムを迅速に構築できる。

この記事内容は2007年9月に取材した内容を元に構成しています。記事内における数値データ、組織名、役職などは取材時のものです。

●お問い合わせ先

東芝ソリューション株式会社

経営企画部 広報担当

住所：〒105-6691 東京都芝浦1-1-1(東芝ビルディング)

電話：03-3457-4112 MAIL：PR@toshiba-sol.co.jp URL：http://www.toshiba-sol.co.jp/jirei/

東芝ソリューション株式会社

