



優秀賞

株式会社ミスミグループ本社

製造業ならではの商習慣とご要望、DX とカイゼンでお客さま満足とローコスト化を両立

株式会社ミスミグループ本社では、国内 11 万社の製造業中心のお客様と、複数ある仕入れ先との全取り引きを支えるコンタクトセンターを運営している。

製造業ならではの商習慣の中、商品選定には専門性が求められ、見積・注文には多彩なチャネルがあり、納品仕様や請求に特別なルールが多数存在している。同社カスタマーサポートの業務として、それらを踏まえた対応に加え、3,000 万点を超える商品を取り扱っている同社 EC サイトにも課題が存在するため、結果的にカスタマーサポートにおける人的、時間的・金銭的コストの増大、さらには、お客さま満足度にも大きな影響を与えている。今回はそのような個社別の対応を求められる中、お客様の満足度 UP とローコスト化の両立を目指し、カイゼン活動と RPA 活用による業務自動化推進に取り組んだ。

同社におけるカイゼン施策は多岐にわたる。EC サイトの課題を分析し、お客様が求める情報に辿りつけない状況を解決するため、顧客視点で解決すべきコンテンツを横断し、ボタンリンクを強調することによる押下誘導や、型式例の掲載、部材寸法を掲載、商品ページ遷移を可能にするなどの改善を行った。一方、社内においては実際の商品をお客様窓口に並べ、商品知識の向上に役立てている。高度なお問合せには、専門チームを設けて、お客様をお待たせしない体制を整えている。

業務自動化の面においては、注文時における人手対応時の個の要望には標準対応しつつ、手作業時間削減のため、自社による RPA、AIOCR を利用したローコストオペレーションを実現。お客様の要望に応える受注方法をベースとして個社別に RPA を活用し顧客の Web-EDI に対応している。RPA 開発においては自社内の業務担当者を PRA エンジニアとして活用・養成することにより、業務効率化のみならず、スキルアップのサイクルも構築することで、やりがいも創出できた。

このような様々な取り組みの成果として、商品の技術問合せは 1 件平均 1 時間を切るレベルを達成し、全体で応対時間 42%の削減、問合せ対応顧客満足度も 20%の良化がみられ、注文時の人手対応においても 66%のコスト削減に成功した。

将来は、新しい発想でさらに WEB カタログと注文との連携強化の取り組みが期待される。日本の中小の製造業で、カイゼン活動・DX 化が思うように進まず課題を抱えている企業に対し、同社がけん引役となり、ステークホルダーを巻き込んだデジタル取引改革を実現させてほしい。

今回の取り組みは自社課題を冷静に分析し、長期的、継続的な視点での様々な活動が素晴らしく、優秀賞に相応しい取り組みであると評価した。