

オムロンフィールドエンジニアリング株式会社

オムロンフィールドエンジニアリング株式会社は親会社であるオムロン株式会社が製造している ATM（現金自動預払機）・自動改札機や交通管制システム等、公共性、社会性の高い製品のアフターサービスを主な業務としている。これらの機器は特に安定稼働の要求が厳しく、障害が発生した場合には社会生活への影響が極めて高いことから、高い保守技術力、スピードあるサービスデリバリーが要求されている。

同社では、「365日、24時間サポート」を掲げ、全国にある拠点毎に顧客への対応を行ってきたが、同社で実施した顧客満足度調査の結果から、顧客からの不満が「進捗管理」や「スピード」にあり、現場での対応よりもマネージメントに問題があることがわかった。そこで同社ではコールセンターを東京、大阪に設置し、「サービスの見える化」()を具現化するためのIT化を実行した。

その内容とは、主に

(1) 受付画面での機器番号による保守履歴、機材手配、CE（カスタマーエンジニア）のアサイン情報等の入力

(2) WEB による保守契約先への CE の所在地、作業状況等、オンサイト保守の進捗状況に関する情報提供（情報の範囲は契約で規定）

で、これらの仕組みにより「サービスの見える化」を具現化し、顧客満足度の向上をはかっている。また、修理の内容によっては CE が現地に赴かなくても、顧客の操作により解決できる修復もあるため、動画による操作方法等も WEB で公開している。

さらに、同社の CE は第三世代の携帯電話を所持し、コールセンターで受け付けた内容や保守材料の状況を携帯電話で確認した上で現地に赴いている。加えて、社有車には GPS を搭載し、どこを走行中なのかもコールセンターでわかる仕組みをつくり、業務の効率化をはかっている。

同社は元々、オムロンの保守部門であったことから製造分野としてのものの見方や考え方で進んできたが、顧客視点でのサービスに取り組むべく経営トップ自らが意識を変え、一般社員を巻き込んだ改革を、IT を活用して実現したことについて「IT 総合賞」に該当すると判断した。

() 社内に蓄積された情報をお客様と共有するための仕組み

ダイキン工業株式会社

ダイキン工業は空調機器のトップメーカーであり、全社売上高の 78% を空調機器が占めている。しかし市場環境はバブル崩壊後、新規需要型から更新需要型となってきており、近年製品も均質化し顧客視点での商品、販売、アフターサービスの三位一体となったトータルサービス力の向上による更新需要を確保することが売上げ増の鍵となっていた。そこで、お客様からのすべての問い合わせに対し 24 時間 365 日ワンストップで対応し、あらゆるコミュニケーション手段を確保し、最新の IT 化により距離と時間を短縮し、CS（顧客満足度）の向上を図ることが売上げ増、ひいては企業の拡大に繋がると判断し、コンタクトセンターの設立を行った。

グループ経営理念でも「次の欲しい」を先取りし、新たな価値を創造すると謳われており、「顧客第一」を視点とした IT 武装による経営革新をはかることが課題であり、それには顧客の声をしっかり聞き、社内に発信する組織、窓口が不可欠であった。

コンタクトセンターは、従来活動していた全国の問合せ窓口 88 拠点を統合化して東日本（東京）、西日本（大阪）の 2 ヶ所に集約した。基本的には修理受付、技術相談、部品受付、その他の 4 つのグループを選んで頂く事によって、集中する問合せのワンストップ化を図っている。システムとしては ICM（Intelligent Contact Manager）を導入した最新 CTI システムを使用し、ワンナンバーで運用しており、電話の応答、発信、切断、転送はパソコン上で GUI 化し手間を省き間違いを解消し的確で迅速な対応をはかっている。また、コンタクトセンターと現場で修理作業をおこなうサービスエンジニア（SE）をオンライン化した独自のモバイルシステム「e-SWAT」には修理作業情報、技術情報、部品情報、SE 情報が格納されており、顧客からの機種名、故障状況を入力すると SE の空き、を自動検索し、いつ訪問できるかがオペレーターの画面に表示されるので顧客にその場で答えることができるなど素早い対応で CS を向上させた。一方 SE はモバイル端末機で、技術情報、部品情報を見たり、作業行動順や部品の手配ができるようになっており、よりの確な修理サービスを実現しサービス業務の改革をはかった。又、ものづくりでは、顧客とのやり取りの中で開発部門に提供する必要がある情報を毎日マイニングし翌朝には「お客様の生の声」として届けられる独自の CRM システムを構築している。これらコンタクトセンターの IT 武装により各部門にリアルタイムに情報が提供され、その業務スピード、情報提供、顧客からの評価等から社内における顧客視点での業務改革のセンター的な役割を担っている。これらの活動を評価し「IT 総合賞」に該当すると判断した。