

# 導入事例

## 有限会社播州ハム工業所

ネット販売を中心に、新規顧客の拡大を続けている有限会社播州ハム工業所。そのこだわりのおいしさが口コミで広がった秘訣は、顧客の声を聞き商品に反映したことにプラスした‘感動’というスパイスだった。‘感動’を生むための秘訣とは？

プロの誇りがつくる味

# 播州ハム

www.ham.co.jp

会社名：有限会社播州ハム工業所  
創業：昭和25年2月  
所在地：兵庫県姫路市久保町127  
事業内容：ハム・ソーセージの製造・加工・販売  
http://www.ham.co.jp/

### 広告費「ゼロ」で口コミを広げたネット販売

「食べる喜びと感動を伝えたい」と素材や工程にこだわったソーセージ・ハムを50年以上もの間、作りつづけている有限会社播州ハム工業所。インターネット販売が中心の同社の商品は、そのおいしさが口コミで広まり、今ではおいしいこだわりのハムとして『どっちの料理ショー』の特選素材に取り上げられたのを始め、各雑誌・テレビ番組で紹介されるほどの人気だ。

しかしインターネット販売を始める前までは、「正直あまり売れない」状況だったという。同社のハムは製造に日数のかかる手造り生産を行なっている。そのためカタログ販売など届けに時間がかかる販売方法では、注文数と生産数のバランスを予測することは非常に難しく、市内で店頭販売をしているに留まっていたのだ。当時、情報発信をしていく手段やネームバリューがない中で、もっとたくさんのお客様に適正な価格で一番おいしい時にお客様にお届けしていく手段として出会ったのがインターネットである。

インターネットでは、中間に問屋が入らないため、販売する側にとってもお客様にとっても適正な価格で販売することができる。さらに情報発信をすることで全国の人に知ってもらえる機会が増えると同時に、お客様の声をたくさん収集できるようになるのだ。

「それまで造っていたものはただの製品でした。お客様の声を聞いてそれを製品に反映する。そうして初めて商品になったのです。お客様のご意見から包装の方法を変えたり、たくさんのお味を楽しんでいただけるようにセット商品を出したり、それを可能にしたのがインターネットです。店頭でいちいち感想を聞くことはできませんからね。インターネットが無かったらハム屋自体続かないかもしれません(笑)」(代表取締役社長 堀田氏)



有限会社 播州ハム工業所 代表取締役 堀田周郎様

お客様の声を集めることを基本のコンセプトとしている同社では、

もっとたくさんのお客様の声を聞き対応していく体制を作るために「サイボウズ メールワイズ」が導入された。

### 個人用のメールソフトで続いた悪循環な状態

インターネット経由で届くお客様の声は、お礼やご意見、見積もり依頼や食べ方の質問など月に500件から600件ほど届く。メールワイズ導入前は、メール対応の履歴が分散しないよう一台のパソコンのみでメールの送受信していた。使用していたメールソフトは一般的な個人用メールソフトである。そのため、一人がそのパソコンを使用している時は他の人はそのパソコンを使えない状態だったという。つまり複数人でメール対応をしていても、それぞれのパフォーマンスを有効に活用することもできない状態だったのだ。

お問合せ対応に漏れが始めたのは年末の繁忙期だった。至急対応が必要な問い合わせに夕方になって気づいたり、忙しさのあまり問い合わせ対応をついつい後回しになったりといったことが度々発生してきという。メール送受信を行なっているパソコンが使用されているのは、誰かが手が空いていても対応を手伝うことができない、また一人が返答を書き、他の人が内容をチェックしてから送信していると時間がかかるといった悪循環が続いたのだ。

「そんな時に思い出したのが、以前知人の中で話題になっていたメールワイズでした。Web型で、各々のパソコンから履歴を一元管理できるのであれば、今の問題は解決できるのではないかと思います。」(堀田氏)

メールワイズは45日間無償で全機能を試すことができる。お問合せの対応体制に危機を感じた堀田氏はすぐに試し始めたという。

### 直感的な使いやすさとサポートに感動

これまでも早い段階でデータベースや、他のソフトを導入しているという同社。その理由は、ハム造り以外のルーチンワークはできるだけ機械に任せ、そこで生まれた余裕の時間をより丁寧なお客様とのコミュニケーションを取る時間に回すためだという。「作業量の増加を人海戦術で乗り切ろうとすると、売上が上がるほどコストもかかります。例えば一人アルバイトを増員すると、時給800円で一日に4時間だけお願いしたとしても月にだいたい65,000円ほどかかります。1年で換算すれば、すぐにソフトの導入価格は充分元が取れますから。」(堀田氏)

当初、コンサルタントの会社に相談してカスタマイズしたソフトの

導入も検討したが、結局メールワイズを導入した同社。堀田氏に理由を聞いてみた。

「メールワイズは直感的に使いやすかった。サイボウズのサポートで何年も使われて、本当に使っている人の声反映されているからこなれている( )。もし数百万円かけてカスタマイズしたとしても、1年くらいは改良が続いて、結局は使えない可能性が高い。そんなことに足踏みしている時間はありませんから。実際メールワイズは、教育らしきものは必要ありませんでした。」(堀田氏)  
さらに、堀田氏に導入を最終的に決断させた理由はサイボウズのサポートセンターの対応だったという。

「ソフトの素晴らしさにプラスして、サイボウズに問い合わせをした時いただいた返答のスピードと内容に感動したからです。人間味を感じさせる対応で昨今の自動返信や定型だけの素っ気無い返答とは異なりました。」(堀田氏)

「サイボウズ メールワイズ」は顧客の声を聞くために社内システムとして開発され、実際にサポート部で4年間培われた後、製品化されました。

## スピーディーな対応がより丁寧な対応を可能に

導入してから数ヶ月の同社だが、今までひとつのパソコンで共有していた履歴を各々のパソコンから同時に見ることができるようになって、確実に対応漏れがなくなったという。また質の高い対応を素早くできるようになったので、対応に余裕が生まれてきたという。

「メールワイズではテンプレートをいくつも作っておいてメール返答時に挿入することができます。一から自分の言葉で書こうとすると時間がかかりますが、テンプレートを参考にすると返信しやすくなります。マニュアルの代わりになるので質の高い対応を保つこともできます。ここで注意しなくてはいけないことは、テンプレートはあくまでベースだけで自分の言葉もきちんと添えること。気持ちを込めること。これが大切です」

最近同社では、新規に商品を購入されたお客様に手書きでお礼のハガキを出すことを始めた。

「業務効率化が進んで確実な対応ができるようになっただけでは、あまり意味がありません。やっぱり人と人とのコミュニケーションには感動がないと、感動があるとお礼や意見を言いたくなる。手間を効率化した分を丁寧な対応に費やすことで次の売上にも自然と繋がっていきます。メールマガジンとか機械的で一方的なコミュニケーションではなく、丁寧で双方向な接点を増やすことが大切です。」(堀田氏)



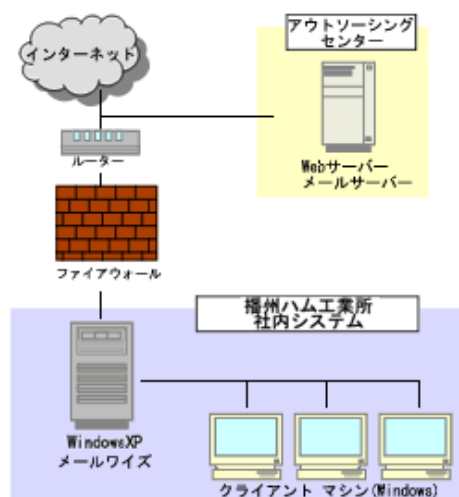
## 感動が売上に繋がる秘訣

インターネットからの情報発信と顧客の声の収集は、結果的に多くの新規顧客と繋がった。顧客の声にもっと耳を傾ける体制が整った今、フリーダイヤルを一部で公開するなどさらに接点を増やした。最近では個人のお客様だけではなく、デパートや各スーパーからも商談が来るようになったという。今後はメールワイズを使いこなし、手間をかけた丁寧な対応を増やしていく考えだ。同社では、お客様からお礼を実際にハム・ソーセージを作る工場の職人達にも見せている。

「不思議なことに同じ材料・同じ製造工程でも、さらにおいしいハムができるのです。お客様からいただく感動は弊社のハムをさらにおいしくしているのです。コンピュータ全盛の今だからなおさらこれから人間がキーワードになってくると思っています。」(堀田氏)

こういった一つ一つの気持ちと手間が、新規顧客を拡大し、リピート率を高めている。これは単に商品がおいしい、というだけでなく顧客に感動を与えるだけの手間をかけた対応が顧客の心を掴んだことが大きな要因であろう。その姿勢は学ぶべき点が多い。今後の躍進にも期待したい。

## 基本情報



利用製品:サイボウズ メールワイズ

業種別区分:食品製造業

管理者レベル:兼任管理者

システム概要:[社内サーバー]Windows XP