



株式会社モンテール

株式会社モンテール ホームページ <http://www.monteur.co.jp/index.html>

サイボウズ デヂエ <http://d.cybozu.co.jp/>

1954年創業の株式会社モンテールは、洋生菓子の製造・販売を行っている。1991年に、シュークリームやプリンといった洋生菓子市場に参入。当時、専門店では扱っていなかった洋生菓子を、毎日食べられる“身近な存在”にしたいという思いから、コンビニ、スーパーなど『セルフ市場』への流通ルートを開拓した。以後、12年連続で売り上げを伸ばし続けており、おいしさにこだわり続けたモンテールの商品はチルドデザート分野でトップシェアを誇るまでになっている。モンテールは手づくりのおいしさを実現し、お客さまに感動していただけるような商品さにこだわり続けたモンテールの商品を生み出す為に、理想とする素材や製造システムを追求し、洋生菓子メーカーでありながら牛乳プラントを併設した産地直結型の“つくば工場”を建設。ISO9001(品質管理)や HACCP(衛生管理)も取得している。

また、徹底した衛生管理と原材料にこだわり作られた商品を全国各地に提供するために、自社で培ってきた製造ノウハウを外部工場に提供し委託生産を行うという、メーカーフランチャイズ制度(MFC)も導入。1994年に発売開始した『プチシュー』は1000万パックを超える大ヒットを記録し、現在も『牛乳と卵のプチシュー』として定番発売されている。2004年に設立50周年を迎えるモンテールは「顧客感動」を実現するために日々邁進している。

モンテールがサイボウズ製品を導入したのは2000年4月「サイボウズ Office 3」から。

2002年11月に「サイボウズ デヂエ」を導入し、クレームの進捗管理、ISO文書管理等に活用している。

HACCP(ハサップ)危害分析・重要管理点・・・米国NASAがアポロ計画において宇宙食の安全性を限りなく100%に近づけるために考え出した食品衛生管理の手法。



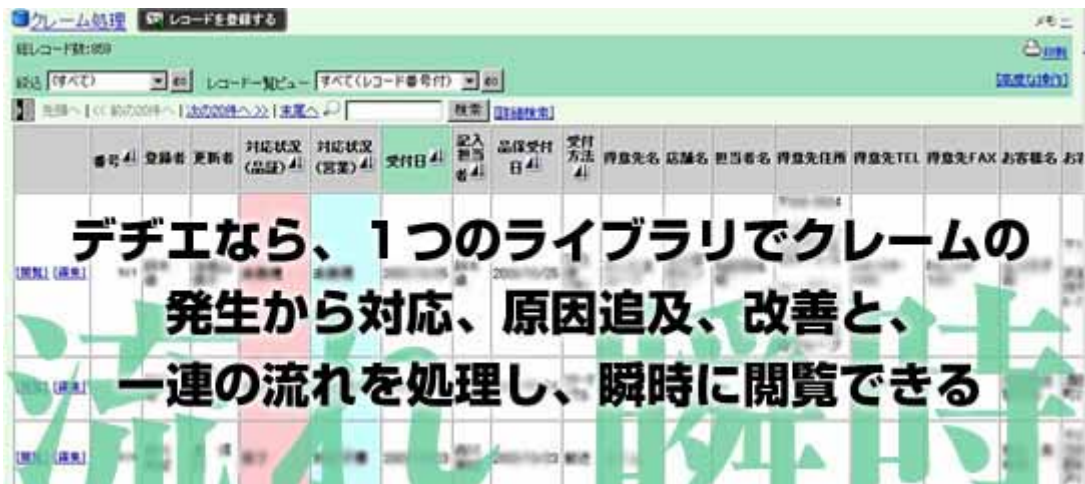
株式会社モンテールの拠点は、東京(本社)、埼玉(八潮工場)、茨城(つくば工場)と3箇所に分かれる。本社と工場は、IPVPNの専用線で結ばれ、情報共有が行われている。サイボウズ Office との出会いは、2000年4月。それまでは、行動予定をホワイトボードで共有していたため、社内では『今誰がどこにいるのか?』といった問い合わせが各拠点から発生していた。経営企画室長の鈴木 智也氏は、『何か解決できるものがないか』といろいろ探していた。そのとき、広告でサイボウズ Office に出会った。試用期間中にソフトの検証ができること、軽いこと、メンテナンスに手間が掛からないという点を評価し、導入に至った。デヂエの導入は、2002年11月。当時行っていたクレーム処理方法を改善したいと考えていたことがきっかけだった。

「デヂエを導入しようと思ったきっかけは、クレームの処理です。当時は複写式の紙に、クレームを受けた者が手で書き入れ、品質保証部にFAXし、同部員が直接対応するという流れでした。当社の場合、洋生菓子を取っていますので、クレームが入った時点で素早く対応する必要があります。対応処理に問題はなかったのですが、クレーム対応後の記録や社内連絡といった面で、苦労していました。全社的に管理(情報共有)するためにファイルして、工場と本社に回覧していましたが、処理後の原因追求や効果測定などをする時は、また別にコピーをとる必要があるなどの手間が生じていました。」(鈴木 智也氏)

「2000年2月のISO取得時には、記録管理・文書管理の徹底が必要になったため、現行よりも整理したメンテナンス方法としてExcelでデータ管理するようになりました。当初は管理できていたのですが、情報が増えるにつれ問題がでてきました。クレームを受ける場所は東京本社、処理を行う場所は茨城のつくば工場。クレームの入力と処理をするタイミングが重なってしまい、一方がファイルを編集できないなど、バッティングするケースがありました。また、画像なども添付するようになると、ファイルの容量が大きくなり開くのに時間が掛かるという問題も起こり始めました。」(品質保証部 ISO事務局リーダー 鈴木 卓氏)

Excelでのクレーム情報管理では、情報量が多くなるにつれ、情報を探し出すスピードも遅くなった。過去の事例を見たいと依頼があったときに、直ぐに対応できなかったという。

「情報量が多くなると、Excelによるデータ管理の限界を感じます。ファイルのサイズが重くなり、動作に時間が掛かる。それで何か解決策はないかと考えていた時期に「デヂエ」が公開されていたので、試用後直ぐに導入しました。」(鈴木 智也氏)



株式会社モンテールでは、クレームはフリーダイヤルやメールで送られる。クレーム対応のフローは、以下の通り。

<<クレームのフロー>>

1.フリーダイヤルは、主に営業部の受付スタッフが受ける

メールに関してはCS室で受ける

2.受付要員が、デヂエに入力し、品質保証部が適宜チェックする

(緊急の場合は、デヂエ入力後に入力した担当者が品質保証部に電話連絡をする)

3.品質保証部がクレーム対応する

製造現場以外に原因があるものは、当該部署が対応する

クレーム処理を デヂエ で管理するようになってから、過去のデータを効率よく管理できるようになった。1レコードで、クレームの発生から対応、原因追及、改善の一連の流れを処理・記録することができるようになり、検索して過去の履歴を閲覧することが容易になったという。

「デヂエ はデータ検索しやすいという点も楽ですね。Excel によるデータ管理をしていたときは、フィルタ機能や文字列検索等、記憶をかなり使いながら検索していました。今では、いくつかのキーワードや推測だけで、知りたい情報を探し出せるようになりました。」(品質保証部 課長 星 保行氏)

同社で受けるクレームは、月に 50 件ほど。その内、製造現場での原因によるクレームは 100 万個中 3 個という低い率である。食品製造としては少ない数だと言う。スーパーだけではなくコンビニエンスストアでも同社の商品が売られているが、『月間クレームゼロ』の表彰を受けることも多いという。これは、製造過程で高度な衛生管理、品質管理が行われている賜物であろう。『モンテールの商品であれば間違いがないし、安心だ。』とお客様に思ってもらうための管理として、ISO9001 を取得し、NASA が宇宙食を作る際の品質管理基準としている HACCAP を導入している。事実、モンテールの商品はリピート率が非常に高く、逆にクレーム率は非常に低いということだ。また同社は製造メーカーである為、パソコンを持たず現場で仕事をする人が殆どという職場環境を考慮して、データによる閲覧だけでなく、食堂や休憩所にプリントアウトしたクレーム集計ファイルを置いたり、掲示板に貼り出す等の工夫により、お客さまの声を全社共有している。

記載された商品名、各製品名は各社の登録商標または商標です。
記事中の情報は、記事執筆時点のものです。このファイルに掲載されている記事、写真、図表などの無断転載を禁じます。



同社では、クレーム処理管理の他に、ISO 文書リストの管理もデヂエで行っている。ISO 文書リストの管理は、稼働してまだ2週間くらいということだが、リスト名と概要を登録し、どんな文書があるか探したい、最新版をみたいという要望に応えることができたという。

「ISO 文書リストの管理は Access を使い、今までは私1人で行っていました。勤務地が変わったため、別の人間に引き継いだものの、時々遠隔でメンテナンスをしている状況でした。やはり Access だと、作る人の癖がでてきてしまって、それ以外の人ではメンテナンスや検索が難しいという問題がでてきてしまうのです。そこで、クレームで使われて実績のあった デヂエ に移行しようと思い、望月さんに依頼したんです。」(鈴木卓氏)

「Access で作っているものを見せてもらい、依頼を受けてから完成するまで、実は1日もかかりませんでした。管理者権限を設定するのも、非常に簡単でしたから管理者とクライアント側の意見を聞くだけで、直ぐに反映できました。Access で行っていた管理は大体移行できたことは勿論 Access のデータを CSV で出力しデヂエに取り込みましたので、データ移行も容易にできました。」(望月氏)

「大量のデータがありましたので、そのデータを簡単に移行できなければやろうと思わなかったですね(笑)。」(鈴木卓氏)

作るのが簡単というのは大きい、と鈴木 智也氏は言う。デヂエがない環境の発想だと、Excel や Access で行うため、ファイルが重くなり、メンテナンスも大変、検索が難しいという問題がでてくる。作る側としては、一旦作った後にメンテナンスを頼まれることがなくなり、現場に任せられるというのが、デヂエの利点だ、と語ってくれた。



もう一つ、ファンレターや改善要望の連絡に関しても、お客さまの声を社内で共有するという目的で デヂエによる管理を行っていたという。

「ファンレターは、最初はフリーダイヤルや手紙で連絡がありました。そこでクレームと同じように複写の紙に書いて、手紙はそのままファイリングしていました。現在はホームページの開設に伴いメールによるお客様の声为主体となっています。メールソフトで対応をしていましたが、対応履歴を残して皆が見られるようにとデヂエ に対応履歴を転記することにしたんです。製造業なので、直にお客さまに触れ合う機会が少ないため、皆に生の声を見てほしかったんですよ。」(鈴木 智也氏)

ファンレターは、月に 100 件以上。クレームの数倍も来るのだ。『おいしかった』とか『こうしてくれたらもっとよくなる』という内容が、驚くほど熱心にかかれてくるといふ。2000 年にホームページを開設してからは、メールによるお客さまの声の数が多くなってきたため、現在は対応をメールワイズで行い、履歴もそちらで管理しているということだ。



クレーム処理管理を デヂエ にすることで、クレームの内容から進行状況、処理内容が一つのライブラリで管理でき、情報の検索が非常に迅速になった、と星氏は語る。

「クレームというのは、それをきっかけとして、次回から繰り返さないという是正に結びつけたいとためなんです。従来ですと、様式をつくって手書きで書きながら進行していたので、クレーム内容情報と進行情報を見る紙が 2つあったんです。一件一件はこれでいいが、1年たってまとめて見ようとおもったら本当に大変でした。デヂエ にしてからは、処理後の管理まで可能になりました。」(星氏)

「デヂエ だと管理もしやすく、手で書くよりも早いし、検索も簡単なのでクレームの受付担当者の処理が迅速になりましたね。」(鈴木 卓氏)



今後は、他部署の業務にもデヂエを導入して運用を検討していると鈴木 智也氏は語った。

「ライブラリの管理者は、ここにいるメンバーを含め、除々に増えてきました。今は、デヂエの運用は、クレーム処理管理と ISO 文書管理がメインですが、各部署の日報や問い合わせメールの FAQ(テンプレート)など試しに作ったりしています。ライブラリ作成は本当に簡単ですね。一般の DB ソフトだと、使用するまでに一定期間が必要となるが、デヂエの場合はどちらかという業務内容や運用フローを知っていれば作れるのがいいところです。今後は各現場でのライブラリ管理者を増やしていきたいと思っています。」(鈴木 智也氏)

また、単に情報を集めるだけでなく、蓄積された意見や要望をどのようにして商品に反映させるのか、という仕組みをきっちりと作っていききたい、と望月氏は語った。

「システムを使って顧客との結びつきを強くしようと思い、CRM を導入することも検討しました。しかし、導入計画は立てられても実際の運用体制を整備する迄に時間が必要となるといった諸問題がありました。サイボウズ製品であれば費用対効果も高く、まず使っていけるというところが魅力的です。『今』を共有しながら今後を考えることが可能であれば、将来的に CRM を導入する際に計画が立てやすく費用対効果も期待できるシステムが構築できると考えました。今後、サイボウズ製品では間に合わないというレベルになれば嬉しいです。」(望月氏)

モンテールが目指すのは、単に売上や規模を拡大することではなく、オンリーワンの企業であること。そのため、「顧客満足」は当然のこととして、それ以上の「顧客感動」という考え方を、全社員が共有している。これまでにモンテールが積み上げてきた実績や信頼も、すべて「顧客感動」を生み出していくために取り組んできた結果である。そして デヂエ もモンテールの中で活用され進化してきた。2004 年には、設立 50 周年を迎えるモンテールは、今後も「顧客感動」の実現のための取り組みを推進していくが、デヂエ もモンテールのような企業で活用され更に進化し続けていくことだろう。



基本情報

システム概要図

利用製品	サイボウズ デヂエ（プラン 20） サイボウズ メールワイズ サイボウズ AG 基本セット サイボウズ AG プロジェクト
業種別区分	製造業（食品）
管理者レベル	兼任管理者
システム概要	[サーバー] Microsoft Windows2000 Server [クライアント] Windows クライアント
ネットワーク	各拠点は VPN の専用線で結ばれている。ファイアーウォールを通じて、インターネット網へとアクセスする。

