

## 導入事例

### 株式会社モンテール

徹底した「顧客視点」に立ち、お客様を感動させる商品を世に送り出している株式会社モンテール。365日走り続ける製造メーカーが、お客様の“声”を聞くために選んだ方法とは？



会社名 株式会社モンテール  
創業：昭和29年10月  
所在地：東京都足立区鳥根4-23-22  
事業内容：洋菓子の製造および販売  
<http://www.monteur.co.jp/>

#### 洋生菓子を“身近な存在”に。12年間で売上高6倍の成長率。

株式会社モンテールは、昭和29年創業の洋生菓子メーカー。1991年に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。以後、12年連続で売り上げを伸ばしている。

“お客様に感動して頂けるような商品を生み出していきたい”という信念のもと、ロングセラー商品「牛乳と卵のプチシュー」や「牛乳と卵のシュークリーム」など、お客様に愛される商品を数多く世に送り出している。来年50周年を迎える同社は、商品・サービスに更なる磨きをかけ、「顧客感動の実現」を目指している。



#### お客様の“生の声”を聞きたい。メールソフトには限界があった。

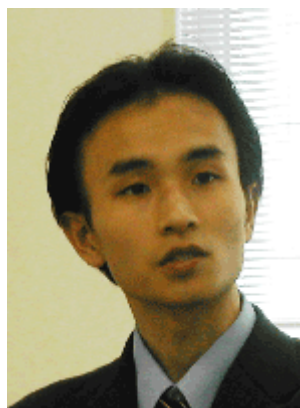
同社は、2000年にホームページを開設した。多くのお客様にモンテールの商品へのこだわりを知っていただきたい、お客様の“生の声”を聞きたい、という思いからだ。

「ただ美味しかったと伝えなかった」という何十行にもわたるファンレター、商品のカロリーが知りたいとの要望、近くに取扱店がなく困っているなど、様々な“声”が届くようになった。メーカーである同社にとっては、お客様と直接接することができる貴重な窓口となっている。

商品への感想や要望などの意見についてはメールが主体になってきており、現在では月に100通以上のメールが届く。お客様からのメールは個人用メールソフトを使い、複数人の担当者が共通アカウント宛のメールを受信して対応していたという。

「拠点が離れていることもあり、複数の担当で役割分担をしながら対応していましたが、進捗の管理がとても難しく、処理中なのか未対応なのか判断しにくい問題がありました。また、同じお客様からご意見を頂いた時に記憶を頼りに対応しなければならず、返信履歴の検索も時間が掛かりました」と望月氏は導入前の状況を語る。

個人用メールソフトでの対応に限界を感じ始めていた頃、サイボウズメールワイズ発売のニュースを聞いたのである。



株式会社モンテール 経営企画室 リーダー 望月 政春 氏

#### システム構築に時間を掛けず、商品・サービスに時間を掛けたい。

「顧客管理を考えたときに『CRM製品』の導入も検討しましたが、社内的に運用体制面の不安もあった為、CRM製品の導入は時期尚早という状況でした。メールワイズであれば費用対効果も高く、導入に時間が掛からない、データを蓄積して社内情報で共有化できるという点に魅力を感じました。」(望月氏)

「洋生菓子という新鮮な商品を製造・販売していますので、365日ジャストインタイムの体制で対応しています。従って、業務処理も日々スピーディーに変化に対応していかないといけない。最初から大きなシステムを構築してしまうと、業務フロー変更等によりシステム修正が必要になった時、柔軟な対応が出来なくなると考えました。」(鈴木氏)

日々の業務を止めることなく短期間に導入できること。業務を効率化でき、そして、お客様の声を有効に活用するためのシステムであると判断され、メールワイズの導入が決定したのである。

「サイボウズ製品共通で言えることですが、使い勝手がよい、軽い、メンテに時間がかからないのが良いですね。試用期間があるので、まずはソフトの適合性の検証ができることも大きいです。」鈴木氏はサイボウズ製品の魅力を語ってくれた。



株式会社モンテール 経営企画室長 鈴木 智也氏

## メンバー間のコミュニケーションが円滑に、メール返答業務の効率化に成功。

同社では、東京と埼玉という離れた拠点にいるメンバーでメール対応を行っているため、東京で返答文を作成し、埼玉のメンバーに送信前の内容確認を依頼することもある。このような返答が難しいメールへの対応を他の拠点の担当者に依頼することも簡単になった。以前はメールの対応状況を確認するために、電話で連絡を取りあうこともあったという。

「メールワイズを導入してから、進捗状況等の情報共有が簡単に行えるようになりました。他のサイボウズ製品同様に操作性も高いので、非常に効率は上がってきていますね。ケアレスミスも少なくなりました。」(望月氏)

商品の成分についての問い合わせや、取扱店の問い合わせなど、多く寄せられる質問は、テンプレートとして登録している。処理の効率化だけでなく、テンプレートを作成中に内容を十分に確認することができるので、返答メールの質も向上したという。

また、クレームメールに対する社内対応の状況も分かるようになったという。同社では、商品に対するクレームはサイボウズ デヂエで管理されている。(注 1) メールでクレームが寄せられた場合も、デヂエに登録する際にコメント欄にその旨を記載しておくそうだ。

「担当者に確認しなくても関係者に連絡がいているな、とすぐに分かります。コメント欄はいい伝言板ですね」(鈴木氏)

## 広がる使い方。次は全社的な活用を。

仕組みは整ったので、次はデータの使い方が課題であると望月氏は語る。

「メーカーとしてお客様と直に接する機会が少ない中、メールワイズはお客様との窓口として重要なツールになっています。クレームも含めて、ご意見やご要望などお客様の声を社内にどのような形で取り上げ、商品改善から開発まで結びつけていくか。これが今後の課題になります。あとは私たちの使い方次第だと思っています。」(望月氏)

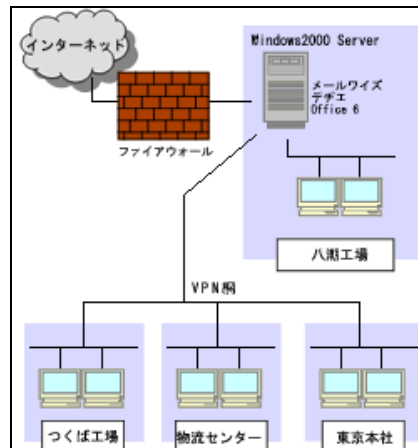
また、お客様の声の対応だけでなく、他部署の業務にも取り入れていく考えである。この考えのヒントになったのがメールワイズの事例(注 2)だったという。

「今後はメールアドレスを共有している部署やプロジェクト単位で活動しているグループ等にもメールワイズで管理していこうと考えています。」(鈴木氏)

ここ、株式会社モンテールでは、メール返答業務の効率化を実現するだけでなく、顧客視点に立った商品作りを実現するために、お客様の声を有効に活用していくという。今後の商品、サービスにもさらなる期待が高まる。

注 2: サイボウズ株式会社 営業部 の導入事例「メールを共有することで組織としての営業力が向上した」

## 基本情報



利用製品: サイボウズ メールワイズ/サイボウズ デヂエ/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

管理者レベル: 兼任管理者

システム概要: [社内サーバー]Windows 2000 Server