

4000名規模の顧客サービス向上基盤の構築、業務成功に導くスピード化を実現



株式会社ベルーナ

利用人数 : 3700名
 利用製品 : サイボウズ ガルーン 2
 サイボウズ デヂエ
 業種 : サービス業
 ホームページ : <http://belluna.jp/>

通信販売事業大手の株式会社ベルーナは『健全なる冒険』『顧客指向・顧客密着』を合言葉に、常に顧客の声に耳を傾け、顧客の声に基づいたサービスを提供している。創業時から続くカタログを中心とした紙媒体での通信販売事業は、40代～60代の主婦層から絶大な支持を得ている。近年では20～30代女性を中心とした若年層向けにインターネット販売を強化するなど、新たな顧客層の開拓にも積極的だ。多様化する顧客にも最適なサービスを提供することで、規模を拡大している。

そんな同社ではIT投資にも非常に積極的だ。通販事業を中心としたダイレクトマーケティング事業は顧客と対面することはない。だからこそ、顧客の心理や動向を知り、次のサービスに生かすシステム投資が重要だと捉えている。今年の1月には総投資額20億、2年6ヶ月にも及ぶ大規模な基幹システム再構築し、商品の配送日数を7割削減させることに成功したという。顧客へタイムリーに商品を届ける基盤を再構築することで、リピーター増加につながるなど新システム投資は売上拡大にも貢献している。積極的なIT投資が事業の成功に繋がっているといても過言ではない。

そんなベルーナでは、社内の情報共有ツールとして「サイボウズ ガルーン 2」を4000名近くの規模で活用している。同社の成功の裏側で「今ではなくてはならない存在」と言われるまでに活用されている「ガルーン 2」。いったいどのような点が事業を支えているのか、その活用法と効果について取締役 情報システム本部長 野村 育孝氏、情報システム本部 IT設計室 部長代理 遠藤 修史氏に伺った。

導入の背景

『全社員が使いこなせるITツール』の導入を求める

ベルーナでは、2001年ごろから情報システム本部を中心とした一部のユーザーのみでクライアントサーバー型のグループウェアを導入していた。しかし、個別のクライアントにインストールしなければ使えない点はシステム管理者の負担も大きく、ユーザー側としてもユーザビリティ、操作性含め「使い勝手が良くない」という意見が出たことから全社的な活用は難しいと判断したという。

そして2002年の初頭、たまたま当時のシステム担当者がWeb上で「サイボウズ Office 4」を見つけた。サーバーにインストールするだけで社内の誰でも使える手軽さ、管理コストがかからないメンテナンスの利便性、分かりやすいインターフェースなど従来のグループウェアのイメージを変える使い勝手で、一部のユーザーの間で再びグループウェアの運用を開始した。

とはいえ当時の「Office4」運用は、『使いたい人だけが申請して使う』という体制を取っており、全社展開しているわけではなかった。当時のベルーナは商品仕入れの取引先等と連絡する手段は電話やFAX、郵送でのやり取りが主流で、ユーザー側もグループウェアシステムの必要性をそう感じていなかった、と野村氏は語る。



▲取締役 情報システム本部長 野村氏

「当時、商品企画部門などは朝会社に来てパソコンを開く人が3割くらい。2006年になってようやく1人1台にパソコンが行き渡ったような状況でした。」（野村氏）

このように、情報システムの普及率もそれほど高くない状況であったベルーナであるが、後に「Office 4」は全社展開されることになる。今までは顔を合わせて手帳を見ながらお互いのスケジュールを確認し、予定の調整を行っていたが、「Office 4」ではクリック1つで相手とスケジュールを共有、調整できるようになった。また、社内の連絡は内線と違い、在席、不在に関わらず「社内メール」でやり取りができるなど、日々の業務効率も大幅にアップしたという。そうするうち、徐々に「自分たちの部門でも利用したい」と申請するチームが増えて行き、初めは 200名程度だったユーザー数が最終的には700名規模にまで達した。

「さすがに300名を推奨とする「Office 4」を700名で運用することは、製品仕様上厳しいものがありました。活用頻度が高いこともあり、保存データは1週間程度毎週決まった曜日にデータを消去したりして、何とか運用している状況でした。大切なデータや必要なデータも短期間で一斉に削除し続ける運用では、過去の履歴も参照できず非常に不便だという声も上がり、大人数でも快適に使えるグループウェアの導入を検討することになりました。」（遠藤氏）

4000名規模の顧客サービス向上基盤の構築、業務成功に導くスピード化を実現

導入の決め手

業務改革を目的に、「全員に使ってもらうこと」を一番に考え機能よりも使いやすさを重視

大規模向けの新たなグループウェアを検討する際「ガルーン 2」以外にもいくつかのグループウェアと比較検討を行ったという。各グループウェアを比較する上で特に重視したポイントは、機能面よりも『全社員が使ってくれる』という点だった。リプレイスにあたり、メールや社内の連絡は全てグループウェア上に集約して「ガルーン 2」を見れば社内の情報は全て共有できるという環境を作る狙いがあったためだ。一部のユーザーが使いこなせていても、ITに馴染みのないメンバーが使わなくなってしまえばリプレイスの意味が無くなってしまおう。

「比較したグループウェアのうちの1つは、「ガルーン 2」と比べると費用が2倍以上の見積りでした。実際にそのグループウェアを一部のメンバーで試験的に検証したのですが、「まずどこから何を操作すれば良いのかも分からない」というレベル。これでは導入しても難しくて使いこなせないユーザーが続出すると判断し、候補から外しました。」（遠藤氏）

「全員に使ってもらう、という点を重視するのであれば、そのグループウェアがたとえ半額の費用であっても当社では導入していなかったと思います。」（野村氏）

最終的に一番の決め手となったのは、今まで使っていた「Office 4」で馴染んだインターフェースを引き継いで使い続けられる点であった。今まで情報システムの普及率も高くない状況だったベルーナで、ほぼ全社的に「Office 4」が普及したという実績は「ガルーン 2」導入を後押ししたと言えるだろう。

また、ベルーナでは繁忙期にはコールセンターを中心にパート、アルバイトなど有期雇用者を多く採用するという。このとき、グループウェアを触ったことのないメンバーも多く加入するようだが、その都度の教育コストはかからないという。

「新しく入社するメンバー向けには特に勉強会などは行っていません。隣の人が使っているのを見れば十分使えるようになっています。ガルーンに関する社内からの問い合わせも、ほとんどありません。」（遠藤氏）

一番の課題であった「全員に使ってもらう」という点は、難なくクリアできたようだ。



▲情報システム本部 IT設計室
部長代理 遠藤氏

導入効果

部門横断の情報共有も「ガルーン 2」活用によりスピード化。顧客が求めるサービスをタイムリーに提供

全社運用を開始したベルーナでは「スケジュール」「設備予約」「ファイル管理」など「ガルーン 2」の主要アプリケーションが活用されている。中でも通信販売事業における、新製品の企画立ち上げから販売価格設定、製品販売に至るまでの事業プロセスで「社内メール」の活用頻度が特に高い。

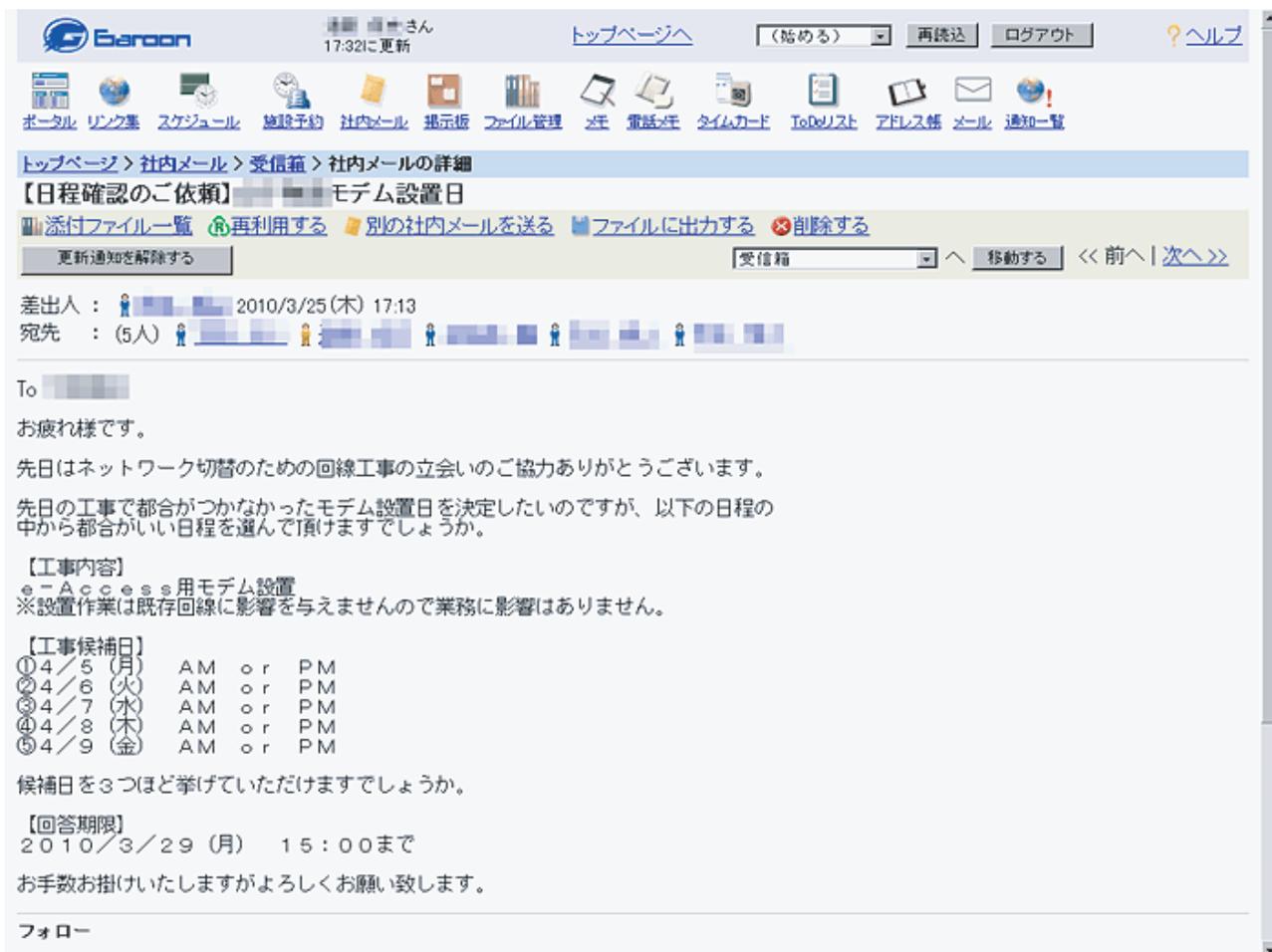
同社はデータベースを核として顧客の年代や居住地などから購買行動の分析や予測などを行っており、主婦層にはカタログ雑誌などの紙媒体を中心にアプローチをしたり、若年層向けにはインターネットでの販売に力を入れたりするなど、ターゲットによって販売形態を分けている。新聞折込チラシひとつをとっても、どの商品をどの位置に置くかで売上傾向が変わるなど細かいデータまで全てデータベースの中に集約しているという。流行に沿ったデザイン、効果的なアプローチは、これらデータに基づき検討・検証されている。

このような独自のマーケティング手法を活かし、いち早く顧客が求めるサービスを提供するためには、特に業務スピードが重視される。ベルーナでは、サービスの立案から社内での共有、調整、提供開始に到るまで、一連の事業プロセスの効率を高めるために「社内メール」を活用している、と野村氏は語る。

「製品を世に送り出すまでに企画担当、生産拠点間の調整に加え、倉庫やネット、カタログ媒体部門、サポート部門など部門横断の連携が必要です。このとき、顔を合わせるより前の段階の意識あわせは、全て「社内メール」で済むので、各部門が集まった会議の時点で「じゃあ何から始めましょうか」ではなく、「社内メール」である程度まで方針を固めた上で意思決定することができます。また、例えば、期間限定のタイムセールや、無料ラッピングサービスなど単発のイベントにもすぐに動き出す体制を組むことができます。何をやるにも「社内メール」ありきですね。」（野村氏）

「明確に数値化をするのは難しいですが、業務の回転率・スピードは体感で2倍ほど向上したと思います。業務の回転率が上がり処理速度が向上した分、新しい企画に着手するスピードが上がるなど、顧客ニーズに合わせたサービスを迅速に提供できる基盤が整ったことが大きなメリットですね。」（遠藤氏）

4000名規模の顧客サービス向上基盤の構築、業務成功に導くスピード化を実現



▲業務上の簡単な打ち合わせや連絡事項は、社内メール上でやり取りを行っている

メインターゲットとする女性向けアパレルでは、最新のトレンドを反映することがヒット商品の条件の1つであり、企画から生産、販売に至るプロセスのスピード化が求められる。「ガルーン 2」は季節や時期、流行などに合わせて最適な品揃えとサービスを追求し続ける同社の業務スピード向上を支えている。

「現在、メールソフトは朝・夕に1回ずつしか立ち上げない人もいますが、「ガルーン 2」はほぼ1日中チェックしている人が大半です。」（野村氏）

「もはや「ガルーン 2」は完全に社内のインフラと化しています。「ガルーン 2」が無ければ、現在の仕事量をこなす続けることは不可能でしょうね。」（遠藤氏）

4000名規模の顧客サービス向上基盤の構築、業務成功に導くスピード化を実現

「サイボウズ デヂエ」の利用による、顧客満足度の向上

業務の効率化を実現している製品は、「ガルーン 2」だけではない。ペルーナでは「サイボウズ デヂエ」も活用して業務効率を上げているという。「デヂエ」は主に、情報システム部門のヘルプデスクやクレーム対応履歴として利用されている。その他、販売製品の不具合等で製品回収があった場合など、緊急対応が必要な場合には顧客のインシデント管理で活用されることもあるという。

「今までは同じような事態が起こった際、紙やExcelでインシデントを管理していました。集計だけで2、3日、その他の編集なども含めると数週間かかっていたものが「デヂエ」を使うと数日で済むようになりました。迅速に顧客対応基盤を整える体制を組めたことでクレームではなく、逆にお褒めの言葉をいただくこともありました。」（野村氏）

業務効率を上げるだけでなく、素早い対応は顧客からの信頼も得ることができる。「デヂエ」でインシデント管理を行うことで、顧客満足度の向上にも繋がっているようだ。

問合せに部門長コメントは必須となっております。

ログイン サポート

情報システム部問合せ状況ページ レコードを登録する

総レコード数:4052

絞込 (すべて) go レコード一覧ビュー 問合せ一覧 go 集計 アセットマネージ go

先頭へ << 前の20件へ | 次の20件へ >> | 末尾へ 検索 [詳細検索]

	インシデント番号	ステータス	入力日	部署名	担当者名	対象システム	件名
[閲覧] [編集]	Inc4171	未確認	2010/3/25	その他		リフレ(シェルバ)	シェルバ権限開放依頼
[閲覧] [編集]	Inc4170	回答済	2010/3/25	川越OR		BeAMS	パスワード初期化依頼
[閲覧] [編集]	Inc4169	未確認	2010/3/25	eコンタクトセンター		BRAYz	不達メールの確認依頼
[閲覧] [編集]	Inc4168	未確認	2010/3/25	情報システム部		BRAYz	ポイント利用可能ポイント登録について
[閲覧] [編集]	Inc4167	未確認	2010/3/25	第7企画室ハード		パソコン・プリンタ・ネットワーク環境	共有サーバ内データ 修正ログの確認
[閲覧] [編集]	Inc4166	調査中(社内)	2010/3/24	eプランニング		ペルーナECサイト	MPX上での配信件数把握に関して
[閲覧] [編集]	Inc4165	調査中(社内)	2010/3/24	クレジットコントロール		DARWIN	見積り依頼
[閲覧] [編集]	Inc4164	調査中(社内)	2010/3/24	ファイナンス事業本部		その他	見積り取得依頼・調査
[閲覧] [編集]	Inc4163	回答済	2010/3/24	第5企画室		BRAYz	バスケットの制限について
[閲覧] [編集]	Inc4162	調査中(社内)	2010/3/24	サービスセンター		DARWIN	売切警告一覧について
[閲覧] [編集]	Inc4161	見積依頼中	2010/3/24	制作室		その他	見積依頼の件
[閲覧] [編集]	Inc4160	回答済	2010/3/24	サービスセンター		BRAYz	案内状について
[閲覧] [編集]	Inc4159	回答済	2010/3/24	eマーケティング室		ペルーナECサイト	バナーの件 (Inc4157 の流用作成願ひ)
[閲覧] [編集]	Inc4158	回答済	2010/3/24	eマーケティング室		ペルーナECサイト	イントラマート入力画面の正確性
[閲覧] [編集]	Inc4157	回答済	2010/3/23	eマーケティング室		ペルーナECサイト	アフィリエイト検索バナーのロジック

▲「デヂエ」でインシデント管理を行うことで顧客満足度の向上にも繋がっている。

4000名規模の顧客サービス向上基盤の構築、業務成功に導くスピード化を実現

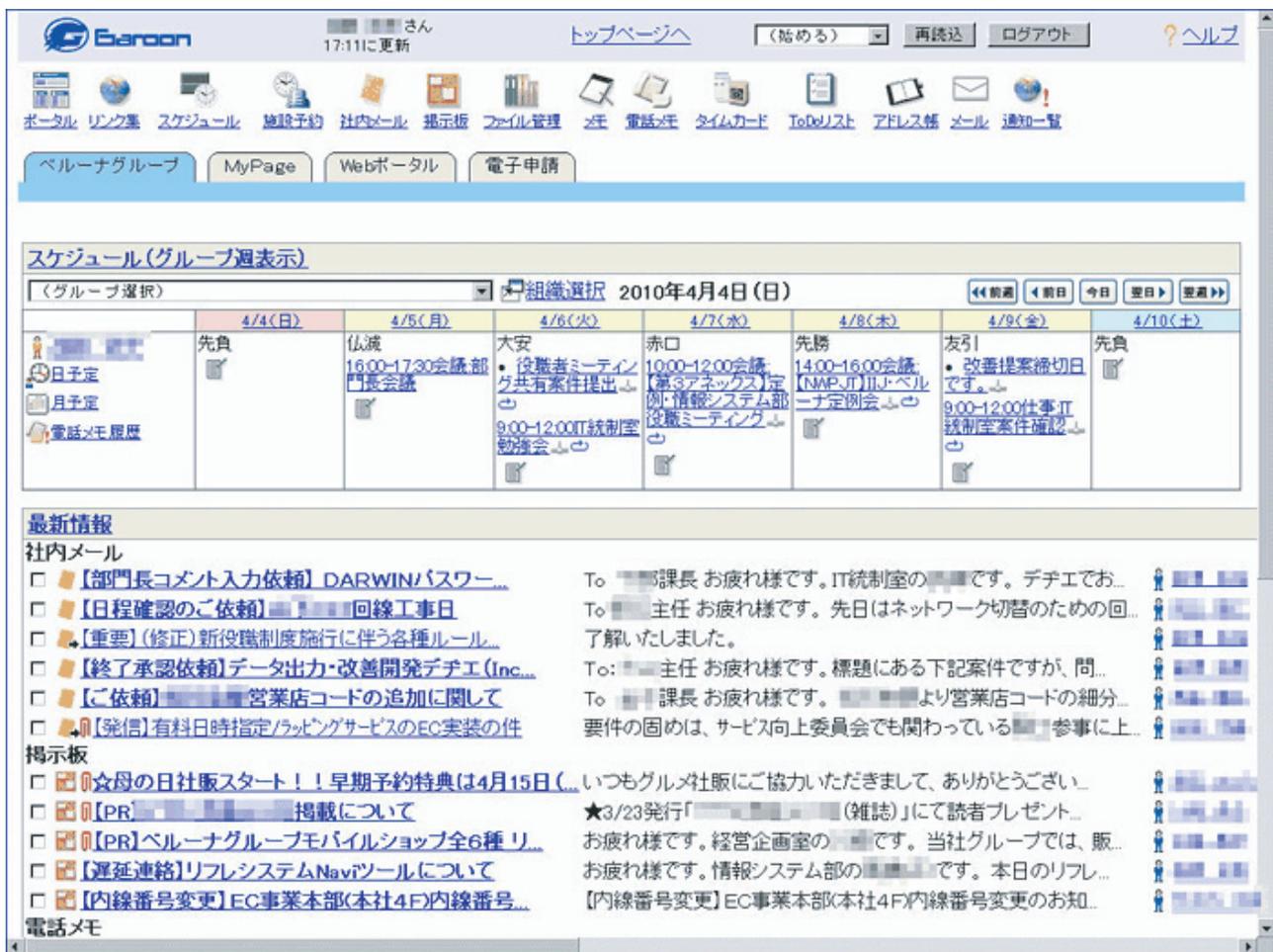
今後の展望

全社員が必要な情報をすぐに取得できる、「ガルーン 2」を完全な社内ポータルに

このようにペルーナでは「ガルーン 2」や「デチエ」などのITツールを全社で活用し、顧客へのサービス提供スピードの向上を実現している。しかしまだまだ「ガルーン 2」を活用し、これまで以上に業務改善を行って行きたい、と野村氏は語る。

「現在、顧客からの要望や意見を集約・管理する専用のシステムを導入しているのですが、インターフェースや操作が複雑で、活用しているのは一部のユーザーのみというのが現状です。社内の情報システムに対する土壌は出来上がりつつありますが、まだまだ全員が全てのシステムを使いこなせる、というほどではありません。そこで、全社員が毎日見る「ガルーン 2」を利用して既存のシステムに自動的に接続し、すぐに顧客の声を共有できる状況を実現したいと考えています。」（野村氏）

同社では業務スピード向上による顧客満足度の向上や、顧客の声に基づく改善など何よりも「顧客指向」を徹底している。その中で積極的にシステム投資を行うのも全て「顧客のための投資」であり、同社が成長し続けている理由もそこにあるのではないだろうか。



▲「ガルーン 2」のポータル画面には、必要な情報が集約されるようになっている。