



富士通株式会社

SAP® CRMを活用した高度なナレッジ共有で
次世代の顧客サポートを実現

概要

会社概要

- 社名：富士通株式会社
- 本社：東京都港区
- 業種：ハイテク
- 事業内容：通信システム、情報処理システムおよび電子機器の製造・販売 / サービスの提供
- 売上高：2兆9,790億6,900万円(2007年度単独)、5兆3,308億6,500万円(2007年度連結)
- 従業員数：単独 27,310名 連結 167,374名 (2008年3月末日現在)
- Webサイト：<http://jp.fujitsu.com/>
- 導入パートナー：
富士通コミュニケーションサービス株式会社

課題

- 自社開発システムにおける拡張性と柔軟性の限界
- KPI管理におけるデータの自動抽出が不十分
- 複数拠点の状況把握と情報共有

導入目的

- 顧客問い合わせ内容の高度化・多様化への対応
- コンタクトセンター業務の負荷軽減
- 戦略立案、経営判断に活かす仕組みの構築
- BIによる業務分析および業務改善の円滑化
- BCP(事業継続計画)/BCM(事業継続管理)の推進

SAPソリューション/サービス

- SAP Customer Relationship Management (SAP CRM)
- SAP NetWeaver Business Intelligence (SAP NetWeaver BI)
- SAP NetWeaver Exchange Infrastructure (SAP NetWeaver XI)

導入ハイライト

- 要件定義フェーズでの業務プロセスの見直し
- 現場の担当者の積極的な参加
- 3カ月間の徹底的なトレーニング

SAP選択の理由

- システムの拡張性・柔軟性の確保
- グローバル基準の業務プロセスの活用
- SAP NetWeaver BIとの親和性
- SAP NetWeaver XIによる周辺システム連携

導入メリット

- オペレーションにおける操作性と正確性の向上
- 経営判断に有効な情報の収集
- オペレーターのスキルに依存しない高度なナレッジ共有
- サポート情報の蓄積と迅速な公開 (問い合わせ件数の抑制)

既存システム

自社開発システム

サードパーティ・インテグレーション

- ハードウェア：富士通 PRIMEPOWER、PRIMERGY
- OS：Solaris™、Windows Server® 2003

「Web 2.0がインターネットの新しい世界観を示すように、いわば CRM 2.0といえるような、顧客との新しい関係を築くための基盤の確立。それが今回のシステム刷新における最大の狙いです」

寺師和久氏

富士通株式会社 パーソナルビジネス本部
コンタクトセンター統括部兼 Web 販売統括部
統括部長



富士通のパソコン事業における顧客対応を担うコンタクトセンターが、SAP CRMを基盤に全面刷新され、2008年1月より本番稼働しています。国内メーカーとしては最大規模となる1,400 IDを有する同システムは、「FMVシリーズ」の購入相談から、技術相談、修理サービス、リサイクルまでを網羅し、年間300万件を超える問い合わせ情報の一元管理、社内のナレッジ共有に活用されています。これにより同社は、顧客の貴重な声を商品やサービス、ビジネス戦略に反映させています。

顧客との関係強化を目指し 「次世代CRMセンター」を志向

富士通のパソコン事業では、従来から顧客との接点となるコンタクトセンターの役割を重視してきました。現在、24時間体制の大規模コンタクトセンターを全国4地区で展開し、年間300万件に及ぶ顧客からの問い合わせに対応。また、修理サービスも東西2つの生産工場に集約することで、品質管理の徹底と工程のスピードアップを図っています。

同社では「Made in Japan」という考え方で、企画から開発設計、製造、販売、物流、サポート、リサイクルといったパソコンのライフサイクル全般に対して、国内一貫体制で取り組んでいます。その最大の目的は、すべてのプロセスで顧客を身近に感じながら、その声をビジネスに反映させていくことです。この方向性をさらに推進していくために、同社はSAP Customer Relationship Management (SAP CRM)を基盤としてコンタクトセンターのシステムを刷新し、2008年1月より本稼働しています。

今回のシステム刷新に当たって同社が最もこだわったのが、コンタクトセンターを利用する「顧客」との関係をいかに強化していくかということでした。問い合わせに対してよりスムーズ

な対応を実現することはもとより、過去にどのような問い合わせをしてきた顧客なのか、パソコンに関する知識レベルはどれくらいなのかを把握して、1人ひとりに合った提案型対応を実施することです。また、より柔軟な対応を追求するには、必要に応じてセンターの機能を変更できる仕組みも必要です。

今回のプロジェクトを牽引してきた同社のパーソナルビジネス本部 コンタクトセンター統括部兼Web販売統括部 統括部長の寺師和久氏は、次のように語ります。

「本当の顧客満足は、顧客の期待値を超える『感動』を与えるサポートがあって、はじめて生まれるものだと考えています。その意味で、当社のコンタクトセンターは、将来的には『次世代CRMセンター』を志向しています。CRMというと、すでに使い古された印象を持たれるかも知れませんが、この言葉の意味を実際の顧客との関係において真摯に実践している例がどれだけあるでしょうか。当社は、このことにチャレンジしていきたいと考えています。Web 2.0がインターネットの新しい世界観を示すように、いけばCRM 2.0といえるような、顧客との新しい関係を築くための基盤の確立。それが今回のシステム刷新における最大の狙いです」

市場の変化に対応可能な システムの拡張性と柔軟性

富士通がコンタクトセンターを刷新した背景には、パソコン市場の大きな変化があります。たとえば、日本におけるパソコンの世帯保有率はすでに70%を超えています。2台目、3台目というリピート需要が広がりつつあり、一家に1台から、1人が1台所有する段階に入っています。その中においてメーカーは、顧客が何を理由に再購入を決めるのかという課題に直面しています。特にパソコンは機能面での差別化が図りにくいため、クローズアップされるのがサポートの重要性です。事実、サポートの満足度を再購入の理由としている顧客が、国内メーカー全体で5割を超え、富士通の場合は6割とする調査報告もあります。

パソコンやインターネットの普及に伴い、サポートを必要とする顧客の層にも変化が表れています。サポート利用者の半数以上が50代以上、習熟度の構成も初級者が50%以上を占めています。問い合わせの傾向としては、「思ったように使えない」、「使い方が分からない」といったものが60%以上を占めており、相談の内容も多様化しています。



「今回のシステム刷新は、自社の業務プロセスを見直す絶好の機会となりました。それだけに、要件定義は時間をかけて十分に行いました」

寺師和久氏

富士通株式会社 パーソナルビジネス本部
コンタクトセンター統括部兼Web販売統括部
統括部長

一方、サポート側の負荷は増大しています。1994年以降、富士通では年3回のモデルチェンジを行い、多様な機種を市場に投入してきました。その結果、現在サポート対象となっている機種は3,000種類以上に及んでいます。また、同社は初心者から上級者までを幅広くフォローするため、ソフトウェアを含めたオールインワンでの製品提供を行っており、現在では1機種に平均100種類のソフトウェアが搭載されています。Windows Vistaの登場で、サポートするOSの数も増えています。さらには、デジタルコンテンツ、ブロードバンド、ワイヤレスなど、パソコンで楽しめる機能の高付加価値化が進む中で、顧客のニーズや環境も多様化してきています。

「多様化するニーズへの対応とセンターの負荷増大という2つの課題を同時に解決するために、コンタクトセンターの刷新は必須でした。これまでの仕組みによるシステムでは、拡張性と柔

**グローバル基準の業務プロセスを踏まえて
独自のカスタマイズを実施**

富士通がSAP CRMを選定した理由は、グローバル基準の業務プロセス上に最適化された豊富な機能に加えて、将来にわたる確かな拡張性と柔軟性を評価したからに他なりません。特に重要なポイントは、コンタクトセンターの業務が修理、顧客管理をはじめとする多数の周辺システムとの連携の上で成り立っていることでした。SAP CRMはSAP NetWeaver Exchange Infrastructure (SAP NetWeaver XI)を利用して、周辺システムと容易に連携できます。また、SAP NetWeaver BIによって分析を迅速に行い、システムに蓄積されるあらゆるデータをKPI、顧客情報として横断的に収集し、一元管理することが可能になります。トータルソリューションという観点で、SAP CRMが同社の求める仕組みに最も近いという判断でした。

「今回のシステム刷新は、自社の業務プロセスを見直す絶好の機会となりました。それだけに、要件定義は時間をかけて十分に行いました。SAP NetWeaver XIで連携する周辺システムについても徹底的なリサーチを行い、実際の関係性や影響を洗い出しました。また、プロジェクトには現場の担当者にも積極的に参加してもらい、評価や意見を出し合っていくとともに、3カ月間かけて徹底的なトレーニングを実施しました。その結果、システム移行後も大きな問題が生じることはありませんでした。」(寺師氏)

新システムの特長は、2つあります。1つは、システムインフラをフルIP化して、音声系と業務系アプリケーションのシームレスな連携が実現している点です。音声系をソフトフォンで業務システムに画面統合することによって、操作の正確性や効率が向上しました。また、センター内ではリーダーがPHSなどの移動体通信機を持ち、ロケーションフリーで動けるため、スタッフの顧客対応への安心感につながっています。

もう1つはBCP(事業継続計画)/BCM(事業継続管理)の観点から、ディザスタリカバリを実現したことです。東西2カ所のデータセンターでネットワークの二重化を実現し、24時間365日、問い合わせに対応できる万全の危機管理体制が確立されました。

「コンタクトセンター本来の『顧客の声に耳を傾ける仕組み』を徹底追求することで、オペレーターが入力や画面確認に時間を費やさずに、より顧客とのコミュニケーションに専念できるようになった意義は大きいと実感しています」

寺師和久氏

富士通株式会社 パーソナルビジネス本部 コンタクトセンター統括部兼Web販売統括部 統括部長

軟性という点で限界があったからです。たとえば、お問い合わせ内容の変化に応じて、センターの機能を拡張する必要があっても、システムがハードルとなって実現できないケースがありました。顧客のためのコンタクトセンターなのに、システムで対応できるところしかカバーできないという矛盾が生じていたわけです。それだけに、新システムの構築に当たっては、この課題を解決することからスタートしました」(寺師氏)

業務プロセスについては、従来のプロセスをSAP CRMの標準機能に合わせていくことを基本方針としながら、日本独特の風土やコンタクトセンターの特性も考慮し、局所的に徹底したカスタマイズが行われました。

**操作性と正確性の向上による
提案型サポートへの進化**

新システムの導入後、効果は確実に表れています。まず、オペレーションの操作性と正確性が飛躍的に向上。パソコンの画面に電話機能が統合されたことで、誤ダイヤルはほとんどなくなりました。また、SAP CRMの「モニタ招集」機能をカスタマイズすることで、エスカレーションを円滑に行う仕組みも実現しました。

SAP ジャパン株式会社

本社 〒100-0004

東京都千代田区大手町1-7-2 東京サンケイビル

TEL 03-3273-3333(代表)

<http://www.sap.com/japan/>

具体的には、対応に手間取った場合、これまで
は顧客に待ってもらい、リーダーに状況を説明
したり、スキルを持ったスタッフに代わってもら
うなどしていました。現在では、ボタン1つで他
のスタッフが会話に参加できるため、高度な相
談でも顧客を待たせることなく、よりスムーズな
解決が可能になっています。

使いやすさという点では、これまで自然文で入
力していた相談履歴を、プルダウンメニュー選
択にした結果、問い合わせの傾向の可視性が向
上しました。事例検索においても、従来の自然
文検索に「項目絞り込み機能」を追加することで、
各オペレーターのスキルに依存しない、ナレッジ
の効率活用が促進されています。頻度に応じて、
公式回答としてWeb上の顧客向けFAQに掲
載するなど、より鮮度の高い情報を多くの顧客
に提供するというサービス向上にもつながって
います。さらにSAP NetWeaver BIの導入に
より、蓄積されたデータを分析し、対応改善に
迅速に反映させる仕組みも整っています。

「コンタクトセンター本来の『顧客の声に耳を傾
ける仕組み』を徹底追求することで、オペレータ
ーが入力や画面確認に時間を費やさずに、顧客と
のコミュニケーションに専念できるようになった
意義は大きいと実感しています。また、SAP
NetWeaver BI活用のポイントは、分析に終始
するのではなく、あくまで改善につなげることで
す。恒常的な改善が顧客との密度の高いコミュ
ニケーションを生み、いわゆる提案型サポート
への進化を促していくと期待しています」(寺師氏)
このようなナレッジの集積が、顧客の期待値を
超える「感動」へ、そしてFMVファン=富士通ファ
ンの拡大につながっていくに違いありません。

49008888J (SE/08/06)

© 2008 SAP AG. All rights reserved. SAP, R/3, xApps, xApp, SAP
NetWeaver, Duet, PartnerEdge, ByDesign, SAP Business ByDesign
および本書で引用されているその他のSAP製品およびサービス名は、関連する
ロゴも含めて、ドイツおよびその他世界各国におけるSAP AGの商標または
登録商標です。本書で言及されているその他の製品およびサービス名は、
関連するロゴも含めて、それぞれの会社の商標です。本書に記載された情報は
参考として提供されています。製品仕様は、国ごとに変わる場合があります。

これらの文書の内容は、予告なしに変更されることがあります。また、これらの
文書はSAP AGおよびその関連会社(SAPグループ)が情報提供の目的にのみ
提供するもので、いかなる種類の表明および保証を伴うものではなく、SAP
グループは文書に関して過失に対する責任を負うものではありません。SAP
グループの製品およびサービスに関する保証は、当該製品およびサービスに
伴う明示的保証がある場合に、ここに記載されたものに限られます。本文書の
いかなる記述も、追加の保証となるものではありません。