

# 江崎グリコ株式会社

## COMPANY PROFILE

会社名	江崎グリコ株式会社
創立	1922年2月11日
代表者	代表取締役社長 江崎 勝久
従業員数	4,950名（グループ連結：2010年3月末現在）
売上高	2,845億3,600万円（グループ連結：2010年3月末現在）
本社所在地	大阪府大阪市西淀川区歌島4丁目6番5号
事業	菓子・冷菓・食品・健康食品の製造および販売
URL	<a href="http://www.glico.co.jp/">http://www.glico.co.jp/</a>



江崎グリコ株式会社  
お客様相談室 室長  
馬場 新一 様 (左)  
アイクレオ株式会社  
安全安心保証部  
お客様相談室  
室長 兼 マーケティング部  
三浦 薫 様 (右)

### Category

業務ソリューション

### Solution

食品・消費財メーカー向け  
コンタクトセンターソリューション

### Product

CT-SQUARE® FX

## Innovation Report

# 食品業界に最適化した戦略VOCを実現 グループ4社のお客様相談システムで次の世代につなぐ

お客様の声を何よりも大事にするために  
コールセンターの対応力を高めていく。  
食品業界に最適化したコンタクトセンターを  
構築する東芝ソリューション。

**1,260アイテム※**の

「おいしさと健康」を願う商品へ。お客様からの様々な声を共有したい。

※ グループ4社の商品アイテム総数

## 導入背景

### 顧客視点でグリコグループの価値向上に挑む

大正時代に栄養菓子という新ジャンルの食品、赤い箱の「グリコ」を誕生させて以来、「おいしさと健康」を世の中に提供し続けることで、豊かな食文化に貢献してきた江崎グリコ (<http://www.glico.jp/>)。今回取り上げる同社のお客様相談室の情報インフラ刷新による成果は、同社をはじめとするグリコグループ（グリコ乳業株式会社、グリコ栄養食品株式会社、アイクレオ株式会社）のお客様相談室が、消費者の満足度をより一層高めるため、2005年より定めた「お客様満足のための対応方針」の実践活動のひとつである。顧客からの声や励まし、商品に関する質問等に真摯（しんし）に耳を傾け、さらなる顧客満足の向上を目指し、迅速・適切・誠実な対応で積極的に取り組むため、今回はグループ4社のシステム統合を前提に、同社とアイクレオの2社先行で、お客様相談室のシステム統合を果たしたのだ。「お客様から見たら、ポッキーも、パビコも、プッチンプリンも、バランスミルクも、ソーセージも、全部グリコ。グループ各社がリリースする商品への問い合わせにどの会社でも、社員の誰が対応しても、すぐに的確に答えられる環境にお客様相談室を整備するのは、当然の帰結だった」と話す、お客様相談室の馬場新一室長の発言からも、顧客の声を大事にしてきたメーカーの矜持がひしひしと感じられる。



創業時の「グリコ」のパッケージ（江崎記念館蔵）

## ■ 導入経緯

### 顧客対応の品質向上を目指し ソリューション選定



お客様相談室 室長  
馬場 新一様

グループ各社のお客様相談室のシステム統合に挑む同社には、大きく3つの明確な目的があった。1つ目は顧客対応の品質向上だ。「従来のシステムは、コールごとにその場での対応を余儀なくされるもの。例えば『半年前にも電話をかけた者だけど…』といったコールの場合、それがどんな内容の問いかけで、どう対応したのかは、データベースにアクセスして自力で探さねばならず、お客様を電話口でお待たせしたり、場合によっては改めて電話をかけ直すといったタイムロスを強要するものでした」とあくまで顧客目線のお客様相談室の永石義和チーフマネージャーが振り返るように、電話対応のリードタイム短縮をはじめとする品質向上は、同社の必須テーマだった。2つ目は情報分散のリスク回避。「貴重なお客様の声は取り扱いに細心の注意を要する個人情報でもある。インフラやデータベース等システム共用化を進め、情報分散のリスクを回避すると同時に、今まで以上のセキュリティー強化も果たしておきたかった」（馬場氏）。そして3つ目はコスト抑制。「サーバー更新の時期も見据えつつ、新たにインシャルコストを負担してでも、その後のランニングで取り返せるような4社共通のプラットフォームに適した標準機能の豊富なパッケージが不可欠でした」（永石氏）。これらの観点から、次期システムに最適なソリューションを探した同社が目をつけたのが、東芝ソリューションの「CT-SQUARE® FX」だ。

## ■ 選定ポイント

### 豊富な実績に裏打ちされた機能の充実

東芝ソリューションの「CT-SQUARE® FX」に決めるまで、同社では複数メーカーのパッケージの比較検討を重ねていた。「最終的に3社に絞り込んだのですが、正直、どれも同じようなスペックでしたね。そこからCT-SQUARE® FXに白羽の矢を立てたのは、問い合わせ対応の履歴情報をタイムラインで一元管理でき、お客様との通話の録音データを登録データすべてに紐付けられる機能があったからで

す」と馬場氏は評す。さらにシステム統合の目的に挙がっていた、電話対応のリードタイム短縮によるサービス品質の向上を図るため、お客様相談室のどのコミュニケーターが対応しても、過去のやりとりや顧客の状態変化等までリアルタイムに把握しながら的確に対応できる「CT-SQUARE® FX」の「対応履歴一覧機能」に着目したかたちだ。「同業他社を含め多数のユーザーが活用している信頼性の高さ、食品業界に特化して使い勝手が考慮された豊富な標準機能等も評価しました」（永石氏）や、「現場の視点からだ、対応記録の入力文字数が2,000語まで拡張されたり、モニタリング機能の追加で対応中にもフォローできるようになったりと、対応業務に関わる現場目線から改善された部分がたくさんあるので、非常に助かります」という、システム統合の社内ヘルプデスクを務めたお客様相談室の小牧沙織氏のコメントからも、「CT-SQUARE® FX」が同社の期待を超えたパッケージだったことがわかる。



お客様相談室 チーフマネージャー  
永石 義和様

## ■ 開発ポイント

### 難局を乗り越えるパートナーの 現場対応力を評価

2009年8月から始まった「CT-SQUARE® FX」導入による、お客様相談室のシステム統合は、要件定義に約1カ月半、システム構築に約3カ月半、教育・試行運用に約1カ月と、およそ半年で無事終了。2010年3月より本稼働している。「まず当社とアイクレオが先行して導入を果たしましたが、グループ4社統合が大前提。要件定義は4社のお客様相談室長で策定しました。食という共通項はあるものの、例えばアイスは開封後、すぐ食べられるが、粉ミルクは開封後、1カ月は保存される等、各社によって微妙に異なる部分をどう飲み込んで情報分類していくかでは、みんな頭を悩ませましたね」（馬場氏）というように、前段階で試行錯誤した苦勞の跡が覗える。「とはいえ東芝ソリューションの担当スタッフらが根気良くつきあってくれ、品質に関する必要な項目を追加し、独立して管理できる品質関連情報登録機能等の有効活用法を提示してくれたので、それほど混乱せずに進められました」（永石氏）とパートナーである東芝ソリューションの現場での要件整理や対応力を評価する。

## ■ 導入効果

### 使えるパッケージのパフォーマンスに納得

稼働してまもない統合された新システムは、「問い合わせの通話ごとに、それぞれ該当商品の調査結果から最終報告書、類似事例まで、すべての情報がリアルタイムで一気通貫して参照できるため、飛躍的にリードタイム短縮につながった」（永石氏）と着実に成果を上げ始めている。それまでの旧システムでは、端末上では90日分の過去データしか参照できず、それ以降になると別途検



お客様相談室  
小牧 沙織 様

索を掛けたり、紙資料を当たったり、他部署からファックスで取り寄せたりしなければならなかったため、「コミュニケーション者からも喜んでいきます。また、GUIを工夫しているので画面遷移やスクロールを極力抑えた操作性も好評ですね」（小牧氏）と顧客接点の現場でもウケがいい。また、「Web対応により、お客様相談室だけでなく営業や生産現場等、他部署のスタッフもリアルタイムでお客様の声を確認できるようになり、全社的な情報共有やコミュニケーションツールとしても活用できるのは大きな資産」（小牧氏）、「各トランザクション（通話）を識別コードにより管理し、グループ各社は自社で登録したトランザクション情報のみ参照できる等、システムやデータベース等を共用化しても各社の情報セキュリティレベルを高く保てたことも大きい」（馬場氏）等の導入効果も寄せられた。また、「以前の紙管理に比べお客様情報のデジタル化が一気に進み、ペーパーレス環境で業務を進められるようになった。同時に最新の高性能なサーバーにリプレイスしたので台数も少なく済み省エネ効果等、運用を続けるほど環境面でも効果が上がるはず」（永石氏）とエコ効果にも言及している。

## ■ 将来展望

### 戦略的なVOCに貢献する情報インフラに

上々の手応えを得た同社では、「運用で蓄積されるデータの活用法等、いろいろとイメージがふくらみ、今後が楽しみ」（永石氏）と、新たな統合システムによる顧客情報のナレッジ化やデータマイニングで、さらなる企業価値の向上を狙っている。「新人教育でお客様からいただいたご

意見を例として使用し、もっとスタッフ育成の面で活用していきたい」（馬場氏）、「例えば、新製品リリース直後に寄せられたお客様の声を集計し、営業や商品開発、マーケティング等の関連部署にフィードバックできれば、現状のパフォーマンス評価はもちろん、今後のアクションプランや具体的改善への道を探る指針となるはず」（永石氏）等、様々な活用構想が練られているようだ。実際、同社では顧客から寄せられた声をもとに、卵アレルギーのある児童でも食べられるよう「ビスコ」を卵不使用で製造するように変更する等、以前から積極的に顧客の声を製品に反映している（<http://www.glico.co.jp/glico/voice/index.htm>）。「お客様の声の変遷まで捉えることが可能になり、より戦略的で幅広いVOC※を実践できれば、お客様と共に歩んできたグリコグループの未来にとってこれほど重要なことはない。近い将来の4社システム統合が楽しみでならないですね」（馬場氏）と大きな期待を寄せる同社に対し、東芝ソリューションも緊密なパートナーシップのもとバックアップを惜しまず取り組んでいく。

※VOC/Voice of Customerの略。問い合わせや苦情等の顧客から寄せられる声から、市場ニーズや自社への評価、競合他社の動向等を継続的に調査・分析し、商品開発や事業プラン等の指針としていく戦略。



江崎グリコの歴史を紹介する江崎記念館では、大正11年から続く「グリコ」のおもちが展示されている

## Solution Focus

### 食品・消費財メーカー向け コンタクトセンターソリューション 「CT-SQUARE® FX」

**重** 要な顧客接点業務を統合化するコンタクトセンターソリューション「CT-SQUARE®」をベースに、食品・消費財メーカー向けに機能強化されたオリエンテッド版。東芝ソリューションがこれまで130社以上への導入実績で得たノウハウと経験をもとに、食品・消費財メーカーや製薬メーカーのお客様相談室に求められる機能をあらかじめパッケージ化。ノンカスタマイズでの導入・運用を実現して、イニシャル/ランニング共にコスト低減に導く。同時に、企業の「顔」であり、消費者の「安全安心」を支えるお客様相談室の、業務の高度化・変革を強力にサポートする。

この記事は、2010年8月に制作されました。記事内における数値データ等は取材時のものです。

●お問い合わせ先

東芝ソリューション株式会社

経営企画部 広報担当

住所：〒105-6691 東京都芝浦1-1-1(東芝ビルディング)

電話：03-3457-4112 MAIL：PR@toshiba-sol.co.jp URL：http://www.toshiba-sol.co.jp/jirei/

東芝ソリューション株式会社

Collaborative  
Innovation