



<受賞理由の要約>

## 「2016 CRM ベストプラクティス賞」受賞

受賞企業・組織名（五十音順・敬称略）

Update: 2016/10/19

### ■ SMBC日興証券株式会社

#### <<継続賞>>

#### ライフタイム資産形成層・関係強化モデル

昨年は、30～50代を中心とした資産形成層向けのセミナーやオンラインサービスの拡充などにより顧客との距離を縮める工夫をした。今年はその成果として、口座数を伸ばすとともに取引の拡大も実現した。更には顧客層の嗜好に基づき、チャットやLINEによるサポートチャネルを開始し、その件数を着実に伸ばしている。今後はビデオチャットなどの導入も計画しており、更なる関係強化に向けた取り組みが期待される。

### ■ 株式会社SBI証券

#### <<フジサンケイビジネスアイ賞>>

#### ありがとう徹底 CRM モデル

「繋がりやすさ＝顧客満足」に偏重した「量」を捌く対応から「対応品質の向上」を実現すべく、「お客様の質問にただ答えるのではなく、全てのお客様の気持ち・期待に応える」為、独自に作り上げた「ありがとう率」をKPIとしてオペレーターの品質向上とモチベーションアップに取り組んでいる。その結果、同率の向上に加え、問い合わせ1件当たりの平均対応時間の短縮化、さらにはオペレーターの復職者数の増加、同離職率やミス発生率の劇的な改善という効果を上げている。

### ■ サトーホールディングス株式会社

#### 予知行動型 CRM モデル

常に顧客のニーズに真摯に向き合い、販売後も長期にわたって顧客の課題解決に取り組む同社がプリンタにIoT技術を組み込み、クラウドを介して24時間見守り安定稼働を支えるリモートメンテナンスサービスSOSを開発し、「バーチャルエンジニア」と称した。プリンタエラーの稼働停止を大幅に防止し、詳細な稼働状況のリアルタイム把握を実現することで、顧客サービスを進化させる提案が可能となった。顧客をよりよく知るための技術としてのIoTを駆使した製品・サービスを展開し、「受動保守から能動保守そして予見的保守」することにより、顧客サービスの進化に不可欠なCRMプラットフォームを構築している。

### ■ 株式会社スカパー・カスタマーリレーションズ

#### コンタクトセンター・一体化実現モデル

これまでサービスや業務内容毎に外部委託し、個別に行われていたユーザーからの問い合わせ対応を集約し、対応の効率化を進めるとともに回答の即応性を高めた。サポートツールの改善、報奨制度を活用した品質向上の取り組みやスタッフの商品利用の実体験を通じて、顧客目線でお客さまへの的確な情報提供を実現し、サービス向上による利用者満足度の大幅な改善を実現した。

### ■ 株式会社セゾン情報システムズ

#### HULFT 事業部

#### 情報統合による顧客価値共有・モデル

同社が提供するファイル転送ソフトHULFTおよびHULFT Family製品の展開において、ITを駆使した顧客情報の統合/分析から顧客志向の対応を実現している。購入前には顧客の優先ニーズ事項を的確に把握することで適切な導入・構築を実現し、購入後サポート時には顧客の利用状況に応じたきめ細やかな対応によりソフト機能の利用促進を行うなど、顧客視点に立った業務プロセスを構築している。CRMの要素であるサービス/マーケティング/セールス各領域においての生産性向上も顧客満足向上と共に実現している好事例である。



## ■ 全日本食品株式会社

### ボランティアチェーン ID-POS 活用モデル

全国 1800 店舗のミニスーパーを加盟店にもつ全日食チェーンは、会員カードと ID-POS により One to One マーケティングを実現させた。個人情報は一切持たず、購買履歴を利用しお客様一人一人に違う「あなただけのお得なサービス」チラシを配布。チラシが無くてもカード提示でいつも購入している商品が他のお客様より安く購入できる仕組みを構築した。その結果、顧客の来店頻度を上げ、導入後 5~10%の売上アップの事例も出てきている。まさにビッグデータを活用した革新的な顧客サービスを実現した好事例である。

## ■ 津市

### 地域連携・対話型モデル

昨年受賞の「市民に尽くすこと」を行動規範に組み入れた内容を進化させ、市内全域で地域懇談会を実施するとともに、IT を活用しながら市民の声や意見を収集・管理する仕組みを構築している。市民等と職員間で双方向に対話する活動を全職員が積み重ね、新たな市民サービスの創出、更なる資産力の創出、新たな投資力の創出の 3 つの視点で施策を推進し、約半年後の地域懇談会で対応状況や対応結果を市民に報告するなどの活動により、市民との信頼関係を構築している。

## ■ 株式会社ツムラ

### 医薬品コールセンター継続改善モデル

医療従事者と一般消費者の双方に対し、“顧客の知りたい事”を丁寧にお伝えすることで漢方薬への理解を促進。顧客の不安を低減するコールセンター運営を長期的な取り組みによって実現してきた事例である。少人数で良質な顧客対応を実現する基盤の整備と共に、漢方薬使用情報を営業部門へフィードバックする仕組みも構築してきている。今後も、蓄積されていく顧客の声の分析を活用した顧客中心主義への取り組みを継続し、更なる業務改善活動の継続に期待したい。

## ■ 株式会社東急コミュニティー

マンション企画戦略事業部 カスタマーセンター

### 区分所有者対応・一元化変革モデル

カスタマーセンターの開設により、これまで全国 20 箇所の営業拠点で対応していた区分所有者や入居者の問い合わせ窓口を順次統合。土日の対応などサービスレベルの向上を実現したことに加え、マンション管理業務を従来の設備管理だけの観点から、顧客情報を軸とした設備情報、問い合わせ内容、営業担当情報などに関連づけた。これにより、エレベータや水道などの設備というモノの管理が主体であった業務から、ヒトを見る CRM に変革させている。

## ■ 株式会社ビジョン

〈継続賞〉

### スマート&IT 活用 CRM モデル

「グローバル WiFi®」を利用するお客様が増加したことによりお客様への負荷や同社の抱える課題も新たに生まれた。解決に向けて CRM の原動力はお客様の声という基本理念のもと、顧客の声に徹底的に耳を傾け分析し、迅速に改善・サービスに反映させる意思決定プロセスを再定義。それを支援する現場およびマネジメントチーム・IT ツール等を活用しながら、顧客満足度を向上させる努力を継続している。加えて、世界初となる IoT を導入した受け渡しサービスである「スマートピックアップ」を開発するなど、付加的サービスによる価値向上の推進も行う。



## ■ 株式会社フォーラムエイト

### サービス体系移行・モデル

近年、現場作業での GPS やドローン等と組み合わせた ICT 利用が急速に進む土木・建築業界および、自動運転関連の技術開発が盛んな自動車業界において、アプリケーションの更新やライセンス管理を容易にする為、従来の保守・サポート契約から、サブスクリプション、クラウド方式への切り替えを目指し、段階的に営業対応の変革を推進。顧客の利用実態の詳細な把握に基づく営業活動を地方事務所を巻き込んで全社展開し、サブスクリプション方式への切り替え営業を積極的に進めることで、業界構造の転換、効率化にも貢献している。

## ■ 株式会社ブロードリーフ

### 定期コール・リレーション強化モデル

同社は、自動車整備工場や部品商など自動車アフターマーケット事業者間をネットワーク化している。今回、コールセンターより、定期的なアウトバウンドコールによる顧客離反防止と営業案件の発掘活動を行った。営業マンに加え、コールセンターのコミュニケーターも専任で担当することになり、顧客へのサービス品質が向上。その結果、顧客維持率が向上し、営業マンの訪問工数も激減できた。顧客ニーズのヒアリングや悩み事を解決することを目的とした、正に CRM (顧客中心主義) 活動である。

## ■ 三井住友海上火災保険株式会社

### コンタクトセンター企画部

### コンタクトセンターPDCA 実現モデル

コンタクトセンターに寄せられたお客様の声を分析し、FAQ の更なる充実と入替を柔軟に実施するとともに、オフィシャル HP を分かりやすくするなどのスピーディーな改善に取り組んでいる。例えば、ニーズが高い保険料控除証明書ハガキの照会先について、これまでの全国の営業課支社から「お客さまデスク」に一元化し、かつ、自動再発行ダイヤルを導入し、現場の効率化にも貢献した。お客様の声をもとに、商品開発やサービス改善までつなげる PDCA を実現している。

## ■ 株式会社三井住友銀行

### リテールマーケティング部

### 〈大星賞〉

### デジタルシフト・リテール実践モデル

スマートフォン・パソコン等のデジタルチャネルでのサービス提供に際し、リテールマーケティング部 IT 戦略室が中心となり、お客さま目線のユーザビリティ向上の実現に向け、お客さまの声を収集するとともに、新サービスの開発サイクル早期化に適したソフトウェア開発手法 (アジャイル開発) を採用。2016 年 4 月には、新たなスマートフォン向け銀行取引アプリの提供を開始し、新規口座獲得数やスマートフォン経由のアクセス数の増加という成果に繋げている。計画から実行までの業務プロセスにおいて、お客さまの声を活用するシステム開発文化を作り上げた好事例である。

### 〈受賞理由の要約〉

## 「2016 CRM 奨励賞」受賞

受賞企業・組織名 (敬称略)

Update: 2016/10/19

## ■ ライフイズテック株式会社

「中高生ひとり一人の可能性を最大限伸ばす」というミッション実現に向け、独自開発した顧客管理システム「Members」を、受講生・保護者・運営サポートメンター (学習サポートを担う大学生・大学院生)、そして社員が利用することで情報の一元化を実現。キャンプやスクールなどの運営や受講生の指導方針に活用するだけでなく、顧客の声を反映した新規カリキュラムや新サービスの開発・提供を通じ、「楽しみながら学ぶ」ことを実践している。

以上