



CRMと連携したユニファイドコミュニケーションを導入 未来の自動車ディーラーのあるべき姿を具現化

名古屋トヨペット株式会社

●導入の背景/課題

- ・新車市場が急速に縮小しつつある環境下で成長を続けるには、顧客との関係をさらに強化しなければならない。そのための重要課題として着目されたのが、コミュニケーションロスの解消だった。
- ・自動車ディーラーでは顧客とのコミュニケーションに、電話が使われることが多い。しかし従来の電話システムは、代表電話で電話を取り次ぎ、担当者が不在の場合には伝言メモを残す必要があった。この方法は社員の生産性を阻害し、機会ロスが生じるリスクもあった。
- ・この問題を解決するため、IPネットワークをベースにしたユニファイドコミュニケーションの導入を検討。シスコの提案に基づき、パイロット導入とその効果測定を行った結果、全店展開することが決定した。

●導入ソリューション

- ・シスコユニファイドコミュニケーション
 - －Cisco Unified CallManager
 - －Cisco Unity
 - －ボイスゲートウェイ
 - －Cisco Unified IP Phone 7911
 - －Cisco Unified IP Phone 7975

●導入効果 (期待される導入効果)

- ・電話の取り次ぎと伝言メモが不要になり、社員の生産性向上が期待される。
- ・本社・店舗間の外線通話がなくなることで、年間約10%に相当する電話料金の削減効果が期待される。
- ・パイロット導入の結果、顧客満足度向上にも効果があると評価されている。
- ・顧客に先進的な印象を与えるというメリットもある。
- ・社員のフットワークがこれまで以上に軽くなるため、今後ワークスタイルが変わっていくことも期待されている。

トヨタ系列最大の自動車ディーラーとして、日本の自動車販売業界をリードし続けている名古屋トヨペット。ここでは未来の自動車ディーラーのあるべき姿を実現するため、シスコのユニファイドコミュニケーションが既存のCRMシステムと連携した形で導入されている。コミュニケーションロスを最小化することで、顧客との関係をさらに強化することが目指されているのだ。パイロット導入による、導入効果の検証も行われ、2008年7月までには全店展開を完了し、2300台を超えるIP電話が導入される予定。将来はこのシステムを、他の自動車ディーラーに外販することも検討されている。

顧客との関係をさらに強化するため 着目されたコミュニケーションロスの解消

日本では、新車市場が急速に縮小しつつある。2007年3月期に過去最高の収益を上げたトヨタ自動車も、国内での販売は2年連続の減少だった。原油価格の高騰によってガソリン価格がさらに上昇すれば、この傾向に拍車がかかると予測されている。このような厳しい状況を打開するためのひとつのツールとして、ユニファイドコミュニケーションの積極的な活用を開始したのが名古屋トヨペットである。

同社は1956年に設立された、トヨタ系列最大の自動車ディーラー。着実に売上を伸ばし続け、2006年度にはグループ全体の連結売上高が2500億円を突破。2008年6月には新車累計台数が178万台に達した。トヨタ系の新車販売に加え、中古車販売、輸入車販売、カーメンテナンス、カー用品販売、通信機器販売、書籍・CD販売などのビジネスも展開している。

また同社は日本の自動車販売業界をリードする存在としても知られている。代表取締役社長の小栗七生氏は2008年2月まで社団法人 日本自動車販売協会連合会の会長を務めており、現在も理事相談役として自動車の健全な流通に貢献し続けているのである。

厳しい環境の中でも成長を続けている理由として、見逃すことができないのが同社の経営理念だ。そこには「和・積極性・真心の創業精神をもとにお客さまと共に歩み、新しい価値を創造し、豊かな暮らしと文化に貢献する」と述べられており、顧客との関係を徹底的に重視する姿勢が謳われている。また同社は「NTP」というアルファベットをデザインしたロゴマークを使用しているが、これは「Nice To People」の略であり「人に「素敵」を。」という意味が込められている。単にクルマを販売するのではなく、文化やライフスタイルを総合的に提案することが目指されているのだ。

「私どもの仕事はまずお客さまあってのものです」というのは、名古屋トヨペットで代表取締役副社長を務める小栗一朗氏。顧客に対して最も的確なサービスを、スピーディに提供することが同社の存在意義なのだという。「そのために重要なのが、お客さまとの間に太くて広い関係を確立することなのです」

そのためには何が必要なのか。名古屋トヨペットが着目したのは、電話対応で発生する“コミュニケーションロス”を最小化することだったのである。

CRMと連携したユニファイドコミュニケーションを導入 未来の自動車ディーラーのあるべき姿を具現化

名古屋トヨペット株式会社



「今回の投資額は小さな店舗ひとつ建てるのに匹敵しますが、それ以上の効果が得られると確信しています」

名古屋トヨペット株式会社
代表取締役副社長
全社統括・レクサス事業責任者
総合経営企画室担当
小栗 一朗 氏

顧客満足度と生産性の両面を視野に入れ あるべき姿を提示したシスコアカウントチーム

自動車ディーラーの世界では今でも、顧客とのコミュニケーションの多くが電話によってなされている。しかし直接対応すべき営業担当者は日中外回りをしていることが多く、店舗にかかってきた電話にすぐ対応することは難しい。そのためいったん代表電話で着信を受け、可能であれば転送を行い、そうでない場合にはメモを作成して当事者に伝えるのが一般的だ。名古屋トヨペットでも、長年にわたってこの方法が取られてきたのである。

「代表電話でのこのような処理を行うのに、1回あたり3分かかるとします」と小栗氏。1店舗あたり1日20本の電話がかかってくれば、1日あたり1人時間の損失になると説明する。名古屋トヨペットには87の拠点があるため、1ヶ月で11人月の損失になる計算だ。「しかしそれ以上に恐ろしいのは、お客さまからの電話に迅速に対応できないが故に、お客さまの満足度を下げってしまうことです。また機会損失が生じている可能性もあります」

この問題を根本的に解決するため、名古屋トヨペットではユニファイドコミュニケーションの導入検討を開始。2006年6月に行われたシスコのコンサルティング部門であるIBSG(インターネット・ビジネス・ソリューションズ・グループ)の提案に基づき、名古屋トヨペットとその情報子会社であるエヌティーシステム(NTS)、NTTが中心となり、社内におけるパイロット導入の検討に着手する。シスコの提案内容は「顧客満足度向上と生産性向上のふたつの側面から、未来の自動車ディーラーのあり方を提示する」というもの。コミュニケーション系をすべてIPネットワークにまとめることで、人の動きのムダを削減し、顧客とのコミュニケーションを円滑化かつ効率化していこうというのだ。小栗氏はいう。「シスコの提案内容は、私どもの課題を解決できる大きな可能性があると었습니다。」

この提案を受けてまず行われたのが、社内インタビューとアンケートによる業務プロセス分析だった。2006年9月～2007年1月にかけて、シスコのアカウントチームとIBSGで構成される“クロスファンクショナルチーム”が、名古屋トヨペットのフラッグシップ店である豊田土橋店において情報収集を行い、プロセス改善の提案を実施。さらに費用対効果(ROI)の算出や実機によるデモも行われた。

2007年8月には名古屋トヨペットの経営陣が、検討されたソリューションを承認。実際の効果測定を行うために7店舗におけるパイロット導入を決定し、2007年12月にこれらの店舗への導入を実施する。そして2008年1月には全社展開を決定。2008年7月までに全店導入が完了する予定になっている。

導入システムの全体像は図に示す通り。Cisco Unified CallManager、Cisco Unity、QoSルーターなどで構成されるユニファイドコミュニケーションシステムが、ボイスゲートウェイ経由で公衆交換電話網と接続されている。2008年7月までに導入されるIP電話の数は2300台以上。そのほとんどはCisco Unified IP Phone 7911だが、Cisco Unified IP Phone 7975も35台導入される。



シスコ ユニファイドコミュニケーションシステムとIP電話がパイロット導入された、先進的なモデル店舗の豊田土橋店。

CRMと連携したユニファイドコミュニケーションを導入 未来の自動車ディーラーのあるべき姿を具現化

名古屋トヨペット株式会社



「電話がCRMと連携すれば、営業担当者の業務効率をさらに高められます。
またIP電話を営業現場に根付かせる上でも、重要な意味を持っています」

名古屋トヨペット株式会社
営業推進部長代理（システム担当）
兼 次期システム導入準備室長
兼 レクサス事業部 レクサス事業主担当
河村 隆宜 氏

IP電話の番号はすべての担当者に“個人番号”として割り当てられ、顧客からの電話を担当者が直接受けることが可能。外出時にはIP電話への着信を携帯電話へと転送できる。担当者に対する電話転送はもちろんのこと、担当者不在時の伝言メモも不要になるのだ。また転送設定状況をチェックすることで、担当者が在席か否かも確認できるようになっている。このような一連の仕組みによって、顧客とのコミュニケーションがこれまで以上にスムーズになり、ムダな社内業務も削減されるのである。

CRMとの連携でスタッフの生産性を向上 顧客満足度向上にも効果ありと評価

注目すべきなのはこれだけではない。すでに導入されている社内システムと連携している点も重要なポイントである。

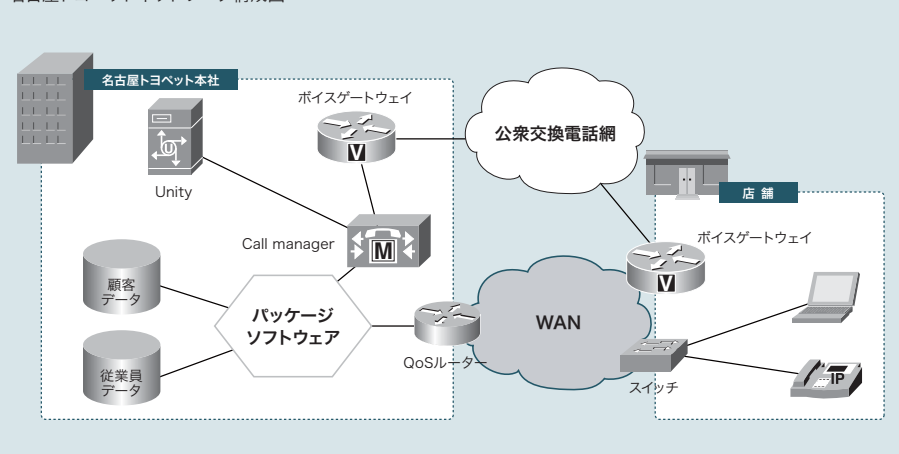
「弊社では1995年に最初のCRMシステム『NOA (Network Organization Assist System)』を構築しており、2002年には営業担当者がやるべき作業を、スケジュールベースで提示する仕組みを作り上げています」というのは、名古屋トヨペットでシステムを担当する河村隆宜氏。このシステムは営業担当者に欠かせない存在になっており、IP電話がこれと連携することは必須条件だったという。「電話がCRMと連携すれば、営業担当者の業務効率をさらに高められます。またIP電話を営業現場に根付かせる上でも、重要な意味を持っています」

NOAとの連携はシスコが提供するAPIによって実現。パソコンの画面に表示された電話番号をクリックするだけで発呼できる「クリクトゥダイヤル」と呼ばれる仕組みや、顧客から着信すると自動的に顧客情報が画面に表示される仕組みが実現されている。「着信と同時にお客さまの情報が表示されるので、電話対応はさらにスムーズになっています。NOAからのクリクトゥダイヤルも、顧客へのコール件数増加という効果をもたらしています」（河村氏）



IP電話とCRMシステムの連携で顧客から着信すると自動的に顧客情報がパソコンの画面に表示され、電話対応もスムーズに行うことができる。

名古屋トヨペットネットワーク構成図



CRMと連携したユニファイドコミュニケーションを導入 未来の自動車ディーラーのあるべき姿を具現化

名古屋トヨペット株式会社

それではこれらの仕組みによって、具体的にどの程度の定量効果が期待できるのか。「まだ全店展開の最中なので評価を行う時期ではありません」と小栗氏は慎重だが、シスコによれば、パイロット導入によってある程度の数値的効果が見えているという。

まずディーラースタッフの生産性は、電話転送や伝言メモ作成がなくなることで改善が期待されている。コミュニケーションコストも、本社・店舗間の外線通話料がゼロになることで、年間約10%の電話料金の削減が可能になる。顧客満足度の向上も期待されている。今回の投資額は小さな店舗をひとつ建てるのに匹敵するが、「それ以上の効果が得られると確信しています」（小栗氏）という。

「シスコを選択したからこそ、ここまでの仕組みができたのだと思います」と河村氏。シスコ製品の柔軟性はもちろんのこと、システム連携をサポートするパートナーやシスコ製品を理解している数多くの技術者が存在していることも、高度なシステムを実現する上で重要な役割を果たしているという。「このようなシステムを持つことは、お客さまに先進性を感じていただくことにもつながっています」

最高の道具立てを用意することは 社員の幸せを実現する上でも重要

社員のワークスタイルが今後大きく変わることも期待されている。IP電話と携帯電話を連携させることで、社員のフットワークはさらに軽くなったからだ。以前は顧客からの電話を確認するため必ずオフィスに戻らなければならなかったが、これからはその必要性も薄れていくだろう。これによって“ムダ・ムリ・ムラ”もなくなっていくと考えられている。

「個を尊重し、働きがいの創造につとめ、社員とその家族の幸せを実現することも、弊社の経営理念のひとつです」と小栗氏。そのためには、社員の生産性を高められる道具立てを用意し、常に最高の環境を提供しなければならないのだという。「シスコの提案はこの理念を実現する上でも有効だったと考えています」

全店展開が完了した後は、このシステムを外販することも検討されている。今回のユニファイドコミュニケーションの導入は名古屋トヨペットのみならず、業界全体の生産性向上にも大きな貢献を果たす可能性を秘めているのだ。

Profile

名古屋トヨペット株式会社

本社：愛知県名古屋市熱田区尾頭町2-22
設立：1956年（昭和31年）3月20日
資本金：8億円
従業員数：2,400名
売上高：1,483億4,149万円（2006年度単独）
2,513億6,607万円（2006年度グループ連結）

1956年に設立されたトヨタ系列最大の自動車ディーラー。着実に売上を伸ばし続け、2006年度にはグループ全体の連結売上高が2500億円を突破。2008年6月には新車累計台数が178万台に達した。トヨタ系の新車販売に加え、中古車販売、輸入車販売、カーメンテナンス、カー用品販売、通信機器販売、書籍・CD販売などのビジネスも展開し、人と車に関わる文化やライフスタイルを総合的に提案できる企業を目指している。

<http://www.ntp.co.jp/>

©2008 Cisco Systems, Inc. All rights reserved.

Cisco、Cisco Systems、および Cisco Systems ロゴは、Cisco Systems, Inc. またはその関連会社の米国およびその他の一定の国における登録商標または商標です。

本書類またはウェブサイトに掲載されているその他の商標はそれぞれの権利者の財産です。

「パートナー」または「partner」という用語の使用は Cisco と他社との間のパートナーシップ関係を意味するものではありません。(0805R)

この資料の記載内容は2008年7月現在のものです。

この資料に記載された仕様は予告なく変更する場合があります。



シスコシステムズ合同会社

〒107-6227 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー

<http://www.cisco.com/jp>

お問い合わせ先（シスコ コンタクトセンター）

<http://www.cisco.com/jp/go/contactcenter>

0120-092-255（フリーコール、携帯・PHS含む）

電話受付時間：平日 10:00～12:00、13:00～17:00

お問い合わせ先