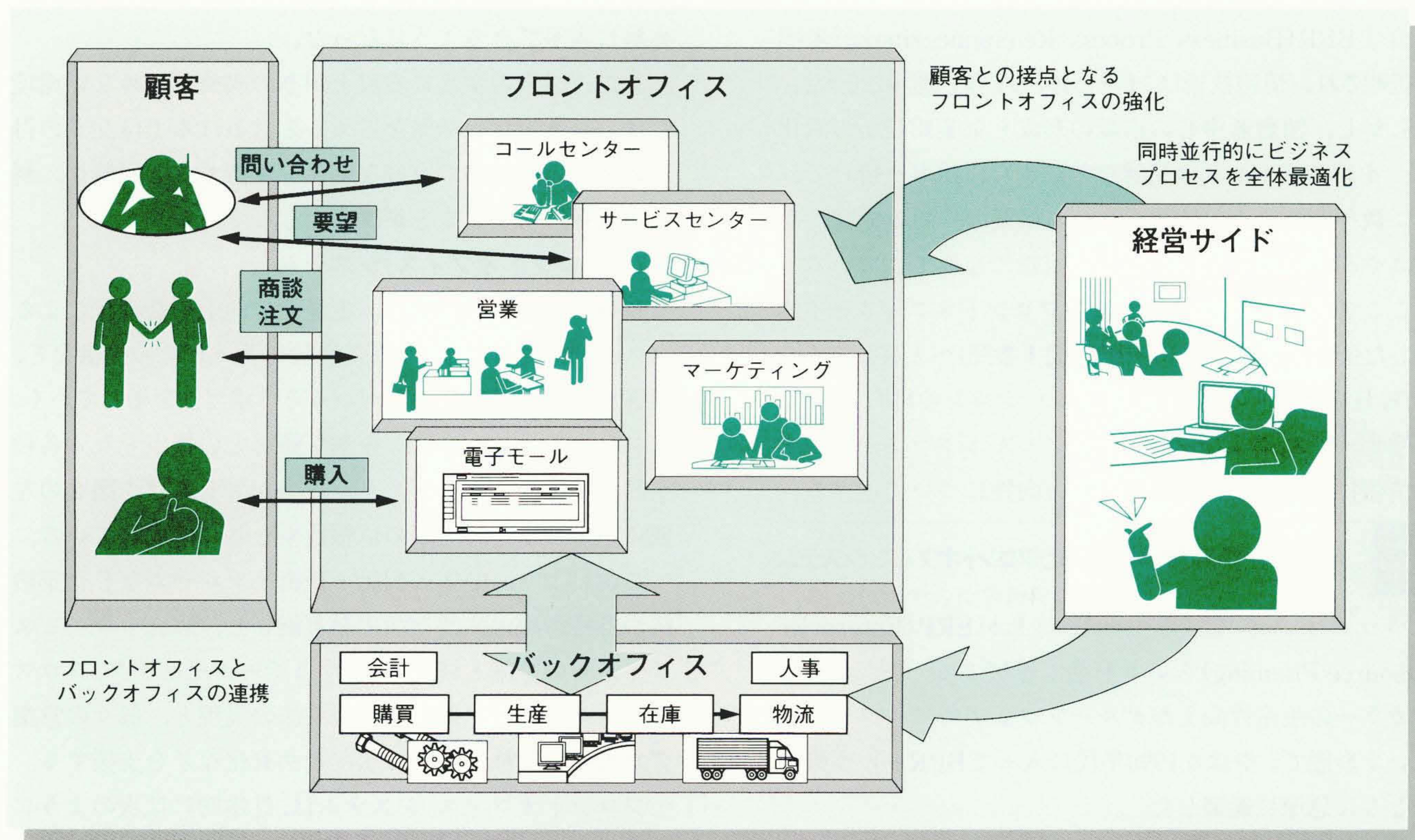


顧客満足と売上高の拡大を実現する フロントオフィス向けソリューション

Front Office Oriented Solution for Customer Satisfaction and Profit Expansion

関根章司 Shôji Sekine 野上 治 Osamu Nogami
大築 徹 Tôru Ôtsuki 森 保治 Yasuharu Mori



今後の企業情報システムのフレームワーク

生産性や効率向上を主体としたバックオフィスと、販売拡大やサービス向上を主体とするフロントオフィスを同時並行的に、全体最適化できる経営スタイルを実現する。

BPR(Business Process Re-engineering：企業経営のリエンジニアリング)は、情報技術の観点ではERP(Enterprise Resource Planning)に代表されるように、主にバックオフィスの生産性向上を中心に進展してきた。また、間接業務の効率向上として、グループウェアやワークフローの導入が進展してきた。

しかし、真に企業の売上高や利益の拡大を実現するためには、顧客との接点となるフロントオフィスでの効率的な営業活動や顧客サービスをスピーディに創出することが重要であると考える。

日立製作所は、SFA(Sales Force Automation)やCTI(Computer-Telephony Integration)、モバイルシステムなどの最先端の情報技術を効果的に取り込んだ、フロン

トオフィスシステムの構築を支援する各種ソリューションとサービスを提案する。

これにより、次のことが実現可能となる。

- (1) フロントオフィス業務のコンピュータ化を図って、顧客分析に基づく確な販売・サービス活動を行う。
- (2) 顧客との継続的な関係を確立し、顧客の売上高などを15%程度向上させる。
- (3) フロントオフィスの各業務をバックオフィスと連携させ、経営プロセスの全体を最適化する。

日立製作所は、今後もフロントオフィスを中心とした次世代情報システムの提案を通じて、いっそうの経営の効率化、新ビジネスの創出による市場拡大、顧客満足の実現などを支援していく。

1 はじめに

企業活動のグローバル化の進展や規制緩和に伴うビッグバン(大改革)などによる大競争時代を迎えて、企業はいっそうのコスト削減や、自社の既存市場の確保と新規市場を拡大するために、顧客満足を実現できる製品・サービスをいち早く提供できるスピード経営を求めている。

このような経営環境の変化に対応し、業務や事業内容を見直すBPR(Business Process Re-engineering)が米国で提唱され、情報技術はこれと一体となる形で進歩してきた。

しかし、消費者中心の市場の形成と企業間競争の激化に、インターネットの発展などがさらに拍車を掛けて、ここ数年間で従来の情報システム構築の枠組みでは、売上高や利益の向上を図ることが困難になってきている。

ここでは、顧客との接点となるフロントオフィスを主体とした企業情報システムの構築(図1参照)へと移行する必要性、日立製作所の提供するソリューションの目的と特徴、各種サービス、およびフロントオフィス システムを実現する情報技術と今後の製品開発の方向性について述べる。

2 今後の企業経営の取組みとフロントオフィス システム

バックオフィスでの生産性向上がERP(Enterprise Resource Planning)という形態で進展する一方、ホワイトカラーの生産性向上がグループウェアやワークフローという形態で、やはり1990年代に入ってBPRという概念とともに急速に進展した。

グループウェアでは、電子メールやスケジューラ、掲示板、文書管理などの機能を備え、企業内での情報共有の推進、コミュニケーションの迅速化を実現した。

ワークフローは、業務の自動化や標準化などで、業務

のスピードアップに大きく効果を発揮している。

しかし、どちらも効率向上が主な目的となり、ビジネスプロセスそのものに新たな創造的変革をもたらし、売上高や利益の向上に直接寄与するには至っていない。

2.1 今後の企業経営の取組み

低成長率の経済環境になり、作れば売れる時代は終わり、主導権は消費者に渡された。消費者の嗜好(し)の多様化に加え、インターネットの普及によって各種情報を容易に入手できるようになった。

また、従来のように右肩上がりの成長が望めない環境では、売り上げの80%を占めると言われる上位20%の得意顧客との継続的で友好的な関係を維持すると同時に、新規顧客を獲得することが課題となっている。

2.2 フロントオフィス システム

今日の大競争時代では、生産性の向上や合理化によるコスト削減だけでなく、販売活動やサービスの提供など、顧客を中心に据えたBPRがいっそう重要性を増していく。

フロントオフィスは、企業で顧客との接点となる各種業務を遂行する部分であり、そのシステムは、図2の左側に示すような最先端の情報技術を基に構成している。

これにより、顧客・製品・折衝・クレームなど企業の持つ各種情報の高度な活用を可能にし、販売やサービスチャネルの整備と統合、後述するチームセリング、クロスセリングといった新たな営業手法の実現と、個々の営業プロセスの進捗(ちよく)状況の共有化などを支援する。

フロントオフィス システムは、具体的には次のように企業経営の課題を解決する。

(1) 従来、個人への依存度が高く、情報化が遅れていた

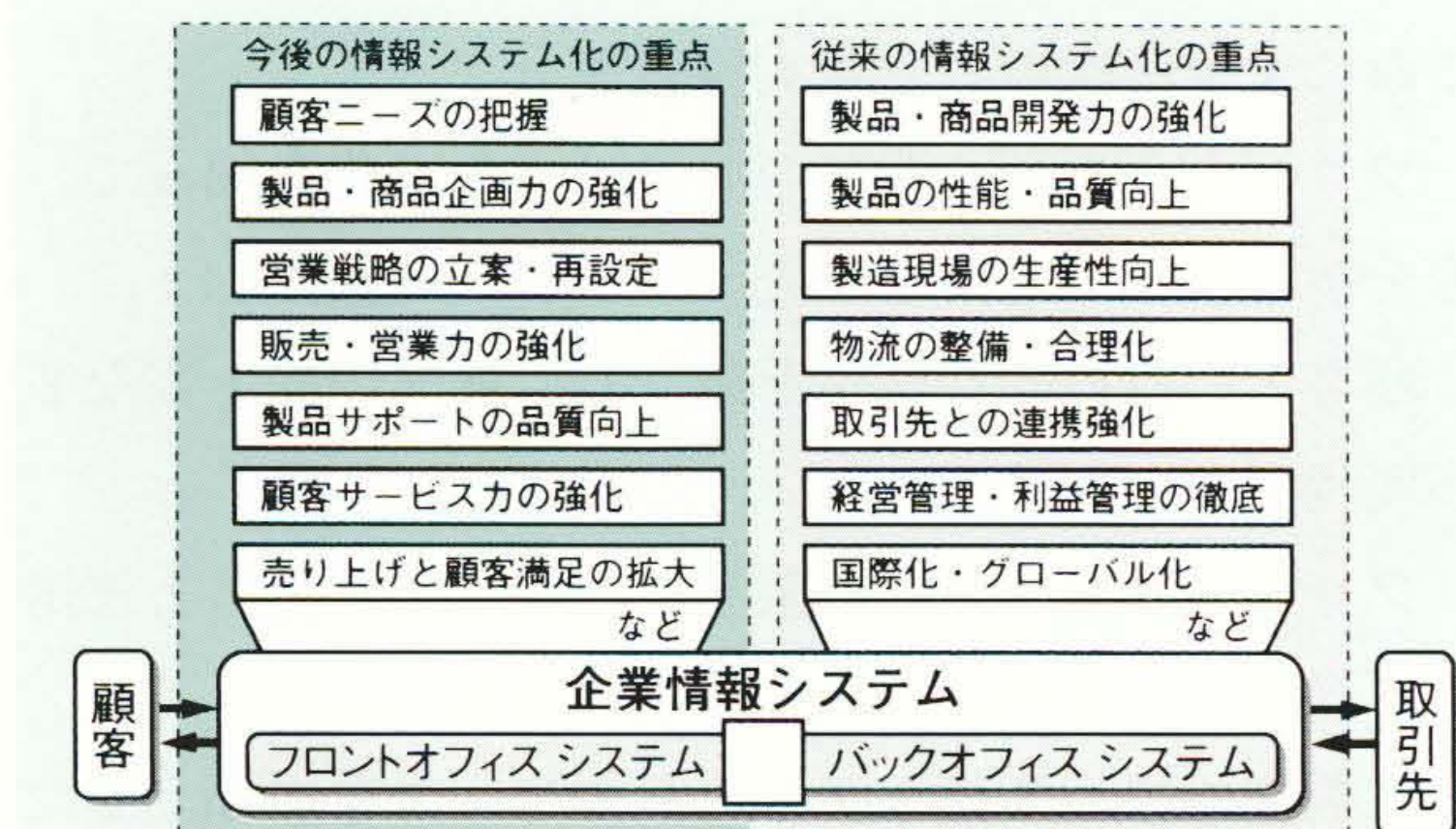
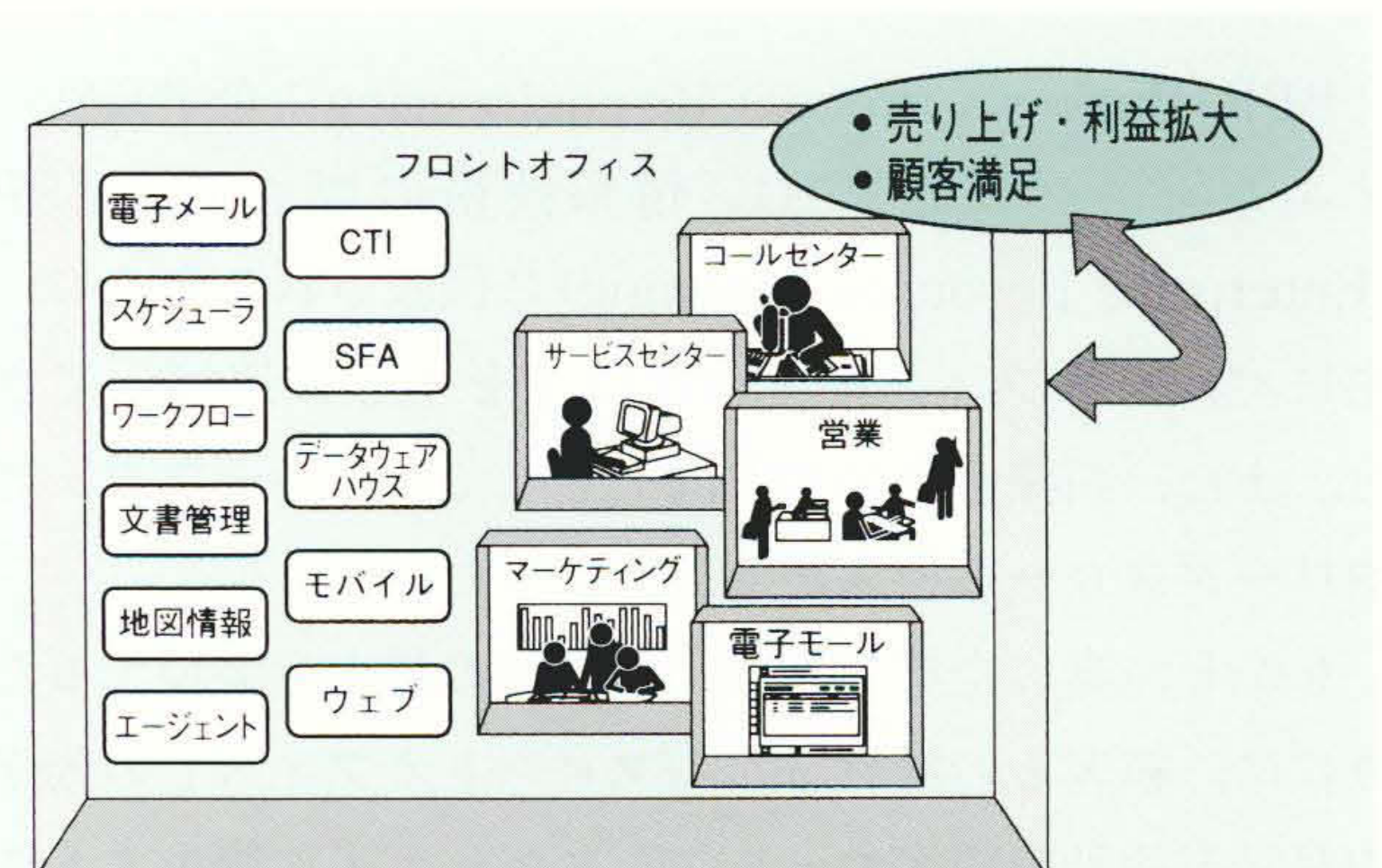


図1 主な経営課題と情報システム

従来、情報システム化の課題は、生産性向上を主体とするバックオフィスであった。



注：略語説明 CTI(Computer-Telephony Integration)
SFA(Sales Force Automation)

図2 フロントオフィス システムを構成する情報技術

フロントオフィス システムは情報技術の集大成であり、新たなビジネススタイルと顧客満足を生み出す。

営業やサービスの現場をコンピュータ化することにより、客観的データ分析や優良営業員のノウハウの共有などによる科学的経営が行え、経営環境や景気動向の影響を最小限に抑えられる。

(2) 顧客との継続的な関係を確保するためのサービスの充実と新規顧客開拓に対応して、営業業務の効率化によって接客時間を増大させ、顧客の潜在的ニーズの発見や、顧客の抱える問題の解決、顧客への情報提供などのサービスを充実させられる。

3

日立製作所のフロントオフィス向けソリューションの考え方

3.1 ソリューション提案のコンセプト

21世紀に向けての企業情報システムでは、フロントオフィスに焦点を当てていく必要がある。なぜなら、バックオフィスは基礎体力となる部分であり、フロントオフィスは他社への明確な優位性の戦略をスピーディーに実施する、いわば技に相当する部分だからである。

日立製作所の提案するフロントオフィス向けソリューションは、他社に打ち勝つためのさまざまな技を生み出すシステム環境の構築を支援し、次の三つを最終的なゴールとして実現することをコンセプトとしている。

- (1) 企業、経営者にとっては、BPRによる継続的な顧客との良好な関係の確立、消費者動向に合った販売形態・サービスの柔軟な創出、および効率向上による経営のスピードアップと売上高や利益の増大が実現できること
- (2) 顧客にとっては、ニーズに合った商品と、問題解決に適切なサービスの選択を容易かつ迅速に企業から享受することができ、高い満足度が得られるようになること
- (3) 情報システム部門にとっては、バックオフィスと一貫性のとれたシステムを構築し、各業務プロセスの的確な把握と、それらの同時並行的な制御による最適時点での購買、発注、新製品投入、販売など、プロセス全体の最適化を行えるコンカレントなシステムが実現できること

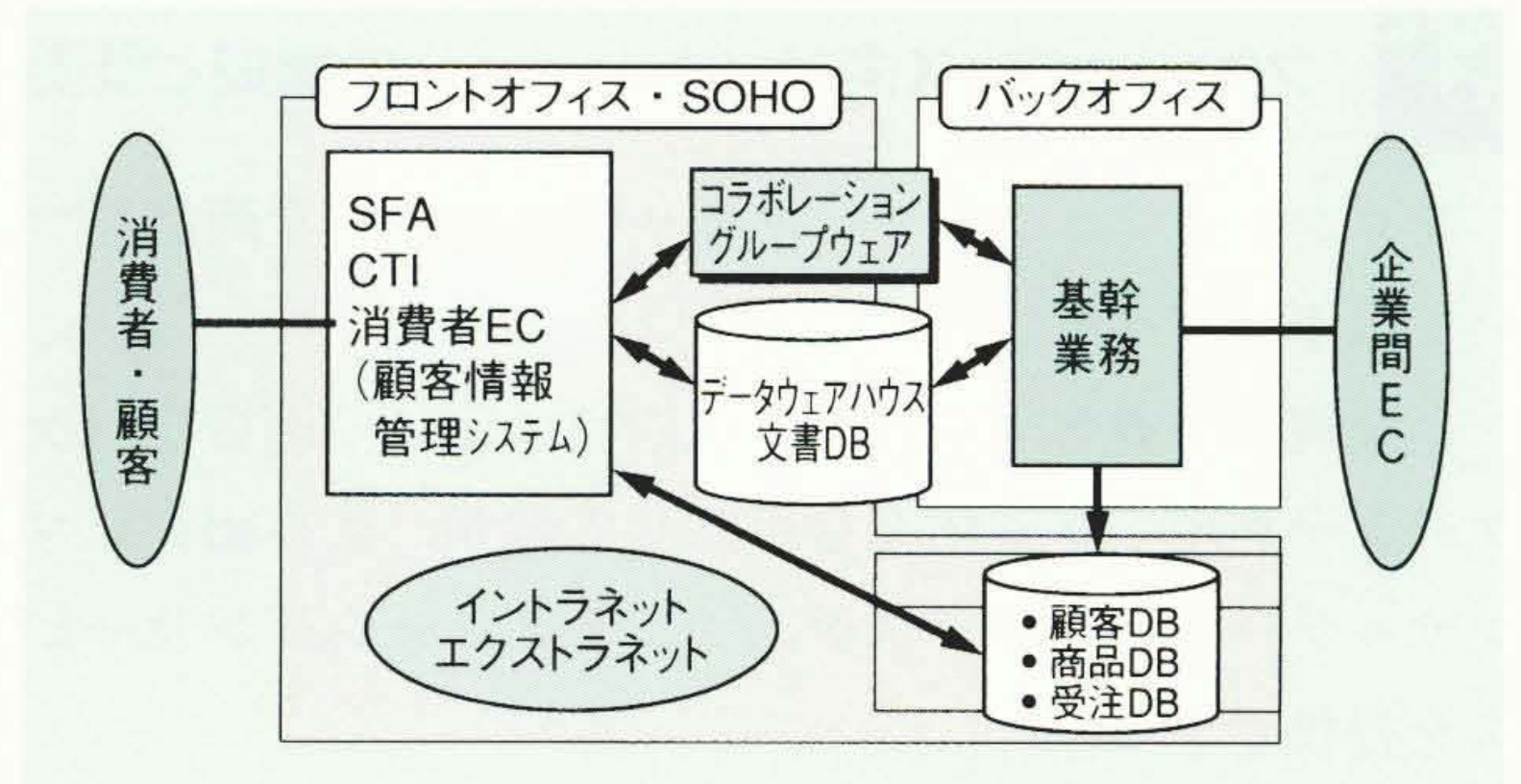
3.2 ソリューションの特徴

フロントオフィス向けソリューションを実現する基盤となる次世代情報システムの構成を図3に示す。

各情報技術の選択と融合による、フロントオフィスの新たなワークスタイルと顧客中心の情報システム構築の考え方を提案する。

フロントオフィス向けソリューション全体の体系を図4に示す。特徴は次のとおりである。

- (1) 顧客との接点となる営業やコールセンターだけでな



注：略語説明 SOHO (Small Office, Home Office)
EC (Electronic Commerce), DB (Database)

図3 次期情報システムの構成イメージ

フロントオフィスに最先端の各種IT(情報技術)を取り込むとともに、バックオフィスとのシームレスな連携を実現していく。

く、それらに付加価値を提供するDWH(Data Warehouse)や基幹系業務との連携など、企業情報システム全体の提供ができる。

また、金融や製造、流通などさまざまな業種で長年培ってきた日立製作所のノウハウを必要かつ効果の出やすい部分から順次適用することにより、バランスよく柔軟性の高いシステムが構築できる。

(2) ハードウェアはもとより、GroupmaxやHiRDBなど信頼性の高い日立製作所のオープンミドルウェアや、他社製品を活用したシステム構築ができる。

各販売チャネルの持つ顧客・受注データと基幹系データのデータベース統合や、業務プロセスをコントロールするワークフローなどの重要な部分を、実績ある日立製作所の製品で提供できる。

(3) メインフレームやC/Sシステムで培ったシステム構築技術と業種ノウハウに精通した専門のSE(Systems Engineer)による支援体制を設けるとともに、有力コンサルタントとの積極的な業務提携により、質の高いソリューションが提供できる。

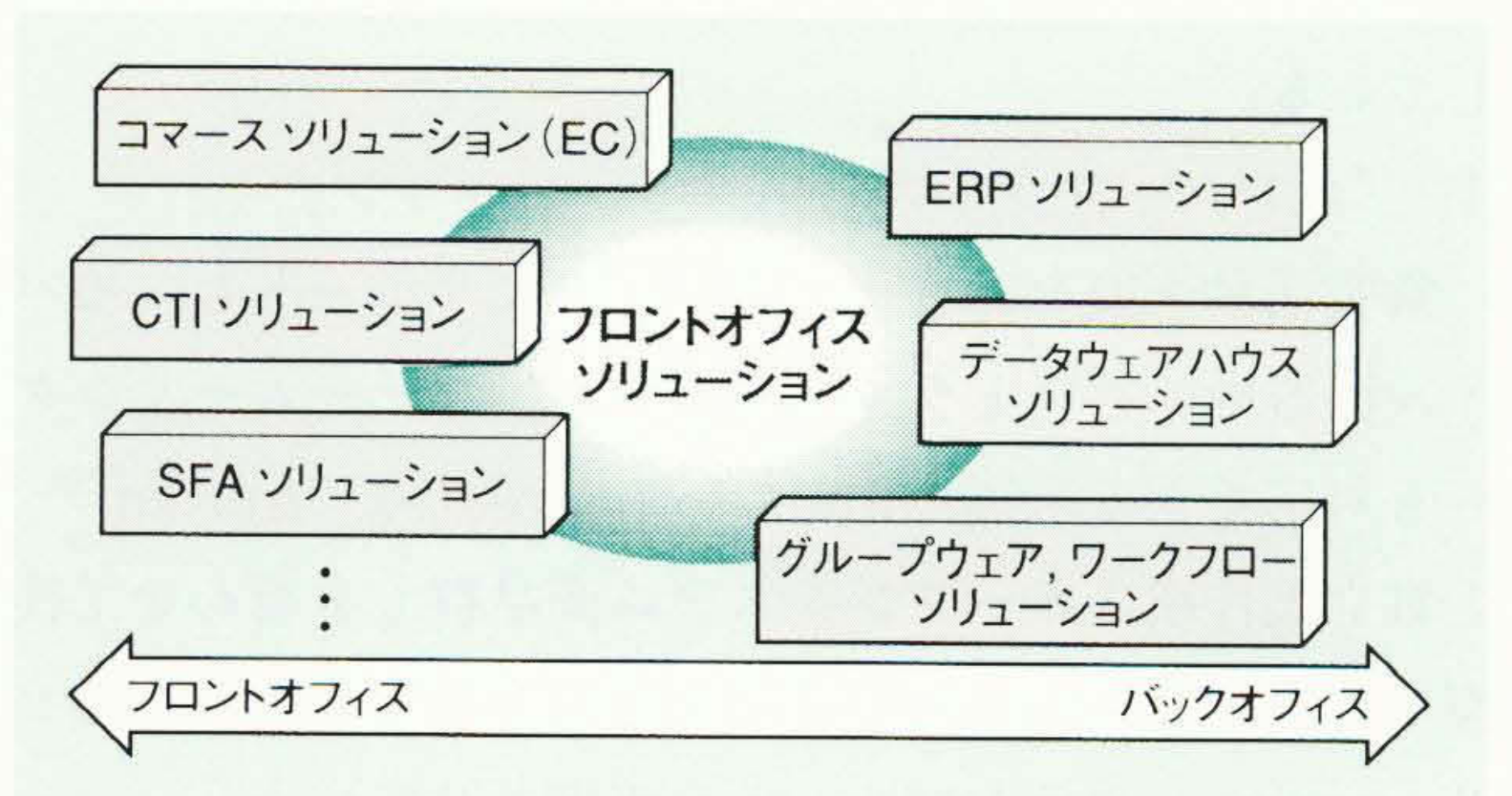


図4 フロントオフィスソリューションの全体構成

顧客との接点に対応した各種ソリューションと関連ソリューションをトータルに提案する。

4 フロントオフィス向けソリューションの構成と概要

フロントオフィス向けソリューションの主な商品について以下に述べる。

企業規模や顧客へのサービス内容に応じて適切なパッケージを利用できる体系を用意しており、きめ細かいコンサルティングやシステムインテグレーションサービスを提供できる。

4.1 SFAソリューション

顧客ニーズの把握、見込み客の絞り込み、見積もり・提案、受注、出荷、フォローなどの営業活動サイクルの統合管理と、関連業務や市場動向、取引履歴、在庫・納期情報との連携により、営業効率と顧客満足を向上させ、最大15%程度の売り上げ増を実現する。

また、営業活動のワークスタイル革新やビジネスプロセス革新を実現する。

4.1.1 ソリューションサービスの特徴

(1) 従来のSFAが日報作成や顧客情報、案件管理などの営業活動支援にとどまっていたのに対し、コールセンターやヘルプデスクなどのサービス部門と情報を共有することにより、見込み客の発掘まで支援する大規模システムも構築できる。これにより、従業員1,000人を超える企業でのチームセリングも可能になる(図5参照)。

(2) 企画段階の「営業プロセス改革支援サービス」から、SFAの「構築・運用コンサルティングサービス」や「テクニカルサポートサービス」、さらに「教育・研修サービス」まで、全工程でサービス商品を提供できる。

(3) モバイル環境、分散オフィス環境、既存業務システム、グループウェア、データウェアハウスなどとの連携や、ハンドヘルドパソコンの活用など、多様化するニーズにも対応できる。

4.1.2 提供する商品群

次の各ソリューションに適切な商品群をラインアップしている。

(1) 「エンタープライズSFAソリューション」

営業活動全般をシステムティックにサポートし、モバイル機器やエクストラネット、大規模なチームセリングへも対応できる米国Aurum Software社の“Aurum”^{※1)}と日立製作所のオープンシステム商品群とを合わせて提案する。また、医薬、製造、流通、金融など業種別のソリューションやテンプレートを充実させていく。

(2) 「セールスアシストSFAソリューション」

SFAの基本機能をコンパクトにまとめた、小規模向けの

セールスアシスト用製品として、米国Radnet社の「営業支援システム for WebShare^{※2)}」を提案する。イントラネットを活用したシステムを短期間に低コストで構築できる。

4.2 CTIソリューション

コンピュータと電話を高度に連携させ、コールセンターでのカスタマーサポートやテレホンバンキング、テレマーケティングによる顧客サービスの向上、新規顧客の獲得などを実現する(図6参照)。

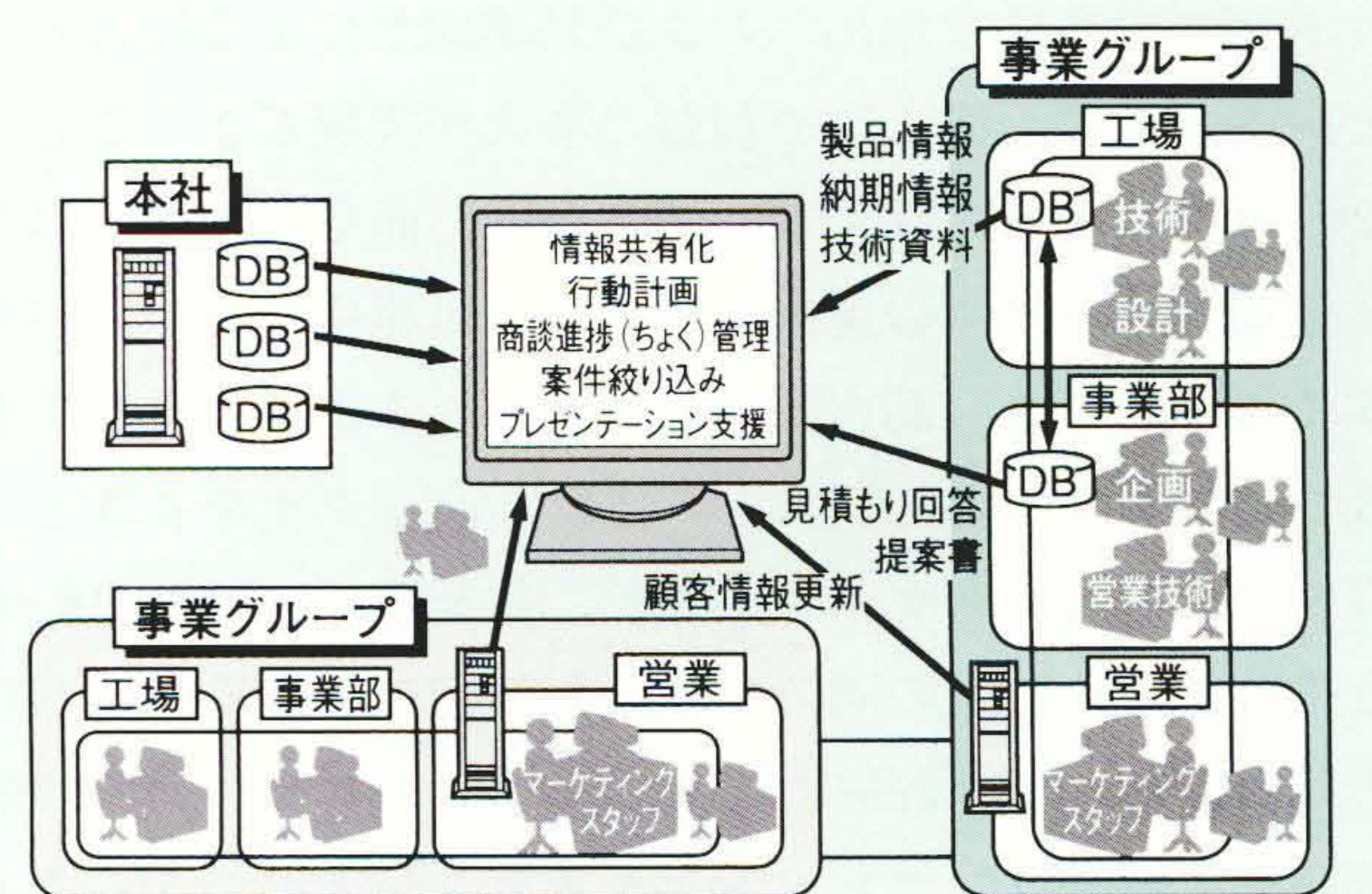
WWW(World Wide Web)サーバと連携したコールセンターシステムやインターネット電話・ファクシミリを実現するシステムなど、本格的な「インターネットテレフォニー インテグレーション」も今後提案していく。

4.2.1 ソリューションサービスの特徴

(1) 電話対応の専用業務向けの「コールセンターCTIソリューション」と、通常のオフィス業務向けの「オフィスCTIソリューション」の二つのタイプのソリューションを提案する。

プランニングから導入・運用・保守まで、企業の用途・規模に適切な商品とサービスを組み合わせて、システム構築をトータルに支援できる。

(2) Groupmaxなどの電子メールに音声とファクシミリデータを統合する「ユニファイドメッセージング」を実現する。



注：□ (営業部門内と事業部・工場とのチームセリング)
 □ (事業グループをまたぐ営業部門間のチームセリング)

図5 SFAのチームセリングへの適用例

同一部門・事業部内に加え、事業グループ間にまたがった企業群の営業活動を最適化する。

※1) AurumおよびAurum関連製品は、米国Aurum Software, Inc.の商品名称である(“Aurum”は、日立製作所のソリューションビジネスとして、Aurum Software社と契約、連携済み)。

※2) WebShareは、米国Radnet, Inc.の商標である(“WebShare”は、日立製作所のソリューションビジネスとして、Radnet社と契約、連携済み)。

4.2.2 提供する商品群

(1) 「コールセンターCTIソリューション」

また、テレマーケティングの発信業務も自動化でき、手動発信の3～5倍の効率化が図れる。

中規模向けには米国REMEDY社の“CX-CTI/Office”^{*5)}を提供し、通話録音機能や行き先表示機能による電話の取り次ぎ業務の効率化を実現する。また、多機能電話機能をパソコン上の画面で提供する。

4.3 データウェアハウスソリューション

各販売チャネルの保有する顧客情報をDWHで共有し、多次元分析やデータマイニングを活用すれば、顧客への適切な商品提案が可能になる。

コールセンターへのクレーム情報をDWHで共有し、営業やマーケティング部門でも活用すれば、顧客により密着したサービスや製品提供ができ、付加価値を創出できる。

4.3.1 ソリューションサービスの特徴

これまで提案してきた各種ソリューションに加えて、次のものもいっそう強化している。

- (1) 部門のデータマートからセントラルDWHまで、システムの構築・運用コストを削減するソリューションをトータルに提供する。
- (2) 各種業務パッケージやイントラネットに対応した、業務担当者による効率的なデータ分析を実現する業務別ソリューションを提供する。

次の各ソリューションに適切な商品群をラインアップ[®]している。



顧客からの電話のたらい回し防止、多様な問い合わせへの迅速な対応、クロスセリングなどが可能になる。

※4) Vantiveは、米国Vantive社の商標である(“Vantive”は、日立製作所のソリューションビジネスとして、Vantive社と契約、連携済み)。

※5) CX-CTI/Officeは、米国REMEDY社の商標である(“CX-CTI/Office”は、日立製作所のソリューションビジネスとして、REMEDY社と契約、連携済み)。

- (1) 「DWH構築ソリューション」として世界的に著名なPrism社のDWH構築ツール群と日立製作所のデータマート構築ツールである“HITSENER DM/SV”を活用し、ソースデータの抽出・変換プログラムの開発から、メタデータ管理、システム運用まで一貫して自動化や省力化を支援する。
- (2) 「DWH応用ソリューション」として、日立製作所のERPパッケージ“GEMPLANET”の財務データ分析システムを、“HITSENER3”を利用して、短期間・少工数で構築できる運用・分析テンプレートや、“DATA-FRONT”によるデータマイニングシステムの企画から構築・設計・教育までのソリューションを提案する。

5 今後のソリューションと商品開発の方向

5.1 モバイルSFAソリューション

日立製作所のハンドヘルドパソコン“Persona”（図7参照）上にSFAのサブセットを搭載し、どこでもコンピュータが使える環境を実現する「モバイルSFAソリューション」を提案する。営業現場での作業効率向上により、直行直帰型や在宅勤務を可能にする。

5.2 ナレッジ マネジメント ソリューション

営業ノウハウや商品情報などの知識の表現形式である文書・画像・映像・地図などの効率的な検索と管理を実現する商品として、並列オブジェクトリレーショナルデータベース“HiRDB Version 5.0”を提案し、営業員やオペレータの直観的な理解などを支援する。

また、“HiRDB Version 5.0”をベースに、“Document-Broker”をはじめとする各種文書や画像、映像、地図情報などのデジタルコンテンツを容易に扱えるミドルウェア商品群を“HiRDB Universal Server”として体系化し、各種サービスを次世代に向けて開発していく。



特徴

- (1) 見やすい8.1型大画面カラーSTN液晶(256色)を搭載
- (2) 入力しやすい、16.5mmピッチの本格キーボードを搭載
- (3) PDC/PHS(PIAFS)のI/Fを標準搭載。高速モデムも内蔵
- (4) CPUに、高性能RISCプロセッサSH-3(100MHz)を搭載
- (5) カラーモデルながら、長時間駆動を実現
- (6) Microsoft社のWindowsCE2.0*日本語版の搭載により、パソコンとのデータシンクロナイズがさらに機能アップ
- (7) 多彩な“Persona”のオリジナルソフトを搭載

注：*Windowsは、米国およびその他の国における米国Microsoft Corp.の登録商標である。

図7 モバイルSFAを実現するハンドヘルドパソコン“Persona”
移動先からの折衝状況報告や営業先での商品プレゼンテーションなどにより、営業効率を向上できる。

6 おわりに

ここでは、顧客満足と売上高拡大を実現するフロントオフィス向けソリューションについて述べた。

日立製作所のフロントオフィスソリューションは、顧客中心型のシステム構築を支援する。今後も、最先端の各種経営情報技術を効果的に取り込み、サプライチェーンマネジメントやマーケティングオートメーションなども含め、きたるべき次世代の企業情報システムの姿や構築方法の提案を通じて、ユーザー企業のいっそうの経営効率化、新ビジネスの創出による市場拡大、顧客満足の実現などを支援していく考えである。

参考文献

- 1) 角川：営業革新システムの実践，日本経済新聞社(1998)
- 2) E. M. Goldratt, et al.：The Goal, Gower Publishing(1993)
- 3) 田坂：複雑系の経営，東洋経済新報社(1997)
- 4) 今岡：サプライチェーンマネジメント，工業調査会(1998)
- 5) D. Tapscott, et al.：Paradigm Shift, McGraw-Hill, Inc.(1993)
(野村総合研究所「情報技術革命とリエンジニアリング」，株式会社野村総合研究所，1994)
- 6) 穴戸：エンタープライズ・コンピューティング，プレジデント社(1998)

執筆者紹介



関根 章司

1974年日立製作所入社，オープンソリューション営業本部開発部 所属
現在，フロント オフィス ソリューションの企画開発に従事
E-mail：s-sekine@cm.o3head.hitachi.co.jp



大築 徹

1978年日立製作所入社，オープンソリューション営業本部開発部 所属
現在，フロント オフィス ソリューションの企画開発に従事
E-mail：totsuki@o3head.hitachi.co.jp



野上 治

1969年日立製作所入社，情報システム事業部 中部システム部 所属
現在，フロント オフィス ソリューションの企画開発，オープンソリューションビジネス拡販に従事
技術士(情報処理部門)
E-mail：o-nogami@hitachi.co.jp



森 保治

1986年日立製作所入社，ソフトウェア事業部 計画部 企画グループ 所属
現在，データベース，データウェアハウス関連製品企画に従事
情報処理学会会員
E-mail：mori_y@soft.hitachi.co.jp