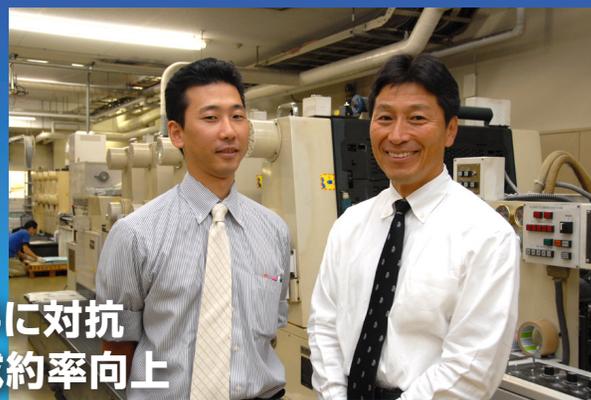


導入事例

Case Study



ソフトバンク携帯電話をフル活用して競合大手に対抗
プッシュ型情報共有による迅速な顧客対応で成約率向上

中堅規模の老舗印刷会社、株式会社ガリバー様は規模の大きい大手と互角に競争していくため、携帯電話をフル活用した迅速な顧客対応体制を構築。ランニングコストを抑制しながら最大限に仕組みの効果を発揮することを狙い、ソフトバンクモバイルの携帯電話やスマートフォンを導入しています。

課題と効果



株式会社ガリバー
常務取締役
中島 真一 様



株式会社ガリバー
取締役 総務部 部長
金尾 博 様

- 課題** ・スピーディーな顧客対応と顧客情報を
営業だけでなく工務や総務などとも情報共有したい
- 効果** ・「ホワイトプラン」により内線代替環境を構築し、
プッシュ型メール配信と通話で顧客情報を瞬間共有



株式会社ガリバー
システム管理部 部長
杉本 鉄雄 様



株式会社ガリバー
営業二部 係長
青木 義郎 様

- 課題** ・さらなる生産性アップのため、会社に戻ることなく
デザイン修正や原稿校正を完結できる環境を構築したい
- 効果** ・ソフトバンクのスマートフォンやタブレット型端末などを活用
して、モバイルでの修正や校正環境の構築が期待される

導入の背景▶ ホームページを通じて問い合わせしてくるお客様への迅速な対応が課題

1950年創業の株式会社ガリバー様は、社名の由来ともなったガリ版刷りからスタート。以後、写植からDTPへと技術進化の変遷を実体験しながら成長してきました。販促物などの商業印刷を主力としており、特にダイレクトメール(DM)などに代表される圧着印刷の導入では、この業界でも草分け的な存在です。

「圧着印刷は熱を利用するため耐熱性が高いインクなど通常印刷にはない様々な技術が必要ですが、当社ではテレホンカードの印刷で培った技術を応用して実現しています」と常務取締役の中島真一様。当時、テレホンカード全盛期にあって、「やがてテレホンカードの時代も終わるだろう」と判断。いち早く圧着印刷技術の開発に着手し、今ではハガキからチラシタイプ、特殊な形状、複雑な折りにまで対応可能で、これがガリバー様の大きな強みとなっています。

とはいえ、現在の印刷業界では技術力が高いだけでは競争に勝てないといえます。「何にもましてスピードが重要で、お客様からの問い合わせにいかに素早く対応できるかが成約率を左右するのです」と中島様。「印刷の世界ではホームページが販促ツールとしてとても効果的。こんなことはできないかと検索して当社を見つけ問い合わせてきたお客様へ、どこよりも速く対応することで成約率は飛躍的に高まります」(同前)。ガリバー様では、これを実現するための仕組づくりのツールとして、携帯電話やスマートフォンをフル活用して役立てています。

導入の内容 ●●●●●▶ メールと通話の徹底活用で情報共有し迅速かつ最適な営業担当が対応

迅速な営業対応の仕組づくりとして、まずガリバー様が行なったのがHP刷新。従来の会社紹介的なものから、売ることを目的とした販売促進型のHPへと大幅リニューアルしました。そして、このHPに寄せられたお客様からの問い合わせメールを全営業担当者の携帯電話へ転送しています。社外を飛び回っている営業担当者は、転送メールで問い合わせがあったことを確認。お客様の会社に最も近い場所にいる営業担当者や、お客様の業種や業態を得意とする担当者がすぐにアポイントをとって訪問するという体制を整えています。

「外出中でも、迅速に対応できるよう営業マンはサンプルや資料などを常に持ち歩いています。問い合わせ当日すぐに伺うと、お客様は大変に驚かれますね。『他社にも問い合わせていたけど、こちらに決めます』と受注に結びつくことも多いです」と中島様。現在は、問い合わせメールに専門担当者が2分以内に電話するという一次対応を導入するなど、さらに仕組みをブラッシュアップしています。

07年に整えた同体制は成果を上げていたものの、ランニングコスト面で大きな課題を抱えていました。営業は携帯電話で工場内はPHSと通信インフラが混在している環境下で、納期相談やスケジュール変更への対応など営業担当者や業

務や工場との社内通話が多く、その通信コスト抑制に苦労していました。取締役・総務部長の金尾博様は、「携帯電話の通信費をコストアップ要因と捉えていましたので、個々の営業担当者の使用状況を見ながら常に契約メニューを変更してコストを抑えていました」と当時を振り返ります。

そうした中、「たまたま見たスマートフォンがとても気に入ってソフトバンクさんのサービスに興味を持ちました」と中島様。「端末間の通話が定額制となる『ホワイトプラン』など多彩なメニューが、利便性向上やコスト削減につながることを考えてリプレイスを決定し、一気に変更しました」とシステム管理部長の杉本鉄雄様も言います。



独自の印刷技術により少量多品種への対応力も高く、ロット数の少ない印刷にも迅速かつ柔軟に応えることができることも取引先様から高く評価されています。



今後の展開 ●●●●●▶ さらなる軽快なフットワークや生産性アップ、効率化の実現に期待

ガリバー様は、ソフトバンクモバイルへのリプレイスを機に営業担当者や経営者層はスマートフォン、営業との連絡が多い業務や製造現場には通常の携帯電話を導入しています。「ランニングコストはほとんど変わらず導入台数を増やすことができ生産性もアップ。現場でも、とても重宝しています」と営業二部・係長の青木義郎様。総務の金尾様も、「通信コストをほぼ固定費化できているので、利用状況や契約メニューを付き合わせて頭を悩ませる負担から解放されました」とのことです。

営業担当者以外にも携帯電話導入が広がってきたこともあり、問い合わせメールだけでなく社内メーリングリストや個人宛PCメールなど、あらゆるメールをスマートフォンや携帯電話に転送。さらに、業務の受注状況や業務連絡なども携帯電話に配信するというプッシュ型の情報共有環境を整

えています。

今後は、「現状の仕組みと、ソフトバンクさんの契約メニューなら飛び抜けてコスト高になるようなことはないと感じました。なので、内外線共通の端末として導入台数を増やし、社内に設置された固定電話の子機を削減していきたいですね」と金尾様。さらに、中島様は「現状でもスマートフォンの大きな画面で印刷デザインなどをPDFで確認できるなど利便性が向上しましたが、将来的にはタブレット型端末を導入してデザインの修正や校正などもモバイル環境で完了できる仕組みを作りたいですね」と。

「大企業との勝負ではフットワークの軽さが不可欠」（中島様）と、携帯電話をベースに営業も現場も瞬時に情報共有しているガリバー様の仕組みは、多くの中小企業にとっても参考となりそうです。

株式会社ガリバー

本社：神奈川県横浜市鶴見区大黒町9-5

従業員数：110名

資本金：46,800,000円

概要：商業印刷をメインに企画制作やDTP制作、デジタルコンテンツ制作、圧着DMの印刷・加工・印字・メールアウト業務、特殊印刷のほか、広告代理店業務やコンピュータ関連商品の開発・販売も手がける

URL：<http://www.gulliver.co.jp>

※パンフレット記載内容は2010年9月現在のものです。