

株式会社キタセツ

- 業 種：リフォーム業
- 所在地：東京都大田区
- 従業員：19名



**「ソフトバンクを導入してからは、煩わしい作業は軽減、
携帯電話にかかる費用は約50%削減できました」**

株式会社キタセツ 代表取締役社長 北川 拓氏

株式会社キタセツ代表取締役社長 北川拓氏に、ソフトバンクモバイル（以下ソフトバンク）の携帯電話を導入した理由や導入効果などについて伺いました。

個人の携帯電話を業務で使うのを止め ソフトバンク携帯電話を支給

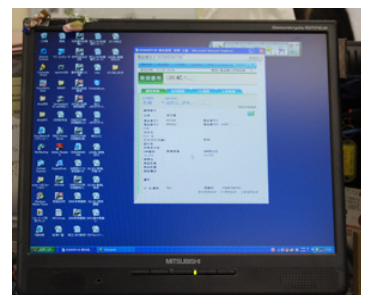
— ソフトバンク携帯電話の活用状況からお話ください。
ソフトバンク携帯は2007年頃に導入しました。会社から社員に支給しています。営業スタッフ7台、工事スタッフ6台、常務1台、社長1台合計15台を使用中です。電話の用途は主に営業、工事、本社間の報告、連絡、相談です。住宅リフォームでは、床をはがしてみたら予想より水道管の腐食が進んでいたりと、柱が傷んでいたりとするなど予想外の展開が珍しくありません。その都度工事現場、営業、本社の間で連絡、相談しなければなりません。携帯電話はなくてはならないものです。

— 携帯電話のメール機能はどのように利用されていますか。
顧客満足や業務効率向上のために、CTI（※1）やグループウェア（※2）を導入しています。携帯メールは主にこれらと連携させて利用しています。施主様から電話がかかってくると、CTIにより施主様の顧客情報がパソコン画面上に表示されます。顧客情報画面から電話があったことなどの伝言メールを担当営業マンの携帯にカンタンに送信できます。

キタセツについて

自然素材を用いたエコ・リフォームに力を入れる住宅リフォーム専門会社。東京都大田区東馬込に本社を置く。1988年設立。施工エリアは大田区、品川区、港区など東京都23区南部が中心。社員数19

グループウェアで社員のスケジュールを共有しているため、社員不在でもスケジュールを確認できます。会社側で社員のスケジュールに新たな予定を入れることもできます。この場合、新たな予定を伝える携帯メールが自動的に社員に送信されます。
※1:CTI（=Computer Telephony Integration）：コンピュータと電話を連携させた使い方。CTIにより表示された顧客情報画面



CTIにより表示された顧客情報画面

※2:グループウェア：ネットワークを通じ関係者間で情報共有を進め、業務の効率化をサポートするソフトウェアの総称。

— ソフトバンク携帯を導入する以前はそうした業務連絡はどのようにされていたのですか。

社員が個人で使っている携帯で業務連絡もしていました。基本使用料は社員持ちで、通話料、通信料は会社が負担していました。毎月社員は仕事に使った通話料、通信料の明細を会社に提出し、会社はそれの一つ一つチェックして社員に支払っていました。社員にとっても会社にとっても大変煩雑な作業でした。

業務に支障をきたさないためにも携帯でのこまめな連絡は必要不可欠でしたが、正直携帯電話にかかるコストはもっと抑えたいと考えていました。

携帯電話利用料は約50%コストカットを実現

— ソフトバンク導入のきっかけは何だったのでしょうか。

ソフトバンクの携帯同士なら通話料が午前1時から午後9時まで無料になる（ホワイトプラン）、固定電話をソフトバンクテレコムのおとくラインにすれば社内の固定電話と携帯電話の通話料も無料になると聞いたことです。これならコストの大幅削減ができると考えソフトバンク携帯電話とおとくラインの導入を決めました。

— 実際にコスト削減はできましたか。

はい。ソフトバンク導入前の通話料、通信料合計額（※）の約半分です。もっともよく携帯を使う社員は毎月2万円～3万円ぐらいかかっていましたが、今では7000円～8000円程度です。（※）基本使用料は社員が支払っていたので含まれていません。

社内通話0円なので、利用明細のチェック作業が軽減

— コスト削減以外のメリットはありましたか。

はい。社員は毎月携帯電話の利用明細を提出する必要がなくなりました。会社は社員が携帯電話を使いすぎているかなどを確認するために、利用明細をチェックします。社内通話が無料になっただけチェックする分量が減り随分楽になりました。

コストを気にせず社内連絡ができるようになったのも社内通話ゼロ円効果です。もう一つ大きなメリットとして挙げたいのが頼れる代理店さんとの出会いです。

— どのような点で頼れる代理店なのでしょう。

携帯電話に不具合が起きた時にすぐ原因を調べてくれたり、携帯電話の追加発注をスピーディーに段取りしてくれたりするところです。代理店側の担当者が変わった時は引き継ぎをしっかりとやってくれていたのも、これといった混乱もありませんでした。中でも助かっているのが、弊社社員の利用状況に応じてそれぞれに最適な料金プランを提案してくれる点です。

例えば施主様など社外への通話が多い営業マンにはソフトバンク以外の携帯への通話料金が半額になるプラン、メールやウ

ェブの利用が多い社員にはパケット代が定額になるプランを提案してくれまし「代理店さんに、よりオトクにならないかチェックしてもらってます」。いずれの場合もきちんとシミュレーションを出してくれたのでどれだけオトクかが理解しやすく、プラン採用を判断するのも容易でした。料金プランはいろいろありますから我々で一つずつ吟味するのは大変なので、こうした提案はありがたいです。

— 携帯がつながりにくいなどソフトバンク携帯についてデメリットを感じたことはありましたか。

ソフトバンク携帯を導入した3年前にはつながりにくいと感じたこともありましたが当時は個人で使っていた別会社の携帯もつながりにくいことがありました。最近ではソフトバンク携帯でつながりにくさを感じることはほとんどないですし、まったく問題にしています。

我が社に合った商品、サービスの提案を期待

— 今後のソフトバンクへの期待をお聞かせください。

弊社に合った商品やサービスの提案をお願いしたいです。私どもは顧客満足を一層向上させたいと考えています。現在は施主様がリフォームの進捗状況を画像で確認できるネットサービスの導入を検討しています。画像は携帯電話で撮影したものを使用します。施主様は完成までのプロセスを自分の目で好きな時にいつでも確認できるので、これまで以上にご満足いただけるかと思います。ソフトバンク代理店さんや、営業の方には私どもの目指しているところを共有してもらい、これに適した商品やサービスを提案して欲しいと思います。その商品やサービスを導入した他社の事例も合わせて教えてもらいたいです。サポートを期待しています。



「他社がどのようにソフトバンクの商品を活用しているか、知りたいところです」

※ 取材日時 2010年11月

※ 本文中の数値、情報はいずれも取材時のものです。