



## 「携帯電話、固定電話にソフトバンクを導入したら、社内コミュニケーションが活発になりました」

株式会社シアーズ

株式会社シアーズ 取締役経営戦略室長 須田康宏さま、管理部 総務・人事課 森田美恵子さまにソフトバンクモバイル(以下 ソフトバンク)の携帯電話を選んだ理由などを詳しく聞きました。

### シアーズについて

広告、デジタルセールスプロモーション、マーケティング&プロデュース会社。広告企画、セールスプロモーションで培ったノウハウから「Impact-TV」のブランドで1997年に業界で初めて電子POPをリリース。導入企業数は延べ2000社を越える。販促に関しては、企画・制作・全国店舗への展開・運営までをワンストップで対応できることが大きな特徴。

URL : <http://www.sears-itv.co.jp/>

### 限界に来ていた、個人携帯の業務利用

— シアーズでは、ソフトバンクの携帯電話をどのように活用していますか。

シアーズでは 2008 年夏にソフトバンクの携帯電話を導入しました。現在、24 回線を使用し、営業担当を中心に支給しています。

携帯電話の用途は、お客さまや自社との連絡はもちろん、PCメールの送受信やスケジュール確認などに利用しています。また、自社商品におサイフケータイをかざすと登録したモバイルサイトに誘導するものがあるので、商談でデモをするときにソフトバンク携帯電話を利用しています。

— ソフトバンクの携帯電話導入前は、どのように携帯電話を利用していましたか。

社員が個人で契約した携帯電話を業務で使用し、社員には一律 5000 円を通話料として支払っていました。ただ、営業担当などはその金額では足りずに、個人負担の方が多くいたようです。そんな事情がわかっていると、異なるキャリ

ア間で社員が連絡を取り合う際や、会社から携帯あてに連絡を取っても、折り返しの連絡が頼みにくいと聞いていました。

通信費として一律で支払っていた金額も、果たして適性なのかは正直なところわからなかったですね。コストですから、会社としては低減したいと考えていました。また、個人の携帯電話番号をお客さまにお教えすることが、果たしていいことなのか疑問に感じていました。



「Impact-TV (電子POP)」を業界で初めて提案

## 携帯電話と固定電話を、同時にソフトバンクに

### — ソフトバンクの携帯電話の導入経緯を教えてください。

パートナー企業が事業の一環としてソフトバンクの代理店を行っており、導入を奨められたのがきっかけです。料金プランとしてホワイトプラン 980 円でソフトバンクの携帯電話同士なら通話料無料ということを知り、法人契約で一括して携帯電話を管理でき、しかも通信費が抑えられる可能性があることから、導入を決めました。

また、携帯電話をソフトバンクにするのなら、固定電話もソフトバンクテレコムのおとくラインに替えた方がメリットがあるという提案を受けました。ソフトバンクの固定電話間と固定電話・携帯電話間が通話料無料になることを知り、シミュレーションしてもらったところ、固定電話で月々3万円程度のコスト削減ができることがわかりました。ですので、携帯電話と固定電話の両方でソフトバンクを導入しました。

### — 携帯電話の導入にあたり、懸念はありませんでしたか。

つながりやすさの面で、電波が弱いというイメージはありました。ただ、私たちが仕事をする場所は都心がほとんどですから、実際には問題ありませんでした。

鎌倉にある物流倉庫では当初通じませんでしたが、その後、倉庫が移転してからは問題なく使用できるようになりました。

### — 実際の通信費としてはどれくらいかかっていますか。

携帯電話の通信費としては24回線で毎月20万円程度になっています。通話が多い人の場合は、W ホワイトにするなど各人の使用実態に合わせた料金プランを選択しています。

通話料に関しては、無制限に会社負担とするわけではなく、上限を5000円までと決めています。実際には、これを超えることはほとんどありませんが、社員にコストを意識してもらう意味からも上限を設けています。



## 社内コミュニケーションが、活発になった

### — 通話料無料のメリットを感じるのどんな時ですか。

当社は販促において、企画・制作・全国店舗への展開・運営までをワンストップで対応できることを特徴としています。それだけに、社員間での打ち合わせ、あるいは手配で連絡を取り合う機会が多々あります。ソフトバンク導入以前は、そうした際に携帯電話で連絡を取り合うことは、すべてコストとして跳ね返っていました。現在は通話料無料ですから、普段は意識していませんが、実際には大きなメリットだと思います。

ソフトバンクを導入したことで確実に社内コミュニケーションは活発になったと感じています。

### — 通話だけでなくメールを使用していますか。

営業担当は、PCあてのメールを転送して外出先でも確認できるようにしています。携帯電話のメールアドレスについては、各人が自由に設定するのではなく、会社でルール(会社名+名字など)を決めています。設定そのものは各人に任せていますが、お客さまとの連絡で使用することもありますので、受け取ったお客さまが当社からわかりやすいアドレスにしています。

### — 携帯電話を海外で使用することはありますか。

それほど多くはありませんが、出張の際はソフトバンク携帯電話を持って行っています。出張の場合、タイトなスケジュールとなることも多く、連絡はメールが中心ですね。国内にいる時と同じようにやり取りをしています。

PCメールの送受信やスケジュール確認なども国内同様に利用しています。

## 使用状況から先読みした、プラン提案に期待

### — ソフトバンクの営業の対応について、どうお感じですか。

最近、一部でスマートフォンを導入しました。業界に先駆けて電子POPという新しい提案を行ってきた会社なんですけど、使い方については今一つ。そこで、ソフトバンクの営業の方にスマートフォンの使用方法をレクチャーしていただきました。各人が自分なりに使い方をマスターしようとしていたことと比べ、新たな使い方もわかり感謝しています。

### — ソフトバンクへの今後の期待をお聞かせください。

つながりやすさの面では、通話中に切れてしまうことがある、と営業担当から聞いています。電波状況の改善にはより一層取り組んでいただきたいと思います。

また請求書に、過去3カ月の使用状況をもとに分析したお勧めプランがあるといいですね。このままだと通話料が増えるのでW ホワイトにした方がいいですよ、といった提案が入って

※ 取材日時 2011年1月

※ 本文中の数値、情報はいずれも取材時のものです。