

● ヤング産業株式会社

外線・内線を携帯電話で受けられる環境を構築し 取り次ぎ業務負荷の軽減とコストの平準化を実現

ファッションアクセサリー・メーカーのヤング産業株式会社(以下、ヤング産業)では、音声系インフラの見直しに着手。PBXの老朽化や、電話取り次ぎなどによる本来の業務への弊害が顕在化していた環境を改善するため、ソフトバンクテレコムの「FMC-PBXソリューション」を導入しました。固定電話と携帯電話を連動させた全社内線環境を構築したことで、業務の効率化を実現しています。

❖ 課題と効果



ヤング産業株式会社
管理本部
取締役本部長
久野 宏幸氏

- 課題** 工場で働く社員は離席していることが多く、電話がかかってきた際には、館内放送によって呼び出さなければならぬなど、取り次ぎの手間がかかっていました。
- 効果** 「FMC-PBXソリューション」により、外線・内線とも各自が携帯電話で受けられるようになったので、業務効率が向上しました。
- 課題** モバイルセントレックスも検討しましたが、設備や工事にかかる多額のコストや導入後の運用が障壁になっていました。
- 効果** 「FMC-PBXソリューション」は、社員間の携帯通話が定額となるだけでなく、「ホワイトライン24」が適用され定額化されます。多額の初期投資を必要とせず、月額のコストも大幅に抑制することができました。
- 課題** 従来は、繁閑による通話料の変動が見えづらく、予算管理が困難でした。
- 効果** 新内線網では、月額のコストが、携帯電話、固定電話ともにほぼ定額となったため、月々のコストを平準化することができます。

導入の背景

コミュニケーション強化に向けて全社内線化を検討

ベルトやバッグ、財布などの革製品を中心に、高品質なものづくりを追求しているヤング産業。同社では、国内外の様々なブランドと提携し製造販売するほか、自社ブランドの製造販売も行っています。

個人の嗜好が多様化し、製品のライフサイクルも短期化している昨今、市場のニーズにあった製品をいかに迅速に供給できるかが、メーカーのビジネスを大きく左右します。「そのためには、迅速に最新トレンドをつかみ、お客様の声を商品開発に反映させ、スムーズな生産活動を実現する社員間の潤滑なコミュニケーションが欠

かせません」と同社の久野 宏幸氏は説明します。

そこで同社では、自社の拠点については固定電話をVoIPで内線化していましたが、グループ会社全拠点を内線化するにはいたっていませんでした。また、工場では、社員は離席していることが多く、館内呼び出しを利用して電話の取り次ぎを行っていたため、時間や手間がかかる上、生産効率の低下も懸念していました。こうした課題を解決するため、同社では、携帯電話を活用した全社内線化に着手したのです。

選択のポイント

低コストかつ短期間で構築できる点を高く評価

全拠点の内線化を目指し、同社は、複数の通信事業者やベンダーに提案を依頼しました。各社からの提案のうち、まず同社が検討したのがモバイルセントレックスの導入でした。「しかし、PHSやデュアルフォンを社内内で線電話として使用するには無線LANアクセスポイントなどの構内設備が必要。工事に多大な手間とコストがかかります。また、周囲の環境変化による影響や構築後の運用負荷を考えると、導入には踏み切れませんでした」と久野氏は振り返ります。

一方、ソフトバンクテレコムが提案したのは、携帯電話を内線化して使える「FMC-PBXソリューション」です。特別な初期投資は必要なく、PBXの機能を用いて固定電話と携帯電話を連動。「ソフトバンクテレコムの固定電話サービス『おとくライン』とソフトバンク携帯のホワイトプランの活用で、固定・携帯電話間を定額化することもでき、これなら、低コストかつ短期間で私たちが求めている環境が構築できると思いました」(久野氏)。

Case Study ヤング産業株式会社

導入の概要と効果

携帯電話の内線活用により業務効率が向上

「FMC-PBXソリューション」の導入は、設計開始から約2カ月で完了。以前から外線に利用していた「おとくライン」を活用し、老朽化した各拠点のPBXを入れ替えて、全社員用にソフトバンクの携帯電話を導入しました。これにより、内線も携帯電話で各自着信することができるようになり、離席中の場合でも取り次ぎの手間をかけることなく、直接コミュニケーションを取ることが可能になりました。もちろん、外線着信も携帯電話へ転送されるので、取引先や顧客への対応も向上しています。

「しかも、初期導入コストはモバイルセントレックスの半分以下に抑えられました。月額のコストも、携帯電話、固定電話ともほぼ定額となったため、

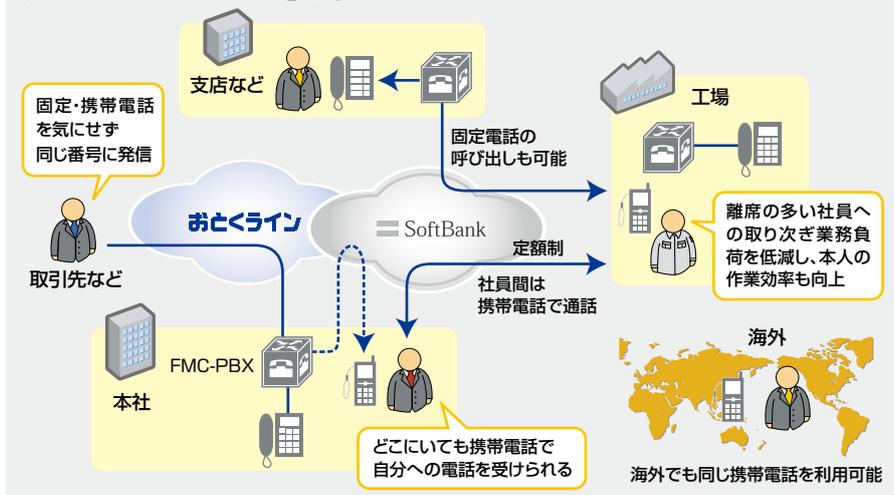
電話の使用頻度関わらず、コスト管理が容易になったというメリットもあります。また短期間であったにもかかわらず、切替時のトラブルはまったくありませんでした」とソフトバンクテレコムに対応を評価します。

また、携帯電話は海外でも利用可能。「これまでは、出張時には海外専用の携帯電話を貸し出していました、海外の工場や仕入れ先でも普段と同じ携帯電話を利用できるようになり利便性が向上しています」(久野氏)。

導入したサービス

「FMC-PBXソリューション」はPBXの機能をベースに固定電話と携帯電話を連動。ソフトバンクテレコムの「おとくライン」とソフトバンクの携帯電話を利用することで、割安、あるいは定額で、社内通話の内線化を実現できます。内線番号で携帯電話も呼び出すことができ、利便性が高く通話料も抑制できます。また、PBXは既存のシステムを流用することもできるので、資産の有効活用が可能です。

「FMC-PBXソリューション」の導入イメージ



今後の展開

データと音声の統合も視野に

「FMC-PBXソリューション」により、固定電話と携帯電話を連動させたシームレスなコミュニケーション環境を実現した会社では、その利便性を継承しつつ、新たな取り組みも検討しています。

例えば、データと音声の統合もその1つです。「外出先でも社内

システムにアクセスし、売り上げや在庫チェックなどができるようになれば、さらなる業務の効率化が可能になります。ビジネスのスピードも飛躍的に向上するでしょう」と久野氏。その言葉には、これまでの実績に基づいたソフトバンクテレコムへの大きな期待が込められています。

ヤング産業株式会社

本社：大阪市平野区平野西4-9-5
資本金：2億4,350万円
売上高：61億円
従業員数：91名

事業概要：ファッションアクセサリー製品を自社ブランドだけでなく、国内外の様々なブランドと提携して全国に展開。最新のファッショントレンドをいち早くキャッチし、常に新しい製品の開発に取り組んでいる。

YOUNG SUN
TOTAL FASHION ACCESSORIES



URL: <http://www.young.co.jp/>

ソフトバンクテレコム株式会社
<http://tm.softbank.jp/>

※パンフレット記載内容は、2008年9月現在のものです。