

カスタマーセンター

横田大陸 Tairiku Yokota
西部保則 Yasunori Nishibe

キーワード コールセンター、リモート監視、風車、CS、障害情報

概要



カスタマーセンターのオペレーションルーム

カスタマーセンターは、当社グループの「お客様対応拠点」として24時間体制でスタッフが常駐し、製品の問い合わせや障害の受け付け、及びリモート監視によるお客様設備の運転支援を行っている。また、お客様の要望・評価・障害情報を当社グループで共有する仕組みを構築し、製品の品質やサービス向上のための「情報拠点」としての役割も担っている。

当センターは、アフターサービスの分野だけではなく、ものづくりの全分野で関係部門と連携し、当社グループのお客様満足度（CS）向上のための支援を行っている。

1 まえがき

当社は、お客様満足度（CS）向上や品質向上に対する全社横断的な活動に取り組んでいる。カスタマーセンターは、情報共有の仕組みとしてこのCS向上の活動を支援する「お客様ニーズ収集システム」と、品質向上の活動を支援する「障害情報管理システム」を全社共通のシステムとして運用している。2020年度から国内・海外のグループ会社にもこの仕組みを展開し、明電グループ全体のCS向上・品質向上活動を推進している。第1図に推進体制を示す。本稿では、このCS向上・品質向上活動を支援するこれら情報共有の仕組みを紹介する。

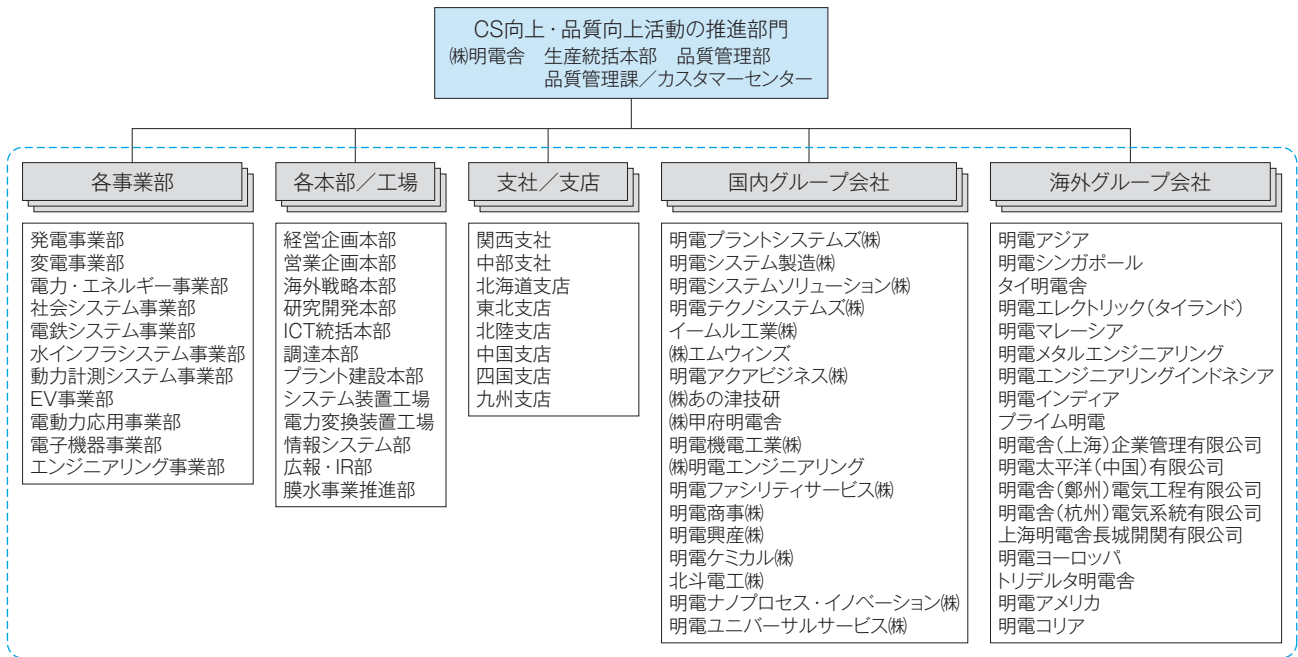
2 お客様の要望の共有

当社のCS向上活動の目的は、時代や市場の要望

を含むお客様の要望・期待・評価など生の声を関係部門と共有し、新製品の開発・品質及びサービスの向上につなげていくことである。第2図にCS向上活動の概念を示す。

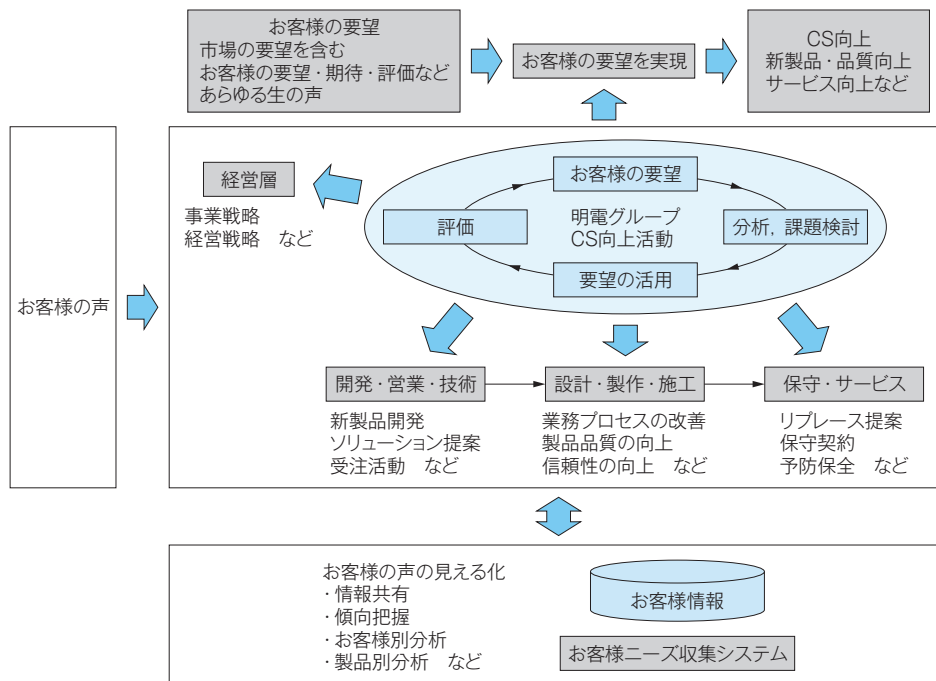
当社の全社的なCS向上活動は、1994年にスタートした。当初は社外不良撲滅に重点を置いた活動であったが、営業・技術部門も含めたお客様の要望を掘り起こし、2019年度は年間4000件を超える要望を収集した。第3図にお客様の要望収集件数の推移を示す。

「お客様ニーズ収集システム」には、開発や営業・技術部門、工場やサービス部門にとって貴重な情報が蓄積されており、これらの情報を関係部門が様々な形で活用している。お客様と接する機会の多い営業やサービス部門及び工事部門では、お客様の声を社内の関係部門へタイムリーにつなげることができ、逆に内勤が主体の設計・製造部門、スタッフ部



第1図 CS向上・品質向上活動推進体制

2020年度から国内・海外グループ会社にも活動範囲を拡大している。



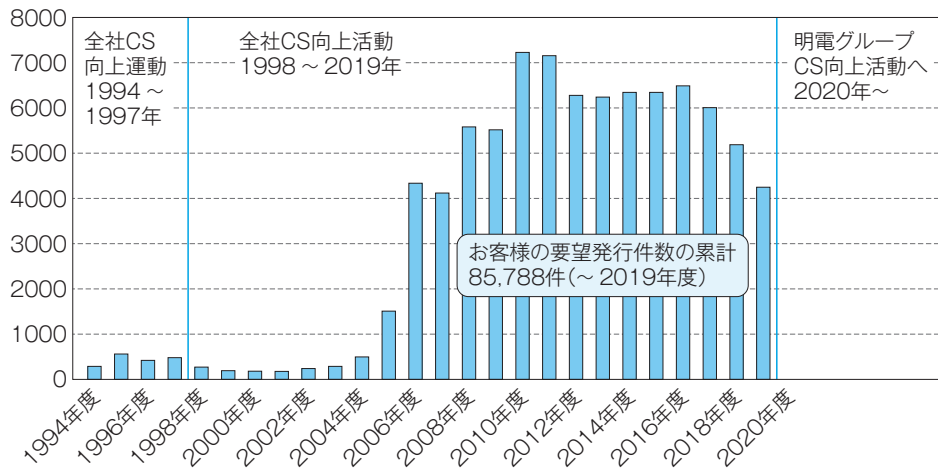
第2図 CS向上活動概念

お客様の要望は、当社グループ内で様々な形で活用している。

門は、当社グループの製品やサービスに対するお客様の声に接することができる。苦情・不満は、真摯に向き合い再発防止につなげることはもとより、感謝などの評価は、社員のモチベーションを高めることにつながる。

2.1 お客様ニーズ収集システム

お客様ニーズ収集システムは、当社グループのCS向上活動を支援するツールである。主な機能は、お客様の要望を当社グループ内の関係部門へWeb上で回議する仕組みと、蓄積された情報を様々な視



第3図 お客様の要望収集件数の推移

全社的なCS向上活動は20年以上の実績がある。



ホーム画面



一覧画面



詳細画面

第4図 お客様ニーズ収集システム画面構成

本システムの主な画面構成を示す。

点で分析するための機能を実装している。利用者は、当社グループのイントラネットやVPN (Virtual Private Network) 環境でアクセスできる。第4図にお客様ニーズ収集システムの主な画面構成を示す。

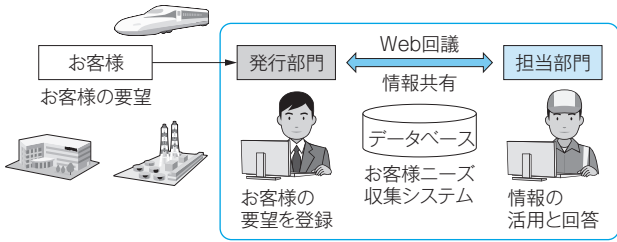
2.1.1 主な機能

(1) Web回議 お客様の要望を関係部門で回議するワークフローの仕組みである。回議状況(発行・承認・受け付け・差し戻し・進捗状況・現回議者)は、いつでも誰でも閲覧できる。また、関係者には対応状況を社内ポータル(企業内の情報共有サイ

ト)上に随時通知し、対応完了までトレースできる。

第5図にWeb回議の仕組みを示す。

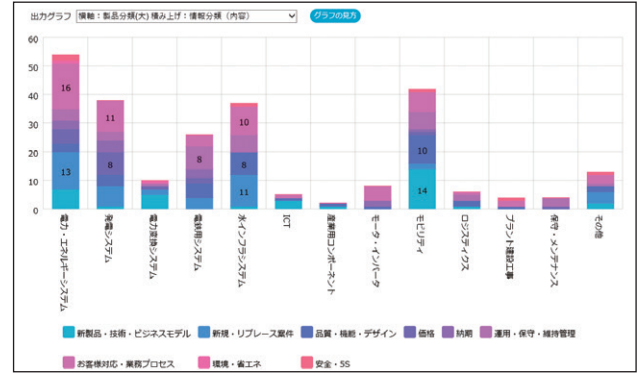
(2) お客様の要望分析 本システムは、お客様の声を産業別・製品別に分類し、かつ情報のカテゴリで区分して製品やサービスに対するお客様の要望の傾向を統計的に分析できる。利用者には、当社グループの事業に関連する以下の三つの分類項目によって、表やグラフ形式で分析結果を可視化する仕組みを提供している。これにより、マーケティングや品質改善につなげるために重要視すべき内容が顕在化され、事業目的に応じた情報を有効活用できる。



発行部門		担当部門			発行部門
新規作成	承認	受付	対応	回答内容承認	確認
発行者	責任者	階層長	担当者	責任者	責任者

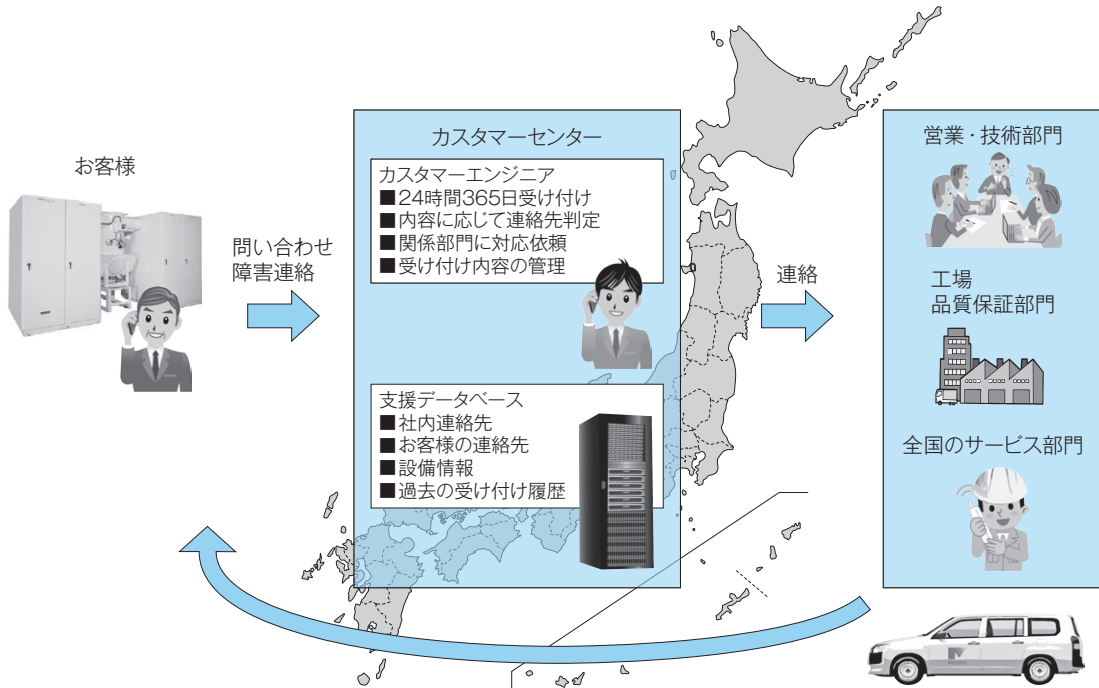
第5図 Web会議の仕組み

当社グループの関係部門が情報を共有し、進捗を管理する仕組みとしている。



第6図 分析画面イメージ

分析結果を表やグラフ形式で可視化し、お客様の要望の傾向を把握している。



第7図 障害対応とシステムの概念

お客様への対応状況は、関係部門で共有する。

- (a) お客様分類 (産業別32分類)
- (b) 製品分類 (13製品群109分類)
- (c) 情報分類 (分野・種類・内容別18分類)

第6図に分析画面のイメージを示す。

3 障害情報の管理

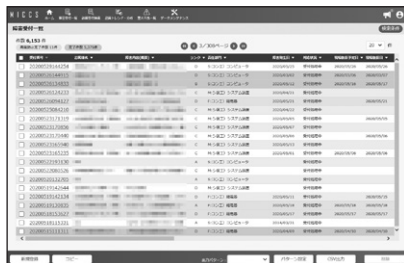
お客様に納入した設備を適切に維持し安定稼働を実現するには、日常の保守・点検はもとより、障害発生時における迅速な対応が必要である。特にプ

ラント設備の場合は総合的な判断を要求され、関連する様々な部門が現場復旧から再発防止まで適切に処理している。

「障害情報管理システム」は、お客様からの障害の受け付け、処置・対応、復旧・再発防止に至るプロセスを一元管理する。また、製品や工場ごとの障害情報の集計、それを分析する機能を実装し、再発防止や品質改善につなげている。第7図に障害対応とシステムの概念を示す。



ホーム画面



一覧画面



詳細画面

第 8 図 障害情報管理システム画面構成

障害情報管理システムの主な画面構成を示す。

3.1 障害情報管理システム

当社グループは、社会インフラ事業・産業システム事業向けに幅広い製品を取り扱っているため、製品や各部門の業務に応じた障害情報の管理が必要となる。そのため、全社横断的に共通の指標で障害情報の分析・対策・再発防止、さらに水平展開して品質を向上する必要がある。

本システムは、当社グループの製品に関わる全ての障害情報を管理する仕組みと、その障害情報を分析する機能を実装している。利用者は、当社グループのイントラネットやVPN環境でアクセスできる。

第 8 図に画面構成を示す。

3.1.1 主な機能

(1) 障害情報を管理する仕組み 障害情報管理システムには、障害の発生状況・原因・処置・完了までの詳細な内容が記録される。さらにこれらの情報を補完するために、様々なアプリケーションで作成された検討資料・報告書などを添付する機能や、関連部門に対応結果を配信するメール送信機能、障害情報のレポートを作成する機能を有している。また、障害復旧・完了までの進捗をトレースする仕組みがあり、関係部門は遅延することなくお客様へ適

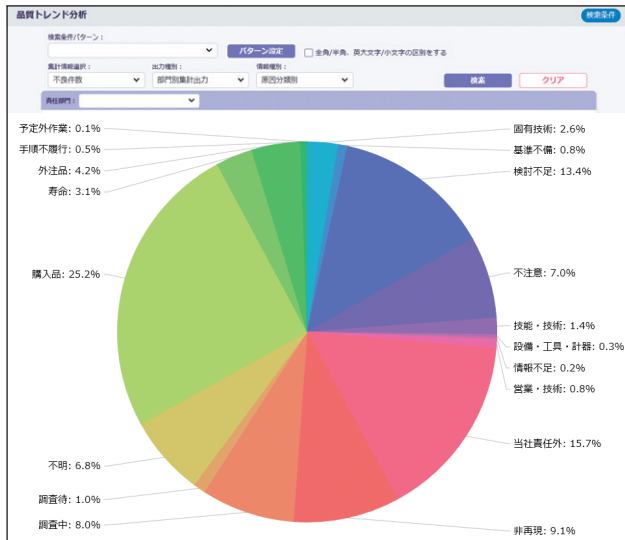


第 9 図 入力画面イメージ

製品や障害のランク別の管理項目を配置したレイアウトを示す。

切な対応ができる。第 9 図に入力画面のイメージを示す。

(2) 障害の分析 本システムは障害の要因を顕在化し、各業務プロセスで再発防止につなげるための分析機能を実装している。分析は、当社グループ共通の指標である以下の五つの分類項目によって、故障統計や障害要因を可視化する仕組みである。これらの分類項目を活用することで、経年劣化や製品不良の要因、及び経験不足や誤操作といったヒューマ



第10図 障害分析画面イメージ

障害要因を各種指標で分析し、業務プロセスにフィードバックしている。

ンエラーに関する背後要因まで踏み込んだ障害分析ができる。

- (a) 責任部署 (14項目)
- (b) 原因分類 (18項目)
- (c) 発生時期 (11項目)
- (d) 3H要因 (初めて・変更・久しぶり)
- (e) 人的要因 (直接原因・行動結果・背後要因)

第10図に障害分析の画面イメージを示す。

4 むすび

当社及び40社近くの国内・海外グループ会社で利用する「お客様ニーズ収集システム」と「障害情報管理システム」を紹介した。

カスタマーセンターは、24時間体制でお客様対応業務を行うとともに、お客様の要望に応えた品質の高い製品やサービスを提供するため、当社グループのCS向上活動を推進し、品質向上活動を支援することで、お客様満足の実現に取り組んでいく所存である。

・本論文に記載されている会社名・製品名などは、それぞれの会社の商標又は登録商標である。

《執筆者紹介》



横田大陸
Tairiku Yokota
品質管理部
カスタマーセンターの構築・運営業務に従事



西部保則
Yasunori Nishibe
品質管理部
カスタマーセンターの構築・運営業務に従事