



# 顧客対応から営業・販売まで 主要業務をカバーするコンタクトセンターに CTstage 4iを導入して競争力の向上を図る



三国コカ・コーラ  
ボトリング株式会社  
情報システム部長  
青木 広之氏



三国コカ・コーラ  
ボトリング株式会社  
営業本部 営業企画部  
カスタマーセンター長  
新井 武雄氏



日本NCR株式会社  
テラデータ事業本部  
産業ソリューション  
事業部コカ・コーラ  
プロジェクト  
統括部長  
宇田 博之氏



ダイワ  
コンピューテック  
株式会社  
代表取締役社長  
神野 勝博氏

市場の成長に限られた成熟市場では、競合他社とは異なるきめ細かな対応が、ビジネス拡大の決め手となる。こうした課題解決に向けて、コカ・コーラをはじめとした清涼飲料を製造・販売する三国コカ・コーラボトリングでは、コンタクトセンターを活用。得意先や顧客への対応をスピードアップしたことで、ビジネスの拡大に成功した。そして、さらなる飛躍と将来の変化に備えて、日本NCRの「コカ・コーラシステム向けコンタクトセンターソリューション」によるシステムの再構築を実施。その基盤となるプラットフォームには沖電気の「CTstage 4i」を採用し、コンタクトセンターを強化したのだ。

## 営業から受注、顧客対応を担う コンタクトセンターの重要性が高まる

三国コカ・コーラボトリングは、コカ・コーラ・ブランドの清涼飲料水の製造と、埼玉、群馬、新潟の3県での販売を主要事業としている。特に、同社の得意先となる担当エリア内の小売店や飲食店に対して、消費者の需要に応じて迅速に商品を供給することが重要な役割となる。

現在、約5万9,000軒の得意先に加えて、エリア内には10万台にも及ぶ販売機器も稼働している。消費者の嗜好の多様化、企業間競争の激化に対応するため、コカ・コーラの強みとされてきた「ルートセールス方式」（販売を見込んで商品を積み込んだトラックで得意先を訪問し、その場で注文を受けて納品する）から、「アドバンスセールス」（受注と配送を分け、プリセラーが予約注文を取り、セールスマンがこの予約に基づいて配送する）に販売形態を変え対応したが、マーケットのニーズにマッチしない部分が散見されるようになった。

そこで、三国コカ・コーラボトリングでは、得意先と消費者との窓口を全て担う専門部門、「カスタマーセンター」を94年に設立。オペレーターが得意先に定期的に電話をして注文を聞く「テレセールス」によって、受注・営業活動の効率化を図った。

テレセールスからスタートしたカスタマーセンターは、自動販売機の修理依頼やトラブル対応、得意先からの注文の受付、さらに消費者からの問い合わせなど、その役割を順次拡大していった。そして

現在、カスタマーセンターは、同社の事業の中核を担う経営戦略上、極めて重要な役割を担っているのだ。

カスタマーセンターでは、担当業務の拡大に伴い、98年にコンタクトセンターシステムを導入。CTI化によって、テレセールスに伴うアウトバウンド業務の効率化や、受注業務の迅速化を図った。

しかし、カスタマーセンターの位置付けが重要になり、業務の増加に伴い新たな課題も見られるようになってきた。三国コカ・コーラボトリングでカスタマーセンターを統括する営業本部 営業企画部 カスタマーセンター長 新井武雄氏は、「以前は、発信と着呼の状況を把握できなかったため、管理者もオペレーターもお客様を待たせていることに気付かず、アウトバウンド業務をしていたこともありました」と説明する。

## 課題は稼働状況の把握と迅速な対応 管理機能が充実したシステムに期待

カスタマーセンターは、365日体制で稼働しており、アウトバウンドとインバウンドの両方に対応する。さらに、インバウンドでは、消費者からの問い合わせと得意先からの注文依頼にも対応するなど、“マルチファンクション”で稼働しているのだ。そのため、テレセールスにオペレーター、すなわち回線を多く割り当てると、インバウンドのキャパシティが圧迫されることになる。ちなみに、カスタマーセンターでは、月間約10万件のコールが発生し、その約3

P R O F I L E

Enjoy!  
Coca-Cola®

Coca-Colaは The Coca-Cola Company の登録商標です。

三国コカ・コーラボトリング株式会社  
設立：1963年（昭和38年）8月14日  
資本金：54億700万円  
従業員数：924名（出向者77名含む）  
上場証券取引所：東京証券取引所第一部  
※いずれも2005年2月末現在

分の2がアウトバウンドである。

三国コカ・コーラボトリングで情報システムを統括する情報システム部長 青木広之氏は、従来のシステムにおける課題について、次のように説明している。

「従来のシステムは、導入してすでに7年以上が経過していました。そのため、最新のコールセンターシステムと比較すると、機能面で不足している部分が気になりました。特に、稼働状況をリアルタイムでモニターできず、センターが適正に機能しているかどうか、把握する術がないことが問題でした。また、アウトバウンドにかかる通話料削減において、IP電話の利用にも興味がありました」（青木氏）

そこで、三国コカ・コーラボトリングは、カスタマーセンターのシステムを再構築する検討を始めたのだ。システムの再構築に向けて、青木氏は次のような要件で検討を進めたという。

「やはり、運営の効率化や機動力向上に必要なデータが得られる、管理機能が充実したシステムが必要だと考えていました。また、当社の重要な業務を担うシステムですから、信頼性とサポートにおいて、安心して任せられるベンダーの製品であることも重要だと考えました」（青木氏）

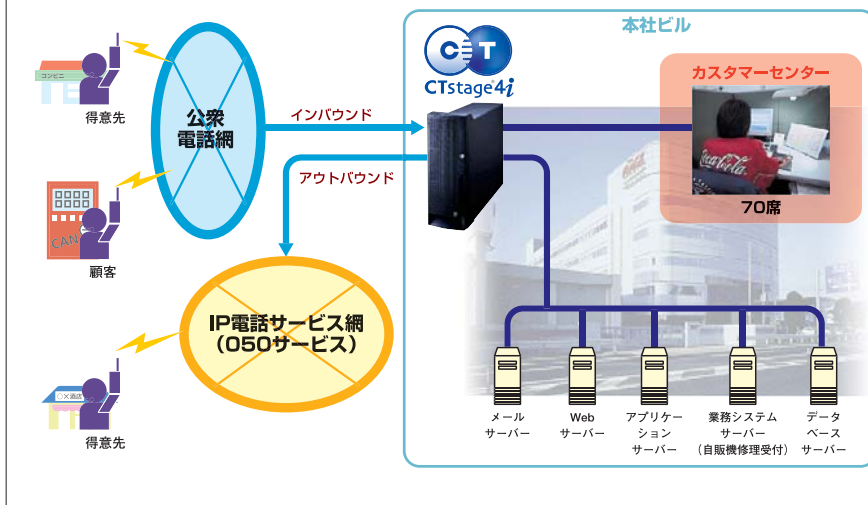
こうした要望を受けたのは、カスタマーセンターの従来のシステム構築にも携わった日本NCRだった。同社で三国コカ・コーラボトリングを担当する、テラデータ事業本部 産業ソリューション事業部 コカ・コーラプロジェクト 統括部長 宇田博之氏は、自らが提案したシステムの内容について次のように説明している。

「三国コカ・コーラボトリング様に提案し



CTstage 4iで「テレフォンサービスセンター」のシステムを再構築した三国コカ・コーラボトリングでは、センターの機能向上と運営の効率化に成功している。

## ■三国コカ・コーラボトリングの「カスタマーセンター」



たのは、沖電気のCTstage 4iをベースにしたコンタクトセンターソリューションです。CTstage 4iは、国産ならではの充実したサポートだけではなく、豊富な導入実績から高く評価されている製品です。当社でも、北陸コカ・コーラボトリング様のコンタクトセンターシステムをCTstage 4iで構築しており、高くご評価いただきました。その実績を三国コカ・コーラボトリング様にご紹介して、当社の提案をご理解いただいたのです」（宇田氏）

## 他のボトラーの導入事例を評価してCTstage 4iでより優れたシステムを実現

三国コカ・コーラボトリングの青木氏と新井氏も、CTstage 4iで構築された北陸コカ・コーラボトリングのコンタクトセンターを高く評価し、日本NCRの提案を採用。システムを再構築するとともに、アウトバウンドで使用する回線をIP電話に切り替えた。

CTstage 4iで構築した新しいシステム導入後の効果について新井氏は、「回線やオペレーター稼働状況がリアルタイムで把握できるようになり、状況に応じた柔軟な対応が可能になりました。例えば、着呼の際にお客様をお待たせしている場合には、アウトバウンドの要員や回線をインバウンドに振り分けて、リソースの適正化が図れます」と評価している。

また、青木氏はシステムの観点から、「CTstage 4iには豊富なレポート機能も用意されており、カスタマーセンターにおける業務効率化の参考になっています」と評価している。

日本NCRとともにシステムの構築に携わったダイワコンピュータック株式会社の代表取締役社長 神野勝博氏は、「CTstage 4iの管理機能は本当にユーザが望んでいる機能が揃っていて、しかも非常に使いやすいと思います」と評価する。さらに、「今後、コンタクトセンターシステムには、業務システムやデータベースとの連携をはじめ、高度なアプリケーションの開発による機能拡張などが求められます。コンタクトセンターに求められる機能をオールインワンで装備し、システム連携やアプリケーション開発にも柔軟に対応できるCTstage 4iで構築されたシステムならば、将来の様々な要望に応えることができます」と説明する。

今後も、三国コカ・コーラボトリングでは、売上とCSの向上にカスタマーセンターが重要な役割を担い続ける。そして、CTstage 4iがその責任を支え続けるのだ。

問い合わせ先

**OKI**

沖電気工業株式会社

パソコン/ワークステーション インフォメーションセンター

☎ 0120-490-988

受付 9:00~17:00 (月曜~金曜/祝日を除く)

<http://www.ctstage.com>