

● 日産ディーゼル工業株式会社

ソフトバンクの携帯電話2,000台導入 最適な料金プランで通話コストを削減

優れた技術力と全国を網羅する販売ネットワークを強みに、トラック、バス、ディーゼルエンジンの製造・販売を手がける日産ディーゼル工業株式会社（以下、日産ディーゼル）。同社では、業務での個人用携帯電話の併用を改めるために、ソフトバンクの携帯電話を2,000台導入しました。同時に、最適な料金プランを採用し、社内での電話利用のルールを確立。通話コストの削減に成功しています。

課題と効果



日産ディーゼル工業株式会社
国内管理部次長
佐々木 隆氏

課題

個人用の携帯電話を業務でも利用していたので、会社からの支給額に対する不公平感や情報漏えいの不安がありました。

効果

携帯電話を会社支給にすることで、不公平感を解消。利用実績がわかるようになったので、固定電話とあわせて電話利用のルールを確立できました。また、「電話帳消去型アプリ」の導入で、情報漏えいの不安を払拭することもできました。



関東日産ディーゼル株式会社
執行役員 総務部長
笹岡 留義氏

課題

営業上、携帯電話は欠かせないツールですが、支店の固定電話から営業担当者への携帯電話に発信するケースが多く、固定電話の通話コストが増大していました。

効果

営業部門とスタッフ部門にソフトバンクの携帯電話を導入。ほとんどの通話は毎月の無料通話分でまかなえる上、固定電話から携帯電話への発信が減ったことで、通話コストが削減されました。

導入の背景

固定電話から携帯電話への発信で通話コストが増大

トラック、バスなどの製造・販売を手がける日産ディーゼル。同社では、直系販社を中心に国内16社からなる強固な販売ネットワークを構築しています。

「トラックやバスは、普通乗用車に比べてライフサイクルが長い商品。業務用途に応じて荷台や車内をカスタマイズするケースが多いため、お客様の要望に応えられる体制作りは非常に大切です」と日産ディーゼルの佐々木 隆氏は説明します。そのため、販社の営業部門は、顧客と様々なコミュニケーションを行う必要があり、携帯電話は営業ツールとして欠かせません。

しかし、この携帯電話に関して、同社では大きな課題を抱えてい

ました。「これまでは、個人の携帯電話を業務でも併用し、毎月一定額を会社から支給していました。ただ、実際の通話量にはかなり個人差があり、その不公平感を何とか是正したいと考えていました」と、日産ディーゼル最大の直系販社である、関東日産ディーゼル株式会社の笹岡 留義氏は説明します。

加えて、固定電話の通話コストの増大も大きな課題でした。「営業担当者は、自分の携帯電話をなるべく使わないように、本社・支店に折り返しを依頼することもあります。その結果、通話コストの総額が肥大化していたのです」と佐々木氏は話します。こうした理由から、同社では電話の利用ルールの見直しに着手しました。

選択のポイント

「おとくライン」の実績に基づく料金削減提案が決め手

見直しにあたっては、個人の携帯電話の業務利用をやめることが前提でした。「当初は、PHSの導入も検討しました。しかし、地方の販社も多いため、通話エリアが広く、全国をカバーできる必要があり、携帯電話を支給することにしました。各社を比較検討した結果、最もコストメリットを期待できたのがソフトバンクでした」と佐々木氏は述べます。以前から「おとくライン」を活用していたことも選択

のポイントになりました。「ソフトバンクテレコムからは、固定電話から携帯電話への通話料金の削減効果を試算した上で、音声通話全体の最適化に向けてのアドバイスを受けることができました。固定電話と携帯電話をソフトバンクグループに一本化することで、通話料金全体を正確に把握し管理できることは、予算や運用ルールの策定において、メリットが大きいと判断しました」と佐々木氏は語ります。

Case Study 日産ディーゼル工業株式会社

導入の概要と効果

音声通信全体のコスト削減に成功

同社では直系販社10社を対象に順次導入を開始。最終的には、営業用1,500台、スタッフ用500台の導入を完了。料金プランは、携帯電話の有効活用という観点から、法人向けサービスプランに加え、スタッフ用にホワイトプランを採用しています。それに伴い、電話の利用ルールを大幅に改革。営業担当者と各支店とのやりとりはすべて携帯電話で行うようにしました。「従来のような折り返し電話を止め、社内から営業に電話をする時も、各部署に設置した携帯電話を使うように指導したのです」と笹岡氏。携帯電話を導入したことで、従来は必要なかった基本料金のコスト負担は増えています。「しかし、固定電話から携帯電話への通話を減らせば、音声通信全体のコストは削減することが可能です」と佐々木氏は説明します。

実際、通話コストの削減効果もすでに表れ始めています。「例えば、携帯電話400台を導入した関東日産ディーゼルの場合、トータルの通話コストは10%削減されました」と笹岡氏はその効果を強調します。折り返し電話もなくなったため、連絡もスムーズに行えるようになりました。「各自の料金負担がなくなったため、不公平感も解消でき

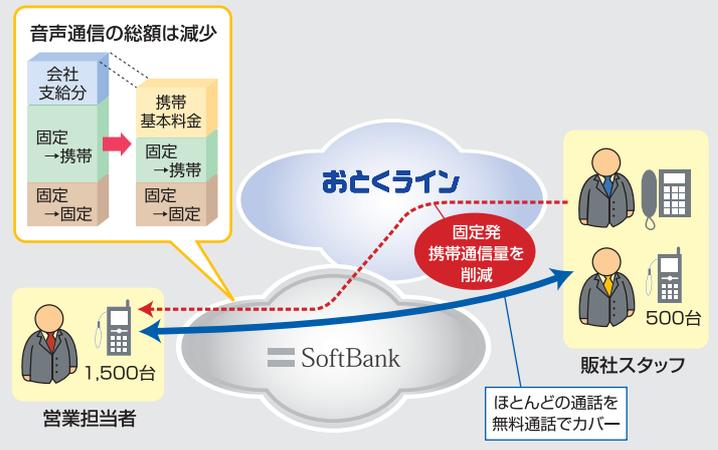
ました」と佐々木氏は満足感を示します。

さらに、今回の導入はセキュリティの観点からも有効に機能しています。従来は個人の携帯電話にお客様や取引先の連絡先を登録していたため、盗難・紛失などによる情報漏えいの不安がありました。そこでソフトバンクの携帯電話には「電話帳消去型アプリ」を導入。登録した個人情報・顧客情報をセンター側で一括管理し、万が一の場合は、センターから遠隔操作で各携帯電話の情報を消去できるようにしました。新しい携帯電話に替えた時もセンターからダウンロードすれば、迅速に情報を引き継ぐことが可能です。「セキュリティ上の不安を払拭できただけでなく、その後の業務を支障なく継続できることも大きなメリットです」と佐々木氏は評価します。

導入したサービス

日産ディーゼルでは営業用とスタッフ用に、ソフトバンクの携帯電話を合計2,000台導入しました。無料通話を有効活用できる法人向けサービスプランやホワイトプランを活用することで通話コストの削減に成功。通話料金の社員負担もなくなり、社員満足度向上にも役立っています。また、料金を気にせず使えるようになったため、お客様対応や情報共有がよりスムーズになり、業務の活性化にもつながっています。

電話の利用イメージ



今後の展開

データカードの刷新でさらなるコスト削減も

「社用通話は携帯電話で行う」というルールは、徐々に浸透しつつあります。これが徹底されれば、通話コストの削減効果はさらに高まります。「今後も各販社に携帯電話の利用を呼びかけ、運用を徹底していく方針です」と笹岡氏は話します。

また同社では、データ通信環境の改善にも積極的に取り組んでいます。将来的には、ソフトバンクモバイルのデータカードを全国の販社に合計1,000台導入する予定です。「これが実現すれば、さらに大きなコスト削減が達成できるでしょう」と佐々木氏は期待を寄せています。

日産ディーゼル工業株式会社

本社：埼玉県上尾市大字壱丁目1番地
資本金：386億3,882万円
売上高：単独 3,454億1,000万円、
連結 4,662億8,800万円
(いずれも2006年4月～2007年3月実績)

従業員数：2,909名

事業概要：トラック、バス、ディーゼルエンジン、自動車用部品の製造・販売。国内はもちろん、海外にも生産拠点・販売ネットワークを拡大し、グローバルな事業展開を目指している。

URL：<http://www.nissandiesel.co.jp/>

