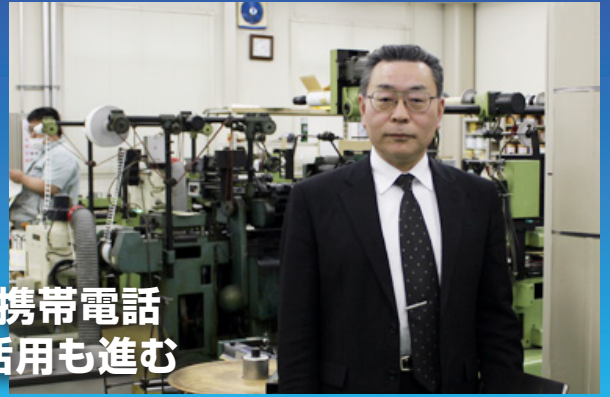


導入事例

Case Study

顧客との重要なパイプラインがソフトバンクの携帯電話
企業をアピールする情報発信ツールとしての活用も進む



シールやステッカーといった特殊印刷を手がける株式会社信陽堂グループさまは、ニッチなニーズに高い技術力で応えるというポリシーで、多くの顧客から厚い信頼を得ている老舗の印刷会社です。顧客からのお問い合わせや発注などをいただく重要なパイプラインを担っているのがソフトバンクの携帯電話。もちろん、全社的な連絡の手段としても活用が進んでいます。そこにホワイトプランとホワイト法人の2つのサービスを導入することで、通信費の削減と顧客サービス向上に成功しました。

課題と効果



株式会社信陽堂
取締役経理部長
保坂 雅智 さま

- | | |
|-----------|---|
| 課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・主に受発注業務や顧客対応において、各営業担当者が所持する携帯電話の利用頻度が高く、コスト削減の手法を模索していた ・サービス提供までの時間短縮を図り、満足度の向上と新たなビジネスチャンスへのつながりを生み出す機会を探していた |
| 効果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ホワイトプランおよびホワイト法人の導入により、各月で大きく変動していた通信費を低いレベルで平準化でき、事業計画などへの影響を抑えることに成功した ・営業対応力が增强され、顧客との密接な関係作りに貢献した。またソフトバンクの携帯電話を利用することで、クラウドを前提とした社内システムの構築と活用に活路を見出すことができた |

導入の背景 ●●●●●● 業務増→コスト増、その連鎖解消を決意

1969年（昭和44年）設立という株式会社信陽堂グループさまですが、実は1913年（大正2年）創業という長い歴史を持つ総合印刷業の老舗です。シールやラベル、ステッカーといった特殊印刷物の製作から、最近では印刷コンサルティングの実施、企画制作部門の設置など、トータルな印刷物サービスの提供を行っています。

取締役経理部長の保坂雅智さまは、同社の方針をこう説明します。「普通の印刷物ならどこの印刷会社でも提供できる。誰にもつくれる、あるいは誰もつくりたがらない特別なものをつくることこそ、信陽堂のやるべきことです。そこに付加価値が生まれ、お客さまの喜びにつながるのです」

その言葉を裏づけるように、およそ90坪（約300平方メートル）の設備フロアには、通常の印刷工場で利用されるような4色刷りの印刷機ではなく、多色シールの印刷機や箔押し（金箔などの薄いものを押し付けてロゴなどを立体的に打ち出す手法）用のホットスタンプ機が何台も並んでおり、輝きのある美しいシールや型押し加工されたステッカーなどが製作されています。

このような独自性のある商品・サービスに多くの顧客からの問い合わせや注文が絶えず、その対応に各営業担当者の携帯電話が活躍しているそうです。ただ、こうした好況の中でも、「業務が増えれば増えるほど、通信コストも比例してかさんでいく」という点に経営陣の悩みがあったと、保坂さまは打ち明けます。

すでに長年ソフトバンクの携帯電話をご利用されていましたが、「売上が増えると通信コストも増える」という悩ましい図式を解消すべく、ホワイトプランとホワイト法人のサービスを導入されたということです。

導入の内容 社員間の通話は無料、顧客との社外通話でも低いコストを維持可能に

顧客からの問い合わせには、各営業担当者が携帯電話で直接対応を行うケースも頻繁にあり、そこに多くの通信費がかかっていました。

「売上が伸びているときは、社内のコピー機や電話料金など、オフィス機器のコストも連動して増える傾向にあります。利益確保のためには、こうした連鎖をどうすれば食い止めることができるかを考えることが重要でした」（保坂さま）

またビジネスのスピードアップ化に伴い、より短時間でレスポンスを求める顧客の声が増えてきたことも保坂さまは指摘します。「お客さまへの連絡が、『営業担当者が帰社次第折り返し』では満足度を高めることは難しくなっています」（保坂さま）

こうした状況を考慮し、信陽堂さまでは営業ツールとしての携帯電話を2つの側面から見直しました。1つは、業務が増えたときの通信コストをどのように抑えるか。もう1つは、顧客への対応を今まで以上にスピーディかつ、きめ細かく行っていくために十分活用できるかという点です。

そこでご検討いただいたのが、ホワイトプランとホワイト法人のサービスです。保坂さまは、この2つを導入することで、上記2点の問題を解決できたと言います。「コストを平準化で

きることで、予算化が容易になり事業計画などへの影響を抑えられるというメリットがありました。社外との通話も割引率が適用されるため、トータルコストの削減に貢献しています」（保坂さま）。さらに取引先などにはソフトバンクユーザーも増えてきており、ここでもメリットを感じる人が多いとのこと。

営業担当者が活用する場合のメリットはほかにもあります。万一の携帯電話の紛失といったケースでも、それによって情報漏えいなどビジネスに影響を与えるような事態が起こってはなりません。「検索サービスによって万一置き忘れなどがあつたときにもすぐにチェックできるため、安心して営業活動に利用できるのが心強いです」（保坂さま）

一方で、携帯電話を使った Twitter による情報発信も行われているそうです。その内容を伺うと、「企業には技術力とともに営業力も大切な要素です。営業手法が『既存顧客への任意訪問』という御用聞きタイプに留まっていたのではだめです。自分たちの良さを外に向けてどのようにアピールできるか、また発信した情報に賛同してくれる人を集めて新たなビジネスにつなげるといったネットワークづくりなども重要です。つまり人と人とを結びつけるツールとしての役割も期待して活用しています」（保坂さま）

今後の展開 携帯電話やタブレット型携帯端末で社内システムのクラウド活用へ

信陽堂グループさまでは今後、さらなる携帯電話の利用推進を進めていくとのこと。そのためにソフトバンクへの期待もお聞きしました。

「さまざまな使い方の提案をぜひしていただきたい。とくに中小規模の企業がどのように携帯電話をツールとして活用しているかなどの情報は、とても参考になると思います」（保坂さま）

近い将来には社内の業務システム更新を予定しており、そこにクラウド化の手法を取り入れて、さらなる情報の集約と共有を進めていくとのこと。クラウド化により時間や場所に縛られることなく受発注処理などの業務を遂行できることで、ビジネスのスピードや柔軟性を、そしてデータ分散による BCP (Business Continuity Plan = 事業継続計画) として堅牢性を高めていく方向性を目指しているそうです。

「何事も利用の仕方ですとどんどん価値が生まれていくのが現代。有益な情報を適切な機器で活用する。それにより新しい価値や意味を見つけ出すことが可能になります。スマートフォンや、中でもタブレット型携帯端末は、そのような使い方に今最も適していると思います。すでにサンプル利用も進めており、使い方を模索しているところです。感じたことは、使っていて

楽しく、遊び心があるところが魅力的だなということです。こうした先進的な機器を駆使して情報発信をしていくことも、これからの時代の企業としての営業活動につながっていくと考えています」と保坂さま。こうしたことからスマートフォンやタブレット型携帯端末に強みを持つソフトバンクにご期待をいただいているとのこと。

デジタル出版やデータ配信など、紙からデジタルへの移行が進んでいく中、シールや箔押しといったデジタルデータでは決して代替できない特別な商材と経験深い確かな技術で、紙と印刷の可能性を広げていく信陽堂さまのビジネス。これからもソフトバンクのサービスがお手伝いをしていきます。



台紙からはがして手軽に貼れるシールを印刷している専用印刷機。付加価値を生み出すこうした独自性がビジネスの重要な基盤となっています。

株式会社信陽堂グループ

所在地: 東京都板橋区舟渡 2-3-9

従業員数: 19名

概要: シールやラベル、ステッカーといった特殊印刷物の製作および印刷コンサルティング、企画制作など、トータルな印刷物サービスを提供しています。

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

※ 「twitter」の名称、ロゴは、Twitter, Inc. の登録商標です。

※ パンフレット記載内容は 2011 年 4 月現在のものであります。