



株式会社 光通信

お客様・株主様・従業員など、関わるすべての人（ステークホルダー）に貢献することを企業理念に掲げ、「SHOP事業」「法人事業」「保険事業」の3つを柱として事業展開しています。

本社：東京都豊島区西池袋1-4-10
光ウエストゲートビル
設立：1988年2月5日
資本金：54,259百万円（2015年3月末現在）
従業員数：グループ計 12,367名
（2015年3月末現在 アルバイト含む）
URL：http://www.hikari.co.jp/

（取材日：2015年8月）

POINT

1 申込書の電子化により
印刷から管理までにかかる
膨大なコストをゼロへ

2 紙の書式と同じ見たい目を
タブレット上に表現し、
すぐに利用が可能

3 iPadさえあれば
現場で入力業務を完結

e.Formの導入によって 申込書の電子化が実現 営業活動の効率化に大きく貢献

モノ/サービス/ソリューションを広げるディストリビューター企業の光通信では、全営業担当者に配布されているiPadの有効活用、および申込書の電子化を実現するために「e.Form」を導入しています。主力3事業すべてに共通している膨大な申込書の印刷/配布/回収/管理にかかるコストを削減し、ペーパーレス化を実現しました。営業結果報告書や日報の電子化など、様々な業務での活用も始まっています。

課題

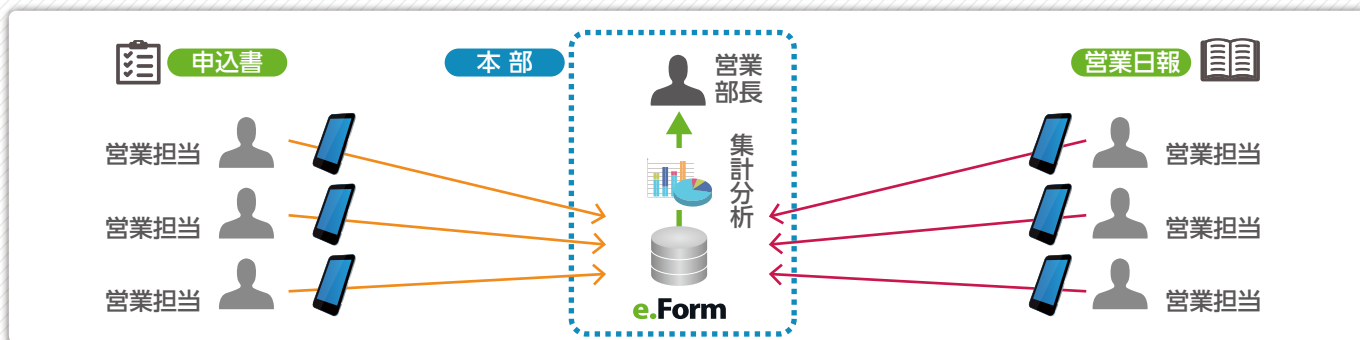
対策

効果

- 現場で使用する膨大な申込書の印刷/配布/回収/管理にかかるコストの増大
- 全営業社員に配布されているiPadのさらなる有効活用
- 営業活動の効率化、および現場における情報不備の改善

- 各種申込書の電子化を実現
- 電子化にあたり、紙の書式と変わらないインターフェースの提供
- 入力情報にミスが生じないように、システム上で制御や管理を実行

- 紙の申込書利用時に発生していた印刷から管理までの膨大なコストを削減
- 営業活動の効率が向上し、さらに申込書の情報不備率が改善
- 個人情報を持ち歩かないことで、紛失や盗難などに対するセキュリティ強化に寄与



e.Form

営業現場におけるデバイス活用の最適化および申込書における膨大なコストが課題に

店舗での携帯電話販売を行う「SHOP事業」、企業向けに通信回線や携帯電話等の取り次ぎ／販売を行う「法人事業」、各種保険会社の販売代理を行う「保険事業」の3つを事業の柱とする株式会社光通信。主力3事業すべてに共通して、膨大な数におよぶ申込書が存在していました。このため、タブレット対応電子フォームシステム「e.Form」を導入。その背景にある課題を、管理本部 情報システム部 部長の高本浩之氏は次のように語ります。

高本氏 我々は営業会社として、販売プロセスではお客様と直接お会いしてお話するスタイルを大事にしています。その上で、外勤営業の生産性を上げるというのは長年の課題でした。その一環として、弊社では早くから移動時の持ち運びに適したタブレット端末に着目。初代のiPadが出たときには全外勤営業マンに配備した経緯があります。ただ、思うように営業効率は向上しませんでした。



高本浩之氏

SFAやCRMなどのシステムは、依然としてPC向けに作られており、外勤の営業マンが外で滞りなく必要な情報を閲覧する、もしくは入力するまで至っていなかったのです。

高本氏 iPadで営業活動を行っているのにも関わらず、紙の申込書に記入してもらうという状況は歯がゆいところでした。

過去、営業現場でiPadを十分に活用できていない背景があったこと。加えて、コスト面の課題も抱えていたと話すのは管理本部 情報システム部 マネージャーの黒田寛樹氏です。

黒田氏 弊社は日々、申込書を使って営業活動をしております。申込書の種類、その数は膨大で、印刷／配布／回収／管理にかかるコストの削減を課題として抱えていました。その一つの答えが申込書の電子化だったのです。



黒田寛樹氏

導入費用面に加えて、既存の申込書がそのまま使えるインターフェースが決め手に

営業現場におけるiPadの有効活用。そして、申込書の印刷から管理に至るまでのコスト削減。それらの課題を解決する申込書の電子化において、様々なツールを比較検討した結果、選択したのはe.Formでした。

高本氏 他社のツールや社内でのシステム開発も検討しました。しかし、申込書に特化している強みを考慮してe.Formに決めました。決め手となったのは、一つは想定内であった導入費用。そして、現場の営業が情報入力しやすいインターフェースです。

黒田氏 既存のWebシステムは、社内PCから操作する前提で設計されていますので、インターフェースが万人向けではない場合が多いです。その点e.Formは、今まで使っていた申込書をそのままスキャンして使えます。電子化しても、申込書と見た目が同じなので特別なトレーニングをすることなく情報入力を行えるのは便利ですね。

また、入力した情報は入力時から全てデータ化されるため、作業を簡素化できることもe.Formの大きなポイントでした。取得したデータを、弊社で使っているデータ連携システムでそのまま加工、直接データベースに登録できます。紙の申込書を利用しての時に必要だったパンチングや申込情報の手入力による再入力など、余分な作業を省略できました。

スムーズなペーパーレス化が実現し、コストの削減と営業の効率化へ

黒田氏 いくつかの申込書を電子化した結果、その申込書に関連する印刷費がゼロになりました。また、従来メールで報告されていた営業結果報告の定型化にも大きく貢献しています。たとえば、「なぜ失注したのか?」「なぜ受注できたのか?」「ご提案内容は適切だったのか?」「お客様とどういった会話をしたのか?」など、報告項目を定型にすることで本部での管理、分析が容易になりました。その結果、一度NGとなった案件での再受注率の向上が見られ始めています。

現場での申込情報の入力、お客様と会話をしながら、営業マンが自ら打ち込んでいます。それにより、お客様の負担は減っていますし、入力ミスに対する複数回におよぶ修正も防げま

す。中長期的にはクレームの削減にもつながると考えています。

高本氏 あとは、セキュリティの向上ですね。やはり、個人情報の紛失や事故に対するリスクは考慮するべきだと考えています。その点e.Formを使えば、データはすべてサーバに保存され、iPad上には何も残らないので、個人情報を持ち歩く必要がなくなります。

現場で実際に使う営業マンからしてみると、個人情報を即データ化して、セキュアに格納してしまうので、何より安全であると評価されています。

人為的なミスをなくして無駄を省略、将来的には社内の申込書をすべてペーパーレスに

導入当初では予定していなかったe.Formの様々な活用も見られており、今後さらなる効果が得られると期待されています。

黒田氏 10枚綴りにおよぶ複雑な申込書の場合には過去、情報の不備率が300%を超えるという状況もありました。これはつまり、申込書の内容に不備があり、差し戻しの回数が平均で3回あるという状況です。商材の組み合わせによって記入が複雑になるものがあり、実際には実現不可能なお申込みを受け付けてしまうなどのミスがあったのです。当然、営業部としては日々教育もしていますが、それでも人為的なミスを無くするのは難しいのが現実でした。

その対策として、e.Formによってシステム側から情報入力を強制的に制御することを検討しています。実現不可能な商材の組み合わせは選択できないようにすることで、情報の精度は飛躍的に高まると考えています。

黒田氏 加えて、契約時の時間短縮にも注目しています。お客様に申込書を書いていただく時間、会社に戻ってきて管理の人間にその申込書を渡す時間、それらをチェックする時間など、トータルで75%ほどの時間短縮を見越しています。

将来的には、自社フォーマットの申込書をすべて電子化したいと考えています。時間はかかるかもしれませんが、電子化した申込書が増えれば増えるほど、その関連作業における作業の効率化が期待できるはず、と申込書の電子化に今後も積極的に取り組んでいく方針です。