



ブランド価値向上に向けた商談支援システムを「Exアプローチ」で協創

課題

商談シーンで差別化された価値が提供できておらず、スバルブランドの魅力の伝え方も十分ではなかった

解決

構想段階に「Exアプローチ」を適用し、タブレット端末を利用した新たな商談支援システムを構築

効果

提案から見積、注文までワンストップで実現。商談がスムーズかつ魅力的なものに変わった

「安心と愉しさ」を提供するクルマづくりを推進

ブランドステートメントである“Confidence in Motion”のもと、お客さまに「安心と愉しさ」を提供するクルマづくりに力を注いでいる富士重工業株式会社（以下、富士重工業）。レガシやインプレッサなどに代表される個性際立つ「スバル」ブランドの自動車は、高い走行安定性能と独自の運転支援システム「アイサイト」の搭載により、国内外に幅広いファン層を獲得。2017年3月期には年間販売台数が同社初の100万台を超えるものと予想されています。

「当社は現在、中期経営ビジョン『際立つ2020』の中で“スバルブランドを磨く”というテーマに注力しています。それはお客さまに“安心と愉しさ”という価値を提供するため、商品・技術の強化に加え、販売やアフターサービスに至る、すべてのお客さまとの接点における質の向上をめざす取り組みです。その一環として着手したのが、全国のスバル特約店（ディーラー）で、より深いブランド価値の提供とコミュニケーションの深化を実現する新商談支援システムの構築でした」と語るの

はスバル国内営業本部 販売促進部 促進課 主事の西久保 真一郎氏です。

今までにない商談シーンを演出したい

「これまで商談で使うツールは、カタログなどの紙媒体が中心でした。展示車両も数やカラーバリエーションが限られているため、現場ではお客さまが求めるクルマのイメージやスバルブランドの魅力を十分に伝え切れていないという思いが強かったです。

これだけ技術革新が進んでいるのに、商談の場ではお客さまに新しい提案や訴求ができていない。見積書や注文書の作成も、ほとんど紙ベースで他社と差別化できる要素がありませんでした。スバルという小さくとも個性的なブランドならではの、より深いお客さまとのつながりをめざすには、今までにない商談シーンを演出する新しい仕掛けが必要でした」とスバル国内営業本部 営業支援部 ITグループ 主査の田中 聖志氏は語ります。

お客さまと新たなコミュニケーションを図るツールとして、タブレット端末を利用することを決定しました。新しいシステムの

イメージはまだ漠然としており、「お客さまと一緒にご覧になる画面をどう作り、どのような機能を実装すればいいのか、あまり想像できませんでした」と田中氏は振り返ります。「そこで以前からディーラー支援システムの構築・運用をお願いしていた日立さんに相談したところ、お客さまや現場の思いを理解しながら、具体的なシステム構想につなげていけるExアプローチという取り組みがあることをご提案いただきました。当社のディーラー業務に関する知識やノウハウも十分な日立さんでしたので、安心してお任せできると判断しました」と田中氏は続けます。

システム構想段階に「Exアプローチ」を適用

日立が独自開発した価値協創手法とツールを、ITシステム構築の超上流工程に適用したのが「Exアプローチ」です。富士重工業と日立は新商談支援システムに求められる要件を探るため、2014年10月からExアプローチを活用したシステム化構想プロジェクトをスタート。セールススタッフへのインタビューや、日立のスタッフによる商談シーンの現場調査などで現状



富士重工業株式会社

所在地 東京都渋谷区恵比寿1-20-8 エビスパルビル
 設立 1953年7月15日
 資本金 153,795百万円(2016年3月末日現在)
 従業員数 14,234名(連結会社合計 31,151名)
 (2016年3月末日現在)
 事業内容 自動車ならびにその部品の製造、修理および販売、
 航空機、宇宙関連機器ならびにその部品の製造、
 販売および修理など

把握とニーズ整理を行った後、タブレット端末の活用を想定したロールプレイ(画面イメージを投影し、セールススタッフとお客さまのやり取りを模擬演技する)を取り入れたワークショップなどを実施しました。

「現状把握の過程でセールススタッフが見積書や注文書の入力・作成のため、商談時間の2割~4割、離席している実態が明らかになりました。これはメーカー側でも薄々感じていたものの、正確には把握していなかった課題でした。そこで新システムでは、スバルブランドの魅力を訴求する商談の「質」と、お客さまの待ち時間を極力減らすという商談の「量」の双方を改善する方向性を見いだしました」と西久保氏は語ります。田中氏も「お客さまと一緒にタブレット端末の画面を見ながらスバルの魅力や特長を伝えつつ、実業務の見積もり・注文まで行っていく新システムを導入すると、セールススタッフは従来の仕事の進め方や発想を大きく転換しなければなりません。その開発を机上の要件定義だけで進めるのは非常にリスクが大きい。しかしExアプローチでは画面遷移やお客さまとの会話をロールプレイでリアルに可視化しながら、プロジェクトメンバーでよりよいアイデアを出し合うことができます。これは手戻りのない開発に非常に有効でした」と笑顔を見せます。

見積もり・注文まで離席しない ワンストップ対応を実現

日立はExアプローチで抽出された現場のさまざまな想いを、システム開発フェーズで具体的な機能として実装。好きなカラーやオプションでカスタマイズした車両をリアルな3D画像で表示させ

ながら見積もり・注文まで行うシステム、分割払いに必要なクレジット契約システムなどとシームレスに連携させた「SUBARU Sales Supportシステム」を構築しました。同システムは、2016年5月から3,000台以上のタブレット端末を使い、全国のディーラー460店舗で利用が開始されています。

「見積もり作成やクレジットの提案が離席することなくタブレット端末上から行えるようになったので、商談が早くスムーズになったとセールススタッフからの評価は上々です。画面が商談の流れに沿って遷移していくため、業務効率の向上に加え、スタッフのスキルに左右されない商談の質の平準化にもつながると期待しています」と田中氏は喜びます。

「お客さまが最初にスバルに接するのが商談の場です。そこで欲しいクルマやオプションのイメージを画面で見ながら選べる楽しさ、見積もりが瞬時に出てくる快適さなどに「スバルって他とは違うね」と感



富士重工業株式会社
西久保 真一郎氏 田中 聖志氏

じていただけるシステムになったかと思えます。店舗内はもちろん、お客さまの自宅やショッピングモールなどで開催する出張展示会でも使えるため、提案の機会と幅が一気に増えたのも大きなメリットです。ディーラーの皆さんにこのシステムを使いこなしてもらうことで、スバルブランドの魅力をより効果的に伝え、ファン層をさらに拡大していければうれしいですね」と西久保氏は語ります。

Exアプローチによる構想策定とプロジェクト管理、システム構築までをトータルに支援した実行力を生かし、今後も日立は、スバルブランドの価値向上と業務のデジタルシフトに向けた協創を続けていきます。



お問い合わせ先

(株)日立製作所 産業・流通ビジネスユニット
 エンタープライズソリューション事業部
https://www8.hitachi.co.jp/inquiry/it/ex_approach/form.jsp

■ 情報提供サイト
http://www.hitachi.co.jp/ex_approach/