



CS便り



第1回 CS実現の基本的な考え方 「いすゞのトラックウ〜♪」のCSがすごい!

企業理念

建物とともに生きる

建物を知り、建物を大切にし、建物をいかすことにより、持続可能な社会の発展に貢献します。

経営方針

お客様の期待を超える価値の提供

お客様によって異なる様々なご要望、ご期待を理解し、深掘りし、与えられた条件のもと知恵を絞って、期待を超える価値を提供します。



CS実現行動(価値共創プロセス)

お客様の期待を超える価値の提供

CSの成果

公正な企業風土と躍動感ある現場づくり

法令や社内規定を守り、適時かつ的確に情報を伝え、誠実で分け隔てが無い社内文化を醸成します。また、日本メックスに関わる全ての従業員が元気で、明るく、意欲的に仕事に従事する魅力ある職場・現場をつくります。

未来を創る進化と革新

加速度的に変化する事業環境に対応しつつ会社の拡大発展を図るため、ビジネスや業務手法、個々人の能力の進化と、経営基盤や技術などの革新を弛まず進めます。



他社事例からCSの意義を学ぼう!



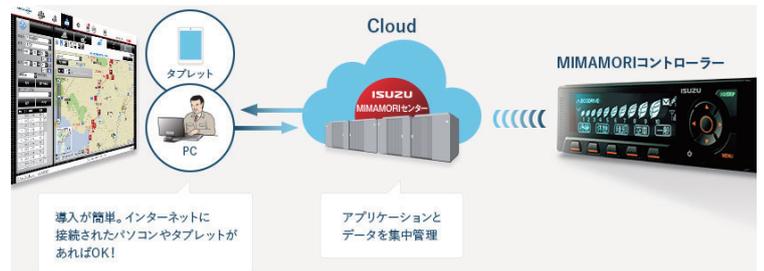
大友康平さんが出演している「いすゞのトラックウ〜ウ♪」のCMをご存じでしょうか? 「トラックウ〜ウ♪」が響きわたる、あのCMです。第一回の事例はいすゞ自動車提供を開始した「MIMAMORI」サービスです。目指しているのは「輸送ビジネスを未来につなぐ商用車テレマティクス」です! 他社の事例をCS目線で読み解いてみましょう。

サービスのしくみ

「MIMAMORI」はMIMAMORIセンターを中心としたクラウド型システムです。

全ての運行データをMIMAMORIに蓄積

MIMAMORIは全ての運行データを「MIMAMORIセンター」に集約し解析するクラウド型システムです。車両と管理者をつないで、リアルタイムの高度な運行管理を手軽に実現します。導入も簡単でインターネットに接続したPCがあればOK。ご利用料金も安心の定額制で、さらにクラウドなのでメンテナンス不要で常に最新版のシステムが利用可能です。



*いすゞ自動車HPより抜粋

CSはプロセス、結果は数字、成果は顧客価値の向上

現実的な収益として「可視化」できるものです。CSをスローガンに終わらせている企業は、顧客との関係性＝「かかわり方」に生じている問題に気づくことができません。

輸送ビジネスを未来につなぐ問題解決

顧客のエンドユーザーへのCS向上
従業員満足ESの向上

【顧客価値の向上】社会の変化に伴う課題解決に向けたパートナーシップの醸成

例) 脱炭素・電気化や水素燃料開発・女性ドライバー就労率

お客様との強い関係性構築ができ、優先的なパートナーとして継続的受注を獲得できる

例) 小型トラックを中心としたメンテナンスリースの開始

CSの結果・成果を想定している!

2026年3月期に稼ぐ力の効率性を示す自己資本利益率 (ROE) を15%に引き上げることを目指すと発表しました。

(新型コロナウイルス禍で販売が減った21年3月期は4%だった)



巻のCS話

なんと言っても、いすゞの「エルフ」は20年連続で小型トラック売上No.1です。全国の輸送会社との「**深いかかわり方**」ができているのですね。日野自動車傘下にもトヨタがいすゞ自動車と資本提携した理由はここにあるのではないのでしょうか。

当社のCS事例から日常行動のヒントをつかみましょう!

某大手ホテルのチーフエンジニアからの「いいね!日本メックス」というお声です。

【業務内容・技術に関する満足】

- ①トラブル時に専門的な話題に齟齬がない。
- ②技術的な側面で自分たちとのレベル(価値観や感性)が見合っている。(釣り合っている)
- ③会社規模でバックアップがあるので信頼できる。

きっとその陰にはCS実践行動の具体例があるはず



【現場および営業担当者とのコミュニケーションに関する満足】

- ①常に現場主義で対応してくれる。
- ②困ったときにすぐに駆け付けてくれる。(言い訳がない)
- ③時間帯にこだわらず連絡が取れる。

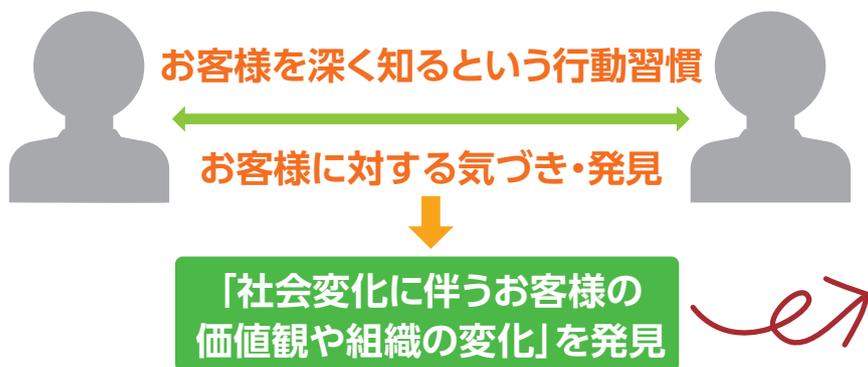
中期的なスパンでの改修計画を一緒に検討する関係になることができた



担当者間(チーフエンジニアと当社営業)の「絆」の深まりは、メックスの技術力と組織力の裏付けがあると感じますね。ですが、技術力と組織力を発揮するためには、「お客様を深く知る」という日常の行動習慣が必要です。



絆はとても大事ですが、お客様の「技術責任者」だけでなく、運用側の責任者の声も聴いておきたいですね。



「お客様はどうして、ここまでおっしゃるのだろうか?」と考えたことはありますか?
加速的に変化するビジネス環境だからこそ、「お客様を深く知る」ことがとても重要です。



これが一番、難しいんだよね…



そのとおり! CS便りで説明していきます!

お客様はビルメンテナンスをただ喜んでいるわけではないよね。「日常的な建物維持管理」に関する技術的な協力を期待しています。その期待がどの程度なのか、どのようなことなのかを「気づく」ことが営業の肝になるんだ!

専務部門ならではのCSの話

某ビールメーカーの営業所にかかってきた電話の話

事務部門のAさんは「会ったことのない」取引先からの電話対応でこんな経験をしたそうです。



Aさん:「かしこまりました。納品したばかりのビールサーバーに不具合が発生したということですね。」

お客様:「まだ、1週間だよ、納品されてから。ランチ営業の時には問題がなかったのだが…。夜の営業で困るんだよ」

Aさん:「承知いたしました。まず、営業担当とメンテナンスの担当に連絡をとり、夜の営業時間への影響を小さくできるようにご対応いたします。恐れ入りますが、修理を効率よく進めるために3点ほど、トラブル状況をお教えいただけますでしょうか。」

お客様:「うれしいね。ウチの営業時間のことを気にしてもらえるのは。」



この会話のポイントは、「夜の営業時間への影響を小さくできるように」という言葉です。故障などのトラブルに関する電話連絡では、つつい「迅速にご対応いたします」「担当に連絡が取れ次第」というように答えがちです。

ですが、お客様の立場にたってみると、解決して欲しいことは「営業時間の確保」です。さらにいえば、「営業担当」だけではなく、「メンテナンス担当」にも瞬時に手配すると言われたほうが、「段取りがよい!」「信頼できる!」と感じていただけるのではないのでしょうか。