



IBMのコンサルティングとシステム・インテグレーション・サービスで、 ビジネス成長戦略を支えるITと業務プロセス改革を推進

葬儀紹介事業を中心にライフエンディング関連のサービスを提供するイオンライフ株式会社(以下、イオンライフ)は、高品質で豊富なサービスの提供による顧客の拡大をビジネス成長戦略として掲げ、それを支えるITシステムと業務プロセスの改革に取り組んでいます。しかしこれまで、必要な機能を継ぎ足して構築してきたために、時間と手間を要するオペレーションを余儀なくされ、新たなサービス提供に時間とコストがかかるという課題を抱えていました。そこで同社は、IBMのコンサルティングとシステム・インテグレーション・サービスの提案を採用。システム全体の再構築に着手し、業務改革を推進しています。

- 【提供サービス】**
- Salesforce アプリケーション統合サービス
 - ビジネスプラットフォームのグランドデザイン/再構築



課題

- 各業務に必要な機能を段階的、部分的に導入したため、プロセスやデータが未統合
- 複数システムの参照や手入力が必要など、オペレーターの業務負荷が高く、非効率
- 新たなサービスを提供する際、プロセスやデータが未統合のため時間とコストがかかる

ソリューション

- IBMのコンサルティングサービスで課題の洗い出しを行い、解決に向けた全社ロードマップを策定
- Salesforceを活用したマルチOS、マルチデバイス対応の「イオンライフ葬儀システム」を構築

効果

- 電話以外での接触ポイントを提供することで、顧客の利便性向上と受注数の増加
- コールセンター業務が効率化され、顧客との対話時間が増加
- 提携会社とのリアルタイムな情報連携が可能になり、送客・見積もりにかかる時間を大幅に短縮

【お客様課題】

サービス提供に必要なITを段階的、部分的に導入したことで
使い勝手の課題が浮き彫りに

イオンライフは、大手流通業イオングループの一社で、葬儀の紹介事業をはじめとするシニア支援サービス事業を展開しています。2009年9月にイオンリテール(株)の社内ベンチャーとして「イオンのお葬式」のサービスを立ち上げ、葬儀に必要なすべてをワンパッケージにして定額・低料金で提供するビジネスを開始。これまで曖昧だった葬儀の費用を明瞭化したことが顧客ニーズを捉え、2014年9月に別会社として独立しました。現在は葬儀だけでなく、シニア世代向けに終活全般をサポートする事業へと領域を拡大させています。事業の発案者であり、イオンライフ 代表取締役の広原章隆氏は、次のように説明します。

「当社は日本全国の葬儀社560社以上と提携し、葬儀社が所有するホールの空きを利用することでパッケージ料金の低価格化を実現するサービスを提供しています。イオンブランドの高い品質を実現するために、契約社向けに研修を重ねるなど徹底した品質向上に努めています」

そんな同社では、高品質なサービスを継続的に提供して多くの顧客を獲得することをビジネス成長戦略として掲げ、その戦略を支えるITシステムの整備を進めてきました。

「当社のサービスは、お客様の要望に応える形で一つ一つ積み重ねてきたものです。サービスを実現するためにその都度必要なITシステムを導入しましたが、段階的に取り入れたために一元化できていないという課題がありました」(広原氏)

同社は、イオンリテールの一事業部門だった2011年にSalesforceのクラウド型プラットフォームであるForce.comを導入。今後のサービス拡張を柔軟に進めていくための統合IT基盤として利用し始めました。

ところが導入後、ビジネス規模が拡張するにつれ運用に課題が出てきたと、イオンライフ取締役の谷知也氏は話します。

「コールセンターにForce.comを導入してさまざまな業務の仕組みを作り、当初は私たちもこれで良いという感覚でいました。しかし、独自に業務を作り込んでしまい、他システムとの連携が十分ではなかったために、業務で複数システムを利用するオペレーターは、結果的に手作業で入力・照合したり紙や電話に頼ったりしていたのが実情でした」(谷氏)

【ソリューション】

Salesforceを含む既存環境を活かしたIT基盤構築に着手

イオンライフは、ビジネス拡大に合わせたシステム構築と、コールセンターの効率化のため、2015年にForce.comからService Cloudへアップグレード。さらなる課題解決へ向け、イオンライフでは複数のシステム・インテグレーターに相談し、すでに運用しているSalesforceを活かしつつ、全社的な業務を俯瞰し、効率化を提案・実現してくれるパートナーを探しました。そうした中で、同社が選定したのがIBMのコンサルティングとシステム・インテグレーション・サービスです。IBMの選定理由について、広原氏はこう話します。

「当社の業務は電話が中心ですが、コールセンターで聞かれることは大抵決まっています。お応えしなければいけないことも、お客様の質問も似ています。ですから将来的にはAIを取り入れ、AIがお客様にお応えするようなシステムの構築を視野に入れていました。それができる企業はどこかと考えたときに、WatsonがあるIBMがパートナーとして最適だという結論に至りました。もちろん、IBMがSalesforceに関して豊富な導入実績を持っていることも決め手になりました。IT企業らしからぬ、人を大事にする組織風土を感じたという点も決め手の一つでした」

2016年3月にIBMと契約したイオンライフでは、まずIBMが提供するビジネスコンサルティングサービスを利用し、システムを一元化していくための要件定義に着手しました。

「当社がやりたいこととIBMができることをテーブルの上に乗せ、それがどのくらいの期間でできるのか、やらなければならないところの優先順位を決めながら、フェーズごとにゴールを設定しました」(谷氏)

当社が常識だと思っていた無駄を指摘してくれるなど、経営そのものの戦略転換につながる意識改革ができたと思います



イオンライフ株式会社
代表取締役
広原 章隆氏

要件定義フェーズでは2016年4月半ばから約9週間で、要件の整理、既存システムの調査などを実施し、IBMは現状の課題とソリューションを次のように整理し提案しました。

- 現状のシステム構成はマスターが散在してデータの連携が少ない構成のために拡張性が低く、業務効率の阻害要因である
 - 業務効率が低い個所を改善し、ビジネスを拡大するために必要な機能を実装するには、シングルプラットフォームのシステム構成が有効である
 - お客さま自身がWebサイトからイオンライフのサービスを利用し、申込ができるようなセルフサービス化が必要である
 - お客さま向けホームページ、コールセンター、パートナー向けホームページ/モバイルアプリ間で1つのデータをリアルタイムに共有し、最新の情報をお客さまに提供する必要がある
- またこの間に、社内およびビジネスパートナー、コールセンター、提携会社にヒアリングとアンケートを実施。ビジネス目標達成に向けた実現ロードマップ、および最初の設計・開発フェーズで何をどこまで実施するかも定義しました。

続く2016年7月～2017年3月のフェーズ1では、IT基盤構築に向けた具体的な要件定義を実施後、Salesforceのカスタマイズ、新アプリの構築と移行、顧客セルフサービス化対応などプラットフォーム統合をしながら、同時開発を進めました。さらに2017年4～8月のフェーズ2では、人のご葬儀から身元保証や生前整理、介護などと言った生前のサービスや相続やお墓などご葬儀後のサービス、更にはペットのライフエンディングサービスに横展開し、提携会社管理機能の強化、コンテンツ拡充などを実施しています。

「一番のハードルは、既存システムで業務を動かしながら開発するという点でした。ここまでのフェーズではシステムをダウンさせることなく、きちんと一元化したSalesforceによる『イオンライフ葬儀システム』が構築できたと考えています」と谷氏は振り返ります。

コールセンターの業務はだいぶ変わりました。表示に沿って聞いていけばお客様のご要望を網羅的に把握できるため、オペレーションの流れはかなり良くなったと考えます



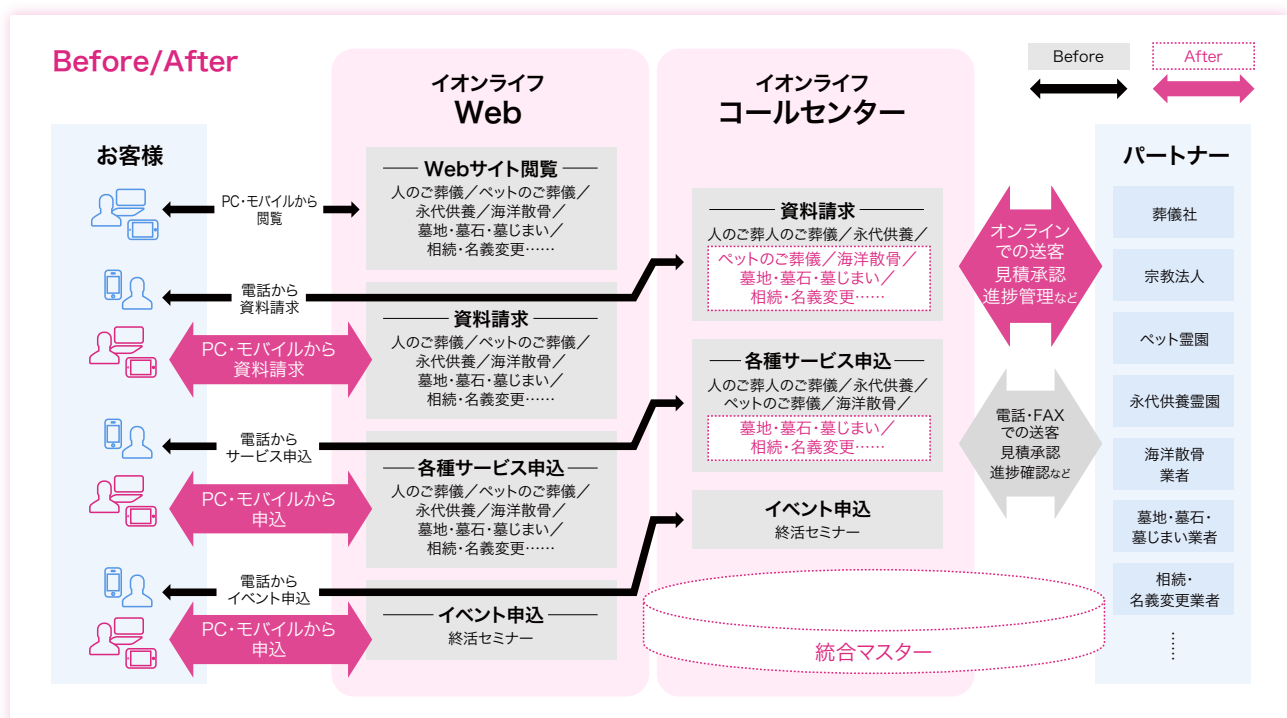
イオンライフ株式会社 取締役
谷 知也氏

【効果/将来の展望】

コールセンターをはじめ、提携会社の業務改善・効率化も含む効果を実感

間もなくフェーズ2が完了したイオンライフですが、すでに業務効率化の効果が表れています。

「コールセンターの業務はだいぶ変わりました。従来はコールセンターに電話がかかってくると、ヒアリングした内容を手書きするというオペレーションでしたが、現在は画面の上の





ヒアリングシートにお客様の情報を入れると、尋ねる項目が次々と表示される仕組みになっています。これにより、オペレーターの経験が浅くても、表示に沿って聞いていけばお客様の要望を網羅的に把握できるため、オペレーションの流れはかなり良くなったと考えます」(谷氏)

「イオンライフ葬儀システムでは、当社の業務効率向上だけでなく、提携会社の業務改善・効率化を同時に達成することも狙っています。情報連携が瞬時にできれば、お互いにメリットがあるため、各社にも導入を進めているところです。すでにシステムの利用を開始している提携会社とは、送客・見積もりにかかる時間が大幅に短縮されました」(広原氏)

今回のIT基盤構築にあたり、同社では「応答率」「お亡くなりの方の入電率」「キャンセル取りこぼし率」というKPIを決め、達成に向けて取り組んでいます。また葬儀を控えた顧客の不安をできる限り取り除くために、オペレーターと顧客との対話時間を増やすという目標も決めました。

「コールセンターの8時間労働の中でオペレーターの業務を調査したところ、従来はお客様との対話時間が20%しかありませんでした。事前準備や後処理、その他の雑用が多く、お客様との会話時間を十分にとれていなかったのです。今回のシステムにより対話時間は30%以上に増えましたが、今後は50%以上にすることを目標にしています」(谷氏)

イオンライフが進める「イオンライフ葬儀システム」は、フェーズ2までに構築したIT基盤だけに留まらず、マーケティング強化やECの展開といったフェーズを引き続き実行していくことが計画されています。さらに将来的にはAIを導入し、入力ミスや誤差の確認に時間を割かず顧客とオペレーターの双方が安心感を持って利用できるIT基盤を目指しています。

「IBMのコンサルタントは、当社と同じレベル、同じ目線で話ができるくらいまで、葬儀や関連する業務について勉強してくれました。また当社が常識だと思っていた無駄を指摘してくれるなど、経営そのものの戦略転換につながる意識改革ができたと思います。今後もIBMとともに業務改革に取り組んでいきたいと考えています」と広原氏。業界に風穴を開けたイオンライフの挑戦は今後も続きます。

AEON イオンライフ株式会社

イオンライフ株式会社

〒261-0023 千葉県千葉市美浜区中瀬1-3 幕張テクノガーデンD棟11階

<https://www.aeonlife.jp/>

イオンライフ株式会社は、葬儀事業を中心に相続、介護、お墓・永代供養、仏壇、ペット葬などのライフエンディング関連事業を幅広く展開する企業。シニア世代が抱える将来への不安や悩みを窓口一つで解決する「人生トータルサポート」を実現する各種サービスの提供を通じ、革新的で最もシニア世代に優しい企業を目指している。



©Copyright IBM Japan, Ltd. 2017

〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町19-21

このカタログの情報は2017年8月現在のものです。仕様は予告なく変更される場合があります。記載の事例は特定のお客様に関するものであり、全ての場合において同等の効果が得られることを意味するものではありません。効果はお客様の環境その他の要因によって異なります。製品、サービスなどの詳細については、弊社もしくはビジネス・パートナーの営業担当員にご相談ください。IBM、IBM ロゴ、ibm.comおよびIBM Watsonは、世界の多くの国で登録されたInternational Business Machines Corp.の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれIBMまたは各社の商標である場合があります。現時点でのIBM商標リストについてはwww.ibm.com/legal/copytrade.shtmlをご覧ください。