

2006年10月17日 電波新聞

富士通コミュニケーションサービスの事業展開
富士通との連携で卓越したサービス
サポートセンター 08年には3700人規模に拡大
新規開拓を加速

サポートサービス専門の富士通コミュニケーションサービス（CSL、南昌宏社長）がコーポレートソフトウェアから現社名に変更して2カ月半が経過した。社名変更で「富士通グループとのビジネス連携をさらに深め、お客様に卓越したコミュニケーションサービスを提供する」（南社長）としている。

社名変更のメリットとして南社長は 社員募集への応募が増えたことで選択採用が可能になった。センターによっては2 - 3倍の応募がある 営業面で新規開拓がしやすくなった 富士通グループで「BPOの受け皿企業」としての認知が高まった 社員のモチベーションが上がった - などを挙げている。

業績で最近5年間の伸張が目立っている。05年度に100億円企業の仲間入りを果たしたが、06年度は前期比15.7%増の125億円で4期連続の増収増益を目指す。また富士通のBPOビジネスの受け皿になるなどで「年率20%程度の伸張で08年度には200億円と倍増を図る」（南社長）。既に松山サポートセンターを400人規模に拡大したほか、今秋には北九州サポートセンターをコンタクトセンターに最適なインフラを装備した800人規模の新北九州サポートセンターに刷新。また07年には新センターを開設するなどで、08年度には現状の2200人を3700人にまで増員する予定。最大の経営課題は「08年度の200億円達成と人材の確保・維持」（南社長）を挙げている。

テレマーケティング市場は2ケタ成長が続いていたが、マイライン特需の終了やセキュリティ強化でインハウスセンターへ移行などの動きで「伸張率が鈍り、大手の寡占化が進む可能性がある」とみている。現状のサービスセンター拠点は5カ所。業務別売上ではベンダーサポートが80%、コーポレートサポートが20%で「競合他社に比べてコーポレート分野の売上げ比率が高いのが特徴」という。

スキルアップに力

人材の確保は業界全体の課題。CSLでは「人がすべて」との観点でキャリアアップサポーター宣言を行い、CSLカレッジを2年前に立ち上げ社員の一人一人のスキルアップと自己実現を徹底サポート。また「パートナーの信頼を勝ち取るサポート商品の開拓が重要になる。ASPサービスなどで新規顧客の獲得、サポートの質の向上とコストダウンを同時に実現していく」。この一環でプロシード社との協業で登録コーディネータ（RC）を拡充している。

サービスを数値化

新たな伸張には「サポートサイエンスの心が重要で、数値を語れる会社を目指す」（南社長）。サービス内容や顧客満足度を数値化することで「見える化」につながるとみている。

電波新聞社の上承をいただいて記事を全文掲載しております。