



「メールでは難しかった遠隔地での問題発生時の現象確認が WebEx を使うと一目瞭然です。しかもネットワーク上で Asprova をそのまま共有してその場で問題解決を図れます。」

— アスプローバ株式会社 副社長 海外事業担当 井坂晃氏

WebEx Meeting Center で海外展開、ユーザーサポートを効率化



業種

工場向け生産スケジューリングシステム "Asprova" の研究・開発・販売およびシステムインテグレーション・システムコンサルティング

WebEx アプリケーション Meeting Center

概要

アスプローバ株式会社はネットワーク対応の APS (Advanced Planning and Scheduling) システムのトップメーカーで、ソフト "Asprova" は国内海外合わせて 1200 以上の企業で活用されている。少数の社員でいかに効率よくエンドユーザーサポート、ユーザー開拓、海外展開に対応するかが大きな課題であった。

WebEx Meeting Center 導入後は遠隔へのユーザーサポートのクオリティがアップ、Webinar 開催もスタートし、効果的な事業展開を実現している。

アスプローバ株式会社について

本社所在地

東京都品川区平塚 2-5-8
五反田ミカドビル 8F

TEL 03-5498-7071
URL www.asprova.com
e-mail info@asprova.com

従業員数

13 名 (2008 年 5 月末現在)

WebEx 導入 : 2007 年 4 月

1994 年に設立されたアスプローバ株式会社は、工場向け生産スケジューリングシステムのパッケージソフトウェアメーカーである。

社名を冠する製品の Asprova は長期・中期・短期、3 段階のトータルな生産計画をサポートするネットワーク対応のスケジューリングシステムで、既に全世界 1200 を超える幅広い分野で導入され、国内では現在シェア 52% を誇り名実共に生産スケジューラーの日本トップブランドである。

導入前の課題

国内シェア No.1、1000 を超える顧客を抱えるアスプローバ株式会社だが、会社の方針として「少数精鋭主義」を貫き、驚くことに創業当初から本社の人数はあまり変わっていないという。

「当社のように少ない人数でやっていこうという会社にとって IT をどう利用し、活かすかは非常に重要です。」と副社長で海外事業担当の井坂晃氏は繰り返し強調する。

1 年半前から海外特約店の拡充、ユーザー開拓、グローバルブランド確立等海外展開に本腰を入れる為に海外事業部が発足され、井坂氏も毎月のように海外に足を運ぶ。

「見込みが高いか低いかに関わらず現地に行ってデモするか、もしくは出張が難しい場合はお客様自身にダウンロードしてもらって頑張ってくださいし、かありませんでした。」と井坂氏は当時を振り返る。

限られたリソースの中で全てのケースに出張対応は不可能であり、一方見込み客自身にマニュアルを読んでもらうだけで製品の良さを深く理解してもらうのは製品の性質上非常に困難である。

また Asprova は 9 か国語対応で海外でも広く利用されており、ローカル言語に直接対応出来る現地のサポートエンジニアも抱えているが、現地エンジニアとの臨機応変なコミュニケーションをとる為の手段も同時に模索していた。

導入の結果

そのような状況下、「海外の顧客から WebEx というものでデモをしていると聞いたのが最初です。」と井坂氏は語る。

アメリカの特約店ではセミナーではなく Webinar というネット上でのセミナーも既に開催していると聞き、実際に試してみて、このような仕組みが正に今必要だと確信したという。

課題解決の糸口になるとの確信のもと、Web 会議システムの選定を開始。海外現地法人も巻き込み国内海外の業者を問わず比較検討の結果、最終的に WebEx の導入を決定した。

決め手はグローバルな展開、9 言語という幅広い言語に対応しており、機能に対して費用がリーズナブルなことだった。また会社が成長していて、長期的に使用していけるという点もポイントになったという。



時間をかけるべき案件に、より時間を割けるようになってきました。当社のように少ない人数でやっ
ていこうという会社にとって IT をどう利用し、活かし
かは非常に重要です。

— アスプローバ株式会社 副社長 海外事業担当
井坂晃氏

導入後の効果

「メールでは難しかった遠隔地での問題発生時の現象確認が WebEx を使うと一目瞭然です。しかもネットワーク上で Asprova をそのまま共有してその場で問題解決を図れます。」と井坂氏は高く評価する。

このようなエンドユーザーのサポートだけではなく、24 箇所に渡る海外特約店に対する製品紹介、連絡の手段としても活用を開始した。

海外事業部は実質 2 名で動いており、結果として海外出張自体は減ってはいないが、アクティビティレベルが大幅に改善され、時間をかけるべき案件により時間を割けるようになったことは大きいという。

また新規ユーザー向けに週 1 回ペースで製品紹介の Webinar 開催も開始、フットワークが軽く且つ効率的なサポートのスタイルも確立しつつある。

今後の展開

「実は国内営業では初め WebEx の使用にはとまどいもありました。」と井坂氏は振り返る。

日本ではまず初めに顔を合わせないと失礼だ、というカルチャーが残っているが、個人的に言えば最初こそこういったツールでスクリーニングをかけるようにするべきではないかと井坂氏は提言する。

現時点では国内では主に既存ユーザー向けに WebEx を活用しているが、今後は国内海外問わず新規開拓への応用も検討していきたいと、井坂氏は今後の豊富を語った。

新しい活用方法と少数精鋭のメンバーで更に効率的な事業展開を推進していく。

ハイライト

- 既存ユーザーサポートにおいてメールでは難しかった遠隔地での問題発生時の現象確認が容易になった。しかもネットワーク上で Asprova をそのまま共有してその場で問題解決を図れるようになった。
- 週 1 でユーザー向け Webinar 開催をスタート、効率的なサポートを実現した。
- 24 箇所に渡る海外特約店に対する製品紹介、連絡の手段としても活用を開始した。