

お客様に選ばれる会社となるために

(株) ホンダオート三重経営理念

1. 常にお客様の満足を追求し、何事もお客様第一に考え対処する
2. 他社との差別化を推進し、顧客から選ばれる店となる
3. 社員の自主的、自立的行動を促し、その為の環境を提供する
4. 社会と調和し、社会に貢献する

「CRM（顧客中心主義経営）を支える弊社のITへの取り組み
今号別ページでご紹介しているこれまでの弊社のCRM受賞内容
の背景には、同業他社に先駆けて取り組んできた「事業のIT化」

マネジメントのIT化の歴史

- 1986年 初めてオフコンN5200、パソコンNEC9800 購入
1988年 IBM5550 導入
1996年 オフコン更新、本部に共有サーバーを設置、資料管理を一元化
2000年 社内会議をプロジェクトと大型スクリーンに切り替え 紙資料を廃止
2002年 社内コミュニケーションシステム「三重中ネット」（ポータルサイト）
を開設
2005年 グループウェア J-Motto を導入 「回覧版」「業務日報」などで拠点間、
社員間の情報共有が一気に加速。
2007年 コンピュータシステムを刷新。「三重中DB」の本格運用開始
板金進捲、安心ネットワーク、受注、中古車在庫、保険、営業活動
PDCAなど数々のDBがあり管理職だけでなく、一般スタッフもアクセ
スし活用。
2008年 経済産業省主催IT経営実践企業認定（以後7年連続認定）
このような経営のIT化への取り組みが評価され、
2012年 「中部IT経営優秀賞」
2014年 「中部IT経営最優秀賞」を受賞（写真）



一般社団法人CRM協議会が顧客中心主義経営の実現に向けて成果を上げている企業・組織・団体を表彰する
**2020 CRMベストプラクティス賞
2019特別賞 大星賞* 2020特別賞 繼続賞**

Honda Cars 三重中

「カーディーラーの眞の顧客サービスとは何か」顧客中心主義経営を常に追求し、取り組んでおります。
当社は創業来「カーディーラーの眞の顧客サービスとは何か」を常に追求し、取り組んでまいりました。そこから「お客様が困った時の対応こそ最優先されるべき」という考え方により、その結果生まれたのが「地域限定型ロードサービス 安心ネットワークシステム」と「年中無休・夜8時※まで営業」の体制です。※現在は夜7時
この「安心ネットワークシステム」を進化させ、また出動データの更なるデータ分析の結果、当社の働き方改革に繋がったことが高い評価を頂きました。
★大星賞…CRM協議会の名誉会長であり、株式会社NTTドコモ社長・会長を歴任された大星公二氏の名を冠した特別賞

受賞年	受賞モデル
2012年	サービス強化による愛車保全モデル
2017年	作業プロセス共有による満足度向上モデル
2018年	板金修理情報・全社活用モデル
2019年	データ分析活用・働き方改革モデル（大星賞）
2020年	原点回帰（販売・保守）Webモデル（継続賞）

CRM活動の歩み

2012年
CRMベストプラクティス賞受賞

サービス強化による愛車保全・モ

「安心ネットワークシステム」（地域限定型ロードサービス）と「年中無休・午後8時まで営業」が評価され、顧客中心主義経営の「ベストプラクティス賞」を受賞しました。

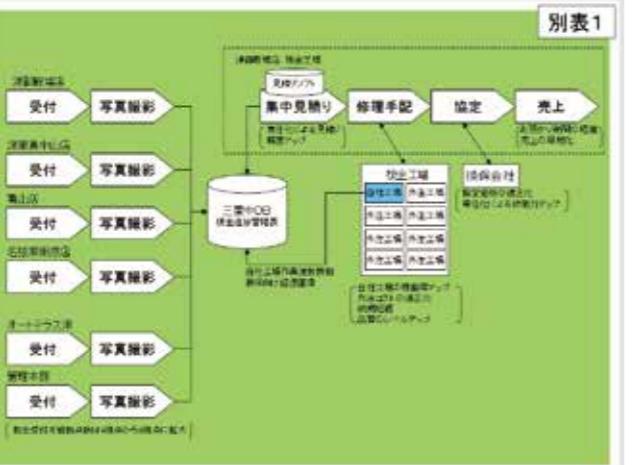
CEN協議会レポート

「株式会社ホンダオート三重は、『顧客本位の経営』を経営理念の最初に掲げ、常に『お客様』の視点に立った施策を、業界の動きに合わせて柔軟に対応するべく、今後も一層努力してまいります。」

に先んじて実行してきた。同社は開業以来30数年、営業に必要なデータを地道に蓄積し、全社員が理解し易いようグラフ化し、公開してきた。このグラフ化された『データからの気付き』により、改革・改善をタイムリーに実行しており、今回の直接の受賞理由となつた『サービス強化モデル』もこのよつた背景から生まれたものである。

今後も同社の『データ分析に基づく顧客本位の経営か』さらに進化することを期待した

「事故等で板金修理に出されたお客様の不安を解消することで、ありがとうございます」とて
いただけることをふやしたい」
弊社では、2006年6月より、板金修理案件の集中管理をスタートし、各拠点で発生したすべての板金修理情報を「板金D-B(板金進捲管理表)」に集中し、事後の適切な対応に資すべく蓄積してきます。



「板金進捗情報DB」という収集ツールを持ちながら、それを有効に活用できず、行動も遅く、お客様への報告が遅れがちで
あつた。

安心ネットワークシステム（地域限定型 ロードサービス）

「安心ネットワークシステム」のサービス
開始以来2年間の緊急出動データを分析
して、曜日別では月曜日や日曜日の出動が
多いことが分かつてきました。

「アーティストが有り、名前は『上モデル』」

CERN機講会ノート

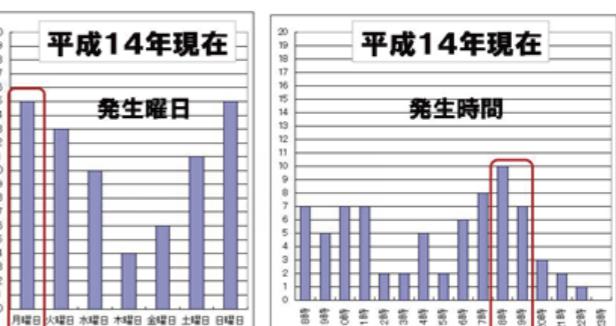
上モデル」
CRM協議会ベストプラクティス賞選考委員会受賞理由の要約

時間	発生回数
00時	8
01時	6
02時	8
03時	5
04時	3
05時	3
06時	5
07時	9
08時	10
09時	8
10時	5
11時	3
12時	2
13時	1
14時	1
15時	1
16時	1
17時	1
18時	1
19時	1
20時	1
21時	1
22時	1
23時	1

迅速になるという効果が現れ、最終的には進捗状況をお客様に早期に報告することが可能となり、満足度向上につなげた事例である。

平成1
平成1

といひが、当社は、それまで、毎月の第
一月曜日・「ホールデンウイック・お盆・年
末・年始等、年間24日の休店日を設け、
営業時間も午後6時までとしており、お客様
さまが一番サービスを必要としている曜日
や時間帯に営業していないことに気付き、
業界では珍しく「年中無休・夜8時まで営
業」(平成14年)4月より、ディーラー



顧客の満足度を向上する取り組みを行
い、今年はその取り組みを強化・発展さ

せていく。板金捲きデータベースをはじめ、
めとする各種データベースへの迅速な記
入およびアクセスを促進する施策を講じ
ることで、顧客への理解を深め、社員間の
コミュニケーションを顧客志向で活発化
させている。これによって顧客への対応
が今までよりも行き届くようになり、自
社レンタカーの活用が向上する等の効果
も上げてきている。

弊社では、2018年社内における「板金進捗」「データベース」(以下「DB」といへ)のやるなれる積極的活用を推進するとともに、他のDBとの総合的な活用で顧客満足度の向上を目指しました。

■CRM活動の概要
板金修理DBをはじめとするDBへの迅速な記入・アクセスの促進を行いました特に「板金修理DBへの個人別アクセス数を全社員に公表しました。板金進捲DBアクセス数が増加した。

DBへのアクセス数が増加し、板金修理

業務への関心が飛躍的に向上した結果、社員間のコミュニケーションが活発とな

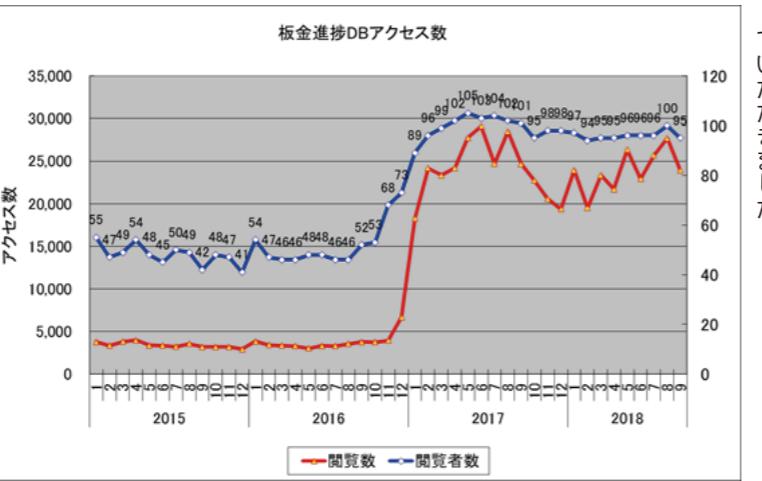
2018年

ロードサービス
1999年（平成11年）名張東田原店

上モデル」
CRM協議会ベストプラクティス賞選考委員会受賞理由の要約

「アーティストが有り、名前は『上モデル』」

金完成日～納車日まで0・6日のお預かり日数短縮に成功し、お客様に喜ん



別表1			
お客様への引渡までの平均日数 (単位:日数)			
受付日	受付日→完成日	完成日→納車日	受付日→納車日
2015年	9.8	5.3	15.0
2016年	13.3	3.0	16.3
2017年	15.5	3.4	18.9
2018年	13.6	2.8	16.5

CRMベストプラクティス賞・大星賞受賞、&大星賞同時受賞

「データ分析活用・働き方改革モードル」

CRM協議会ベストプラクティス賞・大星賞選考委員会 受賞理由の要約

「競合他社がJAF、損保会社等の第三者ロードサービスに頼るなか、「安心ネット・ワークサービス」と名付けた「自社社員による現場駆け付けサービス」を2000年より開始。平均18・1分で現場に駆け付けるなど、顧客に絶対の安心感を提供している。

スタート時から蓄積してきた出勤データの分析から、出勤は「午前10時までが多く、午後7時以降は激減」していることが判明。他社が営業開始時間を午前10時からに遅らせるなか、午前9時ままに終了時間は午後7時とすることで、お客様の利便性を損なうことなく営業時間を1時間短縮。働き方改革を実現させている。」

安心ネットワークシステムの改善
「安心ネットワークシステム」をスマート時代に合わせ改良しデータ蓄積、分析などの効率をアップしました。(別表1-2)

安心ネットワークシステムの改善

分析から、出勤は「午前10時までが多く、午後7時以降は激減」していることが判明。他社が営業開始時間を午前10時からに遅らせるなか、午前9時ままに終了時間は午後7時とすることで、お客様の利便性を損なうことなく営業時間を1時間短縮。働き方改革を実現させている。」

2020年

CRMベストプラクティス賞受賞、&継続賞同時受賞

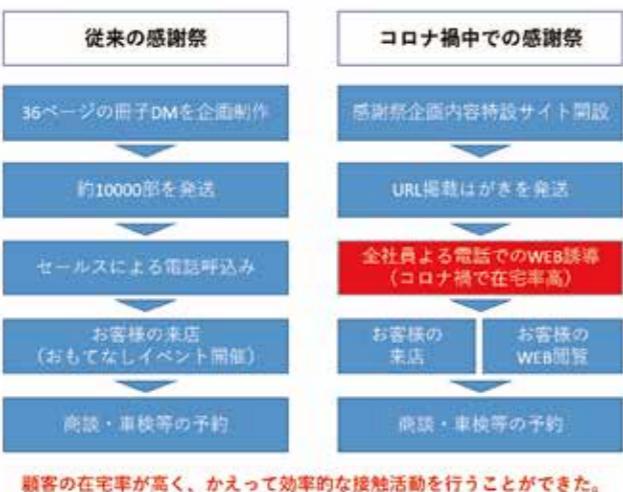
「原点回帰(販売・保守)Webモデル」

CRM協議会ベストプラクティス賞

選考委員会 受賞理由の要約

「新型コロナの影響で、店頭イベント開催や対面営業活動が大幅に制約される中、原点に立ち返って管理顧客のリストを活用し、重点営業を実施。ネット上で開催したイベントで顧客を呼び込み、コロナ前の店頭イベント実績を上回る車検顧客等の獲得を実現している。」

CRM活動の概要



3. 活動の概要

活動途中で新型コロナ禍に見舞われたため、令和2年のGW感謝祭を「WEB感謝祭」と位置づけ、従来の冊子DM発送による案内集客を中止し、特設サイトにご案内するようでの集客を企画した。

2020年

CRMベストプラクティス賞受賞、&継続賞同時受賞

「原点回帰(販売・保守) Webモデル」

CRM協議会ベストプラクティス賞

選考委員会 受賞理由の要約

「企業経営に最も大切な、お客様を増やし、維持するための「車検入庫促進運動の実施」

車検を自社に入庫していただくことは、車を販売したお客様に対するCS向上の原点であり、またお乗り換え頂けるきっかけともなることから、自動車ディーラー経営にとっては、最も重要な活動の一つとなつていています。(全体的に表現を柔らかくして、「獲得」されるという印象を無くしました)

2. 本件活動の背景

車検を自社に入庫していただくことは、車を販売したお客様に対するCS向上の原点であり、またお乗り換え頂けるきっかけともなることから、自動車ディーラー経営にとっては、最も重要な活動の一つとなつていています。(全体的に表現を柔らかくして、「獲得」されるという印象を無くしました)

車検を自社に入庫していただくことは、車を販売したお客様に対するCS向上の原点であり、またお乗り換え頂けるきっかけともなることから、自動車ディーラー経営にとっては、最も重要な活動の一つとなつていています。(全体的に表現を柔らかくして、「獲得」されるという印象を無くしました)

4. CRM活動の成果

営業マン訪問がはばかられるので、営業マン、拠点スタッフによる「電話・ハガキによるホームページへの誘導」を実施したこと、お客様顧客の在宅率が高く、かえって効率的な接觸活動を行うことができた。

「2020 CRM 新型コロナウイルス対応モデル事例」受賞 受賞 6組 (5企業・1組織)	
企業・組織名 (五十音順・登録順)	モデル事例のポイント
チューリッヒ保険会社 △2020 CRMベストプラクティス賞(優秀)	コールセンター業務の95%を在宅業務に切り替え
津市	5つの機能別コールセンターで市民の不安や困りごとに寄り添う
株式会社東京コミュニティー カスタマーセンター	居住者の安全を見守り、お客様の資産を守る
株式会社フォームエイト △2020 CRMベストプラクティス賞(優秀)	オンライン営業活動への転換を実現させ、ニューノーマルにいち早く対応
富士通コミュニケーションサービス株式会社	クラウドへの影響を最小限に留め、社員安全に配慮した感染症対策を実施
株式会社やさしい手 △2020 CRMベストプラクティス賞(優秀)	早期免見・早期区分・早期受取のための健康管理制度システムを構築

© Copyright CRM Association Japan 2020

「2020 CRMベストプラクティス賞」受賞 (2)	
受賞企業・組織名 (五十音順・登録順)	受賞モデル名
△継続賞> 株式会社フォームエイト システム営業Group 札幌事務所・仙台事務所・名古屋事務所・金沢事務所・大阪営業Group・福岡営業所・沖縄事務所	地域の未来創生をVRで描くモデル
△継続賞> 株式会社ホンダオート三重	原点回帰(販売・保守)Webモデル
△継続賞> みずほ証券株式会社	データ活用による対面営業適化モデル
△継続賞> 三井住友海上火災保険株式会社 コンタクトセンター企画部	コンタクトセンター自動化追求改善モデル
株式会社やさしい手	家族コミュニケーション安心モデル

© Copyright CRM Association Japan 2020

「2020 CRMベストプラクティス賞」受賞 (1)	
受賞企業・組織名 (五十音順・登録順)	受賞モデル名
大阪ガスマーケティング株式会社	対話AI活用による時間削減モデル
花王株式会社 マーケティング創造部門 コンシューマーマーケティング開発部 CRM推進室	ファン共創コミュニケーションサイト活用モデル
株式会社クレディセゾン	Webセルフサービス エントリーモデル
損害保険ジャパン株式会社 ビジネスデザイン創造部	ファン創造エンタリーモデル
チューリッヒ保険会社	事前準備コールセンター在宅実践モデル
株式会社日本経済新聞社 デジタル事業担当部CSグループ	AIチャットボット高度活用モデル
△フジサンケイビジネスアイ賞> 東日本電信電話株式会社 ビジネスイノベーション本部 マーケティング部	お客様課題解決提案モデル

© Copyright CRM Association Japan 2020

2020年

CRMベストプラクティス賞受賞、&継続賞同時受賞

「原点回帰(販売・保守) Webモデル」

CRM協議会ベストプラクティス賞

選考委員会 受賞理由の要約

「新型コロナの影響で、店頭イベント開催や対面営業活動が大幅に制約される中、原点に立ち返って管理顧客のリストを活用し、重点営業を実施。ネット上で開催したイベントで顧客を呼び込み、コロナ前の店頭イベント実績を上回る車検顧客等の獲得を実現している。」

CRM活動の概要

企業経営に最も大切な、お客様を増やし、維持するための「車検入庫促進運動の実施」

3. 活動の概要

活動途中で新型コロナ禍に見舞われたため、令和2年のGW感謝祭を「WEB感謝祭」と位置づけ、従来の冊子DM発送による案内集客を中止し、特設サイトにご案内するようでの集客を企画した。

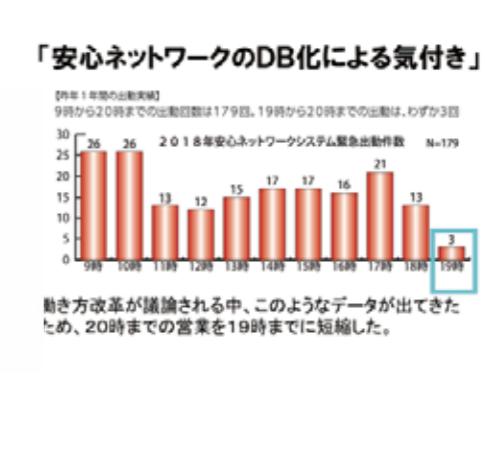
5. CRM活動今後の課題

「管理内車検実施率向上」を周知徹底し、車両販売時は、納車後の点検、車検を着実に実施してお客様の安全をお守りできる、「まさに、営業終了時間を午後8時から午後7時」に繰り上げ。「令和」への改元を機に実施。出勤マニュアルを制定し、対応拠点や出勤者毎の作業や、事後の報告、データ記録のばらつきなどを無くしました。このことにより事後の分析の正確性が増しました。

「安心ネットワーク」出勤データ分析を踏まえ、営業終了時間を午後8時から午後7時に繰り上げ。「令和」への改元を機に実施。出勤マニュアルを制定し、対応拠点や出勤者毎の作業や、事後の報告、データ記録のばらつきなどを無くしました。このことにより事後の分析の正確性が増しました。

6. CRM活動今後の課題

「安心ネットワーク」出勤データ分析を踏まえ、営業終了時間を午後8時から午後7時に繰り上げ。「令和」への改元を機に実施。出勤マニュアルを制定し、対応拠点や出勤者毎の作業や、事後の報告、データ記録のばらつきなどを無くしました。このことにより事後の分析の正確性が増しました。



営業時間は一時間短縮されましたが売上減少のマイナス影響は全く見られず、生産性が向上したものと推定されます。

営業時間を短縮しても業績は落ちなかつた