

## 日本テラデータ(株)

<http://www.teradata-j.com/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
顧客分析及びキャンペーン管理ソフト「Teradata Relationship Manager」とデータウェアハウス・エンジン「Teradataデータベース」の組み合わせにより、深い顧客理解に基づいたマーケティング・アプローチを支援。



代表取締役社長 吉川幸彦氏

「新しいデータ、新しい顧客アプローチ」  
我が国の個人消費は依然厳しい状況にあり、効率的かつ定量効果の見えるダイレクトマーケティングの重要度が増加しています。また、スマートフォンやソーシャルネットワーク的なネット利用の普及により、今までとは異なる種類、そして膨大な量のデータが日々生まれています。当社のクライアント企業様からも「こういったデータを取り込み、顧客情報と統合して活用したい」という声を多く頂戴するようになりました。このようなニーズに対し、①データウェアハウスにクリックストリームデータを格納、既存の顧客情報や他チャネルの履歴データと統合し、分析によってお客様をより深く理解する仕組み、②得られた分析結果を元にキャンペーンを自動化し、効率的で訴求力の高い案内ができる仕組み、の2つをご提案していく計画です。

## (株)野村総合研究所

<http://www.trueteller.net>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
TRUE TELLERテキストマイニング/顧客の声ポータルを利用し、声の収集、分析、共有、課題管理までをトータルでサポート。「顧客の生の声」を生かした商品/サービスの企画や品質改善が可能なシステムをご提供します。



ビジネスインテリジェンス事業部長 柿木 彰氏

Twitterやブログなどネット社会におけるメディアのテキストの増加、コールセンターの増強など、企業と消費者との接点でテキストデータが拡散しています。一方でメディアのデジタル化が進み、報道、CMなど現実社会のあらゆる事実がテキストで流れています。こうした中、これらの接点で生まれるお客様の声と事実をテキストマイニングするツールを導入する企業も増えていますが、業務に定着できるまで活用できていないのが実態です。NRIが提唱する「顧客の声マネジメント」は、拡大するテキストの収集を強化し、お客様の声の分析によるチャンスやリスクの発見、その事実の組織的共有、業務改善までのプロセスをトータルにご支援いたします。当社のこの手法がお客様満足度(CS)の向上とコスト削減の両立を促したことが多くの企業に評価され、TRUE TELLERは400社以上の導入実績がございます。

## (株)博報堂

<http://www.hakuhodo.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
当社では「生活者発想」というフィロソフィーのもと、“顧客づくり”に向けた施策を提供しております。また“顧客づくり”に必要な機能をワンストップで提供できるような専門の関連会社を保有、貴社のさまざまなニーズに対応していきます。



エンゲージメントプランニング局 ダイレクトマーケティング部長 飯塚正博氏

経済環境が厳しい中、各企業様においても費用対効果を勘案した提案を求められるケースが増えてきています。また、デジタル技術が進化したことで、これまで以上に生活者の購買動向把握が可能になってきています。私どもは培った知見を活用しつつ、活動成果を定量的に判断、次の打ち手を考えていくというダイレクトマーケティングの特徴をより幅広い業種に応用し、顧客づくりのサポートを行ってまいります。さらに効率主導で考えるだけでなく、強みである“生活者発想”を生かし、買い物行動要因を“生活者視点”で検証、それを勘案したプランニングを行ってまいります。効率改善はもちろん、生活者インサイトを含めた思考を持っていること、これこそが私たちが考える新しいダイレクトマーケティングのかたちです。博報堂は2011年も生活者の立場や気持ちに立って、企業様の事業パートナーとなるべく邁進してまいります。

## 富士ゼロックス(株)

<http://www.fujixerox.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
オンデマンド印刷に関する長年の技術・ノウハウを踏まえ、一人ひとりに対応したマーケティング・コミュニケーション・サービスやクラウド型CRM連携ソリューションをご提供します。



プロダクションサービス営業本部 マーケティング部 部長 杉田晴紀氏

企業が厳しい競争を勝ち抜くためには、多様化、複雑化する顧客ニーズに応えるOne to Oneマーケティングの実践や、ROI(投資対効果)の可視化がますます重要になってきています。弊社では昨年、(株)JTBトラベラント(クライアント)様との協業による「団塊の世代向け旅DM」により全日本DM大賞を受賞。また、日本オラクル(株)様との協業によるクロスメディア型コミュニケーションモデルの共同プレス発表を行うなど、2010年は新たな市場の胎動を感じた1年だったと総括しています。2011年は予断を許しません、均衡縮小型経営から「成長・営業力強化」へとかじを切る年だと思っています。お客様接点で考え、半歩先行く対応で、満足していただき、選ばれるための「プロアクティブコミュニケーション」がキーワードになると考えています。

## (株)プロシード

<http://www.proseed.co.jp>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
コールセンターという顧客接点の最前線におけるパフォーマンスマネジメントの世界標準COPC-2000 規格の日本唯一の審査機関・研修機関として、企業の顧客維持・顧客獲得のプロセスの向上と、人材の育成に貢献します。



代表取締役 西野 弘氏

2010年は、弊社がコンタクトセンターのマネジメント規格を日本にご紹介してから12年目に当たる年でした。その間、世の中は大きく変化し、これからの数年間はさらにそれをもしのご変化が予測されます。コンタクトセンターのあり方も大きく進化していく中、最大の課題は人材の育成です。2010年3月には弊社も理事企業の1社として参画している日本コンタクトセンター教育検定協会が設立され、日本で初めてエントリーからプロフェッショナルまでの資格制度の構築を開始しました。こうした動きを踏まえて、2011年には、①グローバルマネジメント規格COPC-2000 リリース5.0版のさらなる普及と実践、②顧客価値を最大化する関係管理手法「CEM(カスタマー・エンゲージメント・マネジメント)」の構築と実践、③コンタクトセンター資格制度の普及とキャリアパスの構築の3つに注力していく所存です。本年もどうぞよろしくお願ひいたします。

## (株)ベルシステム24

<http://www.bell24.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
ベルシステム24は、“圧倒的NO.1”として当社のサービスをご利用いただくすべてのお客様の事業発展に貢献します。また、業界のリーディング・カンパニーとして、今後も業界の成長と発展をけん引し続けます。



代表執行役社長 矢原史朗氏

今年度のはじめ、第三者機関を通じて約400社のお客様に対し、ネットプロモータースコア方式による調査を行い、当社のサービス品質への満足度を問う機会を設けました。ネットプロモータースコアとは、「他社にこのサービス(会社)を推薦しますか?」という究極のものさしにより満足度を測るものですが、結果、非常に多くのお客様にご満足いただけていることがわかりました。このサービス品質を支えているのは、顧客数約5,000社、全国約30拠点、コミュニケータ数約3万人という数字にあらわされる業界NO.1の事業規模であり、オペレータの質やセンターマネジメントの質を支える業界NO.1の採用・教育の仕組みであり、ITインフラです。当社には、このヒト・モノがあるからこそ提案可能なサービスがあります。業界の先駆的存在として、今後もお客様とともに成長し、業界をけん引し続けます。

## 三井情報(株) MKI

<http://www.mki.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
テレフォニーシステム提供メーカーのインテグレートパートナーとして、またトータルなICTソリューションの提供を通じて、数多くのコンタクトセンターにおける設計・構築から保守・管理まで、ワンストップサービスで提供します。



代表取締役社長 社長執行役員 下牧 拓氏

MKIグループは2010年4月より新中期経営計画をスタートさせました。10年後のありたい姿を目指し、中長期での持続的な成長を実現するためのファーストステップとしての3年間と位置付けた計画です。2011年は中期経営計画の2年目として成長への軌道をより確実なものとしてまいります。企業の設備投資は慎重な姿勢が続いていますが、お客様と企業の接点であるコンタクトセンターの活用は一層重要視されてきており、MKIグループでは、日々のコンタクトセンター運営における課題を解決し、経営に貢献するコンタクトセンターを構築するコンサルティングサービスの提供を行っています。また、これまでMKIが携わってきた大型コンタクトセンターの構築に加え、2011年よりコンタクトセンター機能のSaaSサービス提供を開始します。これにより、小規模コンタクトセンター構築のニーズや、事業規模の変更に柔軟に対応できるコンタクトセンターのニーズに添ってまいります。

## (株)もしもしホットライン

<http://www.moshimoshi.co.jp/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
「顧客第一主義」「品質重視」「機密管理の徹底」という基本理念に則り、お客様企業の「販売・マーケティング活動」と「バックオフィス業務」にて付加価値の高いサービスを提供してまいります。



代表取締役 竹野秀昭氏

企業を取り巻く経営環境の歴史的転換点にあつて、お客様企業のニーズも、今後、ますます多様化していく環境下、当社グループは、「お客様企業にとっての“ビジネス・ソリューション・パートナー”」として、コンサルティングから運用まで、より付加価値の高いサービスを提供していく方針です。当社グループとして、お客様企業と消費者との接点である「コールセンター」機能に加え、「インターネット」「フィールド・オペレーション」という非対面・対面のコンタクトチャネルの最適な活用を提案することにより、お客様企業のニーズに応えた「営業・マーケティング支援」サービスを強化してまいります。さらに、お客様企業の経営効率化に資するノンコア・バックオフィス業務の請負やシェアード・サービス事業の推進、さらに行政サービスの民営化や民間委託需要の取り込みによる「バックオフィス業務支援」サービスの強化も進めてまいります。