

POINT
3

強固な顧客基盤を支える メンテナンス・サービス事業



30年を超える経験を活かして、時代や機械の高性能化で変化するメンテナンスニーズに新しい価値を提供します。

上席執行役員 事業本部
サービス企画部長
田中 実

カスタマーサポートセンター

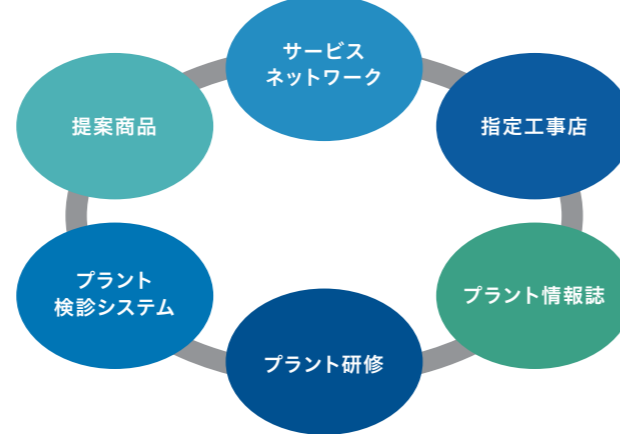
FactとFuture

日工のメンテナンス・サービス(MS)事業はAPとBP関連売上高合計の6割程度を占めており、ユーザーのより良いプラントマネジメント実現をサポートしています。

これは全国17カ所180名体制によるサービスネットワークに加えて、指定工事店である全国200社のアキツ会で行われます。昨年10月には本社1階に新CSC(カスタマーサポートセンター)を開業、中長期でさまざまな構想のもと「Nikko One CRM Platform」構築を目指します。

MSの「強み」はアキツ会を含めた機動力の高さとCSCに集まるプラント稼働のさまざまな情報、一方「弱み」はメンテナンスサービス要員の世代交代に伴うスキルの低下です。

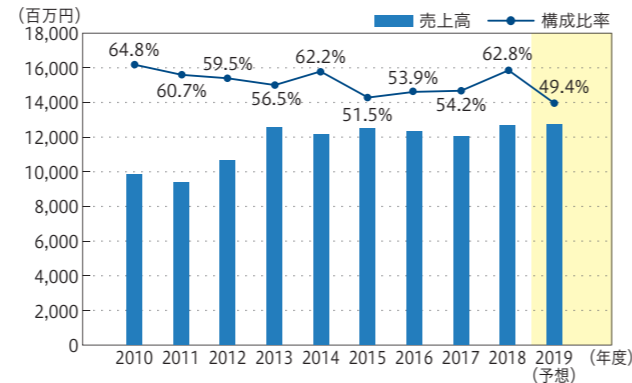
●サービスソリューション



MS売上高と中期予想

18年度のMSの売上高は126億円となりましたが、13年度以降は伸び悩んでいます。新中期経営計画(19~21年度)でも同期間に売上高115~118億円と予想しており、売上成長は見込んでいません。この理由として大きいのは、アスファルトプラントを中心にユーザーのプラント設備向け需要が旺盛で、メンテナンスやサービスに向けられる社内予算が相対的に減るためです(日工予想)。MSで66%を占めて比率が高いのは、部品や各種修理のメンテナンス領域です。ここが新規プラントの建設により、短期的に売上が無くなります。

●メンテナンスサービスの売上高・構成比率

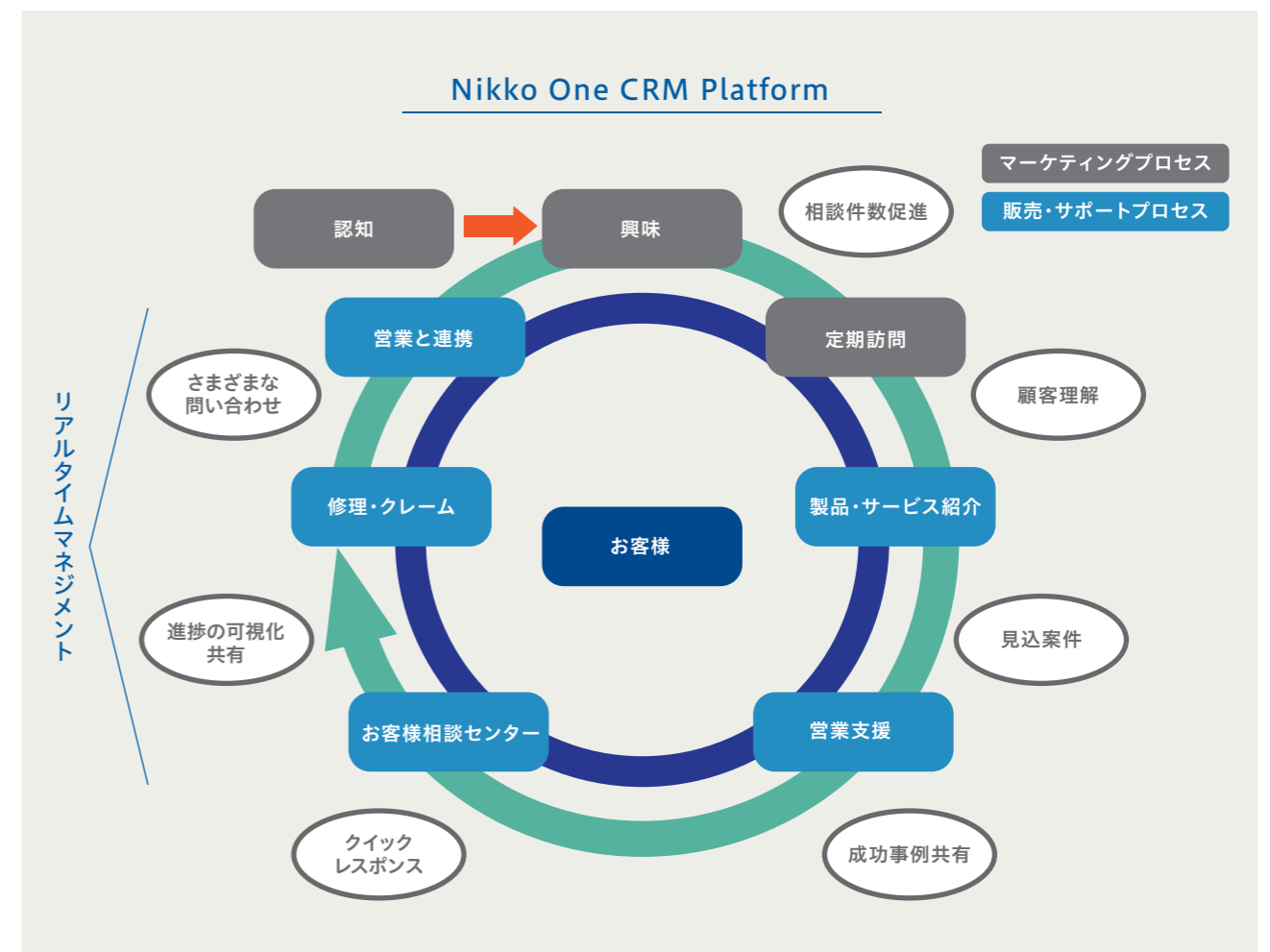


日工のMS打ち手

こうした状況に備えて、日工は新しい打ち手をMS事業で進めていきます。具体的には「Nikko One CRM Platform」化を進めて、お客様や機器と繋がることで新たなサービス・メンテナンス事業のビジネスモデルを構築します。「One」とは日工全体での考え方や思想を意味するものであり、CRM(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)のプラットフォーム上で顧客を360°あらゆる角度から見ていきます。

このためサービス活動に必要な情報を集約化して社内共有化すると共に、すでに始まっているウェアラブルデ

バイスによる遠隔支援やWeb会議システムの活用を浸透させます。さらに、フリーコールセンターや顧客ポータルサイトの構築、顧客設備保全システム、部品注文センター、AIを活用したピフォアメンテナンス、各種音声認識や自動翻訳化、定型業務のロボット処理化などシステムを活用した働き方改革こそ目指すべき日工CRMの最終形です。顧客がメンテナンスをアウトソーシングする流れに対応する必要があります。



MSの課題

新中計期間中はMSの収益性向上を予想していますが、これには現在の「アフターメンテナンス」から「ピフォアメンテナンス」へ移行が不可欠です。ピフォアメンテナンス拡大には新型の操作盤を拡販するなど顧客とのリモートメンテナンス

契約を増やして、サービスマン全員のレベルアップが必要と見えています。アセットマネジメントへの移行も含めて、現行は顧客MSの50%程度しかない日工の売上高を70%や100%へ上げていきたいと考えています(=MS領域の拡大)。