FUJISOFT

導入事例

Salesforce × FUJISOFT
【エンタープライズサポート for Salesforce】

全日本空輸株式会社（ANA）様

他社構築システムの運用を引き継ぎ 安定したサービス提供を実現 さらに、機能の強化・刷新に伴う改修・開発にも対応

salesforce PARTNER

ANAでは長年に渡り、インターネット上でお客様向けサービスプログラムを提供しています。
その中で、Salesforceを利用した法人向け会員サービスプログラムのシステム運用を担当してきた企業が事情により業務の継続が難しくなったとき、富士ソフトの「エンタープライズサポート for Salesforce」を活用し、サービス提供を継続しました。
以降、時代の変化をとらえたシステムの機能強化やサービス刷新、さらにはSalesforceのアップデートにも的確に対応し、魅力的なサービス提供を続けています。

目次

【導入の背景】
急遽システム運用の新規担当ベンダー探しが発生

【選定の経緯】
要望通りの取り組みを数多く経験し、成果をあげていた実績を評価

【導入のプロセス】
特殊な業務にも的確に対応し、予定通りの期間で引き継ぎを完了

【導入の効果】
単純なシステム運用に加えて、新サービス開始に伴う改修や新規開発にも対応

【今後の予定】
新たなお客様ニーズに対応する商品、サービスプログラムを積極的に展開

ANA Inspiration of JAPAN

会社概要

会　社　名
全日本空輸株式会社（ANA）

従 業 員 数
15,078名（2021年3月31日現在）

資　本　金
250億円

事 業 内 容
①定期航空運送事業
②不定期航空運送事業
③航空機使用事業
④その他附帯事業

U　R　L
https://www.ana.co.jp/group/company/ana/

【導入の背景】

急遽システム運用の新規担当ベンダー探しが発生

ー貴社のITに対する取り組みについてお聞かせください

当社は、東証プライムに上場するANAホールディングスの傘下で、ANAグループの中核事業である航空事業を展開しており、世界最大の国際航空連合「スターアライアンス」のメンバーでもあります。

ITシステムに関しては、航空券の予約など、お客様サービスの向上と社内業務の効率化という２つの観点から時代に先駆けて導入し、長期に渡って運用してきました。また、蓄積した各種データの分析・活用による新たな価値創出で収益の拡大をめざしており、コロナ禍による環境変化やお客様の行動変化に対してもITを積極的に活用し、お客様の利用価値向上に努めています。

ー今回のサービス活用はどのような背景から検討されたのでしょうか

私が所属するグローバルマーケティング部流通政策チームは、国内線・国際線の航空券やそれに付随するサービスをマーケットに流通させる仕組みづくりを担っている部署です。お客様のニーズに合った、より良い商品を提供するため、仕組みのシステム化にも早期から取り組み、CRMの効率化をめざして約10年前にSalesforceを導入しました。その後、企業様との契約の管理や社内情報共有をはじめ、SFA領域へもSalesforceの用途を広げています。

こうした取り組みの一環で、法人のお客様向け会員サービスプログラムとして、出張手配業務を効率化する国内線向けのインターネット出張手配システム「ANA@desk（現在はANA Biz）」と、国際線向けの「ANA ProFlyers Bonus（APF）」にもSalesforceを導入して運営し、確かな実績を積み上げていました。

ところが2019年7月、システムの運用・保守を依頼していたベンダーから「事情により業務継続が難しくなりました」との連絡があり、急遽業務を引き継いでくれる新規ベンダーを探し出すことになったのです。



全日本空輸株式会社
CX推進室 グローバルマーケティング部
流通政策チーム　リーダー
小林　祐介 氏

【選定の経緯】

要望通りの取り組みを数多く経験し、成果をあげていた実績を評価

ーパートナー選定はどのように進められたのでしょうか

Salesforceを導入後、当社では機能の理解を深めて利用の最適化を図るため、Salesforce社や協力企業が開催するイベントへ積極的に参加し、情報収集とともに、各社とのネットワークを構築していました。今回は、このネットワークに加えてSalesforce社にも相談し、対応可能な企業の調査を進めました。

他社構築システムの運用・保守に取り組んでもらえる企業がなかなか見つからない状況下で、前向きな回答をもらえた企業の中の1社が、富士ソフトでした。

富士ソフトとの出会いは、2018年に開催されたSalesforce社のイベントです。講演テーマだったUI移行に興味を持ったことからご挨拶をさせてもらい、以来、UI関連の様々な提案をいただいていました。その内容から常々Salesforceに精通していると感じていたことで、今回の件についても相談させてもらいました。

ー富士ソフトをパートナーに選ばれた理由を教えてください

パートナーの選定にあたっては、当社からいくつかの条件を提示しました。「運用を止めることなく引き継ぎができる」、「サービス品質を落とさない」、「運用・保守が属人化しないようにチームでのサポート体制を確立する」、などです。

数社からいただいた回答の中で、コスト条件とサービス面を評価し、富士ソフトに決定しました。

当社が魅力を感じたのは、富士ソフトには、Salesforceの開発経験が豊富な有資格者による専門チームがあることです。これにより、他社構築システムでも運用・保守業務が可能である上、チームによるサポートが標準化されていました。さらに、こうした取り組みを「エンタープライズサポート for Salesforce」というサービスメニューで提供し、多くの実績をあげていたことにも注目しました。加えて、営業担当者の言葉から、難しい局面に直面しても一緒にソリューションを開発し、安定した運用を推進していくことへの熱い想いを感じたことも、決定要因の一つになりました。

【導入のプロセス】

特殊な業務にも的確に対応し、予定通りの期間で引き継ぎを完了

ー導入はどのように進んだのでしょうか

正式に依頼したのは、2019年8月末です。当社による全体統括体制のもと、前任ベンダーにも伴走してもらいながら引き継ぎを開始しました。そして2019年10月に、すべての引き継ぎが完了しました。

富士ソフトでは通常、1カ月程度で引き継ぎを終えているようですが、今回は2カ月の期間が提案されました。理由は、業務内容の特殊性です。ANA@deskとAPFの運用・保守業務には、月次で基幹システムを含む別システムとのデータ連携業務も含まれており、このデータ連携で不具合が生じると企業運営全体に支障が及ぶ危険もあります。引き継ぎ期間を1カ月に設定すると、月次連携の機会は1回しかないことから、リスク回避の意味も含めて2カ月のスケジュールが提案されたのです。

全業務を完璧に引き継ぎ、安心・安全・確実な運用・保守を継続することは、当社の最優先事項です。加えてANA@deskとAPFは、当社の意向によってSalesforceの基本機能からかなりのアレンジを実施しており、仕様書だけでの引き継ぎは難しいのでは、との考えが、当社にありました。

こうした状況を踏まえ、当社、前任ベンダー、富士ソフトの3社で協議して全体スケジュールを決定しました。予定通り2019年10月に引き継ぎを終えた以降、システムは新体制で期待通り稼働しています。

【導入後の効果】

単純なシステム運用に加えて、新サービス開始に伴う改修や新規開発にも対応

ー導入後の効果についてお聞かせください

当社では、運賃やプログラムなどの改定や人事異動による承認者や承認フローの変更をはじめ、システムに影響を及ぼす改変が、定期的に発生します。富士ソフトの対応は、システムの単純な運用・保守だけでなく、こうした変更にも及んでいます。「使いやすい」と、ユーザーから高く評価されているUI画面も、開発したのは富士ソフトです。

ANA@deskが、新しく「ANA Biz」としてのサービス提供を決定したときは、Apex/Visualforceだけでなく、Groovyで前任ベンダーが組んでいたプログラムも改修してもらいました。

また、新たな構築が必要になった仕組みづくりにも積極的に取り組んだほか、データ連携用のコンバータツールをC言語で新規開発し、連携作業に伴う負荷の軽減にも貢献してくれました。

このほか、年3回実施されるSalesforceのアップデートに際しては、我々が理解できるように内容を分解してわかりやすく解説し、必要な対応方法についてアドバイスをもらえるので、とても助かっています。多要素認証(MFA)への対応・導入時には、ユーザー配布用のマニュアルを制作してもらい、的確な運用を実施することができました。英語版に関しても同様に進め、記載内容の表現方法について話し合い、工夫することで、ユーザーのわかりやすさと使いやすさを高めることができたと感じています。

【今後の展望】

新たなお客様ニーズに対応する商品、サービスプログラムを積極的に展開

ー今後に向けて、どのような取り組みを検討されていますか

コロナ禍を経て、お客様のニーズは大きく変化しています。業務渡航も、従来のように現地へ飛んでビジネスして帰ってくるだけではなく、ワーケーションやその前後に社員を成長に導く研修プログラムを組み込むなど、多様化の動きが見られます。

こうした変化に対応する新規商品を提供していくことが、これからのビジネスには欠かせないと考えています。その際には、お客様向けサービスプログラムの仕組みや施策も変化が必要になることから、Salesforceの活用シーンも増え、常に活用の最適化を図っていくことが重要になると思っています。

ー富士ソフトに対する評価・期待をお聞かせください

依頼事項へのレスポンスは早く、対応も的確で高く評価しています。Salesforce のアップデート対応や、サービスプログラム内容の変化に伴う新規開発などにも幅広く対応してもらい、ありがたく思っています。

ANA Biz と APF は今後も、時代やお客様の変化に対応して変わり続けると思います。その際には我々の意図を的確に把握し、「実現には、この機能が最適です」や「あのツールを使ってみませんか」といった、積極的な提案をしてもらいたいと考えています。

さらには、Salesforce のスペシャリストという視点から、我々の部署だけでなく、当社で稼働している Salesforce の全体像を俯瞰し、活用最適化に向けた情報提供や技術提案も期待しています。



【今回取材に応じてくださった方】
全日本空輸株式会社
CX推進室
グローバルマーケティング部
流通政策チーム　リーダー
小林　祐介 氏

富士ソフト株式会社 www.fsi.co.jp 0120-593-111 受付時間 10:00～17:00 (土・日・祝を除く)

お問い合わせ

ソリューション事業本部　営業統括部　セールスフォース問合せ窓口

E-mail：sf-sales@fsi.co.jp

※EGAO linkは株式会社アズパートナーズの商標です。
※本カタログに記載の内容および製品・サービスの仕様は、予告なく変更する場合があります。
※本カタログに記載の内容および製品・サービスの仕様は、2022年4月22日現在のものです。