



対 談

カスタマーサクセスに向けた取り組み ～2030ビジョンの実現に向けて～

2030ビジョンの目標とする「一人ひとりの食のパートナー」実現に向けて、2021年にカスタマーサクセス室を新設しました。そこでの取り組みやグループのあるべき姿について、カスタマーサクセス担当の山本と室長の藤原による対談を実施しました。



藤原 かおり

キュービー株式会社
上席執行役員

Kaori
Fujiwara



山本 信一郎

株式会社トウ・アドキュービー
代表取締役社長

Shinichiro
Yamamoto

藤原 2030年には、食生活は大きく変わるのではと思っています。デジタルネイティブな世代のお客様は、食品でもネットで情報を集め、オンラインで買うことがメインの方も増え、お客様のニーズも細分化していくでしょう。デジタル技術を駆使すると、そのような変化を先取りしていくことが可能だと考えています。

山本 カスタマーサクセスは「お客様を幸せにする」ことが一番の目的です。お客様それぞれのニーズに合わせ、パーソナライズされた情報、サービスをお客様の欲しいタイミングでお届けしていくことで、私たちの会社をもっと好きになっていただく、そして私たちの商品を使うことでお客様に幸せになっていただく、そういうことをめざすのがカスタマーサクセスだと思っています。デジタルの進化でお客様と直接つながることができる環境となり、また、人生100年時代において食が非常に多様化してきました。こういった環境の変化を受け、カスタマーサクセス室を2021年に新設しました。

藤原 現在、カスタマーサクセスに向けたプラットフォームづくりを進めています。キュービーグループには、育児食から介護食までの幅広い商品ラインアップ、内食・中食・外食の3つの業態への深い展開、常温だけでなく冷蔵も冷凍もできる温度帯など、カスタマーサクセスに取り組む経営資源が揃っています。これらのアセットとデジタルの技術を組み合わせ、キュービーグループの新しい価値をお届けしたいと思います。将来的には、AIを使ったお客様一人ひとりに最適な食の提案や、IoT家電^{*}に連動して食品を届ける仕組みの提案など、2030ビジョンで掲げている「一人ひとりの食のパートナー」の実現につながると思います。

山本 新しい顧客データプラットフォームを構築し、キュービーグループの新たな魅力をお客様にお届けしたいと考えています。そのつながりから得たお客様の様々なデータを活用・分析し、商品・情報・サービスの高質化を進めることで、お客様に喜んでいただき、ファンになっていただくことをめざしています。このデジタルプラットフォームにおいて、お客様に今まで届けられていなかった商品の価値を知ってもらい、『そう、そう、これが欲しかった』と言ってもらえる商品を見つけていただく、そんな仕組みを作りたいと思います。

藤原 デジタルを活用することで今の若い世代のお客様にも私たちのブランドを支持していただけるようなことを進めていけますね。ものづくりでは、技術の伝承と進化が不可欠ですが、デジタルで挑戦していくことで、今以上に創意工夫ができるチャレンジの場をつくれると思います。また、この仕組みを海外でも展開することでグローバルでの「一人ひとりの食のパートナー」を実現していけると思うので、世界戦略としてもとても楽しみです。

山本 そうですね。特に海外では、日本市場以上にデジタル化のスピードは増していくことが予想されますので、世界に向けた新たな動きを加速させていきたいと思っています。2030ビジョンをいかに達成していくか、デジタルを通じてお客様と直接つながって、いかに多くのお客様にファンになっていただくか、それがカスタマーサクセス室の重要なミッションと考えています。

^{*}インターネットにつながることで、機器同士の連携やスマートフォンでの遠隔操作などができる家電