

# MTG

株式会社MTG

本社所在地：  
愛知県名古屋市中村区本陣通 4丁目  
13 番 MTG 第2HIKARIビル

URL：  
<https://www.mtg.gr.jp/>

主な事業：  
BEAUTYブランド「ReFa」やWELLNESS  
ブランド「SIXPAD」など、BEAUTY&  
WELLNESS 領域を中心に多様なブラン  
ドを展開。

株式会社MTG

## MTGが顧客情報基盤の統合を見据え Agentforce Serviceを導入 ——顧客応対・点検業務において月1,123時間 以上の工数を削減

「一人ひかる 皆ひかる 何もかもひかる」——すなわち従業員とその家族、顧客、パートナー、株主、さらには世の中全体を光り輝かせるという企業理念を掲げ、BEAUTYブランド「ReFa」やWELLNESSブランド「SIXPAD」など、BEAUTY&WELLNESS領域を中心に多様なブランドを展開する株式会社MTG。同社では、以前から課題となっていたアナログな業務フローの解消と、点検業務において顧客情報の統合を目指し、既存システムの保守サポート終了を機にシステムの刷新を決定。カスタマーサービスプラットフォームAgentforce Service (旧Salesforce Service Cloud)を導入し、顧客応対と点検業務において月1,123時間以上の工数削減につながっている。



左から VITALTECH 事業本部 カスタマークリエイション部 三浦有希子氏、  
品質本部 アフターサービス課 課長 浅田啓介氏、  
情報システム本部 情報システム部 部長 上杉優介氏

### 顧客情報の点検による 作業効率の低下と 紙ベースのアナログな 業務フローがネックに

2026年に創業30周年を迎えるMTGでは、すでに多くのファンを獲得しているReFaやSIXPADといったBEAUTY&WELLNESSブ

ランドの展開だけでなく、リカバリーウェア「ReD」など新たなブランドによる市場開拓も積極的に進めている。このように多様なブランドを展開する同社では、2013年から運用を続けてきたカスタマーサービスセンターのシステムにおいて、保守サポート終了の期限が迫っていた。以前はカスタマーサービス部門に所属し、現在はVITALTECH事業本部 カスタマークリエイション部で

使用サービス

Agentforce Service  
Experience Cloud

カバリーウェアの事業に携わっている三浦 有希子 氏は、当時の顧客対応業務で発生していた課題について次のように語る。



株式会社MTG  
VITALTECH事業本部  
カスタマークリエイション部

三浦 有希子 氏

「お客様対応に必要な情報が複数のシステムに点在していたため、対応時の作業が煩雑化し、オペレーターにかかる負担が増大していました。また、多様な製品を製造・販売している弊社の場合、カスタマーサービスセンターでは製品の回収受入/検査から検査報告/修理見積/出荷まで、ロジスティックス部門との連携が重要になります。以前は、ロジスティックス部門とのやりとりは紙ベースの運用となっており、非効率な業務が常態化していました」(三浦氏)

ロジスティックス領域の要件定義を中心に今回のシステム刷新プロジェクトに携わった品質本部 アフターサービス課 課長の浅田 啓介 氏も、システムの分断を解消し、紙ベースの作業をシステム化することが急務だったと当時を振り返る。

「現場で行う点検・修理業務も、担当者が検査書に1つ1つの作業を書き込んでいくアナログなフローになっていました。今回、システムを刷新するにあたって、点検や修理に関する工程もシステムに組み込み、効率化したいと考えました」(浅田氏)

## 拡張性や柔軟性、プロジェクトの実行力を評価し、Salesforceとテラスカイを選定

システム刷新が急務となる状況のなか、同社では新システムの導入プロジェクトを立ち上げ、要件定義とソリューションの選定に着手。10社のベンダーにヒアリングを行いながら比較検討が進められた。

システム選定はカスタマーサービスのシステム刷新にとどまら

ず、全社的な顧客情報基盤の統合という将来的な目標を見据えて進められた。そこで重視された要件が、拡張性や柔軟性があり、時代の変化や新規事業の立ち上げにも対応できることである。



株式会社MTG  
情報システム本部  
情報システム部 部長

上杉 優介 氏

検討の結果、セールスフォース・ジャパンとテラスカイが提案したAgentforce Serviceを中核とするシステムの採用を決定した。カスタマーサービス部とともにシステム選定に携わった情報システム本部 情報システム部 部長の上杉 優介 氏は、採用の経緯と決め手となったポイントについて説明する。

「5～7年ごとにシステム更改が必要なオンプレミス型ではなく、クラウド型のソリューションを中心に検討を進めました。そのなかで、拡張性や柔軟性に優れ、要件の充足度がもっとも高かったのがAgentforce Serviceでした。グローバルに展開しているソリューションであり、一から構築するのではなく標準機能である程度の業務フローをカバーできることが大きなメリットであると感じました。また、ヒアリング時にテラスカイのレスポンスの速さ、回答のわかりやすさ、さらには担当者の人柄などを評価しました。実行力や実現性も加味したうえで、総合的に判断して採用を決定しました」(上杉氏)

## 顧客管理システムの理想像を共有し、標準機能を活用したシステムを構築

Agentforce Serviceの導入プロジェクトは、2023年2月にスタートした。将来的な全社顧客情報基盤の統合を見越し、拡張性と柔軟性を最優先事項としてシステムを構築することを決定。この方針に基づき、今回のプロジェクトではできる限りSalesforceの標準機能を活用する設計が行われた。テラスカイの支援を受け、標準機能に合わせた業務フローの整理・見直しを行いながらシステム構築が進められたという。

三浦氏は、プロジェクトを推進していくなかで苦労した点と、その解決を支援したテラスカイのサポートについて言及する。

「システム構築にあたっては、本当にオペレーターにとって使いやすいシステムになっているのかを考慮しながら進めていくことに苦労しました。実装した機能が、操作画面や業務にどのような影響を及ぼすのかをイメージすることが難しく、テラスカイとひんぱんにやり取りしながら作り込んでいきました。テラスカイのサポートを通じて、最初から100%作り込むのではなく、まずは業務に必要な機能を実装し、あとから柔軟に変更すればよいという安心感が得られたことが、スムーズに進められた理由の1つと考えています」(三浦氏)



株式会社MTG  
品質本部  
アフターサービス課 課長

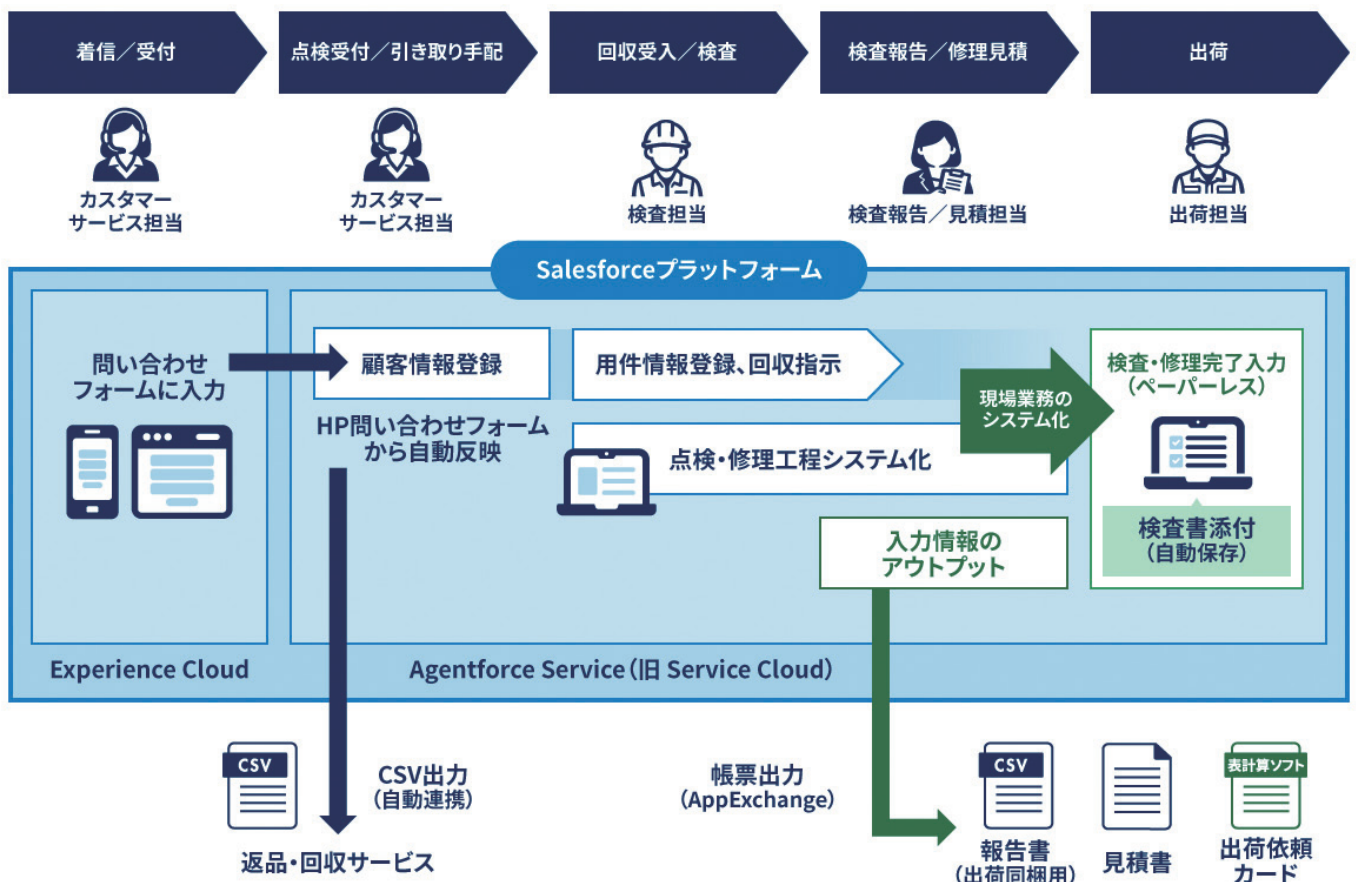
浅田 啓介 氏

浅田氏も、回収受入・検査・出荷を行う現場にも足を運び、現場業務の運用までを理解したうえで、Salesforceへの実装をサポートしたテラスカイの伴走支援を高く評価している。

「実際にお客様の商品を扱う現場には、検査書の記入や製品へのタグ付けといった、特有のアナログな工程が存在します。これらをSalesforceへ落とし込むにあたり、テラスカイのプロジェクトリーダーが自ら現場に足を運び、作業者に直接ヒアリングと説明を行ってくれました。こうした泥臭くもきめ細かな支援を得られたことで、現場の実態に即したシステム構築が可能になりました」(浅田氏)

また、テラスカイとともに顧客管理システムの理想像について協議したことがプロジェクト成功の鍵になったと上杉氏は振り返る。

「プロジェクトは大きなトラブルがなく、スムーズに進行しました。テラスカイは常に当社の業務フローを深く理解したうえで最適な提案をしてくれました。プロジェクト初期の段階で、最終的なゴールイメージを共有できていたことが最大の成功要因だと確信しています」(上杉氏)



カスタマイズをできるだけ控え、Salesforceの標準機能を最大限に活用した新システムは、当初の計画どおり2023年10月より本番稼働を開始した。

## 紙ベースの業務から脱却し、 月間1,123時間以上の工数を削減

稼働開始から約2年半が経過し、Agentforce Serviceで構築された新システムは、すでに確かな成果を生み出している。カスタマーサービスセンターの顧客対応業務においては、メール作成、出荷手配チェック、見積作成、進捗確認といった作業が大幅に効率化。点検修理業務においても、検査書作成のペーパーレス化をはじめ、点検品の在庫管理や出荷リスト作成といった作業がシステム化されるなど、大きな効果が得られている。

「各工程の作業時間を導入前後で比較・算出したところ、顧客対応と点検修理を合わせて月1,123時間（約7名分の工数）以上の工数削減を実現しています。やはり書類関連の業務をペーパーレス化できたことが大きく、見積書の作成や検査書の作成に必要な情報をSalesforceから抽出し、Salesforce内で作業を完結できることで大幅な工数削減が可能となりました。また紙を使った作業では、ダブルチェックを行ったとしても、どうしてもミスが発生していましたが、現在は誤った情報を入力できないようにSalesforce上で制御されているため、チェック工数と人的ミスも削減されました。お客様に迷惑をかけることも減り、品質担保や顧客満足度の向上にもつながっています」（浅田氏）

オペレーターにとっては、特にメールが送りやすくなってよかったと三浦氏は語る。

「オペレーターの業務においては、メール対応の担当者がとても喜んでいました。これまでは、テンプレートを表計算ソフトで管理しており、都度探しにいったコピー&ペーストしていたのですが、これがAgentforce Serviceのシステム上で対応できるようになりました。さらにSalesforceから顧客情報を紐づけられるため、メール作成時のミスも激減しました。メール対応のメンバーからは、早い段階で『業務がやりやすくなった』

という喜びの声が聞こえてきました」（三浦氏）

そのほかにも、Salesforceの「Web-to-ケース」機能によって、HPの問い合わせフォームで入力された情報がAgentforce Serviceに自動で反映されるようになった。以前は手動で行っていた問い合わせ情報と顧客情報の紐づけが不要となったことで、リアルタイムな情報管理と人的ミスの防止につながっている。

## 他部門でもSalesforceを展開し、 データやAIの活用を見込む

企画段階から統合的な顧客情報基盤を意識し、Salesforceのプラットフォーム上に構築された本システムのコンセプトは、他部門への展開、およびSalesforce基盤のさらなる活用にもつながっていると上杉氏は語る。

「拡張性や柔軟性を重視してSalesforceを選定したことが奏功し、リカバリーウェア『ReD』のサービス業務でもAgentforce Serviceが活用されるなど、さまざまな部門でSalesforceの導入が進み始めています。現在は、Data 360を用いた顧客情報基盤整備のプロジェクトを始動し、テラスカイとともに取り組みを進めているところです」（上杉氏）

また同社では、事業のさらなる拡大とブランド体験のさらなる向上に向け、AI活用を次なる重要なテーマと捉えている。現在は、SalesforceのAIエージェント構築プラットフォームである「Agentforce」の導入を検討しており、早期のプロジェクト始動に向けた準備を急ピッチで進めている。

AI活用におけるテラスカイとの連携について、浅田氏は次のように期待を寄せる。

「顧客対応内容の要約やFAQの自動生成など、AIエージェントの活用によってオペレーターの心理的・物理的な業務負荷をさらに軽減していきたいと考えています。これまでのプロジェクトで当社の現場業務を深く理解していただいているテラスカイには、AIという新たな領域においても、MTGのビジネスに最適化された提案をしていただけるものと確信しています」（浅田氏）