

# ヒューマングループ/ヒューマンビジネスサービス 様

## 人材教育と人材サービスを直結する独自のビジネスモデルをカバーするSFAシステムを短期間で構築。ワークフローを軸にしたAS/400との連携により、顧客情報の一元管理を実現

### ヒューマンビジネスサービス株式会社

設立：1986年6月3日  
代表取締役社長：山内 敏夫  
東京本社：東京都新宿区西新宿6丁目6番2号  
新宿国際ビルディング5F  
資本金：2000万円  
事業内容：ヒューマンホールディングス株式会社を持ち株会社として、ヒューマンアカデミー株式会社、ヒューマンリソシア株式会社などで構成されるヒューマングループにおいて、管理業務のアウトソーシングを提供するシェアードサービス会社。  
URL：www.athuman.com

専門教育と人材派遣を事業の2つの柱とするヒューマングループは、教育事業の営業活動と人材紹介事業の営業活動を、顧客共通データベースを用いて統合的に支援する独自のSFAシステムを構築した。オープン・スタンダードな構成での短期開発を実現するために採用したのはintra-martだ。20万人近い登録スタッフと約7000社の求人企業を的確にマッチングさせるシステムを、要件定義を含めて実質6ヶ月で構築。SFAのビジネスプロセスが最終的に会計システムとつながるような、ワークフローをベースにしたシステム基盤を構築することに成功した。

### 教育から人材派遣までをサポートできる統合SFAシステムを構築

「人材教育と人材サービスの直結」が、ヒューマングループのビジネスモデルである。

ヒューマンアカデミーは社会人向け資格スクールを中心に教育事業で実績を伸ばし、専門学校部門で全国3位\*の売上高をあげるまでに成長した。ヒューマンアカデミーの修了生に対して就業機会を拡大する目的で設立したヒューマンリソシアは、独立した人材派遣会社として順調に発展し、修了生以外を含めて登録スタッフ18万4400人を擁するに至った。

両社の相乗効果で、ヒューマングループは躍進を続け、持ち株会社のヒューマンホールディングスは、2004年10月、ジャスダック上場を果たしたのである。

「ヒューマングループの経営ビジョンは、『セルフイング』ということばに集約されます」と、グループ全体のシェアードサービスを担当するヒューマンビジネスサービスの原到氏は言う。セルフイングとは自己確立のプロセスのことであり、なりたい自分を社会のニーズにマッチングさせていくプロ

セスでもある。ヒューマングループは、このプロセスを設計し、教育し、アドバイスすることを経営ビジョンにしている。

約5万/年間にのぼる受講生の能力を伸ばし、20万人近い登録スタッフと約7000社もの顧客企業の求人情報を的確にマッチングさせて、一貫したセルフイングをサポートするには、ITの支援が不可欠である。2002年4月、グループ全体の統合CRMシステム構築のプロジェクトがスタートした。

### AS/400とのリアルタイム連携を実現したintra-mart

従来、教育を主要事業とするヒューマンアカデミーでは、在籍管理のシステムはあったが、生徒を積極的に発掘し獲得していく攻めの営業を支援するシステムはなかった。

一方、人材派遣を主要事業とするヒューマンリソシアでは、IBMのAS/400上で自社開発した業務支援システムを使っていた。人材を求める企業と登録スタッフの情報を管理するシステムであるが、すべての操作をキーボードのみを用いて行うCUI（キャラクター・ユーザーインターフェース）のシステムであるため、全社員が活用するという状況ではなかった。また、ヒューマンアカデミーの卒業生がヒューマンリソシアの登録スタッフになったときには、個人の情報を一から手入力していた。

新システムの構築にあたって、パッケージ利用という選択肢は早い段階で消えた。ヒューマンアカデミーにとっての「顧客＝受講生」はヒューマンリソシアでは企業資産（＝登録

スタッフ予備軍）に変わり、ヒューマンリソシアにおいては「顧客＝企業」である。このような二重の意味を持った顧客を扱うパッケージは存在しないし、カスタマイズするのも非常に大変だ。

イントラネット型にすることも大前提だった。社内業務の端末1500台を維持するのに手間がかかっていたため、クライアントPCの保守を容易にする策が強く求められていたからだ。

システム開発環境としてintra-martを選んだのは、次のような点を評価したからだ。

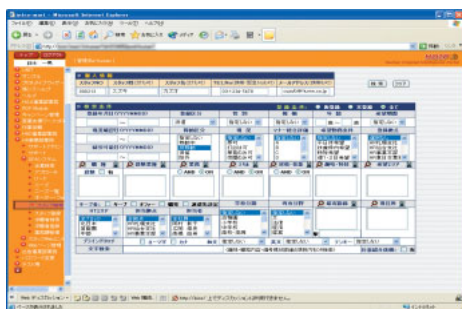
第1に、UNIX、Java、RDBというオープン・スタンダードな組み合わせで全体を構成できる。オープンであるということは、特定のベンダーに依存せず、かつ将来にわたって、その時点で最新の技術を取り込んでシステムを拡張していけるということだ。

第2は、わかりやすく、開発しやすい点である。

「ベンダー固有のクセがないため、Javaアプリケーションの開発が初めてであったわたしたちにも、習得するまでの敷居が低く感じられました。HTTPベースで開発できるのも大きな魅力でした」と情報システム部 松本泰三チーフマネージャーは言う。

第3に、AS/400と連携したシステム構築ができる。

会計システムは引き続きAS/400上で動かしていく。そのため、SFAのビジネスプロセスが最終的に会計システムとつながるようなワークフローを構築したいと考えていた。intra-martは、RDBを経由することなく、AS/400上のDB2に直接データを書き込むこ



<人材派遣系SFA>

とが可能だ。

そして第4に安い。導入検討したミドルウェアのなかで最も差が大きい製品と比べると、10分の1という圧倒的な価格差だった。

### 共通顧客データベースで個人の「セルフフィング」を一貫支援

実質6カ月の開発期間のうち、要件定義のプロセスでは、松本氏が編み出した独自の適合分析を行った。これは、顧客とのさまざまな接点の重要性について営業部門にアンケートをとり、結果を点数化する手法。並行して業務の流れを整理しておき、どの業務プロセスを採用してどのプロセスは切り捨てるかなどを、点数を参照しながら判断していく。

2003年5月にリリースしたシステムは、人材派遣系営業支援システム、教育系反響トレースシステム、コンタクトセンターサポートシステムという3つの機能を、統一顧客データベースを共用しながら実現するものだ。

人材派遣系営業支援システムは、求人企業のニーズに合った登録スタッフを検索する機能、条件に合った求人企業を検索する機能、現在の派遣状況を管理する機能などを持つ。AS/400で管理している顧客企業や契約情報のデータベースとは適宜連携している。

教育系反響トレースシステムは、新規に開発したシステムで、資料請求があった見込み顧客へのコンタクト履歴を管理する。これもAS/400上の資料請求者のデータベースと連動しており、同一人物の名寄せを自動的に行ってから情報を記録する。

コンタクトセンターおよび全国148カ所の事業所では、同一のデータベースを同一のWebユーザーインターフェースで参照することができる。コンタクトセンターのシステムは、Javaラッパーを搭載してCTI(Computer Telephony Integration)連携している点が異なるだけだ。

業務の流れに沿ってシステムを自然に使ってもらうため、企業与信申請、契約更新手続きなど、独自のワークフローも多数作り込んだ。たとえばイントラネット上での新規企業の与信申請が、最終的にAS/400上での契約書発行までつながっていく。また営業支援システムでは、顧客企業への派遣が



広告部 広報課 アシスタントマネジャー 原 到氏

終了する日が迫ってくると、次のアプローチを行うように担当営業に促すワークフローが自動的に起動する。

### 業務効率アップはもちろん、就業チャンスも拡大

新しいSFAシステムの構築により、業務効率が大きく向上したことは、社員数の伸び率が如実に示している。従来は売上げの伸びに比例して社員数を増やさなければならなかった。ところがシステムが本格稼働した2004年は、売上げが右肩上がりで伸びているにもかかわらず、ほぼ現状の人員で業務をこなせているのである。

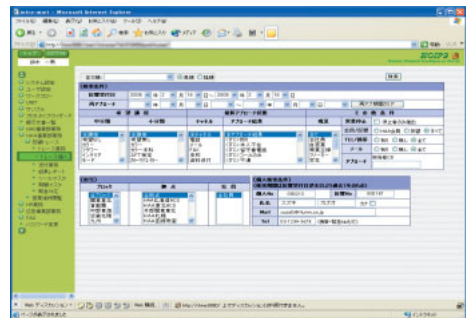
しかも、重複して何回も電話をかけて顧客企業からひんしゆくを買うなどのクレームが減った。「資料を送ってから1ヵ月以上アプローチしていない人」を検索してアウトバウンド

コールをかけるといったことも組織的にできるようになり、営業効果も上がっている。また、「現住所は大阪だが、東京で働いてもいい」と思っている人を最適な企業へ紹介できるようになるなど、データベースが全国共通であることで登録スタッフにとってもチャンスが広がっている。

今後は蓄積したデータに対してOLAP分析やバスケット分析などを行い、キャンペーンの効果や求人ニーズの動向の把握などにチャレンジしていく。

「セルフフィングからさらに一歩進んで、顧客に最適な生き方/働き方を提案する『LTV(Life Time Value)の創造』を支援できるように、システムも進化を続けていきたい」と松本氏は意欲的に語った。

※日経MJ紙 第22回サービス業総合調査2004.11.10より



<教育系反響トレース>

