

カスタマー・
リレーションシップ・
マネジメント

マネジメント・
アプローチ

重要課題とアプローチ

川崎重工グループは、船舶、鉄道車両、航空機などの輸送機械、また、ガスタービン、エンジン、ロボット、産業用プラントなどの産業機械、さらには、モーターサイクルなどのレジャー製品など幅広い分野の製品を国内外の幅広いお客様に提供しています。お客様からの要求をすばやく製品に反映していくことは極めて重要な要素です。

当社では、5つのカンパニーが独自のカスタマー・リレーションシップ・マネジメント (CRM) の体制を構築しており、カンパニー内で情報を共有し、設計やアフターサービスへの反映を行っています。

重点活動/中長期目標

当社グループは製品が多岐にわたり、またBtoB・BtoCの違いもあるため、お客様からの信頼を勝ち得ていくための活動内容や目標設定はそれぞれの事業特性に基づいて行っています。全社視点での重点活動は、フィードバックの仕組みの構築・向上です。本社マーケティング本部から各カンパニー・ディビジョンに働きかけ、お客様からの意見の吸い上げや満足向上の施策をフォローアップし、その中で情報の共有やCRM意識の向上を図っていきます。

● 2019 - 2021年度の達成像

- 顧客とのエンゲージメントに関する各カンパニー・ディビジョンの意識がさらに向上している。

進捗/成果/課題

Webサイトにお客様を含むステークホルダーからのご意見をいただく窓口を設置しています。

カンパニー・ディビジョンには、2013年度からお客様満足に関するWeb調査、アンケート、ヒアリングの状況をマーケティング本部より原則毎年フォローしています。

● 2020年度目標

- 顧客満足向上に関し、エネルギー・環境プラントカンパニーおよび車両カンパニーへ展開

● 2020年度実績

2020年度は以下の2カンパニーへ展開を実施

- エネルギー・環境プラントカンパニー
- 車両カンパニー

【展開内容】

- DJSIにおけるCRMの結果の共有
- 各社のCRMへの取り組みの紹介(CRMの動向)
- 各部門で実施されている顧客とのつながりに関する活動の外部公開への提案

● 2021年度目標

全カンパニーへの展開(3年に一度を予定)

2021年度は以下の2カンパニーへ展開予定

- 精密機械・ロボットカンパニー
- モーターサイクル&エンジンカンパニー

カスタマー・
リレーションシップ・
マネジメント

パフォーマンス
データ

顧客満足

顧客満足度調査

川崎重工グループでは、5つのカンパニーにより幅広い分野の製品をお客様に提供しています。事業・製品ごとに顧客特性や商慣習が大きく異なるため、各カンパニー・ディビジョンごとに最適な方法で顧客満足度の把握を行っています。

継続的な顧客が多い事業部門では、経年的に顧客満足度調査を実施することにより、顧客満足度の変化をモニタリングし必要な改善につなげています。一般消費者もお客様とするカワサキモーターズ株式会社では、直接的な聞き取り調査だけでなく、Webアンケートにより世界各国の数多くのお客様からの顧客満足度を測定しています。

顧客の意見・苦情への対応

事業・製品ごとに顧客特性や商慣習が大きく異なるため、お客様からのご意見・苦情には、各カンパニー・ディビジョンごとに適切な方法で対応を行っています。一例として、カワサキモーターズ株式会社では、日本国内のお客様からの意見・苦情は、「お客様相談室」で対応しており、その情報は一元管理され製品開発につなげています。海外についても同様のシステムで行っています。

顧客情報管理

事業・製品ごとに顧客特性や商慣習が大きく異なるため、お客様の情報管理は、各カンパニー・ディビジョンごとに適切な方法で情報管理を行っています。

オンライン戦略

各カンパニー・ディビジョンごとに適切な方法でサービスを行っています。全社としては、各種ソーシャルネットワークを活用し情報発信しています。

カワサキモーターズ株式会社では、対応モデルのモーターサイクルと連携するスマートフォン向け公式アプリケーション「RIDEOLGY THE APP」のサービスにより、顧客満足度の向上を進めています。

その他、以下のオンラインサービスも行っています。

- エネルギーディビジョン：ガスタービンの遠隔監視システム「テクノネット」
- プラントディビジョン：ごみ処理施設の遠隔監視・支援システム「KEEPER」
- ロボットディビジョン(KRC)：ロボットの状態監視、予防保全「TREND Manager」
ロボット会員様Webページ「K-CONNECT」

広報宣伝活動

責任ある広報宣伝活動

当社グループは、企業理念に基づいた事業活動の内容を正確にステークホルダーに伝えるため、事実関係および関連法規など、客観的な視点により内容を精査した上で情報発信するとともに、発信内容は専門用語を極力使用せず、誤解のない表現になるよう努めています。情報発信メディアは、プレスリリース、Webサイト、SNS、PR誌、各種広告など、社会への影響を十分に考慮して選択し、当社グループの認知度向上のみならず事業・製品による社会課題解決への貢献を伝えられるよう常に意識して活動しています。

広報宣伝に関する違反件数、内容、および措置

2020年度において広報宣伝活動に関する関連法規違反の事実はありませんでした。