

株式会社エミネント様

CASE STUDY

# すべての拠点にFresh Voice ASPを導入しフル活用 会議のための出張によるコストを年間80万以上削減

スラックスの専門メーカーであるエミネントは、2015年、老朽化したテレビ会議システムの更新を検討。導入コストが安く、音声の品質が良いことから、インターネット経由で利用可能なWeb会議システムFresh Voice ASPの導入を決定。使いたいときに使える手軽さから、毎日の朝礼のほか、役員会議や営業会議、日々の打ち合わせなどで活用するなど、同社の業務に欠かすことのできないツールとなり、出張コストの削減にも貢献している。



「Fresh Voiceは当社がビジネスを進める上でなくてはならないツールです」

管理部  
情報処理課  
チームリーダー  
益子 裕和氏



「出張に費やしていた時間を、営業活動に充てることできるようになった。これが最大の効果です」

管理部  
総務課  
チームリーダー  
浅川 知博氏

## POINT

- 導入コストの安さと音声品質の高さでFresh Voice ASPの導入を決定
- 出張コストは年間80万円以上削減、人的コストを含めると100万円以上削減
- 出張に費やしていた時間を営業に充てることで、営業活動が充実

ユーザー紹介

株式会社エミネント様



<https://www.eminento.co.jp/>

1949年大阪市でスラックス販売業として創業。翌1950年に越前屋（1989年にエミネントに改称）を設立。エミネントスラックス松浦工場（長崎県）を拠点に、常に顧客の視点に立ったジャパンメイドの品質の高いスラックスを提供している。特にパターンオーダーは、エミネントの最新技術と熟練したプロの技術が融合された、はき心地の良さを実現している。イタリアで開催される世界最大のメンズ既製服の見本市「ピッティ イマージネ ウォモ」に出典し、日本製スラックスを世界にも発信している。



スタイルを極めた美脚カジュアルパンツブランドの「CALZONI」。日本製の高い品質で、本場イタリアのメンズ見本市「ピッティ イマージネ ウォモ」でも高い評価を得ている。

## 創業以来、日本一のスラックスを作りつづけてきた

ビジネスシーンや休日のオフシーン、さらにゴルフでの着用など男性のファッションアイテムとして欠かせないスラックス。エミネントは、1949年の創業以来、紳士スラックスの専門企業としてこれらの活動シーンやライフステージに応じた、高品質でファッション感度の高いアイテムを提供し続けている。そんな同社の最大の強みは、国内に自社工場を持っていることだ。管理部総務課 チームリーダーの浅川知博氏は、「ジャパンメイドの品質にこだわり、既製服はもちろん熟練の職人が仕立てるパターンオーダーなど、お客さまの多種多様な趣向にお応えした商品を提供しています」と語る。

## テレビ会議システムが老朽化、刷新を検討

各地に拠点を持つ同社は、以前からテレビ会議システムを導入し、東京本社、大阪本店と国内の製造拠点であるエミネントスラックス松浦工場（長崎県）を自前の専用回線で繋ぎ使用していた。しかし、老朽化が進んでいたため、入れ替えを検討することに。当初は従来同様、専用機タイプのテレビ会議システムを調べていたが、導入コストが高いことからインターネット経由で利用可能なWeb会議システムが候補に挙がった。

「導入にあたり重視したのはコストの安さと音声の品質でした」。こう語るのは、テレビ会議システムの更新を担当した管理部情報処理課 チームリーダーの益子裕和氏である。他社のWeb会議システムも試し比較検討した結果、Fresh Voice ASPの導入を決定した。その理由を益子氏は、「初期費用が安く、繋がり良さも音声の品質も1番良かった」と語る。さらに、その導入コストの安さから、これまでの東京、大阪、松浦工場だけではなく、博多、名古屋、北海道の拠点でもWeb会議システムを導入することを決定した。

## Fresh Voiceをフル活用し、出張コストを年間80万円以上削減

2015年4月よりFresh Voice ASPを全拠点に導入し、5回線で運用している。「毎日、東京本社と大阪本店の間で行われる朝礼をはじめ、役員会議、営業会議、企画会議のほか、手軽に使用できるため、拠点間のちょっとした打ち合わせにも使っているので、ほぼ使われていない時間帯はないぐらい、フル稼働しています」と浅川氏は語る。

Fresh Voice導入による最大の効果は、「全拠点導入により、さらなる出張費が削減できたこと」と益子氏は語る。これまで営業会議に出席するため、博多地区の責任者は毎月、大阪に出張。また名古屋の責任者は2カ月に1回、大阪に出張していたという。それらの出張費は約56万円。宿泊費を含めるとさらに80万円以上になっていたという。それが単純に削減されるだけではない。「例えば何より出張に費やしていた時間を、営業活動に充てることできるようになった。金額には表すことはできないが、その効果は大きい」と浅川氏は言い切る。

## 将来的には売り場に導入し、お客さまとやり取りしたい

今後いつかは実現したいと益子氏が考えているのが、売り場に導入し、お客さまからの質問を受けたりするという使い方だ。「売り場の担当者に聞くと、最近のお客さまは知識が豊富で、質問の中には、当社に聞かないとわからないこともあるということです。そういうときに、Fresh Voiceがあればお客さまが直接、私たちに質問できる。そして私たちもお客さまの声を聞くことができます。いつかそういう使い方をしたいですね」と益子氏は展望を語る。

Fresh Voiceにより、離れた拠点間のコミュニケーションが密になったエミネント。これからも高品質かつお客さまに喜ばれるスラックスづくりへのまい進は続く。



ビジネスに対応した機能性とファッション感を盛り込んだ、ハイクオリティスラックス「EMINETNO」。



東京本社でFresh Voice ASPを使用している打合せの様子。毎日の朝礼や代表者による会議だけでなく、日々の業務の打ち合わせにも積極的に活用している。