

最新のコミュニケーション

コラボレーション環境が

もたらす航空業界の改革

By:ビル ポーター/タイ レヴィーン

最新のコミュニケーション、コラボレーション環境が もたらす航空業界の改革

フライト数の削減、預入荷物から枕に至るまで様々なものの有料化など、ここ 10 年ほどの施策を経て、航空会社はさらに利益に直結させるため、社内オペレーションを再考し、より生産性を高め収益に結び付けていく必要があります。世界の航空業界は、過去 10 年間にわたり様々な問題に直面してきました。燃料費の高騰により複数の航空会社が破綻し、経済低迷により業界全体で合併・買収の動きが相次ぎました。そのため、多くの航空会社は生き残りをかけて、ビジネスモデルの改革はもちろんのこと、燃油サーチャージ、預入荷物、機内食などあらゆる面からの徹底したコスト改革を実施してきました。労働組合との交渉が難航し、思うようにコスト改革が進まない現実もありました。また、フライト数の削減により空席率解消に取り組むと同時に、航空会社は多くの旅客機の客室を構成しなおし、座席数を増やす戦略に出ました。しかしこうした改革は利用客に対して不満をもたらしてしまいました。

どの航空会社も 25 年前に比べると財政面での健全化が進んできています。しかし、乗客にとっては、飛行機は交通手段として必要な存在であるものの、それ以上何か特別な感情を抱く対象ではもはやありません。飛行機が誰でも乗れる乗り物となった今、上流階級のみの特権であった時代とは全てが異なります。航空業界はサービスを最大の売りにする業界の一つですが、マイレージプログラムなどを通じたロイヤリティ醸成への取り組みも、LCC（格安航空会社）の台頭や、乗客にとっての選択肢がこれまで以上に多様化していることにより、業界全体が打撃を受けています。新規路線就航や空席率向上だけでは、今後大きな成長は見込めません。フライトキャパシティがすでに 80%を超えていることを考えても、航空会社のオペレーション変革からさらなる成長を見出していくしかありません。

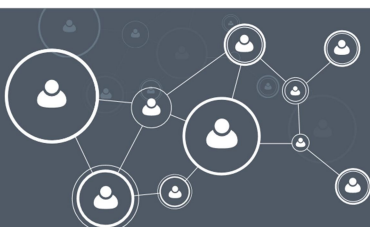
航空会社の幹部が売上向上に対してできることは限定的です。航空会社が利益向上のために着手すべき領域は、より効果的に従業員をつなげ、オペレーション、サービスを改善することです。国際線の長距離路線を多数抱える航空会社、ハブ空港集中型の国内航空会社、またサウスウエスト航空のように米国内地方空港同市を結ぶ便を多く持つ航空会社など、そのどれもが複雑な組織構造の中、従業員を国内外各地に抱えています。コラボレーション環境でそれらの従業員をつなげることは必須で、テクノロジーが組織横断型のコミュニケーション、コラボレーションを先導する役割を果たすことが求められています。ここで得るメリットが、コスト削減や利益に直接影響を及ぼすのです。

航空会社が抱える課題

航空会社には 870 万人ほどの正規雇用社員と、その他 5000 万人以上の従業員が世界中のオフィスや空港で働いていると言われており、一日 10 万フライトで 300 万人もお客様を目的地へ運んでいます。¹ つまり、多くの人間が物理的に離れた場所にいながら、工作上密接に連携しているのです。これには、商用機、非商用機のそれぞれで日々輸送される膨大な数の荷物や貨物は含まれていません。また、日々様々な問題が起こっています。それは小さな機械の不具合から、悪天候による欠航、予約関連のミス、荷物の紛失など多岐に渡ります。そのような状況下で、航空会社の社員は常にお客様にとってベストな対応をするため、お互いにコミュニケーションを取ることが欠かせません。

ネットワークを通じた社員同士のコミュニケーションは、時間と労力を必要とします。サウスウエスト航空は 679 機で 97 の目的地に一日平均 3 往復のフライトを抱えるアメリカ国内の有名な航空会社の一つです。² 一つの会社が 国内に 97 か所のオフィスと本社、そのほかに整備拠点を抱える業界はそう多くはありません。外国の航空会社の場合、さらに複数の海外拠点が増え、そこへ言葉の問題も加わります。職種が多岐に渡っていることも、社員同士のコミュニケーションに影響を与えます。航空会社の場合、全員が PC を使って仕事を行うわけではありません。どのデバイスも持たず、専用の端末を主に使って業務を行う社員もいます。メールや郵便物は部署や組織間の情報伝達に使われていますが、個人対個人、会社対個人のコミュニケーションとして使うには問題があります。航空会社において、メールはいわゆる万能なツールとは言えないでしょう。それは、企業合併やレガシーシステムの残存により、多くの航空会社が複数のメールプラットフォームを持ち、それが効果的なコミュニケーションの障壁になっている現状があるからです。

しかし多くの社員は、プライベートでソーシャルコミュニケーションやモバイルツールに慣れ親しんでおり、いつでもどこでもコミュニケーション、コラボレーションできる仕組みを求めています。モバイルや新たなシステムの導入にあたっては、ハイレベルなセキュリティ要件をクリアすることが必須となるため、航空会社は導入に対し慎重になる傾向にあります。リアルタイムコミュニケーション、コラボレーションの仕組みを整えることで、従業員同士のつながりをより深め、知識の共有、迅速な問題解決、コスト削減を実現していくことができるのです。



コミュニケーション、コラボレーションが想定されるシーン

2014年のPwC社“Global Airline CEO”調査によれば、「テクノロジー面の強化は、顧客とのリレーションおよびサプライチェーン管理の両面において航空会社にとって大きな差別化要素となる可能性を秘めている」³とされています。中でも最も簡単に相手とつながることができるモバイル端末は、可能性を実際のアドバンテージにまで変えることのできる最大のドライバーと言えるでしょう。想定される利用シーンの例として、以下の4つが考えられます：

1. メンテナンス
2. 現場とオフィスのコミュニケーション
3. 旅客機と顧客 / 旅客機と地上のコミュニケーション
4. 複数の企業をまたぐコラボレーション（旅客機生産）

メンテナンス

旅客機に起こる不具合、それが化粧室や座席などのほんの些細な故障でさえも、その日に予定された複数のフライトに支障をきたす可能性があります。往路と復路の間が30分以下など待機時間の短いフライトにおいて、旅客機と地上のメンテナンスチームのコミュニケーションの改善は、カスタマーサービスの改善に直結し、また運航に支障をきたす問題の発生を未然に防ぐことにもつながります。

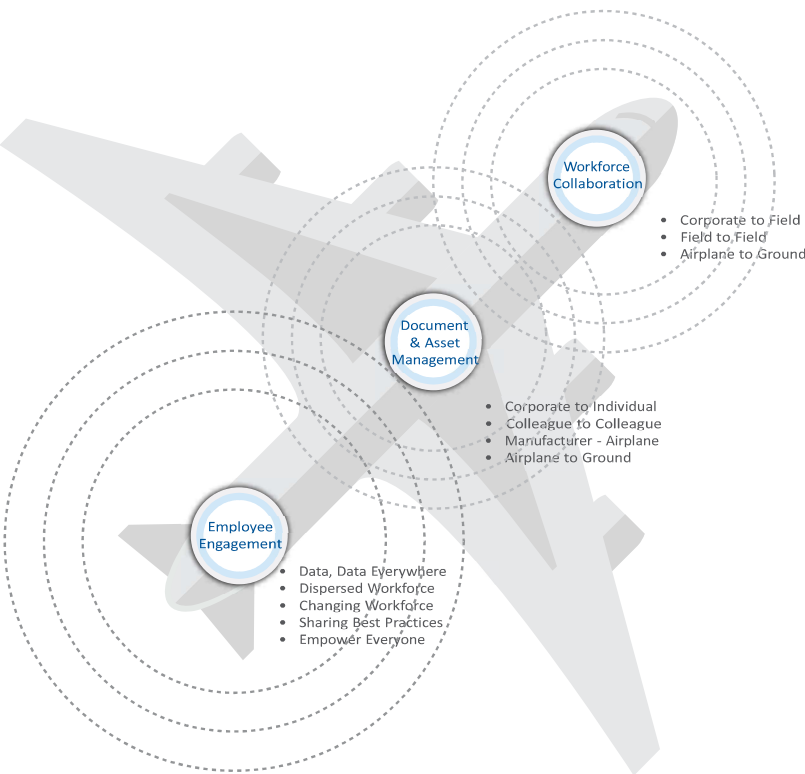
どう実現するか？

モバイル端末を機内 Wi-Fi につなげることで、客室乗務員が目的地に待機しているメンテナンスチームや関係機関と直接コミュニケーションをとることができます。

旅客機に備わっている扱いにくく限定的なコミュニケーションシステム（客室乗務員のみが利用できるテキストベースのメッセージシステム）を利用するよりも、問題の箇所を写真に撮り送信するだけなので、はるかに簡単です。こうすることで、機体が目的地へ到着次第、メンテナンスチームは状況を確認し、すぐに修繕を開始することができます。整備に取り掛かるまでの時間の短縮化、問題点の文書化、そして複数の部門をまたいだ意思決定、それらすべてが重複の起こらないたった一つの場所で完結します。バーチャルかつモバイル化され、ソーシャル機能を持った新たなツールの導入で、フライト中の客室乗務員やパイロットをメンテナンスチームや、地上の従業員など、組織内の全ての人とリアルタイムにつなげ、スムーズな問題解決へと導きます。

現場とオフィスのコミュニケーション

複数のプラットフォームにまたがる4万以上のメールアドレスを管理することは、100か所以上に従業員が分散している中では、とても非効率な作業といえます。現時点で多くの会社が行っている情報の伝達方法は、本社から部門、組織、あるいは地域ごとに連絡がいき、その後、担当マネージャーから部下に通達が行われるのが一般的です。コミュニケーション、コラボレーションプラットフォームの場合、両方向の情報伝達を可能にし、会社対個人のより強固なつながりを形成することができます。オフィスが複数に分散している環境下では、コラボレーションや何かを共有することの機会が多ければ多いほど、より従業員同士のつながりを醸成することにつながります。



Benefits of Communication and Collaboration



レガシーシステムからの脱却は今すぐに簡単にできることではありません。メールが今すぐに全てコミュニケーション、コラボレーションプラットフォームに置き換わる必要はないのです。むしろ、補完的な位置づけとして導入し、最終的にコミュニケーションツールとして定着するというのが理想の形です。元のシステムがあまりにも使われなくなり、形骸化するまでは、現行システムの弱点を補完する存在としてテクノロジーを位置づけ、あくまでも現行システムを荒らすような導入方法は避けるべきです。

顧客満足度とエンゲージメント

「今後航空会社として成長していけるかどうかは、いかに「顧客中心」のビジネスモデルを展開できるかどうかにかかっています。そうしたビジネスモデルへの転換は、人材、組織構造、ビジネスプロセス、テクノロジーの導入を含めた航空会社を構成するほぼすべての要素にインパクトを与えます。」⁴ 消費者行動やモバイルの浸透、またソーシャルテクノロジーがエンゲージメント促進へのドライバーになっています。否が応でも、私たちは今、いつでもどこでもデジタルエンゲージメントでつながる世界を生きているのです。業界の傾向として、これまで組織がサイロ化しがちだった航空会社は、今後ツールを活用し、社内のコラボレーションを円滑にするとともに、社外とも効果的につながっていく必要があります。

最近では、乗客が自分の携帯電話にメールやテキストの形式で、ゲートやフライトの情報を受け取ることができるようになりました。さらに携帯電話を使って、航空会社、空港、目的地の情報なども簡単に手に入れることができます。次世代のテクノロジー/モバイル革命は、航空会社と乗客との間に、パーソナライズされたコミュニケーションの仕組みを提供します。メールなどに代表される一方通行のコミュニケーションからの脱却により、航空会社はコラボレーション・エクスペリエンスの仕組みを構築し、ベストプラクティスを蓄積、そして組織間でそれを共有していくことが可能です。例えば、バンゴールにいる地上職員の対応が素晴らしく、お客様からお褒めの言葉を頂いたときには、その情報はボストンやボルチモアにいる従業員にも素早く共有されます。コラボレーション環境への移行により、カスタマーロイヤリティの向上、従業員同士の結びつきの強化、そしてコスト削減や売上アップの機会が確実に増加していくと言えます。

21 世紀の旅客機生産

燃料費の高騰、老朽化の進む旅客機、そして乗客の期待値の高まり等により、旅客機製造の大手であるボーイング社とエアバス社は、テクノロジーを駆使した新型の旅客機製造に既に着手し始めています。コンセプト立案、テスト、生産などは、かつて 1 つの会社内で完結させていた部分でしたが、新世代の旅客機生産の場合、それらは多くの企業が参画しコラボレーションを行うことで生み出されます。例えばボーイング 787 ドリームライナーが初めて飛行した時点では、実に 50 社もの企業がプロジェクトに参画していました。各企業はボーイング社とパートナーシップを結び、「初期のアイデアだしからデザイン、テスト、製造まで」⁵様々な役割を果たしていたのです。

コミュニケーション履歴や文書を、重複の起こらないたった一つの場所で管理することによって、意思決定や問題解決をスムーズに行い、パフォーマンスを向上させることにつながります。全体の予算が 3200 億円、旅客機 1 機の価格が 116 億円というボーイング社のドリームライナープロジェクトにおいては、社内はもちろん、パートナー企業同士、ボーイング社と顧客など、関係者間で効果的にコミュニケーション、コラボレーションが行われることが何よりも重要でした。このようなプロジェクト管理が必要となる場合、正しいツールを使うことが何よりも全体に大きなメリットを与えるのです。

バーチャル - モバイル - ソーシャル

ブロードビジョンは航空業界におけるコミュニケーション、コラボレーションの課題を解決するためのプラットフォームとして、Vmoso をご提案しました。Vmoso は人々のコミュニケーション手段はもとより、アセットや文書管理の方法、タスクやアクティビティのトラッキングなど多くの変革をもたらしました。Vmoso にはエンタープライズレベルのセキュリティが標準で組み込まれており、上記をたった 1 つのプラットフォーム上で実現し、一対一、あるいは一対複数のエンゲージメントを促進します。

Vmoso は以下 5 つのワークプレイスを用意しています。チャットやタスク管理システムと独立してしまっているメールプラットフォームを使い続ける必要はもうありません：

- メール
- インスタントメッセージ
- コンテンツ共有
- タスク管理
- ソーシャルネットワーキング



飛行機が地上のゲートに着いて初めて、メンテナンスチームに問題が伝わるか、あるいは飛行中に客室乗務員が具体的にどこの列の座席がどう壊れているのかを写真にとり、携帯電話を使って事前に連絡できるか。その違いは歴然で、問題を口頭でなく文書化できる点でも後者のほうが優れていると言えますが、これはモバイル端末やその他現代のテクノロジーの進化によって、実現可能になってきています。例えば、小さな空港の地上メンテナンスチームであっても、本社のメンテナンスチームとうまく連携をとり、より早く問題解決と修理に着手することができます。飛行機1機を使用停止にすることは大きな支障と損失につながり、座席を1つ使用不可にするだけでも乗客の旅程に影響が出てきます。モバイルの台頭により、レスポンスの速さが重要視されるようになってきています。Vmoso はデスクトップ PC やモバイルなどデバイスに関係なく、リアルタイムかつ気軽に行えるコミュニケーション、コラボレーションができるシームレスなツールを個人単位で提供します。—それはどこにいても、いつでも、どんなデバイスからでも利用できるものです。

Vmoso は航空会社の中のどんな組織やグループ、チームでも、オフィスでも現場でも、情報を簡単に共有し効率的、効果的にコミュニケーションができるプラットフォームを提供します。ゲート職員であれば、何か問題が発生した場合、即座にローカルマネージャーと、本社の両方に同時に連絡をすることができます。97 か所にベースを持つサウスウエスト航空などの航空会社の場合は、大小問わず各都市のあらゆるポジションの従業員をつなげ、シームレスな問題共有、ベストプラクティスの共有が可能になります。

適時の判断に必要なリアルタイムコミュニケーション、資料、重要情報に、全従業員がアクセスすることができるようになり、コミュニケーションの流れの全ての場面において単一ソースを参照することで、一貫して正確な情報を利用することができます。効率的なワークフローにより、社内および現場の作業者が同時に情報を見ることができるため、情報の伝達に時間がかかりません。Vmoso に組み込まれたアラートが全ての関係者に瞬時に知らせます。問題や課題が即座に伝わるため、すぐに取り組み、より正確に解決することが可能になります。

ユーザーは以下の5つの機能をたった1つのコミュニケーション、コラボレーションプラットフォームで実現することができます：

チャット- 誰でも簡単に使えるリレーションシップ型のプライベートチャンネルコミュニケーションです。長期間の会話にも適しています。

タスク- プロセス/問題解決/イベントごとに立ち上げるプライベートチャンネルです。チャットよりも適切にアカウントビリティや進捗を管理する場合のワークコラボレーション（ワークフローや承認プロセス管理等）に向いています。

投稿 - コミュニティベースで、全体に共通する話題や知識の共有に適しています。効果的に情報を伝達することができ、他人の投稿から思いがけない知識を得ることもあります。

ディレクトリ- 文書や情報を探しやすい形に整理し、管理する場所です。グループごと、カテゴリーごとに管理できるため、様々なプラットフォーム上のあらゆる相手に対して、情報を共有することができます。

ビッグデータ分析- 組織内に埋もれているあらゆる情報の中から、特に重要なもの、繰り返し使われている文書や知識を判別することにより、遅延を未然に防ぎ、将来的にプロジェクトに役立つと思われるベストプラクティスを導き出すのに役立ちます。

「毎日のように誰かを相手にやり取りをする場合」、「やり取りがそこまで多くない場合」そのどちらの場合でも、従業員は Vmoso を通してコミュニケーション、コラボレーションを行うことができます。(もちろんメール単体でもその一部については行うことができます。)

結論

航空機、6都市、客室乗務員3名、フライト遅延2件。これらは全て、人やモノを目的地へと運ぶ、ある航空会社の一日を切り取った単語です。顧客満足向上、ロイヤリティ醸成 は業界内で常に競争にさらされている航空会社にとって終わりなき課題です。

航空会社は従業員のコラボレーション環境を整備し、離れた場所にいる従業員をもつなぎ合わせることで、組織横断型のコミュニケーションを加速させる必要があります。それによりカスタマーサービスの改善、オペレーションの効率化につながり、利益向上にもつながっていくのです。ブロードビジョンの Vmoso はすべての利用者が効率的かつシームレス、またセキュアな環境の中でコラボレーションを行うことのできるプラットフォームをご提供します。また、いつでも、どこでも、好きなデバイスを使って、アクセスすることができます。



参照資料

Air Transport Action Group – Aviation Benefits Beyond Borders, April 2014 -<http://aviationbenefits.org/media/26786/ATAG>

¹ Fact Sheet – swamedia.com ³ PwC Global Airline CEO Survey 2014

⁴ PwC Global Airline CEO Survey 2014

⁵ Accenture Outlook, March 2012 – Making Cross-Enterprise Collaboration Work

Vmoso について

Vmoso はバーチャル上のエンタープライズコミュニケーション、モバイルでのワークコラボレーション、およびソーシャルビジネスエンゲージメントを促進するクラウドアプリケーションです。メール、インスタントメッセージ、コンテンツ共有、ワークフロー、ソーシャルネットワークを一つの場所に統合することで、ユーザーや組織の生産性を向上し、コスト削減や業務効率化が見込めます。詳しくは、[www. BroadVision.com/Vmoso](http://www.BroadVision.com/Vmoso) をご覧ください。

ブロードビジョンについて

1993年の設立以降、ブロードビジョン (NASDAQ: BVSN) はエンタープライズ向け e ビジネスのソリューションで企業のコミュニケーション、コラボレーションに貢献することで、お客様のビジネスの最大化をご支援して参りました。バーチャル、モバイル、ソーシャルビジネスコラボレーションの基盤となる Vmoso、そしてエンタープライズ向けソーシャルネットワーキングサービスを提供する Clearvale などのブロードビジョン製品は、世界中どこからでも、Web、モバイル端末を問わずシームレスに利用することができます。詳しくは、www. BroadVision.com/Vmoso をご覧ください。

BroadVision はアメリカおよび他国におけるブロードビジョン社の登録商標です。

筆者紹介

ブロードビジョンのマーケティング&ビジネスディベロップメント部門のバイスプレジデントとして、Vmoso やその他の製品群のブランド力向上、パートナーシップの構築、企業のオペレーション効率向上に力を注いでいる。

