

バックオフィスと百貨店。 スタッフ間のコミュニケーションを より円滑にすることができたのは、 Google Apps for Business のお陰です。

リーバイ・ストラウス ジャパン株式会社 情報システム統括部 研谷剛士さん



リーバイ・ストラウス ジャパン株式会社
〒107-0062
東京都港区南青山1-1-1 新青山ビル 西館19F
<http://levistrauss.co.jp/>

会社概要

世界 110 カ国以上で事業を行なう、リーバイ・ストラウス &カンパニー(本社・サンフランシスコ)の一員として、日本市場向けに「リーバイス®」ブランド商品の製造・輸入・販売を行なう。1982 年、リーバイ・ストラウス ジャパン株式会社を設立し、1989 年には株式を店頭公開。ジーンズを中心としたカジュアルウェア「リーバイス®」「リーバイ・ストラウス シグネチャー」ブランド等のビジネスを展開中。

導入パートナー(Google Apps 正規販売代理店)
吉積情報株式会社

クラウドを本気で活用したい企業様を全力サポート。提案型の導入支援で、価格以上の効果を提供いたします。
<http://www.yoshidumi.com/>

百貨店という業態の特性上、不便に感じる業務フローが山積みでした。

百貨店で働くスタッフたちとのコミュニケーションをより円滑にするために、Google Apps for Business の導入を検討しました。導入以前は、バックオフィスと各百貨店のスタッフたちとの業務上の連絡の多くは、その都度、携帯電話端末を用いて行なっていました。

例えば「売上日報」。支給している携帯電話に Bluetooth 対応のハンズキャナーを連携させ、値札(バーコード)を「売上日報」としてスキャンし、携帯電話からデータ送信するという形をとっていました。百貨店には、ひとつのフロアにいくつものブランドが入っているため、自社専用のレジを置くわけにはいきません。そういった理由から、一日の売上報告は、前述のような少々面倒な方法をとらざるを得なかったのです。

“情報共有”という点では、男性誌や女性誌に掲載した自社ブランド「リーバイス®」のPR情報についても、Google Apps for Business の導入以前は、各百貨店に対して掲載誌面をプリントし、ある程度まとまった時点で郵送していました。また、新商品のリリース情報や説明テキストについても、同じ業務フローでした。

バックオフィスと百貨店のスタッフたちとの、日々のこういったやり取りをよりスムーズにするために、また、情報共有のタイムロスを軽減させるために、グループウェアの導入を検討するに至りました。時期は、2012 年に入った頃でした。



立場の異なるスタッフ同士の共有ワークスペースにしたかった。



その前の 2 ヶ月間です。あらゆるものをサーバー上に保管でき、ストレスなく「Google ドライブ」のファイルにアクセスできることへの期待感もありました。また、「Google サイト」で使用するエディタは、直感的で、ドキュメントを書くのと同じくらい簡単にサイトを作成でき、ドキュメントや動画、画像、共有カレンダーなど、あらゆる種類のガジェットを追加できるという話も聞いていたので、バックオフィスと百貨店スタッフたちとの「共有ワークスペースになればいいなあ」とも思っていました。

イメージは、ユーザー(百貨店のスタッフたち)がサイトにアクセスするだけで、手軽かつストレスフリーに情報を受け取れること。また、双方向性を備えたサイトの構築も、視野に入れました。クラウドサービスは提供しているメーカーの数も少ないですし、なかでも Google はクラウド化を見越して、最初からサイトを設計しているイメージがありましたね。

VMD、PR・新商品のリリース情報の共有…… ポイントは、仕事がかどるツール群を使いこなす方!

導入に際して考えたことは、管理する側・される側の作業効率の高め方です。

第一に取り組んだのは、100 を超える百貨店それぞれの「売上日報」の報告方法のブラッシュアップでした。サイト上に、週ベースの売上げ報告書(スプレッドシートのテンプレート)を用意することで、値札のスキャンというこれまでの作業がなくなりました。各販売店のスタッフが携帯端末からサイトにサクセスし、備えられた「売上日報」に書きこむだけで、バックオフィスのスタッフとの情報共有ができるようになったわけです。日本語で“視覚的演出効果”と訳される「VMD」(ビジュアル マーチャンダイジング)についても、導入以前は、お店や商品に最適な陳列方法をその都度、

各店舗に紙資料を送り、同時に現場のスタッフが作業に当たっていましたが、現在は、サイト内に VMD 関連の文書を挙げるだけで、情報共有ができるようになりました。加えて、プレゼンテーションのスライド(一枚)に、陳列後の写真を全店がそれぞれアップできる機能を備えたことで、ひと目そのシートを見るだけで、全店の陳列状況を確認できるようになりました。これは革新的です。Google Apps for Business のサイトにアクセスするだけで、現場とオフィススタッフの意思疎通がスムーズに図れるようになったのは、弊社にとって大きな財産といえますね。

消費者とのコミュニケーションを第一に考えるには、まずはスタッフ同士の情報共有が大切なウエイトを占めるもの。業務上の制約がほぼ解消されたのは、本サイトの特性を理解したうえで、使いこなせているからこそ。今後も活用の幅を広げていきたいと思っています。



作業効率の向上、情報共有の早さ……次なるコミュニケーションの作法は熟考中



現時点で、Google Apps for Business の機能を使って“できることはできている”という自負はあります。とはいえ、今にも増して、現場のスタッフからエンドユーザーの意見や要望が聞き漏れてくるような、双方向のコミュニケーションに期待したいとも思っています。

各百貨店スタッフと、より密なやりとりをしていくためには、これから何をしていくべきなのか。作業効率の向上や情報共有の早さにとどまらない、スタッフ同士の次のコミュニケーションスタイルを見つけることができれば、これほど素敵なことはありません。