

LINE WORKS 導入事例



スーパーマーケットの店舗運営にLINE WORKSを導入。
売り場同士の連絡、仕入先とのやり取りなどが効率的になり、
スタッフの意識向上につながりました。

業種：小売 | 利用目的：店舗連携 / 取引先連携

生鮮さを強みとするスーパーマーケット「三杉屋」を兵庫・大阪・京都に20店舗以上展開する三杉屋様。導入を担当された大朝さんにLINE WORKS導入の経緯や効果についてお聞きしました。また、店舗でLINE WORKSを利用されている皆さんに現場での利用方法や導入の効果をお聞きしました。

LINE WORKS導入前の課題を教えてください。

もともと当社ではグループウェアなどは特に入れておらず、メールや電話、FAXなどで本部と店舗間のやり取りや、売り場間の連絡を行っていました。店舗には共有のPCが1～3台程度あります。スーパーマーケットは日々の売り上げ管理が重要なので、現場の担当者にきちんと意識してもらおうよう、POSから収集したその日の店舗・売り場別の売り上げ状況を、1日1回、携帯電話のキャリアメールに送っていました。ところが、テキストで長いメールを送っても、下までスクロールしないと見られず、とても見づらいのです。店舗のスタッフに自店や他店の売り上げ状況を聞いても答えが

返ってこないなど、メールは一方通行でなかなか読まれず、効果的ではないという印象を持っていました。

そこでグループウェアやビジネスチャットの導入を2年ほど前から検討開始しました。いろいろと模索しましたが、世の中のツールはPCでの操作をメインとするものがほとんど。社員の中にはPCで文字を入力することすら難しいという人もいて、ツールを使える人の「当たり前」が必ずしも全社員の「当たり前」ではないことを感じていたので、使い方に教育の必要なツールの導入に二の足を踏んでいた状況でした。

LINE WORKSの導入に至った経緯、決め手は何でしたか？

PCが苦手な社員が多い一方で、社内の一部ではLINEを使ってやり取りをしているという話も聞いており、業務でLINEを使えないかということは考えていました。しかし、LINEは個人のアカウントなので、誰が誰なのかきちんと把握できない上に、退職しても強制的にトークルームから外すことができない。また、シフト勤務が基本のため、人によって休みが異なる中で、休みの日に連絡が来るのが嫌だという声もありました。そんな中、付き合いのあったITパートナーからLINE WORKSを紹介されました。LINEであればすでに現場で使われて根付いているので、教育が必要ない。しかも、会社管理のアカウント、端末で使えるため、機密性の高い情報も送ることができる。これが一番の決め手となり、紹介されてすぐにLINE WORKSの導入を決めました。

LINE WORKSの導入・移行はいかがでしたか？

無料トライアルを行った際に、一気に全員を登録し、現場のスタッフに使い始めてもらいました。登録はCSVファイルで一括登録できるので、特に苦労しませんでした。2週間くらい既存のLINEと並行稼働していましたが、「これなら問題ない」と判断し、最終的には現場チームの「LINE WORKSでいきましょう」という声をきっかけに、LINEをやめて、すべてLINE WORKSに移行しました。

LINE WORKSの利用シーン、導入効果を教えてください。

本部・店舗間や、店舗の「精肉部」「鮮魚部」「青果部」などの売り場と、他店舗の同じ売り場間、仕入れ先とのやり取り、配送会社とのやり取りなどにLINE WORKSを利用しています。

商品の破損・事故をその場ですぐ仕入れ担当者に連絡

生鮮食品を扱うため、商品が配送途中で破損したり、傷んでしまうことは、当然ある程度の確率で発生します。その場合も、入荷した時点で店舗担当者が商品の写真をその場で撮り、仕入れ担当者に送ることで、対応がタイムリーにできるようになりました。現場からの報告も上がってきやすくなったと感じます。



写真を活用した店舗との情報共有の例



商品の破損連絡のトークルーム

その日の売り上げをPDFで共有し、店舗間の健全な競争意識向上に

1日1回テキストの長いメールで携帯電話に送っていた売上報告を、売り場ごとに表にしたPDFをトークで送るようになりました。これまでは一方通行で誰が読んでいるのかわかりませんでした。しかし、「既読メンバー確認機能」で誰が読んだのかわかるようになった点は大きな進歩だと思います。また、PDFで表にして送ることで、直感的で見やすくなり、他店舗との比較も簡単にできるようになりました。その結果、店舗間で健全な競争意識が生まれ、自担当の売り上げ向上の意識にもつながっているようです。

仕入先から、LINE連携機能を使って事前に商品の写真を共有

仕入先の方とも、LINE連携機能を使ってトークでやり取りを行っています。もともと入荷商品の情報は事前に送られてくる規格票に書かれているのですが、やはりテキストだけの情報ではわからないことが多く、これまでは結局当日その場で見ないと判断できませんでした。

LINE連携を開始してからは、前日に入荷する商品の写真を直接送ってもらえるようになりました。たとえばリンゴの色ツヤ、大きさなど、これまで実物を見てみないとわからなかった情報が、事前に直感的に分かるようになり、仕入れ業務がとても効率的になりました。

効果を実感したので、配送業者の方との連絡にもLINE WORKSを利用しようと計画しています。



LINE WORKSを導入して、現場でどのような変化があったか教えてください。

(三杉屋 ジョイパーク泉が丘店 精肉部 須恵さん)

各店の精肉部門とのやり取りで使うことが多いのですが、LINE WORKS導入後は他店の情報などが入手しやすくなり、とても便利になりました。たとえば、イベントの時は特別な売り場作りをするのですが、他店舗から共有された写真を見て参考にしています。

また、お肉というのは作り方や売り方、値付けが一律でなく、判断する人によって異なったりするのですが、他店のやり方を見て勉強になることも多いですね。

毎日その日の売上げが速報で流れて来るのですが、他店舗の売上げを見て、うちの店ももっと頑張らなくてはと思ったり、逆に売上げが高い他店舗に理由を聞くことも増えています。

(三杉屋 ジョイパーク泉が丘店 惣菜部 宮田さん)

これまではメールを発信しても、それを読んだかどうかを電話でもう一度聞くということをしており、それが二度手間になっていました。LINE WORKSは既読がつくので、店舗のスタッフがみんな確認したということが把握できるので、助かっています。

惣菜部としては、新商品が入るときに、商品の写真や素材、裏貼りシールなどが本部から写真で送られてくるようになったので、とても正確になり、わかりやすくなりました。一斉に送られてくるので、店舗ごとのズレがなくなり、間違いがなくなったと思います。新商品を取り入れるスピードは、今までと比べて格段に上がりました。



今後のLINE WORKSに期待することや、これからやってみたいことを教えてください。

(大朝さん)

本部からの売上げ報告や注意喚起などのメッセージは、まだ既読100%まで行っていないので、現場に100%読んでもらえるよう、役に立つ情報発信を心がけたいと考えています。また、現時点では本部からの発信が多いですが、店舗からの提案や、売り場作りのアイデアの共有などをよりしやすくなる仕組みを進めていきたいですね。LINE WORKSを業務連絡のためだけでなく、売上げにつながるツールとして、営業サイドでも活用していきたいと考えています。

※掲載している内容、所属やお役職は取材当時のものです。

提供元

ワークスマイルジャパン株式会社

東京都渋谷区神宮前 1-5-8
神宮前タワービルディング 11階
line.worksmobile.com

販売パートナー

WORKS MOBILE