

いすみ鉄道株式会社

社員の平均年齢は55歳、アナログで苦戦していた社内がLINE WORKSで業務のIT化に成功。PRの質も向上し、SNSのフォロワーが1万人を突破しました。



目的・効果

従業員間の連絡 | プロジェクト管理
 業務の見える化 | FAX削減・ペーパーレス
 日報・週報 | 導入のしやすさ

主な活用機能



トーク グループ

いすみ鉄道株式会社は、千葉県中央を走る第三セクター方式のローカル線で、鉄道ファンのアイコン的存在として全国的に広く知られる企業です。レトロなディーゼル車が菜の花や桜のそばを走る沿線地域は、季節ごとに人々を癒すいすみ市の名所として知られており、観光事業にも力を注いでいます。同社の半数近くの従業員は年配者であり、業務をアナログからデジタルへと切り替えるには、ハードルが高いという課題がありました。従業員のIT化への抵抗感を払拭するため、LINEと操作性が似ているLINE WORKSを導入。業務の脱アナログ化によりペーパーレス化を実現しました。デジタル上での従業員どうしの意見交換が促進され、SNSによるPR活動の活性化にもつながりました。

御社の事業内容をご紹介ください。

古竹さん：

当社は千葉県夷隅郡大多喜町に本社を置き、千葉県の中央を走る第三セクター方式の鉄道会社です。いすみ鉄道は千葉県いすみ市の大原駅から、千葉県夷隅郡大多喜町の上総中野駅までを結ぶ路線であり、沿線に咲く菜の花や桜の名所としても知られています。住民の人口減少により乗客が減少する中、集客にも力を入れるため観光業も展開しております。車内で本格イタリアンコースが楽しめる「レストラン列車」や、台湾集集線との姉妹提携7周年記念として本場の台湾ランタンを車内に装飾した列車を定期運行させるイベントなど、さまざまな企画を開催しています。私は代表取締役として事業全体をマネジメントしています。



佐々木さん：

私は経営戦略室室長であり、社長直下の部署として運輸部と総務部を取りまとめております。



齋藤さん：

私はトータルディレクターと営業課長を兼務し、主にイベントの企画、商品開発などを担当しています。



玉尾さん：

私は地域への移住定住の促進と地元企業の活性化を目的にいすみ市が公募していた「地域おこし協力隊」のスタッフとして、いすみ鉄道のイベントの企画運営やSNSの管理などを担当しています。



これまでどんな業務上の課題を抱えておられましたか。

佐々木さん：

会議の議事録やイベントについての連絡事項など、業務に関する報連相はすべて紙に印刷し、従業員どうして回覧していました。手渡しの回覧板なので途中で紛失したり、全員に行き渡らないうちに締切を迎えてしまったりすることが多発していました。デスクには常に大量の紙が積みあがっている状態で、確認したい資料があっても欲しいときにすぐに見つからず、探し出す時間が惜しくなるほどでした。

従業員それぞれがこうした課題を感じつつも、平均年齢が55歳と年齢層が高い職場なので、デジタル化への切り替えに不安を抱える従業員も多く、どのようなビジネスチャットを導入すべきかの見当がつかない状態でなかなかIT化へ踏み切れませんでした。

齋藤さん：

私が入社して間もない頃、急いで伝えたいことがあって作成した回覧板が、私の元に戻ってくるまでに1か月ほどかかったことがあり衝撃を受けました。イベントや商品を企画する立場として迅速な伝達は重要です。イベント開催の告知をしたくても、短期間のイベントであれば回覧板が届くころにはもう終わっているという可能性すらあります。この状況をどうすれば打開できるのか日々悩んでいました。

課題解決の手段としてLINE WORKSを選択した理由をお聞かせください。

佐々木さん：

アナログな社内の業務をIT化するにあたって、従業員にどのようにアプローチしていくか検討していた当社にとって、LINEと似ているLINE WORKSの操作性は大きな決め手となりました。8割以上の従業員がプライベートでLINEを使っていたので、LINE WORKSなら抵抗なく使えるだろうと思ったんです。情報共有をデジタル上で処理することで、効率的な資料の管理と印刷費の削減が同時にかなうという期待も大きかったです。

IT化に不安を抱える従業員には、LINE WORKSの導入にあたりどのようなサポートをされましたか。

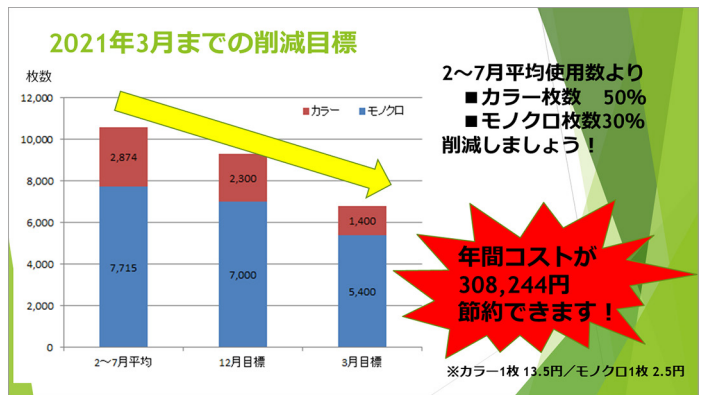
佐々木さん：

私がファシリテーターとなり、20名ほどの年配の従業員向けにLINE WORKSの社内講習を開きました。1人1人がしっかりと理解できるように3~5名の少人数にグループ分けをし、数回にわたって開講しました。受講者が「難しい」と感じないように、社内のタブレットへのインストールとアカウントの作成は私たちが手配し、トーク機能のメッセージやスタンプの送信など簡

単なものから実習形式で行いました。次第に皆「LINEと似ているね」と身近に感じはじめ、操作を楽しんでくれましたね。講習では操作の実習に加えて、独自のプレゼン資料を用意しました。回覧板での報連相をLINE WORKSのトークに置き換えることによって、将来的には月間およそ45%の印刷費用が削減できることを伝えました。直感的でわかりやすい操作性であるLINE WORKSの導入によりこれだけ多くの経費が節約できることは、デジタル化への切り替えに不安を抱えていた従業員の抵抗感を払拭することができました。

デジタルによるメリット

- ・印刷費の削減
- ・保管スペース、保管費用の削減
- ・災害等消滅リスクの回避
- ・いつでも誰でも、どこからでも情報が確認できる
- ・資料の検索・閲覧が簡単
- ・デジタルスキルが習得できる
- ・地球にやさしい



講習で佐々木さんが使用したプレゼン資料(2020年10月当時)

LINE WORKSの活用シーンと導入効果をお聞かせください。

佐々木さん：

まずは情報管理がしやすくなるように、部署ごとのトークグループを作成しました。幹部グループでは会議の議事録などを共有し、営業企画のグループでは新商品などの企画やPR戦略会議の場として活用しています。全従業員が加入しているグループでは、メディアで紹介された情報や悪天候による運行への影響など、運営に関わる情報をリアルタイムに共有できるようになりました。LINE WORKSの導入後は、日々の報連相をすべてトーク機能で完結しています。これによりペーパーレス化が実現し、資料の管理や情報の振り返りがしやすくなりました。

古竹さん：

LINE WORKSの導入前までは、お互いが今どんな業務をしてい

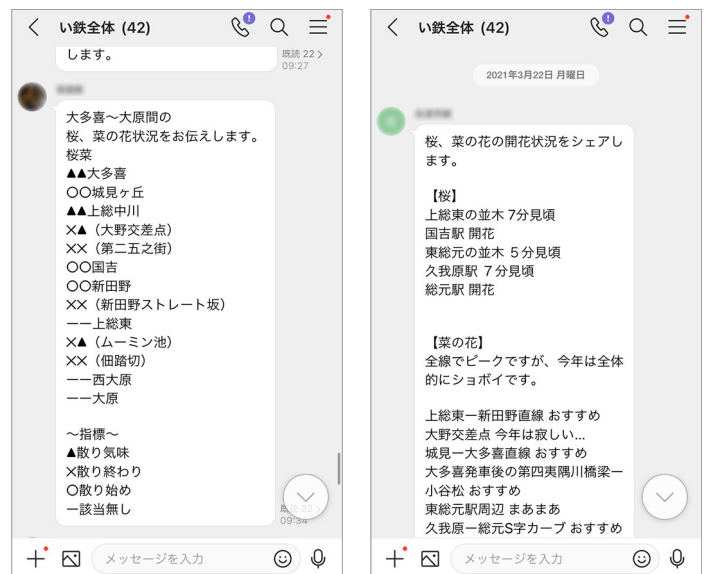
るかが見えず、自分に関わる業務以外のことに関心を寄せることが難しい状態でした。しかし今では従業員どうしが、お互いの業務内容を把握しやすくなり、年代問わず一人ひとりの業務に取り組む意識がより高くなっているのを感じています。



大切な情報共有はすべてグループで行い、ペーパーレス化を実現

齋藤さん：

全員が閲覧を完了するまで何日もかかっていた回覧板が、リアルタイムに共有できるようになりました。これにより、いすみ鉄道の名物である菜の花や桜の開花情報を、全従業員が常に把握できるようになったことは革命的でした。運転士が日々、花の様子をグループトークに報告することで、「今年の見ごろはいつですか？」というお客様からのお問い合わせに、窓口の従業員も正確に答えられるようになりました。毎年、写真愛好家や鉄道ファンの方が開花を待ちわびているので、運転士からのフレッシュな情報は大切です。誰が聞かれても同じ対応ができるようになり、観光地としてのサービス向上につながりました。

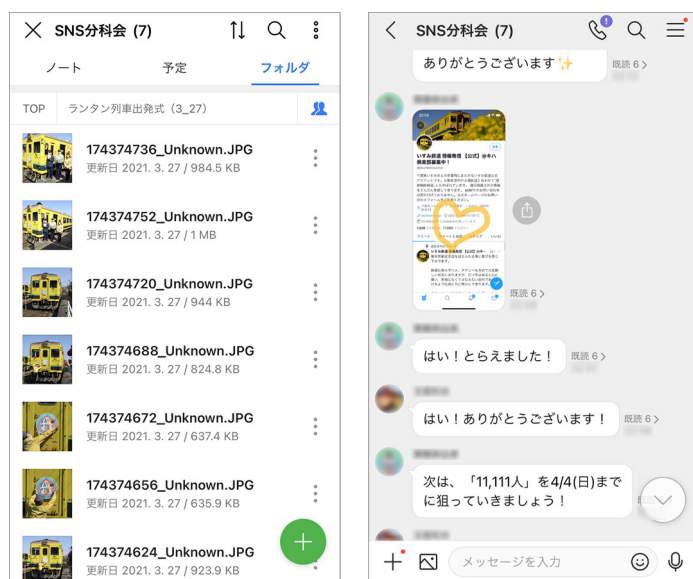


運転士からほかの従業員へ、いすみ鉄道名物の開花状況をリアルタイムで共有。スムーズな観光案内への対応が可能に

玉尾さん：

現在いすみ鉄道は自社のSNSにて最新情報の更新をしているの

ですが、どうすればより多くの方に魅力を伝えられるのか相談の場を設けるために、SNS管理チーム用のトークグループを作成しました。SNSへの投稿は写真が要です。PR用に撮影したイベントや花の写真データをフォルダへ格納すれば、各メンバーはいつでも手元で確認できるので、**写真を選別するための意見交換が活発**になりました。また、SNSは投稿し続けるためのモチベーション維持や継続力も大事です。投稿に対して激励したり、目標の共有が気軽にできることは、ワンチームとしてメンバーのモチベーションを上げたり維持したりすることにもつながっていると感じています。**結果的にPRの質の向上につながり、SNSのフォロワーがLINE WORKS導入前と比べておよそ60%増加し、現在は1万人を突破しました。**いすみ鉄道を発信源として、地域振興に貢献できているような手ごたえを感じます。



SNS 掲載用の写真候補はフォルダへ格納。トークグループで進捗を随時 報告

古竹さん：

このフォルダ機能を積極的に使っていたら、あっという間にLINE WORKSの共有ストレージの容量の上限を迎えてしまったので、LINE WORKSのキャンペーンを活用し容量を拡張しました*。

LINE WORKSの活用を、今後どのように発展させたいとお考えですか。

齋藤さん：

LINE WORKSは情報共有ツールとしての存在だけではなく、社内全体のIT化を促進する大きなきっかけにもなりました。今まで売店では、販売員が商品の料金を暗記し手動でレジに入力していました。しかし**LINE WORKSを使っているうちに、60代の従業員がタブレットの操作に慣れることができたおかげで、今ではPOSレジの導入にも成功**しています。今後も同じような効果が各部署でも広がっていくのではという期待があります。**LINE WORKSはまさに脱アナログ化のきっかけになってくれました。**

古竹さん：

いすみ鉄道の名物である国鉄型ディーゼル車「キハ52」が導入されてから、2021年の4月で10周年になりました。これから記念イベントの企画や、側線のレールで本物の車両の運転体験ができる「キハ倶楽部」というファンクラブの募集を並行して計画していきます。今後もますます情報量が多くなっていくので、LINE WORKSが必要不可欠な存在になるでしょう。従業員の作業効率とチームワークを高められるような環境を整え、今まで以上にサービスの質を洗練させていきたいです。



※掲載している内容、所属やお役職は取材を実施した2021年4月当時のものです。

※取引先とも一緒に使おうプログラム…社外の取引先などにLINE WORKSを紹介し、紹介された側がアカウントを新規開設すると、紹介した側に共有ストレージの容量が追加で付与されるLINE WORKSのキャンペーン。

<https://line.worksmobile.com/jp/landing/referral-program/>

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

WORKS MOBILE