

WowTalk 事例集

他社から学ぶ、社内コミュニケーション活性化



亀田製菓株式会社

TRANSPORT!
COMMUNICATION
SAGAWA

セキスイハイム東海

PEACHJOHN



目次

- ① 個人向け SNS・チャットでは
解決しない社内コミュニケーションの課題
- ② 業務のスピードと効率を飛躍的に
向上する社内 SNS・ビジネスチャット
- ③ 体感で 5 倍以上の業務スピード向上を
実現する「WowTalk」
- ④ 事例のご紹介
 - ・ 亀田製菓様
 - ・ 佐川急便様
 - ・ セキスイハイム東海様
 - ・ ピーチ・ジョン様
 - ・ ラネット様

業務をスピード化&効率化する鍵は “人のつながり”にあり

個人向け SNS・チャットでは 解決しない社内コミュニケーションの課題

ビジネスを円滑に進める上で必要不可欠なのが社内コミュニケーション。しかし実際には、この社内コミュニケーションに課題を抱えている企業も多いようだ。

日本経営協会が2015年7月に発表した「ビジネスコミュニケーション白書 2015」によると、「部門や個人によるばらつき」や「部門をまたぐ横のつながり」といった点で社内コミュニケーション不足を感じる声が多い。こうした状況の要因となるのが「業務多忙」であり、さらにそれを引き起こしているのが「必要以上の頻度で行われる会議」や「レスポンスが遅い&無駄な PC メールでの連絡」だ。確かに PC メールは記録性や情報精度に優れていることから、現在はビジネスツールとして一般化している。しかし一方で「急ぎの案件なのに返信がこない」「電話をかけた方が早いかも」といった経験も多いのではないだろうか。

こうしたレスポンスの遅さを解決するべく、最近では社内コミュニケーションに個人向けの SNS・チャットを利用する割合が増えてきた。SNS やチャットは PC メールと比べて、簡単かつ迅速に情報共有・連絡が可能で、なおかつ会話調なので温度感や臨場感が伝わりやすいというメリットがある。だが実際のところ、この個人向け SNS・チャットもビジネスで使用するにはいくつかの問題を抱えているのだ。

まず、ユーザーである現場スタッフの視点では「仕事では使いたくない」「ビジネスとプライベートでツールを使い分けたい」という意見が多くを占める。さらに企業としては、発生時におけるログ管理ができないほか、社外への誤送信による情報漏えい、トラブル不正ログインをはじめ高度化した攻撃手法の被害に遭う可能性など、潜在的なセキュリティリスクの高さを懸念。個人向け SNS・チャットの業務利用を禁止する企業も増えてきたのである。

業務のスピードと効率を飛躍的に 向上する社内 SNS・ビジネスチャット

こうした背景から、企業の社内コミュニケーションツールとして近年注目を集めているのが「社内 SNS」や「ビジネスチャット」だ。

社内 SNS・ビジネスチャットは、個人向け SNS・チャットと同様の優れたレスポンスやユーザービリティを持ちながらも、業務利用に適した各種機能を搭載。もちろんビジネス向けのサービスなので、誤送信対策やスマートデバイスの盗難・紛失時における情報漏えい防止、不正アクセスに対する防御、ユーザーアカウント監視、トラブル発生時に備えたログ監視など、十分なセキュリティも備えている。その高い利便性に加えて、PC メールやグループウェアと棲み分けができることから、今後はワークスタイルに大きな変革をもたらす「第 3 のコミュニケーションツール」として期待されるほどだ。そのほか、個人向け SNS・チャットの爆発的な普及によりツールを使い慣れて

いる現場スタッフが多いという点も、社内に対する浸透や継続利用のしやすさにつながるプラス要素だろう。

社内 SNS・ビジネスチャットを活用すると、円滑な社内コミュニケーションによって業務のスピードと効率が大幅に向上。また、これまで業務多忙を引き起こす原因となっていた無駄な会議や PC メールが減らせるほか、残業・通信費・出張費などを含めたコスト削減効果も期待できる。コミュニケーションの不足や遅延で生じるストレスがなくなり、職場全体の雰囲気も良くなるのも大きなポイントだ。

そもうひとつ、社内 SNS・ビジネスチャットは営業力強化にも効果を発揮する。営業スタッフは、業務時間内でいかに多くの顧客を訪問できるかが勝負どころ。こうした点において、不要なコミュニケーションを減らし、より良質なコミュニケーションと新たな時間を創出できる社内 SNS・ビジネスチャットは最適といえるわけだ。営業スタッフは社内との連絡時間が限られているため、リアルタイムかつ円滑な情報共有が行えるのも重要なポイントといえる。

体感で 5 倍以上の業務スピード向上を 実現する「WowTalk」

ここまでは社内 SNS・ビジネスチャットのメリットを紹介してきたが、このような背景から最近では市場の拡大とともに製品・サービスが増加。「どれを選べば良いかわからない」という声も聞かれるようになってきた。そこで本記事では、いま特に注目を集めている存在として、キングソフトが提供する「WowTalk」をお勧めしたい。

WowTalk は、「直感的に誰もが使いやすい操作性」をコンセプトにした社内 SNS・ビジネスチャットツールだ。主な機能としては、コミュニケーションの主軸となる個人・グループでのチャットはもちろん、部署内 / 部署間 / 全社といった特定の範囲へ一気に情報を伝達できるタイムライン、無料音声通話 / ビデオ通話、組織ツリー型の社員リストなどを搭載。管理者向けには、ユーザーの登録 / 変更 / 削除に加えてアクセス制限やログ監視機能も備えている。ビジネス向けに開発されているため、当然ながらセキュリティ体制も万全だ。

実際に WowTalk 提供企業のキングソフトでは、WowTalk をメインツールとし、約 8 割の社内コミュニケーションが従来のメールから WowTalk へと移行。週・日単位だった業務スパンが時間・分単位となり、チームの業務スピードは体感で 5 倍以上まで向上したという。

さらに、これまで挙げた社内 SNS・ビジネスチャットの特徴以外にも、WowTalk には社員のモチベーション向上、組織的な情報共有レベルの向上、他部署への理解促進、社員の関係向上、部署間の案件紹介や連携の増加、自発的な情報発信の促進、新しい社内人材・隠れた才能の発掘、離職率の低下といったメリットがある。まさに社内コミュニケーションツールとして理想的な存在といえるだろう。



亀田製菓株式会社

亀田製菓株式会社

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

市場情報	非上場
設立	1957年8月
事業内容	菓子の製造販売事業
資本金	19億4,613万円
売上高	948億49百万円(2015年3月期)
従業員数	3,043名
内容	米菓市場国内シェア1位、さらに国内米菓市場の約30%のシェアを持つトップカンパニー

採用の背景

- ・災害や予期せぬ事件、事故に巻き込まれた際の危機管理対策として緊急連絡網
- ・メールや電話では一方方向の連絡になってしまい、双方の確認がスムーズに取れるツール

導入ポイント

- ・情報発信者と、それに反応したメンバーの特定や内容の確認が一目でわかる
- ・やりとりの時間が残るので、報告書などをまとめる時に便利
- ・既読者、未読者の確認もできる

導入効果

- ・社内ルールによる連絡の簡素化
- ・緊急時対応のスムーズ化

何か起きたら WowTalk が浸透してきています

一方向ではない、双方の確認がスムーズに取れるツール

亀田製菓株式会社は、昭和32年(1957)に米菓メーカーとして会社が設立され、設18年目の昭和50年(1975)に米菓業界で売上日本一を獲得。以来、米菓市場国内シェア1位、さらに国内米菓市場の約30%のシェアを持つトップカンパニーとなっています。

「亀田の柿の種」や「ハッピーターン」、本社のある新潟県限定で販売している「サラダホープ」など数々の主力製品を世に送り出していますが、近年ではヘルシーで美味しい「米菓」が世界でも注目され、海外事業も好調に売上を伸ばしています。

今回は、亀田製菓株式会社 業務推進部 マネージャー 大野直哉様、経営企画部 マネージャー 平野和雄様、システム開発部 IT推進チーム 技術グループ 吉田貴裕様に、危機管理対策として社内 SNS・ビジネスチャット「WowTalk(ワウトーク)」を導入いただいた経緯と実際の利用方法、今後の可能性についてインタビューさせていただきました。



導入の背景、課題

亀田製菓はグループ会社含め、北海道から九州まで全国に従業員がいますが、災害や予期せぬ事件、事故に巻き込まれた際の危機管理対策として緊急連絡網を用意しています。しかし、メールや電話では一方方向の連絡になってしまい、双方の確認がスムーズに取れるツールが無いか探していました。

社内 SNS 導入のきっかけ

会社携帯を営業職、管理職に支給しているので(コミュニケーションアプリ)LINEの利用も検討しましたが、やはりセキュリティ面に懸念がありました。とは言え、メールやSMSだと情報の伝達に遅れが生じてしまう。

そこで、システム開発部に「LINEに替わるような安全なツールは無いかな」と相談しました。そして、3ヶ月間ほど探して見つけたのが「WowTalk」でした。

WowTalk が選ばれた理由

亀田製菓では、危機管理対策を業務推進部が担っていて、何か起きたら経営陣まで 30 分以内に情報を伝える「30 分ルール」というものを設けています。

WowTalk なら

- ・情報発信者と、それに反応したメンバーの特定や内容の確認が一目でわかる
- ・やりとりの時間が残るので、報告書などをまとめる時に便利
- ・既読者、未読者の確認もできる

いま挙げた内容が、「リスク管理」と「スピーディ」な部分で非常に有効だと感じています。

もともと亀田製菓は、危機管理・リスク管理にシビアな会社なので、衛星電話や PHS、安否確認ツールも入れていますが、さらに「WowTalk」を併用することで手間を省き、スムーズに正確な情報伝達が行えるようになりました。当然、リスクも考慮し一般的なソフトやアプリではなく企業向けのセキュリティ面も重要視して選択しました。

具体的な利用例と導入後の効果

亀田製菓グループでは「震度 5 弱と避難勧告が出た場合は安否確認を取る」ことが社内ルールで決まっています。

実際、昨年の 9 月に浅間山噴火や地震、チリの津波が立て続けにあった際には WowTalk を使って連絡を取り合いました。各グループ会社の従業員の家族まで安否確認をする必要があるため、今までは各グループ会社内で担当者を振り分けて一人ずつメールや電話をかけて対応していましたが、今回 WowTalk を導入したことで情報発信者が一斉通知で担当者に連絡することが可能になり、相当な労力と時間を削減することができました。

災害時は総務に、品質問題は製品担当など。問題の種別ごとにトークグループを作成していて、フィルターをかけて情報発信をすることで混乱を避けることも出来ます。

亀田製菓グループの全体会議では「緊急時には WowTalk を使用するよう」呼びかけており、通知が来たら必ず反応するよう意識が浸透してきていると感じます。



今後の展望と WowTalk の活用について

亀田製菓は、毎朝始業開始から 20 分間、顔を見合わせてチーム内で直接話す Face to Face のコミュニケーションを大切にしています。その中でも足りないコミュニケーションがあった場合や業務連絡等で WowTalk を使用しているケースもあります。

ほかにも、営業のほかにフィールドスタッフ（FS）と呼ばれるパート社員がいて、スーパーなどの店頭まわりや棚作りをメインに担当している方たちがありますが、地域ごとの好みの特性や事例、売り場スタッフの方の声など現場の声をタイムリーに集めて営業に共有することにも WowTalk を活用できたら、と考えています。

その結果、商品開発の担当者が社外の情報共有から刺激を受けて、新たな製品が生まれる可能性もあるかもしれません。

取材にお応えいただき、ありがとうございました。今後も WowTalk を宜しく願いいたします。



TRANSPORT! COMMUNICATION SAGAWA

佐川急便株式会社

<http://www.sagawa-exp.co.jp/>



創業	1957年3月
事業内容	宅配便など各種輸送にかかわる事業
従業員数	46,295人（2015年3月現在）
内容	佐川急便は、100を超える国内・海外法人で構成される物流業界トップクラスの企業「SGホールディングスグループ」の中核事業会社

採用の背景

- ・突発的に荷物が増えたときなど、チームワークが必要とされるシーンでグループ間の情報共有をスムーズに行いたい
- ・作業をとめずに、一瞬で情報を伝えられ、セキュアな環境で利用できるツールを求めている

導入ポイント

- ・メッセージの既読 / 未読状況が一目でわかるので、より確実なコミュニケーションが可能になった
- ・クローズドの環境でセキュリティを保つことができる、情報漏えいの心配もない

導入効果

- ・突発的に荷物が増えたときなど、チームワークが必要とされるシーンでグループ間の情報共有をスムーズに行いたい
- ・作業をとめずに、一瞬で情報を伝えられ、セキュアな環境で利用できるツールを求めている

営業所内等での情報共有という課題を克服！ 今後は全ドライバー5万人規模での利用を検討

導入前の課題

- ・グループトークによるチームワークを醸成したい
- ・迅速かつ確実に、情報共有を図りたい

100を超える国内・海外法人で構成される物流業界トップクラスの企業「SGホールディングスグループ」。その中核事業会社である、大手物流企業の佐川急便株式会社（以下、佐川急便）は、経営ビジョンに「全ての信頼に応え、選ばれる企業へ」を掲げています。現在、物流業界では、ビックデータの活用や環境に配慮したペーパーレス化など、ドライバーの生産性向上や顧客ニーズに応えるべく、積極的にITソリューションを取り入れる動きが主流です。こうした市場環境の変化を敏感にキャッチし、日々、より付加価値の高い効率的な輸送サービスを追求する佐川急便。今回は、佐川急便 IT 企画部 部長 丸山様に、社内 SNS・ビジネスチャット「WowTalk（ワウトーク）」の導入経緯と活用法、そして今後の展開についてお話を伺いました。

無線機から携帯電話への切り替え。情報共有という点で新たな課題が

かなり以前は、ドライバー同士の連絡には無線機を使用し、グループで会話していました。その後、携帯電話に切り替えましたがグループではなく1対1のやりとりになってしまいました。たとえば、グループに新人がいる時や突発的に配送荷物が多くなった時など、無線機ならグループで情報を共有することができましたが、携帯電話では個別に調整するしかなくなっていました。そこで、セキュリティを保て、グループ間で確実なコミュニケーションを取れるツールは無いかを探していました。



WowTalk 導入のきっかけ

クローズド環境でセキュリティ面もクリア！法人向けのビジネスチャットで問題解決

- ・メッセージの既読 / 未読状況が一目でわかる
- ・全社導入を視野に入れた価格設定
- ・クローズドの環境でセキュリティを保つことができる
- ・誰でも使いこなせる簡単な操作性

はじめ、チャットアプリ「LINE」のように、グループ同士でリアルタイムに情報共有ができ、未読・既読状況が判別できるツールが良いと考えていました。しかし、お客様への対応についての連絡など、個人情報に紐づくやりとりも発生するため、クローズドの環境でセキュリティを保つことができるツールというのが必須条件でした。

「WowTalk」は、送った内容が既読か未読か一目で確認できる機能があり、普通にメールを投げるよりも数段、確実なコミュニケーションを取ることが可能です。現状、お客様から不在再配達依頼が入ったときなどは、社内システムからドライバーにメールで伝える仕組みがありますが、それ以外の連絡事項などは「WowTalk」を利用することで、よりスピーディに内容確認を促すこともできそうです。また、管理者が全ユーザーのアカウント管理ができるなどセキュリティ面でも安心できます。

「社内 SNS を導入するにあたり、複数サービスと比較しましたが、価格と機能のバランスで「WowTalk」を選びました。ちょうど、会社貸与の携帯電話をガラケーからスマホに切り替えることと同時のタイミングだったので、使いこなせるか不安もありましたが操作が簡単だったので特に問題はありませんでした。また、キングソフト様が開発に前向きに取り組んでいたのも決め手のひとつです。（丸山様）」



「WowTalk」導入方法と現状の利用方法

・社内 SNS の利用目的を明確に提示する

導入する際の説明では「あくまで業務利用」ということをしっかり伝えています。スタンプ・絵文字の使用を禁止にして、業務に必要な内容だけを情報共有をするということで使ってもらっています。

・想定利用シーンのテンプレートを作成

現状、係長以上を対象に約 3000 人で利用していますが、はじめ、スムーズに運用されるように、情報共有したほうが良い事例の資料を送り利用を促しました。『朝、今日配達すべき荷物が全国から集められるのでその到着状況や、クール便であれば今日の予想最高気温と蓄冷材の個数を確認するなど、ドライバーが出発するまでの段取りをきちんと行われるように「WowTalk」から情報共有してください』『ドライバー出発後に営業所の清掃状況を写真に撮り所長に送ってください』など、いくつか「WowTalk」利用の流れのテンプレートを作成し、共有しました。

・トラブルが起きたときの状況共有

トラブルが起きた際の状況と対応の共有です。ほかで起きないようにするために、「以前にお客様からこのようなお叱りをいただいた」、とか「道路が凍結して滑りやすいので気をつけましょう」、などを事例として共有し、未然に問題を防げるようにしています。

・業務連絡、営業報告

今現在、管理職の使い方としては業務連絡と営業報告も行っています。たとえば、配達荷物の目標個数に対して、昼の時点で進捗報告を行い、それに対して所長が新たな指示を出す流れです。情報が「見える化」することで、状況が把握でき、営業所の体制作りにも役立っています。

・スピーディなレスポンスで機会損失を防ぐ

また、新たな利用方法として、「貸切（チャーター）便」の対応のため、中京と四国地方で試験的に「WowTalk」を利用しています。従来は、例えばお客様から「大阪から熊本まで 10 トン車を手配して欲しい」と依頼が来た場合、各担当者が協力会社に直接連絡し、目的地まで使用可能なトラックの空き状況の確認から値段交渉まで都度電話などで対応という流れでした。しかし、「WowTalk」導入後は依頼を受けたら直ぐに一斉送信し、トラックがある会社だけレスポンスをもらい、個別対応してもらうことに。交渉履歴も残り、お客様に早いレスポンスを返すことがプラスとなり、売上にも寄与しているようです。

今後の展開

既に一部店舗においてドライバーにも「WowTalk」を試験的に導入していますが、今後は全ドライバーまで 5 万人規模（協力会社含む）で利用を検討しています。当初の課題であった（ドライバー同士の）チームワークを発揮してもらうために、一人ひとりがどんな状況が把握してもらうツール。共有したい内容を簡潔に、作業をとめずに一瞬で情報を伝えられるツールとして使えないかと考えています。

・忙しいときほど重要な情報共有

配達中、アクシデントやイレギュラーな対応が起きた時ほど、手が廻らず上司へ事後報告になってしまうケースがあります。現状、電話で連絡することが多いですが、繋がらないことも多々あり、無駄な時間が発生してしまいます。「WowTalk」を利用することで、一瞬で状況を共有できるようになれば、他のメンバー間でフォローの体制も迅速に取れるようになり、全体的に生産性が上がると見込んでいます。たとえば「飛脚ジャストタイム便」というサービスがあります。9 時配達の指定があったら、8 時 31 分～ 9 時までに配達。1 分でも過ぎたら運賃を返すシステムです。

トライアルをしている営業所の中には「飛脚ジャストタイム便」の配達が完了した際にドライバーから都度報告をしています。万が一、時間が過ぎてしまう場合もドライバーの状況をチームで共有できていれば、事務所スタッフからお客様へ事前に連絡をしたり、何かしらの形で手を打つことができます。ひとつの使い方として良いのではと考えています。

・モチベーションアップにも

また、一部導入済みのドライバーからの経験ですが、「新規のお客様を獲得できました！」などの連絡に対し、所長からオメデトウなどコメントを送ることでモチベーションアップにも繋がっています。今も、清掃状況の確認に写真の送信機能を活用しています。また街に佐川急便の車が停まっていれば写真を撮って「駐車措置」が上手くできていることを伝えるなど・・・文字で伝わりにくいことも一発で伝わります。



会社としての取り組み

スマートフォンを利用して「ドライバーの生産性を上げる」「顧客対応の充実」を加速させていきたいと考えています。

お客様への、スピーディで正確な対応で機会損失を防いでいきたいですね。

・環境へ配慮した、受領印票や配布資料のペーパーレス化

・ドライバーの力を上げるために「自分で学べる環境づくり」

など、ドライバーが営業の源、パワーなのでスマートフォンを活かしてドライバーの力を上げていくことが会社を良くしていくことに繋がると思っています。

セキスイハイム東海

セキスイハイム東海株式会社

<http://www.816t.jp/>

市場情報	非上場
設立	1971年9月
事業内容	住宅関連事業
資本金	1億9,800万円
売上高	451億600万円（2015年3月、連結）
従業員数	512名

採用の背景

- ・お客様とのコミュニケーション頻度を保ちたい
- ・一方的ではない「情報共有」の必要性

導入ポイント

- ・難しい操作は一切無し、説明不要な使いやすさ
- ・LINEなどのプライベートツールと切り分けられる安全性

導入効果

- ・リアルタイムな情報共有による安心感・信頼感の醸成
- ・お客様へのフォロー体制の強化

お客様から

家のことについて話す機会が増えたと言っていました。

リアルタイムな報告や相互コミュニケーションが可能に

セキスイハイム東海グループは、「お客様第一主義」の理念のもと、県内トップシェアを誇る住宅業界のリーディングカンパニーです。静岡県をテリトリーとし、浜松・静岡・沼津の各支社と38の展示場を展開、注文戸建住宅や賃貸住宅事業をはじめ分譲マンション事業や保険代理事業を行っています。また、リフォーム、エクステリア、不動産売買などの住宅関連事業を行うグループ会社と共に静岡県 No.1 のトータル・ハウジング・サプライヤーとなっています。

今回は、セキスイハイム東海株式会社 技術部 部長 小谷祐方様、技術部 工事統括グループ グループ長 櫻井智也様、企画管理部 システムグループ グループ長 梅田明良様、沼津支社 東部工事事務所 担当主任 遠山公彦様に、社内外における連絡手段として社内 SNS・コミュニケーションプラットフォーム「WowTalk（ワウトーク）」を導入いただいた経緯と実際の利用方法、そして導入効果についてインタビューさせていただきました。



導入の背景、課題

セキスイハイム東海では、ひとつの家を建てるために、営業・工事・設計・インテリア・エクステリア（庭）各担当者がチームを組み、アフターサービスまで担当します。まず、営業担当がお客様と話し合い、建てたい家のイメージやご要望を伺い、設計担当やインテリア担当にバトンを渡して作り上げていきます。

お客様とのコミュニケーション頻度を保ちたい

構想段階では、お客様と密にコミュニケーションを取れてはいますが、地鎮祭から住宅の土台を作る基礎工事期間に入ると、どうしてもコミュニケーション頻度が減ってしまう傾向がありました。

特に、基礎工事された場所に工場で作った建物を現場へ運んで組み上げる「据付工事」はお客様にとって一大イベントですが、天候に左右されやすい工事でもあります。

たとえば、雨天延期が決まった際にもコミュニケーションが上手くとれている関係でしたらスムーズに伝えられますが、場合によってはクレームになってしまう可能性もありました。

社内 SNS 導入のきっかけ

まずは、チームとお客様を結びつけるツールの必要性を感じていました。始めに工程表を作成し取り掛かりますが、工程のズレやお客様のご意見による変更や、当初の情報からの変更などを経て建物を作り上げていきます。

一方的ではない通じ合うコミュニケーション

何よりも、チーム全体で工程に関する全ての内容を「情報共有」されていることが大事なわけです。

メールや電話では一方的になってしまいがちですし、見た・見ないなどのトラブルになるケースもあります。そこで、スマートフォンから手軽に使える SNS であれば、画像を使った進捗共有や状況報告がスムーズに出来るのではないかと、思いました。



WowTalk が選ばれた理由

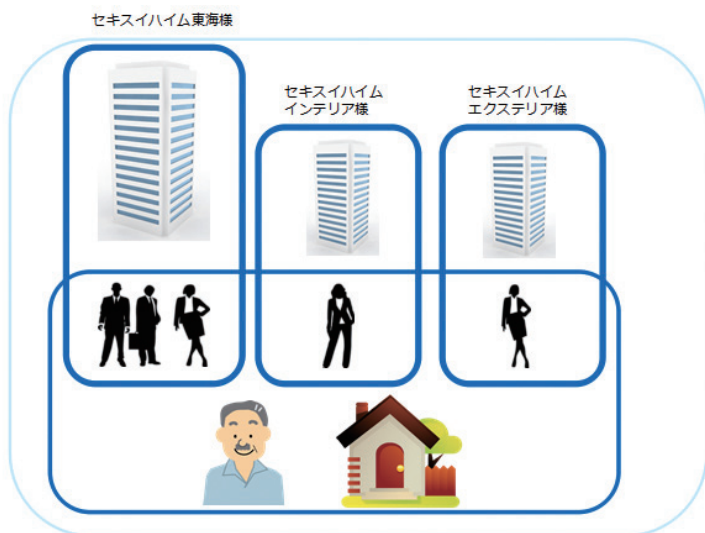
はじめは、LINE が良いのでは。という話もありましたが、アカウント ID がどうしても個人に紐づいてしまう点がネックでした。お客様とのお取引が始まり、家が完成してからアフターサービスまでの約 4 ヶ月ほどは SNS を活用してお客様と担当者のチーム内でコミュニケーションを図りたいですが、期間が終わった後も LINE ではアカウントや作成したグループを管理しにくいし、プライバシーの問題も難点でした。

説明不要の「使いやすさ」

そこで、クローズドな環境で利用できる SNS ツールを探して、WowTalk に行き着きました。ほかのいわゆる社内 SNS も試用してみましたが、WowTalk を採用した理由は使いやすさ。

今は社内でもチームのコミュニケーションツールとして利用していますが、お客様にも社員にも WowTalk の使い方についてイチからレクチャーする必要がなく、めんどろな説明が不要なところが良いですね。LINE と同じです、で問題ないですから。

【利用イメージ】



チームとお客様ごとにアカウントを作成し現場写真を共有

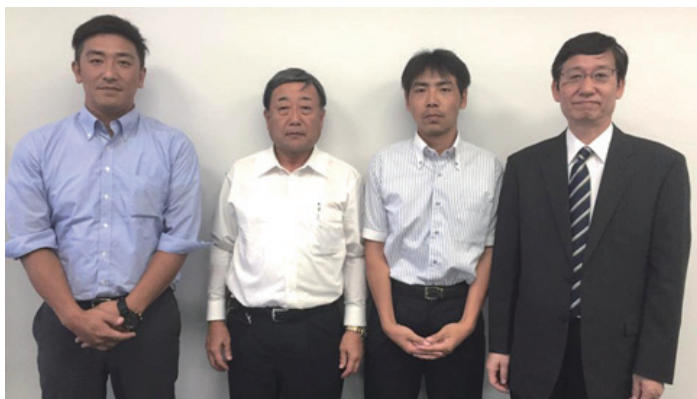
まずは、お客様と契約を結んだあと、登録作業を弊社が行いお客様にアカウント ID を発行します。WowTalk にある機能のうち、1 対 1 の「トーク」(チャット)と「グループトーク」、あとはメンバーを探すための「社員リスト」のみ利用可能としています。

WowTalk は機能の制限を設定できないので、お客様には事前に利用範囲を確りとお伝えするようにしています。ほかにも、「気軽にコミュニケーション」が取れるツールだからこそ、お客様に失礼のないようトークを行う上での表現や時間帯などルールも徹底しています。

トークでの主なやり取りは、写真も送信できるので現場の写真や担当者の顔写真を送ったりしています。家を建てている現場に中々足を運ぶことのできないお客様でも、安心していただけるように心がけています。家をイチから建てていく過程は、まるで孫の成長を見ているようなイメージなので、お客様に見守っていただけるよう WowTalk でコミュニケーションをとるようにしています。

WowTalk 導入後の効果

お客様の 8 割以上は WowTalk を一時的に利用することに好意的で、「家のことについて話す機会が夫婦間、親子間で増えた」と言っていました。家を建てた後のアフターサービス期間が終了するまで WowTalk で繋がっていますが、やはり以前よりも手厚く対応できるようになったと思います。コミュニケーションが不足がちだった地鎮祭から、早い段階でお客様と一緒に「家を建てる」ことに対して盛り上げられるようになりました。



リアルタイムな状況報告やレスポンスでモチベーションも向上

また、お客様を交えた使い方以外にセキスイハイム東海の社内でも利用していますが、朝の始業開始報告をはじめ、エールを送りあったり、現場の状況を写真付きで共有したりしています。今までの 1 対 1 のメールは一方通行のコミュニケーションになりがちでしたが、WowTalk では「リアルタイム」な報告や相互のコミュニケーションが可能になりました。実際、上司への報告がアピールにもなりますしモチベーションも上がります。

取材にお応えいただき、ありがとうございました。今後も WowTalk を宜しく願いいたします。

PEACH JOHN

株式会社ピーチ・ジョン

<http://www.peachjohn.co.jp>

市場情報	非上場
設立	平成 6 年 6 月 1 日
事業内容	婦人服等各種衣料繊維商品の通信販売及び 直営店販売
資本金	9,000 万円
売上高	約 120 億円
従業員数	170 人（正社員のみ）

採用の背景

- ・店舗の年齢が若いスタッフにはまったく馴染まず、以前はツールの浸透に苦戦
- ・チャットアプリ「LINE」を使い、既に一部の報告がなされていることがわかり、対策の必要がある

導入ポイント

- ・チャットアプリとして操作性が似ていて使い勝手の良い
- ・ログでチャット内容が残せることも、何か問題が起きたときに経緯を辿ることができる

導入効果

- ・言葉で伝わりにくいものは写真を送ることで視覚的にすぐ伝えられることが良い
- ・コミュニケーションも取りやすい
- ・海外でも問題なく利用でき、リアルタイムで連絡が取れる

使い勝手

が非常に重要であると確信しました

株式会社ピーチ・ジョン（以下、ピーチジョン）は、主に婦人系衣服の通信・直営販売業を行う会社です。日本全国のほか、香港、上海、北京などアジアでも女性を中心に人気を博している「ピーチ・ジョン・ザ・ストア」を運営しております。

今回は、ピーチ・ジョン 経営管理本部情報システム課 前田様、湯田様にセキュリティレベルが高く、安心して社内の情報共有に活用できる、社内 SNS・ビジネスチャット「WowTalk（ワットーク）」を導入いただいた経緯と実際の利用方法、今後の可能性についてインタビューさせていただきました。



導入前の課題

もっとコミュニケーションを！

各店舗のスタッフ間でもっとコミュニケーションを取る必要があるという話しが挙がり、社内 SNS ツールを導入しようというのがスタートでした。はじめは、他のツールを導入しましたが、使い勝手が少し古く、掲示板のような役割のツールでした。そのため、店舗の年齢が若いスタッフにはまったく馴染まず、ツールの浸透に苦戦していました。

その過程で、なぜ浸透しないかを社内でヒアリングしたところ、チャットアプリ「LINE」を使い、既に一部の報告がなされていることがわかり、対策の必要があると感じました。その件から、主に若いスタッフにとって「使い勝手」が非常に重要であると確信しました。

WowTalk が選ばれた理由

使い勝手の良さが決定打に

そこで、チャットアプリとして操作性が似ていて使い勝手の良い「WowTalk」に出会いました。実際、アクティブ率も高く「店舗内コミュニケーションの活性化」にも役立っています。あと、重要視していたのはセキュリティ面です。「WowTalk」は管理人がアカウントを発行できるので、勝手に部外者をグループに入れることはできません。ログでチャット内容が残せることも、何か問題が起きたときに経緯を辿ることができるので安心です。

具体的な導入方法

はじめは、モデル店舗を 5 店舗決めて、情報システム・本部・ストア間の情報共有として運用を開始しました。

利用方法としては本部スタッフから商品陳列の指示を出すときや、ストアのディスプレイイメージを共有するときにデジカメで写真を撮ってパソコンに取り込み、送受信する。という工程を踏んでいましたが、「WowTalk」導入後は店舗で配布した iPod Touch からアプリを立ち上げ、写真の撮影→送信まで完了できるので手間と時間の短縮につながりました。やはり、言葉で伝わりにくいものは写真を送ることで視覚的にすぐ伝えられることが良いですね。

課題でもあった本部への業務連絡も、「WowTalk から送信可」というルールを新たに作り大々的に運用を促進しました。2015 年 10 月より店長会議で「LINE から切り替える」ように指示を出して全社で展開していますが、このルールもあって、ほとんどの店舗で「WowTalk」が定着しています。

「WowTalk」は、ユーザーごとにアイコン設定できるのですが、配布後に初ログインする際に「自撮り（自分自身を撮影すること）」して設定することを推奨しています。顔写真を登録することで、スタッフとしての自覚というかメンバーになったんだという気持ちを持つことができ、コミュニケーションも取りやすくなっています。あとは、どの店舗に所属しているか把握できるよう、登録時の名前に「店舗名 + 苗字」を入れる工夫を取り入れ、混乱しないようにしています。

また、アジアを中心に海外店舗もあるので海外出張をする際も貸し出すスマートフォンに「WowTalk」を入れて使っています。海外でも問題なく利用でき、リアルタイムで連絡が取れるので便利です。



今後の展望と WowTalk の活用について

ピーチ・ジョンはスタッフが働いていて楽しく風通しの良い会社になりたいと考えています。そのために、社内・社外問わずコミュニケーションは外せない重要なテーマだと思っています。

「WowTalk」は、登録に個人情報や社用メールアドレスの発行などが必要ないため、バイト含めスタッフ全員に使ってもらえるツールです。管理も楽ですし、新しく入社したスタッフでも、すぐに利用を始められて社内の空気や状況を共有し合えることがとても良いと思います。今後は、横のつながりを意識したより楽しい機能などが実装されることを期待しています。ピーチ・ジョンのスタッフが働く喜びを醸成していくためのツールとして「WowTalk」をもっと活用していきたいと考えています。

取材にお応えいただき、ありがとうございました。今後も WowTalk を宜しく願いいたします。



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



市場情報	非上場
設立	平成 14 年 8 月
事業内容	国内通信事業者の携帯電話・通信サービスの販売及び代理店業務
資本金	1,000 万円
売上高	約 1,000 億円
従業員数	1017 人（正社員数：142 人）
内容	大手家電量販店ビックカメラ 100%出資の子会社設立 13 期で売上 1,000 億を突破

採用の背景

- ・社内メールではスピード感ある確実な情報共有が難しかった。
- ・プライベートでも利用しているチャットアプリと分けてセキュリティを保ちたかった

導入ポイント

- ・既読 / 未読の確認が出来る
- ・簡単な使い勝手で高い定着性
- ・導入時に、社用メールアドレスの登録や個人情報の取得などめんどろな手続きが必要ない

導入効果

- ・写真の活用で情報伝達のミスを低減
- ・外出先で突発的に発生した質問や問題にも、チーム内ですばやく対応できるようになり、お客様に適切なタイミングでアプローチできるように

リアルタイムに情報を周知 スピード感ある対応で無駄なメールを削減

携帯電話の販売および付随する各種サービスの提供と、MVNO 事業を中核業務とする株式会社ラネット。大手家電量販店ビックカメラの 100%出資子会社として、設立 13 期を迎え、売上 1,000 億円超え、従業員数 1,000 名規模に成長しています。

今回は、法人営業部 シニアマネージャー 山岡様に、社内 SNS・ビジネスチャット「WowTalk（ワットーク）」の導入経緯と活用法、導入効果についてお話を伺いました。



導入前の課題

- ・社内連絡はパソコンのメールを使用していたがスピード感があまりなかった
- ・LINE は禁止にしていたが使い勝手の良さで使ってしまうていた

携帯電話販売の代理店業をしているので、各通信キャリアから 1 日 10 通以上は新情報や新条件の共有、キャンペーン情報の展開についてメールが送られてきます。

重要な内容のものは、チーム内に周知する必要がありますが、社内へのアナウンスとは言えメールだと定型文を入れる手間があったり、メールを展開してもチームのメンバーが確認しているか送信者が把握できないこともあり、煩わしさを感じていました。

会社としてセキュリティの観点から使用禁止にしていますが、さきほどの煩わしい部分をカバーする目的でチャットアプリ「LINE」が日常的に利用されていることを知りました。

導入のきっかけ

社内 SNS と言っても機能や内容は様々で、既読の印が付かないものもあれば、グループトークの数が制限されているので全社展開できないサービスもありました。

その中で、「WowTalk」は重要視していた既読 / 未読の確認が出来る点や、トークルーム数の制限もなく、スマートフォン利用者が使い慣れている「LINE」と使い勝手が似ている点で導入後の利用率が高いだろうと判断し導入しました。

活用方法と導入効果

社外はメール。社内は「WowTalk」。

主に、グループトーク（チャット）を利用しています。任意でユーザー同士が作成したグループではなく、管理者が初期設定したグループを使用しています。

・勤怠状況をリアルタイムに把握できるように

外出先でも、電車遅延などで遅刻しそうな時や、訪問先への直行直帰など、スマートに勤怠連絡を流すことができます。部下の行動もリアルタイムに把握できるのでスケジュールをいちいち確認する手間も省けます。

・既読確認でチーム内の共有もスムーズに

また、課題でもあげた各通信キャリアからのメール情報の周知に関しても、確認漏れがなくなったことで、キャンペーンの展開も以前よりスムーズに適切なタイミングでお客様へ提案できるようになりました。

・写真の活用で情報伝達のミスを低減、スピーディな対応が可能に

弊社では携帯電話のほか、複合機やビジネスホン、ネットワークなどのサービスも提供していますが、お客様先で利用されている機材の型番を確認する際にも「WowTalk」が活躍しています。

たとえば、新人がお客様先で交渉しているとき、同じ型番の製品をうちでも取り扱っているか、とか代替サービスはあるか、などを確認するシチュエーションで、以前は案件を持ち帰り電話やメールで先輩や担当者に確認する作業がありました。

しかし、電話だとすぐに繋がらないケースもありますし、型番も表記が小さいのでメールを送るにしても打ち間違えてしまったり。余計な時間がかかってしまいました。

「WowTalk」なら、スマートフォンから型番表記をアプリ内カメラで撮影し、トークから共有すればトークメンバーも視覚的にすぐ把握できるので回答スピードも格段に早く返すことができます。おかげで、商機を逃さずにお客様へサービス・製品のご案内ができています。



今後の展開

帰属意識をアップさせ、人材確保につなげていきたい

・社内向けポータルサイトと連携しコミュニケーションを強化
情報システムが発信している社内向けのポータルサイト（ランポート）があり、社長からの一言や経営メッセージなど定期的に公開されているのですが、正直、社内の反応を可視化できるスタイルではないので、社員が見ているかどうかイマイチ把握できていません。

もったいないですし、今後は「WowTalk」のタイムラインを活用して更新のお知らせなどを流し、コメントや「いいね！」ボタンで社内コミュニケーションを活性化させたいですね。更新する側のモチベーションにも繋がりますし、より良い社内環境が醸成できると思います。

・業務用端末を持っていない派遣社員にも ID を付与し帰属意識を高めたい

あとは、各ショッップで働く方の多くは派遣社員で業務端末を付与されていないので、「WowTalk」のアカウントを発行し、連絡手段や情報共有面でも利用したいと考えています。

3 月末に「ファイル送信機能」が実装予定とのことで、外出先で、エクセルやパワーポイントなどの資料を外でもすぐに確認できるようになると、より「WowTalk」の使用頻度が上がると思います。期待しています！