

店舗を可視化することで、現場力と働きがい(ES)を向上

ゲームセンターをはじめとしたエンターテイメント施設を全国展開するバンダイナムコアミューズメント様。多彩な「遊び場」を通じて夢と感動をお届けする施設創りを目指し、DX化を推進しています。そこで、アナログだったシフト作成の解決に向けて「はたLuck®」がテスト導入されました。検証の結果、シフトだけでなく、その他の機能における有用性もご評価いただき、店舗運営に必要なオールインワンアプリであること、スタッフの働きがい(ES)の向上への寄与も期待され、全店導入を決定しました。その背景について、本部・SV・店長の各視点でお話を伺いました。

導入概要

株式会社バンダイナムコアミューズメント

業種:アミューズメント機器の企画開発販売
アミューズメント施設の企画運営
導入規模:4300名(2022年4月30日現在)
導入店舗数:国内235店舗(2022年4月30日現在)

導入目的

- ▶店舗運営に必要な複数機能の一元化
- ▶スタッフの働きがい(ES)向上
- ▶マネジメント業務の効率化



効果・変化

決め手は、店舗運営に必要な複数機能を持つオールインワンアプリであること

片倉 当初、シフト作成ツールの導入検討の中の一つが「はたLuck®」でした。そこで実際に導入検証を進めていく中で、シフトだけではない機能も「かなり使える」という声が上がってきたのです。

山口 当時、私は店長としてテスト導入を担当して、「はたLuck®」の良さは、可視化にあると感じました。もちろん、シフト作成では申請側も管理側もExcelからアプリになって、大幅な負担軽減になり、さらに「WEBレポート」で、シフト管理状況が可視化できることで、スタッフ数やコストのコントロールといった人員配置の最適化に注力できるようになりました。

池田 可視化という点では「WEBレポート」のネットワーク図という店舗内の従業員同士の繋がりや中心人物などがわかる関係図も新鮮で、山口さんから店長を引き継いだ後も活用しています。スマホ1つで

スタッフに情報共有でき、コミュニケーションもとれるという使い勝手も良く、「はたLuck®」上のコミュニケーションによって、スタッフの距離感や関係性がネットワーク図で可視化されます。そこで「このスタッフさんがコミュニティから外れているな」とわかれば、社員にフォローをお願いすることができます、肌感で理解していた人間関係の裏付けを知れたり、逆に自分の思い違いにも気づくことができました。

片倉 この「WEBレポート」がとても活用できるという話を山口から高い熱量で説明されて、私自身も利用状況を確認しながら「これは使える」と実感しました。そして、本来の目的を超えて、店舗運営に必要な複数機能を持つオールインワンアプリであることが導入の大きな決め手になりました。

導入の流れ

デジタルリテラシーが高く、自ら使ってみたいというリーダーをインフルエンサーとして導入を促進

片倉 とはいって、全国展開において一番大きなハーダルは、すでにコミュニケーションツールを導入していました。 「わざわざリプレイスする必要はないんじゃないかな」という意見が上がる中ではっきりとした効果を示す必要がありました。まずは、当時各務原の店長だった山口とその上司のエリアマネージャーが「はたLuck®」に強い興味を示してくれて、各務原店1店舗でテスト導入しました。各務原店で良い効果が出たことで、次のステップが、数店舗を束ねるエリアにおけるエリアマネジメントとしての活用、さらに各エリアの代表店舗での活用という、全国60店舗でのテスト導入へと拡大させました。そこでも、デジタルリテラシーが高く、やる気

のある各エリアの店長を選びました。 というのも、ツールは使わなければ機能しないし、使い方に習熟しないと効果も出ない。要するに、こういうデジタルツールは導入すれば即座に効果が表れるものではないのです。そのため、自ら使ってみたいという人に検証してもらわないと、良し悪しの正確な判断ができないんですよね。 そして良さを知る同志を増やした上で、定量・定性での結果・効果を決裁者に説明しました。 なにより、全国何千名に使ってもらうというのは弊社にも大きな負荷がかかります。ここまで伴走してもらった「はたLuck®」側に十分な対応力と信頼感があつたことも、全国導入の決め手の1つになりました。



株式会社バンダイナムコアミューズメント
マーケティング部 マネージャー
片倉 様

本部サイドにて、オウンドメディアの運用やデジタルインフラの導入などのDX化推進を担当。



株式会社バンダイナムコアミューズメント
北陸エリア マネージャー
山口 様

各務原店でのテスト導入時の店長を務め、現在はマネージャーとなり、北陸エリアを管轄。北陸エリアでのテスト導入も牽引。



株式会社バンダイナムコアミューズメント
namco イオンモール 各務原店 ストアマネージャー
池田 様

山口様の後任として各務原店で現店長を務める。活用度の一番高い現場での状況や声を知る存在。

浸透・活用

エリアマネージャーとしての効果的な浸透法、
エリア全体の横連携を強める活用法とは？

山口 各務原店でのテスト導入で高い効果を実感していた私は、北陸エリアを統括する立場となり、現場力を高めるためにも「はたLuck®」という武器を管轄の11店舗へ何としても導入したく、テスト導入エリアに選出させていただきました。私が有効だと思ったツールでも、11店舗すべての運用を軌道に乗せるには苦労もありました。エリア内でデジタルリテラシーが高いお店といえば、情報共有が困難な大型店舗、そこは即座に大学ノートからデジタルへの移行に良い印象を持ってくれました。一方で、スタッフが数人の小型店舗では「口頭で済むのに、わざわざデジタル？変える必要ありますか？」という反応でした。そこで、「早番と遅番でその場にいないスタッフがいるから履歴を残した方が、抜け漏れが減ります

すよ」「小型の店長から、中型、大型になれば、スタッフとの情報共有が必須になります」など、デメリットよりメリットが上回ることを話して共感してもらい、使いながらより有効な活用法を伝えてきました。

また、エリアを統括する立場として有効だったのは、北陸エリア11人の店長と私だけのアカウントを設け、互いに伝えたい・共有したいことを発信し合うプラットフォームをつくったことです。先日は、そのアカウントでキャンペーン時の店頭写真を皆で共有して、良い点や気になる点も共有し合うことで、全体のクオリティがグッと上がったという嬉しい効果も出て、これまで少なかった店長同士の横連携の強化にも繋がっています。

「はたLuck®」活用事例
新人スタッフの定着に向けて

新人スタッフの初日の研修では「はたLuck®」に登録してもらい、全スタッフから星とメッセージを贈ることで承認欲求や安心感を与えることができました。



※投稿より抜粋

効果・変化

「はたLuck®」は、優良店舗の土壌づくりに
欠かせないツールになる。

池田 私が各務原の店長に赴任して驚いたのが、休み明けのスタッフが連絡事項をすべて知っていたことでした。山口さんが「はたLuck®」を浸透させてくれたことで、お店に出る前に「連絡ノート」を見るという行動が当たり前にあって、他店舗と比べて仕事に着手するまでの時間が段違いで早いんです。現場は「はたLuck®」を、楽しみながらスマートに使いこなしていますから、店長としては、ここで得られたデータを見ながら改善点を把握し、それに対するPDCAを回していくという部分で、「はたLuck®」は本当に有効だと感じています。

山口 そう、働く側のメリットだけでなく、管理側としてのメリットも大きいアプリですよね。エリアマネージャーとしても、スタッフにお店の状況を投稿してもらうことで、店舗の特色や課題把握

の解像度も高くなり、複数店舗で比較することで、生産性の高い店舗、離職率の高い店舗の傾向も見えてくると思います。各店舗が発信する「はたLuck®」の投稿には、店舗運営におけるヒントが多くあって、そうしたナレッジを店長間、エリアマネージャー間で横連携することで、全体の底上げを図ることができます。

片倉 弊社の仕事満足度(ES)でもリーダーシップの項目において「情報共有」を重要視しており、北陸エリアではこの項目がグッと上りました。やはりお客様にいいサービスを提供する店舗になるには、チーム力、現場力が必要です。その土壌づくりに欠かせないツールとして、ぜひトライアルで使っていただき、その効果を実感していただきたいですね。

「はたLuck®」活用事例
「あの情報どこ？」がすぐ見つかる検索機能

連絡事項・マニュアルガイドライン…。最近はコロナ禍もあって見返したい情報がたくさんある中、検索する機能があることが、非常に便利だと感じました。



※投稿より抜粋

1 ユーザーの利用状況を可視化



2 シフトの管理状況を可視化



3 コミュニケーションを可視化



アプリ内のデータから、働きがい向上、生産性向上に向けた行動を促進させるインサイトを提供

はたLuck®
「WEBレポート」
3つのポイント