

図2: はじめての投稿を促す工夫

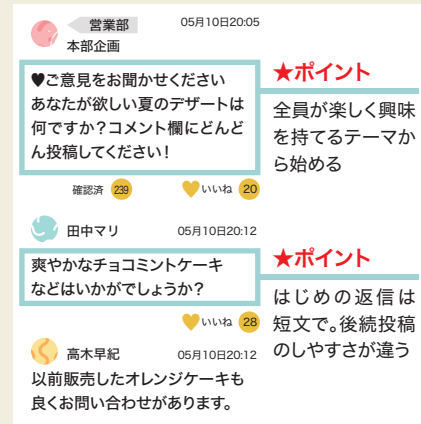


図3: バッチ機能で承認感を高める

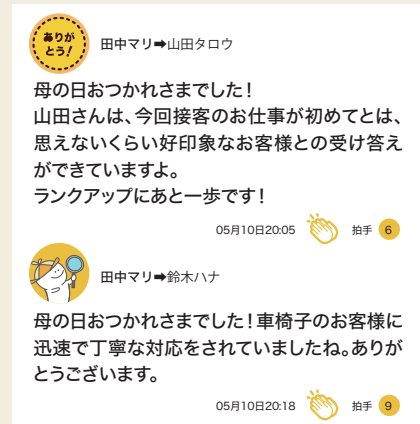


図4: トークルーム一覧



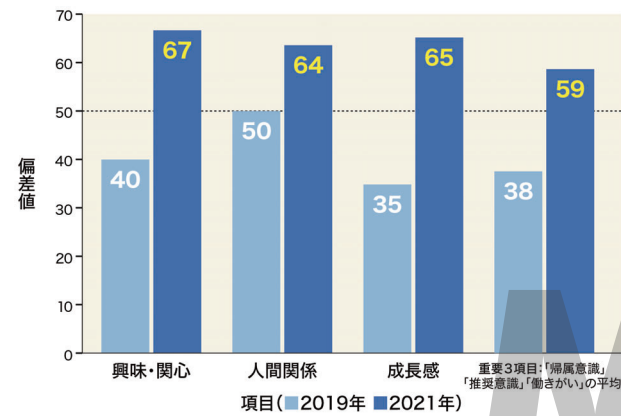
オンライン業務連絡ツール

「tenpoketトーク」の活用で 従業員満足度向上に成功

株式会社トップス 洋菓子販売

株式会社 <https://www.akasaka-tops.co.jp/>

図5: バッチ機能を活用することで従業員満足度が向上



③「指摘中心」から「承認中心」の「コミュニケーション」

三浦氏：運用が活性化している1番の理由は、チームリーダーを巻き込んで運用方法を決めたからかもしれません。先の従業員満足度調査で店長からの評価が厳しかったメンバーです。「どのように活用すべきか?」という議題で会議をしました。最初に決まったのは、「待つよりもきつと投稿は出てこないで私達から話題を振ろう」という点です。ただやり方を間違えると一方的な押し付けになります。そこで出てきたのが「臨時時に気がついた輝いているスタッフについて投稿できる場所を作ろう」というアイデアです。「tenpoketトーク」のバッチ機能(賞賛や感謝をありがとう)が

着いています。

洋菓子販売店において「業績」と「店舗内コミュニケーション」の改善はどのようにつながりますか?

三浦氏：洋菓子販売店は「立ち寄りやすい雰囲気」がとて大切で、お客様の入店のしやすさが再来店につながり、ひいては業績向上にもつながるからです。そして、「雰囲気の良い店舗は、良好なコミュニケーションが取れている」ということが「tenpoket」

ジョブなどのバッチと一緒に送れる機能を活用することになりました(図3)。

弊社の多くの店舗はカウンター形式で常にお客様の目がある中でスタッフ同士はやりとりをしなければなりません。ですから、チームリーダーが臨時に必要事項についてのやりとりばかりになっていました。「こ直そうね」と指摘ばかりの会話になってしまっていたということ。褒めることや「承認のコミュニケーション」ができていなかった。従業員満足度調査の結果が低かった原因です。その状況を変えるための取り組みを始めることにしました。

「承認のコミュニケーション」が中心に据える」というやり方は当社にあっていたようで、現在はこの活動が店舗にも浸透して、店舗スタッフ同士でも「tenpoketトーク」のバッチ機能を活用することになりました。このような導入の工夫を経て、現在は(図4)のトークルームを基本に全店で活用が定着しています。

鳥居氏：今まで本部には「業績」しか見えていませんでしたが、「tenpoketトーク」によって、業績につながる途中のプロセス「各店舗のコミュニケーションの質」が見えるようになりまし。今まで見えていなかった店長の能力を評価してあげられるようになったという点は大きな変化です。

弊社の店長は良い取り組み事例を共有すると、自店に取り入れてくれるので、例えば、店舗の「日報」を全店で共有するなど、今後も少しずつ変化を促していければと考えています。

ク」を介してわかりました。

鳥居氏：西武池袋店が良い例なのですが、「tenpoketトーク」のバッチ機能を使い、店長がスタッフをしっかりと見守り、承認しています。こういった店舗は雰囲気が良いです(図5)。実際、バッチ機能の活用と連動して、西武池袋店の従業員満足度は顕著に改善しました。売上もコロナ禍で苦戦する月もありましたが全体としては昨年対118%と好調です。

実は今、この西武池袋店のバッチコミュニケーションを他店の店長が真似をするという良い連鎖反応が広がっています。他の店舗のコミュニケーションが「tenpoketトーク」上で見られるようになった効果です。

導入後に実感している変化や効果について教えてください。

三浦氏：本部と店舗の意思疎通ができていないと感じていたので、会社として変化をしようと試みていた時期でもあり、様々な施策を通達することが増えていたのですが、店舗に本部の真意がきちんと伝わっておらず現場に不満や負担感が溜まっていた。まずは現状を正しく理解するの必要を感じ、本部には見えていなかった従業員満足度の実態調査から実施することになりました。

結果は想像以上の評価の悪さでした。特に店長がチームリーダー(複数店舗を統括するマネージャー)と本部に大きな不満を抱えていることがわかりました。そこで、1番の課題であった「本部と現場

① 本部の真意を伝える

三浦氏：導入前には店長会での説明に加え、直接出向いて一人ずつと話しました。中心メンバーには、負担をかけていることを謝罪し、この状況を変えたいという思いを伝え、その他のメンバーには、「今までアナロ

そのような状況だったにも関わらず、キックオフから2週間で「tenpoketトーク」が定着スタッフの皆さんに積極的に活用されています(図1)。どのような工夫をされたのですか?

洋菓子販売の「TOPS:トップス」を中心に全国33店舗を展開している株式会社トップス。以前の本部通達はFAXだったため、本部の真意が伝わらず、現場に不満が溜まっていたといえます。そこで、オンライン業務連絡ツール「tenpoketトーク」を導入してコミュニケーション改善に努められました。結果、従業員満足度は8.7ポイントも改善。その取り組みについて、同社営業部・チームリーダーの鳥居富美子氏、教育トレーナーの三浦文子氏(写真・下)のお二人に伺いました。

本部通達を「FAX」から「オンライン通達」に切り替えたのは何故ですか?

