

タイトル

「6人体制で丸2日かかっていた集計が一瞬で完了？小売店のJOOR活用方法とは。」

今回は小売店でJOORを導入頂いている株式会社東京デリカの松井さんと片山さんにお話を伺いました。松井さんは主に商品の企画・作成を行う第三商品部のデジタルマーケティング領域を担当、片山さんは同部署で店舗ECと商品企画を担当されています。東京デリカさんは全国で600店舗以上のバッグやファッショングッズの専門店を擁する国内でも有数のリーテラーで、一流ブランドとのコラボしたオリジナル商品や数々のプライベートブランド商品などの競争力のある商品を展開しています。今回は、ブランドや卸ではなく、小売店視点でのJOORの活用方法についてお話を伺いました。



+JOORへの印象の変化

初めてJOORについて話を聞いた際、どのような印象を持たれましたか。

松井さん:「最初話を聞いたときは、ブランドや卸の方向けのサービスだという印象が強かったですね。ブランドさんのように色々な売り先を探したりする機能がJOOR上には備わっていてブランドや卸側にはとても魅力的なツールだと思いましたが、我々の場合はそういう機能はあまり必要がないので。だからこそ、小売りとしてJOORを活用できるのかについては正直なところ懐疑的でした。」

最初はJOORの導入に対して懐疑的だったということですが、導入するに至った背景はどのようなものだったのでしょうか。

松井さん:「JOOR導入に踏みきったのは、コロナの深刻化によって展示会が開けなくなったというのが大きいですね。我々は全国に約630店舗の店を構えています。また、我々はセントラルバイイングではなく、各店舗の店長がそれぞれの裁量で、展示会で気に入った商品を発注する仕組みになっています。これまでは年に二回、東京で展示会を開催していましたが、それがコロナの影響で開催できなくなったというのがJOOR導入を決めた大きな要因ですね。」

導入後、JOORに対する印象の変化はあったでしょうか。

松井さん:「もちろんです。この状況下なので展示会を開催したとしても各店舗の店長はなかなか足を運んでくれません。そんな状況下でもJOORを導入してからはオーダーを集めることができるので、とても満足しています。初めは弊社にはあまり向いていないという印象がありましたが、180度印象が大きく変わりましたね。小売りにとってもとても便利なツールだと感じています。」



＋導入後の変化

先ほど、コロナ禍においてもオンラインでオーダーを集めることができたといったお話がございましたが、JOORを導入して頂いて以降、具体的に業務にはどのような変化がありましたでしょうか。

片山さん:「例えばですが、これまで6人体制で丸々2日かかっていた集計業務が一瞬で終わるようになりました。(笑)JOOR導入までは紙ベースで発注を受けて、それを一枚ずつ確認して集計を取っていました。今では考えられないですが、相当な時間と労力を割いていましたね。JOORを導入して以降は、それらの作業がすべてオンラインで簡単に行うことができるようになったので相当楽になりました。」

集計に関しては、すべてオンライン上でできますし、操作も簡単ですよ。他に変化があったことってありますか。

片山さん:「正直なところ、準備段階で多少時間がかかるようになったというのはありますね。私たちの場合はこれまですべて紙ベースでのやりとりで、精密な資料を準備するというよりは展示会の場で色々話しながら情報を追記していくという感じだったので、事前準備という意味ではそこまで時間はかかっていませんでした。ただ、それは資料の準備段階時点の話であって、実際に印刷するにはこれまでは相当な時間がかかっていましたし、先ほども話したような集計業務などの事も考えると、業務は本当に効率化されています。」



＋各店舗への対応

東京デリカさんの本部での業務に変化があったのと同様に、各店舗でも変化があったかと思えます。JOOR導入に際しては、630もの店舗の反応はいかがだったでしょうか。

松井さん:「導入直後はJOORの操作方法についての問い合わせは正直なところ結構ありました。(笑)一部の店舗では、使い方が分からずに、結局今まで通りにFAXで発注書を送ってくるというようなこともありました。導入直後はもちろん仕方ない部分もあったかなとは思ったのですが、私たちはJOOR導入を徹底するために、FAXでの発注などは受け付けなかったんです。そうしないと中途半端になってしまうと思ったので。」

片山さん:「そういった店舗の方に対しては、私たちも丁寧に説明をするように心がけました。丁寧に説明すれば必ずちゃんと理解してもらえます。そんなに難しい操作などはないので慣れたと思いますね。」

やはり、紙ベースが完全にオンライン化されると一部の方は戸惑う方もいらっしゃったようですね。そのような状況下で、JOORのカスタマーサクセスやプロダクトサポートの対応はいかがでしたでしょうか。

片山さん:「本当にJOORのカスタマーサクセスチームの方々にはお世話になっておりました。(笑)分からないことがあれば丁寧に対応して頂けましたし、JOORを社内で導入するとなった時の説明書を作成する際にもとても丁寧にアドバイスを頂けました。また、店舗の方からの直接の質問や相談にも真意に対応頂けたので、とても感謝しています。」

現在は、社内での徹底によりJOORはだいぶ浸透しましたでしょうか。

松井さん:「初期は若干手こずった部分がありつつも、今ではJOOR上でのオーダー率は100%です。また、自社ブランドだけでなく他のブランドの商品もJOOR上で買い付けしています。これまで特に大きな問題もなく、JOORを活用できていますね。今ではJOORでの発注になれたという店舗の方も増えたようです。慣れさえすれば、ECで買い物している感覚に近いのかもしれないですね。」



＋お気に入りの機能

JOORにはいろいろな機能がありますが、お気に入りの機能などはありますか。

片山さん:「オーダーの進捗状況が可視化されたのがとてもお気に入りですね。展示会の最中に、どんな商品にオーダーが入っているのという事だったり、意外にこの商品が人気なんだなって事だったり途中で分かるのは良いですね。」

松井さん:「オーダーまでの途中に進捗が見えることの何がいいって、あまり売れていない商品については個別に営業をかけられるってことだと思うんです。実際、我々の企画した商品があまり売れていなければ、営業担当に依頼して各店舗に営業をかけてもらうなんてこともできます。これはJOORを導入する前の紙ベースでの受注体制ではなかなかできなかったですね。」

オーダーの「見える化」というのは、JOORの大きな特徴の一つでもあります。その利便性を大いに感じて頂けているようでとても嬉しいです。

我々もさらにユーザーの皆様にはJOORが便利だと思っていただけるような機能やサービスを展開していきたいと思っています。今後も、東京デリカさんの更なるご活躍を心よりお祈りしております！