



震災後、外食を控える人が続出して3月度は昨対比67%まで落ち込みましたが、4月には93%、5月は104%と完全に盛り返しました。Google Appsの効用が大きいですね。

吉田純也氏

株式会社ピージェイ・パートナーズ  
システムエンジニア兼デザイナー



**PJ Partners**

<http://www.pj-partners.com>

## GOOGLE APPS について

Google Apps for Business は、クラウドの価値を実感できる、画期的なホスティング型オフィス・スイート。1人25GBの大容量メールボックス、会議への召集も簡単なカレンダー、1つのドキュメントをオンラインで共有しながらのレビュー、誰でも簡単に立ち上げられるサイト、急ぎの要件や確認に便利なチャット、円滑なリモートワークを実現するビデオ通話、動画の投稿や共有、そして強力無比の検索などなど。Google Apps for Business には、社内情報を共有・管理し、最大限に活用するさまざまな機能がセットされています。しかも、費用は1ユーザーあたり年間6000円。IT部門の管理者は、サーバー需要の増加、メンテナンス作業、セキュリティ対策などに悩む必要もありません。

詳細は <http://www.google.co.jp/a> まで

# Google Apps for Business で、バラバラだった20店舗を一つにまとめる。店舗間の競争を促し、知恵を出し合う場づくりを通じて、昨年比115%の業績向上を実現！

## 事業概要

レストランを東京に10店舗、海外（上海、ハワイ、セントルイス、シンガポール）に12店舗の計22店舗を展開。「世界には、きっと、もっと、おいしいものがある」をテーマに、東京ではオーストラリアやポルトガル、ブラジル（シュラスコ）など比較的マニアックな料理を、海外では主に和テイストの料理を多彩な業態で提供している。従業員数は約200人。

## 製品導入前の状況と課題

2010年8月まで、店舗は業態ごとに別の会社によって運営されていた。メールシステムはレンタルサーバーのサービスを利用していたが、POPメールであったので、端末が壊れることでメールを紛失することもしばしば起きていた。そうした環境下、店舗ごとにその日の売り上げなどを報告する営業日報を作成し、会計事務所に送信するという重要な業務が行われていた。「POSシステムに連動した日報作成システムもあったが、自動化されているので店舗スタッフが業績を意識する機会が薄れてしまうので、Excelに日報を入力させていた。しかし、コストをかけて会計事務所で集約作業をしても、トップと各店長との間だけでしか共有化されていなかった」と情報システムを担当する吉田純也氏は言う。また、業態が異なる店舗間では従業員同士の関心が低く、コミュニケーションもなかった。「業態ごとにバラバラで、グループにおける自店舗の位置づけがよくわからないまま漠然と営業していた。店舗間の競争意識もなく、世界を飛び回るトッパー人では管理しきれずに業績が低迷していた」という。

## Google Apps for Business 導入の経緯

2010年8月、株式会社ピージェイ・パートナーズを設立し全店舗を集約管理する本部と位置づけるとともに、情報システムの見直しを開始。吉田氏は、グループウェアとして以前の会社で利用していた「サイボウズ」を想起したが、中国語、英語に対応できないとして却下。ネットで探すうちに、あるリセラーのサイトでGoogle Apps for Businessを知り、セミナーに参加

Google サイトを利用して各店舗の掲示板を作成し、そこに営業日報を貼り出させるとともに、本部は各店舗のランキング表を掲示しました。業績が良かった理由などを共有したり、震災の影響打開策を話し合うなど各店舗間の競争意識やシナジーを発揮させる場づくりができました。

する。「Google Appsの使い方を楽しそうに説明され、誰でも簡単に使えて便利な製品だと思えた。価格も安いので、その場で相談し導入を決めた」という。

## Google Apps for Business 導入の効用

まず、Google サイトを利用して各店舗の掲示板を作成。そこに営業日報を貼り出させるとともに、本部では売上目標達成率などによる各店舗のランキング表を掲示した。「これで競争意識に火が付いたと思います。業績が良かった店の掲示板には、例えば『雑誌に掲載されて集客につながった』『ワインフェアを行ったら好評だった』などと好調の理由を書いてもらい、それを見た他店舗のスタッフが意見や感想も書き込めるので、シナジーも発揮され始めました」と吉田氏は言う。東日本大震災後に業績が落ち込んだ際は、皆で打開策を話し合う場にもなった。「『弁当を始めたらどうか』といったアイデアに、それまで弁当などに無縁だった店が賛同して実施するといった現象も見られた」という。さらに、店ごとに異なっていたおしぼりや食材飲料仕入、ゴミ収集といったベンダーの情報を集約化し、良い業者に一本化しつつボリュームディスカウントも図ることに成功した。

そのほか、Google ドキュメント を活用して営業会議などの資料やアルバイトのシフト表を共有化、店舗間の融通につなげている。また、ワークフローを導入して物品購入の決裁に活用。「外出の多いトップが移動中に決裁できて便利」という効果を発揮している。店舗が取り上げられたテレビ番組を共有するためにGoogle ビデオ も利用している。

こうして従業員の意識改革を実現し、「震災後、外食を控える人が続出して3月度は昨対比67%まで落ち込んだが、4月には93%、5月は104%と完全に盛り返しその後も順調に回復し115%を出す店舗もあり、全店で昨対100%以上を維持している。Google Appsからのグループ力の効用も大きい」と吉田氏は満足気だ。