

日経スマートクリップ INTERVIEW

スマホで作業完結。 時間短縮&ペーパーレス で働き方改革に寄与

ハンバーガーを主力商品とするレストラン・チェーンを運営する日本マクドナルド株式会社。QSC&V(Quality品質, Serviceサービス, Cleanliness清潔さ, Value価値)をレストラン・ビジネスの理念とし、事業の継続的な成長戦略だけでなく社会貢献にもより注力していこうとする動きの中で、社内の働き方改革にも着手。その一環として本サービスを導入することにより、クリッピング作業の時間短縮とペーパーレス化を進め、業務の効率化に成功した。

日本マクドナルド株式会社／事業内容：ハンバーガー・レストラン・チェーンの経営、並びにそれに付帯する一切の事業

導入サービス：日経スマートクリップplus

導入のきっかけ

**時間も手間もかかり、
記事のまとめ方にもムラが。
手作業による課題を一挙に
解消できる手段を模索。**

食のリーディングカンパニーとして、事業活動だけでなく地域に愛されるレストランとして社会貢献にも尽力する日

本マクドナルド株式会社。その実行のための情報収集として、これまでは手作業によるクリッピング業務を行ってきたという。担当しているのは、同社コミュニケーション&CR本部 広報部 統括マネージャーの長谷川崇氏。従来のやり方と、それに付随する問題点について話してくれた。「これまでは FAX

型の配信サービスで届いた記事と、会社で取っている新聞を、チームで毎朝チェックしていました。共有したい記事を見つけたら切り抜き、台紙に貼り付けてから回覧。ただ単に記事を羅列するだけでなく、情報の優先度も考慮して、記事の順番も決めていました。そのため、ミーティングなどですぐに取り

掛られないときは、午前中いっぱい作業に費やすこともあり、しかも手作業なので、ハサミで切った時に曲がってしまうなど見栄えがマチマチでした」と長谷川氏は振り返る。しかも、クリッピング記事が出来上がるまでに時間を要するため、いち早く情報を共有したいマネジメント層に届けるにも時間が



日本マクドナルド株式会社様
コミュニケーション&CR本部 広報部
統括マネージャー 長谷川 崇氏

かかるなど、課題は多かったという。そんな折、会社全体で働き方改革への取り組みが始まったそう。「弊社の行った働き方改革には、ポイントが2点ありました。1点目は、無駄を省いてより効率よくすることで、作業時間を短縮すること。2点目は、ペーパーレス化を推進すること。クリッピング作業においても、手作業による課題を解消しつつ、さらに働き方改革のポイントをクリアできる、新たな方法を模索することになりました」と長谷川氏。そして、付き合いのあった会社から紹介されたのが、日経スマートクリップ plus だったのだそう。「このサービスはクリッピング作業も配信も自動化されているため、時間も手間もかけることなく、精度の高い記事が入手できます。しかも、オンラインで記事を確認できるので、ペーパーレス化もクリアです」と長谷川氏。試用期間中に諸々の課題を解消し、さらに働き方改革にも貢献してくれると確信したため、採用に至ったのだそう。

導入後の効果

午前中いっぱいかかっていたクリッピングが約20分に短縮。スマホで手軽に、どこでも作業&情報共有が完結。

本サービスの導入により、作業効率は大幅に向上したという。「これまでは手作業のため、多い日は午前中いっぱいかかっていたクリッピング業務が、現在は20分程度で完了。マネジメント層への情報共有も9時には完了しており、業務の効率化を実感しています」と長谷川氏。

さらに同社では、本サービスの利用にあたって“管理者機能”を活用し、社員への情報共有にひと工夫しているという。その理由を長谷川氏は話してくれた。「従来も、情報の重要度に応じて記事を取捨選択していましたが、このやり方は本サービスでも踏襲しています。というのも、配信記事は多い日で40件近くあり、そのまま一斉配信しても情報を受け取る人が混乱してしまい、注目してほしい記事がどこか分からなくなると感じたためです。そこで役に立ったのが、管理者機能。これを利用すれば、管理者である私が重要

と思う記事を選択し、その情報のみを公開するように設定できるのです」。

こうして情報共有の合理化に成功しているが、その背景には、本サービスの作業がスマートフォンで完結できる点が大きかったという。手作業では道具や作業スペースが必要なため、社内など特定の場所でなければ行えないが、本サービスはスマートフォンがあればどこでも作業できるので、出先でも行える。また、受け取った側が記事をチェックするにも、台紙に貼り付けた記事を回覧するのは時間がかかるが、本サービスは情報共有したい各自のスマートフォンに記事が配信されるため、一斉に情報共有が完了する。しかも、出張先でも記事をチェックできる点も大きなメリットだ。「何より、このサービスが情報収集手段として優れている点は、テーマやキーワード設定が柔軟に変更できるので、旬の話題をその都度、集中的に集められるところです。欲しい情報を広く集め、その中か

ら選りすぐって発信することで、より効果的な情報共有が実現できています」と、長谷川氏は使い勝手のよさを教えてくれた。

今後の展望

広報部全員の情報に対する感度を向上させ、情報収集&共有のさらなる効率化を目指す。

最後に、今後の展望を長谷川氏に聞いてみた。「弊社のスタイルとして、気になる話題について情報を広く集め、その中から重要な記事をピックアップして共有していますが、そうすることで漏れなく、合理的に情報収集・共有が実現できています。今後は経営陣だけでなく、もっと幅広い社員に対して記事を通じて世の中の変化などを伝えていけたらと思います」。

日経スマートクリップ



0120-751-202

株式会社日本経済新聞社デジタルサービス法人デスク

(平日 9:30-17:30)

<http://telecom.nikkei.co.jp/guide/relevance/smart/>