


業種	製造業
活用分野	店頭販売業務支援
テクノロジー	専用アプリ、MDM
端末	タブレット 

ビューティーコンサルタント約1万人にiPad ITで販売現場のコンサル力をアップ

資生堂は2013年6月、百貨店やドラッグストア、量販店などにある店舗で来店客の悩みを聞き最適な美容提案を行う全国約1万人の「ビューティーコンサルタント(BC)」にiPadを配布。業務支援からコミュニケーション・情報共有まで幅広くカバーする「ビューティー・タブレット」として運用を開始した。

資生堂 情報企画部長 兼 資生堂情報ネットワーク 社長の亀山満氏は、「IT化の推進によって美容コンサルティング力の強化を図り、さらに業務効率化、コスト削減も実現したいと考えました」と狙いを語る。

新コミュニケーション基盤と3種の専用アプリを開発

「ビューティー・タブレット」は、2002年から運用してきた携帯電話端末によるBC向け業務支援システムに代わる新しい仕組みとして、大幅な用途拡大を前提に検討が進められた。

資生堂情報ネットワーク ネットワーク企画部長の毛戸一彦氏は、「お客

さま対応時にも活用することから画面の大きなタブレット、さらにセキュリティ面を考慮してiPadを選択しました」と話す。モバイル通信は、外出先や自宅での端末利用も考慮してKDDIのLTEサービスを採用した。

業務管理や情報共有については、従来アプリをベースに新たなコミュニケーション基盤「Bureau」を構築。カウンセリングや商品提案に利用する3種類の専用アプリを開発し、さらには、年間70冊・6000ページにのぼるカタログやマニュアル類も電子化した。

SaaS型MDM(端末管理システム)などを付加して高度なセキュリティを確保し、運用ルールを策定し、キーマンとなるBC約460名を介しての現場教育も行った。約10カ月という短い導入準備期間ですべてを整え、1万台を超える「ビューティー・タブレット」はスケジュール通りに一斉稼働した。

業務効率化・コスト削減に加え店頭情報の収集スピードも向上

資生堂情報ネットワーク ネットワー



資生堂情報ネットワーク 代表取締役社長 兼 資生堂 情報企画部長 亀山満氏(中央)
資生堂情報ネットワーク ネットワーク企画部長 毛戸一彦氏(左)
資生堂情報ネットワーク ネットワーク企画部 システム開発グループ 三浦絢也氏(右)

ク企画部システム開発グループの三浦絢也氏は、「これだけの端末台数になると、初日には予想をはるかに上回る問い合わせが寄せられましたし、運用上のトラブルもありました」と明かす。

とはいえ、現場に馴染むにつれてビューティー・タブレットの評価は着実に上がっている。「専用アプリを使った説明にBCは手応えを感じており、お客さまの満足度や納得感も向上しています」(三浦氏)。

携帯電話に比べ操作性が格段によりくなり、業務効率も向上した。さらには、店頭から本社への情報伝達が大幅にスピードアップし、「お客さまの声の収集も従来より格段に早くなりました」(毛戸氏)という。

もちろん、カタログ・マニュアル類の電子化によって大幅なコスト削減もなされた。

今後はアプリケーションの拡充を図っていく一方で、ライフサイクルの早い端末についても3年をめぐりに更新を考えていくという。

図 「ビューティー・タブレット」の主な用途



Profile

株式会社資生堂

<http://www.shiseido.co.jp/>

本社所在地 東京都中央区銀座7-5-5

本社事務所 東京都港区東新橋1-6-2

設立 1927年(創業1872年)

事業内容 仕上用化粧品などの製造