

MODERN WORKS



Francfranc

お客様

株式会社 Francfranc

製品とサービス

Surface

Surface Pro

Surface Studio

Surface Laptop

Surface Go

Surface Book

業界

小売

組織の規模

大規模 (従業員数 1,000 ~ 9,999 人)

国

Japan

2019年9月掲載

オフィスから店舗まですべてのデバイスを Surface に統一。業務効率化や顧客体験の向上に加え、「ブランディング」も意識したデバイス活用

顧客から共感や信頼を得ることで商品価値を高める「ブランディング」の重要性は広く認識されていますが、その構築は決して簡単ではありません。大勢の人間が関わるビジネスになればなるほど、コンセプトやルールの統一が困難になり、伝わるブランドイメージにズレが生じてしまうからです。

株式会社 Francfranc が 2019 年 4 月に立ち上げた新たなインテリアブランド「MODERN WORKS (モダンワークス)」は、商品や内装のデザインのみならず、利用する ICT 機器までこだわり抜いています。店舗スタッフが持つ接客用のタブレット。インテリアの相談がよりスマートに行える大型画面のデスクトップ PC。スタイリッシュなデザインで店舗に統一感を生むレジカウンターに設置されたラップトップ。さらにエリアマネージャーが持ち歩く 2in1 タイプの PC に至るまで、Microsoft Surface シリーズで統一されました。

創業精神に則り、いまの時代にふさわしい「新しい家具屋」を立ち上げる

Francfranc は 1992 年、天王洲アイルにて一号店をオープンしました。現在まで、アートボードや貼って剥がせる壁紙、部屋を彩る雑貨など、ファッション性の高いアイテムによって、ライフスタイルの楽しみを提案し続けています。

そんな同社が新たに MODERN WORKS を立ち上げたきっかけについて、株式会社 Francfranc マーケティングコミュニケーション部 部長 大崎 順一郎 氏は、「『家具とインテリア』から始まった会社とし

て、いま伝えるべきものは何だろうか。そんな問いからスタートしました」と語ります。

「国や文化によって住環境は異なります。日本の住宅は海外と比較して狭いため、海外の家具がすべてフィットするわけではありません。いま国内では、低価格からデザイナーズ家具まであらゆる選択肢が揃っているように見えますが、多様化する日本の住環境に最適なサイズで洗練された家具は少ないのではないかと。また、結婚や子育てなどライフステージの変わり目を迎える30代～40代の男女にとって『デザイン・クオリティ・プライス』のバランスに優れた家具をもっと提供できないか。そんな社内での問いやお客さまの声から、『MODERN WORKS』は生まれました」（大崎氏）

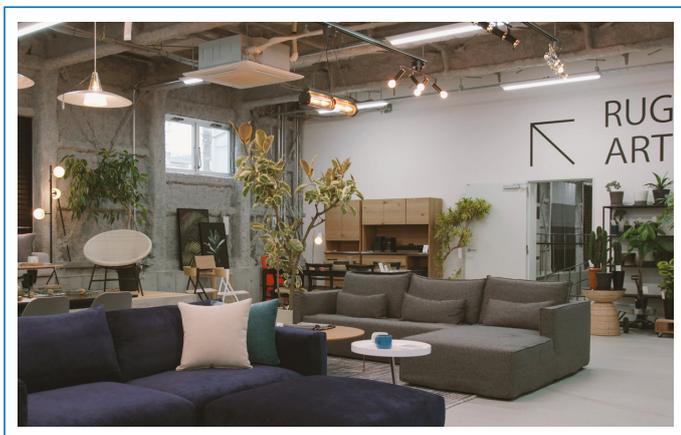
近年、消費者の購買動向や欲求は非常に多様化しており、店舗の在り方もまた変化が求められています。MODERN WORKSという新たなブランドを立ち上げ、新たな店作りをしていく上で、株式会社 Francfranc 執行役員 情報システム部部長 桑田 和紀氏は「『新しい家具屋』にふさわしい、『新しいIT』でお客様をお迎えしたかった」と振り返ります。

「たとえば、期間限定で運営しているMODERN WORKS 青山店は、クレジットカードや電子マネーのみの『完全キャッシュレス』店舗です。商品POPにはQRコードが記載されており、スマートフォンで撮影することによって、詳細情報の閲覧とオンラインストアからの購入が可能となっています」（桑田氏）



株式会社 Francfranc
マーケティングコミュニケーション部
部長 大崎 順一郎 氏

株式会社 Francfranc
執行役員 情報システム部
部長 桑田 和紀 氏



「スマート店舗」として期間限定でオープンしているMODERN WORKS 青山店

大崎氏はスマート店舗化のポイントを次のように補足します。

「当社は"Customer is my Dear Friend"という接客スローガンを掲げています。自分の大切な友人をもてなす時のように、お客様の立場に立った接客を目指しているわけですが、ご要望をじっくりお聞きしたり、ご相談にしっかり応えたり、あるいはこちらからのご提案を丁寧に伝えたりする上で、必要不可欠なのは『時間』です。決裁や在庫管理などの事務処理の時間が短縮できれば、お客様のためにもっと時間を割くことができるようになります。接客というソフト面のさらなる充実には、ICT機器というハード面の整備が必要不可欠だと考えました”

—大崎 順一郎 氏:マーケティングコミュニケーション部
部長
株式会社 Francfranc

企業が時代の最前線に向かうためには、常に新しいことを取り入れ、進化していかなければなりません。店舗のスマート化による事務処理の短縮化や、IT環境の整備には「購買行動を通じて素晴らしいブランド体験をお客様に提供したい」という同社の強い思いがありました。

既存システムとの親和性が高いWindows機のなかで、新ブランドにふさわしいデザイン性を備えるSurfaceの導入を決定

Francfrancは3ヶ年の中期IT戦略において、「Microsoft製品にシフトする」「Windowsプラットフォームに統一していく」という方針を掲げています。このIT戦略を立案した桑田氏は、その理由を次のように説明します。

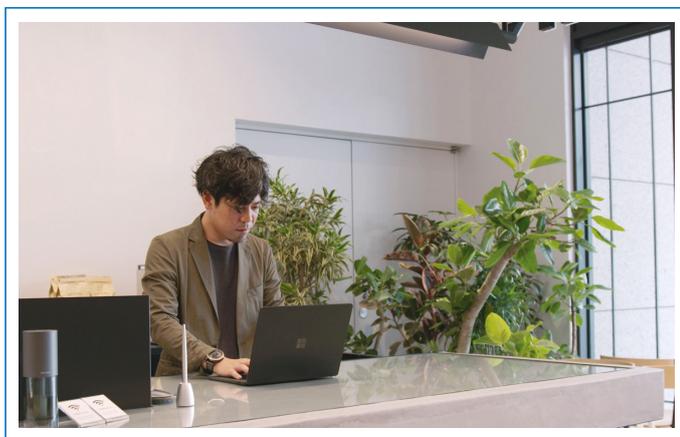
「これには大別して2つの背景がありました。1つ目は、戦略立案当時（2014年）のIT環境です。業務アプリケーション・サーバー・ITインフラ・認証基盤・クライアント端末、このすべてが『無計画に増改築を繰り返して老朽化したマンション状態』だったのです。この無秩序な状態を整備する必要が課題でした。2つ目の背景はビジネス環境です。展示会や商品の買い付けは欧米がメインですが、生産管理部門の出張先は中国が多く、滞在期間も短くありません。『中国でも安定的に使える製品・サービス』を使う事が絶対要件でした。VPNが担保されないインターネット環境下での業務が前提だったのです。こうした状況を踏まえて、当社はWindowsプラットフォームへの統一を決定しました」（桑田氏）

現在、同社の業務・基幹システムはすべてWindowsプラットフォームで構築されています。同一のプラットフォームであれば、在庫や発注を管理する基幹システムとの連携がスムーズにできる上に、使い慣れたUIで利用可能です。「業務の効率化や従業員のモチベーションアップも見込めると考えました」と、桑田氏は付け加えます。

さらに、大崎氏はSurfaceを利用することに対してこう話します。

「もともとIT部門でSurface Bookを使うスタッフはいたのですが、改めて使ってみると、Surfaceはとてもスタイリッシュなうえ、細部まで丁寧に作り込まれていると感じました。シンプルで無駄が削ぎ落とされていて、個人的にはキーボードまでも美しいと感じます。Microsoft SurfaceはMODERN WORKSのブランドイメージに適していると感じました」（大崎氏）

いまは4種類のSurfaceが店舗および店舗運営で使われています。店舗スタッフの接客用の端末としてはシリーズ最軽量のSurface Go。顧客へのコーディネート提案用には、28インチの大型ディスプレイ体型PCのSurface Studio 2を店内のダイニングテーブルの上に設置。タッチスクリーン機能のあるプレミアムなノートPC、Surface Laptop 2はレジ用の端末として利用。これらのデザイン性は店舗空間に『統一感』を生むことができたといいます。そして、エリアマネージャーが高機能モバイルPCのSurface Proを利用して



Surfaceのデザインは店舗のブランドイメージともマッチしている

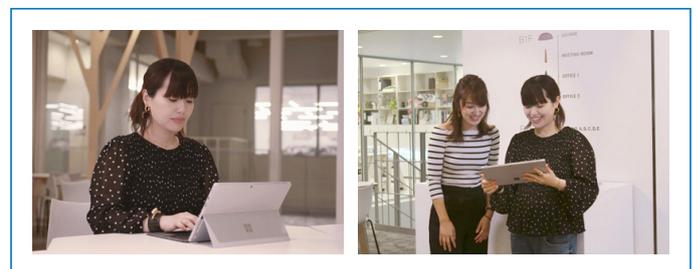
Surfaceの導入により店舗回りの時間を短縮し、顧客に応じた接客をすることが可能に。さらに店舗内のSurfaceの存在自体が新たなオフィスイメージを提案

ブランディングに加えて、「従業員の業務効率化」や「顧客体験の向上」を目指してSurfaceはMODERN WORKSに導入されました。

「従業員の業務効率化」の手応えについて、株式会社Francfranc 販売本部 店舗オペレーション課 エリアマネージャー 市之瀬 育絵氏は次のように話します。

"エリアマネージャーとして複数の店舗を周り、マネジメントすることが私の役割ですが、限られた時間でどう店舗スタッフとコミュニケーションすべきか、大きな課題だと感じていました。その点、Surfaceは軽くて薄くて丈夫で持ち運びしやすく、打ち合わせがしやすいです。たとえ立ちながらも、店長とタッチパネルを使いながら深い話ができて、短い時間でも濃い打ち合わせをすることができるようになりました。デザイン性の良さも、個人的には仕事のモチベーションアップにも繋がっています"

—市之瀬 育絵氏:販売本部 店舗オペレーション課
エリアマネージャー
株式会社 Francfranc



デスクワークや店舗スタッフとの情報共有など、場面ごとに形態を使い分け2in1の機能を有効活用している

タブレットを使った情報共有によって、「店舗ごとの売上げ」や「他店舗の店作り事例」といった紙の資料を事前に印刷する手間も省けるようになりました。さらに、急遽必要な情報があっても、その場ですぐに共有することもできます。準備段階から時間短縮が可能になったことで、市之瀬氏はより効率良く店舗を回ることができるようになりました。質の高いコミュニケーションは、業務効率化のみならず「ブランディング」にも効果があると市之瀬氏は続けます。

「ブランドや会社の方針を一店舗一店舗にしっかり伝えていくことが、私の重要な使命です。Surfaceの導入は、そのためのコミュニケーションの質をより高めてくれました」（市之瀬氏）

一方で「顧客体験の向上」にSurfaceはどう役立ったのでしょうか。MODERN WORKS みなとみらい東急スクエア店 店長 友利 孝太氏は、顧客の反応が明らかに違うと語ります。

"お客様からは『見やすくて分かりやすい』と好評です。Surface Goはお客様が立っているときのご案内に、Surface Studio 2は椅子におかけ頂きじっくり接客する際に利用していますが、店頭にはない商品のご紹介などに役立っています。ご自宅の間取り図をご持参されたお客様に対して、弊社の3Dシミュレーターアプリを使って細部にまでご提案したところ、おまとめ購入に繋がったこともありました。紙のカタログではお見せできるコーディネートに限界があったのですが、Surfaceの導入により、ただ商品売るのではなく、お客様ひとりひとりに寄り添ったトータルコーディネートが可能になったと感じます"

—友利 孝太 氏:みなとみらい東急スクエア店
店長
MODERN WORKS



株式会社 Francfranc
販売本部
店舗オペレーション課
エリアマネージャー
市之瀬 育絵 氏

MODERN WORKS
みなとみらい東急スクエア店
店長 友利 孝太 氏



Surface Studio 2の導入は接客品質の向上だけでなく、店舗空間におけるデザインの『統一感』も生み出しているという

最先端テクノロジーの活用により、 新たなストアづくりを追求していく

多彩なデザインによって日々の暮らしに心地良さ・楽しさを提供してきた株式会社 Francfranc。同社は培ってきたそのノウハウを活かし、「店舗で利用するICT端末」のデザイン性にまでこだわり抜くことで、さまざまなシナジーを生み出し始めています。

「マイクロソフトにはハードウェア保守の強化などさまざまな期待を込めていますが、最も大きな関心ごとはAI活用の支援です。商品の需給予測や在庫価格の最適化などを高精度にできれば、さらに新しい店舗運営が可能となるでしょう」(桑田 氏)

最先端のテクノロジーとデザインの出会いによって、新ブランドのMODERN WORKSは、今後も新たなチャレンジを成功させていくことでしょう。

ご購入のご相談はこちら

製品に関するお問い合わせ、お見積り、ソリューションのご相談は無料です。お気軽にお問い合わせください。
 ■法人向け ホームページ <https://aka.ms/JapanStoreBusiness>
 ■法人向け相談窓口 0120-03-5241
 (9:00 ~ 17:30 土日祝日、弊社指定休業日を除く)

本お客様事例に記載された情報は制作当時(2019年8月)のものであり、閲覧される時点では、変更されている可能性があることをご了承ください。
 本お客様事例は情報提供のみを目的としています。Microsoftは、明示的または暗示的を問わず、本書にいかなる保証も与えるものではありません。
 * 記載されている、会社名、製品名、ロゴ等は、各社の登録商標または商標です。
 * 製品の仕様は、予告なく変更することがあります。予めご了承ください。