



テレマーケティングジャパン

改善のノウハウを共有する仕組み
現場力を高める「QCサークル活動」の実践

コールセンターの現場では、継続的な業務改善が求められる。多数のクライアント企業のセンター業務を請け負うテレマーケティングジャパン(TMJ)は、現場での主体的な業務改善力強化を図るため、2006年6月より「QCサークル活動」をベースとした「小さな改善」活動を実践中だ。ボトムアップの改善を全社に根付かせたことを評価され、最優秀アウトソーサー部門賞に輝いた。

経営層・管理職から現場まで啓蒙
推進組織が活動を支える

「小さな改善」活動の流れは、まず現場でのチーム編成からはじまる。Quality、Cost、Delivery、CS——の4つの視点でテーマ(課題)を選定し、定量的な現状把握と目標設定を行って真の要因を突き止める。次いで、その要因を解決するための対策を検討して実行、結果に対する効果測定を行う。さらに成果を確実なものとするための標準化と管理の

定着を図る。最後は活動の振り返りを行って、次に解決すべき課題をまとめて1回のサイクルが終了する。これを資料にまとめ発表会を開催している。

QCサークル活動は、仕組みがあっても現場に定着しなければ意味がない。そこで導入初期にQC推進組織が中心となり、5つのモデルチームを編成。実際にQC的モノの見方・考え方やツール(QC七つ道具)の活用手法を伝授し、一通りの改善活動を実施して成果の発表会まで開催した。この場には管理職全員を集め、QCサークル活動の効果と成功体験の共有化を図った。あわせて活動の意義や重要性を啓蒙するため、経営トップ以下、管理職全員に向けた研修を開催した。

実際に活動の中心となるのはSVだ。このため、SV向けの実践研修講座を開催し、品質管理の重要性、QC的モノの見方・考え方やツールの使い方を指導して理解を促す。



経営支援室の土屋美奈室長と、CC開発センターの野上真裕センター長

またチームが編成されれば専用ブログを用意、ツールを提供し、活動進捗に応じたアドバイスを提供する。ここには、上長や経営層、他チーム、先輩スタッフなどが応援メッセージを書き込めるため、モチベーションを維持しながら活動を続けられる。

発表会は大々的で、エリア大会を勝ち抜いたチームが全社大会で発表。受賞チームには林純一社長がトロフィーなどを授与する。また、良い取り組みは社内ナレッジに蓄積し、水平展開が可能。実際、同じような課題を抱えるセンターが、少しのアレンジで問題解決を図れるようになった。アワード発表会では、関西の現場での成功体験をSV自身が紹介。自分たちが実践したオペレータの定着率向上施策が全社展開されている現状を喜びを交えて語った。

「活動を根付かせるには、経営トップの理解と管理職のサポートは不可欠」と、CC開発センターの野上真裕センター長は強調。これまで延べ208チーム1394名が参加し、現在も年間100チーム600名が活動する。

図 「小さな改善」活動推進の全体像

