

## 社員、バイト、派遣は問わない！ 人材育成の肝心カナメは「企業理念の浸透」

東京ディズニーランドとジャパネットたかた。業種もビジネスモデルもまったく異なる2社に通じる“成功のバックボーン”は、現場に対する企業理念の徹底した理解・浸透にあった。高いホスピタリティですべての顧客に感動や満足を与える秘訣を福島氏、星井氏が満員の聴衆を前に力説した。

コンタクトセンターサミット in 福岡は、JS パートナーの福島文二郎代表による基調講演「社員もバイトも関係ない！ディズニー流『おもてなし人材』の育て方」で幕を開けた。

福島氏は、東京ディズニーランドがオープンした1983年、オリエンタルランドの第一期正社員として入社。人材教育の総本山ともいえるユニバーシティ課などに従事したのち独立、現在はさまざまな企業でコンサルタントや講演を行っている。

さまざまな顧客満足度調査で上位にランクインする東京ディズニーランドの高いロイヤルティの秘訣は、キャストと呼ばれるスタッフのホスピタリティ溢れる対応にある。福島氏は「ホスピタリティとは、おもてなしと表現することもできるが、“思いやり”と表現したい。そうすることで、対象は特定ではなく、“すべて”になります」と解説。この考え方こそが、東京ディズニーランドのミッションである「すべてのゲストに対してハピネスを届ける」ことの根底といえる。

東京ディズニーランドのキャストも、多くのコールセンター同様に非正規社員が中心なだけに、福島氏の説明には多くの聴講者が共感を持ったようだ。

### 品質重視の通販センターへ 肝心なのは「入り口」——採用！

福岡県は「通信販売のメッカ」と言われている。そのなかでも、売上高、知名度ともに最も高い企業がジャパネットたかただ。2日目の基調講演は、同社のコンタクトセンターをはじめとした顧客接点業務を担うジャパネットコミュニケーションズの星井龍也社長が登壇、満員の聴講者を集めた。

星井氏は、通販市場の動向を踏まえながら、ジャパネットたかたが歩んできたコンタクトセンター改善の軌跡を説明。「ジャパネットコミュニケーションズとして分社化した2010年、パートタイム社員や契約社員を含めたすべての社員に対し、効率のみではなく“品質に立脚した改善を進めるための理念”を理解してもらう取り組みを進めました」と説明。そのうえで、最も重要なポイントにつ



JS パートナーの  
福島文二郎代表



ジャパネットコミュニ  
ケーションズの  
星井龍也社長

いて「入り口である採用、そして育成におけるFAQをはじめとしたナレッジベースの充実」と強調した。

また、通信販売のコールセンターにとって宿命ともいえるピーク対応については、センターのオペレータだけでなく長崎県佐世保市の本社も含めた他部署の社員によるヘルプ体制を構築。「単にピーク対応のオペレーションというだけでなく、あらゆる部署の社員がお客様からの電話を受けることで気づきを受けて始まる業務改善もあります」と二次の効果についても言及した。

2日間ともに、「センター運営とは、企業理念に基づいた人材教育にこそ要諦があり、それは非正規社員でも正社員でも変わらない」ことが改めて認識できる基調講演だったといえる。