

## QCサークルに思う

先日、あるサービス業のQCサークル大会を見学する機会にめぐまれた。その発表内容からサークル活動の熱心なことにはまったく驚いた次第で、その空気を伝えたい。

この企業は、バー・クラブ・レストラン・民芸食事処などチェーン店を20数店もつ飲食サービス業である。当然女性の従業員が中心で、サークル活動の発表もほとんどが女性で、ホステス・パニーガール・仲居さんと華やかで熱気にあふれる発表会であった。

まず、発表技術についてであるが、相当練習しているようで、OHPの使い方・数人で分担する発言方法など工夫が見られ、経時係が「ただいまの発表時間は〇分〇秒でした」と報告があり、所定時間に10~20秒を残して終わるといふ状況である。

内容でまず感心したことは、テーマの絞り込みが立派である。大まかなテーマでスタートしても、現状調査のデータを取り、その分析からメイン・テーマを絞り込んでゆく。たとえ、大きなテーマでも次第に細分化されて分相応な手順なテーマまでに到達する。この過程は問題を解く過程でなく、問題を提起している過程であるが、このステップが充実していることは頼もしく感じた次第である。

次に感心したのはデータのとり方が堂に入っていることである。データにもとづいて考えよという「データがありません」という話はよくきくのだが、彼女らにはこんな話はないという感じで、データが必要になると、それから2~3週間かけてその間に日常の仕事の中から生データをとり出してくる。生々しいデータだから要因分析に入ってもみごとに層別をしてデータが活かされている。そしてこの経験がデータをとるときの励みになっているという感じがただよっていた。テーマの絞り込みのとき、メイン・テーマの現状分析のとき、対策の検討のとき、効果の把握のとき、といくつかのステップで、それぞれのニーズに合わせてダイナミックにデータをとっている姿には舌をまいた次第である。

一例を上げよう。手紙によるアプローチについて、その効果……2週間以内に来店されると効果ありとみなす……を掴むときの話である。どんなタイミングに、どんな内容の手紙を出すとよいかを知ろうとして、個人別に

アプローチノートを記入して分析している。その結果、来店後何日ぐらいて手紙を出すと効果が大きいのか、ちゃんと掴んでいる。

そのほか、QCストーリーの手順にしたがっているものが多い。事業部ごとに発表会があり、そこで選抜されて出てくるのだから当然といえばそれまでだが、地についている様子だった。

活動の時間も始業前あるいは終業後といっても夜の商売だから午前さまになるわけで、そんなこともあるようで、発表会が近づくと休みの日にも出てきてまとめるという。

いったい、何が彼女たちをこれほど熱心にさせるのか。自分の仕事を自分たちでとりくんで自主性をうまく発揮しているからだ、というだけではすまされない何物かがあるような気がする。いずれ自分がママさんになり店をもとうということもあるかもしれないが、何か彼女らの仕事にサークル活動むぎの特色があるのでないか。考えついたのが次の1つの仮説である。彼女たちの仕事は、まず人間相手の仕事で、お客さんとの対応はすべて自分にまかせられていて、その結果もその気になりさえすればすぐ自分にわかる。自分で自分の仕事の結果がよくわかるのが特長である。一般の会社では、組織で仕事ができる分業が進んでいて、その1コマを自分の仕事として分担していて、その1コマからは全体の立場はあんがわからないものである。後工程はお客さまという見地によって隣りは自分に見えても、少し範囲をひろげると見えてこないものだ。ところがホステスさんにすれば、お客さんのことはすべて自分たちでわかっている。支払い状況さえも集金することでつかんでいる場合も多からう。こう考えると、われわれサークル活動のPTAの立場の者として、できるだけサービス業の状況に近づくように仕事の分担を配慮することが活性化に有効だということになる。

データを中心に解析して、有効なアクションを見出す姿を何ケースもつぎつぎ聞かされて、使われた手法はやさしいとはいえORの活動の原点を見ている気がしたのが結論である。(大悪)