

株式会社TMJ 東日本事業本部東日本第3事業部第3センター 選考理由

取り組みテーマ：データ解析を駆使した複数顧客接点における NPS の継続的向上

TQM 活動要素：情報の収集・分析と知識の蓄積・活用

株式会社TMJ 東日本事業本部東日本第3事業部第3センター（以下、同組織と略す）は、コンタクトセンター運営やバックオフィス業務を担う BPO 企業 TMJ の一拠点として、クライアント企業と共創しながらエンドユーザーの顧客満足向上と運営コスト最適化の同時実現に取り組んでいる。とりわけ、売り切り型からサブスクリプション型へのビジネス転換等の環境変化に対応し、「データ解析を駆使した複数顧客接点における NPS（ネット・プロモーター・スコア）の継続的向上」をテーマに掲げ、「情報の収集・分析と知識の蓄積・活用」を中核とする TQM 活動を展開している。

同組織の TQM の特徴の第一は、顧客体験の可視化とクライアントとの共創体制である。ペルソナに基づく顧客体験のカスタマージャーニーマップ（CJM）と、顧客とクライアント企業との接点を整理したクライアント CJM を整備し、問い合わせや修理等の「痛点」を可視化して関係部署を明確化、迅速な改善へと結びつけた。さらに、Voice of Customer や Web 行動データを定量化し、製品・サポートの NPS のターゲット分析により重点箇所を特定、解決日数の限界点（4 日以内）を設定するなど、データドリブンな意思決定を徹底している。

第二の特徴は、Web と有人対応窓口の連動によるチャネルコントロールである。顧客状況に応じた最適チャネル誘導（電話、SNS、チャットなど）と対応フローの整備により、コストの高い電話窓口の利用率を 23% へと低減し、デジタルチャネル活用を拡大した。また、FAQ の検索性・視認性・解決性の観点から体系的に改善を重ね、自己解決率の大幅な向上（例：2020 年 11 月 44.9%→2022 年 1 月 58.2%）を実現した。

第三の特徴は、成果の仕組み化と横展開である。FAQ インテグレーションをパッケージ化して診断サービスとして提供し、活動のナレッジを組織内に共有することで、エンタテインメント分野に限らず他業種（例：調理器具メーカー）へも展開し、再現性を高めている。あわせて、ビジネスデザイン本部 BPO デザイン部を中核に、LSV（Lead Supervisor）をキーパーソンとしたデータ解析人材の育成を推進し、Customer Experience 向上に資する高度な分析力の強化が今後求められる。

結果として、NPS は約 20 ポイント向上し、クライアントとの契約上の製品・サポート NPS およびコスト目標を継続達成した。自己解決率の改善とチャネル最適化により、顧客企業の運営コスト削減にも大きく寄与している。一般にトレードオフとされる CX 向上とコスト最適化の両立を、PDCA サイクルの徹底と共創体制により実現した点は高く評価できる。今後は、データ収集システム構築支援の一層の強化や、製品企画等の上流プロセスへの関与深化を通じて、当センターの TQM 活動が独自性を高めながら発展することが期待される。

以上により、株式会社TMJ 東日本事業本部東日本第3事業部第3センターは、日本品質奨励賞 TQM 実践賞の授賞資格を備えていると判断する。