

読むだけで、元気になるレポート

パートナー 村松 達夫

皆さん、こんにちは。暑いですね。こういう日はプールなんかに行ってのんびりしたいものです。さて今月もご笑読頂ければ幸いです。

【今月の発見】

ヒヤリハットで品質改善を加速させる！

「ヒヤリハットの法則」というのをご存知でしょうか。カンタンに言うと「ヒヤリとした」とか「ハッとした」などの体験が300回起こると重大な事故が29回、そして死亡事故が1回発生するという経験則のことです。建設会社などではこの「ヒヤリハット」の改善に努めることで重大な事故を減らしていく、というような取り組みをしています。

今回はこれを使って社内の品質改善を加速できないかというお話です。それを一言で言えば、

「表面化しないクレームは倒産のイエローカードと考えること」

です。

では例題を出しましょう。あるハンバーガーショップの事例です。

あるお客さんが「ハンバーガーのマスタードを抜いて欲しい」というリクエストしたにも関わらず、マスタードをつけて出してしまったのです。しかしクレームにはなりませんでしたが、お客さんが帰った後、マスタードのついているパンが残っていたため、偶然、発見できたのです。

さて、これをどう受け取めるかが問題です。「実質的なクレームではないからいいだろう」という風に軽く流してしまうスタッフもいるかもしれません。

しかしこれが「ヒヤリハット」だと受け止めた場合はどうでしょう。こういう表に出ないクレームが300回あったとすると、怒鳴り込まれるようなクレームが29回、会社の存亡に関わるような重大なクレームが1回ということになりますよね？つまり300回表に出ないミスをしたら、お店が潰れる可能性があるという訳です。

こう考えるととても軽視はできませんよね？必死になって改善策を考えることでしょう。その結果、大きなミスが発生しにくい会社になるはずですよ。是非ともご参考にして下さいね。