



1 オレンジはGSKのコーポレートカラーと沖縄のていだ(太陽)、グリーンはやんばるの緑、柱のブルーは沖縄の海、ピンクは沖縄のサンゴをイメージ。ラウンドテーブルはスーパーバイザーとレップ(オペレーター)、あるいはスーパーバイザー同士のコミュニケーションに合理的に機能する。

Customer Care Center, the indisputable call center of pharmaceutical industry providing highest quality service to customers.

GlaxoSmithKline(GSK) is a science-led global healthcare company, develops and makes innovative medicines, vaccines and consumer healthcare products that are used by millions of people around the world. Headquartered in the UK, they are a global organisation with offices in over 100 countries.

Their mission is to improve the quality of human life by enabling people to do more, feel better and live longer.

In 2001, GSK Japan established Customer Care Center as a best-in-class call center to communicate proactively with all of customers. And then owing to business expansion and from the point of business continuity planning, GSK Japan established the second site in Okinawa prefecture in November 2011.

The new office features a "Command Center" built a huge semicircular table by Lilycolor's planning and design located at the heart of its operation area.

英国に本社をもつ置くグラクソ・スミスクライン(GSK)は、100を超える国に約96,500人*の社員を擁し、医療用医薬品、ワクチン、コンシューマーヘルスケア製品の研究開発、製造、販売をおこなう世界最大級の製薬企業だ。(*2011年12月31日現在)

ミッションは「生きる喜びを、もっと—Do more, feel better, live longer」。世界中の人々がより充実して心身ともに健康で長生きできるように、生活の質の向上に全力を尽くすことを企業使命としている。その日本人であるグラクソ・スミスクライン株式会社(GSK)は、2001年に医師や薬剤師などの医療関係者から患者、一般生活者に至るまでのあらゆる顧客を対象に、GSKの製品や疾患に関する情報の提供、疾患啓発活動、臨床試験の被験者募集など、さまざまな業務を通じて顧客との積極的なコミュニケーションを図ることを目的にカスタマー・ケア・センターを立ち上げた。"プロアクティブ・コールセンター"というコンセプトのもと、製薬企業と顧客との新しい関係作りを目指した業界初の本格的なコールセンターとして、競合各社の注目を浴びる、業界のベンチマーク的存在である。

また、これまでにうつ病やぜんそくの疾患啓発活動、臨床試験の被験者募集などで大きな成果を挙げてきた同センターの画期的な取り組みや、徹底したトレーニングに基づく質の高いコミュニケーション・スキルなどは業界を問わず高く評価され、日本電信電話ユーザ協会主催「企業電話応対コンテスト」で6年連続2位以内(うち3回は最高位の最優秀賞)受賞を始め、数多くの表彰制度や顧客満足度調査、各種ランキングにおいて常にトップ・レベルの高い評価を得ている。



- センターの中央にコマンドセンター。壁面のウォールボード(TVモニター)には時々刻々と変化するセンターの稼働状況や、社内の各種情報が終日流れている。
- 床を一段上げたコマンドセンター。スーパーバイザーとレップが席に居ながらしてお互いの様子を把握できる。
- 同社がグローバルで推進する新しい働き方を実践する"ADPステーション"。ICT機能を完備、壁面は全面がホワイトボード。やぐらを組んだようなオープンスペースでは時間や空間に縛られず、短時間で集中したディスカッションができる。
- 日本を代表するコールセンターの一つとしてのトップレベルのトレーニングが展開されるトレーニングルーム。カスタマー・ケア・センターだけでなく、同社那覇セールス・オフィスのミーティングや顧客セミナーなどにも供される。



6



7

- 6 琉球畳の掘りごたつ式テーブルが自慢のブレイクルーム。レップには嬉しいマッサージチェアも設置。また、この空間の設備・仕器に限ってはすべてスタッフ自身の選択により調達した。
- 7 1人で集中したい時、少数で簡単なミーティングをする時、ランチやブレイクなど色々な場面で利用するリフレッシュ&コミュニケーション・エリア。ここからの東シナ海と慶良間諸島の眺望は素晴らしい。

2009年、全国を席卷した新型インフルエンザの大流行にあたり、GSKは沖縄県那覇市に現地企業の協力を得て「インフルエンザ・レスポンス・センター」を開設。翌2010年には子宮頸がんの疾患啓発キャンペーンを、沖縄を拠点に全国に展開し、政府のワクチン政策にも貢献した。これらの活動や経験が契機となり、2011年11月、GSKはカスタマー・ケア・センターの沖縄サイトを開設した。

那覇新都心の最新のインテリジェントビルに設けられたオフィスは明るい色にあふれている。パーティションや椅子はGSKのコーポレート・カラーで、沖縄のティダ(太陽)を表すオレンジや、やんばるのグリーンを、壁面の柱は沖縄の海を表すブルーやサンゴのピンクで彩色した。フロアの中には床を一段上げた上に巨大な半円形のテーブルから成るコマンドセンターが鎮座し、その周囲を囲むようにレップ(同社のオペレーター呼称)のワークステーションが並ぶ。スーパーバイザーはコマンドセンターの内側に放射状に位置するがために、自分のチームを正面に見ることができるとともに、振り返るだけで全員が半円形の中心に集まりコミュニケーションを取ることができる。

お話を伺ったセンター長の熊澤伸宏さんによれば、「見た目のインパクト以上に効果的だったのは、スーパーバイザーが横一線ではなく放射状に位置できたことでした。また、スペース効率に懸念のあった半円形が、結果的には横一線の直線的なレイアウトよりも効率的だったことは予想外の収穫でした。」

半円形は普通のオフィスではあまり使われないため、かなり目立つ。その表面デザインや色はリリカラのアイデアを駆使した仕上がりが。半円を縁取るようなオレンジのカーペットも、とても良いアクセントとして効いている。

沖縄サイトは、「1センター/2サイト」のコンセプトのもと、従来の東京のセンターとまったく同列に位置づけられ、唯一異なるのは所在地だけだ。BCPオフィスとしての役割も期待されるため、ITインフラは完全に冗長化され、どちらにいてもまったく同じ業務が可能だ。であるからこそ両者のコミュニケーションが重要であるが、そのためにTV会議システムが常時接続され、顔を合わせる必要があれば、モニターを通してリアルタイムに情報共有ができる。

このように高機能なオペレーション環境に加えて、琉球畳の掘りごたつやマッサージチェアを配したブレイクルームや、顧客からの感謝メッセージが一面に掲示された壁面のデコレーションなどからは、何よりもスタッフの快適性や働きがいを最優先にした同社の思いが垣間見える。それらを通じて、自分達が必要とされ、役に立っていることをスタッフ自らが感じ取り、モチベーションを高めているのだ。

両センターがITの力で物理的な距離を超え、人間の力で顧客に尽くす。現代社会の理想的な組み合わせでGSKの「最高のクオリティ・カスタマー・ケア」への取組みは続く。



グラクソ・スミスクライン株式会社
カスタマー・ケア・センター センター長
熊澤 伸宏 様



営業・デザイナーの声

左:新宿営業課 島山 和久 中:設計1課 大谷 浩司 右:PMCM課 横倉 敦

カスタマー・ケア・センターでは、オペレーターの高品質なサービスの継続と、そのための指示がスムーズに行き届くことが大切と考え、「全て見渡せる場所にスーパーバイザー席を設けること」を念頭に計画しました。その考えを受け入れて頂き実現できたことは嬉しく思っています。
またお客様はじめプロジェクト関係者様のご協力にも大変感謝しております。ありがとうございました。(大谷 浩司)

Topics

リリカラ麻布台オフィスオープン & リリカラオリジナルマスケットキャラクター「エル」デビュー☆



はじめまして! インテリアが大好き!好奇心一杯な「エル」です。インテリアの魅力をたくさんの人に伝えるために誕生しました。「24時間働く!リリカラの広告塔」としてバリバリ働いてまいります!これから色んなところに登場していきますので、みなさんどうぞよろしくね☆

さて、リリカラオフィス事業部は2011年11月に木場から麻布台に引越しました。なんと東京タワーのお隣さん(!)リリカラも東京のシンボルになるぞ!という意味も込めて受付は真っ赤な壁になってるよ。他にもリリカラの壁紙があちらこちらに使われてます。ぜひ遊びにきてね☆



Lilycolor Office Networks NewsLetter vol.21 2012年3月26日発行(通巻第21号)

発行人=リリカラ株式会社 オフィス事業部 編集委員会 〒106-0041 東京都港区麻布台2-4-5 メソニック39MTビル3F Tel. 03-6895-5350 ホームページ <http://www.lilycolor.co.jp/office>

●定期購読ご希望の方もホームページにてお申し込みください。詳しくは、<http://www.lilycolor.co.jp/office> まで。