

# 株式会社ピー・エス・コープ

## 顧客のニーズをつかみ顧客満足を向上させる人材教育の仕組み

株式会社ピー・エス・コープは、カフェ業態「ラ・メゾン アンソレイユターブル」や「エスプレッソ・アメリカーノ」などを主力とし、関東を中心に12業態56店舗を展開している。同社の理念「その場所には、その店しかない」の考えのもと、その場所にあった顧客層に確実に応えられる店舗づくりを目指している。同社は、「顧客満足（以下、CS）＝売上」という明確なトップメッセージを8年前から一貫して発信し、CSを第一とした企業文化を根付かせている。当時から商業施設への出店が多く、ディベロッパーからはアパレル企業に

匹敵する接客技術を求められていた。そのため、「お客さまが何を求めているか」を察知する感度と、それを具現化するための提案力とを鍛える必要があった。

### 4つのディビジョンによる人材教育

本社では、「CS」、「商品開発」、「HR（ヒューマンリソース）」、これら全体を統括する「マネジメント」という4つのディビジョン制を敷いている。各ディビジョンはブランド別に分かれることなく、全業態をフォローする。なぜならブランドの拡大が目的ではなく、ディベロッパー、ひいてはその商業施設を利用する顧客のニーズに配慮されるよう、CSを第一とした店舗づくりを目指しているからだ。店舗配属のスタッフもこれらのディビジョンに参加しており、月に1回、本社に集まってミーティングを行う。その内容をそれぞれが自店に持ち帰ることで、各ディビジョンの取り組み内容が、店舗のスタッフ全員に共有される仕組みとなっ



メンバーで意見を出し合い「顧客に喜ばれるサービスとはなにか」、「お店創りには何が必要なのか」を真剣に話し合う。（写真はCSディビジョンミーティングの様子）。

ている。



CSディビジョンでは、店舗スタッフが瞬時に顧客の「ニーズチェック」をできるよう、ロールプレイング（以下、ロール）を強化している。ニーズチェックとは、その顧客の来店動機、つまりケーキを食べたいのか、お茶が飲みたいのか、友だちと話がしたいのか、一人でゆっくりしたいのか、などを把握することをいう。もちろんチェックだけではなく、食材や開発者のこだわりを顧客に伝えられるよう各ニーズに応じたアプローチ方法の練習も行う。商品開発ディビジョンでは、メニューが切り替わることごとに試食を徹底している。HRでは年に4回の社内キャリアアップ試験を行っている。このようなCS向上を目的とした組織が有効に機能することで、ミステリーショッピングリサーチの点数も高得点をキープしている。

### ロールによるスタッフの変化

同社は、カフェ業態では珍しく、ディベロッパーや百貨店などが開催する接

客コンテストにも積極的に出場し、上位入賞を果たしている。また、社内で行っている接客コンテスト「S1グランプリ」は今年で8年目となり、確実にCSの風土が根付いてきた。これらの取り組みを通して、大会に出場したスタッフは自信を深め、また他店のスタッフで参考となるような接客を、自店のスタッフにも共有するといった自発的な取り組みも生まれている。



年に1回社内で行われる接客ロールプレイングコンテスト「S1グランプリ」に向け、実践さながらの練習をCSディビジョン主導で行う。



2013年度「S1グランプリ」では、エントリー数55名の中から、ラ・メゾン アンソレイユターブル玉川高島屋S・C店の店長、今澤綾氏が「S1-ゴールド」(グランプリ)を受賞した。

### 会社概要

- ・代表者：佐々木 辰明 代表取締役
- ・所在地：東京都大田区北馬込1-4-3
- ・設立年月：1992年9月
- ・URL：http://www.pscoop.jp/
- ・事業内容：コーヒーショップ・レストランの運営、及び設計・企画業務
- ・展開するブランド：エスプレッソ・アメリカーノ、ラ・メゾン ターブルドット、ラ・メゾン アンソレイユターブル、ピタースイーツ・ビュッフェ、他
- ・社員数：正規217名、パート・アルバイトなど1,250名