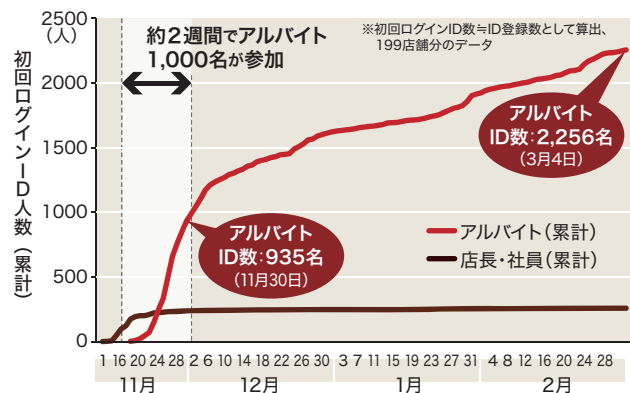


【図3】CS活動の参加人数 (tenpoketトーク・累計ID登録数)



【図2】CS活動の流れ

CS調査結果が届く → 気づきレポート提出 → 議事録提出

調査店舗 鎌倉バスタ:〇〇店
調査日 2022年2月17日(木)

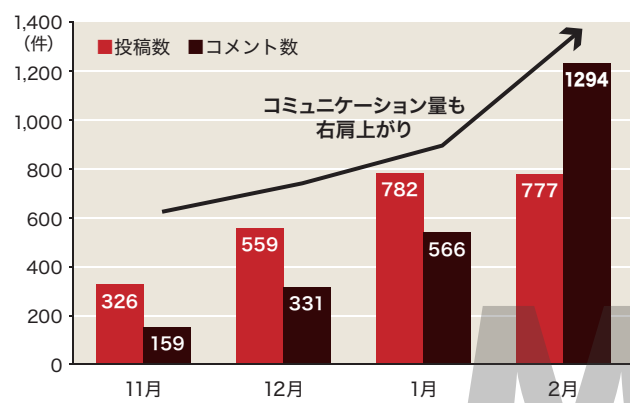
働きスタッフ設問
本日のスタッフの中で働いていたスタッフの名前と理由をお書きください。

名前:〇〇さん
特徴:身長175センチぐらいの男性
理由:全体的に気を使った接客をされて大変好印象でした。応援したくなるスタッフさんです
(ハッパを離って貰って) (いいね!)

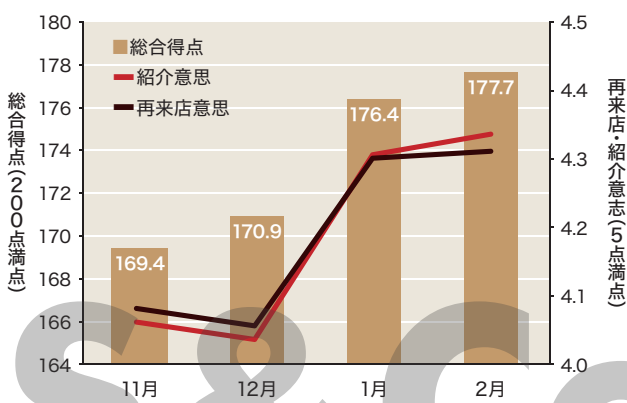
気づきレポート事例
22年2月の気づきレポート
田中花子
よかったところ
マニュアル通りの接客ではなく、臨機応変にお客様に合わせて接客をしていたところ
もったいないところ
パンが冷めた状態で提供されたこと
良かったところを伸ばすためのアクション
お客様が気持ちよく過ごせるような丁寧な言葉遣いや態度を心がける
もったいないところを改善するためのアクション
パンやバスタは出来たらすぐに提供すること

カテゴリ	得点率	得点	配点
総合得点		174	200

【図4】CS活動の活性度合い (tenpoketトーク・投稿数)



【図5】CSスコア (全店平均) は右肩上がり で推移



199店舗でCS改善!アルバイト2,256名を巻き込んだCS活動の進め方



「ベーカリーレストラン サンマルク」「サンマルクカフェ」などを展開するサンマルクホールディングスのグループ会社として、生パスタ専門店「鎌倉バスタ」を全国に199店舗運営する、株式会社鎌倉バスタ。同社では「おもてなし強化」に向けて顧客満足度調査「ミステリーショッピングリサーチ」などの活用をスタートされました。その目的と活動内容について、同社CS部 萬代剛大氏にお伺いしました。

株式会社サンマルクホールディングス / 株式会社鎌倉バスタ

コロナ禍で外食産業を取り巻く環境は大きく変わりました。このタイミングであったため、「おもてなし強化」に投資するのはなぜですか？

もともと、当グループは「私たちはお客様にとつて最高のひとときを創造します」という経営理念を掲げており、どのような時代にあつてもその考えは揺るぎません。テーブルオーダーなど「人手不足でも営業ができる体制づくり」も同時に進めていますが、「一方で「おもてなし強化」にも投資しているのは、お客様に選ばれるレストランになるためには最終的には「人と人とのつながり」が大事だと考えているからです。

おもてなし強化の手段として、「ミステリーショッピングリサーチ」以下、「CS調査」を選択した理由を教えてください。

店舗数の増加にともない指導が行き届きにくくなりました。以前に比べると本部発信に対する現場の理解や行動が得づらくなつたと感じています。「お客様をおもてなししようよ」と発信しても、お客様のニーズが多様化している中で何をしたら良いのか戸惑うスタッフが増えている印象です。時代の流れには逆らえません。CS調査は細かくチェック項目が設定されていて、具体的にこれをやったら良いんだというのが明確です。アルバイトスタッフでもわかりやすい。会社が目指している姿をわかりやすく伝えられると判断しました【図1】。

「おもてなし強化」の具体的な取り組みを教えてください。

CS調査結果が届いた後、スタッフから「気づきレポート」を提出してもらっています。その後、結果を受けてどのような改善をするか決めたのか、各店から議事録を提出してもらうルールにしています【図2】。

アルバイトスタッフの参加率が199店舗で2,256名と順調に推移しています【図3】。全員参加のCS活動にするために、どのような工夫をしていますか？

CS調査と同時にMS&Consulting社の社内コミュニケーションツール「tenpoketトーク」の導入も進めました。気づきレポートや議事録は、この「tenpoketトーク」を使ってオンラインで記入・提出してもらっているのが、CS活動の進捗をデータで把握できるようにになりました。その中から、「気づきレポート投稿数」や「ID登録数 (tenpoketトークをダウンロード登録した人数、各店が何人のスタッフをCS活動に巻き込んでいるか推測できる)」を、本部から毎月発信して現場の意識を高めています。

実は、今はあまりCS点数を重視していません。それよりも各店がどうアルバイトスタッフを巻き込んで活動に取り組んでいるのか、そのプロセスデータを注視しています

CS調査と同時「CS調査」の導入も進めました。気づきレポートや議事録は、この「tenpoketトーク」を使ってオンラインで記入・提出してもらっているのが、CS活動の進捗をデータで把握できるようにになりました。その中から、「気づきレポート投稿数」や「ID登録数 (tenpoketトークをダウンロード登録した人数、各店が何人のスタッフをCS活動に巻き込んでいるか推測できる)」を、本部から毎月発信して現場の意識を高めています。

実は、今はあまりCS点数を重視していません。それよりも各店がどうアルバイトスタッフを巻き込んで活動に取り組んでいるのか、そのプロセスデータを注視しています

「同じ調査員は半年以内に再訪しない」などのルールが整備されているのもポイントでした。他社の調査だと同じ調査員の方が何度も来店されたため、スタッフに調査員だとわかってしまったということもありました。そういった細かい部分にまで配慮

CS調査となるかどうかについても、できないところを列挙するものが多くなりません。それも大事な視点ですが「できていない」と言われ続けると誰でも嫌になります。調査に対する反発も出てくる。MS&Consulting社の調査は、各店舗の良いところを伝えることを基本に据えていて、その中で改善点も伝えていくというものです。「調査を受け取る店舗の気持ち」も考えてくれていて、その姿勢が良いなと思いました。実際、現時点で店舗から調査内容に対する不満が出てきていません。

「同じ調査員は半年以内に再訪しない」などのルールが整備されているのもポイントでした。他社の調査だと同じ調査員の方が何度も来店されたため、スタッフに調査員だとわかってしまったということもありました。そういった細かい部分にまで配慮

【図4】。まずは「アルバイトを含めた全スタッフの当たり前の活動」にすることが成果を出す土台になると考えているからです。

現場の「やらされ感」が高まることなく、前向きに取り組んでいるのはなぜでしょうか？

何のために取り組むのか「思い」を伝えることを大切にしています。今回の取り組みは代表からの発信でした。その点は大きかったと思います。また、本部からの発信に思いがゼロだと、現場も思いがゼロになって、だんだん事務的なCS活動になってしまふ。そこで、データを発信する時は「がんばっている店舗の取り組み事例も一緒に掲載するなど、継続的に「こういう活動をしたんだ」という思いを届けるように気をつけています。投稿内容が具体的に変わってきたなど、少しずつ変化を感じています【図5】。

今後の展開について教えてください。

最近店舗から出てくる議事録がより深く具体的に書かれるようになってきたりと、少しずつ手応えを感じています。今後は店長コンテストなどの表彰基準にも活用できたらと考えています。評価に使われるとやる気も高まるし、意識も高まります。前向きな気持ちで取り組み続けられる工夫を取り入れて、参加しなくなる環境を作っていきたいと思っています。

【図1】CS調査票 (サンプル)

調査店舗	鎌倉バスタ:〇〇店
調査日	2022年2月16日(水)
総合項目	
Q1.誰かを連れてきたい、教えてあげたいと思いましたが	5必ずそうする 4そうするかも 2たぶんしない 1絶対にしない
Q2.また来たいと思われましたか	5必ずそうする 4そうするかも 2たぶんしない 1絶対にしない
業務チェック項目	
Q3.入店後、5秒以内に気持ちの良い挨拶がありましたか	1できている 0できていない
Q4.お客様の歩くペースを確認しながらご案内していましたか	1できている 0できていない
Q5.案内担当のスタッフが笑顔・アイコンタクトがありましたか	1できている 0できていない
コメント	
入店時はスタッフさんがお二人見えましたが、なかなか気づいて下さらなかった点は残念でしたが、気づいた後は歓迎を感じる笑顔で対応して下さいだったので、残念な気持ちになりました。	

調査票で会社が目指す姿を伝える

導入候補の中から、弊社のCS調査を選んだ決め手は何ですか？

CS調査となるかどうかについても、できないところを列挙するものが多くなりません。それも大事な視点ですが「できていない」と言われ続けると誰でも嫌になります。調査に対する反発も出てくる。MS&Consulting社の調査は、各店舗の良いところを伝えることを基本に据えていて、その中で改善点も伝えていくというものです。「調査を受け取る店舗の気持ち」も考えてくれていて、その姿勢が良いなと思いました。実際、現時点で店舗から調査内容に対する不満が出てきていません。

