

図表① 飲食店のロジックツリー<売上に直結したアクションリスト>抜粋

<大項目>		<中項目>	<小項目>
客数	フリー新規客アップ		朝の時間帯に呼び込み
			フリーペーパーに特典を付ける
			折り込みチラシ配布
			店外チラシ配布
			訪問集客
			FacebookなどのSNSを活用
			ネット集客媒体の活用
			自社HPの活用
			プレスリリースの実践
	紹介新規客アップ ※紹介された来店客		看板の設置
			紹介依頼
			紹介ツール作成
			紹介のお礼
			看板メニューの認知
			電話対応の改善
	リピート率アップ		ファンづくり
			滞在中の雰囲気
			ミステイク(神秘性)の発揮
自慢商品の提供			
第一・最終印象の強化			
一対一の関係性の強化			
回転率アップ		DMを送付する	
		調理タイムの標準化	
		調理スピードアップ	
		提供目標時間の設定	
単価	序盤接客時		入店の挨拶から席へのご案内
			ファーストドリンク・オーダー
			ファーストドリンクの一口目の飲む量を見る
	中間接客時		今日のお薦めを伝える
			メニューうちく説明
			プラスオーダー
			POP活用
	終盤接客時		決めてあげる接客
			名刺渡し
	お持ち帰り		ラストオーダー
			店内でのお持ち帰り
			家族等への店外への販売

あなたの「顧客」は誰ですか？

ほめ育を導入するために、まずきちんと考えておかなければいけない

増えるメニューなど、そしてお客様も笑顔が

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客は誰ですか？」という

「顧客満足より従業員満足」

「従業員満足なくして、お客様満足は追えない」

お客様満足(CS)や従業員満足(ES)について、少し調べるだけでもこのようにブレイズが飛び交っている世の中ですが、果たして本当にその考えだけで飲食店は幸せになれるのか。時々、疑問に感じることがあります。

「顧客満足より従業員満足」

「従業員満足なくして、お客様満足は追えない」

お客様満足(CS)や従業員満足(ES)について、少し調べるだけでもこのようにブレイズが飛び交っている世の中ですが、果たして本当にその考えだけで飲食店は幸せになれるのか。時々、疑問に感じることがあります。

「顧客満足より従業員満足」

「従業員満足なくして、お客様満足は追えない」

お客様満足(CS)や従業員満足(ES)について、少し調べるだけでもこのようにブレイズが飛び交っている世の中ですが、果たして本当にその考えだけで飲食店は幸せになれるのか。時々、疑問に感じることがあります。

「顧客満足より従業員満足」

「従業員満足なくして、お客様満足は追えない」

お客様満足(CS)や従業員満足(ES)について、少し調べるだけでもこのようにブレイズが飛び交っている世の中ですが、果たして本当にその考えだけで飲食店は幸せになれるのか。時々、疑問に感じることがあります。

新連載 第1回

繁盛店のための「ほめ育」のススメ

CSとES、本当に優先すべきなのはどっち..

GOOD!

原邦雄

図表② 行動目標チェックリスト(例)

この表は、行動実践内容一覧表より今回の取り組み、重点項目を抜粋してチェックリストにしたものです。以下の行動が、売上に直結していることを意識して、しっかり実践してください。

※5点満点で記載してください。

行動目標項目(選目)	項目	月	火	水	木	金	土	日	週合計点
【お客様が入店・退店される時】 挨拶の行動目標	①お客様がドアを開けてから3秒以内に「いらっしゃいませ」を言う								
	②お客様の方を見て一体感のある元気な挨拶(挨拶をそろえる)								
	③空席情報を常に把握し、すぐに案内								
	④お客様がお立ちになられた時の元気な挨拶(お客様の方を見て挨拶をそろえる)								
	⑤お客様がお店を出られる時、扉まで行きお見送り(感謝を込め笑顔で)								
【1対1の会話・アイコンタクト】 個を大切に作る行動・言動目標	①おしほり提供時に名札を指差し「本日はご来店ありがとうございます。私、ホール担当〇〇がお伺いします」と笑顔で言う								
	②ファーストドリンク提供時に、自分の言葉で感情を込めて商品のおいしさをお伝えする								
	③お客様が入店されてから退店されるまで、スタッフ一人一人がお客様に合計2秒アイコンタクトをする								
	④食後の熱いお茶やお冷のサービス時に、デザートメニューをお薦めする								
	⑤アンケートのご協力をお願いし、本日の感想をお伺いする(ご協力への感謝を込め笑顔でお礼の挨拶)								
【自慢の商品の提供】 ホール・キッチンスタッフが丸 となって、自慢の商品を作るところから提供するまでの行動目標	①キッチンの人:ホールスタッフを「お客様と思って」デシヤップに商品を置く								
	②ホールの人:キッチンスタッフがデシヤップに商品を置いたら、「感謝の気持ち」で受け取る								
	③オーダー後2分以内に1品を届ける(1分1秒でも早く、手が空けば連携サポート)								
	④全ての商品に対し「お待ちせましたし」と笑顔で丁寧提供する(商品は静かに、向きに注意)								
	⑤商品提供時は作業的にならず、1秒止まって軽くお辞儀をしてから席を離れる(お辞儀15度)								
<特記事項・結果総括>									
店長より1週間を振り返り、特に頑張ったスタッフの名前を記載し、その行動をほめよう♪									
名前:	行動:								
名前:	行動:								
名前:	行動:								
次週への抱負									

お客様を連れてきてくれる、忘年会や新年会で必ず使ってくれる、スタッフへフレンドリーに接してくれる……。このような上位客がきつっていると嬉しいです。さらに言えば、こちらがピークで大変なときは遠慮してくれたり、ゆとりのある時間帯にあえて足を運んでくれたり、という方もいるかもしれません。ぜひ、これを読みながら思い出し、思い出せばと思います。

なぜ、あなたのお店は選ばれているのか?

次に、そういうお店にとって本当に価値のある上位客が、どうしてあなたのお店を選んでくれているのか、ご存じでしょうか？
近いから、おいしいから、雰囲気がいいからなど、ぱっと思い付くのはこういうところだと思います。ただ、はっきり言ってこれではダメです。厳しい言い方になってしまっても構いませんが、もしも上位客の来

店理由を知ろうとしない、考えようとしないのであれば、それはお客様をばかにしているのと同じです。考えてみてください。日本にだけだいたくさんのお店があるか。さらに、外食以外にも「食べない」「自炊する」「お弁当を買う」など、食事そのものに選択肢があります。あなたのお店に来ないといけない義務もありません。

そんな中で、お客様はわざわざ時間とお金を使ってお店に足を運び、さらにたたくさんのお金を落としてくれているのです。そこに、何の理由や決め手もないわけがないのです。最初に「ほめ育ではCSを追求し、ESにつなげる」ということをお伝えしました。お客様があなたのお店をわざわざ選んで来てくれている背景には、料理のおいしさや品質、サービス、お店の清潔さや雰囲気ももちろんあって、さらに最前線でお客様と接しているスタッフの「何かしらの行動」にヒントが隠されています。

それを、可能であれば直接教えてもらうか、難しいようであれば仮説を通して見つけたいといけません。そして、それにつながっている「QSC」と「スタッフの行動」をほめる。それが、ほめ育なのです。

これからの飲食業界に不可欠なマネジメント力

なぜ、ほめ育によってこのような効果が上がっているのかというと、これからの飲食業界で絶対に必要になる「マネジメント」に大きく関わっているからです。

私もかつて働いていましたから、飲食業界が不人気な業界であることはよく知っています。募集してもなかなか人が集まらない、雇っても一人前になる前にさつと辞められてしまふ……これまでにさまざまな問題にぶち当たりました。

さらに今は少子高齢化による労働人口の減少で、人手不足はこれまで以上に深刻な事態といえるでしょう。女性、年配の方、外国人労働者、ゆとり・さとり世代など、これまでのマネジメントの常識が通用しない人たちと一緒に、お店を回していかなければいけない時代になりました。

これまでの飲食業界で歓迎されてきたような、よく働き、元気、安月給にも文句を言わず、叱られても粘り強く我慢し、モチベーションを高くキープできる将来有望な人材は、もう来ないのです。

もちろん、そのような人材がゼロだとは言えず、採用を重視すること

ほめ育で「売上の上がるほめる文化」が根付く

ここまでお伝えしてきた内容について、ほめ育では考えただけで終わらず、ツールを使った仕組み化も行っていきます。

詳しくは次回以降でお伝えしますが「ほめる基準」である「ほめ育ロジックツリー」(図表①)や、行動管理の週報(月報)である「ほめ育目標チェックリスト」(図表②)、人を加速的に成長させる魔法のシート「ほめシート」がそれに当たります。

これらを仕組みとして運動させることで、お店に「売上の上がるほめる文化」を根付かせます。

実際にほめ育を実践している私のクライアントでは、40店舗の飲食店全店で3年間の黒字を継続。昨年対比売上をアップし続けているラーメン店(22カ月連続)、35店舗の居酒屋(28カ月連続)などがあります。またそれらのお店では、単に売上が上がっただけではなくスタッフの満足度もアップしているのです。離職が低減し採用費が削減されたことで、これまで以上に利益が残る企業体質にもなっています。

その最初の一步として今回の内容は、とても重要なので、ぜひ押さえて、次回以降を読み進めていただきたいと思っています。

必要です。ただ本連載では育成に焦点を当て、売上やスタッフの満足度に加えて各階層のマネジメント力をアップさせることも大きなテーマとします。

その最初の一步として今回の内容は、とても重要なので、ぜひ押さえて、次回以降を読み進めていただきたいと思っています。



はらくにお(株)ス/イランアップ代表取締役、(一財)ほめ育財団代表理事。「ほめ育【Ho-Me-I-KU】」を世界共通語に！世界中の人たちを輝かせる！をミッションに掲げ、子どもの教育にチャリティーをすることを目標に「ほめ育財団」を設立。ほめて人を育てる「ほめ育」を196カ国に広げるために、日本だけではなく、アメリカ、中国、インド、カンボジア、シンガポール、インドネシアなどに活動を展開し、延べ100万人以上にほめることの素晴らしさを伝えていく。大手コンサルティング会社で活躍後、飲食店の洗い場で4年間住み込み修行。多数の現場で培った経験と、脳科学・心理学をミックスした教育メソッドは、大人だけではなく幼児教育にも活用できるとして、国内外200社に導入され、幅広い層から好評を得ている。ハーバード大学やザ・リッツ・カールトンホテルでのセミナーをはじめ、年間200回以上の講演を行う。テレビ朝日「報道ステーション」やNHKにも登場。英・中国語にも翻訳された著書は5冊。