

# 業績アップにつながる!

## 「ほめ育式社内表彰式」のつくり方

「繁盛店づくり」を目的に、「お客にほめられた行動」を表彰、  
全員参加で「次は自分も……」の気持ちを引き出す

ほめ育財団代表理事 原邦雄

「スタッフも経営陣もみんなが納得できて、働くことが楽しくなって、業績もぐんぐん上がる社内表彰式が開催できたら……」

そんな経営者や店長におすすめしたいのが、「ほめ育式社内表彰式」です。既に実施した会社では「20カ月連続で昨対超え継続中」「募集広告を一切出さずに、アルバイトが次々紹介で入社するようになった」など、目覚ましい成果が出ています。

ほめ育は「ほめて育てる教育」です。ただし、昨今流行している、ただほめるだけの「基準なきほめ」とは似て非なるもの。ほめ育では、ほめる基準づくりから始め、成長につながる行動を重視します。

そして、ハレの舞台を用意して、お客にほめられることをしたスタッフを、

たっぷりとほめる。

それが「ほめ育式社内表彰式」です。お客への感謝を胸に、大切なスタッフを存分にほめてください。

スタッフは、会社にはめられるために入社しました。決して、改善点ばかり指摘されるために入社してきたわけではありません。

日頃言いそびれている「ありがとう」の気持ちを、たっぷり伝えてあげましょう。きっと素晴らしい笑顔に出会うことができます。ほめられたスタッフはもちろん、ほめた経営者自身も幸せになるのです。

**全員が納得する表彰式に必要な「繁盛店づくり」という目的設定**

ほめ育式社内表彰式のポイントは以下の3点です。

### (1)「繁盛店づくり」を目的にする

ほめ育式社内表彰式は、目的を「繁盛店づくり」にしていることが大きな特徴です。

社内表彰式はいわば、繁盛店をつくるための「全社会議」のようなもの。繁盛店づくりに向かって頑張る仲間を成長を間近で見え、お互いにねぎらう場です。同じ目的を共有して表彰式に臨むからこそ一体感が生まれ、自然とやる気も芽生えるのです。

多くの社内表彰式では、スタッフの満足やモチベーションアップを目的に掲げますが、そもそも目的設定が間違っています。人それぞれ価値観が違います。基準が違うものを目的にすると、全員が納得する表彰式にはなりません。満足やモチベーションは、あくまで後からついてくるもの。「繁盛店づく

り」という明確な内容を目的にしましょう。

### (2)お客にほめられる行動が大切

ほめ育式社内表彰式では、「お客にほめられる行動をした人」を表彰します。なぜならお客からほめられる行動が業績アップへとつながり、繁盛店へと近づくからです。

例えば、「いつでもユニフォームを清潔にしておく」「会員や常連のお客を名前で呼ぶ」といったことも評価対象です。

多くの社内表彰式では、売上げなどの目に見える結果を評価の軸にしますが、ポジションによっては直接売上げに貢献できない人もいるわけで、そこに不平等感が生じます。

すると、善かれと思って始めた社内表彰がマイナスになりかねないのです。

だから、誰にでもできる「繁盛店」つくりのための「行動」を表彰の対象とすることが大事なのです。

**(3) 全員参加が基本**

ほめ育式社内表彰式は、全員参加が基本です。

「次は自分が壇上上がりしたい」という欲を芽生えさせることも重要だからです。

全員が集まるところ楽しんでほしい、よし、日頃の感謝を伝え合うのもよし、社風に合った内容を考えましょう。


企画を先導するのは、表彰式の運営リーダーです。どのような雰囲気にするかを考えるために、他の会社の表彰式を見に行くこともおすすめします。

**業績のいい会社はこんな表彰式をしている**

ここで、イメージしやすいように、一つの事例を紹介します。ほめ育式表彰制度を取り入れてぐんぐん業績が上がった、「支那そば三八」(本社・徳島市)の社内表彰式です。

徳島県で3店舗を展開する「支那そば三八」は、創業40年以上の老舗ラーメン店で、濃厚な飲み干せるほどさっぱりした黄金スープが、細い自家製ストレート麺に絡み合うおいしさが人気で、毎日のように足しげく通う人も多い店です。

図表① ほめシート



年 月 日

より

**ありがとう**

具体的にイメージが伝わるように、50文字以上

**成長したなあ・すごいなあ・好感が持てる**

この中から一つ 50文字以上

**期待していること**

- ・来月クリアしてほしい
- ・将来的に、こうなってほしい

熱心な経営者は「もっと従業員を輝かせたい！」と考えてほめ育に注目、ほめ育式社内表彰式を始めました。その名も「39総会」、全スタッフに感謝を伝えるという意味の「サンキュー」と掛けた表彰イベントです。ただし、表彰式といっても、堅苦しいものではありません。スタッフの家族を招いての会食やビンゴ、カラオケ

などもあり、とにかく盛り上がります。時には失敗エピソードの披露やサブライズで家族からの手紙を読み上げる場面もあり、まさに笑いあり涙ありのイベントです。39総会は、音響をとっても効果的に使います。例えば、「多くの観客の目を気にして、壇上上がるのを恥ずかしながらスタッフもいるかもしれない」と

考えて、登壇用のテーマソングにも徹底的にこだわります。登壇時のBGMは、基本的に全員別の曲です。受賞者がよく聴く曲や好きなアーティストをヒアリングしておき、BGMに選ぶのです。音楽をスタートするタイミングも会場との事前準備で決定し、リハーサルを行います。BGMの音量も最初は大きめに、登壇して

店長が表彰文を読み上げるときにはボリュームダウンして……と配慮がこまやかで、表彰式がテンポよく高揚感の中で進んでいきます。

表彰文も具体的にユニークです。例えば「春分の日、キッチンが一人欠員だったにもかかわらず、Aさんがホールをしながら洗い場の様子も気にして

くれていましたね！ おかげで過去最高の日商をたたき出すことができました。でも、賄いを食べる時間が取れなくて、1日で2kg痩せたそうですね。そんなAさんに「〇〇賞」を送ります！」といった具合です。そして経営者がこのイベントでこだわるのは、全員に表彰状だけではなく

「ボーナスを渡す」こと。正確にはボーナス明細ですが、社員からアルバイトまで一人残らず、全員に手渡します。1000円だけの人もいますが、みんな心底喜びます。なぜでしょうか？ 経営者から一人一人手渡してもらうことにより、気持ちが伝わるからです。

支那そば 三八のスタッフは、平日頃のほめ育を通じて、会社から明確な基準をもとに認めてもらったことを分かっています。それでも、表彰式では、実際に目に見える形で、気持ちとボーナスの物心両面から自分が評価されていることを実感するからこそ感動も倍増するのです。

忘れてはいけないのは、39総会は赤字経営では開催できないということ。全スタッフが一丸となつて繁盛店を目指し、利益が出ているからこそ開催でき、ボーナスの支給も可能になります。

徹底して業績アップを目的にするこ  
とが、この好循環を生むのです。

## 「ほめ育式社内表彰式」を始める手順とツール

次に、ほめ育式表彰を始めるための手順を紹介します。

### ステップ1 運営スタッフを決める

運営スタッフを決めて準備を進めます。運営リーダーをはじめ、司会者や音響、照明、カメラ、映像記録、表彰アテンド、整列アテンドなどが必要です。

表彰式に関する知識や技術があると理想ですが、必須ではありません。むしろ大切なことは、社風を理解し、経営理念に共感しているかどうかという

### 行動実践内容

「仕事の疲れが吹っ飛ばすお店〇〇です。1000円でほろ酔いコースから、3000円飲み放題コースがありますので、是非お立ち寄りください」
メインターゲット層のお客さまからアンケートを取り、選ばれている理由をセリフとお客さまの顔写真、名前(※任意)をクーポンと共に載せる。
目玉商品、対象、メリット、武勲、特典、スタッフの笑顔、お客さまが店を選ぶ理由を入れて作り、折り込みする。
お客さまに「楽しそうにチラシ配っているね」と言われるように、笑顔で元氣よくチラシを配布する。
1日1時間、近隣のビルや住居にチラシを持参する。
「すぐ近くの〇〇というお店です。今月限定の特典もありますのでよかったですね」
看板メニューやびつくりメニュー、お客さまの笑顔などを配信。お客さまがSNSに店舗情報を載せたら一品サービスをする。
1日4回更新を継続。看板メニューや特典をこまめに更新し、SEO対策をする。
新メニューや限定クーポン、お客さまの喜びの声をこまめに載せる。SNSやメルマガなどと連動させる。
プレスリリースするマスコミリスト、お客さまメリット、キャッチコピー、他店との違い、タイミングを考案しリリースする。
何の店かが100メートル先からでも分かるインパクトのある字体。車の動線と看板の角度も計算する。
紹介ツール(チラシ、ショップカード、サービス券など)を使い「もしよかったですら、お知り合いを紹介してください」と言う。
3か月に1度、店のフリーペーパーを作り、お客さま一人一人に感情を込めて、配布する。
お客さまの名前、肩書、特典を付けた名刺を100枚作り、プレゼントする。
一品やドリンクなど他のお客さまに分かるように「ありがとうございます！」と言いつつ特典を渡す。
看板、ファサード、店頭チラシ、雑誌広告などの認知作業を年間計画して実行する。
「〇〇さまのご希望日は詰まっておりますが、～日なら空いていますのでいかがですか？」
お客さまの名前を退店までに1回入れた会話を狙う。「〇〇さん、今日はありがとうございます」
「いらっしゃいませ、いつも来店ありがとうございます、スタッフの〇〇です。」と笑顔であいさつする。
「〇〇さま、今月も来店いただきましてありがとうございます」「今月お誕生日ですね！」
ホールへ向かって「〇番テーブルさまの～ありがとうございました。お願いします！」と声を飛ばす。
キッチンへ向かって「ありがとうございます」「いただきます」などと声を飛ばす。
清潔な食器で、丁寧な盛り付けで(タレの飛び散り、洗い残し、皿の欠け割れなどをチェックして)提供する。
お客さまがドアを開けてから3秒以内に「いらっしゃいませ」と笑顔で元氣いっぱいあいさつを行う。
お客さまの方を見て一体感のある元氣なあいさつをする(声をそろえる)。
「今日はありがとうございます。またのご来店を心よりお待ちしております。」「足元にお気を付けて……」など。
お忘れ物の確認。チェックした人はOKの声掛けをレジ会計スタッフに行う。
お客さまが入店されてから退店されるまでの間に、一人のお客さまに対し合計2秒以上のアイコンタクトを行う。
「今日はご来店ありがとうございます。今日は私、ホール担当の〇〇がお伺いします」
「おすすめさせていただいた〇〇のお味はいかがでしたか？」
中間パッシング、火消し氷、網交換、灰皿交換などを行う。
お客さまが「ありがとう」を言った店は記憶に残りやすい。特に退店時にお客さまが発する「ありがとう」は印象に残る。
一言、手書きを添えると効果がある。
メニューごとに調理標準時間を決める。複数人数で調理するときのタイムも設定する。
タイムを意識した調理・提供をする。強化月間を決めて、時々調査する。
調理・提供において、終了時間を設定して始める。タイマーを使ってもよい。
事前にメニューを渡し、注文をある程度決めておいてもらう。
全席中、向こう3組のお客さまが何分後に席を立つかを常に把握する。必要に応じてお待ちのお客さまに知らせる。
「テーブル席(あるいはカウンター席)ですね。はい、こちらへご案内します」
オーダーから2分以内に一品を届ける(1分1秒でも早く。手が空けば連携でサポート)。
よく飲みそうなお客さまには、最初のお代わりのタイミング時、グラスにある残量が2センチになったら「お代わりいかがですか？」と声を掛ける。
例)「じゅわ～っと、口の中でとろけて、甘い脂が口いっぱい広がりますよ。私は、プライベートで必ず頼む一品です」
試食をしてもらい、「お気に召されましたら、ご注文いかがですか？」と言う。
「お代わりどうでしょうか?」「次は違うものいつときましようか?」など。
大阪なら「めっちゃ」、神戸なら「ばり」など、方言を意識する。
「〇〇さん、今日はこれ絶対おすすめです! だから注文しておきますね」
「もしよかったですら、最後に当店自慢のデザートはいかがですか?」と言う。
辛い鍋を注文された方には、必ず「激辛の舌を甘～いデザートで癒やしませんか?」とデザートを勧める。締め一品もお勧めする。
例:「(情熱ホルモン)カレーで、夏バテをフツ飛ばせ!」「寒い冬こそ(情熱ホルモン)カレー!」
テイクアウトに興味を示す子供、団体客の一人にサンプルを見せて、購入を促す。

図表② 飲食店の売上げに直結したアクションリスト例

大項目	中項目	小項目	企画内容
客数	フリー新規客アップ	朝の時間帯に呼び込み	朝の通勤時間帯に今日または週末の飲み会の告知をして、お客さまの潜在意識に印象づける。
		フリーペーパーに特典を付ける	クーポンだけでなく、お客さまから選ばれている理由をセリフにして数を載せる。
		折り込みチラシ配布	チラシ作製の目的は集客・育成・チームビルディング。コンセプトをつくり、目的を達成するチラシを作る。
		店外チラシ配布	ゆっくりしているときは、ポスティングやDM書きなど、攻めの集客を行う。
		訪問集客	店舗の近隣のビルや住宅に、チラシを持参して店の存在を知ってもらう活動をする。
		FBなどのSNSを活用	ファンページを1000人以上つくり、情報を定期的に発信する。
		ネット集客媒体の活用	看板メニューの食欲をそそるような写真を載せて、こまめな更新を心掛ける。
		自社HPの活用	地域、業態キーワード、YouTubeを活用した看板メニューの情報などを載せ、SEO対策をする。
		プレスリリースの実践	店の価値をマスコミに定期的に伝える。マスコミに取り上げてもらえるような記事を定期的にリリースする。
		看板の設置	インパクトのあるキャッチと文字を、車や人の流れの動線を計算して作る。
	紹介新規客アップ ※紹介されての来店客	紹介依頼	お客さまに紹介依頼を行う。デザートやあがり(お茶)を出すとき、レジ会計時など会話しやすい時間帯に。
		紹介ツール作製	メニューの内容を超えたオーダーメイドメニューの情報などについて、店独自の情報をつくり、発信する。
		紹介ツール作製	来店頻度のレベル別に肩書入りのお客さま名刺を作り、店の営業促進をしてもらう。
		紹介のお礼	紹介していただいたお客さまには、何らかの特典を差し上げる。
		看板メニューの認知	既に知っているお客さまのイメージは分かっているが、一度行ってみたいと思わせる認知作業を行う。
		電話対応の改善	電話対応は親切に、丁寧に行う。予約が一杯のときでも逃がさない工夫を考える。
	リピート率アップ	ファンづくり	お客さまとの会話が弾むことを覚え、自ら会話を切り出す。 (名前、好みのメニュー、趣味、前回話した話題、お連れの方の情報)
		滞在中の雰囲気	細かい声掛け、会釈など、スタッフ全員で温かく迎えているという動きを見せる。
		ミステイク(神秘性)の発揮	スタッフ間でお客さまの情報共有し、当日発生した内容でも他のスタッフが同じテーマで話せるようにする。
		自慢商品の提供	キッチンスタッフはデジャップに商品を置くときに、ホールスタッフをお客さまだと思って提供する。
自慢商品の提供		ホールスタッフはデジャップに商品が置かれたら、キッチンスタッフから「感謝の気持ち」で受け取る。	
自慢商品の提供		盛り付けが汚いと、料理の味そのものにまで悪影響を及ぼす。	
第一印象・最終印象の強化		入店・退店時の印象で店のイメージの65%が決まる。そこで断トツの印象を与える。	
第一印象・最終印象の強化		活気のある店舗づくりによって、お客さまの脳に良いイメージを植えつける。	
第一印象・最終印象の強化		退店時にスタッフがドアを開けて、再来店の言葉掛けとお辞儀をしながら退店のあいさつを行う。	
第一印象・最終印象の強化		こまやかな心遣いを見せることで、お客さまに安心感を与える。	
1対1の関係性の強化		2秒以上のアイコンタクトを行うことで、お客さまの脳内に良いエラーを起こさせる。	
1対1の関係性の強化		おしぼり提供時に名札を指して笑顔で自己紹介を行う。	
1対1の関係性の強化		おすすめできた商品の感想をアフターサービスのときに尋ねる。	
1対1の関係性の強化		追加注文の際にもアイコンタクトを忘れない。お客さまのテーブルをきれいな状態に保つ。	
1対1の関係性の強化	レジでお釣りを渡すときに、アイコンタクトをし、お客さまに「ありがとう」を言っていたく時間をつくる。		
回転率アップ	DMを送付する	お客さまリストに定期的に、ご案内を差し上げる。	
	調理タイムの標準化	メニュー単位の調理標準時間表を作成する(複数人数での場合も含む)。品質も安定する。	
	調理スピードアップ	日常の店舗がゆっくりしているタイミングに、スピードを伴った訓練を行う。その方が成長も早い。	
	提供目標時間の設定	メニューに関して完了時間(目標時間)を決めて調理・提供スタートする。	
単価	序盤接客時	入店のあいさつから席へのご案内	空席情報を常に把握し、すぐに案内する。お客さまの希望を聞いてからお待たせしない。
		ファーストドリンク・オーダー	着席後、2分以内に何かを口にしたお客さまの客単価は10%上がる。
	中間接客時	ファーストドリンクの一口目の飲む量を見る	ビールなどファーストドリンクの一口目の飲む量を見て、「ぐいっ」と飲む人は、複数杯飲む確率が高い。
		今日のおすすめを伝える	ファーストドリンク提供時に看板メニューのおいしさを、自分の言葉で、感情を込めてお伝えする。
		メニューうちく説明	素材の産地やランクなどの話をしたり、裏メニューの話をして特別感を感じてもらおう。
	終盤接客時	プラス・オーダー	ビールのジョッキなどのグラスをテーブルに置く前に、タイミングを計ってプラスオーダーを取る。
		POP活用	お客さまの声を活用する。右脳に訴え掛ける文言、商売と関係ないコメントなどを書いたPOPを置く。
	お持ち帰り	決めてあげる接客	常連のお客さまが何を食べようか迷っていたら、決めてあげる。
		名刺渡し	店長や料理長があいさつについて、感想を聞く。
	ラストオーダー	ラストオーダー	ラストオーダーでフードとドリンクを頼んでもらう。絡めのメニューや、別腹メニューを活用する。
店内でお持ち帰りを告知		レジで、お持ち帰りの商品を告知する。季節に合わせて、一言添える。	
家族などへの店外への販売	家族などへの店外への販売	家族や知人を巻き込んで、お持ち帰り商品の注文を取る。働きがいを感じているスタッフは、頼むとすんなり行動してくれる。	

点です。

「現場スタッフを輝かせたい」「ぜひこのイベント企画に参画したい」と考える、前向きな人を選びましょう。

司会者の声や進め方は、表彰会全体の雰囲気を決めます。社内で慣れている人か、できればプロに依頼してください。

司会の技術や知識をある程度持っている人が適任であるのは間違いありませんが、一番大事なものは、ここでも社風を理解してくれているか、経営理念に共感してくれているか、ということになります。

司会者という立場から、現場スタッフを輝かせたい、このイベントに司会として参加したい、という前向きな人がよいわけで、プロに依頼する際も、経営理念を共有してもらえるかどうかを見るのが大事です。

司会者とは、台本も一緒に考えます。間延びしないように1分刻みでスケジュールを細かく調整しましょう。

音響も大切です。どのBGMを選ぶかによって、場の雰囲気が大きく変わります。表彰される人の感動もさらに大きくなり、思い出に残ります。

### ステップ2 賞の名前を決める

スタッフの顔を思い浮かべながら、賞のタイトルを考えましょう。

例えば一洗いの場、全店で一番早

図表③ SUPリスト

※5点満点で記載してください。【1】全然できなかった 【2】あまりできなかった 【4】まあまあできた 【5】完全にできた

行動目標項目	1/31	2/1	2/2	2/3	2/4	2/5	2/6	2/25	2/26	2/27	2/28	3/1	月合計
カテゴリー	水	木	金	土	日	月	火	日	月	火	水	木	計点
第一印象/最終印象													
①のれんの向こうに人影が見えたら、のれんの印に向かって「いらっしゃいませ」と声掛けをする													
②お客さまがドアに手をかけたら、のれんの印に向かって「ありがとうございます」と声掛けをする													
③駐車場に聞こえるくらいの大きな声で入店・退店のあいさつをする													
④案内担当は、お客さまに「いらっしゃいませ、何名様ですか?」と笑顔で聞く													
忘れられない工夫													
①パースデー、食券、無料券を持って来られたら、一言加えて「ありがとうございます」を言う ※パースデー…お誕生日おめでとうございます 食券…当選おめでとうございます													
②三八会員の魅力ボードを使い、会員になってもらうようにすすめる													
③トッピングをおすすめ(煮卵、ねぎ、メンマ、もやしの中で一つ必ず)する													
④デザートのおすすめをする(自分が食べた感想を入れて)													
個を大切に する行動・言動目標													
①店の中にいる人の後ろを通るときは「後ろ通ります」と声を掛ける													
②入店前、見えたお客さまの人数分お冷やを入れておく													
③出勤時、店内に入るまでにごみを最低5個拾う													
④フロアの人、お持ち3組(〇名さま……)を厨房に言って、厨房は復唱する													

いで賞」とにかく笑顔が断トツで賞など、その人にしかないタイトルを付けることがポイントです。過去の当人と比べて、成長が感じられる内容にしましょう。

賞が決まったら、表彰状も用意してください。A4サイズの厚紙などに上司が感謝の言葉をできれば手書きして、表彰式で読み上げましょう。メダルや副賞なども、気持ち程度で構いませんので、準備することをおすすめします。  
**ステップ3 「ほめツール」を用意する**

意味のある社内表彰式にするためには、日々の積み重ねが大切です。誰もが納得する表彰にするためには、付け焼き刃の「ほめる」では業績アップにはつながりませんし、しらけた表彰になりかねません。ほめ育ツールを使って、成長を見守りましょう。

ぜひ活用してほしいツールを紹介いたします。  
表彰する内容を決めるにあたって日常的に活用できる「ほめツール」の例  
**▼ほめシート**

A4サイズ一枚のシートを埋めるだけで、自尊心の3大欲求を満たすことができる、ほめ育の基本ツールです。現場のスタッフは、ほめられることに飢えています。頑張るプロセスを見ていることを、言葉を惜しまず定期的に

伝えましょう。次に取るべき行動が明確になり、成長が加速します(図表①)。  
**▼アクションリスト**

先のほめシートを生かすためには、アクションリストというツールをつくり、やるべきこと、の棚卸しをすることも大切です。繁盛店にするためには、どのような行動が存在するのか、階層ごとに整理して、論理的かつ具体的なものにしてください(図表②)。  
**▼SUP(スूप)**

「支那そば 三八」でも使っている「SUP(スूप)」というシートには、声掛けのタイミングやお客へのメニュー提案など、具体的な行動目標がまとめてあります。ここに書かれた項目こそが、お客にほめられる行動です。ほめる材料を徹底的に見える化することで、スタッフは行動しやすくなり、経営陣とのずれも生じなくなります。ぜひ自店用にアレンジして活用してください(図表③)。

**成功のポイント  
「お客への感謝の共有」**

ほめ育式社内表彰式を成功させるための大事なポイントとして、もう一つ伝えておきたいことは、表彰式では、ぜひ、「お客への感謝を全員で共有」してほしい、ということ。商売の基本は、お客に喜んでいただくことです。

くことです。店はお客のためにあります。表彰式では、お客への感謝を、改めて共有してください。お客への感謝の気持ちを共有できる現場は、とても強力で、業績がぐんぐん伸びます。たとえトラブルが起きても乗り越える力が付いています。

事例として紹介した「支那そば 三八」の39総会ですが、実は昨年は取りやめになりました。常連のお客を巻き込む重大なトラブルが起こったためです。しかし、ここから「さすが!」と思わせる判断と行動を見せました。トラブルに巻き込んでしまった常連のお客に、これまでの感謝を懸命に伝え、再発防止策を検討するチームの中に入れてもらったのです。

三十年来のお客ですから、経営を揺るがす大事件でした。でも、そこで、そのお客に再発防止検討チームに入ってもらったような発想がスタッフから出てきて、そこから危機を乗り越えることができたのは、ほめ育式表彰式などを通して、「支那そば 三八」の全スタッフが、お客への感謝の気持ちを日頃から共有できていたからです。

今年の社内表彰は実施する予定で、全スタッフに、そして全てのお客に感謝するイベントとして復活します。