

これが、わが社の “おもてなし 経営”

おもてなし経営企業が実践する個性的な取り組みには、経営力アップのヒントがたくさん！ここに、全国から選ばれた50事業者による具体的な活動のほんの一部をご紹介します。

接客マニュアルはなく 「友達なら…」と考える

株式会社九州壹組

接客マニュアルはなく、「友達だったらどうするか？」という観点で考えるようにしています。また、社員教育にも力を入れており、社員一人ひとりの個性に合わせたキャリアプランを作成。それに沿って、研修や技術の勉強会を行っています。



ナンバー2の役割を 明確にして“仕組み化”

株式会社みたのクリエイト

業績の良い店には“優秀なナンバー2”がいることに気づき、これを“仕組み化”。数値管理、調理指導、接客指導など、店長との役割分担を徹底しています。また海外出店も加速させるなか、「自分の頭で判断できる」人づくりに注力しています。



「360度評価」を導入し 「感動」の共有を推進！

株式会社ファースト・コラボレーション

店長以上は全社員から、それ以外の社員は所属する店舗の全員から点数を付けてもらう「360度評価」を導入。お客様との「感動」の共有を目指した経営理念に沿った行動ができてきているか、立場を問わずチェックし合える仕組みを整えています。



アルバイトも含めて 全員が売り場の責任者

株式会社イノブ

プレ社員(アルバイト)を含めた全スタッフが売り場の責任者。商品の仕入れから陳列まで行います。これは、集中仕入れをせず、地域ごとに店の魅力を引き出すため。そして、権限委譲によってスタッフのやりがいの後押しするためです。

経済産業省 | 担当者の声

“おもてなし経営”の底力

サービス産業は市場への参入障壁が低いものが多く、新規的・革新的と思われるビジネスモデルであってもすぐにそれを真似されてしまいがちです。街を見渡すと、同じような

業種・業態の店が乱立し、価格競争を繰り広げていることなどからも、お分かりいただけるのではないかと思います。しかし、内装や商材は同じようなものを作ることができて、

店舗で働く社員・スタッフのきめ細やかな顧客対応は容易に真似をすることができません。皆さんが、行きつけの美容院やカフェに行くのは、「顧客対応が他店と比べて良いから」という要素もあるのではないのでしょうか。つまり、「社員・スタッフの顧客対応力」は、企業にとって、競争力となりうるのです。「おもてなし