

生 衛 業 向 け

生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのマニュアル(基礎編)



生産性 & 効率アップ必勝マニュアル



D

お客様の満足度を高めよう (顧客満足向上)



step

1

お客様視点でサービスを
チェックする

step

2

チェック結果から課題を設定する

step

3

課題に取り組む



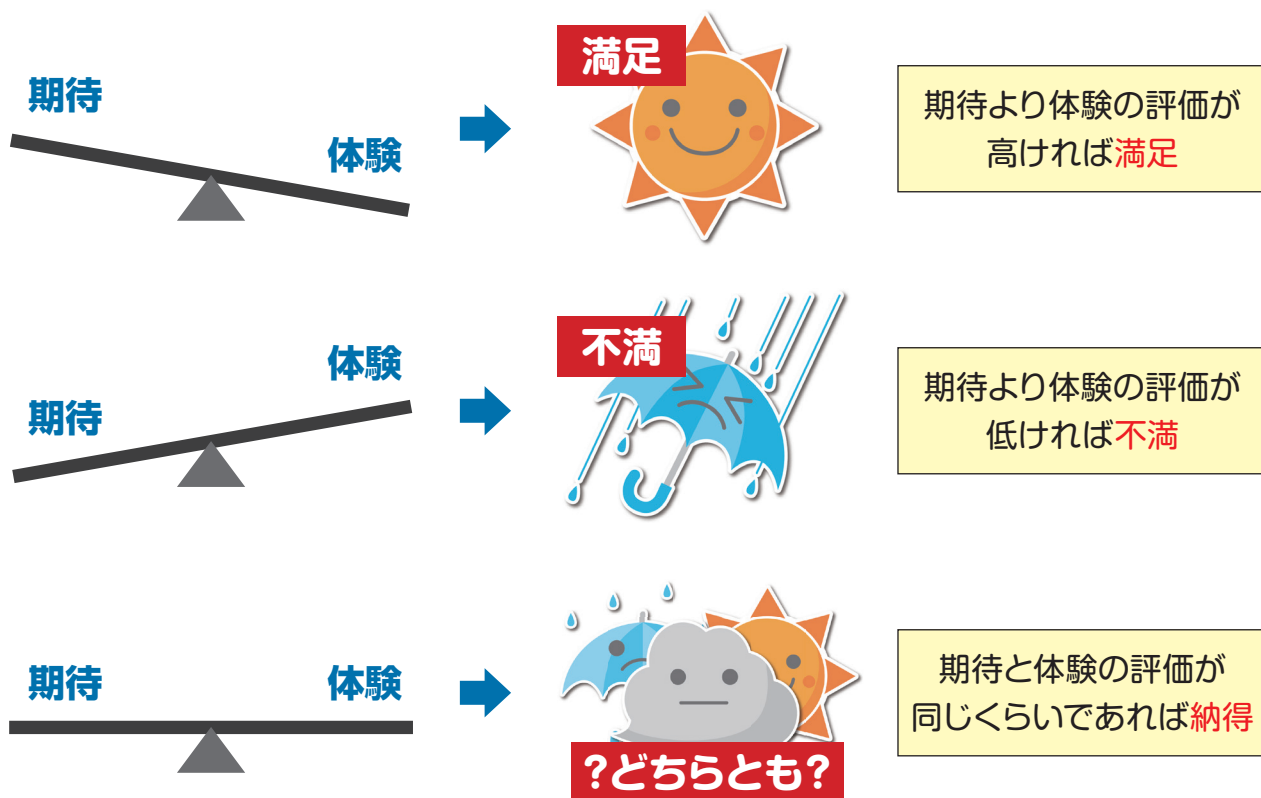
ひと、くらし、みらいのために

厚生労働省

Ministry of Health, Labour and Welfare

お客様の期待を超えるおもてなしで

満足度は、期待と体験（=利用）との関係で決まります。



お客様は不満を感じていても、不満を言うとは限りません。
不満を言わずに、他店・他社に乗り換えることもあります。

不満を言わない

≠

不満がない

不満を改善して、他店・他社に乗り換える
お客様をなくしましょう。

満足度を高めましょう

取組手順

step
1

お客様視点でサービスをチェックする

チェックリストを作成し、スタッフでチェックするとともに、お客様にもチェックしてもらう



step
2

チェック結果から課題を設定する

評価の低い項目を改善対象とするが、可能であれば評価が低い項目以外についても検討する



step
3

課題に取り組む

接客やお店の雰囲気改善に取り組む場合

1. 身だしなみを改善する
2. 敬語・丁寧語を使えるようにする
3. 接客8大用語を使えるようにする
4. 電話のマナーを身につける
5. 苦情対応力を身につける
6. 居心地や雰囲気を改善する
7. 清掃を徹底する



目標を設定して計画的に取り組みましょう
目標設定と計画策定については「付録」を参照してください

お客様視点でサービスをチェックする

スタッフがお客様視点で自店・自社のサービスレベルをチェックしましょう。また、親しいお客様等にサービスレベルをチェックしてもらい、お客様の声を把握しましょう。



- ・チェックリストは、環境、お店の居心地、サービス、価格、満足度等の観点を盛り込み作成する。
- ・お客様とのさりげない会話を通して、お店の商品・サービスに対するお客様の生の声を集める。

■チェックリストのイメージ

					月	日
お客様視点のサービスチェック						
	そう思う	だいたい そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない		
●従業員の接客は好感が持てるか	()	()	()	()		
●店内は清潔で居心地よいか	()	()	()	()		
●商品やサービスは期待どおりか	()	()	()	()		
●価格は適切か	()	()	()	()		
●今後も当店を利用したいか	()	()	()	()		
(利用したい理由:)
●当店を知人や家族にすすめたいか	()	()	()	()		
●当店の良いところ	()
●当店の良くないところ	()
●当店への要望	()
記入者： (歳代) 男 ・ 女						

お客様アンケートを作成する場合は、E「優良顧客を増やそう」P4～5を参照してください。

チェック結果から課題を設定する

記入済みのチェック用紙を集計し、①～⑤の視点で分析を行って、課題を設定しましょう。



① 評価が低い項目はなにか？

→自店・自社が重視しているサービスや取組の評価が低い場合は、特に改善対象とする。

② 評価が高い項目はなにか？

→自店・自社の強みの項目は評価が高くなっているか確認する。

→年代別や男女別に見て、評価に違いがあれば、客層別のアピール方法を検討する。

③ どのような意見・要望が書かれているか？

→自店・自社が重視しているサービスや取組について意見や要望がある場合は、改善対象とする。

④ 継続利用意向はどの程度か？

→お客様の継続利用意向が低ければ、お客様の足が遠のき、客数や売上が下がる可能性があるため、改善対象として原因を把握する。

⑤ 他者へのおすすめ意向はどの程度か？

→他者におすすめする割合が高いほど、口コミで新規のお客様が増える可能性があるため、口コミを促進する対策を考える。おすすめする割合が低ければ、改善対象として原因を把握する。



このマニュアルでは、接客対応やお店の雰囲気
の改善に取り組んでみましょう。



お客様のニーズを掴むためには以下のような方法があります。

① アンケートの「ご要望」欄のコメントを読む

→アンケートを実施する場合は、自由にご意見・ご要望を書きただけの欄を設けましょう。ここにお客様の具体的なニーズがあります。

② インターネットで情報収集する

→インターネット上には、特定の業種や分野について様々な人がコメントしているサイトが数多くあります。自事業に関係のあるサイトを定期的に確認し、情報収集しましょう。

③ お客様に直接たずねる

→ご意見やご要望、あるいは自分たちが考えているアイデアについて、営業中にお客さまにちょっと確認してみる、といったことも効果的です。その際、ご要望だけでなく、「なぜそれをご要望されるか」といった理由や背景をきいておくことがポイントです。なぜなら、お客様から引き出したいのは、直接的な答え（＝取組内容）ではなく、ヒント（＝なぜそのような要望となるのか）だからです。

④ お客さまの利用行動を観察する

→店内での動き（迷っている、予想しないことをしている、笑っているのはどんな時かなど）を観察し、そこからお客さまニーズの仮説を立ててみましょう。

ニーズをつかんだら対応策を考えましょう。



●すべてのご要望に応える（応えられる）わけではない

「価格は安いにこしたことはない」というように、お客さまの要望はある意味際限のないものです。

また、立ち食いの店で「座らせてほしい」というニーズは応えるべきものではありません。反対のことを要望されることもあります。例えば、

・品物をはそれほど立派でなくてもよいので、安くしてほしい



・値段が高くてよいので高品質のものがほしい

といった両方の意見がでてくることはよくありますが、両方に応えられるわけではありません。

●まずは、応えるべきニーズを明確にする

ご意見やご要望を集め、お客さまのニーズがつかめたら、自社・自店として応えるべきニーズを明確にしましょう。

以下のような視点で考えてみましょう。

- ・「こんな店にしたい」という自社・自店の考え方に沿っている
- ・平均的なレベルや競合と比較して著しく劣っていると考えられる
- ・今後、増えそうだと考えられるニーズである

●応える方法を考える

お客さまの要望が具体的な対策案だった場合、それを鵜呑みにしていいかどうかは検討が必要です。お客さまの要望はその場の単なるアイデアの可能性もあるからです。

例えば、「食券機を導入したほうがよい」という声があった場合、その理由や背景が、「この店はかつて釣り銭の間違いがあった」ということかもしれません。そうであれば、「従業員の教育や釣り銭間違いの取組み」のほうが現実的かもしれません。

どのような方向でニーズに応えるかはアイデアを出して工夫してください。

課題に取り組む

1. 身だしなみを改善する

・以下の身だしなみの一例を参考に、自社ルールを検討・作成する。

■ 男性

- ・髪の毛は清潔に保つ
 - ・奇抜な髪型や長髪は避ける
 - ・表情が隠れないようにする
 - ・不自然な染髪や脱色は避ける
- ※日本ヘアカラー協会のレベルスケール7号程度



・ヒゲは不可

・服装は清潔に保つ
・ユニフォームは正しく着用する

・ツメは清潔に保ち、適度な長さ
に切る

・靴はいつも手入れし、清潔に
保つ
・靴はシンプルなデザインで、柄
物は不可
・革靴の場合は、黒・茶、または
これに準じた色のものとする

・指輪は結婚指輪などシンプ
ルなもの1個のみとし、その他
は不可

・靴下は、黒・紺・グレー系、
またはこれに準じた色のもの

■ 女性

・化粧は濃すぎず健康的な印
象を与えるようにする
・香水やオーデコロンは控える

・指輪は結婚指輪などシンプ
ルなもの1個のみとし、そ
の他は不可
・ピアス・イヤリング・ネックレ
スは目立たないもの
・ブレスレット、その他の装身
具は不可

・靴はいつも手入れし、清潔に
保つ
・靴はシンプルなデザインで、
柄物は不可
・革靴の場合は、黒・茶、また
はこれに準じた色のもの



・髪の毛は清潔に保つ
・奇抜な髪型は避ける
・長い髪はまとめる
・表情が隠れないようにする
・不自然な染髪や脱色は避ける

※日本ヘアカラー協会のレベルスケール7号程度

・ツメは清潔に保ち、適度な長
さに切る
・マニキュアは自然な色にする

・服装は清潔に保つ
・ユニフォームは正しく着用する

・網タイツ・派手な柄・レースの
ストッキングは不可

2. 敬語・丁寧語を使えるようにする

尊敬語	相手を高めることで敬意を表す	お+なる ご+なる	持つ・・・お持ちになる 店に来る・・・ご来店になる
		+れる +られる	行く・・・行かれる 来る・・・来られる
		変形	食べる・・・召し上がる 言う・・・おっしゃる する・・・なさる
謙譲語	自分をへりくだることで相手を高める	お+する ご+する +させていただく	持っていく・・・お持ちする 相談する・・・ご相談する 案内する・・・案内させていただく
		変形(言い回し)	聴く・・・拝聴する 貰う・・・頂戴する
		変形(単語)	茶・・・粗茶 会社・・・弊社 意見・・・私見
丁寧語	丁寧な言い回し	+です +ます お+ ご+	そうだ・・・そうです 見る・・・見ます 菓子・・・お菓子 住所・・・ご住所

3. 接客 8 大用語を使えるようにする

- ・意識しなくても自然に使えるように、繰り返してトレーニングする。

- ① いらっしゃいませ
- ② ありがとうございます
- ③ かしまりました
- ④ 申し訳ございません
- ⑤ 恐れ入りますが
- ⑥ 少々、お待ちくださいませ
- ⑦ お待たせいたしました
- ⑧ またお越してください

4. 電話のマナーを身につける

・次のような点に注意して電話対応しよう。

①電話が鳴ったらできるだけ早く出る

→お待たせした場合は最初に「お待たせしました」と付け加える

②電話に出る時は、お礼を述べて名乗る

→「お電話ありがとうございます。〇〇(会社名・店名)の□□でございます」

③用件を復唱する

→「〇〇については、□□□・・・ということよろしいでしょうか？」

④転送する場合は、転送先にお客様の用件を伝える

→お客様が繰り返し用件を伝えることがないように配慮する

⑤お客様が先に電話を切ったことを確認して電話を切る



接客の品質を保つことの難しさ

■ 人に依存する難しさ

人が対応する以上、自販機のような同じ対応というわけにはいきません。一方で、対応が画一的すぎると「マニュアルっぽい」と言われることがあります。

バラツキをおさえる部分を決め、そこについては一定の範囲に収めるようにしましょう。

例) セリフはなんでもよいが、お客さまが来たらすぐに反応する

■ 状況に左右される難しさ

例えば、忙しいときはつい接客が雑になってしまうことがあります。

忙しい状況でもこれだけはやる、というポイントを決めて徹底しましょう。

例) お客さまに挨拶するときは必ず立ち止まる

■ 目に見えない難しさ

接客は観察しているときは見ることはできますが、形として残るものではありません。形のないものを品質管理する難しさがあります。

店主がお客さま役をやって店員一人ひとりの接客を確認することが求められます。

接客もお客さまが支払う対価の一部です。
商品・サービスの一部である以上、品質管理が必要です。
接客の品質にばらつきがないよう管理しましょう。



改善取組事例 ～飲食店におけるアルバイト教育～

■ 改善前の状況

- ・アルバイトには、必要最低限の知識と注文の取り方や厨房への通し方を教え、あとは仕事をしていく中でわからないことを聞かれたら都度教えていくというやり方だった。
- ・言葉遣いや電話対応等は苦情もなかったため、特に教育していなかった。

■ お客様の声の把握

- ・お客様の声を把握したところ、料理の味や提供スピードに不満はなかった。
- ・しかし、アルバイトの言葉遣いや態度、出前注文の電話の受け答えや配達時の対応に不満があり、「料理はおいしいのに残念だ」という声が見られた。

■ 改善の取組

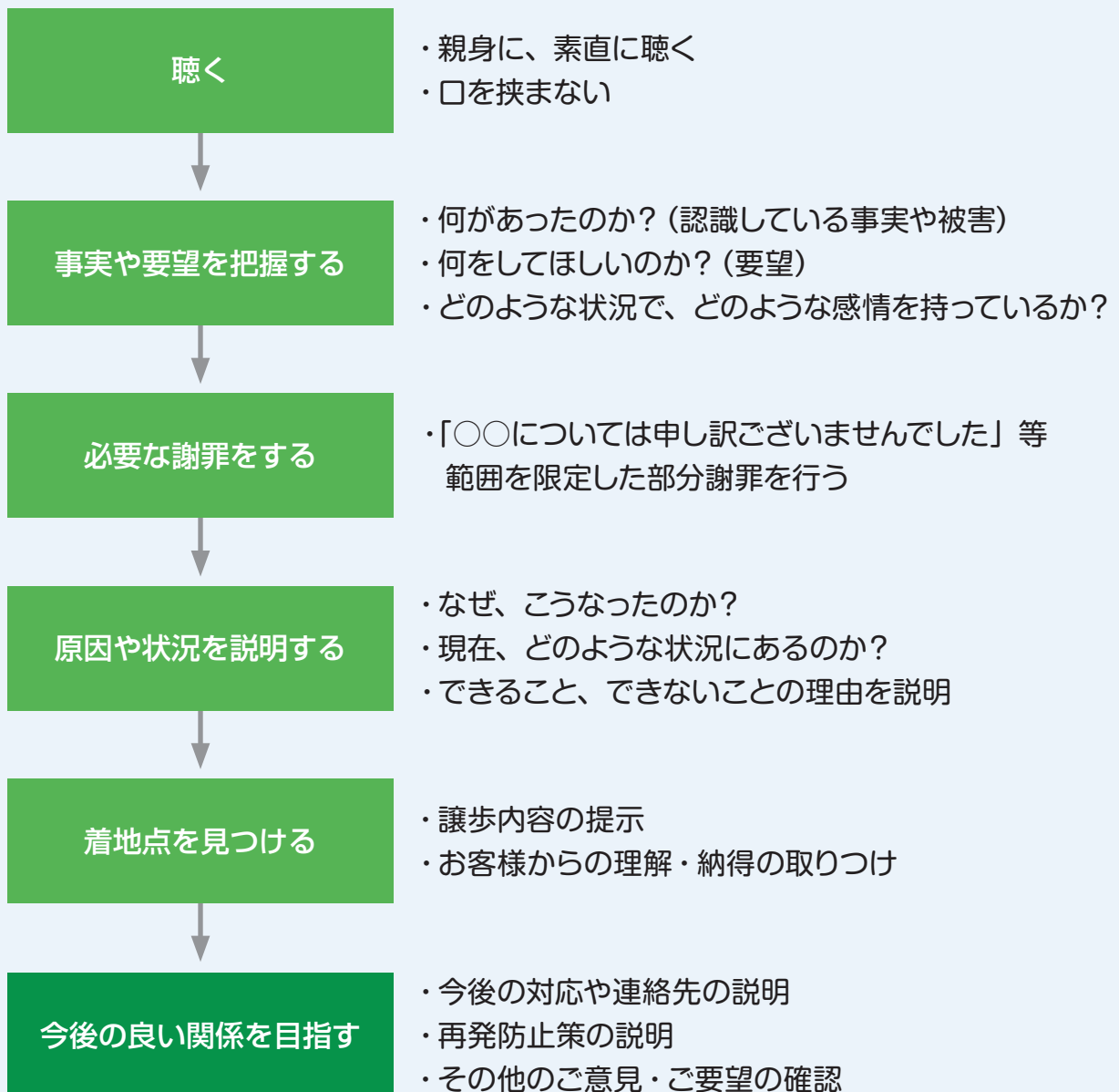
- ・まず、接客基本用語を覚えてもらい、実際に声に出してもらおうトレーニングを実施した。
- ・電話についても、出前の注文のやりとりに必要なセリフを決めて、不快のない対応ができるようにした。
- ・出前の対応については、模擬訓練を行い、感じよく対応できるように一人ひとりのクセを改善した。
- ・それ以降、アルバイト採用時には上記の教育を初期に行い、定期的にできているかどうかを確認するようにした。

■ 成果

- ・半年後に再度お客様の声を把握したところ、アルバイトの接客に関する不満はほぼなくなった。

5. 苦情対応力を身につける

① 苦情対応の基本的な流れ



② 苦情対応のポイント

✓ 初動をはやく

→対応が遅れるほどイライラがつのる

✓ お互い落ち着いて話す

→相手を落ち着かせる「3つの変える」

- ・場所を変える＝応接室など場所を変えてクールダウンを目指す
- ・相手を変える＝担当者では納得いただけない場合には、責任者に代わりクールダウンを目指す
- ・時間を変える＝原因を調べる等時間を空けることでクールダウンを目指す

✓ 傾聴行動を示す

→あいづち、うなづき、メモ、復唱などで「聴いている」ことを表現する

✓ クッション言葉をうまくつかう

- 例)
- ・恐れ入りますが
 - ・お手数ですが
 - ・ご多忙とは存じますが
 - ・お差し支えなければ

✓ 悪質・不当要求を見極める

→暴力、繰り返し、こちらに話をさせない、営業妨害などは専門家に相談する

6. 居心地や雰囲気改善する

居心地や雰囲気をもう少し細かくチェックし、改善しましょう。



- ・居心地や雰囲気は以下のような視点でチェックし、現状維持か改善かを判断し、改善を要するものは改善計画を立てて実施する。

チェック項目	点検		現状維持か改善か	改善策
	気になるレベルか	客層や店に合っているか		
照明	やや暗い	○	改善	器具はそのまま照度を上げる
調度品・内装	統一感がない	×	改善	モダン家具を木目調のものに統一する
食器・備品	問題なし	△	現状維持	シンプルなものなのでそのまま使用する
スペースのゆとり
分煙
BGM
におい
清潔さ	トイレが汚い	×	改善	清掃を徹底する



まずはトイレ清掃を徹底する等、すぐにできることから着手しましょう。

7. 清掃を徹底する

① 清掃方法の検討

どこを、どの程度、どのように清掃していますか？



- ・ 清掃箇所、清掃頻度・タイミング、清掃担当者を決める。

清掃箇所	清掃頻度・タイミング	清掃担当者	清掃種類
カウンター	毎日／開店前・閉店後	ホール	拭き
床	週1回／定休日前の閉店後	遅番	掃き
.....

- ・ 清掃箇所ごとにマニュアルを作成する。

実施内容	詳細	ポイント
道具の準備	<ul style="list-style-type: none"> ・水を入れたバケツ ・アルコールスプレー ・テーブル用タオル 	<ul style="list-style-type: none"> ・バケツはバックルームの棚
タオルを濡らす	<ul style="list-style-type: none"> ・バケツにタオルを入れて濡らす 	<ul style="list-style-type: none"> ・たっぷりと水がしたたる位に濡らす
タオルを絞る	<ul style="list-style-type: none"> ・タオルを絞る 	<ul style="list-style-type: none"> ・固く絞る
テーブルにアルコールをスプレーする	<ul style="list-style-type: none"> ・全面にスプレーする 	<ul style="list-style-type: none"> ・1ヶ所に2回程度スプレーする
テーブルをタオルで拭く	<ul style="list-style-type: none"> ・上下に移動させながら拭き残しがないように拭く 	<ul style="list-style-type: none"> ・拭いたあとに横から見て確認する
.....

② チェックリスト作成と、実施状況の管理

チェックリストを使って、実施状況を管理しましょう。



■ トイレに貼るチェックシートイメージ

時間	実施者 サイン	便器	便座	手洗い 周り	床	鏡	紙	洗剤
開店前	渡辺	○	○	○	○	○	○	○
18時								
19時								
20時								

■ 開店前清掃のチェックシートイメージ

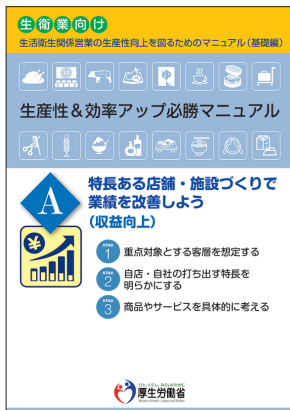
チェック項目	担当 サイン	×の場合のコメント
窓ガラスに汚れは無いかな	渡辺	
床に汚れは無いかな	×	トイレの入口の床に水しみがある
テーブル・カウンター・いすに汚れは無いかな	渡辺	
壁に汚れは無いかな	×	3番テーブルの横の壁にワインのシミがある
においはしないかな	渡辺	

生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのガイドライン・マニュアル作成事業
「生活衛生関係営業の生産性向上を図るためのマニュアル（基礎編）」

マニュアルの使い方

ガイドラインで課題を見える化し、2つのマニュアルを活用して、生産性の向上に取り組みましょう！

マニュアル（基礎編）



生活衛生関係営業者を支援する指導センターや生産性向上に取り組みたい組合・営業者が活用する生産性向上ツールです。
どの業種にも共通した課題とその取組方法を、イラスト等でわかりやすく解説しています。

3領域 10テーマ

収益向上	A. 特長ある店舗・施設づくりで業績を改善しよう
	B. 費用を削減して収益性を高めよう
	C. ICTを活用して集客力を高めよう
顧客満足	D. お客様の満足度を高めよう
	E. 優良顧客を増やそう
	F. インバウンドのお客様を増やそう
労働環境改善	G. 従業員のスキルとやる気を高めよう
	H. 作業しやすいお店・職場にしよう
	I. 効率的に作業しよう
	J. 人的ミス（ヒューマンエラー）をなくそう

+

付録 生産性向上を図るための事業計画を作成しよう

ガイドライン



生活衛生関係営業者自身が悩みや問題を整理するためのツール。
ガイドラインを活用することで、自店・自社の課題が見える化でき、生産性向上のために取り組むべき課題がわかります。

マニュアル（業種別編）



生活衛生関係営業者が、生産性向上に取り組むためのヒント集。
業界動向や消費者動向、業界向けに経営改善のヒントや取組事例を、イラスト等でわかりやすく解説しています。

理容業、美容業、クリーニング店、興行場営業、公衆浴場業、旅館・ホテル業、食肉販売業、食鳥肉、冰雪販売業、すし業、そば・うどん店、中華料理店、飲食業、日本料理店、喫茶店営業、社交業