

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



優良顧客を増やそう (顧客満足向上)



- step 1 お客様の要望を把握する
- step 2 優良顧客の情報を整理する
- step 3 常連客対応を実践する
- step 4 次なる優良顧客をつくる

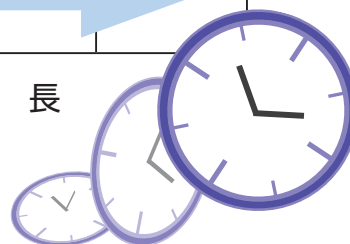
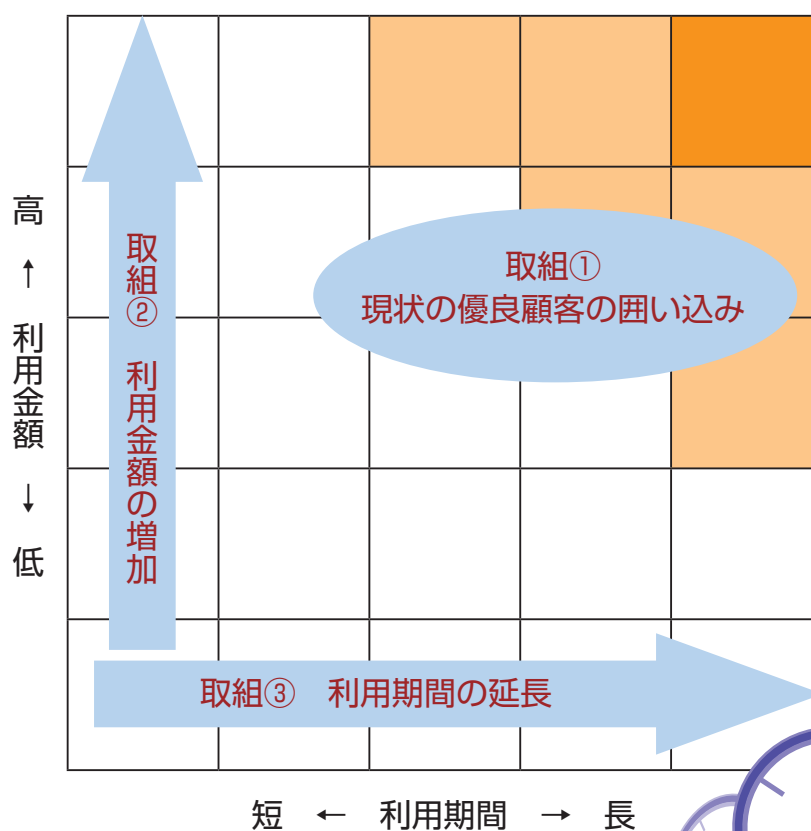
優良顧客（＝長期利用×高額利用）を

優良顧客づくりは、利用期間と利用金額の視点から考えましょう。

優良顧客＝長期利用×高額利用

優良顧客を増やす取組は・・・

- 取組① 優良顧客の囲い込み ▶ 今の優良顧客が離れないよう対策を考え取組む
- 取組② 利用金額の増加 ▶ 1回あたりの利用金額を高める対策を考え取組む
- 取組③ 利用期間の延長 ▶ できるだけ長い期間利用していただけるよう対策を考え取組む



増やして経営を安定させましょう

取組手順

step

1

お客様の要望を把握する

アンケートでお客様の声を把握する場合

1. アンケート票の作成
2. アンケート実施の準備
3. アンケートの実施
4. アンケート結果の集計
5. 結果の読み取り



step

2

優良顧客の情報を整理する

現在の優良顧客の情報を整理する



step

3

常連客対応を実践する

常連客の継続利用を促進する



step

4

次なる優良顧客をつくる

1. 利用金額を増加させる
2. 長くご利用いただくようにする



目標を設定して計画的に取組みましょう
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

お客様の要望を把握する

お客様アンケート等を実施して、現在のサービス等への評価や要望を把握しましょう。



1. アンケート票の作成

・アンケートは、以下のサンプルを参考に、ハガキ程度の大きさで作成する。

評価項目
※事業内容に合わせて追加・削除
例)

- ・ 旅館→「料理は期待通りでしたか」等
- ・ 公衆浴場→「お湯の温度は快適でしたか」等

利用回数、利用意向とその理由
※回数区分は適宜調整

他者推奨意向や属性等
※質問は適宜調整

お客様のお名前やご連絡先
※個人情報の取扱いについて必ず記載

アンケートご協力をお願い

本日は当店をご利用いただき、ありがとうございます。
より一層のサービス向上を目指し、皆様のご意見をいただいております。
ぜひ、アンケートにご協力をお願いいたします。

Q1: 従業員の接客は好感がもてましたか。

そう思う	まあ そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない
------	------------	---------------	------------

Q2: 店内は清潔で居心地が良かったですか。

そう思う	まあ そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない
------	------------	---------------	------------

Q3: 商品やサービスの内容は期待通りでしたか。

そう思う	まあ そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない
------	------------	---------------	------------

Q4: 商品やサービスの提供スピードは期待通りでしたか。

そう思う	まあ そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない
------	------------	---------------	------------

Q5: 価格は適切でしたか。

そう思う	まあ そう思う	あまりそう 思わない	そう 思わない
------	------------	---------------	------------

Q6: これまでの当店のご利用回数はどれくらいでしょうか。

はじめて	20回未満	20回以上
------	-------	-------

Q7: 今後も当店をご利用いただけますか。
⇒当店をご利用いただける主な理由を教えてください。

利用する	利用しない	わからない
------	-------	-------

【

Q8: 当店をご友人や知人にすすめていただけますか。

すすめる	どちらとも言えない	すすめない
------	-----------	-------

Q9: お客様についておたずねします。

①年代 10代・20代・30代・40代・50代・60代・70代以上

②性別 男性・女性

■当店の良い点とご要望をお書きください。

良い点…
ご要望…

よろしければ、今後の当店からの情報提供などのために住所・お名前・連絡先を裏面にご記入をお願いします。
ご協力ありがとうございました。今後も当店をよろしく願っています。

2. アンケート実施の準備

- ・ アンケート票を印刷・コピーし、筆記具を準備する。
- ・ 「お客様アンケート実施中」の貼り紙等で告知する。
- ・ お客様から趣旨を質問された時の回答等スタッフと共有する。
- ・ 回収箱を準備する。
- ・ 協力のお礼をする場合は割引券等を用紙する。



3. アンケート実施

- ・実施期間内に 50 ～ 100 枚程度を目標に回収する。
 - ・配布はスタッフによるお声がけやテーブルに置く等の方法がある。
 - ・曜日や時間帯で客層が異なる場合はバランスよく配布する。
- ※実施期間は土日を含めて、1 ～ 2 週間で実施

4. アンケート結果の集計

- ・表計算ソフトが使用可能であれば、下記のようなフォーマットに入力して集計する

回答者	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										

①以下に層別して結果を集計する

- ・全体結果…回答者全体で設問別にどのような結果になっているか
- ・年代別…年代でどのような違いがあるか
- ・男女別…男女でどのような違いがあるか 等

②コメントを読み込む

- ・利用理由
- ・競合
- ・その他、ご意見・ご要望

5. 結果の読み取り

利用回数の多いお客様の結果を分析しましょう。また、利用回数の多いお客様については顧客カードに整理しましょう。



- ①評価が低い項目はなにか？年代別や男女別に違いがあるか？
- ②評価が高い項目はなにか？年代別や男女別に違いがあるか？
- ③要望として、どのようなことが書かれているか？
- ④継続利用意向はどの程度か？
- ⑤良い点はどんなことがあるか？

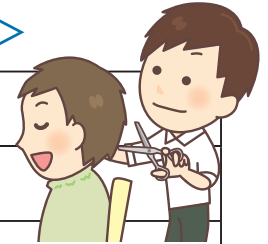
優良顧客の情報を整理する

常連客は自然と覚えることができますが、それに続くお客様層（＝準常連客）はなかなか覚えられないものです。
カルテのような顧客カードや顧客リストを作りましょう。



■ 顧客データ管理が有効な事業の場合 <理容室や美容室の例>

顧客名	■ ●● 様
住所	▲▲市 ※※町 ○—○—○
連絡先	(Tel) 080—××××—×××× (E-mail)
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・いつも同じ髪型(○○)をご希望 ・趣味は海外旅行、ジョギング ・娘さんが… ・当店利用理由は、「顔なじみのスタッフがいること」(アンケートより)



順次、情報を追記していく

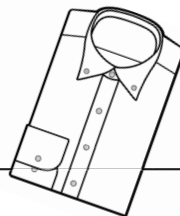
第1回：■月■日 ご要望は…

第2回：

順次、情報を追記していく

■ 顧客リストがあればよい事業の場合 <クリーニング店の例>

顧客名	連絡先	備考
■■ ●● 様	▲▲市 ※※町 ○—○—○ (Tel) 080—××××—×××× (E-mail)	<ul style="list-style-type: none"> ・土日の特急仕上げが多い ・Yシャツは吊るし仕上げで回数券を預けていく ・20時までの営業時間と特急仕上げが利用理由(アンケートより)



順次、情報を追記していく

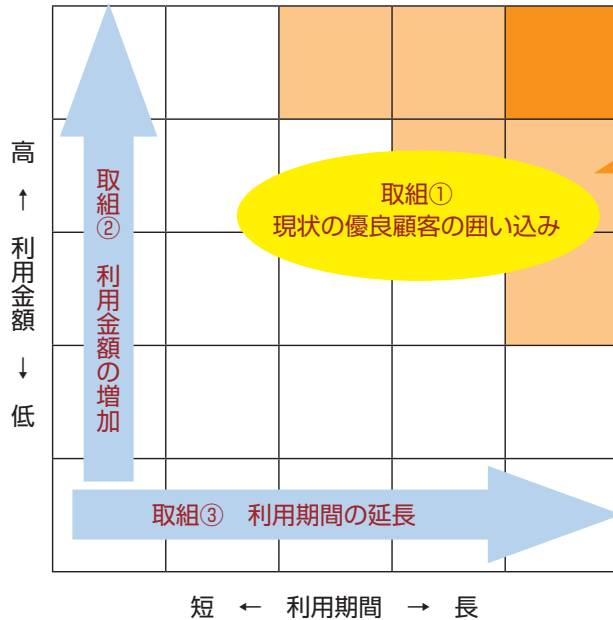


個人情報の取扱いに注意しましょう！

お客様の個人情報の取得や取扱いには十分な注意が必要です。
※個人情報の保護や適正な取扱いについて、個人情報保護法で規定されています。

常連客対応を実践する

常連客には、それ以外の人と違う対応やサービスによって、継続利用を促進しましょう。



取組①
現状の優良顧客の囲い込み
を行う



常連客対応の例

コミュニケーション

- ・お名前を呼んで対応する
- ・利用後、メールや手紙（サンキューレター等）でフォロー
- ・利用サイクルに応じた声かけ
（3か月に1回、お客様に割引や招待のレターを出す等）

お得やサービス

- ・常連客だけが購入できる商品や利用できるサービス
- ・常連客だけの軽易な優遇サービス（一品おまけ等）

履歴や好みを 踏まえた対応

- ・「いつも通り」が通じる間柄となる
- ・好みに応じたおすすりめができる
- ・前回の利用を踏まえた会話を



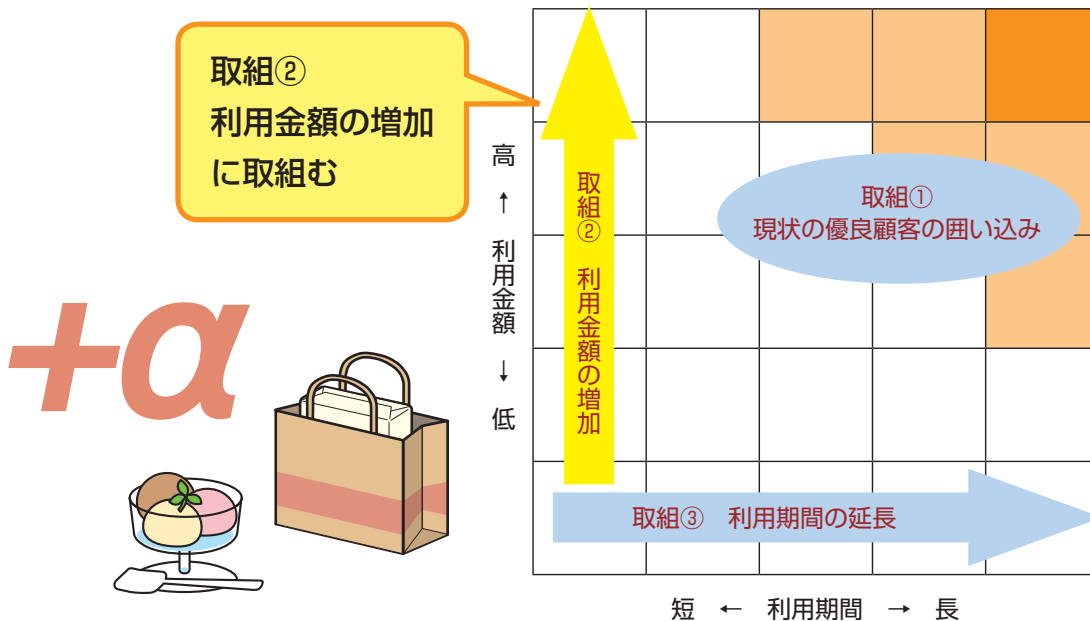
常連客候補のお客様にも、徐々にこういった対応を実施し、常連客になっていただきましょう。

次なる優良顧客をつくる

次なる優良顧客をつくるために、来店回数増や客単価増につながる手を打ちましょう。



1. 利用金額を増加させる



■ 常連客対応の例

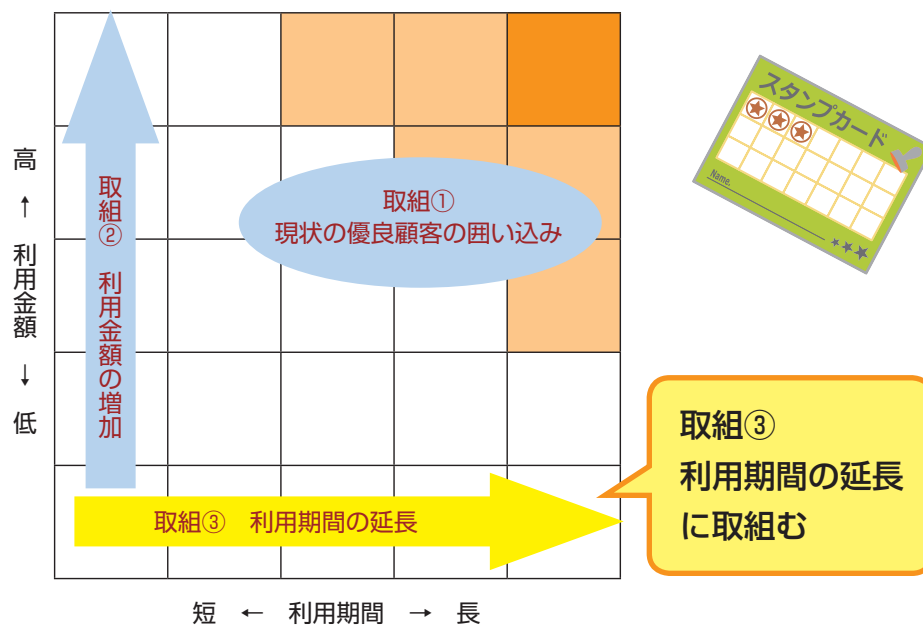
より高い
商品・サービスを
利用してもらう
(利用単価増)

- ・一つ上の高単価コースや商品をおすすめする
- ・まとめ買いやセットメニュー等高単価企画を実施する
- ・配送や加工といった有料サービスを用意する
- ・高級仕上げといったワンランク上のサービスを用意する
- ・手作りといった高単価もで拘りが感じられる商品を用意する

より多くの
商品・サービスを
利用してもらう
(利用点数増)

- ・飲食店でプラス一品になるサイドメニューを用意する
- ・理容室・美容室でヘッドスパなどオプションメニューを用意する
- ・クリーニング店でお預かりサービス等プラスαのメニューを用意する
- ・関連グッズやお土産品を用意する

2. 長くご利用いただけるようにする



■ 利用期間延長の取組

利用頻度増加
メリット

ポイントカードや〇〇メンバーのような利用回数に応じたサービスを提供する

長期利用契約
メリット

お得な年間コースやパスのような長期利用契約をすることでメリットがあるサービスを提供する

継続利用
メリット

毎月利用することで段階的に割引率が上がっていくようなサービスを提供する

中断からの利用再開
メリット

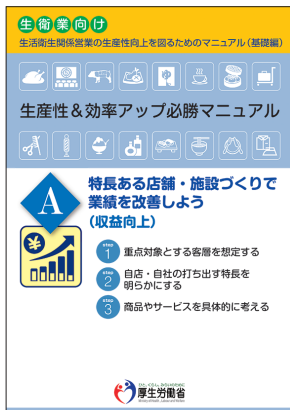
「お帰りキャンペーン」のような利用再開メリットを提供する

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