

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

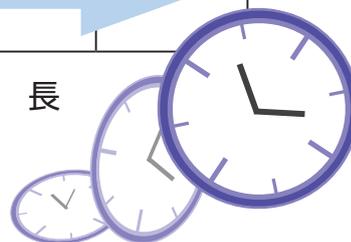
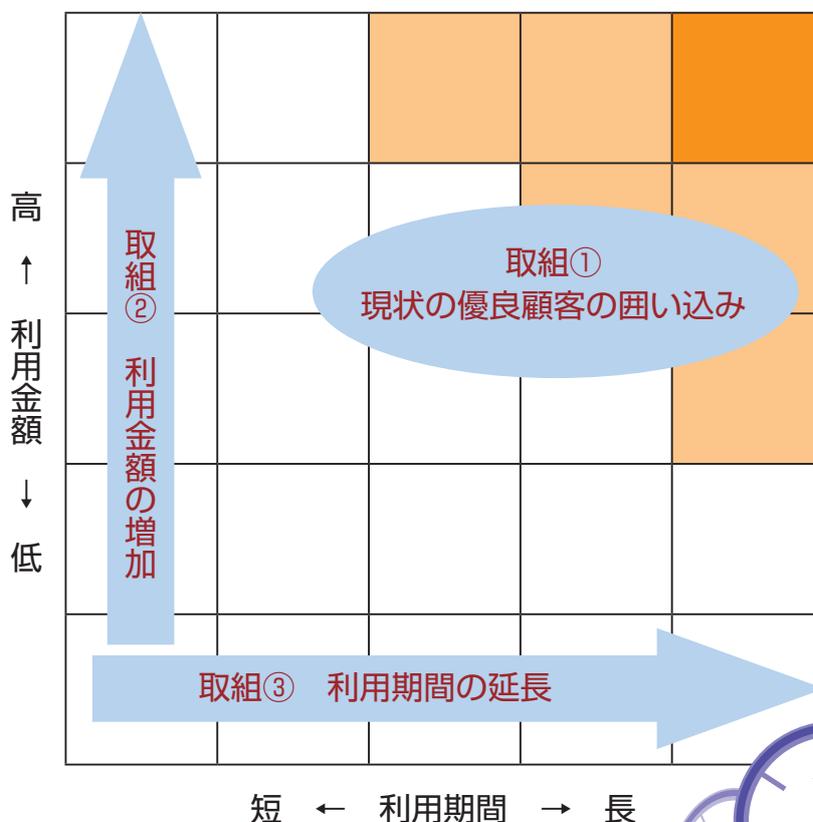
優良顧客（＝長期利用×高額利用）を

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

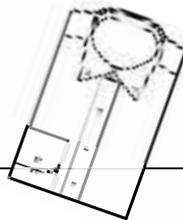
第1回：■月■日 ご要望は…

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

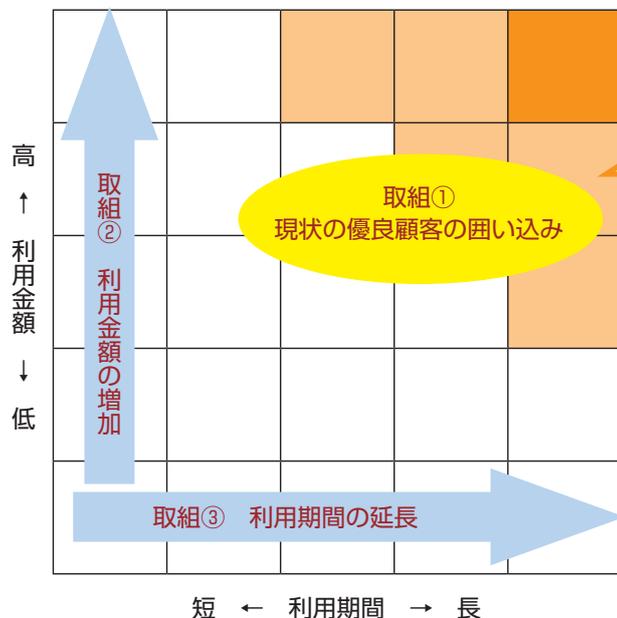


個人情報の取扱いに注意しましょう！

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



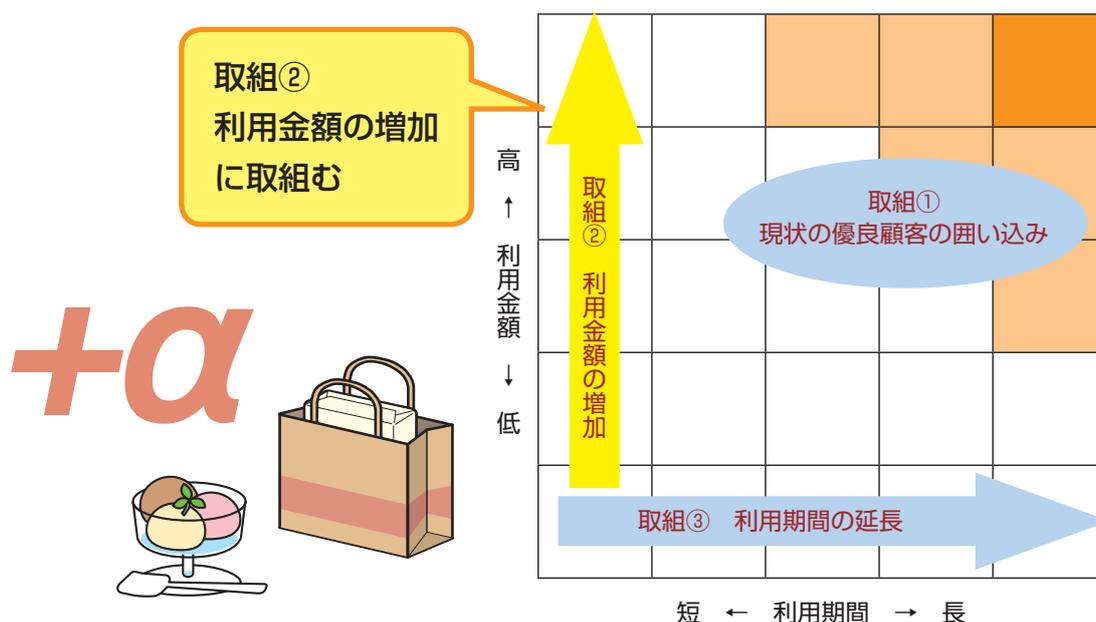
常連客候補のお客様にも、徐々にこういった対応を実施し、常連客になっていただきましょう。

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

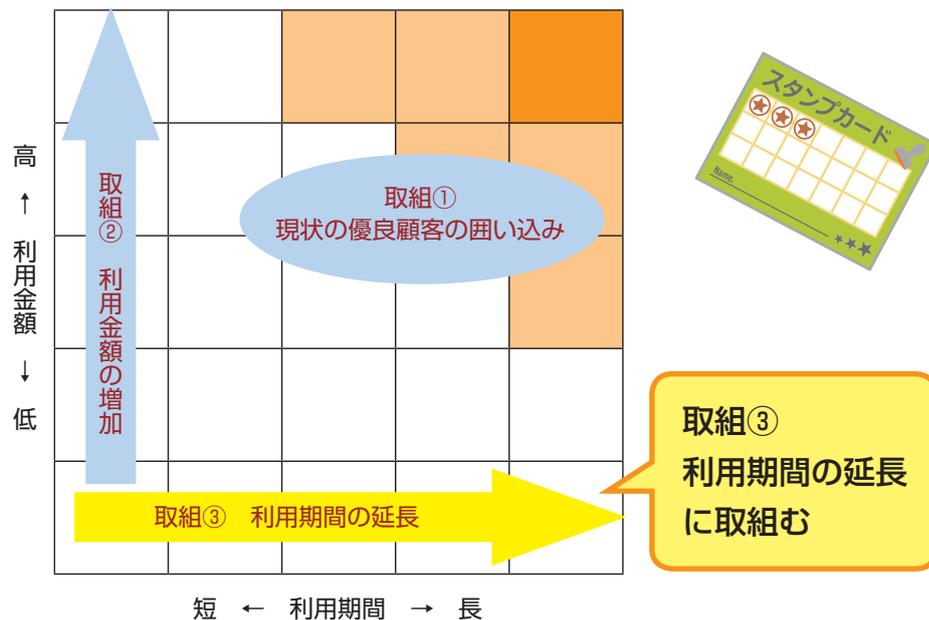
より高い
商品・サービスを
利用してもらう
(利用単価増)

- ・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
顧客満足向上	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・自社の課題を見える化でき、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