



あなたの信頼につながるコツ35

接客サービス の基本が面白いほど 身につく本

佐藤梨枝子 [著]
鈴木理善 [監修]

■はじめに

あなたは、なぜ「接客サービス」の仕事に就こうと思ったのですか？

はじめてお仕事をする方、転職する方、ちょっと悩んでいる方など、この本を手になされた方の状況はさまざまだと思いますが、「接客サービス」とは、お客様に対して、ただ単にモノを売ったり、愛想よくしたりすることではありません。

お客様が気持ちよく買い物や食事をしたり、サービスを受けられる環境を整え、お客様自身が自分に合った商品やサービスを選択するためのお手伝いをして、最後に幸せな気分でお帰りいただくことが「接客サービス」の仕事です。そして、お客様から、「ありがとう」「あなたでよかった」と言っていただけのことこそが、この仕事の醍醐味なのです。

この本では、「接客サービス」の仕事をする人には、最低限知っておいていただきたいことをわかりやすく解説しています。この本を手になされた方が、単なる「販売（サービスする人）」ではなく、一人でも多くのお客様のよき相談相手となり、アドバイザーとなって、どんどん成長し続けてほしいといつも願っています。

2012年7月

著者

まずはここを押さえない

接客サービス20のポイント

お客様と接する仕事だからこそ、いつも心がけてほしいポイントを整理しました。

- ポイント① まずは基本的なマナーをしっかり身につけましょう
- ポイント② マナーと違ってサービスはマニュアル化できません
- ポイント③ お客様をよく見ることがグッドサービスの入り口です
- ポイント④ いつもお客様に見られているという意識をもちましょう
- ポイント⑤ 「聞き上手」になってお客様を理解するようにしましょう
- ポイント⑥ お客様がなるべくイメージしやすいように伝えましょう
- ポイント⑦ 場面にあった表情・動作・声のトーンで話しましょう
- ポイント⑧ お見送りは感謝する気持ちを精一杯伝えましょう

- ポイント⑨ 何もしないでただ「わかりません」は絶対に禁句です
- ポイント⑩ 最低限の商品知識は身につけておきましょう
- ポイント⑪ まずお客様の不安や気になることを察知して解消しましょう
- ポイント⑫ いかなるときもすべてのお客様に公平な対応を心がけましょう
- ポイント⑬ すべてはお客様満足という目的のためにあることを忘れない
- ポイント⑭ 自分の好みや意見を押しつけないようにしましょう
- ポイント⑮ 型にとらわれず自分の言葉で感情をこめて表現しましょう
- ポイント⑯ 忙しいときほど全体に目配りするよう心がけましょう
- ポイント⑰ お客様の目線に合わせてわかりやすく説明しましょう
- ポイント⑱ そのお客様にとってどうなのかパーソナルに考えましょう
- ポイント⑲ お客様に認められないかぎりできているとはいえませんが
- ポイント⑳ サービスの公式100-1=0を忘れないでください

はじめに.....	3
まずはここを押さえない 接客サービス20のポイント.....	4

第1章

「接客サービス」って、どういうもの？

- 01 接客サービスがなぜ重要なのか？.....12
さまざまなサービス要素のなかでも、接客サービスがお客様の信頼を築く
 - 02 サービスとマナーの違いは？.....16
基本マナーは当たり前のサービスの入り口。サービスはマニュアル化できない
 - 03 まず、お客様をよく見てみよう.....20
よく観察して、想像し、推測する。これを瞬時に行う「洞察力」を養う
 - 04 気持ちよい会話をするには？.....24
相手の話を「聞く」のが8割。残りの2割で「提案（おすすすめ）」する
 - 05 サービスの表現力をアップ！.....28
お客様がイメージしやすいような説明。さらに表情・動作・声のトーンを使い分ける
- 接客ちょっとしたいい話 ① 疲れを癒してくれたタクシートの運転手さん.....32

第2章

「接客サービス」をプロセスで身につけよう！

- 06 お店に入りやすい「待機」とは？.....34
お客様が入店しやすい待機姿勢は、やさしい表情で、何かしながら・目配り
 - 07 リラックスできる「お出迎え」とは？.....38
お客様のほつに目と体を向けて、やさしい笑顔と明るい声のトーン
 - 08 「アプローチ」を会話のキッカケに.....42
距離感・アプローチトーク・タイミングの3つのポイントを間違えないように
 - 09 お客様が安心する「商品説明」.....46
まずは基本的な知識を押さえよう。その上でパーソナルな説明を加える
 - 10 「会計時」こそ会話のチャンス！.....50
会計時は、「コミュニケーション」するチャンス。商品以外の会話をどんどん楽しもう！
 - 11 印象に残る「お見送り」を.....54
お客様を覚えるだけでなく、自分を覚えていただくには？を考えてみよう
- 接客ちょっとしたいい話 ② 「当たり前ですよー」次はこの店で買いますよー！.....58

いろいろな業種のNG応対から学ぶ

- 12 「私が先でしょ!!」 ～いつも公平な応対を～……………60
 マナーの悪いお客様に対しては、ときにはたしなめることも大切な役割
- 13 「客の前で言つな!!」 ～お客様が聞きたくないこと～……………64
 お客様に気を遣わせない、不愉快にさせない。何げないひと言が信頼を簡単に失わせる
- 14 「それ、おかしくない?」 ～目的と手段を間違えない～……………68
 真の目的は何か、がわかっていないから、目的に対して逆効果の応対になる
- 15 「もっと勉強してよ!!」 ～プロとして最低限の知識を～……………72
 売り場に立つ以上は、プロとして最低限の知識を身につけよう
- 16 「勝手に決めるな!!」 ～アドバイスと押しつけの違い～……………76
 お客様のニーズや希望をよく聞いて、心を汲んだアドバイスをしよう
- 17 「それはないでしょ!!」 ～サービスでは100-110になる～……………80
 たった一つの間違い、たった一人の応対がすべてのよさを台無しにしてしまう
- 18 「気づいてよ!!」 ～忙しいときこそ気配りを～……………84
 混んでいるとき、忙しいときこそ、全体への気配り・目配りを心がけよう
- 19 「バカにしないでよ!!」 ～お客様の目線で説明しよう～……………88
 お客様はわからないから聞いている。お客様の目線に合わせた応対を
- 20 「いつまで待たせるの?」 ～電話応対は細心の気配りが必要～……………92

お客様の期待を上回るサービスとは?

- 電話ではお客様の顔が見えない分、対面以上に相手の状況を考えてやる必要がある
- 21 「他に言い方あるでしょ!!」 ～お待たせするときは気配りが大事～……………96
 お客様をお待たせするときは不安を取り除く気配りや気遣いのひと言を
- 接客ちょっといい話 ③ スタッフの笑顔に生きる希望を見いだしたお客様……………100
- 22 期待を上回るサービスは大きく2つ……………102
 「無理だろうな?」と思うことをかなえてあげる。「思いもかけない」ことをしてさしあげる
- 23 マニュアルやルールに縛られない……………106
 金太郎飴のようなサービスでは心が伝わらない。その場・人・時に合わせた対応が大事
- 24 「さすがー」と言われるために……………110
 お客様から「さすがー」と言われる販売員には、専門性、問題解決能力、情報力がある
- 25 本当にお客様のためになる……………114
 商品売るだけでなくが目的ではない。信頼を売ることが真のサービス
- 26 当たり前のこと続ける強さ……………118
 「凡事徹底」、当たり前のことでも徹底すれば感動を生む
- 27 チームで接客しよう……………122
 チームの雰囲気は店の空気になる。チームワークのよいお店は、お客様から愛される
- 接客ちょっといい話 ④ 「いつものですねー」……………126

こんなときはどうしたらいいの？

- 28 優柔不断なお客様のときは？……………128
 具体的な質問で、迷いを整理してさしあげよう。ときには、少し考える時間をおくことも必要
- 29 わからないことを聞かれたら？……………132
 どんな状況でも「わかりません」は禁句。お客様にとって最適な対応が求められる
- 30 お客様が商品を傷つけたら？……………136
 店内で起こったことはすべてお店の責任。真っ先にお客様のことを心配しよう
- 31 店にないものを求められたら？……………140
 まずは取り扱いがないことを謝罪する。次にお客様のために何ができるか
- 32 お客様同士の意見がわれたら？……………144
 果たすべき役割はあくまでも仲裁役。控えめに、両方の意見を尊重する
- 33 「安くして」と言われたときは？……………148
 あいまいな態度や安請け合いは禁物。はっきりお断りしてから他のメリットの説明を
- 34 思い込みの激しいお客様への対応は？……………152
 まずはお客様との信頼関係を築くことが大切。その上で正しい情報をお伝えしよう
- 35 携帯番号などを聞かれたら？……………156
 お客様とは一線をひいたおつき合いを。最後は自己責任という自覚をもつ

本文イラスト／横井智美

「接客サービス」って、
 どういうもの？

- ①接客サービスがなぜ重要なのか？
- ②サービスとマナーの違いは？
- ③まず、お客様をよく見てみよう
- ④気持ちよい会話をするには？
- ⑤サービスの表現力をアップ！

接客サービスがなぜ重要なのか？

お客様へのサービスには4つの要素がある

「サービス」を辞書で引くと、「人のために力を尽くすこと」「商売で客をもてなすこと」「顧客のためになされる種々の奉仕」「商売で、値引きをしたり、おまけをつけたりすること」などと表現されています。それ以外にも、設備や心地よい空間など環境面も、サービスのひとつといえるでしょう。お客様へのサービスを大きく分類すると、【環境・設備面】【商品面】【接客面】【システム面】の4つの要素に分かれます。

4つのサービス要素のうち【環境・設備】【商品】【システム】に関わるサービスは、しくみや形を整えれば、来店されたすべてのお客様に分け隔てなく提供することができます。

しかし、【接客】に関わるサービスは、人（お客様）と人（接客スタッフ）との接点のなかで生まれるものです。それだけによいことも悪いことも、より強い「印象」となってお客様の記憶に残ってしまいます。

本書では、4つのサービス要素のなかで、この「接客サービス」について詳しく述べていきたいと思います。

接客サービスに必要な基本的な要素

「接客サービス」に必要な要素は、大きく分けると次の3つに分類できます。

- ① 基本マナー……服装・あいさつ・笑顔・言葉遣い・態度など
- ② サービスマインド……親切さ・手早さ・状況判断など
- ③ スキル・知識……商品知識・お直し技術など

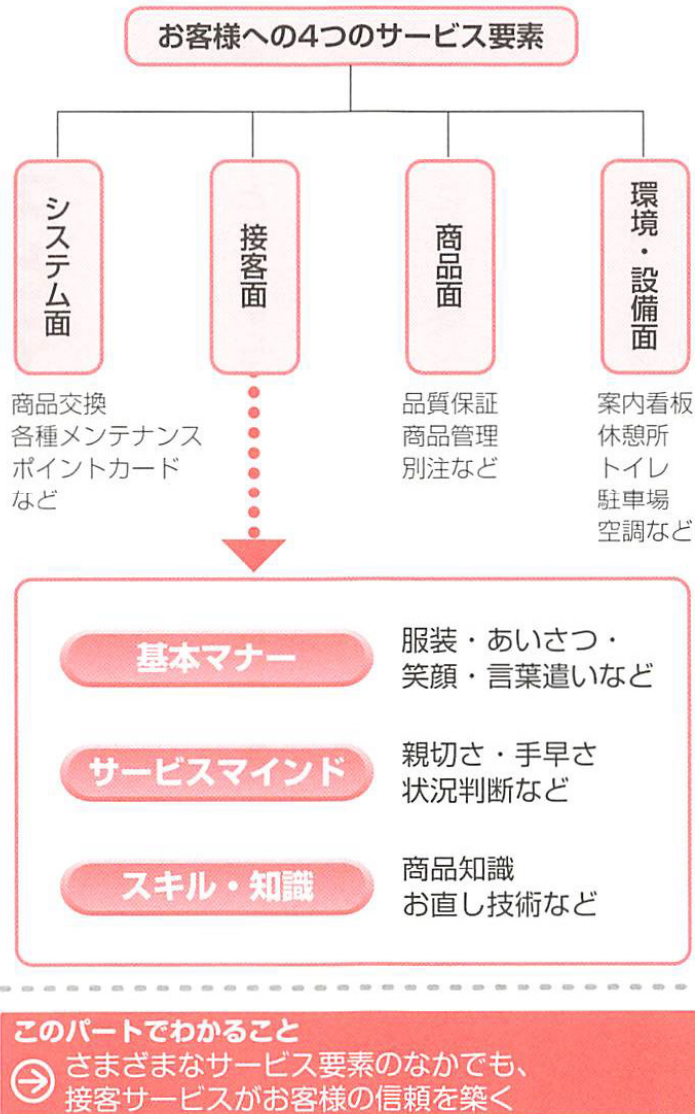
「接客サービス」で悪い印象を与えてしまうと、どんなに他のサービス要素が優れていても、再来店につながりません。しかし、環境や設備などに多少の不満があっても、この3つの要素によるスタッフの対応がすばらければ「また、あの人に会いたい」「あの人が買いたい」と、再来店につながります。

お客様に言われてうれしい言葉 ベスト3

- ① 「ありがとう」
- ② 「担当してくれたのがあなたでよかった」
- ③ 「あなたに会うと元気が出る」

- ①スタッフ同士の私語
- ②無表情な接客態度
- ③馴れ馴れしい言葉遣い

● お客様に対するサービス要素には何があるのか



● お客様が接客サービスに求めていること

インターネットでのショッピングサイトが充実し、わざわざお店に行かなくても、欲しいものは自宅にいながら何でも手に入る時代です。では、お客様は何を求めて来店されるのでしょうか？

単にモノ（商品）が欲しいだけなら、ネット通販で買いたい物をして同じでしょう。しかし「モノ」の時代から「心」の時代といわれている現代では、お客様はお店に対して、ただ単に買い物や食事などの目的だけではなく、「ショッピング」や「食事」というコト・行動（場面）を通して、「自分に合ったモノ・サービス」を提案してくれる「パーソナルな提案力」や、「人」と「人」とのあたたかな「コミュニケーション」を求めているのです。

「誰かとつながっていたい」「人と話をしたい」「美しいもの・きれいなもの・明るいものを見たい」という人がもっている心理は、いまの時代だからこそ必要とされています。お店はそんな場をリアルに表現できる唯一の場所であり、あらゆるサービス要素のなかで、「接客サービス」の違いが、お客様がお店を選択する大きな決定要素になっているのです。

サービスとマナーの違いは？

● マナーとは「相手に不快感を与えないための行為」

マナーとは、「相手（お客様）に、不快感を与えないための行為」です。

たとえば、目の前で火がついたままのタバコを捨てられたり、レジで並んでいるときに横から割り込まれてイライラした気持ちになったりしたことは誰でも一度や二度は経験していると思います。人々の価値観がどんなに変化しても、マナー違反に対して感じる不快感は、程度の差こそあれ「不変」のものであり、相手がお年寄りでも、若者でも、男性でも、女性でも、感じる不快感は同じです。マナーに関しては老若男女、万人に共通するものです。

では、接客サービスにおけるマナー違反には、どのようなものがあるのでしょうか。

- ① 店に入ったのに作業に夢中で気づいてくれない（あいさつがない）
- ② 商品がほこりをかぶっている（清掃が行き届いていない）
- ③ 会話をしている間、一度も笑顔がない（無表情）

お店に寄せられるお客様からのクレーム内容は、こうした基本的なマナー違反が圧倒的に多いのです。

あなたの職場にも「身だしなみ、清掃、表情、立居振舞、言葉遣い」など、会社から与えられたルールやマニュアルがあると思います。これは、お客様や職場の仲間に不快感を与えず、気持ちのよい人間関係をつくり上げるための、最低限、守らなければならない義務なのです。

● サービスとは「相手が感動したり、うれしいと感じたりする行為」

では、サービスとは何でしょうか。サービスとは、「相手（お客様）が感動したり、うれしいと感じたりする行為」です。

前述したマナーができていても、お客様が感動したり、うれしいと感じたりすることはありません。マナーはできていて当たり前なのです。できていない

お客様が不快に思う販売員の「癖」ワースト3

- ① お断りした際の舌打ち
- ② 書類をめくる際に指を舐める
- ③ 髪を触る

お客様が不快に思う販売員の「言葉」ワースト3

- ①なんでも「お似合いですよ」と言う
- ②自社製品を売り込みたくて他社の批判・悪口を言う
- ③「いま買わないと損ですよ」と脅迫まがいの言葉

マナー違反は、不愉快にさせたり、不快感を与える

世の中におけるマナー違反

- タバコのポイ捨て
- 行列の割り込み
- 電車で足を組む



接客サービスにおけるマナー違反

- 身だしなみが汚い
- 言葉遣いが悪い
- 店内の清掃ができていない



マナーとは「相手に不快感を与えないための行為」



マナーの扉を開けないと
サービスにたどりつけない

このパートでわかること

- ➡ 基本マナーは当たり前のサービスの入り口。
- ➡ サービスはマニュアル化できない

ときに「不快感」として強く心に残るだけです。
人が「うれしい」とか「楽しい」と感じる気持ちには、人それぞれの考え方や価値観、好みなど、そのときどきの感情が入ってくるため、マニュアル通りの応対では、決して人の心を動かすことはできません。つまり、サービスとマナーとの大きな違いは、「サービスはマニュアル化できない」という点です。
サービスは目の前にいるお客様の表情やしぐさ、会話のなかからヒントをつかんで、「このお客様は何を望んでいるのだろう?」と想像をして、気づいて行動することから始まります。
つまり、マナーは万人にとって共通項目であるのに対して、サービスはお客様に合わせてさまざまな対応をしていかなければならないのです。
まずは、基本的なマナーを身につけた上で、自分のキャラクターを活かして、ちよつと気の利いたひと言や、気配りのアクションを、照れずに積極的に発信しましょう!
それが、お客様からよい意味で覚えていただける、あなたの存在感になるのです。

03

まず、お客様をよく見てみよう

「洞察力」って何？

「洞察力」とは、観察して、お客様が考えていることや、してほしいことを見抜く（見通す）力です。

つまり、「観察」して「想像」して「推測」することを瞬時で行う力です。

スポーツでは、相手やボールの動きをしっかりと見て、自分の次の技やポジションを決めますが、それとまったく同じです。とはいっても、シーツと見ていてはお客様に失礼ですから、「ごあいさつのアイコンタクトのあとなどに、何かをしながら、見守るようなやさしい目線でごまめに見るようになります」。

そのときの瞬間のお客様のしぐさや表情などで、何を欲しているのかを見抜くのです。

毎日の生活で「洞察力」アップの訓練をしよう

職場の上司が、キョロキョロと何かを探していたら、デスク周りをチラッと見て、想像してみます。もし、ホチキスを持ってキョロキョロしていたなら、「針をお探ですか?」と聞いてみましょう。電話を受けながら、キョロキョロしていたら、そっとメモ用紙を渡すこともできるでしょう。最初は「ハズレ」が多いでしょうが、繰り返し行っていくことで、相手のニーズを当てる確率が高くなっていきます。洞察力の訓練とともに、「よく気がつく子だなあ」と、あなたの評判も上がるはずです。

慣れてきたら、実際にお客様に聞いてみましょう。たとえば、気ぜわしそうに、カーディガンを見て、ブルゾンを見て、ジャケットを見られているお客様は、寒くなってきたので、何か羽織るものをお探しかもしれません。「寒くなりましたが、今日は羽織るものをお探ですか?」とお尋ねすれば、「はい」「いいえ」くらいは返していただけます。

お客様を観察するときの3つのポイント

- ①お客様のイメージを想像する（タイプ、好み、用途etc）
- ②お客様の商品の見方（視線）を見る。ただ眺めているのか真剣に見ているのかを把握する
- ③お客様はスタッフの視線に敏感。何か作業をしながらさりげなく観察する

「洞察力」とは、観察 → 想像 → 推測 を瞬時に行うこと

観察する



想像する



推測する



アクション



このパートでわかること

- ➡ よく観察して、想像し、推測する。
これを瞬時に行う「洞察力」を養う

お客様を観察して、想像力を働かせる習慣を身につけよう

お客様の行動をよく観察すると、「視線」「動作」「表情」に購入意欲の差が表れていることが多いものです。購入意欲が強い人は、目に力があり、「視線」をはずさずに商品をストリートに見ていることが多く、逆に、目に力がなく、商品をサラッと眺めている人は、購入意欲が弱いといえます。

また「動作」を見てみると、購入意欲が強い人は、動きがスピーディーで商品に対して垂直に立ち止まり、購入意欲が弱い人は、動きがスローで、商品に対して平行に動きます。

「表情」では、とくに目の動きに注目してみましょう。購入意欲が強いと、周りを見てスタッフを探していたり、アプローチしたときにスタッフと目を合わせようとしますが、購入意欲が弱ければ決して目を合わせようとはしません。

このように、お客様を観察して、お客様の購入意欲をはかりながら、お客様が何げなく発信しているサインを見逃さずに、「想像」→「推測」→「アクション」をどんどん繰り返していきましょう。

04

気持ちよい会話をするには？

「聞き上手」になって、お客様を理解しよう

あなたの周りにも、よく相談を受けている人と、そうでない人がいると思います。その差はどこにあるのでしょうか？

よく相談を受けている人の共通点を考えると、

- 「やさしい雰囲気」(表情・しぐさ)
- 「ゆとりある態度」(気ぜわしそうにしていない)
- 「知識・経験が豊富」(よいアドバイスを受けられそう)
- 「自分の話を最後まで親身になって聞いてくれる」

といった特徴が挙げられるのではないのでしょうか？

人(とくに女性)は、相談をする段階で、ある程度の結論を出していること

が多いといえます。聞いてほしいことは、そこに至るまでが、いかに大変だったかというプロセスなのです(苦情などは、このパターンが多い)。

そして、自分の出した結論に対する後押しが欲しいのです。相談を受けるほうは、相手が詳しく話すのを聞きながら、その人となりまでを理解してはじめて、適切なアドバイスができるのではないのでしょうか。

お客様に対しては「聞き上手」になって、お客様の考え方やニーズやお困りなどをていねいにお聞きしましょう。

「聞く」が8割、「話す」が2割

聞き上手になるポイントは、あいづちや質問を効果的に入れながら、相手が気持ちよく話せる環境をつくることです。

接客のステップ別に考えると、次の4つのステップにまとめられます。

ステップ1 きっかけづくり

お客様が入店されたときのスタッフの第一印象が決め手になります。お客様にアイコンタクトをとり、笑顔で明るいあいさつで印象づけをしましょう。

お客様が気持ちよく会話できる3つのポイント

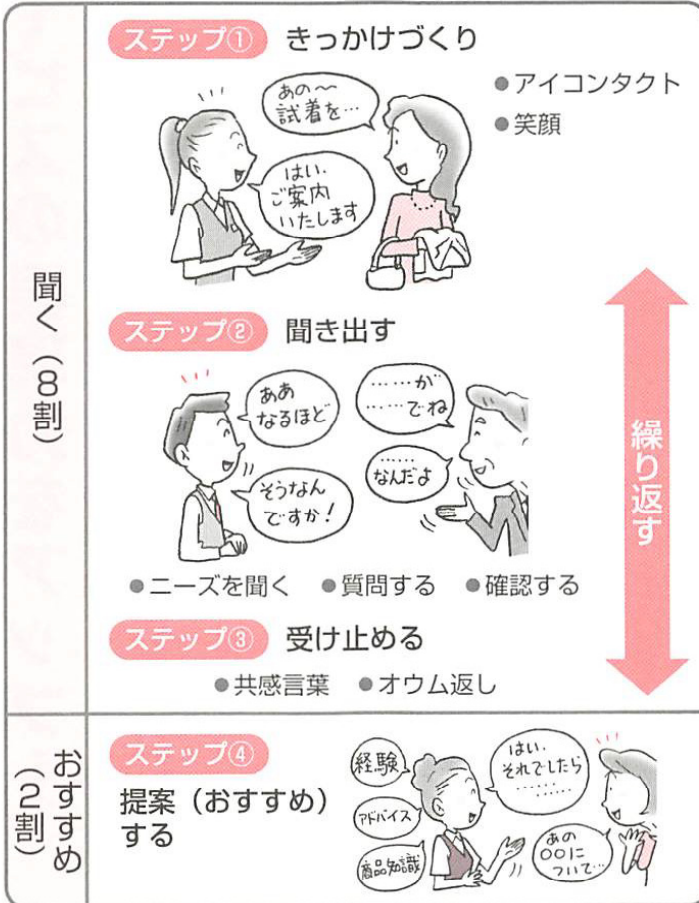
- ①否定言葉は使わない
(ノーには必ず情報や提案を加えよう)
- ②マイナス(短所・欠点)は先に、
プラス(長所・メリット)はあとに
- ③お断りや依頼時には必ずクッション言葉を使う

お客様ニーズを聞き出す3つのポイント

- ①好み……お好きな「色」「アイテム」「デザイン」など
- ②TPO……「いつ頃、どこで使うのか?」「
「どういった目的なのか?」など
- ③不安要素……お客様が気にされていること、心配なこと
(年齢、機能、体型など)

●「聞く」が8割、「提案(おすすめ)」が2割が効果的

接客会話の流れ(4つの段階のウエートが大事)



このパートでわかること

- ➡ 相手の話を「聞く」のが8割。
残りの2割で「提案(おすすめ)」する

ステップ2 聞き出す

笑顔であいさつのあとは、会話のなかに軽い質問を入れて、ニーズや好み、困っていることなどをお聞きします。お客様の状況を想像し、「もしかしたら、こういうものをお探しかもしれない」と推測しながら会話を進めましょう。

ステップ3 受け止める

矢継ぎ早に質問を繰り返すと、お客様は「尋問」を受けているような気分になってしまいます。お客様の言葉を共感や同調のあいづちでしっかり受け止めながら、徐々に質問を掘り下げていきましょう。

ステップ4 提案する

しっかりと話を聞いたあとの提案やアドバイスは、お客様に「自分のことを理解してくれている」という安心感を与えるので、信用して受け止められます。お客様の話を「聞く」が8割、残りの2割で「提案(おすすめ)する」ことで、まずは焦らずに、しっかりとお客様のお話を聞いてみてください。

● 言葉で「絵」が描ける表現力を磨こう

私たちが商品説明や提案をするときには、お客様がイメージしやすいように伝える表現力が重要です。

たとえば、「黄色」や「グリーン」とひと言で言われても、どんな黄色なのか、どんなグリーンなのか、お客様は頭のなかでグルグルと考えてしまいます。

しかし、「ヒマワリのように、ややオレンジを混ぜたような黄色です」「やや黄みがかかったミントのような爽やかなグリーンです」と言われると、瞬時にイメージがわいてきます。

また、「このサーロインステーキはとても人気ですよ」と言われても、「どうして？ どこが？」とお客様はその理由を聞きたくなります。

そこで「このサーロインステーキは、〇〇産のお肉を使用しており、とても柔らかく、舌の上でとろけるようだ、という評判をいただいております」と言われると、その表現に思わず生唾なまつばが出てくるような気分になります。

このように、お客様がイメージしやすい表現を加えて説明すると、非常に効果的です。

● 「表情」「動作」「声のトーン」で表現力アップ

応対したスタッフが、棒立ち、無表情、低いトーンの声で「とてもお似合いですよ」と言っても、お客様には「ゼッタイ、嘘だ！」と思われるでしょう。どんなにすばらしい説明をされても、お客様は、言葉の中身よりも、あなたの表情やしぐさを見ているからです。

「お似合いです」と伝えたいなら、満面の笑顔で伝えましょう。パチパチと手を叩いてもいいかもしれません。声のトーンも、平常よりワントーン上がるはず。つまり「素敵！ とってもお似合いですよ！」と、身ぶり手ぶりを加えて表現するのです。

表現力の3大要素

- ①表情……言葉の内容に合わせた表情
- ②動作……場面・お客様の状況に合わせたスピードやジェスチャー
- ③声のトーン……高いトーンは明るく軽快な印象、低いトーンは厳かで落ち着いた印象

●「表情」「動作」「声のトーン」が表現力をアップさせる

◆言葉に態度を加えて伝えよう

表情 笑顔  ex. お客様が試着して出てきたとき	真顔  ex. お客様のクレームの相手をしているとき
動作 ゆっくり  ex. 高価な商品を扱うとき	キビキビ  ex. お客様が急いでいるとき
声のトーン 高めで元気に  ex. プレゼントの包装が終わり、お客様をお呼びするとき	小声でこっそり  ex. カードのお支払い回数を聞くと

このパートでわかること

- ➡ お客様がイメージしやすいような説明。
さらに表情・動作・声のトーンを使い分ける

また、「表情」「動作」「声のトーン」を使い分けることが、とても重要なポイントになります。

お客様が試着室から出てこられたときは、前述のように、満面の笑顔でお伝えするほうが効果的ですが、クレームでお怒りになっているお客様には、真顔で心から申しわけない表情で謝罪しなければなりません。

高価な商品を取り扱うときは、ゆったりしたていねいな動作が、お客様が緊急のときには、キビキビとスピードある動きが必要です。

プレゼント包装ができ上がって、お客様をお呼びするときには、「〇〇様、どうもお待たせいたしましたー」と高めの声のトーンで元気にお呼びしても、カードのお支払い回数を復唱するときなどは、ご本人にだけ聞こえる程度の声のトーンで十分です。

表現力とは、言葉に態度を加えるということです。

それぞれのシチュエーションにふさわしい表情、動作、声のトーンがともなって、はじめてお客様に伝わるのです。

第 2 章

「接客サービス」を プロセスで身につけよう！

- ⑯お店に入りやすい「待機」とは？
- ⑰リラックスできる「お出迎え」とは？
- ⑱「アプローチ」を会話のキッカケに
- ㉑お客様が安心する「商品説明」
- ㉒「会計時」こそ会話のチャンス！
- ㉓印象に残る「お見送り」を！

接客ちょっといい話 ①

疲れを癒してくれた タクシーの運転手さん

ある寒い冬の日のこと。遠方での仕事を終え、クタクタになりながら終電を乗り継いで、自宅に向かう途中、勘違いをして二つ手前の駅で降りてしまいました。その駅はタクシー乗り場もない小さな駅です。

足が痛いのを我慢してトボトボ歩いていたら空車のタクシーがやってきました。「ラッキー」と思って乗り込むと「お客さん、どうしたの？ 肩を落としてしょんぼり歩いているからさあ、何かあったのかと思って、方向転換してきたんだよ」と言ってくださいました。そのやさしい言葉に思わず涙が出そうになりました。

車中では、今日の仕事の失敗や足が痛いことなどを思わず愚痴ってしまいましたが「うん、うん」と黙って聞いてくださり、降りるときには「あったかくして寝なよ！」と父親のような言葉をかけてくださいました。おかげでその日は疲れも忘れ、ほのぼのとした気分で眠ることができました。



06

お店に入りやすい「待機」とは？

● 売り場に立った瞬間から、「見られている」意識をもとう

「待機」を辞書で引くと、「準備を整えて機会の来るのを待つこと」とあります。お店や売り場に置き換えてみると、清掃や商品補充などを終えて、お客様がご来店されるのを待っている状態のことをいいます。

待機のしかたは、業種によって異なりますが、大きくは動待機（何か仕事をしながら〈動きながら〉お客様を待つこと）と、静待機（姿勢を正した〈静止した〉状態でお客様を待つこと）の2種類に分けられます。

どちらにしても、お店や売り場に立った瞬間から「見られている」という意識を持ちましょう。

接客は「いらっしやいませ」のお出迎えから始まるのではなく、あなたが売

り場に立ったその瞬間からスタートしています。

お客様は、外から店内をのぞいたり、ウィンドーを眺めると同時に、何げなくスタッフにも視線を送ります。

そのときに見た印象が、あなたの第一印象になるのです。いくら商品が気に入っても、マイナスオーラ（怖い、不潔っぽい、だらしない、など）のスタッフが目に留まると、お客様は入店するのを躊躇（ちゅうちゅう）してしまいます。

ウィンドーと同じように、あなた自身も、常に「見られている」という意識を忘れずに、身だしなみや姿勢に注意しましょう。

接客時以外は「待機」＝「店のイメージを左右する重要な時間帯」になるのです。

● お客様が入りやすい雰囲気とは？

お客様には、「しつこくされるのは嫌だけど、無視されるのはもっと嫌」という心理があります。よって、してはいけない「待機」の禁止項目としては、

● 作業やスタッフ同士の私語に没頭（お客様の入店に気づかない）

第一印象を決める3つの要素

～第一印象は「見た目」で決まる！～

- ①見た目、表情、しぐさなど 55%
- ②声の質、大きさ、テンポ 38%
- ③話の内容 7%

(メラビアンの法則より)

●直立不動で待ちかまえている(気軽に入ることができない)という、両極の姿勢です。

●穏やかなやさしい表情で、常に何かしながら、店頭・店内に目配りしているこれが、お客様が入店しやすい「待機姿勢」です。

- ①「穏やかなやさしい表情」……口角をやや上げた微笑みの表情
- ②「何かしながら」……商品・伝票の整理、清掃、ディスプレイの変更など
- ③「店頭・店内に目配り」……目安として3秒間に1回は、顔を上げて目配り

お店は、お客様のためのものです。私たちはアドバイザーという役割を担って、売り場にいるのです。

いつもお客様が自由に気軽に入店できるような待機姿勢を常に心がけていきましょう。

しつこくされるのは嫌だけど、無視されるのはもっと嫌

NG

- ・作業やスタッフ同士の私語に没頭
(お客様の入店に気づかない)
- ・直立不動で待ちかまえている
(気軽に入ることができない)



お客様のための待機姿勢とは?

GOOD

- ①「穏やかなやさしい表情」……口角をやや上げた微笑みの表情
- ②「何かしながら」……商品・伝票の整理、清掃、ディスプレイの変更など
- ③「店頭・店内に目配り」……目安として3秒間に1回は、顔を上げて目配り



このパートでわかること

- ➡ お客様が入店しやすい待機姿勢は、やさしい表情で・何かしながら・目配り

効果的な「いらっしゃいませ」、逆効果の「いらっしゃいませ」

微笑みの表情で店頭・店内に目配りしながら待機することで、お客様に対してタイミングのよい「いらっしゃいませ」を言うことができます。

緊張しながら入店したお客様が、安心して、リラックスできるか否かは「お出迎え」のときの印象で決まっています。

リラックスといっても、「自由」と「ほったらかし」を混同してはいけません。自由に見ていただきたいからといって、あいさつもなしでは、お客様には「無視された」という不快感が残るのです。

以前、あるショッピングセンターで、一般のモニターさんによる接客の覆面調査をしたことがあります。そのときは、接客シーンを項目別に調査したので

すが、ベスト1も、ワースト1も、この「お出迎え」のあいさつが決め手になっていました。

ベスト1の状況は、「お店に足を踏み入れた瞬間、『いらっしゃいませ』と笑顔で迎えてくれた」。

ワースト1の状況は、「逆方向を向いて、語尾の伸びた『いらっしゃいませー』。まったく気持ちが悪くもっていない、どうでもいいあいさつ」「何のあいさつもしてくれない」などが主な理由として挙げられていました。

「お出迎え」のあいさつは、「いらっしゃいませ」というシンプルな言葉だけに、感情がストレートに伝わってしまうものなのです。

好感のもてる「お出迎え」のポイント

接客に慣れてくると、「お客様がいらした↓あいさつをする」というように条件反射的にあいさつができるようになりますが、無意識で行えるようになる分、無感情になってしまうことも多く、そのようなあいさつでは、感情がこもっていないことが、お客様にすぐに見破られてしまいます。

効果的／逆効果な「いらっしゃいませ」

効果的な「いらっしゃいませ」:

店内に足を踏み入れた瞬間、笑顔で「いらっしゃいませ」

逆効果な「いらっしゃいませ」:

壁に向かって語尾の伸びた「いらっしゃいませー」

● 来店への感謝の気持ちをこめてあいさつしよう

◆ 好感もてる「お出迎え」のポイント

目と体 お客様のほうへ	
表情 やさしい笑顔	
声のトーン 「ソ」のトーンで 語尾は伸ばさない	

このパートでわかること

- ➡ お客様のほうに目と体に向けて、やさしい笑顔と明るい声のトーン

「いらっしゃいませ」の山びこ

お客様の入店に一番初めに気がついた人の「いらっしゃいませ」のあいさつが聞こえたら、他のスタッフも作業の手を一瞬止めて、顔と身体をお客様に向けてあいさつをしよう。お店全体でお出迎えしているという印象につながる。

また、一人のスタッフの「いらっしゃいませ」のあいさつに続き、山びこのように全員であいさつしているお店もありますが、下を向いたままや、お客様に背中を向けたままのあいさつでは、逆に不快な印象を与えてしまいます。では、どうしたら心のこもったあいさつと感じていただけるのでしょうか。ポイントはこの3つです。

- 目と体……お客様のほうへ
- 表情……やさしい笑顔
- 声のトーン……「ソ」のトーン（とても聞き取りやすい声になる）で語尾は伸ばさない

意識として、お客様をマスでとらえるのではなく、「高橋様、いらっしゃいませ」「鈴木様、いらっしゃいませ」とお名前をつけて、また、たとえお名前がわからなくても、心のなかでお名前をつけながら、一人ひとりに対して、足を踏み入れてくださったことへの感謝の気持ちをこめてあいさつしましょう。そうすれば、お客様のほうへ目と体が向き、笑顔も出ます。「いらっしゃいませ」の言葉に魂が宿り、好感のもてるあいさつとして相手に伝わります。

● アプローチの快・不快

新人の販売員さんから「私はアプローチされるのが嫌いなので、自分も（アプローチは）やりたくありません」という声をよく聞きます。お気の毒に、こういう人は、しつこいアプローチをたくさん受けてきたのでしょう。

では、お客様がしつこく感じるアプローチ（不快）と、自然だと感じるアプローチ（快）の違いを考えてみましょう。

● ①お客様がしつこく感じるアプローチ（不快）

- しつこいお声がけ……手にとるものに対して、いちいち声をかけてくる
- ぴったりついて歩く……常に影のようにつきまとう
- じっと見られる……距離は離れていても、遠くから行動を監視されているよ

うな気分になる（お客様はスタッフの視線に敏感です） など

● ②お客様が自然だと感じるアプローチ（快）

- タイミングのよいお声がけ……聞きたいことを聞きたいときにタイミングよく声をかけてくれた

- 売ることだけが目的と感ぜない……商品に関係のない自然なお声がけで、気がついたら世間話をしていた など

● アプローチの3大要素とは？

アプローチには、「距離感」「アプローチトーク」「タイミング」という3つの要素があります。

この3つのポイントを間違えると、しつこいアプローチと感じてしまいます。

● ①距離感……「パーソナルスペース」に踏み込まない

人には「パーソナルスペース」というものがあります。自分の両手を広げた円のなかに、見知らぬ他人に踏み込まれると、ストレスを感じ、落ち着かない気分になるのです。販売員との関係も同じです。

お客様が不快に感じるアプローチ

- ①しつこいお声がけ
- ②ぴったりついてくる
- ③ワンパターンの言葉
- ④じっと見られる
- ⑤複数の販売員からのお声がけ

お客様と自然な会話につながるアプローチ

- ① タイミングを見計らったお声がけ
- ② 売ることだけを目的としていない（商品に関係のないお声がけで気がついたら会話が弾んでいた）
- ③ 興味を惹かれる商品説明（見ただけではわからない商品情報を教えてくれた）

● アプローチポイントを間違えるとしつこいアプローチになる

図1 距離感……パーソナルスペース

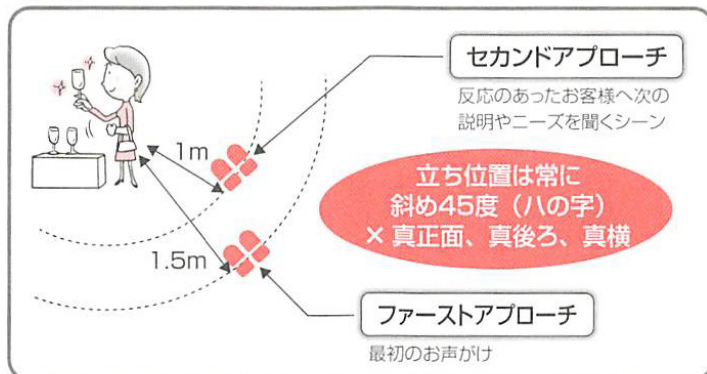


図2 タイミング……お客様の行動をよく見てアプローチ



このパートでわかること

- ➡ 距離感・アプローチトーク・タイミングの3つのポイントを間違えないように

いきなり、近くに来て「いかがですか？」と声をかけられると、無意識に一歩退いてしまうものなのです。最初のお声がけ、お客様の反応があった場合、ない場合など、それぞれの段階で、お客様の気持ちになって、適度な距離を保つようにしましょう。

また、常に斜め45度の位置に立つようにしましょう。少しでもお客様の視野に入り、気配を感じ取ってもらえる位置です。真正面、真後ろ、真横はNGです。※左ページ図1参照。

② アプローチトーク……「意味のないトーク」「見ればわかること」は耳障り（例）「よろしかったら」試着できますので」（いまだき、試着ができない店はないだろう！）、「そちらは今年流行のパープルです」（見ればわかるよ！）お声がけのトークは、①お客様が返事をしやすい質問、②共感できるイメージワード、③「へえー」という商品情報の3つに絞ってみましょう。

③ タイミング……「早すぎず、遅すぎず」

最初は難しいかもしれませんが、お客様の行動をよく見てみると、タイミングがつかめます。※左ページ図2参照。

お客様が安心する「商品説明」

7つのセールスポイント

いくらサービス精神にあふれていても、商品について何も知識がないのでは、すべてが台無しです。基本的な知識を覚えておくことは、最低限のマナーです。商品知識は、あらゆる角度からもたなくてはいけません。

ここでは、アパレルと飲食の場合の7つのセールスポイントを挙げておきますので、「商品の売り（メリット）となる切り口」を考えてみてください。

●アパレルの場合

- ① 素材……素材のもつ特徴（メリット・デメリット）
- ② カラー……カラーのもつ印象を言葉にする

- ③ デザイン・ディテール……デザインやディテールの特徴・効果
- ④ 取り扱い方法……洗濯方法やケアのしかたなど
- ⑤ サイズ感……サイズではなく、「大きめ」「細め」「長め」など
- ⑥ コーディネート……合わせやすいアイテムやカラーなど
- ⑦ プライス……プライス（高い・安い）の根拠を説明できる

●飲食の場合

- ① 原料……使用している材料の特徴（産地・成分）など
- ② 生産方法……原料加工のプロセス
- ③ レシピ……調理方法・香辛料・調味料など
- ④ 味覚……特徴となる味わい・食感・風味など
- ⑤ 美容・健康……含まれている栄養素・ビタミンなどの効能
- ⑥ 保存方法……家庭での保存のしかた
- ⑦ プライス……プライス（高い・安い）の根拠を説明できる

商品説明の3つのポイント

- ① 最終的に商品のアピールポイントは一つに絞る
- ② 具体的な表現を心がける
……「たとえ」を使いながらお客様に伝わりやすい表現を
- ③ 選ぶ楽しさをご提供する
……1点の説明だけではなく、比較する商品を用いる

商品価値が高まる商品提示のしかた

- ①商品は必ず両手で持つ
……空いている手をそっと添えてお見せするようにしよう
- ②細い（小さい）商品をつまむときは、親指と中指でつまむ
……人指し指だと汚いものをつまんでいるように見える。
中指を使うことを癖にしよう

● 基本を押さえてからパーソナルな対応

◆ 不安に感じることは早めに解消する

マイナス面
(デメリット)
が先

プラス面
(メリット)
はあと

◆ お客様にとって、どうよいのかも説明する

お客様のお顔映り・体型・雰囲気から



お客様のライフスタイルから



お客様が着ていらっしゃる洋服（持ち物）から



このパートでわかること

- ➡ まずは基本的な知識を押さえよう。
その上でパーソナルな説明を加える

● お客様が気になること・不安に感じることは、早めに解消しよう

素材の取り扱い方、体型に関わること、年齢の問題、着まわしのしかたなど、お客様が気になること、不安そうなることを察知して、早めに商品説明に取り入れましょう。

その際には、25ページ欄外の「お客様が気持ちよく会話できる3つのポイント」にあるように、マイナス（デメリット）面を先に、プラス（メリット）面はあとで説明して、会話の終わりは、いつも肯定的な表現にするようにしましょう。

また、「こちらのセーターは大人気なんですよ」と言われても、「だからどうした?」となりかねません。そのセーターがそのお客様にとって、どこがどのようにお似合いになるのかというように、一人ひとりのお客様が納得のいく説明をします。次の3つの観点のいずれかから説明するとよいでしょう。

- お客様のお顔映り・体型・雰囲気から
- お客様のライフスタイルから
- お客様が着ていらっしゃる洋服（持ち物）から

10 「会計時」こそ会話のチャンス！

「会計時」の基本は「いいね」「正確」「迅速」

商品がお決まりになったら、なるべく早く帰りたいのが、一般的なお客様の心理です。お客様はスタッフに対して、スピーディーに、かつ正確に、さらにいいねに扱ってほしいと考えています。

●スピーディー……口と手を同時に動かすことがポイントです。金銭授受と商品のお包みを一人で行う場合は、金銭授受を先に行い、お客様がお釣りを財布にしまわれている間に、お包みを行くと、時間の無駄が省けて、要領よくスムーズです。

●正確……金銭授受は、復唱をしっかりと行いましょう。「はい、1万円お預かりいたします」「はい、カードで、111一括払いでございますね」など、お客

様とアイコンタクトをとって、言葉と目線で確認し合います。

●いいね……金銭授受は必ず両手で行います。お包みがいいねなのはもちろん、会計時には、言葉遣いもいいねに。「○○円でございます」「○○円のお返しでございます」などと言えるようにしましょう。どんなにフレンドリーな接客でも、会計時にはきちんとした言葉遣いで話せることが、あなたの信頼度アップにもつながります。

お包み時の注意ポイント

お包みのときは、次の2点に注意しましょう。

①レジカウナーの上に、一切、余計なものを置かない

レジカウナーは、書類を書くときの机代わりや作業台になったりします。お客様に見せてはいけない売上報告書などが開いたままになっていたり、商品をお包みしているそばに、ボールペンなどが転がっていたりすると、お客様は気になったり、商品にインクがつくのではないかと心配にもなります。お客様がいらっしゃったら、すべてを片づけるようにしましょう。

お包みするときの注意点

- ①レジカウナーの上には余計なもの（書類、ペンなど）は一切置かない
- ②お包みしながら傷や汚れ、サイズなどの水際チェック！
お客様からの苦情を事前に食い止めることができる

● お客様の「待たされている」感を解消するために

◆ コミュニケーションの切り口

① お客様情報から

お住まい、お誕生日
趣味、持ち物、髪型
ご家族、ご職業 など



② 商品情報から

次回入荷商品、
アフターケア、
コーディネート
など

③ その他の情報から

季節に関わること
近隣の新スポット
話題のお店 など



このパートでわかること

➡ 会計時は、コミュニケーションするチャンス。
商品以外の会話をどんどん楽しもう！

● お客様の「待たされている」感を解消するために

とてもいいねいな接客を受けたのに、会計時に、急に事務的に対応されたら、お客様は「やっぱり、売りたいだけだったのか」と、がっかりしてしまいます。また、お包みするのに必死で、無言で対応されると、待ち時間が倍にも感じられてしまいます。手と口を同時に動かして……つまり、お包みしながら、次のような切り口で、どんどんお客様とコミュニケーションをとりましょう。

- お客様情報から……住まい、誕生日、趣味、持ち物、家族、職業など
- 商品情報から……次回入荷商品、アフターケア、コーディネートなど
- その他の情報から……季節に関わること、近隣の新スポット、話題の店など

② お包みしながら傷や汚れの水際チェック！

お包みをしながら、商品に傷や汚れがないか、サイズは間違っていないかを再確認します。仮に、その商品が傷物で、あいにく在庫もなく、交換に時間がかかるときは、正直にその旨をお伝えするようにしましょう。見て見ぬふりでは、あなたのお店の信頼が失われていくことになります。

印象に残る「お見送り」を！

● お見送りは最後の印象を決定づける

「お迎え」が第一印象を決定づけるシーンなのに対して、「お見送り」はスタッフの印象が後々まで残るか否かが決まるシーンです。

お客様を覚えるだけではなく、「自分を覚えていただくには？」を考えて、印象に残るお見送りを心がけましょう。

仮に、あなたが1日に10人のお客様を接客したとします。あなたの1カ月の出勤日数が20日間だとしたら、あなたは1カ月に200名のお客様を接客している計算になります。

2カ月だったら400名、3カ月だったら……。しかし、その大勢のお客様の誰にも覚えていてもらえなかったら？ こんなにさびしいことはありません

ね。会計時に会話を楽しんだあとは、そのまま、印象に残るお見送りを考えてみましょう。

心からの「ありがとうございました」を伝えるためには、言葉と動作で、感謝の気持ちを表現します。

必ずカウンターの外に出て、お見送りする場所まで、お荷物をお運びしましょう。お見送りをする場所は、状況に合わせて判断してください。基本は、店頭までお見送ります。店頭でお荷物をお渡しして、「ありがとうございました。またどうぞお越しくださいませ」と、再来店を促すごあいさつをします。お客様の後ろ姿に、心からのお辞儀をしたあとは、数秒間（お客様の姿が見えなくなるまで）は、お客様を見守ってください。ときには振り返ってください。お客様もいらっしゃいます。そのときは、また最高の笑顔を発信できるチャンスです。

● 「ありがとうございました」にプラスのひと言を

お客様を覚えるだけでなく、お客様に自分を覚えていただくために、「お見

● お見送りは最高の笑顔を発信できるチャンス

◆ 印象に残る「お見送り」のポイント



こんなに大勢のお客様を
お相手しているのに
誰にも覚えていて
もらえないとさびしい!

心からの「ありがとうございました」を伝える

- カウンターの外に出て
- 基本は店頭まで
- お荷物をお運びする

最後の印象を決定づける

- 再来店を促すごあいさつをする
- 後ろ姿に礼（お客様を見守る）
- 最高の笑顔を発信（振り返ったとき）

このパートでわかること

- ➡ お客様を覚えるだけでなく、
自分を覚えていただくには？を考えてみよう

お店を出られるときのお客様の表情に敏感になろう
たくさんお買い上げいただいたのに、なぜか無然とした表情
のお客様がいらっしゃいます。商品は気に入ったけれど、
お店の対応に何か釈然としないものがあつたのかも
しれません。お買い上げの有無にかかわらずお客様が
満足気な表情でお帰りいただく対応を心がけましょう。

送り」という最後のシーンに、気遣いの言葉（天候、お客様の体調、お客様のお荷物、ご予約、お仕事など）、自己アピール（自分の名前、特徴、性格、出勤日など）、その他、近隣のシヨップ情報など、ぜひ、あなたらしい、気の利いたひと言をプラスしてみてください。

たまに、たくさんお買い上げいただいたお客様がなんとなく無然とした表情でお帰りになることがあります。そんなお客様は、スタツフの対応に釈然としないものがあつたのかもしれない。

一方、何もお買い上げいただかなくても、ご満悦の表情でお帰りになるお客様もいらっしゃいます。

私たちが大事にすべきことは当然、後者のように満足した表情でお帰りになつていただくことです。お金と同じくらい大切な「時間」を使つてくださったすべてのお客様に対して、お店を出られるときのお客様の気持ち「なんとなく楽しかったな」「よい情報を教えてもらえたわ」などと、ちよつとホンワカした心でお帰りになれるようなひと言を加えるようにしましょう。

第 3 章

いろいろな業種の NG対応から学ぶ

- ⑫「私が先でしょ!!」～いつも公平な対応を～
- ⑬「客の前で言うな!!」～お客様が聞きたくないこと～
- ⑭「それ、おかしくない?」～目的と手段を間違えない～
- ⑮「もっと勉強してよ!!」～プロとして最低限の知識を～
- ⑯「勝手に決めるな!!」～アドバイスと押しつけの違い～
- ⑰「それはないでしょ!!」～サービスでは $100 - 1 = 0$ になる～
- ⑱「気づいてよ!!」～忙しいときこそ気配りを～
- ⑲「バカにしないでよ!!」～お客様の目線で説明しよう～
- ⑳「いつまで待たせるの?」～電話対応は細心の気配りが必要～
- ㉑「他に言い方あるでしょ!!」～お待たせするときは気配りが大事～

接客ちょっといい話 ②

「当たり前ですよ！
次はこの店で買いますよ！」

先日、CD ショップである男性販売員さんに CD の在庫を調べてもらったのですが、扱っていない輸入盤で取り寄せできないとのこと。普通ならここで「すみません。ありませんでした」で終わってしまいます。

ところが、その販売員さんは「他の CD ショップにこれを持っていけば、すぐにわかります！ 本当はうちでも扱っていればいいんですが……」と、わざわざパソコンから資料をプリントアウトして手渡してくれました。一銭の利益にもならないのに……。

こんなお店、いままでお目にかかったことがありません。しかも近くでその CD を扱っているお店の場所まで教えてくれました。

あまりに感激して、紹介されたお店で買ったあと、失礼かと思いましたが、またそのお店に戻って「買えました！」と報告させていただきました。

するとその販売員さんは「よかったですね！ 次はうちでも買ってくださいね！」と笑って答えてくれました。当然です。次からは必ずこの店で買いますよ！

12 「私が先でしょ!!」 いつも公平な対応を

●事例1 ●割り込み客を見て見ぬふり!

日曜のある日、ブーツを買おうかと、ある百貨店の靴売り場に行きました。売り場は大変な混雑ふりで、まさに鏡の奪い合い状態。「お客様の数の割に、鏡の台数が足りないんじゃないの?」と、心のなかでつぶやきながら、前の人が終わるまで、忍耐強く待っていました。やっと自分の番になり、ホッとしたその瞬間、どこからか現れた親子連れに鏡を占領されてしまいました! すぐそばに店員さんがいたので、「このことを訴えよう!」と思いきや、その店員さんは、私と目が合った瞬間に目をそらして、どこかへ行ってしまうしました。私は、しかたなく遠くのほうにあった鏡まで移動し、確認してから購入しましたが……。

こういった場合、お客様の順序もよく頭に入れて、割り込もうとするお客様に対しては、「お客様、申しわけありませんが、先ほどこちらのお客様がお待ちですので……」と、柔らかくたしなめても問題ないのではないのでしょうか?

●事例2 ●コンビニエンスストアでの公平な対応

会社の近くのコンビニエンスストアで買い物をしたときのことです。お昼時ということもあり、1台のレジに順番待ちの行列ができていました。

混雑を見て、女性の店員さんが裏から出てきて、2台目のレジを開けようとなりました。すると、待っている人たちに一瞬緊張感が走りしました。

そのとき、どこからかスッと現れてそのレジに向かおうとするお客様がいました。全員が「ん?」と思ったその瞬間、その店員さんは、目線をハッキリと行列のほうに向けて「2番目にお待ちのお客様、お待たせいたしました」と言ってくれたのです。

その毅然とした態度に接して、私だけではなく、順番待ちをしていた良識あ

平等の原則「先客優先」

混雑したときは「先客優先」で対応しましょう。しかし、あとのお客様を放っておくこともできません。先のお客様に「少々お待ちください」とお断りをして用件を伺ってみましょう。簡単に済むものであれば対応することもできます。

「ハレ」と「ケ」

「ハレ」とは儀礼や祭り、年中行事などの非日常のこと
 「ケ」とは、普段の生活である日常のこと。
 お店は「ハレ（非日常）」の場でなくてはなりません。
 お客様が非日常的な素敵な時間と空間を
 楽しんでいただけることに最善を尽くしましょう。

● 公平な対応とは……優先順位を間違えないこと

接客中に他のお客様に呼ばれても、接客中のお客様を優先に！



行列の順番は厳守する。お待ちの方への気配りを忘れずに！



接客中の電話などは、ひと言お断りしてから！



優先順位を間違えることや
 ちょっとした気配りのなさは
 お客様との信頼関係をなくしてしまう！

このパートでわかること

➡ マナーの悪いお客様に対しては、
 ときにはたしなめることも大切な役割

るお客様のほとんどが、心のなかでその店員さんにエールを送っているように感じました。

● ときには毅然とした態度で、公平な対応を！

公平な対応とは、お客様のお待ちいただいている順番や、優先順位を間違えないことです。

スタッフが順番を間違えたり、割り込み客を黙認したりすると、他のお客様は大きなストレスを感じます。順番は常に視界の隅に捉えて、間違いのないように対応していきましょう。

また、接客の優先順位の原則は、何があっても先に接客しているお客様です。やむを得ず、あとからいらしたお客様に対応する場合は、先のお客様にひと言お断りしてから対応し、お伺いしたらすぐに戻るようにしましょう。

お客様のなかには、マナーの悪い人もいらっしゃいます。マナー違反のお客様には、毅然とした態度で、他のお客様のためにも、公平な対応をすべきではないでしょうか？

13 「客の前で言うな!!」 お客様が聞きたくないこと

●事例3 ● 食事の最中に新人教育が始まりました!

ランチタイムを過ぎた頃に、少し遅い昼食をとりにレストランに入りました。時間帯のせい吗、お客様もまばらで静かな雰囲気です。しばらくすると、店長と思われる男性が女性新人スタッフに教育指導をしている声が聞こえてきました。初めは、聞こえるか聞こえないくらいのヒソヒソ声でしたが、段々と声量が大きくなり、お客様タイプ別の応対方法までレクチャーしはじめました。新人スタッフの方は、さすがにまずいのでは? という表情を浮かべていましたが、指導する男性はおかまいなし。隣にいた男性客もかなり不快だったらしく、舌打ちしながら席を立ちました。当然、私も食事が済み次第、そそくさと帰りました。

●事例4 ● 目の前で、仲間の悪口を聞かされました!(39歳男性の実体験)

引っ越しをしたことです。引っ越し業者の方々に、ひと息入れていただこうと、好意でお茶を出したら「けっこうです」と無下に断られ、ちょっと気分を害しました。

その日は、数人の方がいらしたのですが、リーダーらしき人が、若いスタッフに向かって、もう一人の年配のスタッフがいないときに、「あいつは使えない」と、客の前で、平然と仲間の悪口を言い出す始末。それを聞いたとき、腹立たしさを通りこして、呆れてしまいました。

有名な会社なので安心していただけに、裏切られたような気分でした。

●お客様が不愉快に感じる話題とは?

お客様が不快に感じる3つのNG話題は「批判」「内部事情」「自慢話」です。

① 他社や他のお客様の「批判」

「ここだけの話、あのお店は△△産の肉を使っているようだから、行かないほうがいいよ」「大きな声では言えませんが、あのお客様は……」など、他社や

江戸しぐさに学ぶ「おあいにく目つき」

「江戸しぐさ」の一つに「おあいにく目つき」というものがあります。これは「せっかくだらしていただきましたのにあいすみません」と申しわけなさそうに目を伏せ、お詫びの気持ちを目で表現する目つきのことで、時代を超えて通じる商いの心です。

商品知識の高め方

- ①メーカーや仕入れの担当スタッフに直接聞く
- ②店長やベテラン社員など詳しい人に聞く
- ③自分で実際に使って使用感を試してみる
- ④お客様からの質問を覚えておき、あとで調べる
- ⑤好奇心をもつ（なぜ、こんなに～だろう？）

●お客様が不愉快に感じる話題とは？

① 批判	・ 他のお客様の批判 ・ 他店の批判  あのお客様はねえ…
② 内部事情	・ お店（会社）の内部事情  いやあ～、うちの会社はねえ～……
③ 自慢話	・ 自分の自慢話  うちの娘は……で……なのよ

お客様は自分や商品に関係のない話題を聞くと不愉快になり、信頼は簡単に失われる！

このパートでわかること

- ➡ お客様に気を遣わせない、不愉快にさせない。何げないひと言が信頼を簡単に失わせる

他のお客様の批判・噂話ほど聞き苦しいものではありません。とくに、他のお客様の批判などを耳にすると、自分もそのように言われているかもしれない、という大きな不信感につながります。

② **お店（会社）の内部事情**

「会議が長引いている」「欠員が出て、人手不足」「新人だから使えない」など、内部事情を言いわけのように使われると、お客様は非常に不快に感じます。

③ **自慢話**

「うちの会社は……」「うちの息子も……」など、聞いてもないのに、会社や個人の自慢話をされるとお客様は辟易（へきえき）してしまい、逆に不信感を募らせてしまいます。どんなに評判のよいお店（会社）でも、それはお客様が言うことで、スタッフが口に出してはいけません。スタッフは、謙虚な姿勢が重要です。

その他、宗教、病気、体の欠点、人の噂、お客様のプライバシー……など、触れてはいけない話題もあります。たとえ、常連のお客様でも、相手が話す以上のことは聞かないようにしましょう。

14 「それ、おかしくない?」 目的と手段を間違えない

●事例5 ●ポイントカードのあとづけを断られた息子(40歳男性一家の体験談)

あるスーパーで、小学生の息子が定規を買ったのですが、ポイントカードを出すのを忘れてしまい、もう一度レジに並んでポイントをつけてもらおうとしました。お店の人に「あとから提示されてもだめ」と返されてしまいました。傷ついている息子を見て、妻が「それならばっ」と、再度、レジに並び、返品をして、もう一度買いなおして、ポイントをつけてもらいました。

しかし、どうにも腑に落ちなく「これっておかしいですか?」と、店員さんに聞いたところ「何がですか?」という返事が返ってきたそうです。

面倒でも、あとからポイント加算ができるのなら、最初から快く受けてもらいたいですし、子どもでも大人でも平等な応対をしてほしいです。

●事例6 ●「できません」は禁句です!(35歳男性の体験談)

妻と一緒にあるカフェで軽食を頼んだときのことです。サンドイッチを頼んだのですが、妻はマスタードが苦手なので、「マスタード抜きでお願いします」と言うと「メニュー変更はできません」と、即答されました。

「えっ?」とつくづくっているんじゃないの?」と聞くと、そつたと言います。「なぜ、マスタード抜けないの?」と聞いても「できません」の一点張り。すくにお店を出たのはいつまでもありません。

●事例7 ●5分前なのにランチタイムが打ち切り(30歳女性の体験談)

ランチタイム終了の5分前に入店したのですが、ランチメニューを渡されませんでした。「ランチメニューがないね」と一緒にいった友人と話して、お店のスタッフを呼んで「ランチは終わったのですか?」と聞いてみると、「2時を過ぎたので終わりました」という返事が返ってきました。

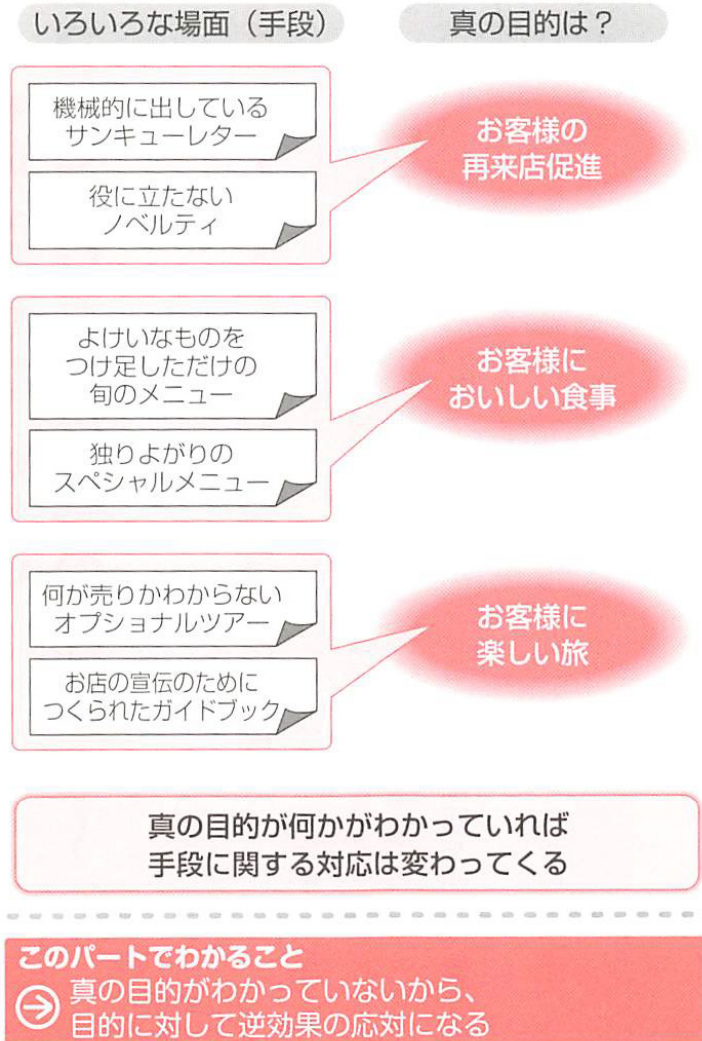
確かに、終了5分前に入店したので「いまからでもダメですか?」と尋ねると、「ダメです」のひと言。それほど、ランチメニューに固執していたわけ

質問力の高め方①

①質問する「今日は結婚式のお洋服をお探でいらっしゃいますか?」→②共感する「この時期ですと気温差が激しいので、悩んでしまいますよね」……というように共感や同調言葉でしっかりとご意見を受け止めながら質問を取り入れます。

● 目的と手段を間違えないようにしましょう！

◆ 逆効果になっている事例



質問力の高め方②

質問には「はい・いいえ」など答えが限定的な「クローズドクエスチョン（閉じた質問）」と自由に答えられる「オープンクエスチョン（開いた質問）」という2種類があります。この2つの質問を効果的に使い分けましょう。

● お店の都合を押しつけていませんか？

ポイントカードの真の目的は、お客様の再来店を促し、顧客化することです。また、飲食店は、お客様においしいお食事を提供して、ご満足いただくことが目的のほずです。メニュー変更やランチサービスは、そのための手段にすぎないのです。

ここに出てくる3つの事例では、目的と手段を完全にはき違えています。このような対応では、真の目的に対して逆効果になってしまいます。「何のためにやっているのか？」「一つひとつの取り組みについて、すべてはお客様満足という真の目的のためにあることを再認識しましょう。」

はありませんが、5分前に入店したのにまったく応対しようとする態度に腹が立ち、「ではけっこうです」と、そのまま店を出てきてしまいました。

15 「もっと勉強してよ!!」 プロとして最低限の知識を

●事例8 ●「そうですよね」しか言わない家電専門店の店員

パソコンにあまり詳しくない私が、一人でパソコンを買いに行きました。当然、お店の人は詳しいから大丈夫だろうと思っていたところ、担当した人は、何を聞いても「そうですよね」としか言ってくれません。

「おかしいな」と思って、知っている限りのパソコン関連用語を使って質問をすると、案の定、何も答えられませんでした。

結局、他のスタッフに代わってもらいましたが、お願いですから、店頭に立つ前に、最低限の知識は身につけておいてください。

●事例9 ●新人なのでわかりません!?

社内の仕事納めの飲み会するとき、部長から商品券を渡され、これで食べ物を買ってきてくれと言われました。地元のスーパーで商品券を出すと、若い店員が「入ったばかりで商品券の取り扱いがわからないんです。すみませんが、現金でお願いします」と言います。「わかる人いないんですか?」と聞くと、休憩中で、戻りは1時間後だと言います。何もわからないのも困りますが、そんな新人だけ残して休憩に出してしまう先輩の神経がどうにも理解できません!

●事例10 ●手順を間違えて、すべてが無駄になった!?

携帯ショップでパソコンのモバイル通信の新規契約をしたときのことです。応じたスタッフは、名札に「研修生」と書かれていましたが、必要書類・利用機種・料金などの確認も順調に進み、対応にはとても満足でした。

ところが、1時間ほどですべての手続きを終えたとき、「すみません。いま、在庫がなくて明日の入荷になってしまいます」と言われました。

「明日、とりこくるので、別にいいですよ」と答えたら、現物がないと申し込

五感を駆使して第六感に訴えよう!

五感とは、「視覚」「嗅覚」「聴覚」「味覚」「触覚」のことです。第一印象は、当然「視覚」によるものが大きいのですが、居心地の良さ悪しは「よい香りがする(嗅覚)」「雰囲気にあったBGM(聴覚)」など、その他の「五感」も駆使して、第六感であるお客様の「感覚」を刺激しましょう。

お客様のお名前を覚えるコツ

- ①接客中に何度もお名前を口にする
- ②お客様の特徴と顔と名前を関連づける
- ③自分用の「顧客リスト」をつくる
- ④お買い上げ商品とその日の会話内容から覚える

接客サービスのプロとしての意識チェック

セルフチェックシート

番号	チェック項目	自信あり	少々不安	全然ダメ
1	1点の商品について5個以上のセールスポイントを言える			
2	自店の取り扱い商品はすべて説明できる			
3	自分で試用（試食）して、使い心地、着心地（味）などを確かめている			
4	日々、商品の在庫を把握するようにしている（色、サイズ、型など）			
5	お客様への問い合わせに対し「できません」「わかりません」と言っていない			
6	自店の競合店を決め、定期的にリサーチし、他社の情報を集めている			
7	業界紙や新聞を定期的に購読し、常に情報を集めている			
8	通常のレジ操作だけでなく、各種金券やギフトカードのレジ操作もできる			
9	返品、交換の際のレジ操作ができる			
10	クレジットカードごとの分割回数、締め日、引き落とし日を把握している			
11	施設や自社のハウスカードやポイントカードの特典を把握している			
12	施設の駐車料金・駐車券の発行ルールを把握している			
13	お客様の特典・サービスを把握している（ラッピング料・送料・修理費など）			
14	施設内のサービス機能を把握している（化粧室・託児コーナー・授乳室・キャッシュディスペンサーなど）			
15	話題のお店や新しい商業施設は必ず見に行っている			

「自信あり」はあなたの得意項目です。もっともっと“達人”の域まで伸ばしましょう
「少々不安」はあなたの努力項目です。日々、意識をして、補う努力をしましょう
「全然ダメ」はあなたの苦手項目です。どうやったら克服できるか解決策を考えましょう

このパートでわかること

- ➡ 売り場に立つ以上は、プロとして最低限の知識を身につけよう

商品・サービスの知識不足もマナー違反です！

お客様は、お店に立っているスタッフは、商品やサービスについては、当然わかっていられるという暗黙の期待をもっています。お店によっては「見習い」「研修生」などのネームをつけているところもありますが、事例のように対応がスムーズなら信用してしまいます。わからない質問を受けたら、早い段階で、「申しわけございません。私ではわかりかねますので、別の者と代わります」と正直にお断りするほうが、お客様にとっては親切な対応です。

商品やサービスの知識は、自分なりに調べたり、聞いたりして、一つひとつ習得するものです。お店に立つ以上は、お客様に迷惑をかけるためにも、プロとして最低限の知識は身につけておきましょう！

みでけないので、今日の手続きは一度キャンセルし、明日以降に、もう一度手続きをやり直さなくてはいけないというのです。
結局、最初に在庫確認をするべき手順を間違えたため、1時間の手続きがまったく無駄になってしまい、「さすがは研修生！」と涙が出ました。

16 「勝手に決めるな!!」 アドバイスと押しつけの違い

●事例11 ● 見た目で判断するな! (30歳男性の体験談)

あるリゾート地に遊びに行ったときのこと。ウインドサーフィンをしようとボードをレンタルしに行きました。その店員さんに、「そのボードを貸してください」と言うと、私のことを一瞥して、「お客さんには、このボードは無理だね。こっちにしておいたら」と初心者向けのボードをすすめてきます。どうやら見た目で、私のことを初心者だと判断したようです。

そこで、自分は経験者であり、何回もそのタイプのボードを使っていると言ったら、やっと渋々の様子で貸し出してくれました。

なんでレンタルするのに、こんなに余計なエネルギーを使わなければいけないのか? と頭にきてしまいました。

● お客様を見た目だけで判断しない

お客様を見た目だけで判断し、勝手な思い込みで提案してはいけません。

趣味や好み、経験などが、ファッションや持ち物などの見た目でわかる人と、そうでない人が必ずいます。

まずは、お客様のお話をよく聞くことから始めましょう。

●事例12 ● 私の意見を聞いてください!

外出先で、靴の踵かかとがとれてしまい、一番近くにあったセレクトショップに駆け込みました。幸いなことに、数足の靴が置いてあり、すぐに履き替えたかったので、今日の服装に合った茶系の靴を買おうとしました。

応対してくれたのが、そのお店のオーナーらしきご年配の女性でしたが、今年は黒、グレーが流行だから、黒にしたほうがよいと言います。しかし、私自身、黒はあまり着ない色だし、何より今日の服装に合わせたかったので、お断りしたのですが、「お客さんは茶より絶対、黒のほうが似合う!」と言い張ります。

お子様連れのお客様への対応

- ①手の空いているスタッフが相手をする
……その際は保護者の方の目の届く範囲で遊んでいることが原則です。
- ②むやみにお菓子などを与えない
……必ず保護者の方の承諾を得てからにしましょう。

● アドバイスと押しつけの違いは？

◆ よいアドバイスをするための4つのポイント

- 1 お客様を見た目だけで判断しない
- 2 自分の好みや考えを押しつけない
- 3 お客様の否定・拒否を受け止める
- 4 注意ポイントはさりげなく伝える



お客様のニーズ・ご希望を聞き出すことがよいアドバイスのポイント

このパートでわかること

- ➡ お客様のニーズや希望をよく聞いて、心を汲んだアドバイスをしよう

● お客様の心を汲んだアドバイスを！

お客様へのアドバイスは、ぜひ、積極的にいろいろな行ってほしいのですが、お客様のニーズや好みが何よりも最優先です。

「似合うものと好きなものは違う」などと言われますが、お客様が求めているのは、似合うもの、流行のものではなく、自分が好きなもの、いま必要なものなのです。自分だけの思い込みや、お客様の気持ちを無視したおすすめは、お客様にとっては、単なる押しつけでしかありません。

お客様のニーズやご希望をよく聞いた上で、お客様の心を汲んだ提案、アドバイスを心がけてください。

確固とした自信をもったその姿に「さすが、オーナーの迫力！」とも思いましたが、あまりにも私の意見を聞いてくれないことに、嫌気がさして、結局、買わないでお店を出てしまいました。

17 「それはないでしょ!!」 サービスでは100-110になる」

●事例13 ● 名前を間違え続ける不動産会社の部長(30歳女性の実体験)

念願のマイホームを購入しようと、不動産巡りをしていたときのことです。気に入った物件が見つかり、ローン支払いのシミュレーションなどをしてもらうことになりました。担当者に上司の部長を紹介され、いろいろお話を聞くことになりました。

部長さんだけあって、説明もとてもわかりやすく親切だったのですが、話している間じゅう、ずっと私たちの名前を間違えているのです。担当者もハラハラしているだけで、訂正しようとはしてくれません。何度も間違っって呼ばれるうちに、気持ちも冷めていきました。また間違いに気づいていながら、上司に何も言えない会社の体質に不信感さえも抱いてしまいました。

◎ その瞬間にお客様が感じたことがすべての評価

みんな笑顔で親切だから
いつも利用していたのに



たった1人の店員に
無愛想にされた



いつも感じがよくて
お気に入りのお店なのに



予約して行ったら
ミスで入れなかった



新鮮さが魅力で
よく買っていたのに



今日買ったら
腐っていた



● サービスの公式……100-1=0

「親切で熱心な対応」-「名前を間違えて呼ぶ」=0

「あこがれのお店」-「1人のスタッフの失礼な態度」=0



100-1=0

- たった1人の対応で
- たった1度のミスで
- たった1点のモレで

あなたの
お店や会社が
評価される

このパートでわかること

➡ たった一つの間違い、たった一人の対応が
すべてのよさを台無しにしてしまう

● サービスは「真実の瞬間」

100人の従業員のうち、99人ができていても、一人ができていなかったら、そのお店の評価は「0」です。99%完璧なサービスでも、1%不快な思いをさせてしまったら、やはり「0」という評価を受けてしまいます。接客サービスに言いわけは通用しません。その瞬間にお客様が感じたことがすべてです。

● 事例14 ● たった一人の心ない対応(あるお客様からのクレーム)

社会人になってはじめてのボーナスで、通勤用のコートを奮発しようと、普段は行かないあこがれのお店にワクワクしながら出かけました。

お店のウィンドーを「かわいいな」と思って見ていると、スタッフが、作業の手を止めて、笑顔で「いらっしやいませ」と言ってくれたので、なかに入ろうとしたときのことです。別のスタッフが出勤してきて、スタッフに「おはよー」と言いながら、私のほうを見て、手で隠そうともせずにあくびをしたのです。あまりに失礼な態度にあきれてしまい、自分のボーナスを、こんな店で使いたくないと思い、お店のなかにも入らないで帰ってきました。

18 「気づいたらよー!!」 忙しいときこそ気配りを

●事例15 ● 忘れられてしまった私と本(25歳男性の体験談)

ある本屋で、欲しかった本をなかなか自分で探すことができず、店内を見渡しても店員さんが見当たりません。しかたがないので、レジカウンターまで行きましたが、レジが混んでいて声をかけづらい雰囲気。しばらくすると、もう一人の店員さんが後方から出て来たので、その人にすかさずお願いしました。すると、その人は「少しお待ちください」と断ってレジ打ちを始めました。待つこと10分……何も反応がありません。恐る恐る「あのー」と、先ほどの店員さんに声をかけると、彼が後方のスタッフに大声で聞いてくれました。大声で裏から帰ってきた返事がなんと「あっ! 忘れてた!」。私はそのまま何も言わずにお店を出しました。

●事例16 ● なくなってしまった休憩時間(ある女性店長の話)

休憩時間に、混んでいる喫茶店に入ってしまったときのことです。入り口で、「お好きな席にどうぞ」と言われ、空いている席に着きましたが、お店の人は、みんな忙しそうで、誰もお水を持って来ないし、オーダーもとりに来てくれません。休憩時間はあと20分しかありません。手を挙げて「すみません」と何度呼んでも誰も気づいてくれず、ずっとお店の人を目で追っていましたが、目を合わせようとしてくれません。とうとう時間切れになってしまい、しかたなくお店を出しましたが、ただイライラして疲れただけの休憩時間になってしまいました。忙しいのは見てわかるけど、すぐに来なくても、目くらい合わせてくれてもいいんじゃないの?

●忙しいときに注意するべきこと

お店が大混雑しているときは、確かに、目の前のお客様に集中してしまいます。でも、そんなときこそ、一瞬でも全体を見渡す癖をつけましょう。

お子様との会話のコツ

- ①質問する……「今日の給食何だった?」「どこの幼稚園?」
- ②持ち物をほめる……「かわいいバッグだね」
- ③興味ある話題をふる……「○○見てる?」
「△△ゲーム、やったことある?」

ご高齢のお客様の対応ポイント

- ①呼び方に注意する
×「おじいちゃん、おばあちゃん」○「お客様」
- ②大きな声でゆっくり話す
- ③外来語や専門用語はあまり使わないようにする
- ④動作もゆっくりと焦らせないようにやさしく見守る

●忙しいときこそ気をつけたいことは？

忙しいときの 注意ポイント！

その①

最初に声を
かけられた人が
リーダー



「リーダーは最後まで責任をもってスタッフとお客様に気を配ること」

その②

待っている人には
全員が
ひと声
かけるようにしましょう



「どんなに忙しくてもひと声かける癖をつけること」

その③

お客様の表情に
敏感に
なろう



「お客様のイライラはスピーディーに解消すること」

このパートでわかること

- ➡ 混んでいるとき、忙しいときこそ、全体への気配り・目配りを心がけよう

「アイコンタクト」でも「いらっしゃいませ」「や」「少々お待ちください」「申しわけありません」を伝えることはできます。

ここで忙しいときの注意ポイントを3つ挙げておきます。

① **最初に声をかけられた人がリーダー**……お客様に、最初に声をかけられた人がリーダーです。リーダーは自分が動けなくても、他のスタッフに声をかけて対応してもらおうなど、最後まで責任をもって気配りします。

② **待っている人には全員がひと声かけるようにしましょう**……お待ちのお客様には、全員が気にとめて「お伺いしておりますか?」「申しわけございません。もう少しお待ちください」と、お声がけしましょう。それだけでお客様に「忘れられていない」「気にかけてくれている」という安堵感が生まれます。

③ **お客様の表情に敏感になろう**……店内全体を見渡すと、お客様の表情が見えてきます。その表情からお客様の心情を察したお声がけを自ら行いましょう。お客様のいらだちは時間とともに増していくものなのです。

19 「バカにしないでよ!!」 お客様の目線で説明しよう

●事例17 ●鼻であしらった家電ショップのお兄さん(28歳女性の体験談)

新しいDVDプレーヤーを買いに行った時のことです。

メカには本当に弱いので、とりあえずDVDの録画と再生ができるものを、お店の人に選んでもらおうと某家電ショップへ。

AV機器担当のお兄さんに伝えると、「ハードもあつたほうがいいですよね?」といきなり聞かれて、私の頭は「???」。

ハードもあるならソフトもあるのかと思って「ハードって何ですか? ソフトとの違いは何ですか?」と質問したら、「フツ」と、鼻で笑われてしまいました。

その後もペラペラと早口で横文字をまくしたてられ、ますますわからなくな

り、恥ずかしさもあつて「出直してきます」とお店を出てきてしまいました。これって、私が悪いの?

●事例18 ●「常識ですよ」と、ひと言……(25歳女性の話)

急な不幸があり、喪服を持ち合わせていなかった私は、慌てて某百貨店のフォーマルコーナーに行きました。しかし、なかなか気に入ったものが見つかりません。それならば持っている黒のスーツで対応しようかなと思いました。自分の持っているスーツはパンツスーツで、あまり目立たないけれど、シルバラメのストライプが入っています。

そのスーツで大丈夫かどうか、お店の人に聞いてみたところ「ラメなんて、とんでもない! それくらいは常識ですよ!」と、言い切られてしまいました。わからないから聞いたのに、そんな言い方しなくて……。

●お客様に合わせて説明できる人がプロ!

どんなに知識をもっていようと、それをお客様が理解できるように話せなけ

視覚にハンディがあるお客様との対応ポイント

一つひとつに具体的な説明をしていきます。
できるだけ触れたり、聞いたり、と視覚以外の方法で商品を
わかっていただくようにしましょう。
ご案内は販売員の腕を軽くつかんでいただくようにします。

聴覚にハンディがあるお客様との対応ポイント

手話や読唇術という方法もありますが、
 対応の際はやはり筆談がベストです。
 筆談の場合、確認をしたり、反応を伺ったりは、
 アイコンタクトと表情でしかわかりません。
 読んでいただいたら、目を合わせて確認し合ひましょう。

● まずお客様のタイプを見極めよう

◆ お客様のタイプを3段階に分けて考えよう

マニアタイプ (プロ志向) 相当詳しい	● 知識をもっていることを認める 「お詳しいですね」「よくご存じですね」 ● こちらから教わるような気持ちで謙虚に話を伺う ● 最後まで優越感をくすぐる対応を心がける
ノーマルタイプ 基本的なことは知っている	● 専門的なことは「～はご存じでいらっしゃいますか？」などと確認しながら話を進める ● 最近の傾向や新しい使い方など情報をわかりやすく伝えよう
初心者タイプ まったく知識がない	● お客様の反応を見ながら話を進めること ● 「たとえば」と事例を入れながら解説するとわかりやすい ● 「なぜなら」と理由も説明する ● 焦らず、余裕ある態度でゆっくりと対応する

このパートでわかること

- ➡ お客様はわからないから聞いている。
 お客様の目線に合わせた対応を

ればなんにもなりません。

まずは、商品・サービスに関する知識や経験のレベルによって、お客様のタイプを、次の3段階で考えてみましょう。

● **マニアタイプ (プロ志向)** …… 相当詳しいお客様

● **ノーマルタイプ** …… 基本的なことは知っているお客様

● **初心者タイプ** …… まったくはじめてで知識がないお客様

お客様が、どのタイプかを瞬時に見極めて、お客様のタイプに応じたベストの接客を進めていけるのが、本当のプロです。

初心者のお客様に対して、お客様がわからない専門用語を並べたり、お客様がわからないから聞いているのに、「そんなことも知らないの？」などと思ったりするのは、接客サービスとしては論外です。

お客様のお買い物のお手伝いや、アドバイスをし、お客様のお役に立つために、私たちプロ販売員が存在するわけですから。

20 「いつまで待たせるの？」 電話応対は細心の気配りが必要

●事例19 ● 待たされた上に何度も説明するはめに(40歳男性の体験談)

パソコンの業務ソフトのことでサポートセンターに何度も電話をかけて、やっとつながったと思ったら「大変お待たせしました」のひと言もありません。用件を言うと「少々お待ちください」と保留にされ「どうしたんだろう」とイライラして待っていると、別の担当が出て、また初めから用件を聞かれました。別の担当に代わるのなら「恐れ入りますが、わかる者と代わりますので少々お待ちください」とひと言断り、お客様の質問内容はきちんと引き継いでおくべきではないでしょうか？

●事例20 ● 行政窓口のたらい回し(30歳女性の話)

転居後の戸籍の証明の件で、ある行政窓口の代表電話にかけたときのこと。ようやく代表窓口につながり、戸籍の証明について問い合わせると「担当部署に代わります」と電話を回されました。戸籍係の担当が電話に出ると、私の話の内容から「その件ですと証明発行係になります」と、今度は証明発行係に電話を回されました。証明発行係で内容を説明すると、その内容であれば戸籍係になりますと、再度、電話を回されました。

私は、そのたびに同じことをいちから説明しなければなりませんでした。私の説明のしかたが悪かったのかもしれませんが、最初に電話で話した方が内容をしっかり聞いてくれたら、担当がここまで代わることはなかったのではないのでしょうか？

●電話の途中でお客様をお待たせする際の注意ポイント

電話の保留時間は1分以内が原則です。それ以上、お客様をお待たせる場合には、必ずこちらから折り返しの電話をするようにしましょう。

● 電話対応のNG例



長く待たせる



- 保留にしたまま 1 分以上
- 折り返しが遅い



たらい回し



- 部署から部署へむやみにつなぐ
- 「自分は知らないから」という意識



用件が引き継がれていない



- お客様をお待たせしていることを伝えない
- 「〇〇様からです」のみを伝達

このパートでわかること

- ➡ 電話ではお客様の顔が見えない分、対面以上に相手の状況を思いやる必要がある

また、「少々お待ちください」の言葉だけでは、相手の状況が見えない分、何で待たされるのか、理由がわからず、待ち時間が余計に長く感じます。「大変申しわけございませんが【クッション言葉】、〇〇いたしますので【待たせる理由】、△分ほど【待ち時間の目安】、お待ちいただけますでしょうか？【依頼形】」という言葉があるだけで、お客様の待たされるストレスはかなり軽減します。

また、別の担当者に代わる場合は、お客様が二度手間にならないよう、お名前と用件をメモにとり、要点を復唱し、内容を確実に伝えます。用件が複雑な場合やどの部署が担当なのかわからないときは、お客様の相談内容をじっくり聞き、担当部署を判断するようにしましょう。

さらに、電話対応では、相手の表情もわからないので、相手の印象も、音声や言葉遣いでしか判断できません。

ちょっとした言い方や声のトーンで非常に不快な気持ちにもなります。ていねいな言葉遣いはもちろん声のトーンにも気を配りましょう。

21 「他に言い方あるでしょ!!」 お待たせするときは気配りが大事

●事例21 ● 混んでいる病院での気遣いのない対応(50歳男性の目撃談)

自分が通院している総合病院は内科と小児科が隣り合わせ、いつも両科の患者で待合室は人があふれています。インフルエンザや風邪の時期は、具合の悪そうな人でいっぱいです。

そんななか、一人の母親が受付に行き、「もう2時間も待っています。これ以上待つようであれば、一度、家に戻って子どもの羽織りものをとってきたいのですが……」と相談しました。すると受付のスタッフから「待てないのであれば、後日、再来院ください」と、切り捨てるような返答がありました。待合室にいた患者の多くが凍りついたのはいうまでもありません。

●事例22 ● 予約制のホテルのビュッフェにて(40歳女性の体験談)

連休に家族で、あるホテルのビュッフェに行きました。予約制なので先に待っている人たちから順番に案内されているようでしたが、予約時間が過ぎても、私たちは席に案内してもらえません。また、たくさんの方がラウンジで待っているにもかかわらず、お店のスタッフから「今日は混み合っておりますので、しばらくお待ちください」や「ご予約の順にご案内いたしております」などの言葉もあります。結局、私たちは最後のほうに案内されたのですが、どんな順番で案内されているのか、まったくわかりませんでした。食事の内容がすばらしかっただけに残念でなりません。

●お待たせする場合の気配りとは?

人は、待ち時間を予想できないと「忘れられているのではないか」「手続きに不備があったのではないか」と、とても不安な気持ちになります。そして、その気持ちを無視したような応対をされると非常に不快になります。お客様をお待たせするときは、前項の電話応対時とまったく一緒です。

「少々お待ちください」の「少々」は何分?

諸説ありますが、多くの意見としては1分～3分「しばらく」が5分～10分といわれています。待たされていると感じる時間感覚は人によってまちまちなので、具体的な待ち時間をお伝えすることに越したことはありません。

● お待たせする場合の気配り

お客様を不安にさせない



そのために……

- 待ち時間を伝える
「あと〇分くらいです」
- 声をかける
「間もなくご案内できます」



このパートでわかること

- ➡ お客様をお待たせするときは
不安を取り除く気配りや気遣いのひと言を

お客様に「すみません」と呼ばれたら反省！

ある居酒屋では、ホールスタッフがお客様から「すみません」と呼ばれたら「NG1回」として記録しているそうです。混雑時も、そうでないときもお客様から発信する前に「気づく」ことが私たちの役割。お客様に「すみません」と呼ばれたら、気づかなかった自分を深く反省しましょう。

まず、お待たせしていることに対して「申しわけない」という気持ちを言葉で表現し、次におおよその待ち時間をお伝えしましょう。とくに、他のお客様より時間がかかる場合や、通常よりも時間がかかる場合には、その理由も説明しておきましょう。お客様にとって、先の見えない待ち時間はつらいものです。そのひと言があるだけで、先の行動が見え、一瞬でも不安が解消されます。また、待ち時間の目安を伝えたからといって、安心してはいけません。お待ちになってくださることに感謝しながら、常に全体に目配りをしましょう。そうすることで、お客様の表情が見え、お客様に合った声がけができます。「恐れ入ります。もう少々お待ちください」「間もなくご案内できます」などのひと言で、「気にかけてくれている」「忘れられていない」という安心感へとつながります。

「忙しい」とか「人手が足りない」などといった理由は、お客様や患者様には何の関係ありません。忙しいときほど心に余裕をもって、目配りや会釈の頻度を増やし、お待ちいただいていることへの感謝の気持ちを表現するようにしましょう。

お客様の期待を 上回るサービスとは？

- ㉔期待を上回るサービスは大きく2つ
- ㉕マニュアルやルールに縛られない
- ㉖「さすが！」と言われるために
- ㉗本当にお客様のためになる？
- ㉘当たり前のことを続ける強さ
- ㉙チームで接客しよう

接客ちょっといい話 ③

スタッフの笑顔に 生きる希望を見いだしたお客様

あるお客様からいただいた、1通の手紙を紹介します。

突然の手紙に、さぞ驚かれていることでしょう。いきなりで恐縮ですが読んでください。

私は昨年、突然主人を亡くしました。言葉では言い表せないほど、つらく悲しく不安な日々。母親なのに自分のことで精一杯。そんな時間が長く続きました。これまでは普通にできたことにも抵抗を感じて引きこもり状態でした。

そんなある日、思いきって外へ出よう！ と思える日がやってきました。まずは身なりを整え、自信をもって外を歩こうと、洋服を買いに足を運んだお店が貴店でした。

そこで、キラキラの笑顔で生き生きと働いているスタッフさんにお会いして「私もいつかこんなふうに素敵な笑顔になれるのかな？ いや、なりたい！」と思いました。私はいままで主人と一緒にいることが当たり前のように思っていて、日々の感謝の気持ちを改めて伝えたことなどなかったのです。

そのことをいま、とても後悔しています。だからこれからは感謝の気持ちは必ず人に伝えようと決めました！ 思いきって外出し、スタッフさんの笑顔に出会って、前を向いて歩いていこうと思えるようになりました。

ありがとうございました。

22 期待を上回るサービスは大きく2つ

● あなたはお客様の期待にどこまでこたえられるか

左ページに示しているように、お客様の期待通りでは、満足にまで至りません。期待以上のサービスや、思いもかけなかったサービスを受けたときに、お客様は満足や感動を感じてくださったるものなのです。

お客様の期待を上回るサービスには、大きく2つの種類があります。

● えっ？ 本当にしてくれるの？

お客様の期待を上回るサービスの一つは、お客様が望んでいるが、無理だろうな……と思うことがかなえられたときです。

あるアパレルショップでは、年に2回、カード会員向けに割引優待イベント

感性を磨く①「感動体験をする」

感性を磨くことにより、その場の空気を感じとり、お客様の先を読んだ気配りができるようになります。そのためには「名作といわれる映画や本に触れる」「一流のお店でサービスを受ける」など自分自身が感動体験をたくさんすることです。

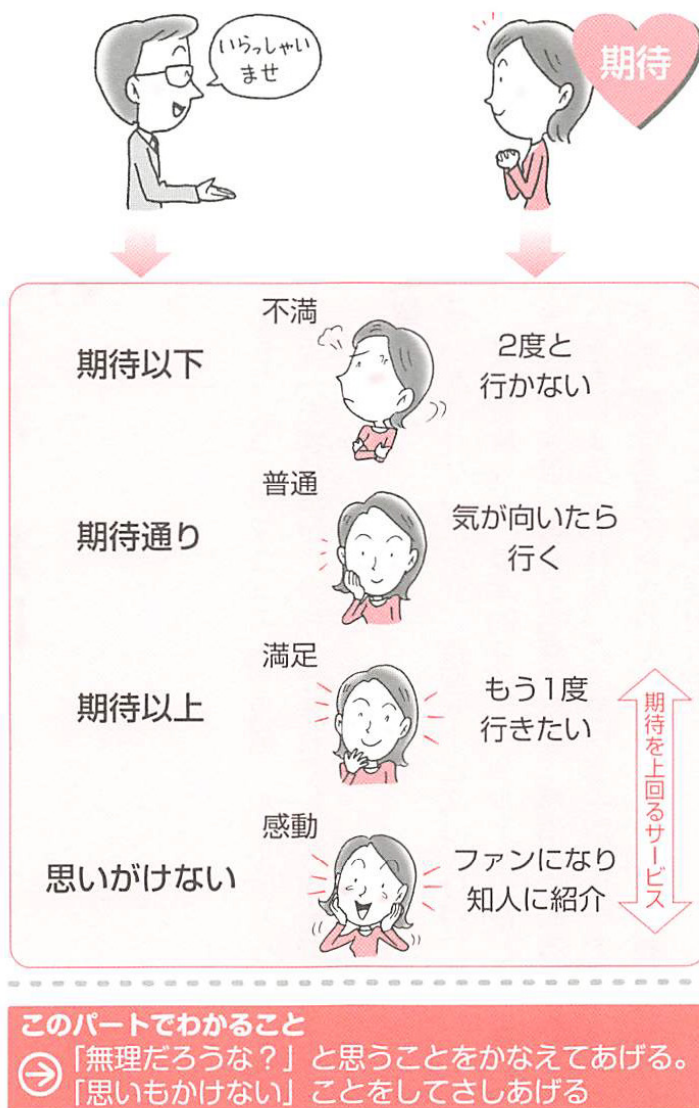
を実施しています。イベントの最終日にご来店されたお客様が、スタッフの身につけているスカーフを大変気に入られて、「同じ商品の色違いが欲しい」とおっしゃいました。しかし、そのショップでは売り切れてしまっていて在庫がありませんでした。唯一、在庫があったのは、電車で片道1時間かかる都心のお店で、取り寄せたとしても中1日かかるため、ご優待特典が利用できません。

あきらめかけていたお客様に、スタッフの一人が「夕方までお時間をいただければ、ご用意しておきます」と言ってくれました。優待イベントを楽しみにしていたお客様は、なんとかこたえたいと思ったそうです。

お客様は、「そこまでしてもらっていいのかしら」と、恐縮気味でしたが、夕方再来店され、商品をご覧になったときには、「本当にこたえてくれるなんて……」と涙ぐみながら喜んでくださったそうです。

一人ひとりのお客様にはさまざまな事情や背景があり、口には出さないちょっとした希望やお困りがあります。それに気づいてくれて、希望がかなえられたり、不便が解消されたりしたとき、お客様はとても喜んでくださいます。ちょっとした機転で、お客様の期待にこたえられることはたくさんあります。

● お客様の期待にどこまでこたえられるか？



まさか、そこまでしてくれるなんて……

もう一つの期待を上回るサービスは、お客様が予想もしていないサービスです。東京ディズニーランドでこんな有名な話があります。

パーク内のレストランに、若いご夫婦が来店され、お子様ランチを注文しました。スタッフが「失礼ですが、どなたがお召しあがりになられるのですか？」と尋ねると、1歳を待たずに亡くなってしまったお子様の一周忌に、お子様を偲んでランチを注文されたとのことでした。スタッフは「わかりました。ではこちらへどうぞ」と、あらためて家族連れのテーブルにご案内しました。そこにはお子様用のイスが一つ用意されていました。スタッフはお子様ランチを運んでくると「ご家族でゆっくりお楽しみください」とあいさつをして、その場を立ち去りました。まるでお子様がいらっしゃるかのように、団欒のひとときを味わえたご夫婦は、涙をふいて笑顔で生きていこうと決めたそうです。

このように思いもかけないスタッフの行為が、お客様に生きる勇氣まで与えることもあるのです。

23 マニュアルやルールに縛られない

これまでも述べてきたように、マニュアルや規則・ルールにとらわれすぎると、本来の目的である「お客様満足」からかけ離れてしまう場合があります。

「型決め」から「型外し」へ

お客様に不快な思いをさせないことが、接客サービスの入り口です。

表情、言葉遣い、立居振舞など、基本的なマナーやルールがひと通り身につき、型が決まってきたら、次は、自分の言葉で話す、感情をこめるなど、自分らしさを表現していきましょう。それが、ここでいう「型外し」です。

とてもいいねいうまいで流暢うまいな言葉で話されても、なぜだか好感（親しみ）がもてないという印象を受けたことはありませんか？

どんなに美しい言葉遣いでも、心がこもっていなければ、簡単にお客様に見破られてしまうものです。

接客業において、重要なことは「臨機応変」

ホテルやレストランのサービスレベルを測るバロメーターは、「代替提案に対応できるか否か？」だと思います。

たとえば、ランチメニューのアフタードリンクにカフェラテがなかったとしても、あえて注文すると、対応力が低い店は「できません」と言います。普通の店は「差額に〇〇円がかかりますが……」と言ってから対応してくれます。また来たいと思う店は、笑顔で「かしこまりました」と快諾してから、「申しわけございませんが、差額料金を頂戴しております」と、本当に申しわけなさそうにネガティブ要素の話をします。

ホテルでの部屋変更や旅館での献立変更など、イレギュラーの注文に対して、どれだけ快く受け入れられるかが、サービスレベルのバロメーターといえるのではないのでしょうか。

感性を磨く②「閃きで行動する」

あれこれ考えず、直感的に閃いたことをそのまま行動に移していただくことです。
「あっ！ これかわいい！」と思ったら買ってみる。
「〇〇エリアが気になる！」と思ったら行ってみる。
理屈抜きで自分の感性に素直に従って行動しましょう。

第1章
「接客サービス」の心

第2章
「接客サービス」の心

第3章
「接客サービス」の心

第4章
お客様の期待を上回るサービスとは？

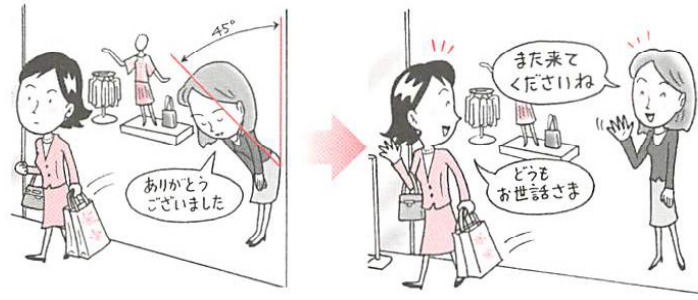
第5章
「接客サービス」の心

感性を磨く③「贈り物をする」

誰かにプレゼントを贈るとき、選んでいる間は受け取ったときの相手の表情を思い浮かべます。安くてよいので、身の回りの人に「贈り物」をする習慣を。いつも自分よりも他人のことを考える癖が、感性を高めていきます。

●基本やマニュアルを理解した上で自分らしく！

◆「型決め」から「型外」しへ



◆マニュアルが弊害になること



このパートでわかること

- ➡ 金太郎飴のようなサービスでは心が伝わらない。その場・人・時に合わせた対応が大事

そのときどきの状況に合わせて、判断できる能力……いわゆる「臨機応変」な対応がどこまでできるかが、接客のプロに求められる条件です。ルールはあくまでもルールとして、本当にお客様のためを考えたときには、例外の場合もあるということです。ルールやマニュアルを通そうとするあまり、お客様に不愉快な思いをさせてしまったら、私たちの本来の使命からかけ離れてしまうことになります。しかし現実を見ると、まだまだお店のルールが優先されて、お客様に不都合を与えてしまっている場面が多く見られます。そして、そういったお店からは「人によって対応を変えることは、他のお客様に対して不公平だ」という意見をよく聞きますが、タイミング（時）とケース（場合）に応じて、つまり機を見て対応を考える（臨機応変）ことは、こちらが思うほど、他のお客様は「不公平」には感じません。

もう一度、私たちの真の目的を思い出してみましょう。「お客様のお役に立ちたい」「お客様に喜んでいただきたい」「が目的であれば、自ずと、何を優先すべきなのかが見えてくるのではないのでしょうか。」

「さすが！」と言われるために

接客サービスのどんな場面で、お客様に「さすが！」と言われるのでしょうか？ それは、たとえば「非常に詳しい商品説明を受けたとき」「自分の好きなものをズバリ選んでくれたとき」「自分では思いもつかない商品をすすめられ、それがとても似合ったとき」「商品以外の情報をいろいろ教えてくれたとき」などが挙げられるでしょう。

● 専門知識を掘り下げよう

一般的な基礎知識を身につけたら、次に、「誰にも負けない」という項目を一つだけ決めて、徹底的に勉強していきましょう。

勉強のコツは、子どもの頃の好奇心と同じで「なぜ、この素材はこんなに軽

くて丈夫なんだろう？」「美白効果があるこの成分は、どんな食品に多く含まれているんだろう？」というように、疑問をもつことから始まります。

そういった疑問を書籍やインターネットで調べたり、先輩に聞いたりしながら、一つずつ解決していきましょう。

カラーの勉強を始める、素材の原料や産地などを徹底的に調べてみる、洋服の縫製について勉強するなど、テーマを決めたら、「このジャンルなら、あの人に聞こう」と職場内で認められる「達人」を目指しましょう。

一般的な知識では、「さすが」とは言われません。ウンチクが語れて、お客様の「へえ」が3つほどあってはじめて「さすが」と言われるのです。

ただし、専門知識をむやみにひけらかすことは、かえって逆効果。お客様が必要としているときに、必要な項目を考えてお伝えするようにしましょう。

● お客様の問題解決をすばやく行う

お客様の抱える問題を解決するには、お客様の表情や動作を気かけながら、お話を耳を傾け、お客様の抱える問題を正しく捉えることが重要です。

「サービス精神」と「おせっかい」の違い

サービス精神とは「人を喜ばせようとする心」です。しかし、ときに、あまりにもサービス精神が旺盛で、周囲の人が疲れてしまうことがあります。これはサービス精神に富んだ人ではなく、単におせっかいな人です。

CS（顧客満足）活動で本当に売上が伸びるのか？

「CS 活動で本当に売上が伸びるのか？」という声をよく耳にします。CS 活動の結果が、成果として表れるには時間がかかりますが、すぐに成果が出ないからやめてしまうのは、もともと、その活動自体が CS 活動ではなかったということです。

問題がはつきりしたら、スピーディーに解決策を提案しましょう。どうしても必要とされているときに、すばやく手配してくれる手際、そのためには、商品知識以外にも、メーカー側の状況や配送ルートなど、関連先の情報を、常日頃から把握しておくとともに、いざというときに協力してくれる会社との信頼関係を築いておくことも重要です。

情報通になろう

あなたの周りにも「情報通」と呼ばれる人がいると思いますが、情報通の人に共通する行動には「出向く」「人に会う」「本や新聞を読む」などがあります。お客様が興味のある話題は千差万別です。それに対応するためには、日常的なかで、いつも情報を仕入れておくことが必要です（業界紙や新聞、ニュース番組などは必須）。また、自分の周囲の人（先輩、上司、お取引先など）と、日頃からよくコミュニケーションをとって、知らないことは質問攻めで聞き出すくらいの気持ちが大切です。

● お客様から「さすが！」と言われるには？

「〇〇の達人」になる

- この分野は「誰にも負けない」という項目を決めよう
- その項目についてだけは徹底的に勉強しよう

「問題解決」をすばやく！

- お客様の抱える問題は何かをいつも気にかける
- 問題解決のためにはいろいろな関連知識が必要

「情報通」になる

- 日頃から接客に必要な情報を仕入れる
- 自分（自店）の周りの情報を掘り下げる



このパートでわかること

- ➡ お客様から「さすが！」と言われる販売員には、専門性、問題解決能力、情報力がある

本当にお客様のためになる？

よく使われる接客用語の落とし穴

アパレル小売業のお客様アンケートなどで、販売員によく言われる言葉のなかで、言われたくない言葉のワースト3を見てみましょう。

①「なんにでも合いますよ」

最大のセールストークのように思われがちですが、いまは、ひと昔前と違って、お客様はなんにでも合わなくていいのです。そんなことよりも、「どんなものと、どんなふうに合わせてたら素敵に着こなせるか」「こそが本当に聞きたいこと。逆に、NGなコーディネートもしっかり教えてほしいのです。

売る側にとっては便利な言葉なのかもしれませんが、お客様の立場に立つと逆効果になることを覚えておきましょう。

②「今日、入ったばかりですよ」

鮮度を問う食品関係では魅力的な言葉ですが、新商品ばかりを求めているお客様ばかりではありません。「今日、入ったばかりなので、〇〇ですよ」と、新商品プラスなんらかのメリットまできちんと説明しましょう。

③「私も持っています」

自分と年齢やタイプが似ていて、しかも素敵に着こなしているスタッフに言われるなら効果的ですが、中高年のお客様が、20代のスタッフに「私も持っています」などと言われると、逆に「若い人向けなのね」と、購入をあきらめてしまうケースもあります。

ここでご紹介したワースト3の言葉が悪いということではありませんが、お客様に合わせて使い分けてほしいのです。どのお店でもよく耳にする言葉ですが、根拠がないまま使われると、お客様は不快になってしまいます。

たとえばこんなとき、あなたならどうする？

●よくご来店されるお客様が、セールの前日にいらっしゃいました。お客様は

応対に不満・不快を感じたお客様の行動

- ①黙ってお店を去る……90%以上
 - ②直接、お店に苦情を言う……10%以下
- 敢えて苦情を出さない代わりにお店に再来店することもないというお客様がほとんどです。
日常の接客応対からお客様の不満要素を撲滅しましょう。

● こんなとき、あなたならどうする？

明日からセールになるのにお客様はご存じないようです……

明日から
50% off

今日は
まとめ買いに
来たの！

あなたのお得意様がお手持ちのものと
同じような商品をまたご購入しよ
うとしています……

これに
しようかな～

たしか
以前に……

お客様がとても気に入りましたが
よく見るとちょっとしたキズが……

あ、
これに
するわ。

明日からのセールをご案内し、お客
様の意向を聞いて対応する。
目先の売上にとらわれると、お客様
の不信感につながる。

明日から
50% off

実は、明日から
セールなんであが……

「以前、同じような商品をお買い上
げですよ」などのアドバイスをした
上でお客様の意向を伺って対応。

先日の物と
似ているが
よさしい
ですか？

「大変申しわけありません」と謝り、
同じ商品でキズのないものをお持ち
する。自店にないときは他店の在庫
などを確認しお客様にご案内する。

他店に
在庫を
確認し
ます

これは
キズが
あります
ので……

その商品を売ることが目的ですか？
サービスの真の目的は「信頼を売る」ことです。

このパートでわかること

- ➡ 商品を売ることだけが目的ではない。
信頼を売ることが真のサービス

セールのことは、ご存じないようです。「あなたならどうしますか？」
毎月、いらしてくださいさるお得意様が来店されました。そのお客様のワード
ローブはほとんど把握していますが、たくさんお持ちの黒のパンツを、
今日も購入されようとしています。「あなたならどうしますか？」
● お客様が、とてもお気に召された商品があります。あいにく1点しかありま
せん。そして、よく見ないとわからないのですが、ちょっとした傷がついて
います。お客様はそれに気づいていません。「あなたならどうしますか？」
● 商売をしている以上、必ず売上予算がついてきます。そして、私たちは、日々
の売上予算達成のために、いつも悩んだり、いろいろなスキルを学んだりして
います。
毎日の売上の積み重ねは確かに大切です。しかし、目先の売上にとらわれて、
このようなケースでも、何の迷いもなく販売していたら、あなた（お店）の信
頼は徐々に失われ、売上も低下していくでしょう。お客様のことを考えたとき、
あえて売らないこともあっていいのです。大事なことは、商品を売ることで
なく、信頼を売ることです。

サービス日本一の旅館に学ぶ

第1章では「マナーはできていて当たり前。それで感動することはない」と言いましたが、例外もあります。

石川県和倉温泉の加賀屋は、「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」で、なんと30年以上も連続して、総合1位に選ばれている「サービス日本一」といわれる旅館です。

この旅館には「笑顔で働き」をモットーとする「客室係12訓」というものがあるそうです。その内容は、「玄関でのお迎えは定時に集まり、元気な声であいさつをし、温かくお迎えしましょう」「廊下ですれ違ったすべてのお客様には必ず会釈をして快い言葉をおかけしましょう」など、基本的な内容を絞り

込み、あとは、その場その場のお客様にいかに喜んでいただけるか、本人の裁量にゆだねられているそうです。

そして、この旅館のすばらしいところは、基本的なこと（平凡）を、全員が徹底的に何十年間もやり続けている点です。掃除の大切さ、あいさつの重要性、笑顔の効果など、全スタッフが企業理念にもとづいた基本の大切さに共感して、本当に楽しそうに生き生きと働いています。

当たり前のごとほど、やり続けることは難しいものです。しかし、その当たり前のことを徹底してやり続けている強さこそが、加賀屋が長い間、日本一に選ばれる快挙の秘訣なのです。

掃除、あいさつ、笑顔、本当にできていますか？

当たり前のこと——「掃除」「あいさつ」「笑顔」などができていない、やっていないというお店はおそらくないでしょう。

しかし、「掃除」とひと言で言っても、日に1回だけモップがけするお店と、膝をついて床を水拭きし、営業中にも数時間おきに掃除をしているお店があり

加賀屋が掲げるサービス基準の一例

目→お客様に目を向け生き生きした目でうなずく

声の調子→ハキハキと弾んだ声で対応（はい=ファットの音）

言葉の選択→思いやりのある温かい言葉→大人の言葉

加賀屋旅館が掲げる4つの目標

- ①お客様の期待にこたえる
- ②正確性を追求する
- ③おもてなしの心で接する
- ④クレーム「0」を目指す

● やっている「つもり」と本当に「できている」の違い

やっている「つもり」	本当に「できている」
たとえば「掃除」なら	
● 1日1回はやっているが、たまにやらない日がある ● やり方は人によってマチマチ ▶ ときどきホコリが目立つ	● 毎朝必ず同じ時間にやっている ● 日中も何回かやっている ● 清掃マニュアルがキッチンとある ▶ いつ見てもピカピカ
たとえば「あいさつ」なら	
● 気持ちが伝わってこない ● たまにないときがある ● 声が小さかったり、相手を見てなかったりする ▶ 人・時・場面にムラがある	● 気持ちが伝わる ● いつも必ず忘れない ● 明るく元気に目を見て ▶ いつも気持ちがいい
たとえば「笑顔」なら	
● そのときの気分でマチマチ ● かたちだけ笑っている ● 人によって差が大きい ▶ 「いつも笑顔」の印象なし	● いつも笑顔が絶えない ● 内面からにじみ出る笑顔 ● 誰もが笑顔でこたえてくれる ▶ 笑顔があふれている印象
お客様（第三者）から認められてはじめて「できている」といえる	

このパートでわかること

- ➡ 「凡事徹底」、当たり前のことでも徹底すれば感動を生む

ます。どちらも掃除をしているといえますが、本当にできているのは後者のほうで、前者の場合は、掃除をしているつもりになっているだけなのです。「笑顔」も同じで、これほど「できているつもり」になりがちなものはありません。知人や友人を思い浮かべてみると、笑顔の印象の人と、そうでない人に分かれてしまいますが、笑顔の印象がない人は、普段、笑顔の発信回数明らかに少ないので、笑顔の印象がないのです。そんな人が「私のチャームポイントは笑顔です」と言っても、笑顔を発信しているつもりでしかありません。「このお店はいつ来てもきれいだわ」「あのお店の従業員の笑顔はすばらしいわ」と、第三者であるお客様に認められて、はじめてできているといえるのです。

もし、あなたが「いつも笑顔で感じがいいわね」と、まだ誰にも言われたことがないとしたら、あなたのお店が「いつ来てもきれいだわ」とお客様に言われたことがないとしたら、まだ「できている」といえるレベルではないという自覚をもって、もっともって努力してください。

27 チームで接客しよう

● チームの雰囲気は、お店の空気に表れる！

お客様が「居心地がよい」と感じる要素は、五感で感じる「お店の空気」です。店の内装も決して新しくないし、商品もごった返しているのに、なんとなく居心地のよい店と、自分の好きな商品を扱っていて、とてもきれいなお店なのに、なんだか落ち着かなくてゆっくりできないお店があるものです。その原因は、お店（チーム）のスタッフが醸し出す雰囲気にあります。

スタッフの雰囲気とは、単に仲がよいかどうかではなく、「コミュニケーションがとれているか否か」の問題です。それがお客様に簡単に伝わってしまうのです。

● チームの雰囲気がお店の空気をつくる

- 全員がお客様のほうを向いている
- いつもコミュニケーションがとれている
- フォローしあうことができる



お店の空気は……
いい雰囲気

- 全員が別々のほうを向いている
- 仲よしに見えるがコミュニケーションがとれていない
- 誰かがやと思っている



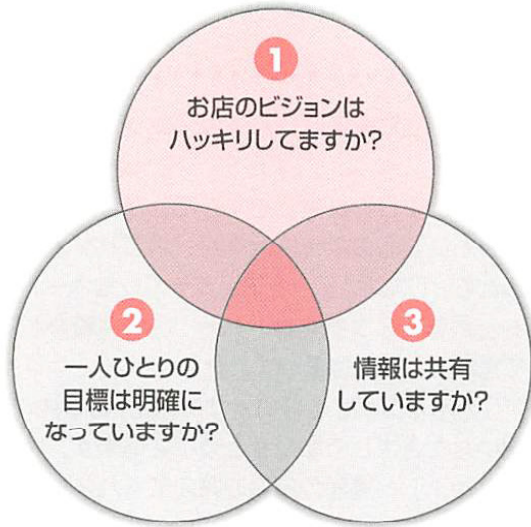
お店の空気は……
悪いムード

「グループ」と「チーム」の違い

「グループ」は行動をともにする集団、集まりのことをいい、「チーム」は、ある目的のために集まった集団のことをいいます。お店（職場）の目的を明確にして、一人ひとりがその目的（ゴール）に向かっていくチームが本当のチームなのです。

● あなたのお店のチームワーク度

◆ いいチームをつくる3つのキーワード



チェックリスト

1	全員の役割が明確になっている
2	自分の考えや意見を言える環境になっている
3	チームの目標を全員が理解している
4	個々の目標は常に進捗確認されている
5	全員で最低月1回のミーティングを実施している

評価
○ ×

チームワークのよいお店はお客様から愛される

このパートでわかること

- ➡ チームの雰囲気はお店の空気になる。
- ➡ チームワークのよいお店は、お客様から愛される

● チーム全員でもてなそう！

接客は、担当するスタッフとお客様の的一对一で進みますが、お客様が意外に気になるのが、他のスタッフの表情や行動です。担当者以外のスタッフにジロジロ見られたり、無視されたような態度をとられると、周囲が気になって落ち着かない気分になるものです。

自分の手が比較的空いているときは、やさしい目線で、つかず離れずの距離で見守るように待機しましょう。担当のスタッフが、他の商品をとりに行き、お客様が、一人きりになったとき、お客様に、笑顔で話しかけてみましょう。また、担当スタッフとお客様が盛り上がり上がっていたら、「楽しそうですね！」などと一緒に話題に入っていくのもよいでしょう。

あなたがレジを打っているときもチャンスです。担当スタッフが、隣でお包みしながら話しているときなどに、間を見計らって「遠くから、見ていましたが、そちらの〇〇、本当にお似合いましたよ！」などと、ひと言添えるだけで、お客様のうれしさは倍増するでしょう！

このように、チームワークがよいお店は、お客様から必ず愛されます。

第 5 章

こんなときは どうしたらいいの？

- ㉘ 優柔不断なお客様のときは？
- ㉙ わからないことを聞かれたら？
- ㊱ お客様が商品を傷つけたら？
- ㊲ 店にないものを求められたら？
- ㊳ お客様同士の意見がわれたら？
- ㊴ 「安くして」と言われたときは？
- ㊵ 思い込みの激しいお客様への対応は？
- ㊶ 携帯番号などを聞かれたら？

接客ちょっといい話 ④

「いつものですね！」

毎週、家族で立ち寄るハンバーガーショップでの出来事です。

子どもたちと1日の反省会をすることが日課となっており、その日もいつものように飲み物とポテトをオーダーしようとしたら、「ブレンド、カフェラテ、レモネード、オールホットとポテト3つですね！」と、いつも頼むものを先回りして言われたのには驚きました！

「えっ！ どうして!？」と唖然とする私たちに対して、「毎週ご利用いただきましてありがとうございます。いつも楽しそうですね！」と満面の笑顔で答えてくれました。私たち家族は、照れ臭いやらうれしいやら、ただへらへらと笑うばかりでした。

翌週に、「またあのお姉さんがいるかな？」と子どもたちも楽しみに出かけると、「こんにちは！ いつものですね！」と変わらぬ笑顔で迎えてくれました。

全国でチェーン展開しているお店なので、決められたマニュアル通りの対応しかしないだろうと、心のどこかで勝手に思い込んでいた私にとって、なんとも心の温まるうれしいひと言でした。

● 具体的質問でニーズを絞り込んでみよう

どうしても決められないお客様は、当初の目的を忘れて、商品ばかりに目がいつてしまっている場合が多く、どの商品もよく見えたり、逆にデメリットばかりが気になったりしているのです。そんなときは、使用するシーンや時間、組み合わせるアイテム、お手持ちのものなどを具体的にお聞きして、実際に着用（使用）したときのイメージをつかんでいただくようにしましょう。

その上で、最適なものを、お客様と一緒に絞り込んでいくやり方がベストです。最終的に2点までに絞り込み、それぞれのメリット・デメリットを挙げて、二者択一で選んでいただきます。

それでも決められないお客様には、タイミングを見て、販売員のほうから、

自分の意見として、おすすめするほうの商品を理由を添えて提案して、お客様の背中を押してさしあげましょう。

このように、優柔不断なお客様には、具体的な質問でお客様の迷いを整理してあげるとともに、ニーズを絞り込んだら、選択理由を明確にした上で、さりげなく決めてあげることが必要です。

● 一人で冷静になる時間も必要

しかし、それでも決められないお客様もいらっしゃいます。

そんなときは、無理に決めようとせずに、少し考える時間をさしあげましょう。どこかでひと休みしてきていただいたり、お急ぎでなければ、日をあらためていただいてもよいでしょう。本当にお客様に納得していただくためには、その日の売上のみにとらわれずに、長い目で見て、じっくりとお考えいただくことも必要です。

このタイプのお客様は、一度、お買い求めになったあとでも、悩まれることが多いものです。それを避けるためにも、納得するまで考えていただいて、結

正しい姿勢を整える

- ① 背筋を真っすぐに伸ばす→壁に背中と同時に頭、両肩、お尻、踵をぴったりつけます。
- ② 足は踵をつけてつま先を握りこぶし分開く
- ③ 手は両脇か、おへその下で軽く組む
- ④ 目線は真っすぐ前を見る

● お客様が迷って決められない場合の対応ポイント

お客様と一緒に絞り込む

- ニーズを聞き出して優先条件を絞り込む
- できれば選択肢は2つまでに



ときには「間」を置く

- 少し考える時間をさしあげる
- 他の店を回ってきてもらう、日を空けることも必要

イライラや答えを迫るのはNG

- イライラした態度は見せない
- 性急に答えを迫ったりしない
- 一緒に悩んでしまったら永遠に決まらない

このパートでわかること

- ➡ 具体的な質問で、迷いを整理してさしあげよう。
- ➡ ときには、少し考える時間をおくことも必要

ていねいなお辞儀のスピード

お辞儀はスピーディーに上体を下げて、いったん「止め」を入れてゆっくり起こすことで、よりていねいで余韻が残る印象になります。トレーニングをする際は、号令をかけて「1、2」で上体を下げて「3」で止め「4、5、6」でゆっくり上げます。

論を急がないことです。

あくまで「お客様の気持ち」が一番

こういったタイプのお客様に対しては、販売員のほうがイライラした態度を見せたり、「いま、買わないとなくなりますよ」などの言葉で、性急に答えを求めるような対応をしたりしてはいけません。

また、迷ってはいいても、どうしてもいますぐに欲しいというお客様もいらっしゃいます。そんなときに、「少し考えてみてはいかがですか？」というような対応をすると、お客様にお時間をさしあげるといっても、まるでお客様を追い払うような印象にとられてしまうことがあるので要注意です。

自分（お店）の都合で考えるのではなく、あくまでもお客様の気持ちに沿った対応をすることが大切なのです。

かといって、逆に、お客様と一緒に悩んでしまうと永遠に決まることなく、時間だけが過ぎてしまいます。前述したストーリーを基本にして、ゆっくりと話をお伺いしながら、プロならではの提案をしていきましょう。

わからないことを聞かれたら？

自分の知識不足で答えられない場合

どんな状況でも「わかりません」は禁句です。そのひと言を発してしまうと、そのあとで他のスタッフがどんなによいフォローをしても、お客様の抱いた不信感はぬぐえません。

わからないときは「申しわけございません。私では少々わかりかねますので、担当の者と代わります」とか、「その件に関しては、当店に達人がおりますので、その者から詳しく説明させていただいてもよろしいですか？」などと、速やかに他の人と代わって説明してもらいましょう。

わかるスタッフが誰もいない場合は、「申しわけございません。勉強不足で、はつきりお答えできないもので、ただいま、すぐにお調べいたします。5分ほ

場面に合わせたお辞儀の角度

15度（会釈）……「失礼いたします」「少々お待ちください」

30度（敬礼）……「いらっしゃいませ」

45度（最敬礼）……「ありがとうございました」

自店には関係ないことを聞かれた場合

ど、お時間をいただけますでしょうか？」などとお断りをしてから、調べる努力をしましょう。

仮に、それでわからなかったとしても、自分の質問に一生懸命こたえようとする姿に、お客様は満足してくださるものです。

また、「わからない」と言えずに、知ったかぶりをするのは、もっと恥ずかしいことです。素直に勉強不足をお詫びして、誠意ある応対を心がけましょう。

駅ビルや駅の近辺、また近くに観光名所がある場合など、立地によっては、頻繁に道を尋ねられたりするお店もあると思います。自店に関係ないことだからとそつけない対応をするのではなく、できる限りにくいにお答えしましょう。よく聞かれる場所については、スタッフ全員が答えられるように、前もって準備して、全員で共有しておきましょう。

たとえば、銀座のあるお店では、画廊の場所を聞かれることが多いので、銀座周辺の地図を購入し、画廊だけをピックアップしたオリジナル地図を作成し

● 自分がわからないときの対応ポイント

「わかりません」は禁句

- わからない場合はまず素直にお詫びする
- その上でどう対応するかをお伝えする



「では〇〇〇します」

- わかる人に代わってもらう
- できる限りお調べする

「誠意を見せる」ことが重要

- 自分ができることは何かを考える
- 答えられる人が誰かいるか？
- どこに聞けばわかるか？

このパートでわかること

- ➡ どんな状況でも「わかりません」は禁句。
お客様にとって最適な対応が求められる

表情筋のトレーニング①

- ① 5秒間、眉を思いっきり上げ、「1、2」の号令に合わせて、眉を上下運動。10回、繰り返す。
- ② 目を大きく見開き、頭は動かさずに黒目だけを「右」「左」「上」「下」の号令に合わせて動かす。「右回り」「左回り」と黒目だけを回す。

て、お客様への説明に役立てていました。

さらに、道行く人のために「画廊の場所がわからない方は、どうぞお気軽にお尋ねください」というポスターを掲示していました。海外のお客様も多いので、日本語以外に、英語、中国語、韓国語でも記されていました。

自店の場所の特徴を認識した上で、一番お客様のお役に立つことを考えた事例です。おかげで、多くのお客様に感謝され、お客様があとからお礼を言い立ち寄られることや、わざわざお買い物してくださることもあったようです。

また、近くに飲食店の多い場所や、レストランフロアのあるビルでは、食事に関して、「どこがおすすめのお店ある？」とか「おいしいお店ある？」といった質問も多いものです。

食事のように価値観や好みで左右される質問の場合は、①評判のよいお店は……、②あくまで自分の好みとしては……、の2つの視点でお答えすれば問題ないでしょう。

いずれにしても、肝心なことは、聞かれたことに対して誠意をもって対応することです。

お客様が商品を傷つけたら？

● 割れもの、破片のあるものは、まずお客様の体を心配しよう

ガラス製品、陶器、鏡など、商品に限らず、備品や装飾物が破損してしまった場合には、何よりもまずお客様に「おケガはございませんか？」と声をかけ、お客様の無事を確認してください。次に、置き場所、陳列のしかたなどに問題があったかもしれないことを述べて、お客様より先に謝罪するようにしましょう。

こんなときのお客様の心理状態は、驚きとともに、恥ずかしさや申しわけなさでいっぱいになっています。何事もなかったかのように、早くもとの状態に戻してください。

また、他のお客様やスタッフの視線も非常に気になるものです。あと片づけ

に必要な最低限のスタッフだけにして、他のスタッフは平常通りに対応し続け、他のお客様の注意をそらすようにしてもらいましょう。間違っても、全員が集まって、大げさなムードにならないように配慮しましょう。

● お客様に弁償すると言われてしまったら

会社（お店）によって方針もさまざまですが、基本的には、お店で起きてしまった破損はお店の責任です。お客様のお気持ちだけいただいて、ていねいにお断りしましょう。このことがきっかけで、お客様が今後、お店に来店しにくくなる可能性がありますから、そうならないように、お客様の緊張をいかに解きほぐすかが最も大事なことです。

状況によって言い方はさまざまですが、「ちゃんと保険に入っていますから、大丈夫ですよ」とか、備品なら「一見、高価に見えますが、そうでもないんですよ！ 予備もありますので大丈夫です」など、多少のユーモアを織り交ぜたりして、場の空気が和むひとことで、お客様に安心していただきましょう。突発的なときにこそ、お客様への気配り度が問われます。

表情筋のトレーニング②

- ①口に空気をパンパンに溜め、漏れないようにしながら空気を「右」「左」の号令に合わせて移動します。
- ②口を思いっきり前に突き出し「うー」と発声し、その後、口角を上に向けて「いー」と発声します。「う」「い」「う」「い」と数回繰り返します。

● 対応の順序を間違えないように

1 まず、おケガがなかったかを確認

- 割れもの・壊れものなどはさておき、まずお客様のおケガを確認
- 「おケガはございませんか？」



2 お客様より先に謝罪

- 起きたことはすべてお店の責任
- 「どうも申しわけございません」



3 すばやくもとに戻す

- お客様の心理＝驚き、恥ずかしさ、申しわけなさ
- 「こちらでやりますのでご心配なく」



4 周りにも気配り

- 大げさな雰囲気にならないように
- 「大変お騒がせしました」

このパートでわかること

- ➡ 店内で起こったことはすべてお店の責任。真っ先にお客様のことを心配しよう

笑顔トレーニング①笑顔・真顔

号令役を一人決めて、その人の「笑顔です」「真顔です」という号令に合わせて表情をつくります。紙で鼻から下を隠して、目だけで「笑顔・真顔」を表現したり、逆に目を隠して、口角がきれいに上がっているかを確認してもらいます。

決して事態に動揺せず、何があろうとお客様の気持ちを汲んだ言動を心がけるようにしましょう。

● 日常の安全管理を怠らない

このような事態をなくすためにも、日頃から店内の安全管理を徹底しましょう。開店前、営業中、閉店後など、定期的に確認する時間帯を設けてルール化していきましょう。とくに開店前は、清掃をしながらいいねに一力所ずつ点検を行っていくとよいでしょう。

● 床の段差やくぼみでつまずきやすくなっていないか？

● テーブルやイスのぐらつきはないか？

● 壁に掛けてある額はしっかり固定されているか？

など、お店の状態に合わせた店内の安全管理チェック表を作成し、二重三重の確認を行っていきましょう。「ちょっとぐらついてるけど、これくらいなら大丈夫かな？」という見過ごしが一番危険な落とし穴です。

店内の安全管理は、決して妥協せずに万全を期すようにしてください。

店にないものを求められたら？

● 自店で取り扱っていないメーカー・サイズなどを言われたとき

お客様に対して、まず、お取り扱いしていないことを謝罪しましょう。その上で、自店が取り扱いしていない理由を説明し、お客様に理解していただくようにしましょう。

しかし、ここで終わってしまったのでは、お客様にとって不親切です。

可能であれば、お取り寄せの提案をしてみましょう。また、同業種の近隣のショップの取扱商品を事前に確認しておいて、いつでもご案内できるようにしておきます。

ただし、この場合、「たぶん扱っていると思いますよ」といったあいまいな情報では駄目です。お客様が実際に足を運んでなかった場合、あなたのお店に

対する不信任は倍増してしまいます。

また、わからない場合には、お客様にお時間をいただいて、お店のパソコンで、取扱店を調べることも可能です。せっかくお問い合わせいただいたお客様に、自分ができることを最大限してさしあげましょう。

最後には「今後の仕入れの参考にさせていただきます」「ぜひ、今度は当店でも取り扱わせていただきます」などの言葉とともに、貴重なご意見をいただいたことへの感謝の気持ちを伝えましょう。

そして、自店の品揃えのアピールもあわせて行い、必要な折にはご来店いただけるよう印象づけることも忘れないようにしましょう。

● お客様の声に、たくさんのヒントが隠されている

お客様からいただいたご意見・ご質問の内容は、決しておろそかにしないようにしましょう。なぜなら、そこには品揃えやサービスなどを改善するヒントが隠されているからです。

お店側の判断でセレクトした品揃えでも、多数のお客様から同じご意見があ

笑顔トレーニング②見返り美人

笑顔の発信者は背中を向けて立ちます。その背中に向かって背後のスタッフが「すみません」と声をかけます。「はい」と言って振り返ったときに、瞬時に笑顔になっているかを確認します。デジカメで表情を撮影してあげるとさらに効果的です。

第1章
接客の基本

第2章
接客の姿勢・言葉

第3章
接客の態度

第4章
接客のスキル

第5章
こんなときはどうしたらいいの？

2人1組になり、発信者と受信者を決定。

発信者は鼻から下を紙で隠し、「喜」「怒」「哀」「楽」の表情の順番を決めて受信者に発信（例：「怒」「楽」「喜」「哀」など）。受信者は表情の順番をメモして終了したら答え合わせをします。

● お客様にお店にないものをほしいと言われたときは

1 まず、取り扱っていないことを謝罪する

- せっかく来ていただいたのに申しわけありません
- 申しわけありませんが、あいにくお取り扱いしておりません



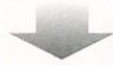
2 理由を説明して理解を得る

- あいにくそのメーカーはお取り扱いしておりません
- あいにくたがい在庫を切らしております



3 できる範囲の対応を心がける

- よろしければお取り寄せさせていただきます
- この近くで取り扱っているお店は……



4 最後に感謝の言葉を添える

- 貴重なご意見ありがとうございました
- 今後の参考にさせていただきます

このパートでわかること

- ➡ まずは取り扱いがないことを謝罪する。
- ➡ 次にお客様のために何ができるか

る場合は、見直す必要があるかもしれません。お客様の「ご意見」を、きちんと本部に伝えることは、お店の重要な役割です。

たとえば、以前は、洋服を買ったときに替えボタンはついていても、糸がついていることはなかったように思います。ボタンがとれたとき、似た色の糸を採すのに苦労したのですが、最近はボタンと一緒に糸がついていることが非常に多くなってきました。これもお客様の「ご意見」が反映された結果なのではないでしょうか。

「客観的」という言葉があるように、お客様からの率直な「ご意見」には、売る側やサービスをする側にありがちな固定概念や思い込みがありません。私たちが、うっかり見落とししていたり、気づかなかったりしたことが往々にしてあるものです。

昨今では、お客様の声を聞く手段として、Webや携帯サイトなどが多くなっていますが、会話のなかでいろいろな「ご意見」を伺うことは、お客様とのコミュニケーションの接点という別の役割もあります。

お客様同士の意見がわれたら？

お友達同士の場合

もめている場合はたいいてい、お連れ様が反対意見を言われていることが多いので、その理由を控えめにお聞きします。そのときに「そんなことはないですよ！」などと、真っ向から否定すると、お二人とも不快な思いをすることになります。「確かに、そういうこともございますよね」「よく存じますね」などと、お連れ様の立場を尊重しながら、同意を表します。

しかし、あくまでもお買い上げいただくご本人の意見を最も尊重しなくては いけません。そこで、お連れ様に「でも、こちらのお品もこんなふうに合わせてと素敵だと思いませんか？」などと、ご本人の意見を代弁しながら同意を求 めてみましょう。あなたの意見は正しい！と認めた上で同意を求められるの

であれば、お連れ様もご気分を害されることはないでしょう。

親子連れの場合

親子連れのお客様がもめている場合は、保護者の方の意見にお子様 が納得し ていないケースが多いようです。

この場合は、保護者の方の意見に共感の意を表しながら、お子様の年代に 合った傾向やトレンドを提案していきます。「確かにそうですね。でも若い 方は、みなさんお召しになられております。先日も……」などと、具体的 な事 例を出して、保護者の方にご納得いただくように説明してみましょう。「いま しが着られませんものね」などと、お子様の気持ちを汲み取りながら、会話を 進めていきましょう。

親子連れのお客様の場合は、どんなにもめていても、結局は、お子様の主張 が通ることが多いようですが、冠婚葬祭や就職活動など、用途がはっきりして いる場合は例外です。お子様の意見がマナー違反になるようなら、保護者の方 と一緒にお子様 が納得するように、はっきりとアドバイスする必要があります。

早口言葉

とくにカツゼツの悪い人は、「あ・ら」「あ・ら」や「い・り」「い・り」など、あ行とら行を組み合わせた発声訓練をしたあとに「生バナナ」「マサチューセッツ州」などの単語を5回繰り返したり、定番の早口言葉を言ってみましょう。

第一章
「お友達同士の場合」

第二章
「親子連れの場合」

第三章
「お友達同士の場合」

第四章
「お友達同士の場合」

第五章
「お友達同士の場合」

洞察力トレーニング「勝手にプロフィール」

電車の待ち時間や車内で、ターゲット決めて、その人のプロフィール（未婚・既婚、職業、趣味、性格）を勝手に想像します。このトレーニングをすることで、表情、服装、動作などを瞬時に観察し想像するといった洞察力が養われます。

● 対応のポイントを理解しておこう

お友達同士の場合

- もめている場合は、お連れ様が反対していることが多い
- お連れ様のご意見を認めた上で、ご本人のご意見を尊重する
- お連れ様にも同意を求める



親子連れの場合

- 保護者の方のご意見をお子様が進めきれないことが多い
- 保護者の方のご意見を尊重しながら、客観的な意見を言う
- お子様のご意見を十分に汲み取ってあげる



このパートでわかること

- ➡ 果たすべき役割はあくまでも仲裁役。
控えめに、両方の意見を尊重する

● 控えめな仲裁役に徹しよう

二人連れのお客様の意見が合わないときの販売員の役割は、あくまでも仲裁役です。どちらかの肩をもちすぎたり、自分の意見を押しつけることは決してしないでください。

また、仲裁に入るタイミングにも注意が必要です。お客様のなかには「店員さん、助けて!」と目配せをして仲裁を求めてこられる方と、他人である販売員には間に入ってほしくないという方がいらっしゃいます。

しばらくは、お二人のやりとりの様子を見ながら、仲裁に入るタイミングをはかって、あくまでも控えめに間に入るようにしましょう。

お友達や夫婦、親子など、お買い物をするお客様のお連れ様も立派なお客様です。ひよっとしたら、次は、お買い物にお越しになるかもしれません。

仲裁時に限らず、お連れ様もお客様と同様に丁寧に応待して、友好関係をつくれれば、あなたの接客のファンになってももらえるはずですよ。

「安くして」と言われたときは？

まず、できないことを伝えて謝罪しよう

「もう少し安くしてくれない？」と、値引きを要求するお客様のひと言は、販売する側にはつらいものがあります。お店（会社）の方針にもよりますが、店長や責任者であっても、自分の判断では値引きできないことが多いのではないのでしょうか。

基本的には「安くして」と言われた場合、あいまいな態度や安請け合いは禁物です。あいまいな態度でモシモシしていると、お客様に「もう少し押せばなんとかなるかも？」と思われるので、お客様からの要求がエスカレートしてしまったり、最終的にお断りすると「その気にさせておいて！」と、あらぬ苦情に発展してしまうケースもあります。

また、「わかりました」と、単純に安請け合いをしてしまうと、今後はそのお客様には、定価で販売することができなくなってしまうでしょう。そのほかのお客様に対しても、示しがつきません。

真摯な態度で、「申しわけございません。当店では値引きはいたしかねます」と謝罪の言葉を織り交ぜながら、ていねいにはっきりとお断りするようにしましょう。

お客様のメリットとなることを提案しよう

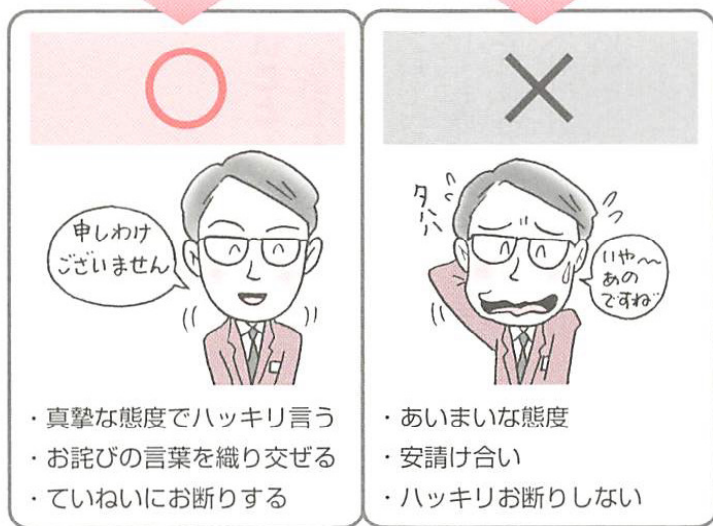
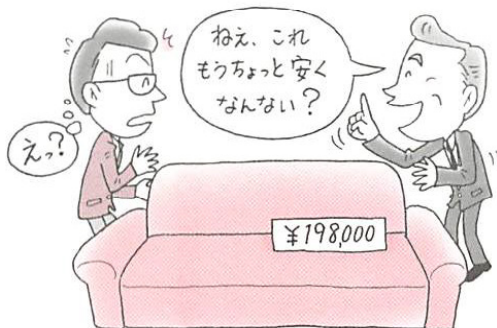
しかし、お断りするだけでは芸がありません。それまでの接客を通して築いてきたお客様との関係が壊れ、お互いに気まずい思いで、嫌な空気が漂い続けるだけでしょう。お断りしたあとは、間髪をいれず、値引き以外の自店のお客様への特典をご紹介するようにしましょう。

たとえば、ポイントカードのご紹介や、会員割引、近日常に行われるイベントやご招待セールなど、自店のサービスや特典を、明るい口調に切り替えて、お客様が笑顔になるような話し方を心がけて説明しましょう。

表現力トレーニング①「雑誌から盗むセールストーク」

ファッション雑誌のキャッチコピーを見て、普段、自分があまり使わない表現をノートに書き写してみましょう
（例：抜け感のある、こっくりとした、など）。
その形容詞を使って、あてはまる商品のセールストークをつくってみましょう。

● まずは対応のポイントを理解しよう



このパートでわかること

➡ あいまいな態度や安請け合いは禁物。
はっきりお断りしてから他のメリットの説明を

表現カトレーニング②「イメージキーワード」

カラーを1色選び、そのカラーのもつイメージを形容詞で表現してみます（例：赤＝情熱的な、エネルギッシュな）。

3分間で思いつく限り形容詞を出してみましょう。

5個以下は想像力とボキャブラリー不足です。

10個以上は出せるようにトレーニングしましょう。

● お客様のタイプに合わせよう

それでもお客様が納得されない場合は、速やかに上司や責任者に相談し、担当を代わってもらいましょう。

お客様のなかには、軽いノリで「安くしてよ」とおっしゃる方もいます。そんなときに、堅苦しいくらいに「ていねいにお断りすると、そのお客様も困ってしまいます。半分冗談で、軽くおっしゃってこられるお客様には、やはり明るくユーモア交じりでお断りしましょう。

最後に「安くして」というお客様への対応のポイントを挙げておきます。

- ① 定価販売であることを伝える
- ② お客様はすべて公平であることを説明する
- ③ お断りはていねいにはっきりと
- ④ 商品のよさやメリット、付加価値を強調する
- ⑤ 特典やアフターサービスの提供

34 思い込みの激しいお客様への対応は？

● お客様のご意見を否定しないこと

「私は〇〇サイズだから……」と頭から決めつけていて、いくらデザインによるサイズ感の違いを説明しても聞いてくたさなかったり、「△△製の縫製はよくない!」と思い込まれたりしているお客様がいらっしゃいます。そんなお客様は、いくらこちらが説明しても聞く耳をもちません。

そんなときは、お客様のご意見を否定せずに「そうですか」とか「確かにそうですね」などと、まず受け入れてみましょう。

ただし、サイズの場合だけは「そうは見えませんが……」と、お客様に同意せずに軽い否定をします。

その後、「いつもはどちらでお買い物をされるんですか?」など、質問をし

ながら、そう思った根拠を探っていきます。しかし、こういったお客様がすぐに納得されることは少ないので、違う話題で盛り上げていきましょう。

● 信頼関係を築いたら機を見て正しい情報をお伝えしよう

お客様が思い込んでいる項目には触れずに、違う会話で盛り上がっても、その日はできるだけ「売る」という行為はせずに、「また、お話を聞かせてください!」などと再来店を促すほうがベストでしょう。

信頼関係は一朝一夕で生まれるものではありません。遊びに来てくださる関係が築けるようになったら、こちら側の正しい情報を聞いてくれるようになるかもしれません。

「このお客様は間違っている! 正しい情報をお伝えしなければ!」と、正義感に燃えて説明したとしても、お客様に受け入れる意思がなければ、何にもなりません。お客様の心をアイスブレイクすることから始めましょう。

セールストークを磨く①「メリットピックアップ」

数人で輪になって1点の商品のメリットを一つ言えたら、隣の人に渡していきます。5秒以上何も言えなかったり、他の人と同じことを言ったりしてしまったら指摘し合ひましょう。瞬時にメリットを伝えられるようになる訓練です。

第1章
セールス
の基礎

第2章
お客様の
ニーズを
把握する

第3章
お客様の
ニーズを
満たす

第4章
お客様の
ニーズを
満たす

第5章
こんなときは
どうしたらいいの?

セールストークを磨く②「デメリット解消」

商品を1点用意し、その商品のデメリット（欠点）を思いつく限り出します。次に、そのデメリットを解消するトークを考えます。ロールプレイング形式で、お客様のご意見に対して、受け取めながらも、メリットに変換する言い回しを訓練していきます。

● 思い込みの激しいお客様への対応



1 お客様のご意見を否定しない

○ 「なるほど」「いつもはどこで買い物されるんですか？」

✕ 「それは間違いです」

その後……タイミングを見て

2 正しい情報を伝える

○ 「〇〇ですね。でも……」とお客様のご意見を尊重しながら

このパートでわかること

➡ まずはお客様との信頼関係を築くことが大切。
その上で正しい情報をお伝えしよう

● 正しい情報をお伝えする際のポイント

お客様のご意見に共感や同意を示しながら、お伝えすることがポイントです。「最近のサイズはわかりにくくなりましたね」などと、お客様目線で会話しながら、実際に同サイズ表示のものをメジャーで寸法を測り、違いをお見せしたり、「〇〇製の商品って最近、かなり縫製がよくなったらしいですよ」と、縫い目をお見せしたり、上から目線ではなく、お友達の会話のように説明していくことで、お客様のプライドを尊重しながらお伝えできるでしょう。

思い込みの激しいお客様への対応として、一番良くないことは、「このお客様は思い込みが激しい」と、私たちが思い込むことです。

そのことにより、知らず知らずのうちにお客様に対して、否定的な言動が表れているかもしれないからです。

思い込みは捨てて、「押してもダメなら引いてみよう」という精神で対応しましょう。このタイプのお客様への対応は、短期決戦ではなく「持久戦」です。で、長い目で見て、まずは信頼関係を築くことから始めていきましょう。

35

携帯番号などを聞かれたら？

上手な断り方

会話が弾んだお客様や、数回お相手をして気に入られたお客様から、携帯番号やメールアドレスを聞かれることがあります。

お断りすると、せっかく築き上げた関係が気まずくなってしまいそうで、ちょっと悩んでしまいますよね。

しかし、お客様と個人的なおつき合いに発展すると、いままでのように、お店に来ていただいて、普通に販売することができなくなります。また、気軽に連絡先を教えてしまったために、逆に高額な商品をセールスされて困ったというケースもあります。

そんなときは、「会社の規則」を持ち出すと便利です。「申しわけございませ

ん。会社の規則でお教えできないことになっています。恐れ入りますが、何かございましたら、こちらにご連絡していただけますか？」と、会社（お店）の電話番号やメールアドレスなどをお渡しするようにしましょう。

実際にはそんな規則がなくても、会社の規則と言えば、お客様も納得されるはずです。

お食事のお誘いを受けたりしたら？

お客様から食事などのお誘いを受けた場合、まず、お誘いくださったことに、感謝の意を表しましょう。「ありがとうございます！ お誘いいただけると、光栄です！ うれしい！」と、素直にうれしいことを表現しましょう。

その上で「せっかくお誘いいただいたのに、大変残念なのですが……」と、携帯番号やメールアドレスと同様に、会社の規則でお受けすることができない旨をお話ししましょう。

女性スタッフばかりのお店に、男性客が妙になれなく接してくることもよくあります。そんなときは、他のスタッフに間に入ってもらったり、他店の

質問力を鍛える①「インタビューゲーム」

2人1組になり、インタビューする人と、される人を決めます。時間を決めて（2、3分）時間内に相手のことをどこまで聞き出すことができたかをチェックします。終わったら、他己紹介として、相手のことをみなさんに紹介してきます。

第1章
接客サービスとは？

第2章
接客サービスの心

第3章
接客サービスのスキル

第4章
接客サービスのマナー

第5章
こんなときはどうしたらいいの？

質問力を鍛える②「ニーズの聞き出し」

販売員役とお客様役を決めます。お客様役はあらかじめ「顧客プロフィールリスト（買い物の目的、好きな色やアイテム、趣味、ライフスタイルなど）」を決めておきます。販売員役はロールプレイング形式で、話をしながら、その情報を聞き出します。

男性スタッフやビルの営業担当の方に相談してみましよう。

自己責任で判断しよう

しかし、例外もあります。お得意様や、これから長くおつき合いさせていただきたいお客様とは、一緒にお食事をすることで、より親密な関係を築くことができます。

そんな場合は、オフィシャル（オープン）にして、上司や店長に相談して、判断を仰いだ上で、店長に同席してもらったり、食事後は速やかに報告するようにならなう。

おつき合いの注意点としては、会社の内情や、不要なプライベートの話などは厳禁です。また、お酒は遠慮するか、控えめにし、決して飲みすぎないようにならなう。

その後のお客様との関係は、すべて自己責任になるという自覚をもって、節度ある会話と態度で対応してください。

お断りのしかたのポイントとは？

携帯番号やメールアドレスを聞かれたら……



ちょっと悩んでしまうけれど……



会社の規則と言ってお断りする



このパートでわかること

- ➡ お客様とは一線をひいたおつき合いを。最後は自己責任という自覚をもつ