



環境が激変する今だからこそ、

お客様一人ひとりの声に

耳を傾けることを大切に

御社では2008年4月からミステリーショッピングリサーチ(以下、MSR)をご導入いただいています。どのような成果が生まれていますか？

弊社では昨年

から4つのプロジェクトチームを組んで、お客様満足度を高めるための取り組みを進めておりますが、MSRの

導入は「それらの取り組みが本当にお客様に喜ばれるものだったのだろうか」「自己満足になってはいなかったのだろうか」ということを見直す、良いきっかけになったと考えています。

と云いますのも、プロジェクトチームでは「お客様に喜んでいただくために、どういう取り組みが必要か」というアイデアを出し合っており、そのアイデアに沿って取り組みを進めていたのですが、MSRの調査結果を見ると、「このお店にまた来たい」と思った理由として挙げて

の取り組みが本当にお客様に喜ばれるものだったのだろうか」「自己満足になってはいなかったのだろうか」ということを見直す、良いきっかけになったと考えています。

と云いますのも、プロジェクトチームでは「お客様に喜んでいただくために、どういう取り組みが必要か」というアイデアを出し合っており、そのアイデアに沿って取り組みを進めていたのですが、MSRの調査結果を見ると、「このお店にまた来たい」と思った理由として挙げて

の取り組みが本当にお客様に喜ばれるものだったのだろうか」「自己満足になってはいなかったのだろうか」ということを見直す、良いきっかけになったと考えています。

の重要性を、改めて痛切に感じたのではないかと思います。それとMSR導入のもう一つの成果だと感じているのは、現場のスタッフの間に主体性が芽生えてきたことです。お恥ずかしい話ですが、現場のスタッフはどうしても目の前の仕事に追われて日々忙しく働いているので、仮にお客様から何らかのクレームをいただいたとしても、もちろんそのクレームには誠心誠意対応しますが、では根本的に何が問題なのか、どうしたら再発を防げるのかというところまで考えたり、話し合ったりということが、これまでほとんどありませんでした。

実は、そういう店舗の状態に対して本部は強い危機意識を抱いていましたが、本部の声だけでは現場はなかなか動けず、意識が変わるところまでは行かなかったのです。それが、MSRによってお客様の声を直接聞けるようになったことで、現場のスタッフの意識は確実に変わりました。また、検討材料が明確になったことで話し合いもしやすくなり、店舗での朝礼やミーティングが確実に行われるようになりました。



いただいたものと、スタッフが発案した取り組みの間にはギャップがありました。

これを受け、外部の先生のお力を借り、スタッフには「マスマービス」と「パーソナルサービスマ」という言葉を用いて話をしました。「マスマービス」というのは、できていて当たり前で、できていなければクレームになるようなサービスのことを指しますが、MSRでお客様が評価して下さっていたのは「店に入ったらすぐに気づいて挨拶をしてくれた」「笑顔で対応してくれた」といったような、とても簡単で、シンプルなことだったのです。お客様満足のためにという、どうしても高度な知識や専門性を活かした取り組みを考えがちですが、MSRの調査結果を見て、スタッフもマスマービスを徹底するこ

今回の改正によりドラッグストア(DS)業界も激変の時代を迎えています。そうした環境下での生き残りについて、御社はどのようにお考えですか？

今回の改正によってコンビニエンスストアなども直接的な競合となってくるわけですが、都内で何千店舗もある、そして24時間営業のコンビニエンスストアに対して、店舗数を増やす、あるいは営業時間を延長するという方向で弊社が対抗していくのは現実的に不可能です。私たちにできるのは、こうした量の面での勝負ではなく、質の部分での勝負です。といっても、取り立てて新しいこと、斬新な取り組みをするつもりはありません。弊社はこれまでも、「地域密着」という経営方針を掲げてさまざまな取り組みをしてまいりましたので、この取り組みを全店舗の現場レベルにまで徹底して落とし込んでいくこと、お客様お一人お一人の声に耳を傾けながら、まずは当たり前のように小さなことを確実にやっていくこと、それがこれからのDS業界で生き残っていくための道であるというふうに考えています。



[株式会社ケイポートドラッグマート・会社概要]  
東京都品川区西五反田7-18-2 京測ビル5階  
TEL 03-5436-3881 URL <http://www.kport.jp/>

量の面での勝負ではなく、質の部分での勝負

「地域密着型ドラッグストア」を目指した取り組み紹介

都内城南地区を中心に14店舗を展開するケイポートドラッグストアでは、「地域密着型ドラッグストア」を目指し、2007年9月21日を皮切りに「CS改善プロジェクト」としてさまざまな取り組みを行っている。

その中心となっているのが、2007年10月からスタートした「チーム活動」である。同社には大きく分けて調剤・薬・化粧品品の3つのグループが存在するが、チーム活動はこれら3グループ全てからメンバーを選出した、社員を対象とした全社横断的なプロジェクトである。プロジェクトのテーマは「接客」「品格」「MD・マーチャンダイジング（Merchandising）」の略。店舗レイアウトや販促計画、ホームページの作成等を行う「知識」の4つ。それぞれでチームを作り、本部または各店舗で集まり、CS向上について定期的にミーティングを開催している。このプロジェクトの中からいくつもの取り組みが生まれている。

接客チームのテーマは、理想像を明確にするため、接客だけに焦点を絞り、事例を含めた100ページ近いマニュアルを作成することであった。その内容は、マナー5原則、電話対応、クレーム対応、接客力向上、CS・ES・ホスピタリティ、接客チェックシート、営業ルールに分かれ詳細に記されており、現場スタッフが執筆・編集を手掛けている。さらに、2008年4月からは、



【美容コーナー】  
同社では、美容コーナーでもカウンセリングを実施している。特にアンチエイジングに定評があり、高度な知識を備えた専門スタッフが随時相談に応じることで、差別化を図る。

現場の主役であるアルバイトのスキルアップを重視し、理想的な接客を実現するための新しい研修体系を整備した。テーマは初級・中級・上級の3段階に分かれており、店舗で行う少人数制の研修としている。研修は現場の最も適切なタイミングで行うため、多い時では週4回に及ぶこともある。

2008年9月からは、これまで本部が作成していた店舗別予算を、



【リラックスルーム】  
リラックスルームでは、完全個室で癒し効果を手軽に体験できる。



【エステルーム】  
既存のドラッグストアの概念に留まらないお客様志向が生んだエステルーム。

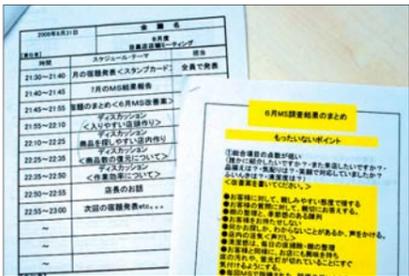
店舗のスタッフと共同して作成するようにし、目標数値に対する主体性の向上を図っている。

また、これと同時に、全社員を対象とした人事評価制度を策定した。これまで、CSの成果は評価項目に含まれていなかったが、MSRの結果やアンケートの評価などを人事評価に組み込む形で運用を開始している。

その他、店舗の設備面についても、同社では以前からユニークな取り組みを行っていたが、それらについてもCSの観点からさまざまな見直しを行っている。たとえば、2003



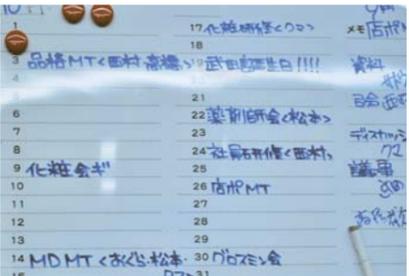
【健康相談コーナー】  
病気の相談や予防に関するアドバイスなど、誰でも相談できるように専用のサービスカウンターを設け、「薬を買う」場所から「薬を“相談して”買う”お店”を目指した。



【ミーティングシート】  
ミーティングの事前に落としこみの内容とタイムスケジュールを設計する。毎回宿題が発表され、自店のMSレポートの分析を初めとした活発な意見交換がなされる。



【MSレポートの活用】  
MSRの調査結果は本部で毎月集計し、得点ランキング、感動コメントもつけないコメント、社長からのメッセージを載せて社内報にまとめ、上位店舗を表彰している。



【情報共有の工夫】  
ホワイトボードには、連絡事項やミーティングの予定と共に、スタッフの誕生日も記載する。シフトやミーティングの出欠表もひと目で分かるため、情報共有がスムーズ。

担当コンサルタントが語る

この企業はここが凄い



(株)MS & Consulting  
江端 慎二

「お一人お一人のお客様の声に耳を傾けながら、小さなことを確実にやっていく」。この言葉に、ケイポートドラッグストア様の強みが集約されていると思います。CS改善プロジェクト、お客様の声に基づいた店舗ミーティング、優良店舗の表彰。一つひとつの取り組みを着実に進めていられる実行力には目を見張るものがあります。激変するドラッグストア業界だからこそ、「地元のお客様に愛される、街の掛かりつけ薬局」を目指すケイポートドラッグストア様の取り組みの数々は、ご参考頂ける内容だと確信しております。

年から設置されているエステルームでは、壁の一部をガラス張りに改装して、施術を受けるお客様はこれまで通り隠しながらも、エステティシャンやエステルームの様子を外から見えるようにすることで、お客様が安心して気軽に利用できる雰囲気を作り出した。

また2008年6月からは、足湯を設けたりラックスルームを設置（一部店舗）するなど、従来のドラッグストアの枠を超えた、地域の美容・医療の中心としての機能の充実を図っている。

「10秒トーク」という取り組みが定着した店舗