

# サービス業の意識について

日頃、私共CSねっと企画は高齢者住宅や介護事業に携わる方々向けに、管理職・リーダー向け、職員様向けの研修や運営コンサルティングをメインに行っています。

その中で運営面の相談がよくあります。その内容は、入居促進が上手くいかない、顧客満足度を上げたい、ご入居者や職員同士のコミュニケーションを良くしたい、モチベーションアップを図るにはどうすればよいか等、様々です。

細かくお聞きしてみると、特にコロナが第5類に移行し、ご家族の面会を再開した後、笑顔や言葉遣い、身だしなみ、立ち居振る舞い、目配り・気配り・心配りなどの接客スキルや対応力が、コロナ前に比べ低下している。クレーム・事故・トラブルの報連相、再発防止がうまく機能していない。入居者や利用者と、あるいは職員同士のコミュニケーションがうまくいっていないなどが上がってきます。



自分たちの仕事がサービス業という認識がない、あるいは薄れていることから、そうしたことが起こっているのではないのでしょうか。

2000年に介護保険制度がスタート、高齢者住宅や介護事業はサービス業となりましたが、現状はまだまだ「福祉だから」と、サービス業としての認識や理解、指導が無いから、そうなっているのかもしれませんが。「サービス業」と認識し、ご入居者・ご利用者、ご家族に喜んでもらう、満足してもらうには、どのような対応、どのような行動をとればよいかを、管理職・リーダー・職員全員で考え、継続できる仕組みを作ること、行動が考動に変わり、継続的な実践に繋がります。

そうしたことを解決するヒントや仕組み作りについて説明する中で、理念や行動指針、CS(顧客満足)経営についての話や、様々なサービス業で評判の良い、お手本にしたいディズニーランドやUSJ、リッツカールトンホテル、劇団四季や街中にあるサービス業の事例をあげて話をさせていただきます。

ある介護事業者様では、入社3年目の職員(パートも含め)を東京ディズニーランドに視察旅行に派遣し、そこで体験したこと、気づいたことを、自分たちの介護の仕事にどのように活かすかを、施設に帰りプレゼンをするということが恒例行事になっているところもあります。この制度は、職員にとって励みになり良い学びにもなり、定着にも繋がっているそうです。

特別な場所に行かないと体験できないわけではなく、身近な街の中で学べるお店がありますので、そのひとつを紹介します。

皆さんの周りでドラッグストアが沢山出来ていると思います。薬、化粧品、掃除用品、衛生用品、お菓子、調味料、野菜、文具、お酒等々、何でもそろっているので薬局+コンビニ+スーパー+文具屋+日用雑貨+酒屋になっています。

私の住んでいる寝屋川では、自宅から10分以内にココカラファイン、マツモトキヨシ、ウエルシア、アカカベ、ダイコクドラッグ、スギ薬局、サンドラッグ、こうせいがあります。

どこのお店も価格や商品の品ぞろえ、配置のわかりやすさ、ポイントの特典等々どこも似たようなものですが、その中で〇〇〇〇は(あえて何処とは申しませんが)いつ行っても、どの店員も笑顔や態度、立ち居振る舞いが良く、その対応の気持ちよさから最近はこの店一筋になっており、自然と足がそこに向かいます。



店の様子は、いつでも誰でも笑顔で迎えてくれ、挨拶も明るく、何か商品を探しているとすぐに気づいて丁寧に案内してくれ、薬はご説明しなくてよいですかと尋ねてくれる。レジでは対応の姿勢や話し方、声掛け、ポイントの扱いなど気持ちの良いもので、サービス業としての対応を実践していると感じます。おそらく入社した時にきちんと教育・訓練をし、それらを継続する仕組みを作って実践しているのではないのでしょうか。



皆さんも仕事・生活のなかで、常に様々なサービス業の会社やお店と接して、その良さ、悪さを体感していると思いますので、身近なところの良いところを見習って、新入社員や職員にそうしたところを語り、良い対応、サービスを提供すると、相手の満足げな様子から自分に気持ち良さ、嬉しさ、楽しさが返ってくる。会社には売り上げや利益の向上が返ってきます。

「サービス業のあり方、心構え」等を説き、それらが実践、継続できる仕組みを本気で考え、作り、行列のできる会社を目指してはどうでしょうか。



長嶺 堅二郎