



サービススタッフの育て方 031

コパン近江八幡 (滋賀県近江八幡市)

今までの接客応対を見直し 質のさらなる向上を目指す

東海、北陸、関西地方に35店舗展開するコパンスポーツクラブでは、「健やかな生活、充実した時間を提供する」を企業理念とし、「お客さまの心と体の健康づくりを支えている。同社ではこの理念に基づき「笑顔を決やさず、常に明るい気持ちでおもてなしの心を持つ」を信条の一つに掲げ、接客応対の質の向上に力を入れている。コパン近江八幡でのサービス接遇検定の取り組みについてお話を伺った。

スタッフの明るい応対は「お客さまに安心感を与える」

滋賀県、近江八幡駅から歩いてすぐのところ、コパン近江八幡がある。駐車場は平日の昼間でも半分以上が埋まっており、外からはマシンで汗を流す利用者が大勢見える。中に入るとスタッフが「こんにちは」と、にこやかに迎えてくれた。その隣では利用者とスタッフが談笑する姿や、プールサイドでは子どもたちと「昨日の夕飯は何食べたん？ いいな〜」と楽しそうに話す姿も見られる。どのフロアからも明るい声が聞こえてくる。

コパンスポーツクラブは、株式会社コパン(岐阜県多治見市)が運営するスポーツクラブである。東海北陸地方、関西地方に35店舗を構える。社名の「コパン(COPIN)」はフランス語

で「仲間・友達」を意味し、利用者同士の交流を深めてほしいという願いが込められている。

その交流の橋渡し役となるのがスタッフである。同社では「笑顔を絶やさず、常に明るい気持ちでおもてなしの心を持つ」を信条の一つに掲げ、スタッフ全員が信頼感、安心感を持つてもらえる環境づくりに努めている。

「利用者の方々にはリラックスして、楽しく体を動かしていただきたいと思っています。気持ちのよいあいさつをしたり、レッスン中

も話し掛けるようにするのはそのためです」と話すのはコパン近江八幡の川嶋笑実(えみ)コーチだ。その言葉通り、スタッフ

と話す利用者の表情は明るく生き生きとしている。店内

に漂うアットホームな雰囲気を利用者の足取りを軽くさせるのだろう。中には一日に2回来店する人もおり、一日平均300名が来店しているという。

同店は社員とアシスタント(学生アルバイト)、合わせて約20名が勤務しており、



コパン近江八幡

シフト制で店頭に立っている。利用者気持ちのよい応対するには、スタッフ全員が接客応対の質を高め、維持していかなければならない。そのため「定期的な社内研修は欠かせない」と川嶋氏は話す。



川嶋笑実コーチ



同店では子ども向けにプール教室も開催している。
インストラクターは一人一人に笑顔で声を掛ける

接客応対の見直しに サービス接遇検定を活用

社内研修で最初に教えるのが、入会案内の仕方である。入会の問い合わせが増えるのは、主に広告を打ったとき。見学に訪れたお客さまからは、入会方法やプログラムの特徴などさまざまな質問が寄せられるため、スタッフはそれにスムーズに答えなければならぬ。

例えば、スタジオでのプログラムを聞かれたとき、ヨガやエアロビクス（有酸素運動）、ダンスなどのプログラム内容を説明するが、効果や効能なども含めて答える必要がある。だが、全ての内容を説明すればよいかといえは、そうではない。

「お客さまのほとんどは広告を見た後に来店されていますから、それぞれ聞きたいことがあるはずです。従って、一方的に説明するのはなく、相手の話をよく聞き、何を説明すべきかこちらで取捨選択して説明することが大切です。研修では、相手が何を知りたがっているかを、よく聞き取り、それに合った説明をするようにと伝えています」（川嶋氏）。

ここでポイントとなるのが学生アルバイトであるアシスタントだ。彼らは社会経験がない分、相手の話を引き出す質問力や会話力に乏しい。同店ではそれを補うために「質問一覧表」を作成し、「どのようなプログラムをお探

しですか」などの基本的な質問事項を、丁寧な言葉遣いで言えるよう工夫している。

「以前は適切な言い方が分からず、時にはお客さまに失礼な聞き方をしてしまうことがありました。学生ということで大目に見てくださることもありますが、相手はお客さまです。基本的な言葉遣いは身に付けてほしいと思い、質問一覧表を作ることにしました。最初は確認しながら業務に当たっていましたが、最近はいぶ慣れてきたように感じています」。

しかし、それだけではなかなか入会を決めてもらえないのが現実。周辺には競合するスポーツクラブが数店あるため、よほどの決め手がない限り、その場で入会することは少ないのだそう。川嶋氏は「ただ説明するだけではなく、コパン近江八幡の強みをアピールできなければならぬと思っています。例えば当店のプールは、ナノ水を使っていますから肌に優しい。子どもを通わせたいお客さまもいますから、興味を持っていただけます。これからはプラスアルファの情報も提供していく必要があります」と課題を語る。

このような取り組みは各店舗で独自に行われているが、全体での効果をさらに高めるため、委員会活動が盛んに行われている。各店舗の代表者で結成される委員会には、安全委員会、子供スイミング委員会、フロント委員会などがあり、それぞれの委員会で活発な議論や改善方法の話し合いをする。そこで決定した

内容は各店舗に伝え、全店で改善を図るのだという。

昨年度、川嶋氏が所属していたのはフロント委員会。このときの話し合いでは、「接客応対の見直しが必要ではないか」という意見が挙がったそうだ。そこで接客応対の学び直しとして提案されたのが、サービス接客検定、ビジネス電話検定だった。

「これまでもお客さま目線で応対してきたつもりですが、毎日来てくださる方々には、つい友達感覚で接してしまいます。ですが、どんなに親しくても相手はお客さま。サービス接客検定とビジネス電話検定を活用し、接客応対の意識をもう一度見直そうと思いました。」

スタッフの使命は お客さまをさまざま角度から サポートすること

両検定は全店舗で導入を決定。早速、同店もスタッフ全員で学習を始めた。サービス接客検定は3級、2級を活用し基本から応用まで学習した。社員にとっては学び直しの、学生アシスタントにとっては基本の型を身に付ける機会になったという。川嶋氏はサービス接客検定の学習を振り返り「接客応対の基本から、なぜそうするのかという考え方まで学ぶことができた」と語る。学習の中で印象に残っている過去問題を話してくれた。

「お客さまから『購入したグラスを配送して

もらったが、箱を開けたらグラスが割れていた』と連絡を受けた際、スタッフは最初にどのような応対をすべきかという問題がありました。私は謝罪してすぐに商品を交換する応対がよいと考えたのですが、それだけでは不十分。まず、お客さまに怪我はなかったかと確認する。割れたグラスに目が行ってしまいますが、少し考えればそのグラスで怪我をするかもしれないと気が付くはず。お客さまの目線で応対するとは、お客さまの状態、状況をよくくみ取ることなのだ学びました。」

同様にビジネス電話検定も電話応対の学び直しに活用している。互いの表情が見えない電話では言葉遣いがとりわけ重要になる。問題と照らし合わせながら、自らの電話応対を振り返り嫌な印象を与えていないかチェックをしたそうだ。

「これらの学習によって接客に対する意識が変わりました」と川嶋氏。取り組み自体はまだ始まったばかりで具体的な成果は出ていないと話す。ウェブサイトには「気軽に何でも聞ける」など、お客さまからは好意的な評価が届いているようだ。また冒頭で触れたように、同店ではどのフロアに行っても笑顔が絶えない。もともとある居心地のよさに加え、利用者への応対が確実によくなっている証だろう。

「創意工夫で進化を続ける」。事務室の壁に大きく掲げられた店舗スローガンは着実に実現しているようである。今後の目標は何か。川嶋



平日でも多くの人がジムを利用している。合間にインストラクターと談笑する姿もよく見られる

氏はこう語る。

「われわれスタッフの使命は、お客さまをさまざまな角度からサポートすることだと思っています。例えば入会したばかりのお客さま。走るにしても泳ぐにしても、始めたころは誰でも苦しいものです。そのときに元氣付けたりコツを教えたり、苦しい、やめたいと思う期間を乗り越えられるよう、いかにサポートできるかが大切。これからお客さま本位で応対する姿勢に加え、一人一人が専門知識を蓄え利用者に心地よい空間を提供していきたいです。」