NAGOMU

www.nagomu.com

人間開発（ひとづくり）
商売繁盛（こころのあきない）
社会貢献（おやくだち）

Nagoya Gourmet-Shop Management Union

PRESS Vol.124

ナゴムプレス（会員情報誌）
2025年7月1日発行　発行：NAGOMU事務局

NAGOMU 第343回経営セミナー

日時：2025年6月30日（月）
会場：ウインクあいち
演題：接客脳トレワークショップ
講師：株式会社 WARA-L
代表取締役 遠山 啓之氏

株式会社 WARA-L 代表取締役遠山啓之氏（以下遠山氏）をお迎えし、接客脳トレワークショップを開催、サービスオタクの真髄を伝授していただきました。

株式会社グローバルダイニング、モンスーンカフェ代官山店に勤めました。このお店が300席、11時半から翌朝5時まで365日ノンストップ営業。年間で10億近く売上るお店でした。13年間で様々な業態、価格帯の接客を体感し、〝これだ！〟というものがわかり株式会社プレジャーカンパニーに移り、接客・教育などの仕組み作りを経て2024年に株式会社 WARA-L という会社を創業しました。

飲食店は接客以外は全て形があります。しかし接客だけは形がありません。形が無いから難しい。ほとんどの人は接客を9割9分9厘、感覚だけでしています。したがって感覚がいい子にはお客様のファンがつきますが、その子が移動したり辞めたりするとお店の売上は下がります。感覚がよくてもコンディションが悪かったり、至らない接客になったりすると売上に影響が出てしまいます。感覚は人それぞれ違いますので人には教えられない事です。接客を〝見える化・言語化〟して感覚だけでなく接客の理論をある程度作りました。そうすると形がなかった接客を〝目指せる〟ようになります。その結果接客のクオリティが上がってリピート率が上がります。

①接客の言語化・見える化で基本がわかる

飲食店で働いてよかったと思うきっかけの1つは接客です。しかし接客は永遠のテーマで、言語化・見える化すると基本がわかります。接客教育の優先順位を間違えるとスタッフは接客がわからなくなって辞めてしまいます。接客教育の優先順位がわかったらスムーズにいきますので、それをお伝えしてきます。

②攻めの接客がわかるⅠ

攻めの接客って何？ですが、〝ありがとう〟と言われることを脳トレ体験、ワークショップで行います。攻めの接客と言うと多くの人は、お客様とのコミュニケーションだと思うのですがそれは間違いです。お客様とコミュニケーションを取る前に攻めの姿勢が必要です、それがないとお客様に怒られます。その辺りのヒントをお伝えします。

③攻めの接客がわかるⅡ

お店のリピーターが増えないと意味がない。SNS集客でうまくいってますという飲食店も増えていますがSNSは新規顧客集客がほとんどなので来てくれた時にQSCA（クオリティ・サービス・クリンネス・アトモスフィア）の素晴らしい体験をして初めてリピーターになります。

■攻めと守り

飲食店の〝攻め〟は「ファンを増やす」こと。営業の中で何をして欲しいかといったら目の前のお客様をファンにする

です。常連様にはして、常連様以外にやらないのはお店作りとしてはダメ。初来店のお客様にも常連様のようにオーバーアクションをしてください。

新人スタッフにはこの接客超基本4大行動を伝えてください。すぐに戦力になります。でも多くの場合は洗い物やってね、配膳してねなど作業になってしまいます。楽しく働きたいので4大行動を覚えておいてください。

■接客のゲーム

接客脳トレワークショップ（あたりまえゲーム）

ハイスタンダード化

1問目：お客様目線で料理のあたりまえは？

プロ目線でなくてお客様目線っていうことがポイントです。

例としてこんな感じ

①味②盛り付け③食材④ボリューム⑤チップ⑥温度⑦備品⑧衛生的⑨スピード

これらが劣化してくるとお店のリピート率が下がります。スタッフの入れ替わりがある時はワークで1回行うとスタッフとも目線があってくるのでして下さい。

2問目：お客さん目線で感じが悪い接客は？

①笑顔ない②目が合わない③受け答えない④暗い⑤声が小さい⑥私語が多い⑦不潔⑧動きが遅い⑨雑⑩質問を質問で返す。

皆さん気がついてなくてやってるんですよ。例えばお客様がおすすめなんですかと聞いた時に、お客様は何にも考えてないんです。単純に店のおすすめを知りたいだけなんです。

■ブレないための目線合わせ

いつでも誰が担当してもブレないレベルの底上げをいつでも誰でも当たり前の言語化＋脳トレをやってみてください。それがお客様への誠意になりますよ。

パーソナライズサービスゲーム

お客様6タイプ：お客様をくみ取り一緒に愉しむためのヒントの方程式

お客様6タイプ
お1人様・カップル・友人・ファミリー
ビジネス1（同社・同僚）・ビジネス2（接待・別会社）
×
老若男女・国籍・関係性
×
来店動機・来店回数
×
接客8シーン
入店・ファーストタッチ・ファーストオーダー・デザート
パッシング・セカンドオーダー・会計・見送り

この掛算を入り口から見てください。入り口からいらっしゃいませって言いながらお客様にどうやって喜んでもらおうかなって思いながら接客するとファンが作れます。

ゲームを通じて脳トレの学習が進みました。最後のゲームはリコグニションゲームで大いに盛り上がりました。

このゲームは情報収集能力です。お客さんの情報を認知するってことで、脳内の年齢が若い方には強いゲームで、お客様の様々な情報が描かれた絵を5枚見て質問に応えて行きました。

■2030年問題

日本の労働人口が644万人不足すると言われています。これは飲食だけでなく様々な業界で働く人口が減ります。今より人手不足になります。サービス産業では400万人不足すると言われてます。業種によってはある程度テクノロジーでなんとかなったりしますが、人が接客する価値が出てきます。美味しい食事をお勧めされたり提供されたり、会話をしたりという希少価値のお店が、価値が出てきます。今後テクノロジーのお店も増えるけど、その分泥臭いお店が人気になります。逆に単価が上げられます。

400万人の埋め方に有効な手段は女性、シニア、外国人、生産性を上げる事が考えられます。400万人不足するのは間違いないので、今からできること、大切にして欲しい事は、仲間に対して本気の「敬意」と「感謝」。仲間を大切にして離脱する人を限りなく減らして仲間を増やすことを会社任せでなく、スタッフ全員が人事部だというスタンスでやってほしい。離脱する人を減らして増やしていく活動をする。友達紹介をやってると思うんですけど、店長だけがやることじゃなくて働いてる仲間がみんな声かけて欲しいです。それだけで全然効果が違います。それから常連様に週1で働きませんかってスカウトする。好きなお店だから働いてくれます。様々な方法で1人1人が心がけるだけで随分変わるので、今からできることとしてやっていって欲しいです。

通常の講演でなく、時間もたっぷり2時間使い接客脳トレワークショップを行いました。日頃の業務での気づきに生かしたいです。

今後のスケジュール

第345回経営セミナー
マニアプロデュース株式会社 天野 裕人氏
日　時：9月24日（水）14：30～
会　場：ウインクあいち1303

第346回経営セミナー（三重開催）
株式会社アホウプロジェクト 泉川 武士氏
株式会社バンビエン 丸山 貴央氏
日　時：10月6日（月）13：30～
会　場：四日市商工会議所

店長塾【全3回シリーズ】
株式会社 WARA-L　遠山 啓之氏
日　時：9月30日（火）13：00～
　　10月14日（火）13：00～
　　11月18日（火）13：00～
会　場：名古屋国際センター別棟ホール

第347回経営セミナー
株式会社十七商店　伊奈修平氏
日　時：11月25日（火）14：30～
会　場：名古屋国際センター別棟ホール

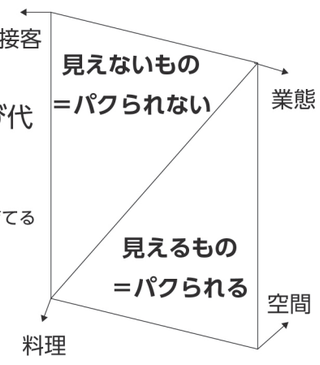
こと。新人スタッフを採用して、あなたの仕事は目の前のお客様に喜んでもらってファンにすることだよ。それをやるためにはあなたがやれることやってください。というだけです。笑顔が苦手でもファンにできることがあるんだったらそれをやってくださいっていう話なんです。ここ分かりますかね？つまりマニュアル通りでやることって現在はテクノロジーでできるので人としてファンを作ることなんだよということを伝え初期教育をやってほしい。

〝守り〟は、「お客様のあたりまえを実現」することです。お客様があたりまえだからお客様目線っていうのを絶対忘れてはだめ。しかし僕らはこれまで経験上こうやった方がいいよの指導。でもお客様目線じゃない時があるんです。飲食店に長く勤めると飲食店の目線になってしまいます。常にお客様目線のあたりまえを実現するってことを考えなきゃいけないんだけどそれって何だろう？

Q：「お客様目線のあたりまえ」って飲食店においてどんなことがある？

A：清潔・笑顔・味・スピード・原価・生産性

清潔感とか笑顔とか美味しさ、提供スピード。それとコスパ、価格と価値のバランスがいいか？お客様目線では当たり前。生産性はテキパキ歩く、呼ばれたらすぐ返事をするなど。ではみなさんのお店で「お客様お店のあたりまえ」が実現してるかと考えてみてください。店舗運営はスポーツチームと一緒だと考えています。守備力が高くないと失点ばかり。失点が多ければ負け。集客しても守りが固まっていなければ二度と行かないお店になります。新規出店時は清潔感はあるけど、味が安定せずオペレーションも含めて提供スピードも遅かったり守備力が弱いお店が多いです。入り口で気づけるスピード、すいませんって呼んだ時にすぐ飛んでいくスピードというのも全部含めてのスピード。それはお客様に対する誠意になります。これがないとあたりまえが担保できてない。間違いなく接客力が伸び代になる時代に突入しております。



間違いなく
接客力が伸び代
になる時代に突入
常連様は人につく
人を育みチームを育てる

三角形は業態と空間、料理。（右図）この部分は見えるものでパクられやすい。接客は見せてもパクられません。言語化し再現性があることを作り出してます。接客を入れた四角形の面積で戦えるようにするのが差別化です。常連様が多い店が強いのです。結局はクオリティだけじゃなくて接客力を上げる事が大切だと思ってます。

接客力向上には①コミュニケーション②知識③技術④ユーモアの4ブロックが必要です。ほとんどの方が接客指導で②知識と③技術を教えます。初めて飲食店で働く子にしたら全部初めましてのことばかり。初期教育・座学をきちんとしないといけません。笑顔は大事だけどアイコンタクト、声、アクションなどの非言語部分をきちんと伝えてあげてください。これまで生きてきてコミュニケーションは取れるはずですが接客力向上には非言語部分を伝えないといけません。4つを徹底的にやっていただくと新人スタッフでもめちゃくちゃキラキラ輝いてお客様ファンを作ることができます。

「接客力」を上げるには「人間力」が必要です。会社として人間力教育をちゃんとやってない会社はこれからの時代戦えません。「人間力」は人間性と表現力で構成されます。感謝する、敬意を払う、配慮するなど人としての心です。ありがとう、感謝する、話を聞くなど正しく表現をする「表現力」を高めることができます。ただ大人になると人間力が減っていくのでまず人間力を高めていくこと。「人間力」＋「接客力」を上げたらファンを作る「セール力」が必要です。ファンを作ればリピート率が上がり、新しいお客様が来店する。

ここまでは個人ですが、ではチームではどうするの？

「チーム力」はチームビルディングが優先順位第1位でその次がオペレーション。円滑に回すだけでなく、常に最高を目指して最高の営業をしようと覚悟決めてやります。

「オペレーション」は最悪を想定して準備することも大事です。

「レコグニション」はお客様の情報に位置すること。

例えば山田様は水曜日にカウンター席に座ってビール2杯の後トマトサワーを飲まれる。これを感覚的にサービスするのではなく明確にやる。

「アンティシペイション」はご要望の先取りです。お客様が立ち上がったらトイレかもしれないので、「お探しですか？突き当たり右手にあります」と先手でやること。

入ってきたばっかりのスタッフはお客様は景色にしか見えてないです。お客様の行動も表情も見てないのでお客様の表情と行動を見てね！と教える。お客様の表情が一口食べて顔が晴れてたら美味しかったですかと聞いていいんです。あと行動。テーブルの上を探してる。これは取り皿かメニュー探してるか、なにか探してます。近づいていってお手伝いしましょうかと促します。

■接客業の本質とは？

接客業の本質とは「目の前の一人ひとりのお客様に喜んでいただくこと」目の前に来てくださった方にどう喜んでもらえるかをちゃんと考えてやって欲しい。満席じゃなくても目の前に1組1人いらっしゃったらその方にもう1回どうやって来ていただくかだけを真剣に考えたらめちゃくちゃ楽しくなります。グループで来店しても一人ひとり見てほしい。日本語で「一期一会」ってあります。たった一度だけの出会いを大切にとかその場限りで一生会えないっていうのは間違った解釈です。千利休さんの茶道に由来する言葉で「あなたとこうして出会っているこの時間は二度と巡っては来ないたった一度きりのものだからこそこの一瞬を大切に思い今できる最高のおもてなしを」。今この瞬間はもう二度と来ないので、いつもありがとうと言って目の前の一人ひとりのお客様に喜んでいただくことを常に考えて接客すると絶対振り返ります。

■教え方の話

こういうお客様にはこういう接客などと、いちいち経験している瞬間に教わってたらもう何に何していいかわかりません。これは接客と教育がごっちゃになって滅茶苦茶になってしまいます。店長の経験談だけで教育すると、経験していないことはアドバイスできなくなります。お客様のアクションごとの接客の答えを教えがちになるとスタッフは混乱して絶対に育たないです。

ゴールはお客様に笑顔で帰っていただくことをやる、そのためにあなたができることをやっていこうということが道筋。ゴールは決まっていてプロセスは自由だよと伝えてください。

昔は行動指針やマニュアルで接客管理しようとチェーンストアが取り組んでいましたがその時代は終わりました。目の前の1人のお客様それぞれが笑顔になっていただく事をしなければならない。

■パッと見の5秒

メラビアンの法則。脳みそのジャッジは5秒以内に好きか嫌い、快か不快を決めます。55％が見た目で、38％が音の情報、耳から良いなと思う情報を入れたら接客力が上がります。7％は言語です。

表情がいい、ユニフォームが綺麗、目線を合わして話すといいなと思ってもらえます。声のボリューム小さい。聞こえない。声のトーン暗い。早口で接客されたら嫌でしょ。そうするとこの人のおすすめは聞かないです。めちゃくちゃシンプル。なぜシンプルかと言うと、僕ら人間だから哺乳類から非言語コミュニケーションっていうのが始まっています。この原点を疎かにしてると接客力が上がりません。インバウンドで英語話せなくても笑顔で接客しましょうね。これをきちんとやると集客力が変わり、リピート率が変わる。

■配善ロボット

2年前のアンケートで「飲食店でロボットによる配膳などを受けたことがありますか？」8割以上が体験しています。「ロボットによる接客に対する満足領域が95％以上で、不満がゼロでした。お客様にとったら配膳ロボットはネガティブなことではないのです。テクノロジーの導入はお客様からすると全然いいよ！っということです。飲食店に行く理由は「ちょっとでも楽しく過ごしたいから」です。テクノロジーが入って不満に思わないんだったらオッケーなのがこれからの時代の考え方です。

■人から受けるサービスの価値って何ですか？

店員さんと仲良くなってちょっとした会話を楽しめること。外食に来た特別感を感じること。ミスもオッケーです。トラブル対応してくれたら人の価値だよ。テクノロジーを体験しているお客様は不満に思うことが少なです。なので人間らしくドロ臭く、積極的にお客様に寄り添っておもてなしの力を出すお店にフォーカスが当たります。テクノロジーでできることと、人ができることが区別されてきてるのでだんだんタッグを組める時代になってきたことを覚えておいてください。

■接客超基本4大行動

1：笑顔

笑顔だと話しかけられやすい、この時点で売上変わります。笑顔を出すのが正解でなく相手が笑顔になることが正解です。自分の表情を見てお客様が笑顔で返してくれたら正解。

2：アイコンタクト

アイコンタクトは質と量が大事です。接客力向上の起点は会話じゃなくてアイコンタクト。ですからお客様から信頼されるんです。お客様のことを組み取ることができるわけです。アイコンタクトの正解は相手が話しやすくなる。話しに行くんじゃなくて話しかけてもらいやすい人になるのが大事。

3：声

明るい声で挨拶しようと言われてる飲食店の皆さんどれだけいますか？多分ほとんどいないです。挨拶、声を出そうは言ってるお店多いですが「明るい声」はないですよね。明るい声って何？かと言うとワントーン上げることと語尾スキップ。自信がなかったり疲れてくるとトーンが下がります。だから率先して明るい声で話します。そうするとお店の雰囲気が良くなります。

4：オーバーアクション

オーバーアクションはオーバーにやるんです。お客様にとったら初めましてのお店かもしれない。だからオーバーアクションすると分かりやすい。ようは活気