

# あした 未来へつなぐ

【顧客満足 (CS) 度の向上】

ひとりでも多くの人の役に立つために、この北海道で地域と人のために私たちができること。JR北海道グループは、いま真摯に向き合います。「未来(あした)へつなぐ」ために。

文=本間 吾里砂



キヨスクの店舗だけでなく、100円ショップ、書店、飲食店と幅広い業態を展開しているだけに、すべてに通用する接客サービスを明確化し、提供することが目標。

## お客様が求めるサービスを提供するために、CS向上への取り組みを推進する『北海道キヨスク』

「キ

ヨスク」といえば、今も昔も駅の構内や

業態の店舗を展開し、JR北海道のグループ会社として着実に成長を続けています。

ホームにある小さな売店のこと。北海道の運営母体は北海道キヨスクで、近年は昔ながらの店舗に加え、コンビニ店舗、道内各地の特産品などを取りそろえたスー

平成二十二年十月には北海道ジェイ・アール・フーズと合併し、銭湯やホテルまで事業の幅を広げました。

ペニア店舗のほか、百円ショップ、書店、飲食店と多彩な

”新しいキヨスク“への転換を目指し、改革を進めてきた同社では、組織改正とともに

にCS向上への

取り組みを強力

に推進していま

す。その足がか

りとして、平成

十六年に各店舗

に寄せられたお

客様の声を集約

する「お客様サ

ービスセンター」

を開設。全道か

ら届けられたお

客様の声を「お

客様の声検索シ

ステム」に登録し、

データベース化



好立地にあるのがキヨスクの特徴。サービスアップで売り上げもアップ!? 手づくりの「CSかわら版」(右)は、平成22年4月30日に創刊。



することに、サービス改善に役立てています。また、同センターをCS活動の拠点とし、各種研修の実施、お客様の声などを掲載した「CSかわら版」の発行、販売サービス係による「CS実践発表会」、本社社員が札幌圏内の店舗で実態調査を行う「社内モニター制度」など、さまざまな試みにチャレンジしながら、内容を

見直しながら、今後も継続的に取り組んでいきます。

平成二十三年一月には、新たな試みとして「サービ

ス競技会」を開催しました。これは店舗のスタッフが販売員とお客様に扮し、顧客の前で「おもてなしの心」を表現することで、自らの接客スタイルを振り返り、さらには他店舗スタッフの接客スキルを見て学んでほしいとの思いから実現したものの、第一回目ということもあって、今回はスーペニア店舗に限定しての開催となりましたが、順次他の業態へも広がっていく考えです。

お客様サービスセンターの担当課長、寺島由美子さんは「こうした取り組みが、社員一人ひとりのCSに対する意識向上、サービス改善への動機づけになれば、それが成果へとつながっていくのではないのでしょうか」と話しています。

同社では今後、お客様が求めるサービスのあり方を追求し、すべての業態で通用するサービスの明確化および提供に努めていきます。①