

「サービス業の生産性向上」

～「おもてなし規格認証」を機会とした取り組み～

論文の主旨

「おもてなし規格認証制度」は、経済産業省が中心となって創設され、「おもてなし規格基準」を満足したBtoCサービス提供事業者を認証する制度である。7分類30項目の「おもてなし規格基準」により、事業者のサービス品質を「見える化」して、サービス業の生産性向上等に活用することが可能である。

今回は、制度の目的/認証照月及び取組み事例について解説する。

1. 「おもてなし規格認証」の目的/制度創設の経緯
 - 「サービス品質の見える化」を実施することにより、サービス産業による付加価値の創出を促し、生産性の向上、地域経済活性化を図る。
 - 外国人観光客の獲得や地域独自の観光プログラムへの取り組みを推進する。
2. 「おもてなし規格認証」の認証手続き
 - おもてなし認証規格基準により、以下の3区分の認証/登録を行う。
 - 紅認証：「基本的な期待に応えるサービスレベル」の事業者
 - 金認証：「独自の創意工夫を凝らしたサービスレベル」の事業者
 - 紺認証：「期待を大きく超える『おもてなし』を提供するレベル」の事業者
 - 認定機関が、「登録証」や「おもてなし規格認証マーク」を発行する。
3. 「おもてなし規格認証(制度)」の活用
 - おもてなし規格認証は、ゴールでなくスタート
 - 認証取得に関連したメリット
4. 取組み事例
 - 「おもてなし規格認証」事業者における取組み事例(3社)を紹介する。
 - 旅館業：栄太郎、平田館(金認証)
 - レジャー施設：鈴鹿サーキット(紺認証)

発表者の紹介

氏名 田頭 和宏氏
営業統括部 営業推進課 コンサルティングチーム
会社名 高山信用金庫
〒506-0843 岐阜県高山市下一之町63(金融機関)

氏名 呉 潤娟氏
事業推進室 事業企画課
会社名 株式会社モビリティランド 鈴鹿サーキット
〒510-0295 三重県鈴鹿市稲生町7992
(国際レーシングコースを中心としたレジャー施設)

氏名 岡本 和博
コンサルティング事業部 審査業務部 次長
会社名 一般社団法人 中部産業連盟
おもてなし規格認証審査員

「サービス業の生産性向上」
 ～「おもてなし規格認証」を機会とした取り組み～

コンサルティング事業部
 審査業務部 岡本 和博

「サービス業の生産性向上」 ～「おもてなし規格認証」を機会とした取り組み～

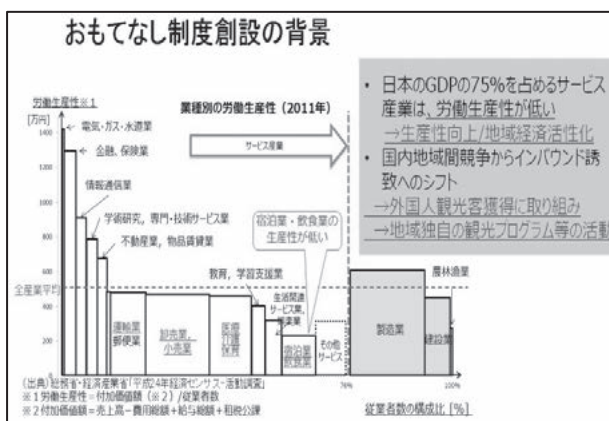
中産連は、平成29年4月からおもてなし規格認証機関として認証活動を開始しました

おもてなし規格認証 2017 1月下旬スタート

1. 「おもてなし規格認証」の目的/制度創設の経緯

サービス産業は我が国のGDPの約70%を占め、我が国経済の成長には、サービス産業の活性化・生産性の向上が不可欠である。また、地域経済においても、サービス産業は地域雇用の大きな部分を占め、地域住民の生活を支えるサービスの提供を行っている。

ただ、その提供する「サービス」の特性として、目に見えない「無形性」や生産と消費が同時に発生する「同時性あるいは不可分性」、保存ができない「消滅性」といった性質をもつことから、そのサービスの質に見合った付加価値をとれておらず、そのためにサービス産業の生産性が停滞につながっていると指摘されることがある。



ら、そのサービスの質に見合った付加価値をとれておらず、そのためにサービス産業の生産性が停滞につながっていると指摘されることがある。

業種別の労働生産性の比較では、サービス業の中でも、B to C形態の宿泊業/飲食業等の生産性が低い統計データがあり、小規模事業者の多いこの様な業種の生産性向上が、地域経済の活性化につながるとみられている。

そこで、サービス産業による付加価値の創出を促し、もって地域や国全体のサービス産業の底上げおよび生産性向上を図るために、質の高いサービスに対して、それにふさわしい評価とPR活動がされることが重要であると検討されてきた。

おもてなし規格認証制度の創設
「サービス品質の見える化」(経産省HP)

●「日本再興戦略」改訂2015に盛り込まれたサービス産業の活性化・生産性の向上を受けた施策として、サービス品質の「見える化」を実施する。

(抜粋)
 ……サービス産業の生産性の伸びを2020年までに倍にすることを目指します。2020年までに、全国1万社で生産性伸び率10%を達成します。サービスの質を「見える化」する『おもてなし規格』を作り、30万社による認証の取得を目指します。…

(引用:首相官邸HP)

安倍総理のご発言(平成28年3月4日 未来投資に向けた官民対話)

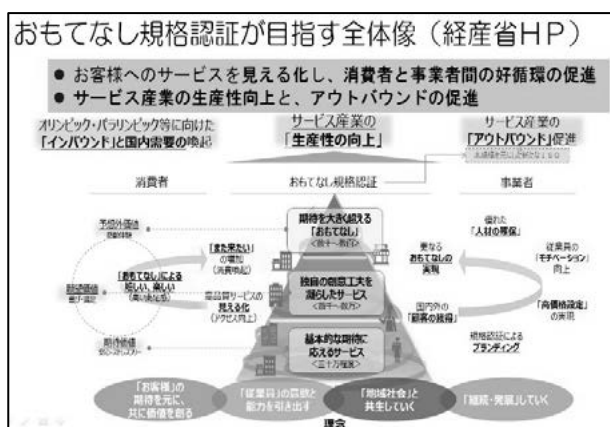


こうしたことから、サービスの質を「見える化」してサービス品質を評価する新たな仕組みが必要であるとの結論に至り、経済産業省が主導して、平成28年8月にサービスの質を「見える化」する「おもてなし規格認証」制度が創設された。おもてなし認証制度では、30万社の認証を目指している。これは、ISO9001+14001の国内認証数の約6倍の数であり、その意気込みの強さが示されている。

おもてなし規格認証制度では、3つの目的と4つの理念を設定している。

目的	理念
・オリンピック・パラリンピックに向けたインバウンドと国内需要の喚起	・「お客様」の期待を元に、共に価値を創る
・サービス産業の生産性の向上	・「従業員」の意欲と能力を引き出す
・サービス産業のアウトバウンドの促進	・「地域社会」と共生していく
	・「継続・発展」していく

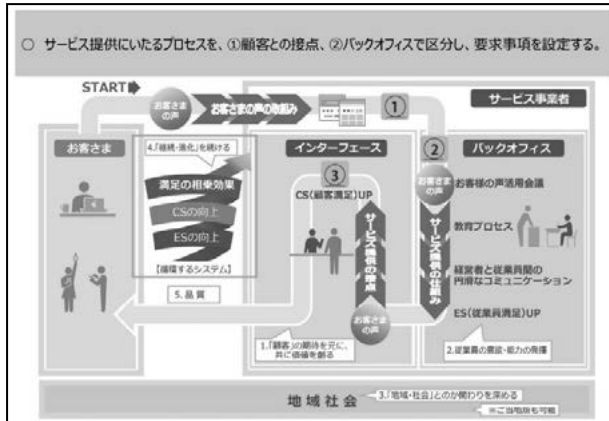
これらを実現させるためには、顧客に高い満足感を感じてもらえることと、事業者側のサービス品質の向上が必要となってくる。そのため、サービス提供にいたるプロセスを「顧客との接点」、「バックオフィス」で区分して、求められるサービス品質(要求事項)を設定している。例えば、事業者側には、顧客の獲得/ブランディング/モチベーション向上/人材確保等をキーワードに目的達成につなげていこうとしている。



特に、「海外からの顧客へのおもてなし」をより充実させるために、外国語/文化への対応が可能な人材育成やIT機器の導入/活用等も促進して、経済活動の継続・発展も期待されている。

又、消費者の「また来たい」/「また、買いたい」欲求を満たす商品/サービス開発が不可欠になる。(高価格/付加価値商品サービス開発/提供なのか経済的価格/付加価値商品サービス開発/提供なのかのマーケット戦略を含めて)

例えば、「お客様の声」をアンケートやお問い合わせフォームなどから入手するしくみがあり、バックオフィスで、そこから得た要望や地域社会とのコミュニケーションから得た情報を集計、分析し、サービス内容の改善、新サービスの開発、従業員教育に反映したり活用したりするしくみがあること、従業員同士のコミュニケーションや従業員の意見を取り入れる等、ES（従業員満足）の向上を図るしくみがあること。そして、これらが反映されたサービスが顧客に提供される

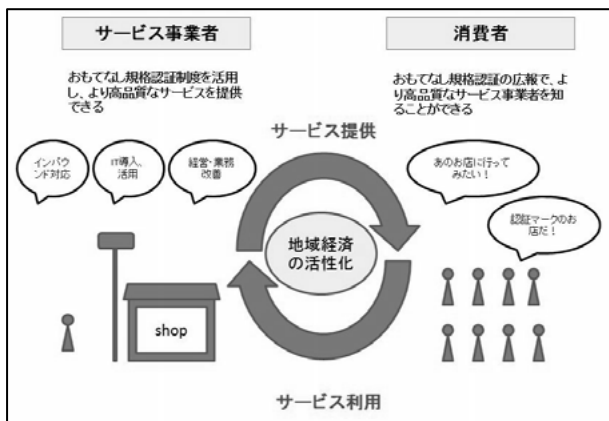


ることによるCS（顧客満足）向上につながるしくみがあることなどにより、サービスの品質向上が循環するシステムとなることである。サービス事業者においては、従業員がサービス提供において顧客との接点となることが多く、従業員のモチベーションが品質や生産性に直結するため、バックオフィスでの業務とともに、このES（従業員満足）の向上を図るしくみも重視している。

上記のESも含めたサービス事業者の取組みも含めて、「インバウンド対応」/「IT機器導入」/経営・業務改善」が、消費者の商品購入/サービス利用の機会の拡大につながる。

IT機器導入として、「各種決済サービス機器の導入（電子マネー/各種クレジット対応）」/「タブレット端末での注文/説明」/「財務/在庫管理システム/アプリ導入」等が含まれる。「経営・業務改善」には、「経営計画等の作成」/「情報システムやアプリ等を活用した指標分析」/等が含まれ、これらの取組みを継続的に実施することで自社の「生産性の向上」を図ることができる。

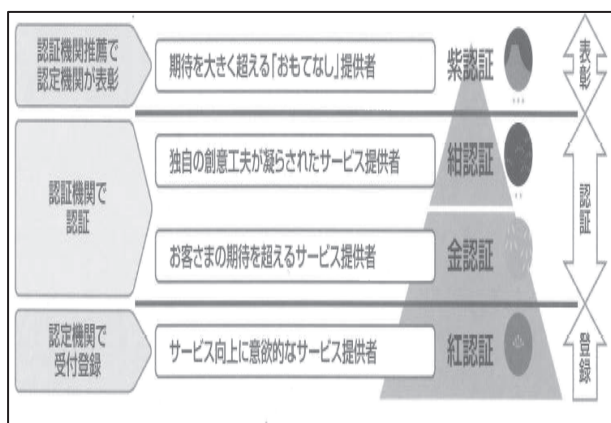
登録後に発行される「おもてなし規格認証登録証」や「おもてなし認証マーク」を自社のHPや店頭等に掲出することで、自社のサービス品質を客観的に「見える化」することができ、消費者の選択肢となる。又、観光予報プラットフォーム推進協議会では、「おもてなし認証事業者」/



「フリーWiFiポイント」/「海外カード対応ATM設置店」/等の観光便利情報を集約したサイト（観光予報プラットフォーム <https://kankouyohou.com/>）を開設して、より多くの人におもてなし認証事業者を知ってもらう取り組みを開始している。「おもてなし認証事業者」の周知/公表は、他の観光サイト/口コミサイト等にも拡充する予定がある。

「おもてなし規格認証制度」では、おもてなしのサービスレベルを「見える化」するために、申請事業者のサービスレベルに応じて、認証事業者を紅認証/金認証/紺認証/紫認証の4段階に区分している。紅認証は梅、金認証は竹、紺認証は松、紫認証は富士山をイメージした和のデザインで、海外のお客様の関心を引くように工夫している。

ISO9001/14001 認証制度は単一の認証であり、このようなサービスレベルのレベリングは特徴的である。予め事業者がどのレベルの認証を受けるかを決定して、認証機関にその認証申請に応じた



「おもてなし規格認証基準」に従い、認証機関が認証を行う。(認証基準/認証方法等は、3項で説明する。) 経済産業省は、紅認証を30万社、金認証を数万社、紺認証を数百社程度の認証を計画している。紫認証は、認定機関による表彰形式を予定している。より多くの事業者に取り組みが可能な様に、金認証の場合の認証費用も3万円程度に抑えている。

2. 「おもてなし規格認証」の認証手続き

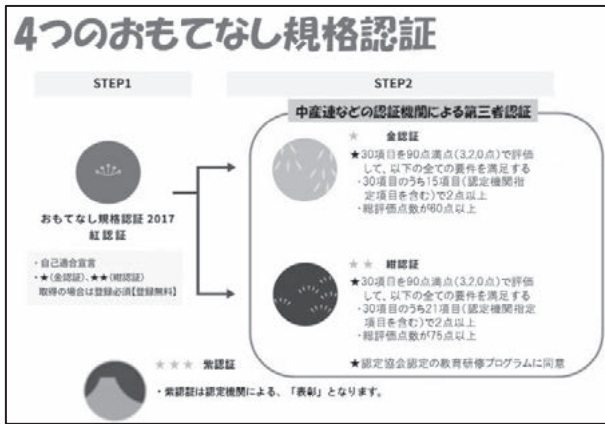
一般社団法人サービスデザイン推進協議会（おもてなし制度認定機関）が、「おもてなし規格認証制度」を統括管理している。現在、認証機関は中部産業連盟を含む10団体が登録され、各認証機関の強みや特色に応じた認証基準を加味した認証活動を行っている。当連盟では、主に中部エリアを担当している。



認証レベルによって申請方法は異なる。「紅認証（登録）」の場合は、直接認定機関のHPを通じて無料で申請登録できる。「金認証」/「紺認証」は、認証機関を通じて認証申請して、現地調査等の手続きを経て認証されると認定機関により「登録証」と「認証マーク」が発行される。

「紅認証」の場合は、認定機関のHPに公表している「おもてなし認定基準」（チェックシート）への記入形式で、事業者の取組み状況を確認する。（「おもてなし認証基準」は、「情報提供」/「設備」/「職場等の環境改善」/「業務の改善」/「ツールの導入・用意」/「顧客理解・対応」/「人材教育・育成」の7分類30項目が準備されている。）「既に実施している」もしくは、「今後実施したいと思う」取組について、合わせて15項目以上適合（○）する事業者は「おもてなし規格認証」に無料登録（自己適合宣言）できる。「金認証」/「紺認証」の場合は、紅認証登録後に申請事業者が登録希望する認証機関を通じて申請する。

申請する認証レベルによって認証基準が若干異なる（金認証は15項目以上の運用実施/紺認証



は21項目以上の運用実施等)が、いずれも認証機関が店舗等を現地調査して、取り組み状況をヒアリング/運用記録確認/施設の状況確認等を通じて、認証可否を決定する。認証基準は、地域特性/業種特性等を考慮した認証機関の判断で若干の修正が許容されていて、中産連の場合の認証手続き/基準は、おもてなし認証センターHPに公表している。

おもてなし認証手続き

- <https://www.chusanren.or.jp/omotenashi/index.html>

おもてなし認証基準

- <https://www.chusanren.or.jp/omotenashi/pdf/kikaku2017.pdf>

紺認証の場合、事業者が認定機関認定の教育研修プログラムを受講していることも認証要件の一つとなる。

現時点では、認証は店舗単位で、1事業者で複数店舗の認証を希望する場合は現地店舗のサンプリング（ミステリーショッパー）等も実施している。又、インターネットショップ等の仮想店舗に対する認証は実施していない。

又、「おもてなし認証制度」は、ISO認証制度での「不適合」の処置が完了（30項目全てが○）しなくとも認証可能な制度となっていて、認証取得後に事業者が取り組む必要のある項目を明示することができる。（詳細は、3項参照）

3. 「おもてなし規格認証（制度）」の活用

ISO規格認証（マネジメントシステム認証）では、150項目程度の要求事項（ISO9001の場合）

があり、認証申請して取得するまでの準備（例えば、規格の理解やシステム構築/文書化、内部監査/マネジメントレビュー等）が大変で、認証取得がゴールであるといった認識の方もいる。

それに対して、おもてなし規格は7分類30項目と比較的コンパクトにまとめられていて、システム構築や内部監査/マネジメントレビューの実施を求められることもなく、確認項目を容易に理解することができて一見するとチェックリストの様である。

【規格項目】

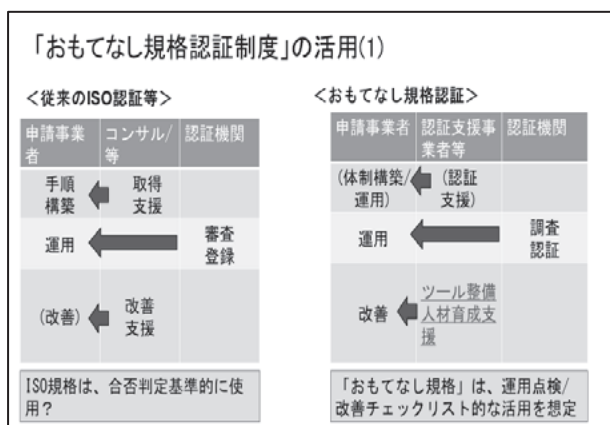
下線部は、中産連独自項目

1. 情報提供に関する取組（/12点）

NO	確認項目	評価
1. インターネット等を活用した情報発信	① 自社WEBサイト/通販サイト/旅行サイト等の複数サイトで情報発信している。 ② 日本語以外（英語/中国語/韓国語等）のサイトも作成又は利用している。 ③ 継続的に、情報更新している。	
2. 初めてサービスを利用するお客様に対するツールの整備	① サービス案内パンフレット/メニュー/レイアウト図等を作成している。 ② カナナビやGoogleマップ等で、自店舗へ案内ができる。 ③ 継続的に情報更新している。	
3. 従業員同士や地域との情報共有	① 地域の組合/協会などに参加したり、地域のイベントや行事等に参加したりして、情報収集している。 ② 職場内ミーティング等で意見（お客様の様子/職場改善等）を吸い上げて、活用している。	
4. 情報発信の工夫	① 自社HPのお客様の声やFacebook/Twitter/LINE等を活用して、お客様と情報交換できる。 ② それらのサイトの書き込み情報等を従業員間で共有して、商品サービス改善等に活用している。	

目を容易に理解することができて一見するとチェックリストの様である。

ISO 認証取得の際に、コンサルタントの支援を受けて認証取得した事業者も比較的多い様だが、おもてなし認証の場合は4項の「取組み事例」の事業者も含めて認証に備えて準備を実施した事業者はほとんどいない。

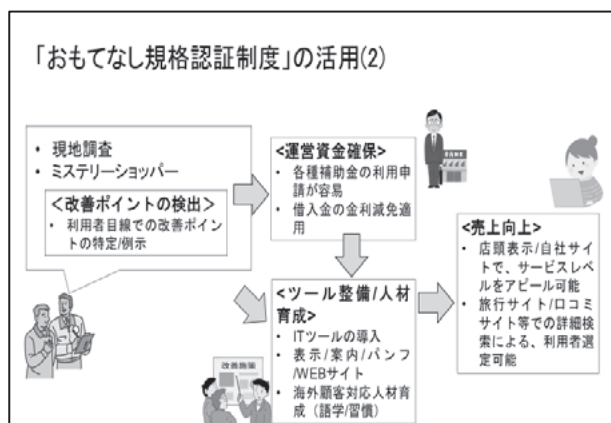


現地調査では、多分に「現状調査」的な意味合いが強く、このチェックリストを活用してサービス提供事業者に客観的に自社の強み/弱みの明示やそれに関連する改善項目を提供することができる。

平成30年から、中産連では現地調査(評価)結果を認証取得事業者へ提供する予定である。

おもてなし認証制度上は「認証支援事業者」を位置付け、現地調査前後に申請/認証支援事業者を支援する枠組みを提供している。

経済産業省では、サービス提供事業者の「生産性向上」して売上向上に寄与してもらうために、「サービス等生産性向上 IT 導入支援事業」を行って、「おもてなし認証」を審査項目の一つにして



していた。(2次募集は、平成29年6月締め切り)又、一部の金融機関では、事業者が人材育成やツール整備に必要な運転資金を確保するために「おもてなし認証(金認証/紺認証)」による融資金利優遇サービスを提供している。

個々の事業者にとって、「おもてなし認証」は認証取得がゴールでなく、売上向上のためのスタートのきっかけであるといえるかもしれない。

4. 取組み事例

当連盟が認証した事業者の「おもてなし」への取組み事例を紹介する。(これらの事業者がおもてなし認証取得へ向けて新たな取り組みをした訳ではなくて、今まで事業者自身が取り組んできたことに対して、現地調査して認証している。)

- (1) 栄太郎、平田館 (金認証)
- (2) 鈴鹿サーキット (紺認証)

第4部(認証系)
「サービス業の生産性向上」
～おもてなし認証を機会とした取り組み～

旅館の生産性向上の取組みと おもてなし規格認証取得について

平成29年11月21日
高山信用金庫 営業統括部営業推進課
コンサルティングチーム
田頭和宏



1

目次

1. 自己紹介
2. 飛騨地域の観光産業について
3. 奥飛騨温泉郷平湯温泉
栄太郎、平田館の概要と事例紹介
4. おもてなし規格認証(金認証)取得と
今後期待すること



2

1. 自己紹介

平成11年4月 高山信用金庫へ入庫
駅前支店⇒本店営業部⇒日枝支店
融資部経営支援課に配属
奥飛騨温泉郷の旅館を中心に経営支援活動に従事
平成28年6月 高山市地方創生有識者委員の委嘱を受ける(継続中)
平成29年2月 営業統括部営業推進課コンサルティングチームに配属
平成29年5月 高山市企画部企画課に派遣(週2日)
平成29年6月 一般財団法人飛騨高山大学連携センターに派遣(週2日)
※一般財団法人飛騨高山大学連携センターは高山市が
出資して設立したシンクタンク組織です。



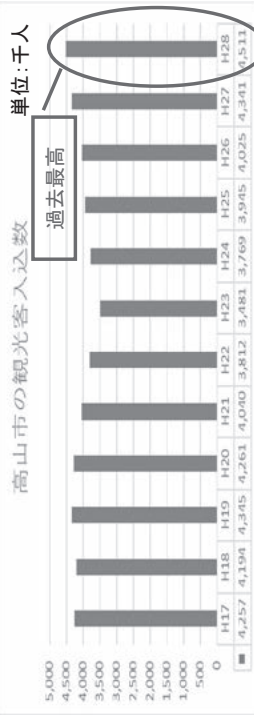
3

2. 飛騨地域の観光産業について



4

2-1 高山市の観光動向

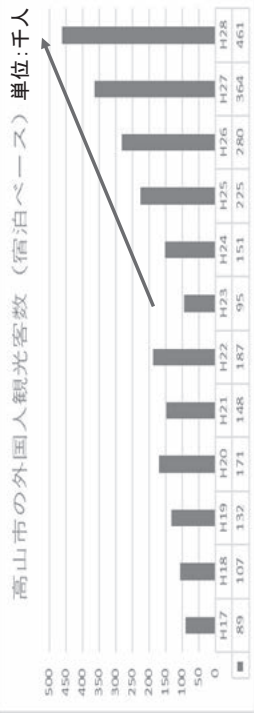


※平成28年高山市観光統計より

高山市における平成28年の観光客入込者数は4511千人
(前年比3.92%増)で過去最高の入込となりました。



2-1 高山市の観光動向



※平成28年高山市観光統計より

外国人観光客数は、宿泊ベースで過去最高の46万1千人
(前年比26.55%増)と大幅な増加となりました。



2-2 飛騨地域の旅館・ホテルの状況

飛騨地域の宿泊事業者数

高山市	高山	76	古川	24
	国府	1	神岡	5
	朝日	10	下呂	51
	久々野	5	萩原	4
	高根	1	馬瀬	5
	荘川	12	小坂	11
奥飛騨温泉郷	丹生川	14	白川村	41
	一之宮	8	白川	41
	合計	107	合計	375

※岐阜県旅館ホテル生活衛生同業組合の公開情報より

高山市と奥飛騨温泉郷の宿泊事業者数を合わせると234軒になり、飛騨地域の62.4%を占めています。これにより、他の宿泊事業者との差別化が重要となっています。



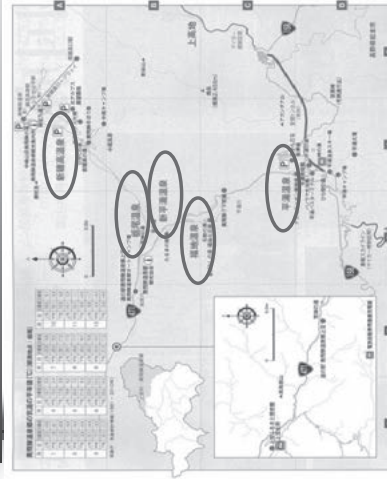
2-3 奥飛騨温泉郷の概要

奥飛騨温泉郷は高山市北部に位置し、3,000mを超える北アルプスの麓にあり、平湯・新平湯・福地・栃尾・新穂高温泉の5つの温泉地で形成されています。

【旅館数】

平湯温泉	21軒
新平湯温泉	30軒
福地温泉	11軒
栃尾温泉	9軒
新穂高温泉	38軒

※奥飛騨温泉郷観光動態資料より



出典：飛騨高山観光ガイドブックより

3. 奥飛騨温泉郷平湯温泉 栄太郎、平田館の概要と事例紹介

3-1 栄太郎の事例紹介

創業: 昭和54年3月(創業38年)
 宿名: 山のよろこび お宿栄太郎
 住所: 岐阜県高山市奥飛騨温泉郷平湯
 駐車場: あり(無料)
 客室数: 20室(本館、別館)
 温泉: 内風呂4、露天風呂4
 客層: ファミリー、登山者、インバウンド
 強み: ①料理が美味しい
 ②登山関係者が集まる宿
 ③後継者が事業に従事している
 弱み: ①施設の老朽化
 ②繁忙期の従業員不足



3-1 栄太郎の事例紹介

- 【主な経営改善の取り組み】
- ・愛知県中小企業診断士協会『(公社)温泉宿泊業経営研究会』の無料経営診断の実施
 - ・経営コンサルと顧問契約し、毎月3者で月例会議を開催
 - ・ネットコンサルと契約し、自社HP制作やOTA※1、管理を委託
 - ・経営改善計画書の策定(月例会議で毎月モニタリングを実施)
 - ・国内OTAのロコミ対策
 - ・海外OTAと契約し、インバウンドの積極的な受入れ
 - ※館内整備も同時に取組中
 - ・補助金の利用(小規模事業者持続化補助金、岐阜県観光回廊づくり推進事業費補助金等)

※1 OTA=Online Travel Agentの略

3-1 栄太郎の事例紹介

じゃらんロコミ評価【栄太郎】

	総合	部屋	風呂	朝食	夕食	接客	清掃
H25.3	4.3	3.7	3.6	4.4	4.7	4.3	4.2
H29.9	4.5	4.2	4.1	4.5	4.8	4.3	4.4
増減	0.2	0.5	0.5	0.1	0.1	0	0.2

大型の設備投資は行わず、ロコミ評価の改善に取組みました。

部屋: 料理自慢の宿であることから、客室に『お品書き』を設置

風呂: 脱衣場に『2種類の源泉が楽しめる』といった説明を掲示

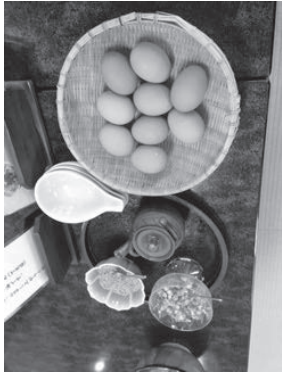
朝食: 地元産の新鮮な卵を使い、卵かけごはんを食べ放題

夕食: 飛騨牛だけでなく、季節の料理を提供(山菜天ぷら、きのこ鍋等)

3-1 栄太郎の事例紹介



好きな山菜を選んで、その場で調理。
山菜天ぷら食べ放題



地元養鶏農家から直送。卵かけこ
飯食べ放題

3-2 平田館の事例紹介



創 業: 大正元年(創業105年)
宿 名: 平湯温泉 平田館
住 所: 岐阜県高山市奥飛騨温泉郷平湯
駐 車 場: あり(無料)
客 室 数: 21室(一般17室、特別室4室)
温 泉: 内風呂2、露天風呂2
客 層: ファミリー、シニア、インバウンド
強 み: ①社長の養蜂
②割安な特別室
③外国人対応
弱 み: ①館内設備の老朽化
②人材不足

3-2 平田館の事例紹介

【主な経営改善の取り組み】

- ・経営コンサルと顧問契約し、毎月3者で月例会議を開催
- ・ネットコンサルと契約し、自社HP制作やOTA管理を委託
- ・経営改善計画書の策定(月例会議で毎月モニタリング)
- ・地域特産品を利用した料理メニューの変更
- ・国内OTAのロコミ対策
- ・海外OTAと契約し、インバウンドの積極的な受入れ
 - ※館内整備も同時に取組中
- ・特別室の稼働率アップ
- ・補助金の利用(小規模事業者持続化補助金等)

3-2 平田館の事例紹介

じゃらんロコミ評価【平田館】

	総合	部屋	風呂	朝食	夕食	接客	清掃
H25.4	3.9	4.2	3.6	3.9	4.3	3.9	3.8
H29.9	4.1	4.6	4.3	4.1	4.3	4.3	4.5
増減	0.2	0.4	0.7	0.2	0	0.4	0.7

大型の設備投資は行わず、ロコミ評価の改善に取組みました。

- 部屋: 特別室の宿泊料金の引き下げ稼働率をアップ※特別室のロコミ増加
- 風呂: 脱衣場に『平湯温泉 最古の源泉』の説明を掲示
- 朝食: 自家製ハチミツを利用した料理の提供
- 接客: 部屋食から広間食に移行したことで食事提供時の苦情を軽減

3-2 平田館の事例紹介



(左写真) 養蜂の様子
(右写真) 特別室の源泉かけ流し温泉

17

4. おもてなし規格認証(金認証)の取得と 今後期待すること

18

4-1 おもてなし規格認証(金認証)取得

【認証取得の経緯】

- ・両館とも『おもてなし規格認証2016』で紅認証を取得
- ・『おもてなし規格認証2017』のスタート
※飛騨地区においての『金認証』はパイロット認証取得事業者である
株式会社ホテルプラザのみであった。
- ・飛騨地方は宿泊事業者が多く、他の事業者との差別化が必要と考
え認証取得に挑戦
- ・旅館業では、認証取得の審査項目(30項目)は既に取り組んでいる
ことが多いため、特別な準備なく認証取得が可能であった。
- ・『金色』というのが、インバウンドに対し好印象を与えると考えた。
※特に中国人観光客に対して

19

4-1 おもてなし規格認証(金認証)取得



【金認証取得後のPR方法】

- ・認定書をフロントに設置
- ・自社ホームページに認証マークを掲載
- ・海外OTAサイトの写真掲載項目に追加
- ・おもてなし規格認証(金認証)取得記念宿泊プランの販売

20

88

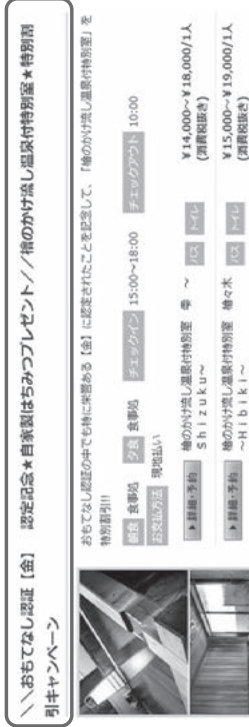
4-1 おもてなし規格認証(金認証)取得



(左写真) 栄太郎の自社ホームページ
(右写真) 平田館のBooking.com基本画面


 高山信用金庫 21

4-1 おもてなし規格認証(金認証)取得



＼＼おもてなし認証【金】 認定記念★自家製はちみつブレゼント／／榻のかけ流し温泉付特別室★特別割引キャンペーン

おもてなし認証【金】に認定されたことを記述して、「榻のかけ流し温泉付特別室」を特別紹介!!

原宿 表参道	夕張 表参道	千歳 表参道	15:00～18:00	千歳エアポート	10:00
お支那の方	神楽坂				

Y14,000～Y18,000/1人 (消費税別)

Y15,000～Y19,000/1人 (消費税別)

平田館の金認証取得記念限定宿泊プラン


 高山信用金庫 22

4-2 おもてなし規格認証に期待すること

【旅館・ホテル業において期待すること】

- ① 主要な国内OTAサイトである、じゃらん・楽天トラベル・JTB等との連携による認証マークの掲載
- ② 主要な海外OTAサイトである、Booking.com・Expedia・agoda等との連携による認証マークの掲載
- ③ 主要な口コミサイトである、トリップアドバイザー・食ログ等との連携による認証マークの掲載
- ④ 補助金利用時の加算要因としての推進
※IT導入補助金では導入済み
- ⑤ 認証取得者向けの制度融資の開発
※例として『生産性向上資金』といった県制度融資


 高山信用金庫 23

ご清聴ありがとうございました。


 高山信用金庫 24

おもてなし規格認証 紺認証事例 鈴鹿サーキット

2017年11月21日
株式会社モビリティランド 鈴鹿サーキット
事業推進室 事業企画課 吳 潤娟



◆モビリティランドの使命

1962年、鈴鹿サーキットは産声をあげ、以降50年わたしたちは、日本のモータリゼーションの発展とともに、時代の要請を踏まえながら、幅広い領域で“モビリティのテーマパーク”づくりと、その発信をおこなってきました。これからも私たちの使命は変わることなく、世界に類のないモビリティテーマパークのトップランナーとして、更なる進化を遂げ、モビリティ社会に貢献し続けます。

◆社是

わたしたちは、世界中の人と自然を心豊かに結びモビリティ文化を創造し、「喜び」「楽しさ」「感動」を広く社会に提供し続けます。

… 1962 1963 1979 1987



鈴鹿サーキットの事業紹介



鈴鹿サーキットの目指しているもの

『モータースポーツのトップブランド』の価値・評価を向上させ、世界トップレベルの“モビリティテーマパーク”として、4事業(モータースポーツ/モトピア/リゾート/交通教育)が相乗効果を生み、進化を続けることでお客様に存在を期待される企業であり続けます。

鈴鹿サーキット年間動員 約200万人(約1/3がお子様層)

■モータースポーツ

世界最高峰のイベントを最高の受入レベルで開催し、お客様に感動を伝えるとともに、モータースポーツを身近に「楽しむ・走る・参加」するフィールドとして先駆的なチャレンジを継続しています。



■モトピア

「チャレンジして成長する」をコンセプトに、お客様が自ら「操る喜び」を体験できる世界最高のフィールドを実現し、幼少期からの親和性を旨みます。



■リゾート

ご家族にお楽しみ頂ける様々なコンセプトルームや幅広いニーズに応えるレストラン・温泉を有し、鈴鹿サーキットでの滞在を更に充実させるリゾート空間です。



■交通教育センター(STEC)

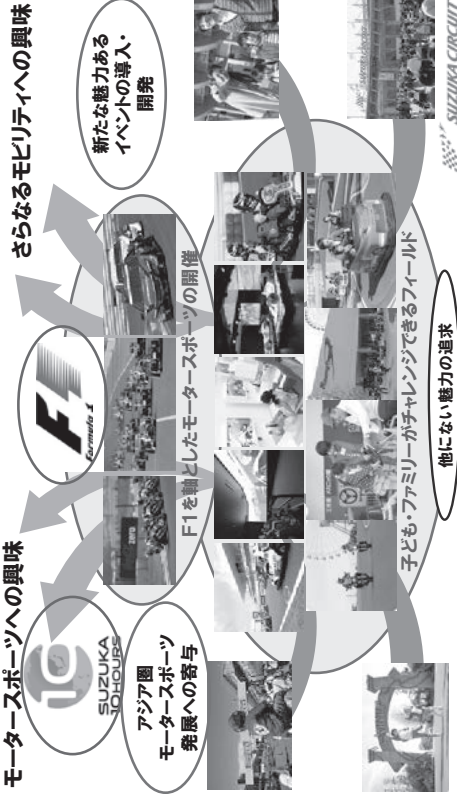
交通安全教育において日本トップクラスの水準を誇る“STEC”。個人向けのテクニク向上スクールから企業向け訓練カリキュラム、親子で楽しむバイクスクールなど、様々な安全運転技術向上のための教育活動を行っています。



モビリティランドが目指すもの

鈴鹿サーキットは多くのお客様と直接触れることができ、かつ集信力のあるフィールドとして、F1を軸に、他モータースポーツやモータビアを絡め、モビリティ文化の発展に寄与してまいります。

モータースポーツへの興味



さらなるモビリティへの興味

SUZUKA CIRCUIT

サービス品質向上に関する取組

SUZUKA CIRCUIT

① 情報提供に関する取組

<必要な場所には必要かつ的確な情報を>

- 言語バリエーションの取組: 5か国語の園内ガイドマップ、2ヶ国語の観戦ガイドや園内看板表示など
- 多言語情報発信: 3か国語サイトとSNSで定期的にお客様にとって有益な情報更新を行っております
- 建物内外に国際標準化されたピクトグラムを活用し、海外のお客様にも容易に理解できます

園内ガイド、観戦ガイドの多言語バージョンの展開



国際ピクトグラム



SUZUKA CIRCUIT

② 設備に関する取組

<観戦に、お買い物に便利なサービスを導入しております>

- 快適な無料Wi-Fiスポットを提供しています。観戦アプリで最新のレース結果を確認したり、お待ちする際に動画やゲームを楽しんだりするなど大変便利なサービスです。
- 2017年4月に鈴鹿サーキットの約20箇所に銀聯カードの決済システムを導入しました。銀聯カードを使って、お得、便利かつ安全に鈴鹿サーキットのサービスを楽しむことができます。



無料Wi-Fiスポット



銀聯カードは、中国国内独自の決済システムで中国に選んだカードとして作られました。中国以外にも、日本・アメリカ・韓国・タイ・シンガポール・ドイツ・フランス・オーストラリアなど、加盟店を拡げています。

SUZUKA CIRCUIT

③ 職場などの環境改善に関する取組

＜お客様や従業員に「安全」「安心」「信頼」な環境づくり＞

- 全てのお客様が快適に鈴鹿サーキットを楽しむため、観戦エリア内は全面禁煙となっており、施設内では分煙を実施しております。
- 遊園地内ではキッズスペース、授乳室やベビーカーロスルーム、車椅子専用観戦エリア席を設置しております。
- お客様と従業員に「安全」「安心」「信頼」そして「充分満足して頂ける環境」を提供するために、ハード、ソフトの両面から危険要因を除去する事を目的に定期的に安全検点検、KYT(危険予知向上)を実施し、安全面のチェックや破損部品の交換など、お客様が安心して楽しんでもらえる環境づくりをしています。



授乳室

キッズスペース

ベビーカーの貸出し

SUZUKA CIRCUIT

⑤ ツールの導入・用意に関する取組

＜日本をはじめ、海外のお客様にもやさしい施設を＞

- 海外のお客様が困りごと等を安心してスタッフに問い合わせできるように多言語対応可能なMP・販売など)にて運用を開始しました。
- 2017年11月日本GPにおいて、年々増加する海外来場者への対応を海外受入レベルをより一層強化するために、社内各部門や行政機関などと連携し、国際コミュニケーションブースを実施しました。

- ・ 海外問合せ対応：外国語対応スタッフを海外インフォメーションブースにて的確な問題解決
- ・ 海外コールセンター設置
- ・ Free Wi-Fiサービス
- ・ 海外アンケート調査
- ・ SNS投稿キャンペーン
- ・ 観光、宿泊などの情報案内の充実

SUZUKA LANGUAGE BADGE



日本、海外インフォメーションと共同運営
情報・対応力不足をカバー、相互協力



積極的に海外ゲストとのコミュニケーションを円滑にしました



SUZUKA CIRCUIT

④ 業務改善に関する取組

＜お客様も従業員も大変満足していただくための日々の努力＞

- お客様のニーズに合わせ、満足していただける商品・サービスを提供するために、定期的に顧客調査、海外のお客様のヒアリング調査を実施し、お客様からご指摘を積極的耳に傾けます。
- 日常業務を通じてCSを高めた従業員を表彰する感動サービス表彰制度を設け、CSマインドの向上に取り組んでいます。
- 女性を意識したお客様へのCS向上・商品価値向上を果すため、女性視点強化チームを結成し、女性スタッフによる「女性ならではの完成」を生かし、それに取り組むこと「女性目線での確認・改善」を適切に推進しております。

- ・ 定期的な園内巡回による現場へのフィードバックと会議等での報告実施
- ・ 同業・異業問わず、他施設の視察・研究と「鈴鹿サーキットの有るべき姿」の検討
- ・ 上記作業を行う上で必要なビジネススキルを取得するための社内外研修・セミナー等の受講

感動サービス表彰制度



顧客調査



女性視点強化組織



SUZUKA CIRCUIT

⑥ 顧客理解・対応に関する取組

＜顧客理解を高める工夫＞

- 海外受入力アップを実現するため、各部門の現状と求めるレベルを明確に明記した「海外ゲストの受入の心得」を制定しました。

内容

- ・ 鈴鹿サーキット海外ゲスト受入の心構え
- ・ 海外受入に知っておいてほしいこと
- ・ 海外受入は異文化を理解し、尊重すること
- ・ 作成の目的：海外受入、顧客に向けた3つの要件
- ・ 鈴鹿サーキット海外来場現状

実践編：海外ゲストおもてなし満足度UPポイント

- ・ 共通編
 - ・ 外国人接客の基本的マナー
 - ・ 外国の風習や習慣について
 - ・ あいさつ
- ・ リノード編
- ・ モータースポーツ編
- ・ モーターポーツ編
- ・ ゲート編
- ・ 鈴鹿サーキットイベント対応一覧

国際的なテーマパークに相応しい従業員のモチベーションが備わっていること

海外ゲストの受入に向けた3つの要件

言語バリアフリー：ストレスなくスムーズに園内を楽しんでいただくこと

鈴鹿サーキットのホスピタリティを通して情報拡散につなげていること

SUZUKA CIRCUIT

⑦ 人材教育・育成に関する取組

<組織全体のCS改善と社内トレーナー養成>

■ CSトレーナー制度
「率先垂範できるCSを習得する」
CS教育に携わる社内指導者「CSトレーナー」を養成し、初めてトレーナーになったスタッフが適切で効果的な指導が行えるように定期的にCSトレーナースキルアップ研修を行います。

「わかる、できるから、教えられるにステップアップ」
また、社内インストラクターとして持つべき「心構え」を確認し、受講者側の心理も認識しながら実践スキルを体得していき、将来的にアルバイトの基本マナー研修、OJT研修などで率先垂範していただきます。

※CSとは、Customer Satisfaction(顧客満足)です。

CSトレーナー研修成果発表会



おもてなし規格認証制度の認知度向上への期待と共に、
日本、海外のお客様に鈴鹿サーキットのサービス品質の高さ、
日頃のサービス向上の努力を認識していただき、
鈴鹿サーキットの魅力を世界に発信できることを目指します。

おもてなし規格認証「証紺認証」の取得

<鈴鹿サーキットは、2017年3月におもてなし規格認証(紺認証)を取得しました>

- 「紺認証マーク」をウェブサイトや店頭に掲出し、サービス品質や取組、認証制度の認知向上、自社のブランドイメージのPRに繋がり、顧客維持、地域経済やサービス産業生産性向上に貢献します。
- お客様から「そんなのあるんだ知らなかった」という声もあり、写真を撮ってSNSに投稿していただいたお客様もいました。
- 認証制度の有無で消費者がサービスの質を判断するようになり、日頃のサービス向上の努力を顧客に明確にPRでき、他社との差別化につながり、今後認証制度の普及、認知向上を期待します。

※ 紺認証マークの掲出場所：チケットカウンター、ホテルフロント、問合せカウンターなど



本資料の転載、複製、複製の際は、事前にご相談ください

