

中小企業 診断士による 経営 Q&A

Q 脱サラして個人でラーメン店を営んでいる経営者です。お客さまの満足度を上げてリピート客を増やしたいと思っています。満足度を上げるために、どのような方法でどんなことに注意すればよいでしょうか？

A お客さまの満足（顧客満足、カスタマー・サティスファクション＝CS）を上げるためには、お客さまのCS

データを分析する際に、各サービス項目の満足度も重要ですが、各サービス項目の満足度と全体満足度との「関係性」に注目する視点がさらに大切です。

データを分析する際に、各サービスのデザイン・スタイル、利用意向（リピート率）も高くなると言われています。ラーメン店の味、価格、ボリューム、トッピング、雰囲気、接客などは、経営者にとつて味＝本質サービスの満足度が高いのは、ある意味「あたり前」の事、当然の価値なのです。逆に全体満足度への影響が強いのに、満足度が低いのが「価格」でした。このお店の改善点の一つは、単純に価格を下げるのではなく

「代えが利かない」という接客など、経営者にとつて味＝本質サービスの満足度が高いのは、ある意味「あたり前」の事、当然の価値なのです。逆に全体満足度への影響が強いのに、満足度が低いのが「価格」でした。このお店の改善点の一つは、単純に価格を下げるのではなく

「代えが利かない」という接客など、経営者にとつて味＝本質サービスの満足度が高いのは、ある意味「あたり前」の事、当然の価値なのです。逆に全体満足度への影響が強いのに、満足度が低いのが「価格」でした。このお店の改善点の一つは、単純に価格を下げるのではなく

「代えが利かない」という接客など、経営者にとつて味＝本質サービスの満足度が高いのは、ある意味「あたり前」の事、当然の価値なのです。逆に全体満足度への影響が強いのに、満足度が低いのが「価格」でした。このお店の改善点の一つは、単純に価格を下げるのではなく

顧客満足の向上を導く秘策

となります。CSに関わるサービス項目は大きく分けて2種類あります。一つは「本質サービス」項目、もう一つは「表層サービス」項目です。

表層サービスは「代償性あり」目の大事さは必ずしも「同じではない」という事実があるのです。したがって注目すべきはお店全体満足度で、さらに重要なのは味、価格、トッピング、雰囲気、接客などです。

具体的として乗用車を取り上げて説明します。本質サービス項目は、乗用車の基本性能、安全性、耐久性などです。

このCSの本質サービス・表層サービスの考え方をラーメン店に当てはめてみます。経営者が目指すのは、お客の全体満足度の「高さ」であるラーメン店のCS調査

（中小企業診断士・梅津充幸）
連絡先：一般社団法人埼玉
県中小企業診断協会（☎04
8・762・3350）