

接客白書

vol.28
2024.winter

接客ステップアップ!

本部トレーナー向け企画の第2弾!

実践!

タイプ別 コミュニケーション ～結果を出す指導者～

接客ステップアップ!を
特集でお届け!

代表
コラム

ゼネラル リテール ソリューション パートナー

General Retail Solution Partner
として貢献して参ります!



接客白書

vol.28

発行: 2024年 2月 編集: 広報マーケティング部 ©CHECKER SUPPORT CO.,LTD.2024
発売元: 株式会社 チェッカーサポート 〒135-0047 東京都江東区豊岡2-9-11 Tokyo Monnaka Village 4F TEL.03-5646-1158

店舗接客指導者の“質”が上がる!

トレーナーのコミュニケーション術



SV・本部トレーナー向け!

無料セミナー

コミュニケーションは量も大事ですが、質も重要! SV や本部トレーナーのコミュニケーションスキル次第で、接客指導者のレベルアップも可能に。店舗巡回時、どんなことを見て、話すのが良いかをお伝えします。



セミナー講師
株式会社 チェッカーサポート
台信 好美

小売業においてレジ部門に在籍し、店舗のレジ運営管理・スタッフ育成を行う。その後、チェッカーサポートに入社。複数店舗のマネジメントを担当し、レジ運営管理・スタッフ育成を行う。主に小売業の接客教育担当者へ研修を実施。従業員の自主性及びコミュニケーション力向上を目的とした研修を得意とする。2010年チェッカー技能検定1級取得。
株式会社CGC日本のチェッカーフェスティバル審査員経験あり。
接客マナーインストラクター取得。

開催日時

2024年3月12日(火)

※各社3名様まで

各回30社限定

第一回

11時00分～12時00分

第二回

15時00分～16時00分

セミナー形式 ZOOMによるWEBセミナー

接客白書 27号・28号の掲載内容から、さらに詳しく解説!

店舗接客指導者の“質”が上がる! トレーナーのコミュニケーション術

- ティーチングとコーチングをバランスよく使って、自主性を上げる方法
- ポジティブフィードバックを活用し店舗のモチベーションを上げる方法
- 巡回後のフォローアップ方法
- コミュニケーションスキルを磨き、トレーナーの確実なスキルアップを目指すセミナーです。
- 本セミナーではカメラをオフにした状態で顔出しをせずにご参加いただけます。

各社3名様までご参加いただけます。また、大変申し訳ありませんが同業他社様にはご参加をご遠慮いただいております。お申込みいただきましてもお断りさせていただく場合がございますのでご了承ください。

本セミナーへの参加をご希望される方はチェッカーサポートが運営する接客お役立ちサイト「ヒトトセ」よりお申し込みください。 [お申し込みはこちら](#)

接客ONLINE ヒトトセ <https://checkersupport.biz/hitotose/>



申し込み締切日 2024年3月8日(金)

ご参加者には有料版トレーナー研修を特別価格でご提供する他、特典をご用意しております。詳しくは『ヒトトセ』で!

本件に関するお問い合わせは以下まで

TEL 03-5646-1158 担当: 長曾我部まで
受付時間: 10:00～18:00(土・日・祝除く)

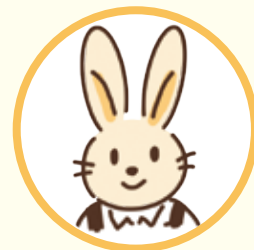
株式会社 チェッカーサポート

笑顔で日本を元気にします!

Checker Support HP



札幌営業所 青森営業所 仙台営業所 静岡営業所 名古屋営業所 三重営業所 大阪営業所 広島営業所 北九州営業所 福岡営業所
沖縄営業所 渋谷研修センター 東京本社



本部トレーナー向け
企画の第2弾!

実践!

タイプ別 コミュニケーション ～結果を出す指導者～

トレーナーの課題と解決策!

前号では本部トレーナーの効果的な店舗巡回方法についてお伝えしました。本稿ではより詳しい接客指導・コミュニケーションについてふれていきます。

トレーナーの方々から寄せられるご相談の中でも多いのは、店舗で実質的指導を行うレジチーフやリーダーに対してどのような指導またはコミュニケーションを行えばよいのか?というものです。

レジチーフを担当する方々は社歴や現場経験の長い方が多く、トレーナーとして指導をする際にコミュニケーションの難しさを抱えるケースが多いといえます。

この場合、有効な考え方は「コーチング」と「ティーチング」です。この2つは一見似ていますがその役割と内容は異なります。まずはこの手法の概要をおさえ、次にレジチーフの方々を4つのタイプに分類し、具体的なコミュニケーション方法を解説します。



タイプ別コミュニケーションの前に、指導の基本!

コーチングとティーチングを意識した指導を!

コーチングとは、学ぶ側（この場合はチーフやリーダー）へ問いかけやサポートをしながら、正解及び最適解を引き出す、または導く指導方法です。あくまで答えを出すのは学ぶ側であり、ある程度のスキル・能力を持っていることが前提です。

次にティーチングは実際に教えて説く、従来からよくある指導方法です。正解をわかりやすく落とし込むため即効性がありますが、自主性を育みにくいという側面があります。次に、この2つの手法の違いを解説します。

コーチング

コーチングは傾聴と質問を主軸とした指導方法です。会話の中で、接客の改善方法やアイデアなど、レジチーフの話を否定せずに最後まで聴きます。トレーナーはその話を聞いていく中で様々な観点を持ち、質問や問いを投げかけます。それを聞いて

たレジチーフが「それならできるかもしれない」「やってみよう」というモチベーションにつながる建設的な質問にしましょう。それを繰り返して、レジチーフ自身が話した内容から新たな発見を見つけさせてチャレンジ性や意欲、モチベーションにつなげます。また、最終的にはそのモチベーションを維持させ、各店舗それぞれの問題解決力を上げることが大きな狙いです。

ティーチング

一方、ティーチングにおいては明確な指導項目を設定することが重要です。指導する人が変わることによって指導内容も変わってしまうと、混乱を招き指導内容の定着に時間がかかってしまいます。例えば『基本姿勢（レジでの待機姿勢）』を教える際に「手

を前で組みます」だけでは不十分といえます。どちらの手が下なのか、どの位置で組むのか、指導者が同じ解釈と説明ができる様に整えることが必要です。会社として一つ一つの接客動作を言語化する「マニュアル」がその役割を果たしています。指導の環境設定の為、本部トレーナーとして『接客指針の見える化』及びしっかりとしたマニュアル整備が求められます。

人を指導するうえで重要なのはティーチングとコーチングの併用及び使い分けです。この2つの要素を組み合わせることで個々の能力を最大限に活かし、顧客満足度を向上させることが可能です。従業員に知識や技術を教えるだけではなく、相手の特性と状況を見ながら個々の成長や自己啓発を促し、高いモチベーションを維持させましょう。

POINT コーチング

- 学ぶ側へ問いかけやサポートをしながら、正解及び最適解を引き出す、または導く指導方法
- あくまで答えを出すのは学ぶ側
- 傾聴と質問を主軸とした指導方法

POINT ティーチング

- 実際に教えて説く、従来からある指導方法
- 正解をわかりやすく落とし込むため即効性があるが、自主性を育みにくい
- 明確な指導項目を設定することが重要

使い分けて個々の能力を上げる!



事例1

ドライバースタイル

主張があるのはいいけれど…

リーダーシップのあるスタッフAさんは自分の意見を主張することが得意。しかし時に横柄な物言いが目立つ。ある日、本部で決めたルールを発信したところすぐに反論の連絡が来た。冷静に正論を伝えても納得してもらえなかった。

解決例！

結果に焦点を置いた話を心がけて！

自己主張が強く即行動に出ることから、Aさんはドライバースタイルと判別します。ご自身の実績や経験に自信があり、なかなか外部の意見を受け入れづらいようです。よくも悪くもプライドが高い一面があるので、人から指示されることを嫌います。しかし、結果が出ることにはモチベーションを高く持って取り組むことができるので、発信した内容の意図よりも、結果に焦点を置いて話をするとよいでしょう。また、自己主張もしっかりされる方なので、反論の意図も聞いたうえで話す方がうけ入れてもらいやすいと言えます。



事例2

アナリストスタイル

完璧だけど時間がかかる！

仕事の完成度が高いスタッフBさん。できあがった資料はとても分かりやすいものではあるが、時間がかかってしまうので、完成度より残業を減らしてほしい。何度か話してみたが「手抜きはしたくない」の一点張りで改善が見られない。

解決例！

具体的な対策を一緒に考えましょう！

完璧主義のような傾向からBさんはアナリストスタイルと判別します。データ分析やその場の正確な仕事には向いていますが、全体の工程や状況を俯瞰で見ることやTPOにあわせた臨機応変な対応は苦手としています。そのため「早めにうまくやって」と言われれば言われるほど混乱し遅れを招くので、具体的な対策を一緒に考えるのがベストです。また、ひとつの作業に集中する特徴があります。売場で作業をさせると接客との両立ができないことがあります。しっかりと役割を担える環境設定と、本人にもご自身の特性を理解させることでトラブルを防げるでしょう。



事例2

エクスペレッサースタイル

ムードメーカーだけどルーティン業務が苦手！

楽しく仕事をすることを大事にしているスタッフCさん。人と接することが好きなようでお客様からの評判も良く、いつも明るく元気なので職場の雰囲気も良い。またアイデア出しや意見も積極的に提案してくれる。しかし毎月決まった提出物の提出がいつも遅れ、催促をしてもなかなか改善されない。ルーティン業務に関しても消極的にならず正確な仕事をしてほしい。

解決例！

細かいステップを設定し、習慣化するまで見届けましょう！

好奇心旺盛で場を盛り上げるのが得意なCさんはエクスペレッサースタイルと判別します。短期的な目標や興味を持ったことには集中し、高いモチベーションを維持できますが、他のことには注意を向けにくいことがあります。また長期的な目標にはモチベーションを保ちにくく、細かいディテールやタスクの管理が苦手になることがあるため、定期的にコミュニケーションをとる必要があります。ルーティン業務は期日までに正確に提出できるようになるまで、細かいステップを設定し、習慣化するまで見届けましょう。長期的な目標も同様に短期的なステップを設定し、達成感を持たせると良いでしょう。

いろんな人がいますよね！

スタイル別事例紹介

現場で起きる人間関係の悩みをソーシャルスタイルに当てはめ、解決方法の一例を考えてみました！

前述にある「相手の特性と状況を見る」ことに關して有効なタイプ判別及びコミュニケーション法をご紹介します。指導の悩みの中でも難しいのは個人の特性や相性です。「この人はしゃべり辛い」「この人はすんなり話を聞いてくれる」など、誰しも抱いたことがあるのではないのでしょうか。人にはそれぞれ行動パターンやコミュニケーションスタイルが存在します。例えば褒め方ひとつとっても直球でストレートに褒めた方が喜ぶ方もいれば、何がどの様にできているのか承認の言葉をかけることでモチベーションが上がる方など様々です。

ソーシャルスタイルを見極める

まずはパターンと特徴を把握！

人々の行動やコミュニケーションスタイルを分類する為のモデルを『ソーシャルスタイル』と呼び、大きく4つに分けられます。

- ドライバースタイル
- アナリストスタイル
- エクスペレッサースタイル
- エミアブルスタイル

ソーシャルスタイルの理解は、仕事上の人間関係だけでなくプライベートの関係構築にも非常に役立ちます。他者のスタイルを把握することで、コミュニケーションの問題解決に活用してください。

アナリストスタイル

分析・戦略型 自己主張：弱 感情表出：弱

慎重傾向

主な特徴

- 分析を好む
- 計画を立てるのが好き
- 物事を客観的に見ることができる
- 質問が多く、曖昧なことは発言しない
- 変化や混乱に弱い
- 粘り強く、最後までやり遂げる力がある

効果的な声かけ

- 時間を取り、具体的な会話をする
- 意見を求めるときは時間を与える
- 事前に質問を伝えておく

購買特性

- ネットでしっかり情報収集してから買う
- 納得がいけば買う

ドライバースタイル

主導型 自己主張：強 感情表出：弱

主導傾向

主な特徴

- 決断力がある
- 正義感が強い
- 結果を求める
- 人に指示されることが嫌い
- 人を褒めたり、優しい感情を出すのが苦手
- 敵意を持っていると思われるがち

効果的な声かけ

- 結論から先に伝える
- 指示ではなく、目的や意義を伝えて任せる
- 「教えてほしい」という接し方をする

購買特性

- わかりやすくクレームを表現する
- プロだなと思う人から買いたい

エミアブルスタイル

支援・援助型 自己主張：弱 感情表出：強

安定傾向

主な特徴

- 人との協調性を大事にする
- 縁の下での力持ち
- 温かく、穏やかな性格
- 誉められると謙遜する
- リーダーの仕事は苦手
- 頼まれごとは断れない

効果的な声かけ

- 必要な存在であることを伝える
- 本音を聞きたいときは穏やかに聞く
- 仕事を任せるときは定期的に声をかける

購買特性

- クレームがわかりづらい
- 「人気」の商品を選びやすい

エクスペレッサースタイル

社交・促進型 自己主張：強 感情表出：強

感化傾向

主な特徴

- 場を盛り上げるのが好き
- 人と接する仕事を好む
- 変化や混乱に強く、順応性が高い
- 熱しやすく冷めやすい
- 楽天的で計画性に乏しい
- 安請け合いをしてしまう

効果的な声かけ

- 楽しんで会話する
- 曖昧なアイデアや批判ではなくサポートする
- 飽きっぽいので進捗の確認は確実に行う

購買特性

- 衝動買いをしやすい
- 「良い!」と思ったら買う

ソーシャルスタイルとは？
1968年にアメリカの産業心理学者であるデビッド・メルリ氏が提唱した「コミュニケーションの理論です！」

謎解き先生の接客ヒント! vol.3

接客と謎解き!?

新人さんの受け入れ手順を見直そう!



お店に新人さんが入社したんです！
よーし、これからたくさん業務を教えなければ！レジの操作方法に、接客用語に、対応話法に…

おっと、はやる気持ちはわかりますが、ちょっと待ってください！具体的な業務の前に教えるべきことがありますよ！
ここが雑だと、離職の原因にもなるので丁寧に説明しましょうね！



1 まずは□□までの□れ!

お店によって具体的なルールは違いますが、まずは□□までの□れです！

入店口の入り方・通る通路・更衣室・貴重品の管理方法・タイムカードの打ち方・売場に出るとき作法…など、既存スタッフにとっては当たり前のことでも、新人さんにとっては初めてのことから、丁寧に説明しましょう！



おっ あみだくじだ！
これなら解けるかも…？

2 ★☆の説明もしっかりと!

どんな商品を取り扱うのか実際に見てもらうために、★☆と一緒に歩いて紹介します。**新人さんの知識量や経験値に合わせて、商品の特性や販売方法を説明できるとよりいいですね！**



まずは計算問題かな？
その後は…数字をどうしよう？

全体をよく見て！他の問題にも数字が使われていませんか？



3 最後は□□の□□を案内!

お客様は新人さんであれ、制服を着ているスタッフに声をかけます。
お客様によく聞かれる場所を中心に、□□の□□を案内しましょう！



何を紹介するのかな…って、なんだこの計算式！どこの形かな？

Extra問題もあるよ！
回答はP8に!



事例4

エミアブルスタイル

優しい良い人だけど…

親しみやすく、友好的な態度で人と接することができるスタッフDさんは、いつも店舗のスタッフから頼られ、良好な人間関係を築いている。しかしルールを守っていない従業員に対して、注意することができない。チーフとしての確に言葉で伝え、指揮をとってリーダーシップを発揮してほしい。

解決例!

明確な目標設定をし、それに向けた行動計画を作成しましょう!

他人との調和を重視することから、Dさんはエミアブルスタイルと判別します。自分の意見は持っていますが、それを人に伝えることが苦手です。また他人を優先して自分の意見を封じ、妥協する傾向があります。最終的に「自分さえ我慢していれば丸く収まる」という自己犠牲的な考えに至る場合もあります。自己発信のスキルを向上させるため、**明確な目標設定をし、それに向けた行動計画を作成します。そしてその目標のために、ルールを守っていない人には注意をしなければいけないことを理解させます。**そのうえでどの様に注意するのが適切なのか、合意や共感を大事にしながら改善してもらうという話し方のスキルを習得させると良いでしょう。



注意するの苦手...

スタイル判別の注意点

それぞれのスタッフへ効果的な指導をするためのひとつの指標に!

事例スタイルに挙げた行動や傾向は一部です。必ずしもそのスタイルの方に同様の行動や傾向があるわけではありません。また注意しておきたいのは、コミュニケーションスタイルがはっきりと分かれているとは限らないということです。なかには2つ以上のスタイルが混ざっている方もいます。そして、このスタイルはその時々や環境によっても変化するということを理解し、どの特徴が行動や言葉に出てくるかによって使い分けましょう。解説に記載したように、各スタイルの苦手を克服することで問題を解決することができます。



いろいろなタイプの人がいます!

の上に円滑な指導が成り立ちます。辛抱強く話を聞き、タイプを見極め、効果的な指導をそれぞれに見つけていきましょう。大変ではありますが偏った指導だけでは得られない効果が期待できるでしょう。

お問い合わせはこちらから!



<https://www.checkersupport.co.jp>

業種は問わず「接客」に関するお悩み解決のお力になります。相談先にお迷いでしたら、まずはお問い合わせください!

異なる年齢、価値観、経験の方が同じ職場で一緒に成果を出すことは一筋縄ではいきません。またトレーナーが単独で円滑な指導を遂行するには様々な知識と経験が求められ、労力を要するでしょう。しかし容易に採用できない今だからこそ、現在職場を共にするスタッフを大事にすることが求められます。今一度教育を見直し、しっかり組み立てていきましょう。

おわりに



お店でスタッフに接客を教える店長。ちょっと頭は硬めかも?



謎解き好きの接客コンサルタント。なかなか普通には教えてくれない。



笑顔咲く 花言葉

vol.05

花で職場を彩る

花や植物は人の心に様々な「プラスの働きかけ」をすると言われています。ただそこにあるだけで、心が落ち着いたり、癒されたり、元気をもらったり…。

時にはおしゃやかな空間を演出したり、大切な人へ気持ちを伝えるアイテムにもなります。意外にも奥深い花言葉の世界に、コミュニケーションの花が咲くことも。

「おつかれさま」
「ありがとう」
「がんばろう」
こんな気持ちを素敵な花たちにのせて、職場を彩ってみませんか？

ラナンキュラス

花言葉：晴れやかな魅力/幸福/合格など

春の訪れを告げる、お祝いの花

鮮やかな花びらが重なり合い、ふんわりと華麗に開花するラナンキュラスは春の訪れを告げるお花です。一見バラのようにも見えますが、こちらには棘がなく、葉っぱも丸みを帯びています。花びらの手触りがシルクのようになめらかであり、春先に出回ることから魅力や幸せ、また合格といった縁起の良い花言葉がついています。

新生活や受験シーズンのこの時期、スタッフの方々の魅力を伝え、応援する気持ちを込めて職場に飾ってみてはいかがでしょうか。



代表 コラム

#01

ゼネラルリテールソリューションパートナー
General Retail Solution Partner として貢献して参ります！
株式会社チェッカーサポート 代表取締役 伏見啓史

新型コロナウイルスの扱いが2類から5類へ移行され日常が戻ってくるや否や、大きく落ち込んでいた弊社の売上も急回復し、私自身ほっとしているところでございます。

ただ当然と言えば当然の流れでございますが、急激な人手不足、採用難時代に再び突入し、益々その度合いは激しくなり、今後また大きな不景気でも来ない限り人手不足と採用難は悪化し続けることになるでしょう。実際、お仕事のご依頼をいただいても対応できないという判断をさせていただくケースが増えてまいりました。

当然、弊社の役目として人手不足を補うことの努力は、今後も行なっていく所存でございますが、付加価値をそこにだけ寄せていくのではなく、接客笑顔、販売のプロとしての存在価値をより高め、それに対する満足、ひいては感動をして頂くことによって、お取引をしていただける会社にならなければいけないと思っております。

そして時代の流れではございますが、パーパス宣言をいたしました。

『笑顔と接客販売の重要性、効果を証明し、接客販売の価値、そこに携わ

る人の価値を高めていくこと。そして、笑顔の輪を拡げていくこと』

お題目だけにならないよう、会社をあげてパーパスと真剣に向き合っています。

設立20年を超え、現在のサービスメニューは創業ビジネスであり主力事業でもあるレジ接客のアウトソーシングだけに留まらず、多岐にわたっております。

レジアウトソーシングからその他部門アウトソーシング、そして店舗一括アウトソーシングまで。また、販売代行に加入促進、教育研修事業、惣菜事業や、フランチャイズ事業など。

これらを総合して **General Retail Solution Partner** (総合的に小売業の問題解決を行うパートナー) と銘打ち、接客サービス業に貢献していきたいと思っております。

今後も皆さんの価値向上、そして業界の問題点解決、さらなる発展のため私の考えを僭越ながら正直にお伝えする。そのような内容で連載をつづけていきたいと思っております。今後とも、皆様のご指導ご鞭撻のほど、よろしくお願い申し上げます。



General Retail Solution Partner
▶ **GRSP!**

P7 謎好き先生の接客ヒント 解答

今回は全ての謎が繋がっていました。気づきましたか？
接客指導も謎解きも、視野を広く持つことが大事ですね！

謎Level 1

出勤までの流れ

まずは漢字の部首を集めながらあみだくじをしましょう。2・8・1はそれぞれ出・動・流なので、答えは「出勤までの流れ」ですね！

1	2	3	4	5
流	出	設	建	物
6	7	8	9	
備	場	勤	売	

謎Level 2

売場

縦・横・ななめの和が15になるように数字を入れていくと、★と☆は9と7です。9と7を最初のあみだくじに当てはめると答えは「売場」だとわかります！

4	3	8
★	5	1
2	☆	6

謎Level 3

建物の設備

数式の□□□とは、問題2の数字を囲んでいる格子のことでした！それぞれの形に当てはまる数字は9987。9×9×8×7=4536です。この数字をあみだくじに当てはめると答えは「建物の設備」となります！

□×□×□×□
9 9 8 7

謎Level Extra

2

□□□



では最後に先生との勝負です！
先生に勝てるかな？

問題 隠されたメッセージを解読せよ

答え □□□



解説コーナー

この3つを満たしてしまうと名誉毀損!

要件としては、

①公然とおこなわれること

公然性とは、「不特定多数の人が直接に認識できる状況」のことをいいます。ネットの書き込みは不特定多数に送信していることになります。

②事実を摘示していること

摘示とは、「〇〇はスーカーだ!」とか「店長はパワハラだ!」とかです。事実であるかは関係ありません。

③人の名誉を毀損していること

人が重要です。個人が特定されなければ、名誉を棄損しているかわかりません。「●●市の焼肉屋の店長は詐欺師だ!」もちろん、その都市に焼肉屋が一店舗しかなければ特定されますが、何店舗もあればわかりませんね。

ネットに書き込む前に、
一度冷静になってみましょう!

法律を知ればマネジメントも変わる!!

法務ルーム



第15回

職場の不満は どこに相談すべき?

監修
株式会社チェッカーサポート
取締役
コンプライアンス室 室長
中田 和祥

