



日本経営品質賞 2011年度受賞

業務改善、人財共有のベースは 年間1万枚超の顧客アンケート ねぎしフードサービス

全てにおいて「顧客の声」をもとに運営されている牛たん専門店のねぎしフードサービス。店に置かれた「常設アンケート」を集計、分析、公開して店にフィードバック。お褒めには表彰、苦情には改善を促し、スタッフ一人一人が考え、全員が顧客の方を向いて仕事をし、風土を作り上げている。

大満足から激怒まで 5段階のアンケート

東京都内に29店舗を展開する牛たん専門店「ねぎし」。創業者である根岸榮治社長の強烈な個性とリーダーシップはよく知られるが、同社をより有名にしたのが、2011年度の日本経営品質賞受賞だろう。

Q (クオリティ) 味、S (サービス) 笑顔・元気、C (クレームリネス) 清潔、そしてH (ホスピタリティ) 親切、A (アトモスフィア) 楽しさ

「ア」楽しさを「ねぎしの5大商品」として質の向上を図り、透明で健全な経営、人が成長できる仕組みが高く評価されている。ねぎしが企業活動の最も重要な指標としてきたのが「顧客の声」だ。同社では「顧客の声」を集めて活用する仕組みが社内でも回り、着実に効果を挙げている。「社内の全てにおいて、アンケートで改善するという風土、アンケートを材料にするという発想なんです」と、取締役の相良治美さんは語る。ねぎしの顧客の声を集める代表的

常設アンケートに表れた顧客の声のわずかな変化に気づき、忙しいときこそ笑顔になろうという店内ルールをつくる (65ページコラム参照)

