

「ほめ育」のススメ

(株)スパイラル・アップ代表
原 邦雄



第5回

ほめるコミュニケーションの材料「ほめ日報」

飲食店は大学生に不人気業種と呼ばれていますが、本当に不人気なのは業種ではなく、「仲間意識、支え合う文化」、「自由に意見を言い合える文化」がない企業や組織なのです。いくら商品が良くても、サービスが良くても、人員がそろわずに閉店する飲食店が増えていることでしょう。ですから、このことに気付いているうちに次の手を打たなければいけません。しかも、売上げは落とさずにつながります。では、どのような方法があるのでしようか。

そこで、スタッフをほめることを習慣にするための店長セルフチェック型「ほめ日報」を紹介します。

売上げにつながる スタッフの行動をほめる

その例として「居酒屋てんてん」(大阪・堺市)のものを紹介します

成はもちろん、採用の流れ、時代の流れが変わったという実感がありますが、せんか。

複数の大手飲食チェーン経営者、人事部や教育部、そして現場の店長、聞くと、とにかく採用ができるない、シフトが埋まらない……。今、これを読んでいるあなたのお店はいかがですか。

●「居酒屋てんてん」ETOM シート(行動チェックリスト)
ランク: 担当: 店名: 期間: 2014/10/0~2014/10/0

ランク:	カテゴリ	行動目標	評価軸	期間: 2014/10/0~2014/10/0			
				1	2	4	5
0	アウトカム設定	個人朝礼時にスタッフのETOMシートの確認と期待することを伝える(今日のアウトカムの確認)	何%の人に朝礼ができましたか	30%	50%	80%	100%
	振り返り(終礼)	アウトカム達成率の確認と未来ペーリング(スタッフ振り返りと改善策、次回のアウトカムの確認)	何%の人が100%達成できましたか	30%	50%	80%	100%
1	E ①: お客様への笑顔 (率先垂範)	入店時の笑顔での挨拶の徹底(10cmの魂=ドアが開く10cmの隙間に飛び出す「いらっしゃいませ」)	お客様の何%にできましたか	30%	50%	80%	100%
	E ②: 仲間、業者さん、地域への笑顔 (マネジメント)	退店時、外へ出でるお見送りの徹底(レジ係は絶対に外まで出る。手が空いてる人も外に出る)	お客様の何%にできましたか	30%	50%	80%	100%
2	T: 提供のタイミング (クオリティ、サービス、スピード)	笑顔でスタッフに接する(スタッフと話すとき、指示するとき、自分の子供と接するときのような笑顔で)	スタッフの何%にできましたか	30%	50%	80%	100%
		笑顔で業者さん、地域に接する(笑顔で挨拶する)	業者さんの何%にできましたか	30%	50%	80%	100%
3	O: おいしい料理 (クオリティ)	来店後3分以内のドリンク提供の実現(席案内、オーダー、提供)	30%のお客さまに3分以内	50%のお客さまに3分以内	80%のお客さまに3分以内	全てのお客さまに3分以内	
		提供スピードの指示(テーブル状況のキッチンへの共有、下げ皿、追加オーダー)	お客様からの催促回数	5回以上	5回未満	2回以内	0回
4	M: 間違えずに提供 (クオリティ)	出来たてを30秒以内にテーブルに持っていく(デシャッピングに料理をためないための指示)	お客様の何%にできましたか	30%	50%	80%	100%
		盛り付けのデシャッピングでの1秒チェック(チップや髪の毛の混入、皿の汚れ、破損はないか、皿の向き)	店全体での回数	5回以上	5回未満	2回以内	0回

※ここから下に「特記事項」「結果総括」の欄となる

生理学研究所の定藤規弘先生もおつしやっていますが、人はほめられるとその行動を忘れなくなる、記憶に留める傾向があるのです。

そして、その行動項目を5段階評価にします。5段階評価といつても3はありません。日本人は3ばかり付けるからです。3という評価は良いのか悪いのか分かりません。ただ3ではありません。日本人は3ばかり付けるからです。3という評価は良いのか悪いのか分かりません。ただし、優先順位が明確になるのです。より、優先順位が明確になるのです。現場スタッフの優先順位を上げること、忘れ防止が行動を変えるのです。では、売上げが上がる行動項目を

決める方法をお教えします。
この4点は必ず入れてもらいます。

①お店の評価の65%は第一印象と最終印象で決まる」と
決める方法をお教えします。

この4点は必ず入れてもらいます。

②お客様は忘れる動物であるから忘れない工夫をすること

③お客様は一対一の関係性を求めていること

④お店の重点課題

この4点の中で、お店のスタッフのレベルを考えて、行動可能な行動目標を具体的に書いてください。

今回事例に出している居酒屋は、社長と店長との売上げアップコミュニケーションツールにも活用しています。コミュニケーションで最も大切なことは目的の共有化です。目的

2年半で62社
約2万人が受講

「ほめ育」で業績が向上した事例も多数紹介！

「ほめ育塾」体験セミナー

参加費：3,000円

東京開催

2014年6月4日(水)

大阪開催

2014年5月17日(土)

詳細は
Webで！

ほめ育

検索



は繁盛店づくり。前日のテレビの話題やプライベートのことでコミュニケーションを取るのではなく、あくまで繁盛店づくり、お客様の喜びを目的にすることです。注意しないといけないのは、減点評価ではなく加点評価にすることです。

加点評価をすることで、店長や現場スタッフの行動の優先順位が上がり、お客様にどのような行動を常についたらよいのかを考えることができます。もつとシンプルに言うと、何をしたらほめられるのか、ほめる材料を事前に提示するのです。そして、最終

飲食店のスタッフがする行動は、日々ルーティンが多いので、同じことの繰り返しのように見えますが、お客様の状況、シフトの状況によりまったく変わります。優先順位が混乱しやすい業種なのです。優先順位を明確にしてあげ、記録できるツールにすることにより、記録できるのです。記録できれば、効果検証と次の戦略・戦術の土台になります。

私のクライアントにはほぼ100%ほめ日報を活用してもらっています。現場のスタッフ（アルバイト）からも「この日報を使つようになつ

てお客さまにほめられ、売上げが上がるという仕掛けなのです。

「記録」することが「次への土台となる」

的にはお客さまにほめられ、売上げが上がるという仕掛けなのです。

てから、お店の雰囲気が変わりましたね」という声が多いのは、店長との共通言語ができた証拠です。

次に、居酒屋てんてんのほめ日報の中のETOMというアルファベットを説明します。経営理念やビジョンを言葉にされている会社もあると

思います。現場スタッフはその重要性が分かりません（最近は教育されていてる企業が多くなってきていますが）。経営理念の代わりに、一行理念や理想のお店をアルファベットの息子さんの名前はトム。いいトム＝ETOMという隠れメッセージもあります。隠れメッセージも大切です。他の会社はAKBやEUPなど、ほめ日報にネーミングしています。

ちなみに居酒屋てんてんの経営者

ETOMとは、ETOMといふ文字にしてもらっています。

ETOMとは、
• T = タイミングよく
• O = おいしい料理を
• E = 笑顔で
• M = 間違えずに提供する

【今月のポイント】

売上げが上がるスタッフの行動の優先順位を見える化し、ほめるコミュニケーションの材料にする「ほめ日報」を作ろう