顧客満足度日本一の推進力はオイル交換

お客様の評価で社員の成長を促進しCS向上図る！

ホンダカーズ中央神奈川

ホンダカーズ中央神奈川（旧ホンダクリオ新神奈川）は、クリオ店部門のCS優秀法人賞の全国第一位を9年連続で受賞。今や「顧客満足度日本一のディーラー」として、その名は業界内外に知れ渡っている。

相澤会長が「客商売の基本はお客様との良好な関係作りであり、その点で最も大切なのが〝いい人〟を育てること」と話すように、日本一のCSを維持し続ける原動力は、お客様に喜んでいただくことに働き甲斐、さらには生き甲斐すら見いだす社員である。そして、その人材育成において、実はオイル交換が大きな役割を果たしているのだ。

代表取締役会長
相澤 賢二氏

先生はお客様！お客様の評価で社員の成長を促す

同社の人材育成は実にユニークだ。マニュアルが一切なく、「30S」と呼ばれる行動指針に基づいて、OJTにより社員の成長を促すのである。

30Sとは、整理、整頓にはじまり、債権ゼロ、先輩がマニュアルなど、「S＝さしすせそ」ではじまる社員としての心得を羅列したもので、その30番目に「先生はお客様」というフレーズがある。「お客様に直接評価いただくことが何よりも社員の成長を促す」（相澤会長）との考えを行動指針にしたもので、これを忠実に実践してきたことこそが、優れた人材を輩出し、CSナンバーワンを維持し続ける最大の要因と言える。

とはいえ、それは決して容易なことではない。というのも、お客様と絶え間なく接していなければ社員の成長はなく、CS向上も図れないからだ。

しかも同社の場合、販売はもちろんのこと、サービス入庫の誘致やキャンペーンの案内も含めて、基本的には訪問活動を一切行わないため（唯一の例外が「クレーム発生時に飛んで行って謝ること」だという）、お客様と接するには来店いただく以

同社のスタッフは、お客様が来店するとドアを開けて迎え、雨の日には傘を持って駐車場から店内まで、お客様が濡れないように送迎する。

外に方法はないので、なおさら容易でないと考えられる。

１０００円オイル交換でお客様との接点拡大図る

ところが、同社の店舗はどこも、平日であってもお客様が途切れることはない。週末ともなればなおさらで、それゆえ、トラブル防止の観点から、来店されたお客様に修理開始待ち時間を知らせる電光掲示板を全店舗に設置しているほどだ。

そんなカーショップ並みの集客の原動力となっているのが、かねてより実施している「１０００円オイル交換」である（※昨年12月に価格改定を行い、現在は使用量に応じて９４１～１１０８円で実施している）。

通常なら３０００～４０００円はするところを１０００円で交換できるとあって、大半のお客様が年に1～2回は利用。「購入後に引っ越され、現在は県外にお住まいにも関わらず、オイル交換のために来店されるお客様も少なくない」（相澤会長）という。

車検・点検やオイル交換などでサービス工場は常にフルに稼働しているため、修理開始待ち時間を知らせる電光掲示板を設置している。

ファーストコンタクトからお客様の信頼を勝ち取る！

しかし、実際には単に安さにつられてオイル交換されるわけではない。なぜなら、多くのお客様がディーラーに抱いている敷居の高さは、そんなことで改善できるほど低くないからだ。

そもそも、お客様に敷居が高いと思われる原因は、ディーラー自身にある。例えば、同じクルマであるにも関わらずＡさんにはワンプライスで販売しておきながら、Ｂさんにはそこから10万円値引きして売るようなことが往々にして行われている。価格に関して言えば、そうした不透明さがお客様に不信感を抱かせ、ディーラーから足を遠ざけさせているのである。

CS No.1 の原動力はスタッフだ。そして、そのスタッフの成長を促すのはお客様であり、1000円オイル交換による来店促進が大きな役割を果たしているのは明白だ。

その点、同社は大幅な値引き、理由のない値引きはしない。そして、お客様にその旨を明言すると同時に、「その分アフターサービスをしっかりやらせてもらいます」と約束するのである。そうすることで「お客様からすると、ちゃんとお金を払って買ったのだから、どんな些細なことでも気軽に頼めるという意識が生まれ、その結果、販売後も良好な関係を保つことができる」（相澤会長）という。

だからこそ、１０００円オイル交換で大勢のお客様が集まるのだし、わざわざガソリン代や高速料金を費やしてでも県外から来店されるお客様がいるのである。

1000 円オイル交換で来店されたお客様にも「せっかく来ていただいたのだから、何か一つでもいいから提案して、喜んで帰っていただけるように心がけている」（相澤会長）という。

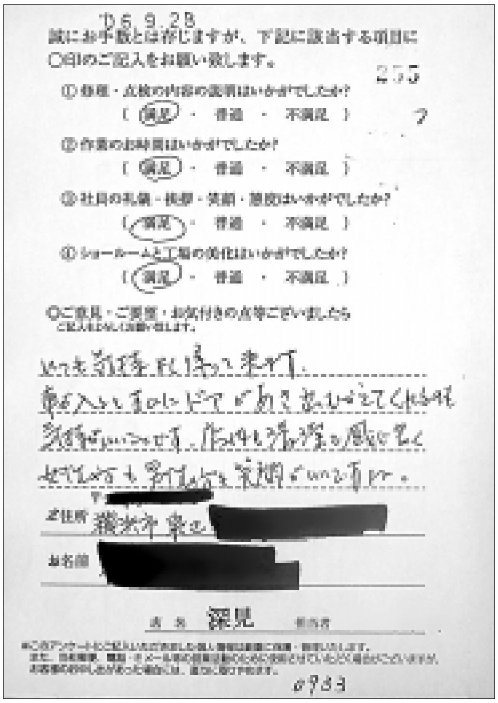
アンケートの回答に全社員が一喜一憂！

同社では、来店時にその場で記入していただくアンケートに加え、新車の納車時とサービス入庫の引き渡し時に渡して、後日郵送していただくハガキアンケートを実施。渡すだけでなく、回収にも積極的に取り組んでお

り、回収率は前者がほぼ１００％、後者のハガキアンケートも30％に達している。

社員は、このアンケートの回答に一喜一憂。「お褒めの言葉が並べばさらに喜んでいただけるように努力しますし、不満が少しでも感じられるような内容であれば、すぐにお詫びの連絡を入れるとともに、反省を踏まえてスキルアップに努めるなど、いずれにせよ、お客様の評価を受けて成長させていただいている」（相澤会長）という。

サービス関連のアンケートについては、オイル交換で来店されたお客様によるものが車検・点検と並んで多いことから、１０００円オイル交換が同社の人材育成、さらにはCS向上に大きな役割を果たしていることがうかがえる。


誠にお手数とは存じますが、下記に該当する項目に○印のご記入をお願い致します。

①修理・点検の内容の説明はいかがでしたか？（満足・普通・不満足）

②作業のお時間はいかがでしたか？（満足・普通・不満足）

③社員の礼儀・挨拶・笑顔・態度はいかがでしたか？（満足・普通・不満足）

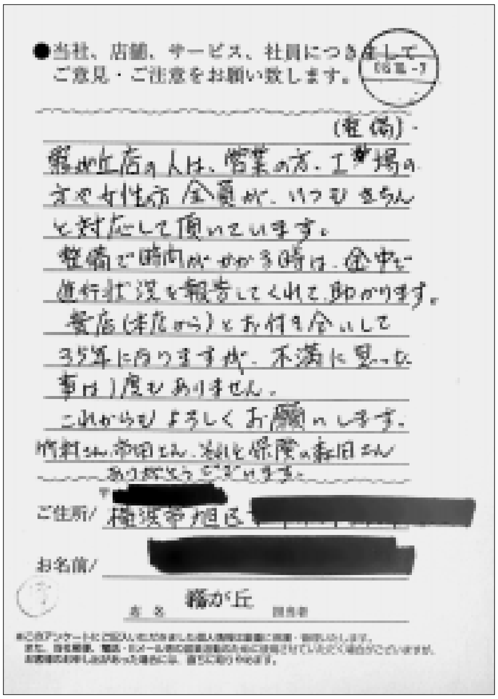
④ショールームと工場の美化はいかがでしたか？（満足・普通・不満足）

○ご意見・ご要望・お気付きの点等ございましたらご記入をお願い致します。

ご住所 [redacted]

お名前 [redacted]

店名 深見


●当社、店舗、サービス、社員につきましてご意見・ご注意をお願い致します。

ご住所/ [redacted]

お名前/ [redacted]

店名 藤が丘

アンケートは同社における人材育成の柱だ。それゆえ、「回収にも必死になって当たる」（相澤会長）という。30Sに掲げる「先生はお客様」という考えの下、お客様に直接評価いただくことで社員の成長を促している。

オイル交換ボーナス制度で やる気や接客の質を向上！

さらにもう一つ、１０００円オイル交換にはCSを企業文化として定着させるための仕掛けが仕込まれている。

実は、売上の半分（５００円）が営業スタッフ以外の社員への「オイル交換ボーナス」として積み立てられ、３カ月ごとにサービススタッフや事務の女性社員に分配されるシステムになっているのだ。

これにより、社員一人一人が「お客様から給料をもらっている」と実感。その結果、社員のやる気はもちろん、接客の質も自ずと高まり、それがお客様に好印象を抱かせるのである。

相澤会長は「原価だけでも２０００円は下らないところを１０００円で提供し、なおかつ、そのうち５００円を社員に還元しているのですから、大赤字ですよ！」というが、１０００円オイル交換が戦略商品として「顧客満足度日本一のディーラー」を支えているのは明らかだ。

【神奈川県大和市深見３５９１－２】

オイル交換ボーナスにより、社員一人一人が「お客様から給料をもらっている」と実感。それもまた、顧客満足度日本一のディーラーの推進力の一つだ。