



ユニバーサルサービスの実現のために④

「スバル・ケア・アドバイザー制度」の導入にあたって

プランズマーケティング研究所 代表
塚本 晴樹

“あらゆるお客様に自動車のある生活を提供する”という考えのもと、ユニバーサルサービスの理念を取り入れた富士重工業㈱の「スバル・ケア・アドバイザー制度」。

いま自動車業界初の試みで注目される富士重工業の導入事例を紹介しよう。

自動車業界で進む 福祉車両の販売強化

自動車の国内販売台数は03年度で約400万台と、自動車販売の需要はやや停滞ぎみだ。中でも福祉車両の市場規模は、03年度で約4万台と全体の1%程度。規模は小さいながら、この10年間で約10倍の驚異的な伸び率を示している。

また、業界トップのトヨタが1%から3%へと市場を拡大する旨の方針を発表した影響もあり、メーカー各社も福祉車両の開発や販売に注力するようになってきた。

たとえばトヨタは、福祉車両専門の店舗を「ハートプラザ」と称して全国に8店舗。日産は福祉車両を扱う店舗「ライフケアビークル認定店」を全国で700店認定した。ホンダも全国に福祉車両を扱う100店を「オレンジディーラー」として整備している。

ただ、多くの店舗は店舗施設や福祉車両の

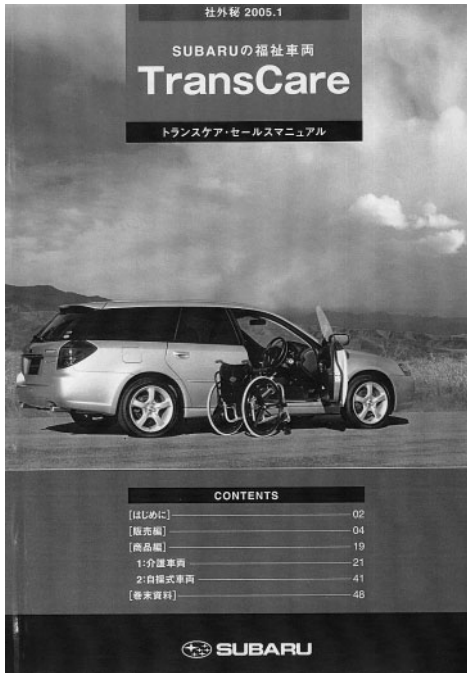
展示場というレベルであることはいなめない。現状では、健常者の男性客や女性客への対応には力を注いでいるが、ハンディのある障害者へのスタッフの対応スキルは十分とはいえない。

こうした状況を打破しようと、店舗施設の改修のみならず、人的対応能力の充実を図り、あらゆるお客様のご要望に的確に対応できる体制づくりに動き出したのが富士重工業だ。お客様と身近に接する「スバル特約店」を通じて、福祉車両の販売におけるスタッフ対応の強化に踏み込んだのである。

富士重工業が挑戦する 福祉車両販売の環境整備

富士重工業は、これまでに福祉車両の販売体制を構築する取り組みとして、福祉車両シリーズの拡充や主要特約店への展示車と試乗車の導入、販売店のバリアフリー化の推進などハード面を中心に行ってきた。今の充実を図ることで、スバル特約店におけるユニバーサルサービスを推進して、顧客満足度の向上を目指す本格的なものだ。

さらに、他社との差別化を図るために、福祉車両販売における接客能力対応資格として「スバル・ケア・アドバイザー制度」を平成



「スバル・ケア・アドバイザー制度」の狙い

公的資格をもつアドバイザーが、福祉車両の販売、登録をサポートします。

「スバル・ケア・アドバイザー制度」導入の狙い

スバルはこれまで、福祉車両の販売体制を構築するために、「トランスケアシリーズ」の拡充や、主要販売店への展示車・試乗車の導入、販売店のバリアフリー化の推進など、ハード面での取り組みを行ってきました。しかし今後は、人材育成によるソフト面での充実が不可欠と考え、2004年12月より「スバル・ケア・アドバイザー制度」を正式に導入しました。

豊富な商品知識と、ユニバーサルサービスの接客技術を身に付けたアドバイザーを拠点ごとに配置することで、福祉車両の販売を支援し、さらなる顧客満足度の向上を目指します。

「スバル・ケア・アドバイザー」とは
下記の認定条件を満たした方を、「スバル・ケア・アドバイザー」として認定します。

- ※「サービス・ケア・アテンダント」の検定試験に合格
- ※スバルの福祉車両に関する商品知識等の研修を受講
- ※福祉全般に渡る通信教育の受講

福祉車両に関する問い合わせや、納車の機会が増加しています。お客様の皆様も、ご自身の移動のために、福祉車両をお求めになるケースも増えています。福祉車両は、車や特約店のクルマではなっていないんです。

最終的には、全てのクルマが「ケア・アドバイザー」になることが目標です。

サービス・ケア・アテンダント（社団法人日本能率連盟認定）
高齢者や障害をお持ちの方、社歴している方やしがきされている方など、全ての方に対する接客の技術を検定します。
メーカーと特約店が一体となって取り組むアドバイザー制度に、公的資格の取得を義務付けているのは、2004年10月末日現在、自動車業界ではスバルだけです。
*ケアアドバイザー資格の取得を希望される方は富士重工業・情報部（法人営業課までお問い合わせください）
情報部 法人営業課 TEL:03-3347-2231

福祉車両の販売店へのケア・アドバイザー説明書(富士重工業のマニュアルより)

16年12月に導入したのである。自動車業界で、こうした本格的な取り組みは初めての事例となる。

この一環事業として、スバル特約店向けにスバルの福祉車両の取り扱い方法を「トランスケア・セールスマニュアル」にまとめた。マニュアルは販売編と商品編の2部構成で編集され、特に販売編のページには、「スバル・ケア・アドバイザー制度の狙い」を始め、「ユニバーサルサービス」「ユニバーサルサービスにおける接遇の進め方」「車いすを利用されるお客様への配慮」などで網羅され、55ページにまとめられている。

スバルとしての役割と社会的な使命として、「スバル・ケア・アドバイザー制度」を導入展開

「スバル・ケア・アドバイザー」は、富士重工

業の社員やスバル特約店を対象にした独自の資格で、富士重工業から認定される。特徴なのは、販売店であるスバル特約店のスタッフだけでなく、富士重工業の社員も一緒に取り組むということである。

ともするとメーカーは提案や指示するだけで、一体感のない施策になりがちであるが、今年度は関連の車体メーカー社員まで巻き込むという念の入れようだ。

「スバル・ケア・アドバイザー」の認定要件は、次の3項目である。

スバルの福祉車両に関する商品知識などの研修の受講

福祉関係全般にわたる通信教育の受講

「サービス・ケア・アテンダント（社団法人日本能率連盟認定）の検定試験に合格」などである。

こうした制度を普及するために、富士重工業としてさまざまな支援策を提供している。それはひとえに、「スバルとしての社会的な

役割と社会的な使命」を実現するためである。

富士重工業は、「スバル・ケア・アドバイザー」の意義を次の3点に挙げている。

カーライフを豊かにするための具体的な活動

従来、販売店には来店したことのない車椅子を使用したお客様の来店率が年々増えている。ハンディのある人にも、ライフスタイルを豊かにする移動手段としての福祉車両を、いつでも、身近に利用できるように「スバル・ケア・アドバイザー」を配置して対応しようとする壮大な活動計画だ。

「サービス・ケア・アテンダント」資格取得者によるサービスの差別化

ハンディのある人の気持ちを理解して、ホスピタリティあふれる接客対応を提供するには、ユニバーサルサービスのマインドを持つスタッフの配置が競合他社との差別化になる。しかしながら、接客にかかる時間は長く、販売効率や購入人口比率で考えれば決して効率のよい商売ではない。

だが、スバルとしての役割と社会的な使命と謳い、展開しているのは、短期的ではなく長期的な視点での差別化戦略なのだ。

「スバル・ケア・アドバイザー」による販売支援と顧客満足の向上

ユニバーサルサービスのマインドを持つスタッフの接客対応や福祉車両に関するアドバイスで、ハンディのあるお客様はもとより、健常者まで安心感や信頼感の醸成づくりになるという確信に他ならない。

「スバルとしての社会的な役割と社会的な使命」を実現するための先駆者として、平成16年度は、富士重工業社員5名、スバル特約店社員11名で16名の第1期「スバル・ケア・アドバイザー」が誕生した。

いまではスバル特約店の社員11名が全国の販売の第一線に戻り、「スバル・ケア・アドバイザー」として実践。福祉車両の販売だけでなく、「あらゆるお客様に自動車のある生活を提供する」というユニバーサルサービスに取り組んでいる。

今年度も、富士重工業社員3名、スバル特約店社員9名、車体メーカー社員2名の14名が、第2期生の「スバル・ケア・アドバイザー」を目ざす。まさに富士重工業グループぐるみの導入展開といえよう。

この富士重工業の「スバル・ケア・アドバイザー制度」の取り組みが、自動車業界全体へと波及し、ユニバーサルサービスのある社会形成に役立つことを願うものである。



車いすのサポート(試験会場にて)



視覚障害者の介添