

ユニバーサル サービスの時代 ③

売場で実行したい ユニバーサルサービス

安達 昌人 社 公開経営指導協会
協力コンサルタント

「ユニバーサルサービス」は、建築物のデザインや商品のハード面ばかりでなく、ソフト面の情報やサービスを提供していこうとするものです。すべての人に優しく思いやりのある「心のユニバーサルデザイン」といってよいでしょう。

ところが現実の小売店は、健康で生活力のある10代後半～40代を消費の対象とし、その年代をもとに売場づくりや販売方法が考えられています。こうした売場では、販売効率化を理由に、加齢による身体の衰えや不自由を感じている人たちが望む商品は削られています。

先日訪問した日用雑貨店で、台所用品の部品の有無を尋ねに来た高齢の女性客がいましたが、お店の方は「メーカーのほうで在庫切れです」とそっけなく答えていました。後で経営者に聞いてみると、1個の部品を取り寄せるのは厄介だから…という返事。売場でのこうした例は、意外と多いのではないのでしょうか。

しかしその一方で、ユニバーサルサービスの視点で、顧客満足（CS）を提供しようとする個店や商店街もあります。

例えば、おばあちゃんの原宿として名高い「巣鴨地蔵通り商店街」の変わらぬ人気は、やはりちょっとした工夫

と、優しく思いやりのあるサービスにあるといえます。

同商店街のM衣料品店では、午前中に来街した高齢の女性客層が午後3時頃には引き上げるため、その時間帯には店頭の特価ワゴンに高齢女性対象の商品、午後3時から夕方までは地域の主婦対象の商品、夜8時の閉店までは勤め帰りのOL対象の商品、というふうに丹念に入れ替えています。

接客対応も、老齢の女性が孫の衣服を買うときには、その商品が本当に子供に喜ばれるように、最近の若い母親のセンスを説明して親切に品選びをアドバイスしています。

小売店は「売場」「商品」「接客」の3要素で構成されていますが、ユニバーサルサービスの視点から見直してみましょう。

まずは店頭部。開放感があって、段差の少ない入りやすい入口に。特価台、看板、放置自転車などの障害物が入店を拒んでいる例が多いようです。

逆に、二階や奥が住居になっている薬店のケース。「夜間に救急のご用のある方は、このベルをお押しください」と、心理的抵抗をなくす親切な表示を付けている嬉しい例も見られます。

疲れやすい年配の方、妊産婦の方などには休む設備（椅子やスペース）が欲しいもの。「他でお買い物をするのでしたら、お荷物をお預かりします」と声をかけているお店もあります。接客や金銭授受のカウンターもゆっくりと相手と相談できる配慮が必要です。

今回は、親切的なPOPについて。