

顧客満足の模索

～ はるやま商事の「完全接客」～

スーツ市場は、少子高齢化によって縮小傾向にあります。さらに、大手の紳士服専門店は全国に店舗網を張りめぐらせていますが、郊外立地は飽和状態にあり、新規出店の余地がなくなっています。その状況において、はるやま商事は「完全接客」を売り物にした新業態店「HALSUIT（ハルスーツ）」を2011年11月に開業しました。

その接客は、下の流れで行われます。

①来店客に対して、最初にアンケートを記入してもらう。

…「毎日ネクタイをなんとなく選んでいる」「見た目的印象がかなり変わると思う」といった10項目について「YES」「NO」でチェックしてもらうほか、会社のドレスコード（服装規定）、体型の悩み、好きな色、よく見るテレビ番組といった質問項目がある。客が何気なくイメージする自分の服装に対する理想像を探るのがねらいである。

②カラーチェックを行う。

…同社によると、人間のベースカラーは大きくブルー系とイエロー系に分かれるという。金色と銀色の2枚の布地を首周りにあてたり、布の上に手を置いてもらったりして、客に合った色彩を調べていく。

③客に似合うスーツのシルエットや色を提案する。

…スーツを着たモデルが多数登場する雑誌などを見せながら行う。

④商品を紹介する。

…実際に採寸しながら商品を紹介する。



「プライベート・ファッション・コーディネーター」と呼ばれる従業員は、通常店とは異なる接客やコーディネート提案ができるように、2～3カ月の特別な訓練を受けています。

来店客に最初に実施したアンケートや、購入履歴などはデータとして蓄積し、次に来店した時には、以前に購入したスーツに合う

ネクタイを薦めるなど、百貨店が得意客を相手にするように、顧客一人ひとりに合わせた接客方法を目指しています。