



## お客様満足度向上のために

### Customer Satisfaction

SS（サービスステーション）におけるサービスの向上は重要な課題であり、SSでは様々なサービス向上対策を行っています。

また、より一層お客様満足度の向上をめざし、コスモカスタマーセンターとコスモカードセンターが、お客様とコスモ・ザ・カード会員の皆様のご要望に迅速に対応しています。

#### ✦ PP (Privacy Policy) ポイント

2005年4月からの個人情報保護法の施行により、SSでも個人情報管理体制の強化と適正管理が必須となりました。コスモ石油では、個人情報が適切に管理されているかを測るポイントとして、PPポイントを設定しました。

個人情報保護に関する要素を細分化し、数値による評価に置き換え、SSの個人情報管理状況を把握します。

個々のSSが、PPポイントの目標設定を行い、定期的な自己診断を実施。

弱点に対応していくことにより、お客様に信頼されるSSをめざします。

## ❖ SSネットワーク

多様化するお客様のニーズに応えられるカーライフソリューションをコンセプトに、SSに併設する形で車検整備工場、高級洗車設備、タイヤ、バッテリーなどのカーケア販売業態「Auto B-cle (オートビークル) ネットワーク」を開発しました。「いつでも、身近で、きれいなカーライフソリューションネットワーク」をめざし、お客様の多様なカーケアニーズに対応しています。

また、大型で車検工場を併設したAuto B-cleキーステーションSSと周辺の中小Auto B-cleサテライトSSのネットワーク化を推進しています。これにより、近隣にキーステーションSSがなくても、サテライトSSを通じてAuto B-cleサービスを提供できます。

## ❖ バリアフリーSS

車イス対応トイレやスロープの設置、聴覚障がい者のためのSSオーダーカードなど、バリアフリーSSの展開を推進しています。

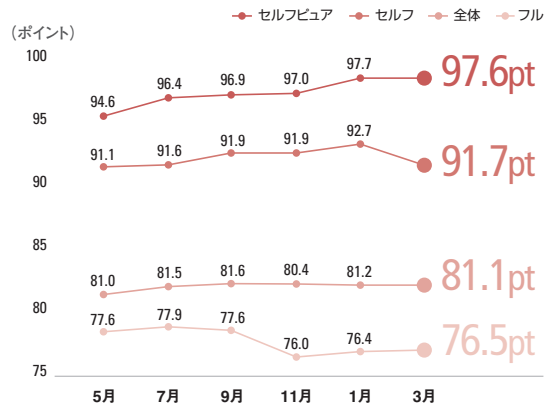
## ❖ コスモカスタマーセンター

2000年10月に、お客様との双方向コミュニケーションを図ることを目的に、「コスモカスタマーセンター」を開設しました。2004年度は、フリーダイヤルとEメールによって、1ヵ月約360件のお客様の声が寄せられました。その内訳は、ご質問43%、苦情22%、ご要望27%、その他8%となっています。コスモカスタマーセンターでは、寄せられたお客様の声の一元的な収集、分類、分析を行っています。これにより、正確・迅速・丁寧に応えるとともに、お客様の声をいち早く関連部署に伝え、サービス改善・業務改善に確実に反映し、お

## ❖ SSサービス診断

私たちのSSが目指す4つの基本ルールは、「親しみやすさ」「清潔さ」「安心感」「高品質」。これらが高いレベルで実現されているか否かをチェックするため、年6回のお客様調査を実施しています。約2カ月に1度というハイペースで行われる調査は、すばやく分析され、SS各店にフィードバックされます。

SSサービス診断調査全店実績推移 (2004年5月~2005年3月)



お客様満足のさらなる向上に努めています。

また、お客様から実際に寄せられた声とその対応について、ポイントを解説し、カスタマーサポートの立場から見た良い対応と悪い対応を掲載した「SSカスタマーサポートガイド」を制作し、各SSに配布。カスタマーサポートの定着を図っています。

<http://www.cosmo-oil.co.jp/contact/index.html>

☎ 0120-530-372

## People's Voice



福島 哲規  
コスモ石油販売株式会社

お客様自ら給油する「セルフ式」のSSですが、車検やカーメンテナンスも行う複合サービス拠点として、スタッフともども丁寧な接客を心がけています。まだオープンして日が浅く、不慣れな接客でお叱りを受けることもあるのですが……むしろクレームをくださるお客様こそ“宝物”と考え、日々より良い店づくりに努めています。その一方で力を注いでいるのが“緑の下”の部分。危険物を取り扱うSSの安全維持に欠かせない機器・タンク類の保守点検です。日常点検はもちろん、「EMポイント」(p31参照)のチェックリストを基に細部確認を行い、定期的に本社へ提出します。実は以前、私の記載ミスが元で、本社のEM担当者が急遽来店。再点検を命じられたこともありました。厳しい精査の目が光っていることを、ほろ苦い体験とともに今も忘れることができません。

Tetsuki Fukushima