

がい しょく ぎょう とく てい ぎ のう ごう
外 食 業 特 定 技 能 2 号

ぎ のう そく てい し けん がく しゅう
技 能 測 定 試 験 学 習 テ キ ス ト

せつ きやく ぜん ぱん
【 接 客 全 般 】

れい わ ねん がつ にち
令 和 5 年 12 月 27 日

いっ ぱん しゃ だん ほう じん に ほ ん きょう かい
一 般 社 団 法 人 日 本 フ ー ド サ ー ビ ス 協 会

< はじめに >

このテキストは、特定技能2号で働くために必要となる専門的な知識、技能を紹介するものです。現場の店舗で接客業務をおこなう際、さまざまな判断を求められることがありますので、テキストに記載された内容以外でも適切に対応できるようにしてください。また、このテキストで使われている日本語についても、外食業分野（飲食店など）で働くうえで必要なものとなっています。

なお、このテキストの活用にあたり、事前に特定技能1号技能測定試験の学習テキストも十分に学習しておいてください。

目次

1. 接客に関する知識	1
(1) 接客サービスについて	1
(2) 接客における基本動作	3
(3) 食のマナーについて	5
(4) 配慮が必要なお客様への対応	5
(5) 適切な配膳（サービング）について	6
(6) 接客基本用語とその使い方	6
(7) サービスの優先順位	7
(8) 顧客管理（カスタマーリレーションズ＝お客様との良い関係づくり）	8
2. 食に関する知識	8
(1) 食物アレルギーについて	8
(2) お酒の取扱いについて	9
(3) 消費期限と賞味期限の違いについて	9
(4) 味覚について	10
(5) 食の多様化について	10
3. 店舗管理に関する知識	10
(1) 開店準備、閉店作業	10
(2) 清掃作業（調理場以外）	13
(3) 現金とキャッシュレス決済の知識	16
(4) レジ操作の重要性	16
(5) 夜間金庫の対応	16
4. クレーム対応に関する知識	16
(1) お客様からのクレームへの対応	16
(2) 異物混入発生時の対応	18

5. 緊急時の対応に関する知識	18
(1) 体調不良者が発生した場合の対応	18
(2) 緊急時の行動基準	19
(参考) サービス基本用語	20

1. 接客に関する知識

飲食店においてお客様に評価・満足してもらうため、店舗責任者（店長など）や時間帯責任者は、料理の内容、サービスの内容、清潔感の問題、手違い、クレーム対応などの接客全般の責任者として行動することが求められます。

また、従業員に対しては、QSCスタンダード（基準）を始めとする接客全般の実践モデル（手本）となることが求められるほか、作業マニュアルの整備・見直し、教育とトレーニング、顧客管理など、従業員の指導者・管理者の役割も果たすことが求められます。

(1) 接客サービスについて

① 接客サービスの特性

日本における接客サービスの特性として、「おもてなし」(=ホスピタリティ)があります。

「おもてなし」を実現するためには、お客様に対する配慮や気づかいといった「おもてなしの心」がお客様に伝わるよう、店舗環境づくり、従業員の教育が重要です。



② 顧客満足について

お客様は事前に期待を持って来店します。味のレベル、サービスの内容、清潔感、雰囲気などについて一定の期待を持っています。

この期待を上回れば、十分に満足して帰り、リピーターとして再来店する確率は増加します。

逆に期待を下回れば不満を感じて再来店はなく、場合によっては友人や知人にそのクレームを伝えます。クレームに関する情報は広がりやすく、潜在的なお客様まで減少させてしまいます。

③ 顧客満足に関係する要因「Q」「S」「C」「A」相互の関係

顧客満足、価値（Value）に関係する要因として、料理の品質（Quality）、サービス（Service）、清潔感（Cleanliness）、雰囲気（Atmosphere）があります。QSCAそれぞれについて、1つとして漏らすことなく、評価を高めていくための対応が重要です。

○料理の品質（Quality）

ア いつも通りの味・分量・盛り付けで提供できているか確認してください。

イ メニューが清潔な状態で提供されているか確認してください。

ウ 注文通りに適正な温度や状態、時間で提供されているか確認してください。

○サービス (Service)

- ア 従業員が笑顔とアイコンタクト、正しい姿勢や声で対応しているか確認してください。
- イ お客様を無視したり、失礼な態度で接客したりしている従業員がいないか確認し、気づいたらその従業員を注意してください。
- ウ お客様のお迎えからお帰りまで、社内基準（サービスマニュアル）通りになされているか確認してください。
- エ 従業員がきびきびした動作と明るい表情で接客しているか確認してください。
- オ 従業員（特に新人）のサービスがお客様の満足を損ねない、一定のレベルに達しているか確認してください。
- カ フルサービスのお店でオーダー（注文）受けが放置されていないか確認してください。
- キ 出来上がった料理が、適正な温度や状態で、適正な時間内にお客様のテーブルに配膳されているか確認してください。
- ク 水や食前オーダーのアルコールドリンクなどの提供が遅れていないか確認してください。同様に食後オーダーのデザートやコーヒーも適正なタイミングで提供されているか確認し、必要なら従業員に指示してください。
- ケ オーダー受けから提供までの時間が社内基準以内か確認してください。
- コ 中間サービス（食事の水の継ぎ足しや不要な食器の中間下げ、お客様の食事に不都合はないかなど）がなされているか確認し、必要なら従業員に指示してください。
- サ お帰り後のテーブルの忘れ物確認、バッシング（後片付け）・食器下げ・椅子とフロアの汚れやゴミの除去。さらに次のお客様に合ったテーブルセッティングが迅速になされているか確認し、必要によりヘルプしてください。
- シ レジでお客様を長く待たせていないか確認し、必要によりヘルプしてください。
- ス よく見かけるリピーターには挨拶以外にみずから一言添えます。テーブル担当者には好みなどを伝え、お連れ様への気配りができているか確認してください。

○清潔感 (Cleanliness)

- ア 客席周りに汚れやほこりがないか確認してください。
- イ テーブル上の備品 (塩、砂糖、コショウ、ソースなど) が清潔な状態で補充されているか確認してください。
- ウ 提供される食器、コップやグラスが清潔な状態か確認してください。
- エ 提供されるシルバー (ナイフ、フォーク、スプーン) が清潔な状態で提供されているか確認してください。
- オ 床には残飯やゴミなどが無く、清潔に保たれているか確認してください。
- カ 窓ガラスにくもりや汚れがないか確認してください。
- キ 照明器具にほこりや蜘蛛の巣がないか確認してください。
- ク 店内装飾品が清潔な状態で展示されているか確認してください。
- ケ 客用トイレをチェックし、異臭がなく清潔感があるか確認してください。
- コ 接客する従業員の制服が汚れやほつれがないか確認してください。



○雰囲気 (Atmosphere)

- ア 店内空調温度が快適かどうか確認してください。
- イ 店内照明は電球切れがなく、適度な照度であり快適かどうか確認してください。
- ウ 点灯すべき電飾看板、イルミネーションが点いているか確認してください。
- エ BGMの選曲は適切であり、適度な音量で流れているか確認してください。

(2) 接客における基本動作

客席内における動作の基本は、ニコニコ、ハキハキ、キビキビの3つです。ニコニコはいつも口角を上げ対応し、ハキハキはお客様の質問に的確に答えることができ、キビキビはダラダラと歩いたり、反応が遅かったりしないことです。

① あいさつ

従業員が、お客様にもほかの従業員にも、場面に応じたあいさつをしているか確認してください。従業員へのあいさつが重要な一番目の理由は、「今日は気持ちよく、心を合わせ、チームワークで仕事をしたいので、よろしくお願ひします」との意思表示をし、相手も「こちらこそよろしくお願ひします」、心で握手を交わしている状態にするためです。

- ア 従業員が出勤時にほかの従業員にあいさつしているか確認してください。
- イ 従業員が退勤時にほかの従業員にあいさつしているか確認してください。
- ※ お客様へのあいさつについては、特定技能1号のテキストも参照。

② 笑顔

従業員が、お客様にもほかの従業員にも、場面に応じた笑顔をしているか確認してください。従業員同士が笑顔と目線を交わし合う（スマイル&アイコンタクト）は、「今日も楽しく仕事しましょうね」という意味があります。チームワークよく楽しく接客をする雰囲気を作り出します。その結果、お客様に対するサービスの質が上がります。



ア 従業員の出勤時、お客様とすれ違う際に一旦止まり、正体してスマイル&アイコンタクトになっているか確認してください。

イ 従業員同士が笑顔でコミュニケーションしているか確認してください。

※ お客様への笑顔については、特定技能1号のテキストも参照。

③ 服装、身だしなみ

清潔な服装、きちんとした身だしなみを整えることは、お客様に安心感を与え、気持ちよく食事ができる雰囲気を作り出します。

ア 従業員が自店の基準（ハウスルール）に従って服装、身だしなみを自身でチェックしてから仕事を始めているか確認してください。

イ 自店の基準（ハウスルール）違反の服装、身だしなみの従業員がいないか確認し、違反者にはすぐに注意して基準に従わせてください。

④ 立ち方、歩き方

お客様は座って従業員の動きを見ているので、立ち方や歩き方が気になります。

ダラダラ歩いたり、ブラブラ歩いたりするとサービス全体に悪印象を持たれ、店の雰囲気も台無しになります。

ア 待機の際は決められた場所に背筋を伸ばして立ち、お客様の入店やオーダー、呼ばれた時にすぐ反応できるように注意してください。

イ お客様とすれ違う際は脇に寄って立ち止まり、会釈してお客様優先でお通しします。料理を運んでいる場合も同様に対応してください。

ウ ダラダラと客席内を歩いている従業員がいないか確認してください。トレンチ（お盆）をブラブラ手で下げて歩いていないか確認してください。

エ 店内を走ったり、大きな足音を立てて歩いたりしている従業員がいないか確認してください。見つけたらその場で注意し直させてください。

⑤ お辞儀

お辞儀は鎌倉時代から続く日本礼法の基本です。あいさつや感謝、敬意（リスペクト）の心を形で見せるものです。

ポイントは相手に正体し姿勢を正し、背筋を伸ばしたまま腰から折るようにして頭を下げ、一旦止めてゆっくりと上げることです。繰り返しトレーニングして形ができるようになったら、『出迎え3歩、見送り7歩』と言われるように歓迎の喜びや、来店に対する感謝の心を添えるようにします。

※ お辞儀の種類、方法、目的などについては、特定技能1号のテキストを参照。

(3) 食のマナーについて

食のマナーは、和食、洋食、中国料理によって異なりますが、基本は社内基準（サービスマニュアル）どおりに料理が提供されているかが重要です。

① 和食のマナー

- ア 社内基準（サービスマニュアル）どおりに料理が提供されているか確認してください。
- イ 食事のペースに合わせて料理が提供されているか確認してください。
- ウ 主賓から料理が提供されているか確認してください。
- エ 料理の説明をしているか確認してください。
- オ 下げるべきものはタイミングどおりに下げているか確認してください。

② 洋食のマナー

- ア 社内基準（サービスマニュアル）どおりに料理が提供されているか確認してください。
- イ 皿に食べ物が残っていないときは、フォーク・ナイフの置き方に関わらず皿を下げていますか確認してください。
- ウ 提供が遅くなっている料理などはないか確認してください。

③ 中国料理マナー

- ア 社内基準（サービスマニュアル）どおりに料理が提供されているか確認してください。
- イ 取り分け用の小皿、スプーンや菜箸が足りているか確認してください。
- ウ 必要に応じて食べ方や飲み方を説明しているか確認してください。
- エ 必要な調味料が揃っているか確認してください。
- オ 提供が遅くなっている料理などはないか確認してください。

(4) 配慮が必要なお客様への対応

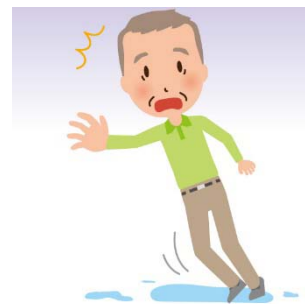
お客様にはハンディキャップを持っている方、配慮が必要な方、特別な事情をお持ちの方がいます。言われれば当然ですが、言われなくとも見て判断できる場合は率先して対応することが必要です。

- ア お客様に食物アレルギーの有無をお伺いしているか確認してください。



イ お子様用にプレゼントなどがある場合、提供されているか確認してください。

ウ お客様のテーブルの下や通路が濡れていたり、油污れや食材ゴミなどが落ちたりしていないか確認してください。(転倒防止のため)



エ どのテーブルが車椅子に対応できるか確認しておいてください。



オ どのテーブルが補助犬同伴のお客様に適しているか確認しておいてください。

(5) 適切な配膳（サービング）について

料理が配膳されるときがお客様にとって最も期待が高まる瞬間です。テーブル全員のお客様の料理が遅れなく配膳され、そのときを迎えられることがベストです。

ア 同じテーブルのお客様へはほぼ同時に料理が提供されているか確認してください。

イ 同時提供であっても、お子様の料理が一番先に配膳されているか確認してください。

ウ 店内飲食をした後、商品をテイクアウトするお客様の料理は、帰る直前にテイクアウト商品をお渡ししているか確認してください。食べられる期限（消費期限）も必ず伝えてください。



(6) 接客基本用語とその使い方

接客用語の最も重要な役目は、お客様の意思を確認したり、店側の状況などを伝えたりすることです。

そのため、お客様には的確な用語（日本語）を話す必要があります。

さらに日本語には敬語があり、お客様には常に丁寧な言葉遣いで接することが求められます。また、話す態度や目線、表情も言葉と一致させる必要があります。

① 基本的な接客用語

接客用語はお客様とコミュニケーションをスムーズに交わすための手段です。目的はお客様の来店を歓迎する気持ちを伝えること、お客様の期待に応えること、お客様の要望をお聞きし対応することです。さらに食後にお客様に感謝の気持ちを伝えることです。

ア お客様の目を見て言っているか確認してください。

イ 用語と表情や動作がバラバラになっていないか確認してください。

② よく間違える用語表現

言葉の使い方によっては、お客様に誤解や違和感を与えてしまったりすることになります。

ア 間違った表現をしていないか現場で確認してください。

イ 発見したらその場で訂正させてください。

③ そのほか注意すべき言葉づかい

ア 間違った表現をしていないか現場で確認してください。

イ 発見したらその場で訂正させてください。

④ サジェスティブセールス（推奨販売）

お客様はメニューの情報をすべて把握して注文している訳ではないので、よりお得なメニューや新メニュー、お客様の嗜好に合ったメニュー、食後のデザートなどを推奨することで、お客様の満足度を向上させます。

ア 適切なタイミングで定められたサジェスティブセールスをおこなっているか確認してください。

イ できていないときはその場で指摘して、手本を示しトレーニングしてください。

⑤ 電話の対応

電話は相手の表情が見えないので、明るく分かりやすく聞きやすい言葉で対応することが求められます。また、相手が聞きたいことを分かりやすく答えることが必要です。

ア 電話に出ている従業員の会話を聞いてルールどおりにできているか確認してください。

イ できていないときは、その場で正しい対応を教えてください。

(7) サービスの優先順位

サービスの流れは、ご案内→水・おしぼり・メニューの提供→注文受け→料理提供→中間下げ→デザート・ドリンクの提供→レジ精算→下げとなりますが、接客人員が少なく、これらのサービスが複数同時に発生してしまうことがあります。

その時の優先順位は、①料理提供②レジ精算③ご案内④注文受け⑤デザート・ドリンクの提供⑥下げとなります。料理提供を優先し、レジ精算が2番目に来るのは、待たせすぎると料理が冷めて美味しさが低下し再来店してもらえないからです。また、レジ精算のお客様は声掛けで待ってもらえるからです。

(8) 顧客管理 (カスタマーリレーションズ=お客様との良い関係づくり)

店舗管理責任者の重要な職務には、単なる接客指導やピークタイムやアイドルタイムのサービス管理だけでなく、顧客管理もあります。

ここでいう顧客管理とは単に顧客データを管理するのではなく、積極的にカスタマーリレーションズ=お客様と店との、より良い関係づくりをみずから図ることであります。

(参考) 個人情報保護について

顧客データに、氏名、住所、電話番号など、個人を特定できる「個人情報」が含まれる場合は、漏えいや紛失、従業員による不正利用や本来の目的以外での利用などが発生しないよう、十分に注意する必要があります。

そのため、従業員にルールを守るよう、指導・監督することが重要です。

詳細は、以下 URL を参照してください (法律やガイドラインのほか、自己点検チェックリストなども掲載されています)。

<https://www.ppc.go.jp/personalinfo/legal/>



2. 食に関する知識

外食業に携わる人はお客様から見れば全員プロフェッショナルとみなされます。

したがって、食に関する知識は知っていて当然となります。

(1) 食物アレルギーについて

食物アレルギーのお客様が知らずに該当する食材を食べて発症すると、最悪の場合、アナフィラキシーショックを起こして呼吸困難になり死亡することもあります。

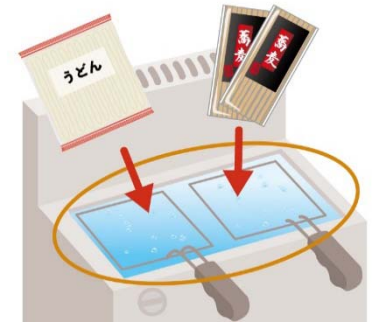
そのため、料理に使用されている原材料、食材を正しく把握し、お客様からの問合せに対応できるようにしておくことが重要です。

お客様は、メニューや写真を見て該当する食材が含まれていることがわかるものは注文しませんが、ソースなど見てもわからないものや、コンタミネーション (混入) のおそれがあるものについては、メニューや店内に記載・掲示するなど、こちらから情報提供することも有効です。なお、情報提供した内容が誤っていたり、最新の情報でなかったりしたことで、事故になった場合は、責任問題となることがありますので、十分に注意する必要があります。

ア 特定原材料8品目 (卵、乳、小麦、そば、落花生、えび、かに、く
るみ) が入っているメニューを把握しており、ほかの従業員も把握して
いるか確認してください。



イ そばとうどんを同じ釜でゆでている店舗では、そのことをお客様に伝えておくか確認してください。



(参考) 消費者庁：食物アレルギー表示に関する情報

https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/food_sanitation/allergy/



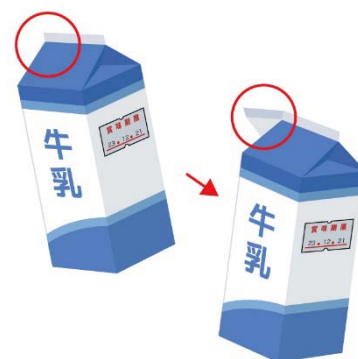
(2) お酒の取り扱いについて

- ア 未成年者や車両などの運転者にお酒を提供しないよう注意してください。
- イ 賞味期限があるお酒は期限を確認して提供しているか確認してください。
- ウ 冷やして提供するお酒はよく冷えているか確認してください。

(3) 消費期限と賞味期限の違いについて

- 消費期限：定められた方法により保存した場合において、腐敗、変敗その他の品質（状態）の劣化に伴い安全性を欠くことになるおそれがないと認められる期限を示す年月日のことで、開封前の状態で定められた方法により保存すれば食品衛生上の問題が生じないと認められるものです。このため、消費期限を過ぎた食品は食べないようにしてください。
- 賞味期限：定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日のことです。ただし、当該期限を超えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあります。このため、賞味期限を過ぎた食品であっても、必ずしもすぐに食べられなくなるわけではありませんので、それぞれの食品が食べられるかどうかについては、消費者が個別に判断する必要があります。

- ア 消費期限、賞味期限とも過ぎたものは提供してはいませんが、管理をより厳しくするものは消費期限がある食材です。
- イ 消費期限、賞味期限は、ともに未開封で、かつ、決められた保存の状態での期限で、一度開封してしまったり、異なる保存方法をしてしまったりするとメーカーの保証はなくなります。
- ウ 一度開封したものは、店あるいは会社で決めた使用期間ルールで使用します。



(4) 味覚について

- ア お客様から味がおかしいとクレームがあった場合、自分で味を確認し、作った従業員に工程を確認してください。
- イ 問題があった場合、原因を見つけ再発防止のため、問題点を店内で共有してください。

(5) 食の多様化について

食の多様化については特定技能1号のテキストでハラール、ベジタリアン、ヴィーガンについて説明しました。特に、ハラール（イスラム圏での原材料基準）ではアルコールは使えないため、食材にアルコールをかけることはできませんので注意してください。

ムスリムやベジタリアンなどのお客様が来店したときは、できるだけそのお客様が食べられないものについて確認を取ってから料理を提供することが望めます。

3. 店舗管理に関する知識

(1) 開店準備、閉店作業

開店準備はお客様に気持ちよく来店してもらうためのもので、閉店作業は安全確認と次の日のお客様のために準備するためのものです。

① 開店準備

- ア 客席については、開店準備は最初に空調機の電源を入れているか確認してください。店内の温度

を上げたり下げたりするには時間がかかるので、開店時に最適にするために必要です。

イ 調理設備については、フライヤー、グリドル、湯煎などはスイッチを入れたり、点火したりしてから使用できるようになるまでに時間がかかるので、開店30分前にスイッチを入れたり点火したりしているか確認してください。

ウ BGM や照明などが開店時間までに作動しているか確認してください。

エ 予定どおりの従業員が出勤しているか確認してください。

オ 来ていない従業員にはすぐ電話で確認してください。

カ 欠勤の場合、ほかの従業員に連絡をして出勤を要請してください。

キ 従業員の身だしなみが正しいか確認してください。

② 閉店作業

ア ラストオーダーのタイミングをキッチンの担当者と確認し、調整しているか確認してください。(ギリギリに入店したお客様への配慮をしてください)

イ レジ締めで不足又は過金が出た場合、原因を調べているか確認してください。

ウ 翌日への持ち越し食材を正しく処理をしているか確認してください。

エ 火の元の安全確認ができているか確認してください。

オ セキュリティー装置がある場合、適正にセットされているか確認してください。

9 : 00	<p>開店準備作業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ サービスルームの照明およびコンセントスイッチON ・ ライス確認 ・ ウォーマー類スイッチON ・ 新聞ホチキス留め ・ サービスルーム点検 (コースター、ストロー、シルバー、マット類、ライス皿、9 インチ皿、カップ、グラス類、おしぼり) ・ お冷やスタンバイ ・ メニュー点検
9 : 50	<p>BGM朝のプログラム</p> <p>店頭・店内照明、天井扇、冷暖房・トイレの点検と確認 ●朝礼</p>
10 : 00	<p>開店</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 釣り銭 (計16万円) → 両替、銀行 ・ 喫茶材料の補充、たばこ自販機の点検、補充
11 : 00	<p>ランチタイム開始 (平日)</p>
12 : 00	<p>↳</p> <p>BGM昼のプログラム</p>
14 : 00	<p>ランチタイム終了 (平日)</p> <p>スポットクリーン (汚れた部分のみを清掃)</p> <p>トイレ点検</p> <p>中間作業</p>
14 : 30	<p>BGM午後のプログラム</p> <p>発注および補充作業 ・ カップウォーマー類、おしぼり、スイッチOFF (平日のみ) ・ クレンリネス作業 ・ 入口ドア、アプローチの清掃</p>
16 : 30	<p>フロアスタンバイ ~18:00</p>
17 : 00	<p>トイレ点検</p> <p>レジ精算 Zキー (毎日は日計、月末は累計精算も行う) ・ 営業日報本部への発注→ファクス、売上金→夜間金庫</p>
17 : 00	<p>↳</p> <p>BGM夜のプログラム</p>
17 : 30	<p>トイレ点検 ●夕礼</p>
22 : 00	<p>BGM深夜プログラム (プレクローズ作業)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ カップウォーマー、おしぼりスイッチOFF
23 : 00	<ul style="list-style-type: none"> ・ クレンリネス作業 (やり残し部分) ・ 酒類の補充、棚卸し ・ 喫茶材料の補充および仕込み
0 : 55	<p>ラストオーダー 外部照明スイッチOFFは0 : 50</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ サービスルーム清掃、早番への連絡事項→白板へ記入
1 : 30	<p>閉店</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 売上げ集計 ・ トイレ、灰皿 (吸いがらの処理) の点検 ・ 水道、ガス元栓、機器のチェック ・ 火災報知機点検、 ・ 店内照明スイッチOFF ・ 入口ドアロック、各入口のチェック
1 : 45	<p>終業 (閉店テープ) お客様がおいでになるとき</p>

(2) 清掃作業（調理場以外）

誰でも見た目で清潔感を感じたなら、その店を利用する動機の一つになります。その清潔感には個人差がありますが、最も感度の良いお客様に清潔感を感じてもらえるレベルを知っておく必要があり、店舗責任者は、そのレベルが提供できるよう、従業員に教育訓練をしなければなりません。

① 清掃のポイント

効率よくしかも高レベルの清掃作業は、使う道具を正しく使うことで決まります。清掃の教育訓練は、一番最初に店舗責任者みずから指導しなければなりません。ほかの従業員に任せると、間違った覚え方をすることがあります。

ア モップを正しく使っている（糸を広げて「8」の字を描き後ろへ下がりながら拭く）か、確認してください。

イ すみずみが清潔になっているか、確認してください。

ウ 洗剤などを正しい希釈濃度で使っているか、確認してください。



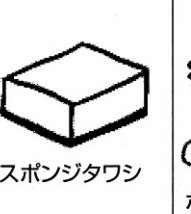


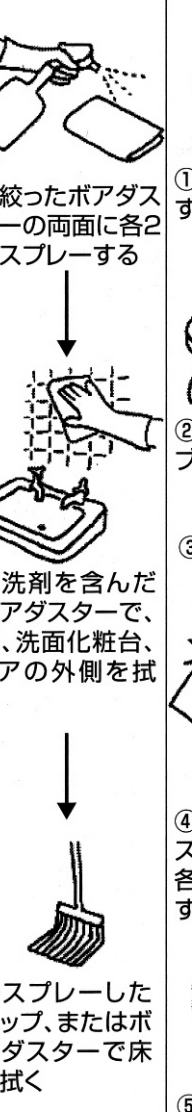
エ 窓ガラスはスクイジーを使って正しい手順でふいているか、確認してください。

オ 清掃スケジュール（日ごと、週ごと、月ごと）が実行されているか、確認してください。

対象	外回り	植え込み花壇	大型窓ガラス	室内側窓ガラス 小型窓ガラス 入口ドア 看板 ショーケース 鏡	玄関の床 (タイル・塩ビ・エ ポキシ・ウレタン でワックス塗布を していない部分)	通路 (ワックス塗布部 分)
濃度	洗剤の薄め方はメーカーにより異なるので商品説明書に従う					
使用用具	 ちり取り ほうき	 ホース ポアダスター ちり取り	 ポアダスター 伸縮ポール スクイージー 1000ml 計量カップ バケツ	 ポアダスター	 モップ絞り器 モップ ほうき 1000ml計量カップ	 掃除機 フィットル モップ
洗浄方法	 ①ほうきでゴミを3~4mごとに掃き集め、ちり取りで取る ②ゴミをゴミかごに捨てる ③ゴミかごのゴミは7分目になったら捨てる	 ①ゴミを拾う ②散水する (春・夏は夕方毎日1回、その他は3日に1回) ③植え込み灯のカサにスプレーし、乾いたポアダスターで拭く	 ①20倍液をつくる (水10ℓに洗剤500ml) ②水でガラスの全面を濡らす ③スクイージーで水切りをする ④水切りをしたスクイージーを1回ごとポアダスターで拭き取る ⑤窓枠を乾いたポアダスターで拭く	 ①15cm離して、軽くスプレーする ②ポアダスターで拭く	 ①ゴミを掃き取る ②20倍液をつくる (水10ℓに洗剤500ml) ③よく絞る ④コーナーと両サイドを拭く ⑤中央部分を拭き上げる	 ①掃除機をかける ②フィットルモップで拭く
頻洗濯	毎日1回	毎日1回	毎日1回	必要な都度 (1日1回以上)	必要な都度 (1日1回以上)	毎日1回

カーペット 部分の汚れ	椅子 テーブル カウンター パーティション	椅子、テーブル、 カウンター、 パーティション の部分汚れ 電話機 レジスター	カスター類	化粧室	便器
----------------	--------------------------------	--	-------	-----	----

洗剤の薄め方はメーカーにより異なるので商品説明書に従う

 <p>ブラシ ポアダスター</p>	 <p>ポアダスター</p>	 <p>ポアダスター</p>	 <p>スポンジタワシ</p>	 <p>ゴム手袋 モップ ポアダスター</p>	 <p>ゴム手袋 トイレ ブラシ ポアダスター</p>
 <p>①軽くスプレーする ↓ ②ブラッシングする ↓ ③絞ったポアダスターで拭く</p>	 <p>①原液を薄めて軽くスプレーする ↓ ②よく絞ったポアダスターで拭く ↓ ③家具用ワックスを軽くスプレーし、一晩放置する ↓ ④翌朝乾いたポアダスターで拭く ↓ ⑤ポアダスターを湯ですすぎ、絞って乾燥させる</p>	 <p>①10cm離して、ポアダスターにスプレーする ↓ ②ポアダスターで拭く</p>	 <p>①中身を取り出す ↓ ②シンク槽で洗う ↓ ③よく流水ですすぎ ↓ ④逆さまにして水を切る ↓ ⑤中身を入れ、セットする</p>	 <p>①絞ったポアダスターの両面に各2回スプレーする ↓ ②洗剤を含んだポアダスターで、壁、洗面化粧台、ドアの外側を拭く ↓ ③スプレーしたモップ、またはポアダスターで床を拭く</p>	 <p>①内部にスプレーする ↓ ②トイレブラシでブラッシングする ↓ ③水を流す ↓ ④絞ったポアダスターの両面に各2回スプレーする ↓ ⑤洗剤を含んだポアダスターで、便器の外側を拭く</p>
必要な都度	毎日1回	必要な都度	必要な都度	必要な都度 (毎日3回以上)	必要な都度 (毎日3回以上)

© 出典：しゅってん しみずひとしちよ しょうぎょうかい 商業界『フードサービス せ 攻めのマネジメント』

(3) 現金とキャッシュレス決済の知識

- ア 釣銭在庫が十分か確認してください。
- イ 釣銭在庫の不足が予想される場合の対応をあらかじめ確認しておいてください。
- ウ 新しいキャッシュレス決済方法が導入された場合、その処理方法を熟知しておいてください。

(4) レジ操作の重要性

レジを締めた時、ロール上の現金有り高と、実際の現金有り高が一致していることが重要です。

誤差が出るということは、受け取るべき代金を少なくあるいは多く受け取っているか、お客様に渡すべき釣銭を少なくあるいは多く渡しているかのどちらかです。

ロール上の現金有り高より実際の現金有り高が少なければ、店に損失が発生することになり、逆に、実際の現金有り高が多ければ、お客様に損失が発生することになり、信頼を損ね客数を減らす要因になります。

(5) 夜間金庫の対応

売上金は原則夜間金庫に入金します。閉店後レジ締めをおこない、所定のバッグに現金と入金票を入れて投入します。この時必ず二人でおこなってください。理由は防犯のためです。ただし、翌日用の釣銭は店内金庫に保管してください。

4. クレーム対応に関する知識

(1) お客様からのクレームへの対応

クレームはなるべく受けたくないと思うのが普通ですが、一方クレームは店の質的改善につながる大きな材料でもあります。ですからその材料をもらえる機会となれば、対応する態度も変わってくるはずですが。

① クレームへの基本的な対応

- ア どんな小さな苦情でも部下から報告させ、店長が迅速に直接テーブルまで行き対応します。
- イ 実際に苦情が発生した場合、お帰りの際にもう一度、担当者と店長が丁寧に丁寧にお詫びし、お見送りをします。
- ウ このほか、以下の(参考1)クレーム対応のポイントや特定技能1号のテキストに記載している「クレーム対応手順の例」などを参考に対応します。

② クレーム対応のポイント

①丁寧^{たいおう}に謝る

- I お客様に与えた不快な感情に対しとにかくわびる
※言い訳・口論は絶対にしないこと

②お客さまの言い分（苦情の内容）を聞く

- I 決して口は挟まず最後までお客様の言い分を聞く
※できるだけあいつちを打ち、よく聞く
※言いたいことがあってもお客様が言い終わるまで待つ
- II 冷静に謙虚に、先入観を持たず素直に聞く
※苦情の内容をしっかりと把握する
- III お客様の言い分を冷静に分析する

③迅速な処理

- ※お客様の立場で判断し、迅速に処理する
- I 苦情の内容に関して具体的にわびる

④責任者への報告と責任者の対応

- ・ 苦情の原因
- ・ お客様の言い分
- ・ 取りあえず実施した処理
- ・ その他、付近のお客様の状況
- I 責任者よりあらためてわびる
- II 当方の事情や苦情の起きた理由を伝える
- III 解決案を示し、お客様に納得していただく
※お客様の感情が治まらない場合は三変（人・場所・時を変える）手法で対応する
- IV 最後に心からお礼を言い、その後の良いサービスに結び付ける

⑤クレーム処理報告書や日報で本部へ報告

- I 原因と対策を確認
※今後、同様のことが起きぬようにする
- II 本部では全店に活用
※商品やサービスを向上させる

(2) 異物混入発生時の対応

- ① (1) ①の「クレームに対する基本的な対応」に沿い、事実を確認したらすぐにお詫びをしてください。特定技能1号のテキストに記載している「異物混入が発生した時の対応<具体例>」などを参考に
対応します。

ア クレームの大半は異物混入で、とりわけ多いのが髪の毛の混入です。どこで混入したかを調べ、再発しないよう従業員の身だしなみを確認してください。

イ 髪の毛以外（まつげ、眉毛、体毛など）でも、何の毛であるか、また、混入した経緯を調べ特定して、再発防止を全従業員に周知してください。

ウ お客様にはまず、作り直してよいか確認し、作り直し不要と言われれば伝票をキャンセルする対応を素早くおこなってください。それ以上の対応が店のルールで決まっている場合は、それに従ってください。



② 異物混入防止のポイント

ア 髪の毛の次に多いのが虫の混入です。そのために捕虫器をつけている場合、捕虫器のランプが切れていないか確認してください。

イ 厨房に捕虫器が設置されている場合は、捕虫器のランプが厨房以外から見えていないか確認してください。見えていると逆に虫を外から誘引することになります。

5. 緊急時の対応に関する知識

(1) 体調不良者が発生した場合の対応

お客様で体調不良者が発生した場合、決して慌てずに、同伴者がいれば同伴者の指示に従ってください。同伴者がいない場合、意識がある場合はご本人の意思に従い、意識はない場合はすぐに救急車を呼んでください。

むやみに抱き起こさず、そのままの状態^{じょうたい}で待機^{たいき}してください。

① 事例と主な対応方法

ア てんかん発作で倒れたお客様には、付き添いの方がいれば、その方の指示に従ってください。付き添いの方がいない場合は、すぐに救急車を呼んでください。

イ 心停止を起こしたお客様には、AED（自動体外式除細動器）をすぐに当ててください。そして同時に救急車を呼んでください。

ウ AED（自動体外式除細動器）の使い方の訓練を定期的を実施してください。

エ このほか、特定技能1号のテキストに記載している「事例と主な対応方法」などを参考に対応します。



(2) 緊急時の行動基準

「店舗運営」のテキストに記載

サービス基本用語

㊦ [アイドルタイム]

客数の少ない時間帯を意味し、ピークタイムとは反対の言葉。外食産業では食事時間がピークとなるため、その間はアイドルタイムとなる。この時間帯は人件費を削減し、サイドワークや教育トレーニングを実施する。

㊦ [カフェテリア]

料理やデザート、ドリンクに至るまで保温設備の入った専用テーブルや冷蔵ショーケースで順に見せ、お客様はトレーラインに沿ってそれらを選び、最後に会計をして客席へ持参して食べるセルフサービスのレストラン。

[客席レイアウト]

客席の配置と通路の取り方のこと。業態や客単価により作業動線を考慮した上で、客席スペースの広さや椅子の快適性などが決まる。また、客席稼働率を高めるためには利用客の人数に合わせ何人用の席を増やすかが重要となる。

[客層]

主に利用するお客様の分類を表す。年齢や性別、所得など定量的な分類と価値観やライフスタイル、センスなど定性的な分類がある。自店の客層（ターゲット）を絞り込むことで、明確なコンセプトによる店作りができる。

[苦情処理]

お客様と店との間に発生するさまざまな苦情やトラブルをお客の満足を優先し、しかも店側の立場も理解して頂きながら前向きに解決すること。お客様の苦情の大部分は、基本作業が徹底できていないために発生する。

[口コミ]

友人、知人など人から人への口によるコミュニケーション。信頼できる人からの情報は、その店の知名度や理解度を高め、来店を促し、最も効果的な販売促進となる。逆に不評や苦情は

逆宣伝となり客数ダウンに直結する。

[クレンリネス]

外食産業成功の要素（QSC）の一つ（クレンリネス）。定期清掃をおこないドライ（乾燥）、シャイン（光り輝く美しさ）、オーダーリー（整理整頓）を徹底して、衛生状態を良くし、安全性を高めメンテナンスに努めること。

㊦ [サービスステーション]

入店客がすぐ分かり、ホール全体が見える位置にあり、新客サービス（新規客へ水、おしぼりなどを運ぶこと）やオーダー後のテーブルセティング、中間下げ物の中継などが機能的にできるようにした簡易設備のこと。

[サービングタイム]

お客様からオーダーを承り、料理提供されるまでの時間のこと。通常、ファミリーレストランではランチタイム5分～7分、ディナー12分～15分がその目安。売上予測に基づき、適正な仕込み量と準備作業の徹底が決め手。

[サイドワーク]

勤務中の手空き時間におこなう接客サービス以外の清掃、補充、点検作業のこと。接客サービスを優先しながらも手空きとなった時間に、上司の指示ではなく、P/A自身の判断で作業できるように訓練することがポイント。

[サジェスティブセールス]

お客様に対し、食事がさらに楽しめるようなフェアメニューやプラス1品をイメージできるよう、アドバイスする（サジェスティブ=暗示する）販売のこと。お客様に抵抗なく、客単価を上げ売上げを伸ばす有効な手法。

[CS（カスタマーサティスファクション）]

お客様がその店の商品やサービスを購入したり使用した結果の満足度のこと。アンケートやインタビュー調査などにより把握される。日本

の^{がいしょく}外食に関する^{かん}CSの^{もと}求める^{たか}レベルは^{えが}高く^{えが}笑顔
や^{きくば}気配りが^{ひょうか}ないと^{ひょうか}評価^さされにくい。

[主力商品]

売^うれ筋^{すじ}メニューとして^{きやくさま}お客様に^{にんき}人気がある^メメ
ニューの^{こと}こと。また、^{みせ}店として^{あらりえき}荒利益^{かせ}の^{がら}稼ぎ頭
となっている^{メニュー}メニューも^{しゅりょくしやうひん}主力商品^よと呼ぶ。メ
ニュー^{かいてい}改定では^{せんりやく}戦略メニューとして^{しゅりょくしやうひん}主力商品
をつ^くりだ^{りえきかんり}し、^{ひつよう}利益管理^{ひつよう}をおこなう^{ひつよう}必要がある。

⑨ [テーブルサービス]

お客様が^{まか}着席^{ちやくせき}した^{ちゆうもん}まま注文^{りようり}から^{りようり}料理、^{デザート}デザート
まで^うサービス^{たい}を受ける^{たい}こと。これ^{たい}に対し^{たい}ファ
スト^{フード}フードや^{カフェテリア}カフェテリアは^{セルフサービス}セルフサービスと
呼^よぶ。欧^{おう}米^{まい}の^{テーブルサービス}テーブルサービスの^{レストラン}レストランで
は^{りようがく}利用額^{ひつよう}に^{チップ}チップ10~20%^{ひつよう}が必要^{ひつよう}となる。

[テーブルセッティング]

コース^{りようり}料理^{しょくじ}など^{ないよう}食事^あの内容^あに^あ合わせ、^{シル}シル
バー^{るい}や^{グラス}グラス類^{じゅんび}を^{じゅんび}テーブル^{じゅんび}に^{じゅんび}準備^{じゅんび}すること。^フフ
ランス^{りようり}料理^{りようり}や^{イタリア}イタリア料理^{こうきゆうてん}の^{かざ}高級店^{かざ}では^{かざ}飾り
ざ^らら^{せい}や^か生花^{もち}も^{あんない}用い、^{さい}テーブル^{みせ}に^{みせ}案内^{みせ}した^{みせ}際に^{みせ}店の^{みせ}
か^くしき^{しめ}しめ^{じゆうよう}を^{えんしゆつ}示す^{いちぶ}重要な^{いちぶ}演出^{いちぶ}の一部^{いちぶ}となる。

[同時同卓提供]

同一^{どういつ}テーブル^{きやくさま}の^{きやくさま}お客様^{ふくすう}が^{ふくすう}オーダー^{ふくすう}した^{ふくすう}複数の^{ふくすう}
メイン^{りようり}料理^{どうじ}を^{どうじ}同時に^{ていきよう}テーブル^{ていきよう}に^{ていきよう}提供^{ていきよう}すること。
ひと^{ひと}つでも^{りようり}料理^{おそ}が^た遅^たくなると^た食べる^たタイミング^たが
ず^れれ、^つ連れ^{まかさまぜんいん}の^{めいわく}お客様^{めいわく}全員^{めいわく}に^{みせがわ}迷惑^{みせがわ}がかかり、^{みせがわ}店側^{みせがわ}
でも^{まかさま}客席^{まかさま}回^{まかさま}転^{まかさま}数が^{こま}ダウン^{こま}し^{こま}困^{こま}る。

⑩ [ピークタイム]

お客様が^{まかさま}集中^{しゆうちゆう}して^{らいてん}来店^{らいてん}される^{らいてん}時間^{らいてん}帯^{らいてん}の^{らいてん}こと。
従^{したが}って、^{うりあげけいかく}売上^{うりあげけいかく}計画^{うりあげけいかく}を^{もと}基^{もと}に^{じかんたい}この^{じかんたい}時間^{じかんたい}帯^{じかんたい}を^{ちゆうしん}中心^{ちゆうしん}
に^{ちゆうしん}ワー^くクス^くスケ^くジュー^くル^くを^く組^くみ、^{しこ}仕^し込^しみ^し作^し業^しや^{さぎよう}点^{さぎよう}検^{さぎよう}
補^ほ充^{じゆう}作^{せい}業^{せい}、^{せい}清^{せい}掃^{せい}作^{せい}業^{せい}など^{せい}は^{せい}ピー^{せい}ク^{せい}タイ^{せい}ム^{せい}前^{せい}に^{せい}
完^{かん}了^{りよう}し、^{まかさま}お^{まかさま}客^{まかさま}様^{まかさま}を^{むか}迎^{むか}える^{むか}必要^{ひつよう}がある。

[フェア]

新^{しんしやうひん}商品^{きせつ}や^き季節^きメ^きニュー^き、^き既^き存^きメ^きニュー^きの^{たんびん}単^{たん}品^{びん}
や^{はんばいそくしん}セ^{はんばい}ット^{はんばい}など^{はんばい}により^{はんばい}販^{はんばい}売^{はんばい}促^{はんばい}進^{はんばい}を^{はんばい}お^{はんばい}こな^{はんばい}う^{はんばい}こと。
ファミ^{ばあい}リー^{りようきやく}レス^めト^めラン^めの^め場^め合^めは^め利^め用^め客^めの^め目^め先^めを^め
変^かえ^かる^かこ^かと^かが^か主^か目^か的^かで^かあり、^{きやくたん}客^か単^か価^かの^{ちゆうせい}調^{しん}整^{しん}や^{しん}新^{しん}
商^{しやうひん}品^{しん}の^{しん}テ^{しん}ス^{しん}マ^{しん}ケ^{しん}ー^{しん}テ^{しん}ィ^{しん}ン^{しん}グ^{しん}も^{しん}お^{しん}こな^{しん}わ^{しん}れる。

[ホスピタリティ]

人^{ひと}対^{たい}して^{ひようげん}表^て現^{あつ}さ^{あつ}れる^{あつ}手^{あつ}厚^{あつ}い^{あつ}お^{あつ}も^{あつ}て^{あつ}な^{あつ}し^{あつ}や^{あつ}温^{あつ}
か^{おも}く^{こころ}思^{べいこく}い^{べいこく}や^{べいこく}る^{べいこく}心^{べいこく}の^{べいこく}こ^{べいこく}と。^{べいこく}米^{べいこく}国^{べいこく}では^{べいこく}ホ^{べいこく}テ^{べいこく}ル^{べいこく}、^{べいこく}レス^{べいこく}
ト^{りやくき}ラン^き、^{なん}旅^{せつ}客^び機^{なか}、^{なか}テ^{なか}マ^{なか}パ^{なか}ー^{なか}ク^{なか}、^{なか}リ^{なか}ゾ^{なか}ー^{なか}ト^{なか}ク^{なか}ラ^{なか}
ブ^{さんぎやう}など^よ、^よ何^よら^よか^よの^よ設^よ備^よの中^よで^よ、^よお^よも^よて^よな^よし^よを^よす^よ
る^{さんぎやう}産^よ業^よを^よホ^よス^よピ^よタ^よリ^よテ^よィ^よビ^よジ^よネ^よス^よと^よ呼^よぶ。

⑪ [来店頻度]

利用^{りようきやく}客^いが^い一^い定^い期^い間^いに^い何^い回^い来^い店^いす^いる^いか^いを^い表^いす。
通常^{つうじよう}、^{きやくたん}客^か単^か価^かが^{たか}高^{ぎやうたい}い^{らいてんひん}業^ど態^{ひく}は^{ひく}来^{ひく}店^{ひく}頻^{ひく}度^{ひく}が^{ひく}低^{ひく}
く^{ひく}な^{ひく}り、^{しやうけん}商^{ひろ}圏^せを^せ広^せく^せ設^せ定^せす^せる^せ必要^{ひつよう}がある。また、^{きやく}客^{きやく}
単^{きやく}価^{きやく}が^{きやく}低^{きやく}い^{きやく}業^{きやく}態^{きやく}は^{きやく}来^{きやく}店^{きやく}頻^{きやく}度^{きやく}が^{きやく}高^{きやく}く^{きやく}な^{きやく}り、^{しやうけん}商^{しやうけん}
圏^{しやうけん}が^{しやうけん}低^{しやうけん}く^{しやうけん}な^{しやうけん}り、^{しやうけん}来^{しやうけん}店^{しやうけん}頻^{しやうけん}度^{しやうけん}が^{しやうけん}高^{しやうけん}く^{しやうけん}な^{しやうけん}り、^{しやうけん}商^{しやうけん}
圏^{せま}が^{けい}狭^なく^たても^た経^{おお}営^{おお}が^{おお}成^{おお}り^{おお}立^{おお}つ^{おお}こ^{おお}と^{おお}が^{おお}多^{おお}い。

⑩ 出典：清水均著 商業界『フードサービス攻めの計数』

< おわりに >

ほん さくせい がいしょくきぎょう がいしょくかんけいだんたい がくしきけいけんしゃ ごきょうりよく え いっぽんしゃだんほうじん
本テキストの作成にあたっては、がいしょくきぎょう 外食企業や、がいしょくかんけいだんたい 外食関係団体、がくしきけいけんしゃ 学識経験者の御協力を得て、いっぽんしゃだんほうじん 一般社団法人
にほん きょうかい
日本フードサービス協会がとりまとめました。

このテキスト作成に御協力いただきました関係者に、改めて御礼申し上げます。

ねん がつ
2023年12月

いっぽんしゃだんほうじん にほん きょうかい
一般社団法人 日本フードサービス協会

< 注意事項 >

■ 著作権について

・本テキストの著作権は、一般社団法人日本フードサービス協会(以下、「当協会」という。)に帰属します。

・本テキストの内容のうち、第三者が権利を有しているものについては、当該第三者の了解の上、出典の表記等によって第三者が権利を有していることを直接的または間接的に表示・示唆しているものがありますので、利用する場合は利用者の責任において確認してください。

■ リンクについて

・リンクを行う場合の許可や連絡は必要ありませんが、リンクの設定をされる際は、「一般社団法人日本フードサービス協会ホームページ」へのリンクである旨を明示してください。

■ 出典の記載について

・本テキストの内容を利用する場合には、出典を記載してください。

・本テキストの内容を編集・加工等して利用する場合には、上記出典とは別に、編集・加工等を行ったことを記載してください。また、編集・加工した情報をあたかも当協会が作成したかのような態様で公表・利用してはけません。

■ 免責について

・当協会は、利用者が本テキストの内容を用いて行う一切の行為(本テキストの内容を編集・加工等した情報を利用することを含む。)について何ら責任を負いません。

・本テキストの内容は、予告なく変更、移転、削除等が行われることがあります。