



お客様1人1人の声を聴き、お客様に愛される店舗づくりを！
お客様と店舗がつながるマクドナルド「**KODO**」(鼓動)

お客様からの投稿、200万件を達成

QSCの向上とお客様のより良い店舗体験に貢献

日本マクドナルド株式会社(本社:東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO:サラ・エル・カサノバ)は、2015年4月に導入した、お客様が店舗へ直接的にご意見いただくことができるスマートフォンのアプリケーション「KODO」(読み方:コード)にて、お客さまからの投稿の累計が、2016年2月13日(土)に、200万件を超えたのでご報告いたします。

2015年4月21日(火)に導入した「KODO」は、「お客様基準」で店舗を評価していただくもので、スマートフォンアプリから、お客様がご利用いただいた店舗の感想を、その場ですぐ店舗に送ることが出来ます。QSC(品質、サービス、清潔さ)などの観点で、お客様が期待されるレベルと、実際に店舗を利用されたときの評価レベルをご記入していただき、その期待値との差を測ることができ、さらに、自由記入でコメントを書くこともできるものです。



【客席ステッカー】



【トップページ】



【店舗満足度アンケート】



【フリー記入欄】

マクドナルドにとって、お客さまからのご感想は大変貴重であり、より良い店舗体験をご提供するために、重要なヒントを与えてくれます。累計200万に達した「KODO」のお客さまからの声は、各店舗ごとに、そのリアルなお声を受け止めてサービス向上に活用しております。また、店舗だけでなく、お客様からの声を本社で統計・分析することで、マクドナルド全体としてのサービス提供の状況、お客様のご満足レベルを把握することにも役立てています。各店舗では様々な改善事例が生まれております。次ページ以降でその一例をご紹介します。

マクドナルドでは、2016年もお客様と心でつながる「モダンバーガーレストラン」をビジョンに、お客様からのご意見に耳を傾けながら、店舗QSC(品質、サービス、清潔さ)の向上やお客様のより良い店舗体験の実現に取り組みながら、美味しいお食事をご提供してまいります。

<一般のお客様のお問い合わせ先>

マクドナルド公式ホームページ <http://www.mcdonalds.co.jp/>

「KODO」を通じてお客様からのお声をリアルタイムに把握し、改善へ



ケース①：【新横浜駅前店】客席エリアの工夫（立食&かご）

・狭い店舗のため、客席がいっぱいの際は荷物を置くスペースもないというコメントをいただいていた。そこで、荷物かごを設置したところKODOに「狭い客席なので、荷物かごが便利」というお声をいただくことができました。また、短時間で飲食されたいお客様のニーズに応え、立食用のテーブルを設置しました。改善のアクションに対するお客様からの評価がKODOで頂戴できるケースも存在し、さらなるモチベーションにつながっています。



ケース②：【豊洲駅前店】BBモバイルのアンテナ増設

・KODOで「Wi-Fiが繋がらない」というお声をもらい、実際に調査すると、2F客席の電波が弱いことが判明しました。そこで、BBモバイルのアンテナを増設し、環境を改善いたしました。



ケース③：【155知立店】クレンリネス強化のための導線変更

・客席が汚いというお声を受け、クルーが仕事に入る際に、裏口から直接厨房に入るのではなく、客席を必ず通り、ゴミがないかを確認しながら入るように導線を変更しました。その結果、クレンリネスに対するKODOの評価が改善しました。

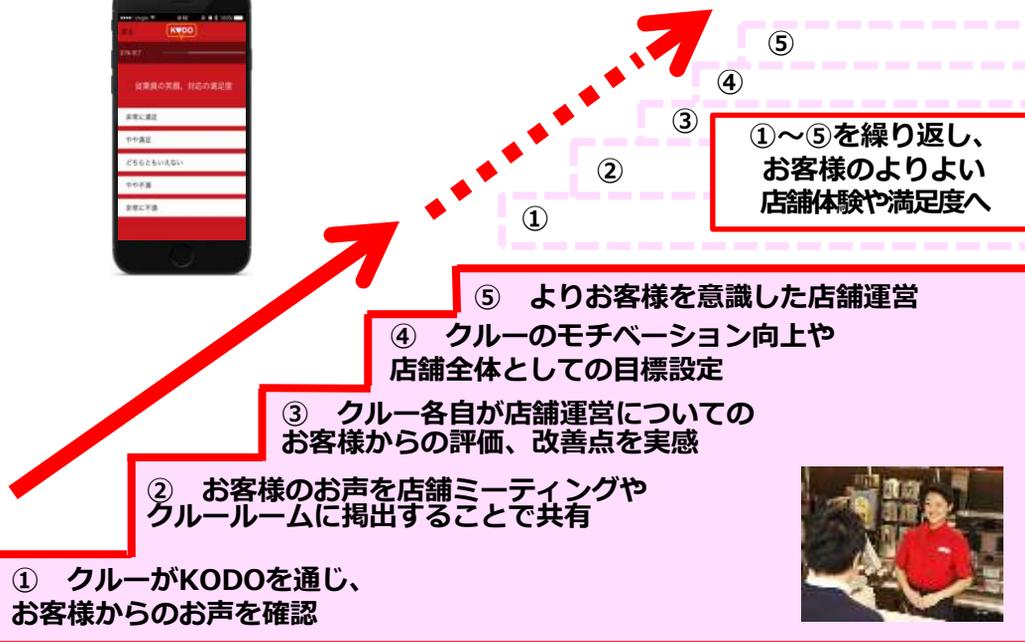
※記載しているケースは一例です。

KODOのお客様のお声で、クルーひとり一人が、 お客様からのご評価とご要望を実感。 もっと、お客様を意識した行動に変化していく

クルーひとり一人にとって、お客さまからのお褒めのコメントは励みに、お叱りのコメントはお客様のニーズを教えてくれる大切な気付きとなります。「KODO」によって、お客様のご評価を実感し、次からもっとお客様を意識した行動に変わり、より良い店舗体験の提供につながります。こうした店舗QSCの向上に取り組み続けていくことで、お客様にもっと満足いただける店舗になることを追求してまいります。

<KODOの店舗体験への影響>

お客様のさらなる 店舗体験、満足度の向上へ



■店舗マネジメント

<店長>

現在のアクションが本当にお客様のお声に応えられているのかを店長が随時確認



【クルールームでの掲出】



【客席での掲出】



ケース④：クルールームでの掲出

・多くの店舗で、「KODO」に投稿されたお客様のお声をクルー間で共有しています。お客様からのお声はクルーのモチベーションの向上や改善点の発見に活かされております。また、複数店舗をまたいでの事例の共有や、改善策を話し合う会議を開催し、活用しているケースもあります。

<その他>



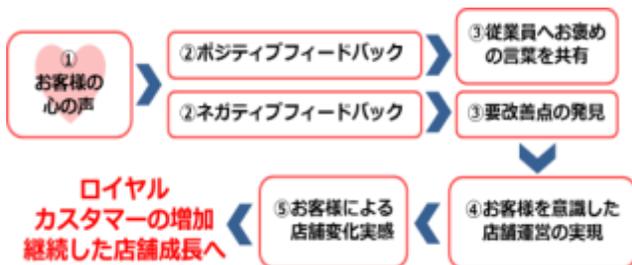
ケース⑤：客席エリアでの掲出

・約200店舗で、お客様からいただいたお声とそれに対するアクションをお伝えする為に、客席にインフォメーションボードを設置しています。インフォメーションボードを見たお客様から「顧客意見に対して真剣に取り組んでいますね」とのお褒めの言葉や更なるコミュニケーションが生まれた店舗もあります。

参考資料 「KODO」について

《「KODO」の概要》

海外のマクドナルドで運用されていたアンケートシステムを、よりお客様に使いやすく効果的に改良したのが、日本マクドナルドが作り上げた「KODO」です。お客様の評価基準に沿ったアンケート項目を設定し、フリーコメント(自由記述)で店舗で感じたご感想やご意見を自由に記述できるようになっています。回答されたアンケートはオンラインシステムを通じて店舗にてすぐに確認できるため、本社を介さずに店舗裁量ですぐに改善への行動を起こすことが可能です。



《「KODO」の利用の流れ》

- ①ご来店
 - ②商品を購入後、QRコードもしくはApple Store/Google Playから「McDonald's KODO」をダウンロード
 - ③アプリケーションからアンケートに回答（自由記述と5段階評価など、全体で所要時間2分程度）
 - ④アプリケーションの謝礼画面に無料クーポンが届く（マックフライポテトS or ドリンクS or ソフトツイスト）
 - ⑤ご回答いただいた店舗で無料券を利用（翌日から利用可能）
 - ⑥マクドナルド各店舗が受領したアンケート内容を確認
- ※一店舗に対し月に一回利用可能、また一日につき一店舗のご利用となります。
※無料クーポンは発行後2週間が使用期限です。ご利用には商品購入が条件です。
※お客様からのアンケートに対して個別回答をお届けする機能はございません



属性質問	性別、来店日時、利用頻度、客層など ※個人情報を保持しないために毎回入力
フリーコメント	お客様のご意見
満足度	スピード、応対、清潔などを5段階評価
重要度・期待	スピード、応対、清潔などを5段階評価
推奨度	11段階評価（0から10）

■大切なことはお客様の本音＝“Heart Beat” に耳を傾け本社を介さず「1人1人のお客様」と「店舗」がつながること

お客様が店舗に対して本音を言えるシーンは、これまでは店舗内でのささいな会話程度でした。しかし、本当に大切なことは、1人1人のお客様の心の声・本音(=Heart Beat)をきちんと知ることです。「KODO」を通じた店舗改善は、店舗主体で行います。これにより対応がスピーディになると同時に、各店舗の特性に合った店舗QSCの改善を図ることができます。

