

お客様とのかかわり

デサントは、スポーツを愛する世界中のお客様をサポートするため、常に安全で高機能・高品質なスポーツウェアづくりに努めています。

※記載されている取り組み内容などは株式会社デサント単体のものです。



フォーカス

原宿のフラッグシップ ショップにお客様を迎えて

『デサント』ブランドをグローバルに発信するフラッグシップショップ「DESCENTE SHOP TOKYO」が2013年10月、東京・原宿に誕生。国内で『デサント』ブランド初となる旗艦店で、世界中から訪れるお客様に同ブランドをもっと広く、深く知っていただく手段について、店長インタビューも交えてご説明します。

ウェアに込めた「モノづくりスピリット」を伝える

長い歴史を持つ『デサント』ブランドのウェアは、お客様に届くまで、多くの「モノづくりスピリット」で支えられています。私たちが大切にしているのは、使用するお客様にとって機能的、そして快適であること。企画・デザイン・縫製などの工程を経て、「モノづくり」への熱意が職人・スタッフの手から手へ引き継がれ、ひとつのウェアが完成します。これらの「モノづくりスピリット」を、お客様に手渡しでお伝えしたい、それが私たちデサントの願いです。

旗艦店が新たに果たす、3つの役割

異なるテーマに基づき、旗艦店を1F、2F、B1Fの3フロアから構成。

- 1F [MULTI TRAININGWEAR] :
『デサント』の幅広いラインナップから月ごとにテーマを設けて展開。
- 2F [INTERNATIONAL COLLECTION] :
『デサント』が積み重ねている「創造と挑戦」の最前線を発信。
- B1F [FOOTWEAR/PERFORMANCE GEAR] [BOOKS/EVENT SPACE] :
シューズやサポートグッズに加え、関連書籍の販売も。イベントスペースにも早変わり。

旗艦店は、単に商品を販売する「場所」ではありません。スポーツがもたらす感動や楽しさを広く伝える「メディア」になり、スポーツを愛するすべての人々を応援する「サポーター」になり、そして幅広い層の「コミュニケーションスペース」となる店舗を目指します。

「DESCENTE SHOP TOKYO (デサント ショップ 東京)」

オープン日 : 2013年10月10日
住所 : 東京都渋谷区神宮前1-14-33
TEL : 03-6804-6332
営業時間 : 11:00~20:30
定休日 : 年中無休
面積 : 約100坪 (事務所スペース含む)
店長 : 土井 梢



お客様と向き合い「モノづくりスピリット」を進化させる

インタビュー

『デサント』ブランド初の旗艦店で店長を務める土井 梢 (どい こずえ) にお客様との接し方を訊きます。



▲店長 土井 梢 (どい こずえ)

Q1 旗艦店の長所は何ですか？

旗艦店では、グローバル展開というステップを踏み出した『デサント』ブランドを牽引する商品として、「水沢ダウン」「オルテライン」「イノヴェイト×デサント」などを重点的に取り扱っています。B1・1F・2Fのフロアごとに担当スタッフを配していますが、お客様のフロア間の移動も想定して、9名のスタッフ同士が密接なコミュニケーションを取り合い、店内すべての商品知識・関連情報を把握するように努めています。

Q2 「デサントの接客」をどのように捉えますか？

毎日の接客で心がけているのは、『デサント』ブランドの強みである「モノづくりスピリット」をしっかり伝えられるよう、スポーツウェア・シューズの素材や高い機能性だけでなく、正しい取り扱い方もお客様にきちんと説明することです。原宿というロケーションをふまえ、中国語・英語を話せるスタッフも配置し、「モノづくりスピリット」を海外からのお客様へ伝えられるのも強みと言えると思います。

Q3 旗艦店全体としての目標はありますか？

オープン前に、スタッフ全員で「顧客満足度ナンバーワン店舗」を目標に掲げています。顧客満足度の向上と、それを実現する「おもてなし」への取り組みが、旗

艦店そしてデサントグループのさらなる発展に必要だと考えます。

お客様と直に接する私たちは、「お客様起点・店頭起点」という発想で、お客様のご意見をとても大切に扱うようにしています。いただいた様々なご意見を、製品の開発部門に伝えて、「モノづくりスピリット」の進化に役立てています。

今後も、顧客満足度の向上を目指した接客に努めていきます。



品質安全

デサントの製品は、優れたデザイン・品位・機能と共に、お客様が要求する安全性・品質・性能を兼ね備えた状態で、お客様にお届けしたいと考えています。そのために生産に関わる担当者が各種の品質基準を厳格に運用して、生産工程に反映できる体制を整えています。これらの基準は、お客様のご要望に応えられるように、当社独自の試験方法を作り込むなど、常に正しい状態に保つように見直しています。これがスポーツ用品メーカーの使命であると考えています。

品質保証体制

デサントは16のブランドを保有し展開しています。それぞれの企画担当者が同じ条件で品質基準を運用できるように、品質基準の作成および管理を行う品質管理課に、各ブランド内の品質基準運用者を集中して配置しました。これにより品質管理を社内で横断的に実施できるほか、品質面における事故の発生を速やかに全社で共有することが可能です。また、品質基準を常にお客様の要望を満たすレベルに保つために、お客様相談室に入ってくる製品へのご意見を解析し、製品づくりに反映させています。

顧客満足

デサントでは、お客様のニーズをできるかぎり先取りして、常に商品の開発やサービスの追求を行うことを行動基準としています。

お客様の声を商品に活かす

お客様（ユーザー）からの声は常に商品に反映させています。デサントでは、お客様相談室を東京・大阪オフィスにそれぞれ設置して、日々お客様からのご意見・要望を聞き取っています。このお客様相談室に入ったご意見・ご要望や、デサント製品を使用している選手などからの要望・情報は、すばやく社内に関連部署にフィードバックして、スポーツのシーンにおいて常に使いやすい、より良い商品の提供に努めています。

顧客満足度向上のために

正しい商品情報の習得と接客術を磨くために、店頭販売員（セールスコーディネーター：SC）の日頃の接客の成果を発表する場として、2009年より「全国SCロールプレイング大会」を開催し、さらなるスキルアップと顧客満足度の向上を目指しています。

個人情報管理

「デサント行動基準」では、情報の収集に関して、お客様の住所や氏名などの個人情報については厳重に管理し、お客様にご迷惑をかけることがないよう最善の注意を払う必要があると謳っています。お客様の個人情報が必要なときは、必ずお客様に使用目的をお伝えし、了解を得た上で収集し、目的外の使用をしないように、またご本人の同意なしに他社・他人に提供してはけない、としています。