

てつくふらざ

TEC PLAZA

2019
WINTER
VOL.
103

呉服 いわや



伝え方・聞き方を磨く

コミュニケーション改善法

監修：中尾ゆうすけ
人材育成研究所代表。製造現場や人事部門での経験から、人材を中心とした組織力・現場力向上ノウハウを独自に構築し、研修・セミナーを行う。著書に「ミス・ロスが激減する話し方・聞き方・伝え方」(明日香出版社)、「部下が絶対、目標達成する「任せ方」」(PHP研究所)など。

特集

伝え方・聞き方を磨く コミュニケーション改善法

相手のレベルに合わせて 伝え方を変える

コミュニケーションの行き違いが起きる原因の一つに、話し手と聞き手の間の「常識」の違いがあります。業界や職場にはそれぞれ慣習や明文化されていないルールがあり、それらを共有している人同士の間では細かい事柄まで説明しなくても意思疎通ができます。しかし、その業界や職場に入ったばかりの人との間では、そうはいきません(次ページ図1参照)。

小売業・飲食業はパート・アルバイト比率が高く、スタッフの入れ替わりが激しいため、この点に特に注意する必要があります。たとえば、お客様に渡すハンドピラをコピーするように指示を出す場合、何度その作業をしているスタッフに頼むのであれば、カラーか白黒か、どんな仕上がりにするかといった点まで言う必要はないかもしれません。しかし、初めての人に頼む場合は、「A4カラー

で100部コピーして、表面が上になるように二つ折りにしてください」などと、具体的に伝える必要があります。重要な情報を一つでも伝え忘れると、想定通りの仕上がりにならず、作業がやり直しになってロスが発生する恐れがあります。それを防ぐためにも相手のレベルに合わせて伝え方を変えることが重要です。

また、接客業では多くの業界用語を使用します。小売業では「SKU」「プロパー」「PB・NB」、飲食業では「バッシング」「アイドルタイム」などが業界用語にあたります。その業界で長く働いている人にとっては常識でも、新しく入った人は理解できません。また、同じ業界内でも企業や店舗によって微妙に定義が変わる用語もあります。経験の浅い人や他企業から移ってきた人に業界用語を使う場合、意味を理解しているか確認する必

上長が部下に指示を出したり、スタッフ間でシフト交替の引き継ぎをしたりする時、意図が正確に伝わらなければ、ミスやロスの発生につながります。本特集では、どのような点に注意して会話をすればスムーズな意思疎通ができるかを解説し、コミュニケーション力を高めるコツを紹介しています。



店長のための法律教室

監修：甲本晃啓 弁護士。弁護士法人 甲本総合法律事務所代表。企業法務やIT・知的財産権、著作権などを軸に幅広く活動。大学での分子生物学研究から特許事務所勤務を経てロースクールで学んだ異色の経歴を持つ。

お店で発生する様々な問題は速やかな解決が不可欠です。経営者や店長が知っておくと便利な法律に関わる知識をわかりやすく解説します。

第4回 事業主の安全配慮義務違反 従業員の時間外の「お手伝い」に甘えてもよい?



CASE1 サービス残業のリスク

働いた分の残業代を支払わないサービス残業は労働基準法37条違反。後日判明すると民事罰として未払い金だけでなく、付加金、遅延損害金の支払いが命じられますし、きわめて悪質な場合は刑事罰に処せられる可能性もあります。たとえ従業員が自主的に残業を申し出たとしてもサービス残業は会社の責任です。また、そうしたタダ働きをしている社員がいると、「私もサービス残業しないわけにはいかない」という同調圧力が生まれ、不法なサービス残業が常態化するリスクがあります。

CASE2 「安全配慮義務違反」で損害賠償

2008年、労働契約法第5条に使用者の「安全配慮義務」が明文化されました(「使用者は、労働契約に伴い、労働者がその生命、身体等の安全を確保しつつ労働することができるよう、必要な配慮をするものとする。」と規定)。従業員を雇用した時点で会社が配慮すべき事項には、労働時間や時間外労働、パワハラ・セクハラなどのほか、設備の安全性なども含まれます。判例では「予見の可能性」「回避義務を果たさなかった」「因果関係がある」の3条件が認められると違反に該当し、長時間労働による過労死や職場での集団いじめなどにより事業主などに損害賠償を求められています。

Point
会社やお店での「安全配慮義務」

経営者や店長は従業員の勤務実態を正確に把握し、心身の健康状態に配慮する必要があります。従業員の過重労働を放置して病気やケガに結びつけば「安全配慮義務違反」に問われる場合があります。近年増加しているのは、長時間労働やパワハラに起因する精神疾患に関する訴訟です。小規模事業所でも毎年の健康診断時にメンタルヘルスケアやストレスチェックを同時に行うなどの対策が求められます。

てっくぷらざ 2019 WINTER VOL. 103

CONTENTS

2. 店長のための法律教室	12. ターゲットフォーカス
3. 特集 伝え方・聞き方を磨く コミュニケーション改善法	13. POPコピー スキルアップ講座
6. CUSTOMER'S PHILOSOPHY 私の店づくり戦略 ～お客様訪問	14. 気になるアレコレ なんでもデータ 着物の所有・購入事情
■ マルヤス メルヴィ芸濃店 ■ OKINAWA BIANCO ■ 向山製作所 ÔTAMA BASE	15. ● 今号の表紙のご紹介 ● 『てっくぷらざ』新年スペシャルプレゼント
	16. TECのある風景 筑紫野 天拝の郷

表紙：店舗ミニチュア制作 佐藤千寿子



●今号の作品について
コンセプトは「着物のセレクトショップ」。着物や色とりどりの反物だけでなく、草履やバッグなどの小物も揃うお店です。右側の壁に紅白の餅花しだれを飾り、お正月らしさを演出しました。
佐藤さんのプロフィールや作品づくりの様子をP15でご紹介しています。あわせてご覧ください。

●職場におけるハウレンソウ(報告・連絡・相談)活性化のポイント

	報告	連絡	相談
想定されるケース	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗で起こったことをスタッフが責任者や上長に報告する ・指示された仕事の進み具合や結果を、上長に報告する 	<ul style="list-style-type: none"> ・新しいキャンペーンの内容や、サービスの変更点を全スタッフに周知する ・シフト交替時に、スタッフ間で引き継ぎ事項を伝える 	<ul style="list-style-type: none"> ・接客の仕方で悩んでいる点について、上長に助言を求める ・職場内の人間関係トラブルについて、上長に相談する
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・ミス、トラブルなどの「悪い報告」はできるだけ早く伝える ・報告を受けた側は、報告者を叱責しない ・報告の場を設けたり専用シートを作成するなど、報告が習慣になるような環境を整える 	<ul style="list-style-type: none"> ・書面で連絡を行う場合は、フォーマットを整えるなどしてわかりやすい体裁にする ・連絡を受けた側は承知した旨を発信者に知らせる。発信者は全員に伝わったことを確認する 	<ul style="list-style-type: none"> ・相談を受ける側は突き放したりせず、解決の手助けやヒントを提供する ・人間関係トラブルなど相談者自身が当事者となる問題の場合は、相談者の主張を否定しない

者や上長への報告が遅れると、その間にも問題が広がってしまう恐れがあるからです。

悪い報告が上がりやすい環境をつくるには、上長が報告者を叱責せず、再発防止のアドバイスをしたり、対処法や解決法と一緒に考えることです。叱責してしまうと、そのスタッフは次回から、自分のミスで起こった問題の報告をためらい、何とか自分で処理しようとするかもしれません。

また、終礼で報告の時間を設けたり、報告用シートをつくるなど、普段から報告することを習慣づけておくのも効果的です。

②連絡は、大人数が働いていたり、シフト交替時の引き継ぎが頻繁に発生する店舗では特に重要です。そうした職場では口頭での連絡には限界があるため通知書や連絡帳など書面での伝達で補いますが、フォーマットを整理して、毎回同じ書式で伝えるようにすると、どこにどんな情報が書いてあるか、わかりやすくなります。

また、連絡を受け取った側がリアクションを返すことが必須で、連絡帳に各スタッフのサイン欄を設けて上長が確認するといった習慣をつくるのが大切です。

③相談は、仕事の進め方や職場内での人間関係トラブルについてス

要があり、聞き手の側もわかつたふりをせず、わからない言葉が出てきたときは意味を尋ねることが不可欠です。

最近では、さまざまな外来語も職場で使うようになりました。「コンプライアンス」「CSR」「インバウンド」などは新聞やニュースにもよく登場しますが、社会経験の少ない人は知らない言葉も多いでしょう。業界用語と同様に、意味を共有できているか互いに確認が必要です。

業界用語や外来語は語感や文脈からなんとなく意味を推測できることもあり、確認を怠るとあいまいな意味を覚えてしまい、「同じ言葉を使っているつもりで、疎通が取れていなかった」という事態につながりかねません。

話し相手は「理由」を添える
聞き手は「メモ基準」を決める

話し手と聞き手がそれぞれ注意すべきポイントを解説します。

冒頭で、経験の浅い人には具体的に指示を出すことが重要と指摘しましたが、詳細に話すと会話が長くなりがちです。一番伝えたいことを最初に言いつつ、最後にもう一度確認するとよいでしょう。話の途中では相手の反応を見ながら理解しているかを確かめ、

「悪い報告は上がりやすく相談」は主張を聞き入れる

仕事のコミュニケーションの基本と言われるのが「ハウレンソウ(報告・連絡・相談)」です。

①報告には「いい報告」と「悪い報告」があり、重要なのはミスやトラブルなどの「悪い報告」です。責任

タッフが上長に相談するケースが考えられます。

報告と同様に、相談したものの期待したような答えが返ってこなければ、次回からその上長には相談するのをためらってしまうでしょう。相談を受ける側は「まずは自分で考えて」などと突き放したりせず、解決の手助けやヒントを提供する姿勢が求められます。人間関係トラブルなど相談者自身が当事者となる問題の場合は、相談者の言い分を否定せず、まずは主張を聞き入れることが大事です。

コミュニケーション力を磨けば接客力もついてくる

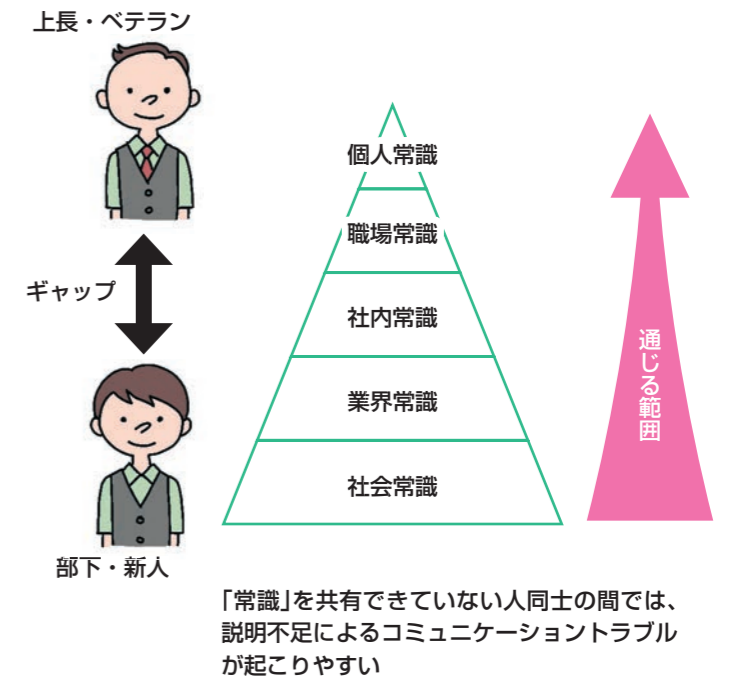
接客業では、「商品が入荷したらお客様に連絡するはずだったが、引き継ぎが不十分だったため、できなかった」など、職場内で伝達ミスが起こると直接お客様に迷惑がかかります。お店の信用低下を招くこともあります。

職場のコミュニケーション力を高めれば、ミスや作業ロスがなくなってサービス改善につながるだけでなく、接客力もおのずと向上するはず。話し手「聞く」は仕事の基本であり、ふだん何げなく行っている会話で言いたいことが相手に伝わっているか、再点検してみましょ。

●図2 伝える時、聞く時の注意点



●図1 コミュニケーショントラブルの原因となる「常識」の違い



「常識」を共有できていない人同士の間では、説明不足によるコミュニケーショントラブルが起こりやすい

メモを取っている場合は少し間を空けて待つことも必要です。

指示を出したり仕事を教える際には、相手にしてほしい事柄だけでなく、その理由も話す。相手の記憶に残りやすく、仕事への理解度も深まります。前述のハンドピラの例なら、「二つ折りにする理由を「A5サイズのチラシホルダーに入れられるように」などと説明すれば相手は理解しやすくなります。

聞き手はメモを取りながら聞くのが基本ですが、相手が話す内容をすべてメモするのは困難です。「はじめて聞いたこと・知らないこと」「商品名や仕事の達成期限など重要な情報」というように、自分なりにメモを取る基準を決めておくことが大切です。特に、「のちに必要となるか」「忘れていたり間違えたりするとリスクがあるか」を判断基準にするとういでしょう。

「悪い報告は上がりやすく相談」は主張を聞き入れる

仕事のコミュニケーションの基本と言われるのが「ハウレンソウ(報告・連絡・相談)」です。

①報告には「いい報告」と「悪い報告」があり、重要なのはミスやトラブルなどの「悪い報告」です。責任

～お客様訪問
マルヤス
メルヴィ芸濃店

スーパーマーケットとレストランを融合 「食のアミューズメントパーク」を目指す

株式会社マルヤス
店舗運営部部長
下川 拓郎氏

2018年4月、三重県でスーパーマーケットを展開する株式会社マルヤスが、スーパーマーケットとレストランを融合した新しいフォーマットのマルヤスメルヴィ芸濃店をオープンした。伊勢自動車道・芸濃ICに程近い交通至便な立地に店を構え、品質とおいしさにこだわった、驚きと発見のある商品や飲食、サービスを提供する同店を取材した。

魅力ある商品と売場演出で お客様の購買意欲を促す

バナナの木を模したディスプレイに吊り下げられたバナナや、美しくラッピングされた贈答用フルーツが並ぶ青果売場。丸魚が大量陳列され、活魚が泳ぐ水槽を備えた鮮魚売場。カウンターにぶら下がる生ハムや松阪牛の対面販売コーナーのある精肉売場。グロサリー売場では、シリアルやポトや、ピーナッツなどのナッツ類をその場で挽いてペーストにする専用マシンが目にとまる。マルヤスメルヴィ芸濃店では、店内の至るところで驚きと発見のある売場が展開され、お客様の購買意欲をかきたてる。

同店は津市を中心にスーパーマーケットを展開する株式会社マルヤスが、既存店で取り組んできた実験的な売場や、アメリカのスーパーマーケットの新潮流「グロサリー」を取り入れた新しいタイプのスーパーマーケットだ。店舗運営部部長兼店長の下川拓郎氏は、「おいしさや鮮度へのこだわりはもちろん、身体に良いもの、食べて納得のいく商品だけを厳選して品揃えし、陳列方法もお客様に楽しさや驚きを感じていただけるよう工夫しています」と説明する。

切りたてを提供する。店内で作る自家製豆腐は、大豆を茹でるところから製造している。「思い立ったら、すぐに実践するスピード感で、新たな品揃えや売場づくりに挑戦しています。失敗の経験は次に生かせばいい。迅速な行動力を大切にしています」と下川氏。

店内の高品質な食材を使い 200以上のメニューを提供

同店が最も力を入れたのが、売場に併設したレストラン「メルヴィ・フードホール」だ。料理はすべて店内で販売する高品質の食材を使い、出来たてを提供。メニューの数は、ステーキからピザ、パンケーキ、うどんまで200以上ある。

※グロサリー（Grocery）とレストラン（Restaurant）を合わせた造語。小売店舗が店内で販売する素材を使って調理した食事を、店内のスペースで外食店に劣らない品質で提供するサービス



▲1946年創業の果物店を前身とし、地元では「フルーツのマルヤス」と定評のあるマルヤス。その言葉通り、青果は圧倒的な品質と品揃えを誇る。バナナの木を模したディスプレイ(写真右奥)もユニーク



▲最上級ランクの松阪牛を地元ならではのリーズナブルな価格で対面販売



▲生ハムコーナーではイタリア産のプロシュットをホールで販売。注文を受けてからスライスし、切りたてを提供

「ステーキ肉は注文を受けてからスライスし、うどんは店内で手打ちした麺を使っています。ピザやパンも店内の専用窯で焼き上げるなど、当社が培ってきたノウハウをすべて注ぎ込み、おいしさに徹底してこだわりました」（下川氏）

鮮魚売場の隣に設けられた寿司処「鮎」では、全国各地から直送された鮮度抜群の魚介類を寿司ネタにして提供。買物の途中で本格的な江戸前寿司を味わうことができる。

「カウンター席が4席しかないのですが、土日は並ぶこともあります。その希少性が人気を呼んでおり、鮮魚部門で作る寿司も好調な売れ行きです」と下川氏。レストランや寿司処を利用したお客様が店内の

「スピード」もサービスの二環 セミセルフで通過速度がアップ

マルヤスメルヴィ芸濃店では、広告チラシを打っていない。その代わりに、LINEなどのSNSを使った集客に力を入れており、LINEのお友だちには半時間で1500人が登録した。また、テレビや雑誌などのマスコミ媒体に取り上げられる機会も多く、口コミで同店を知り、来店するお客様も多い。

同店では通常レジ2レーンに加え、セミセルフレジを4レーン導入している。土日はレジに長い

行列ができることもあるが、セミセルフレジは流れが早い。お客様をお待たせすることなく、スピーディーに会計ができるという。同店ではスピードもサービスのひとつと考えており、混雑しているときこそ威力を発揮するセミセルフレジは、当店の強い味方です」と下川氏は語る。

2018年12月には、三重県亀山市にメルヴィ業態の2号店「メルヴィ亀山店」がオープン。同店は芸濃店で培った品揃えやサービスをさらに進化させた店舗だ。下川氏は「芸濃店もお客様を飽きさせないよう知恵を絞る、何度でもリピートしていただけるアミューズメントパークのような店を目指したい」と抱負を語ってくれた。

▲鮮魚売場の隣に設けられた寿司処「鮎(すしよし)」。寿司を握るのは、経験豊富な鮮魚部門のチーフだ



▲シリアルとナッツの量り売りコーナー。オーガニックの商品など60種類以上を揃える



▲店内で手作りにしている自家製豆腐。価格は高めだが、リピーターの多い人気商品だ



▲「セミセルフレジの導入で、お客様のレジ通過スピードが上がりました」（下川氏）



マルヤス メルヴィ芸濃店

組織概要
会社名 株式会社マルヤス
創業 1946年
設立 1969年1月
代表者 坂崎公亮
事業内容 スーパーマーケットの運営
本社所在地 三重県津市東丸之内20-10
店舗所在地 三重県津市芸濃町椋本3055
ホームページ <http://www.sapore.co.jp>



▲一番の人気メニューはボリューム満点のステーキ(写真手前)。専用窯で焼き上げるピザは、自家製の生地とソースを使う



▲全70席のレストランでは、スーパーマーケット部門で販売する厳選素材を使った200以上のメニューを提供



「快適なペットライフ」をお客様に提案 アクアリウムの魅力を伝える専門店

オム・ファム株式会社
オキナワ・ビアンコ課長
宮城 純氏

オキナワ・ビアンコ(沖縄県那覇市)は、熱帯魚を中心に水草や関連商品などを扱うアクアリウム専門店。那覇市と北谷町でペットショップを展開するオム・ファム株式会社が運営する。「お持ち帰り水槽」の開発・販売やアクアリウム教室などを通して、より多くのお客様にペットを飼う楽しさを届けたいと考える同店を取材した。

「お持ち帰り水槽」を提供 愛好者の裾野を広げる

「アクアリウムを楽しむ方は、以前は30代から50代を中心とした男性がほとんどでしたが、今では20代の女性が一人で訪れ、熱帯魚などを購入していきます。水草という商品が市場に出回ったことで、インテリアとして楽しむ方が増え、お客様の層が大きく広がりました。こう話すのは、オム・ファム株式会社オキナワ・ビアンコ課長の宮城純氏だ。

同社は那覇市と北谷町でペットショップ「ペットボックス」を運営する。オキナワ・ビアンコは当初、隣接するペットボックス・アニマルステーション・ナハの一部門だったが、アクアリウム人気の高

まりに合わせて独立。2010年に売場面積約150坪の専門店としてオープンした。

「以前は高価だった水槽や濾過装置などが、技術革新によってリーズナブルな価格で提供できるようになった上、性能も大きく向上し、専門知識がなくても楽しめるようになっていきます」と宮城氏。

ファン層を広げるのに一役買っているのが、「お持ち帰り水槽」だ。あらかじめ水槽に水草や流木などをレイアウトしてあり、自宅で水を入れ、コンセントに差すだけで手軽に楽しめる。初めて同店を訪れたお客様の衝動買いや、プレゼント需要で人気を博している。

さらに同店では1年ほど前から月1回の頻度でアクアリウム教室を開催、瓶の中で水草や魚を育て

るボトルアクアリウムなど、入門者向けのワークショップを展開し、愛好家を増やしている。また、病院や企業での水槽の設置やメンテナンス業務も積極的にを行っている。

対面販売を重視 購入後も積極的にフォロー

同店では、熱帯魚などが購入後一週間以内に死んだ場合、新しい生体を提供する「一週間生体補償※」を全国に先駆けて導入した。宮城氏はその理由を、「そこでやめるのではなく、生き物を飼う楽しさや命の大切さを知ってもらうためにも、続けてほしいと考えているからです。水が悪かったのか、エサの与え方が悪かったのか、お客様とお話ししながら原因を詳しく調べ、次はうまくいくようアドバイス

※「一週間生体補償」による生体の交換・提供はOKINAWA BIANCOで扱う熱帯魚や爬虫類、ペットボックスグループで販売する、昆虫を除くすべての生体に適用



▲多種多様な水草や熱帯魚が展示された店内。関連商品を含めると2,000以上のアイテムを揃える



▲OKINAWA BIANCOでは蛇や亀などの爬虫類も扱う。愛らしくて、おとなしいヒョウモントカゲモドキは飼いやすさもあり、人気が高い



▲ビギナーでも簡単に始められる「お持ち帰り水槽」。1日1個は売れる人気商品だ

「アクアリウムは、インターネットなどで生育方法に関する情報がいっぱいあり、どれが正解なのか、よくわかりません。うまくいかなかった場合は、知識の豊富なスタッフによるアドバイスが重要で、対面販売がまだまだ求められる分野です」(宮城氏)

隣接するペットボックス・アニマルステーション・ナハでは、ペット用品全般を販売するほか、ペットホテルやトリミングなどの様々な関連サービスを提供。「ペットに幸せになってもらいたい」という願いから、お客様のライフスタイルや飼育環境をよく考え、お客様とペットとの相性を重視したペット販売を行っている。

スマートレシート導入企業で 相互利用できるクーポン発券

同社では約1年前、レジの更新に合わせてスマートレシートを導入した。取締役本部長の新垣善成氏は、「会計のキャッシュレス化が進む中、スマートフォンでレシートを受け取れるサービスは画期的だと思いました」と話す。

沖縄県では2018年の秋、スマートレシートを導入している県内6企業が共同で「スマートレシートキャンペーン」を展開。スマートレシートを利用して1000円以上の買物をしたお客様に、利用店舗で使えるクーポンを発行するもので、同社ではさらに実験的な取り組みとして、コープおきなわと共通利用できるクーポン企画を実施した。

「他店と相互に使えるクーポンを発券することで、当店をご存じなかったお客様にもご来店いただく機会が広がります。今は利用者を増やすことが課題ですが、いずれはスマートレシートにイベントの案内など様々な情報を発信することを検討しています」(新垣氏)

「より快適なペットライフを、より多くのお客様に届けることを企業理念に掲げ、ペットの販売事業にとどまらず、犬猫の殺処分ゼロを目指して犬の譲渡会を後援するなど、様々な活動を行っているオム・ファム株式会社。お客様にペットとの幸せな時間を提供するには、従業員が楽しんで働き続けられる環境づくりが大切」(宮城氏)という考えに基づき、スタッフの人材育成に力を入れており、「ペット業界で一番働きたい企業」を目指している。



▲店内には大型のアロワナを展示。肉食魚を飼う愛好者も増えている



▲隣接するPETBOX Animal Station NAHAでは、ペットホテルや犬用トリミングルームなどを完備



▲スマホ画面のバーコードを読み取ることで、ポイント登録とスマートレシート宣言が同時に行える



▲沖縄県のスマートレシート導入企業6社が共同で展開したキャンペーン。コープおきなわは相互利用できるクーポンを発券



OKINAWA BIANCO

組織概要
会社名 オム・ファム株式会社
設立 1995年9月
代表者 中村 毅
事業内容 ペット及び関連商品の販売・サービス
本社所在地 沖縄県中頭郡北谷町美浜2-2-5
店舗所在地 沖縄県那覇市おもろまち3-5-7
ホームページ <http://petbox.co.jp/okinawa-bianco/>

応募詳細は P15へ 犬用「紅いもタルト風ビスケ」(30g3袋入り)を 3名様にプレゼント!



◀「犬用のお土産があったら面白いね」という発想から、沖縄土産で人気の「元祖紅いもタルト」の御菓子御殿と2年前に共同開発した。犬も喜んで食べることからSNSなどで人気を呼び、現在では全国各地のペットショップでも販売。国産原料を使い、おいしさだけでなく、犬の健康にも配慮している。

※写真はイメージです

～お客様訪問
向山製作所
ŌTAMA BASE

電子部品メーカーのフード事業が躍進 生キャラメル人気で新たな道を拓く

株式会社向山製作所
フード事業部 課長
佐藤 眞氏

従業員の雇用を守るために始めた生キャラメルの製造販売が人気を呼び、本社のある福島県を中心に徐々に店舗を増やしてきた向山製作所。2018年7月には、カフェとベーカリーを併設した初の郊外型店舗・大玉ベースを、本拠地である福島県大玉村にオープンした。魅力ある商品をつねに開発し続ける同社の取り組みを取材した。

商品開発のきっかけは「従業員の雇用を守る」

一粒類張ると、まるでバターのように柔らかく溶け、口いっぱいにはキャラメルの芳醇な香りと甘さが広がる。向山製作所の作る生キャラメルは、ソフトでクリーミーな食感と、素材の味を生かした風味豊かなフレーバーが特長だ。

同社は1990年創業の電子部品メーカー。電子基板をはじめとする精密機器の組み立てを事業の柱に据えてきたが、2008年のリーマンショックによって受注が激減。「従業員の雇用を守るため、何かできないか」と、代表取締役社長の織田金也氏が始めたのがキャラメル作りだった。フード事業部

課長の佐藤眞氏は次のように話す。

「給湯室のガス台と鍋だけで作れるもの」という考えから、キャラメルを作ってみようとした社長が提案したところ、一部の従業員からは「菌に付くから嫌だ」と反対された。『菌を作ろう』と試行錯誤の末、1年がかりで完成させたのがこの生キャラメルでした」

最初は商工会議所が主催する1年限定の仮店舗で販売を始めたが、やがてそのおいしさが評判を呼び、2010年に郡山市内に第1号店をオープン。その後もフランスで開催される世界的なチョコレートの祭典、サロン・デュ・シヨコラ・パリに4年連続で出展するなど、その評価はますます高まり、

店舗数も徐々に増やしていった。現在は県内の駅ビルなどを中心に7店舗を出店しており、提供する商品も看板商品の生キャラメルに加え、プリンや焼菓子など、数十種類を販売している。

菓子専用工場に隣接 広域からお客様を呼び込む

大玉ベースは、郡山市中心部からクルマで30分ほど走った国道4号線沿いに、2018年7月にオープンした。カフェとベーカリーを併設した店舗で、前年の12月に完成したばかりの菓子専用工場に隣接している。ベーカリーでは焼きたてのパンを常時20〜30種類、カフェでは専用窯で焼いたピザや自家製ソースを使ったパスタなどを提供している。



▲現在も手作りで製造する生キャラメルのほか、生キャラメルソースで味わう無添加のプリンや同店限定の生バターサンドなどを販売



▲生キャラメルはカラメル(写真)、抹茶など人気の6種類をベースに、季節や店舗ごとに商品を替え、常時7〜8種類を提供



▲人気商品のキャラメル・ポップコーン、塩キャラメルやアーモンドなど6種類の味が楽しめる



▲生キャラメルソースで食べるパンケーキと、自家製ベシャメルソースを使ったグラタン(写真提供/向山製作所)



▲専用窯で焼き上げるピザは、トマトソースのほかにホワイトソースも選べる。どちらも自家製のオリジナルソースを使用(写真提供/向山製作所)



▲明るい日差しが入るカフェスペース。土・日は全44席がほぼ満席になる



▲焼きたてパンを目当てに来店するお客様も多い



向山製作所 ŌTAMA BASE

組織概要
会社名 株式会社向山製作所
設立 1990年9月
代表者 織田金也
事業内容 電子部品の製作、菓子の製造販売、飲食店経営
本社所在地 福島県安達郡大玉村大山字西向26
店舗所在地 福島県安達郡大玉村大山字新田8-1
ホームページ <http://www.mukaiyama-ss.co.jp/caramel/index.html>

「カフェでは生キャラメルを使ったパンケーキの人气が高く、グラタンと組み合わせた『グラパン』もよく出ます」(佐藤氏)

ショップは19時まで、カフェは17時半までの営業ということもあり、平日は主婦層などの地元客が中心だが、土日になると福島市など遠方から来店するお客様が多くなる。周囲は水田の広がる農村地帯だが、隣接する農産物直売所や、国道沿いの大規模なショッピングセンターに立ち寄りのお客様が来店することも多い。

活躍するハンディターミナル、対面運用のセミセルフレジ

初めて導入した。生キャラメルは冷蔵品の上、賞味期限が約1週間と短い。バレンタインデーなどの繁忙期には、商品が早々に売り切れてしまう店舗もあった。佐藤氏は「POSデータから各店の売れ行きや在庫状況を本社でリアルタイムに把握でき、タイムリーな商品製造に活かせるようになりました」と話す。

大玉ベースでは、飲食店向けPOSシステム「FSCOMPASS」やハンディターミナルを導入。ハンディターミナルはカフェでのオーダーに使用するだけでなく、ショップでお客様が商品を購入する際の前さばき用としても活用している。「観光バスで大勢のお客様が一度に来店する際は、ハンディターミナルで先に注文を取り、商品

のお渡しと会計をスピードターミナルに行えるようにしています」(佐藤氏)

また、ベーカリーではセミセルフレジを対面運用しており、スタッフが商品を袋詰めしている間、お客様自身で会計していただく。会計時間がスピードアップするだけでなく、「スタッフがお金に触らないので『衛生的でよい』という声をいただいています」と佐藤氏は言う。

2018年12月には、東北以外での初の常設店舗となる京都伊勢丹店(京都市)がオープン。同店では大玉ベース限定の生バターサンドを目玉商品にしている。「今後も魅力ある商品が絶えず開発し続け、その商品があるから、わざわざ足を運びたいくなる店づくり」(佐藤氏)を目指している。



▲ベーカリーのレジは、対面運用のセミセルフレジを採用し、お客様自身で会計を行う



▲ハンディターミナルをショップでも使用。事前に注文を取ること、会計時間がスピードアップ



POPコピー スキルアップ講座★

テーマ 男女で訴求ポイントを書き分ける

男性と女性では購買動機が異なります。性別に応じた訴求ポイントを押さえて、売上増につながるPOPづくりにチャレンジしてみましょう。



女性 商品の購入後をイメージさせる

女性向けコピーのポイントはお金をかける商品か、節約すべき商品かを判断させること。その商品を使うことでどんな自分になれるのか、どんなメリットがあるのかを具体的にイメージさせることが重要です。化粧品やバッグなどの高級品は、女性が「自分という主人公」を演出できることを伝えるコピーで購入を後押しします。また、「女優」や「セレブ」という言葉で「いつもと違う自分」への変身を強くアピールします。節約したい日用品などは、お得感や実用情報を端的なコピーで伝えます。

男性 機能やデータ、緊急性が購入動機

男性は商品の性能や特長が論理的にわかるコピーに納得しやすく、商品の機能を裏付ける情報（性能データ、多機能性、伝統・正統性など）をコピーに織り込むことが大切です。また、男性には事態が切迫し、解決しなくてはならない問題に直面すると行動を起こす特性があります。期間・数量限定など緊急性をアピールして購買意欲を高めるコピーも有効です。

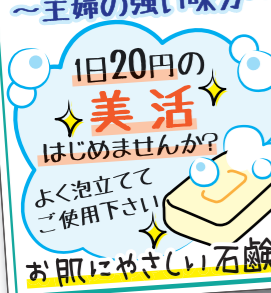
「女優」「セレブ」という憧れの言葉で、変身願望を刺激



「蔵元」「匠」という正統性・スペシャリティをアピール



お手頃価格! ~主婦の強い味方~



節約したい日用品はお買い得感をストレートに表現

女性のロコミ効果を期待するコピー

女性は特に美容・ファッション・グルメなどの旬の話題やトレンドに敏感で、その情報をすぐにでも他人に話します。そのため、ロコミは女性から広がりやすいものです。「1日20円の美活ははじめませんか?」のように、女性が思わず反応し、ロコミを誘発するお値打ち情報のコピーを作りましょう。

期限を示して購買を促す



POPづくりもカンタン! 特殊用紙に直接印刷できる、東芝テックのカラー複合機

東芝テックカラー複合機はコピー、プリンタ、スキャナ、FAXなどのビジネス利用だけでなく、特殊用紙への印刷にも対応。防水紙やシール、マグネットなどへの印刷も通常のプリントと同様の手順で、簡単にできます。



特殊用紙のサンプルを差し上げます。 テック 特殊用紙 検索

A3カラー複合機 e-STUDIO 5005ACシリーズ e-STUDIO 7506ACシリーズ

ターゲットフォーカス

最新トレンド用語からちょっと気になるあの言葉まで……。お客様の心理や関心を読み解き、消費行動の決め手となる選りすぐりのキーワードをご紹介します。

1 ノンアルコール志向の若者が支持 モクテル

模造品などを意味する「mock(モック)」とお酒の「cocktail(カクテル)」を組み合わせた造語。英国ロンドン発祥の流行で、見た目がおしゃれなカクテルのようなノンアルコールドリンクのこと。酒が苦手でもバーでカクテルを飲んでいるような雰囲気が楽しめる。様々なジュース・シロップ、果物、ハーブなどを組み合わせた味の目新しさがノンアルコール志向の若者に受けており、国内の飲料メーカーが飲食店への売り込みに力を入れている。



2 ゲーム性で集客力アップ! ガチャグルメ

レストランや食堂で何を食べるか悩む人は多い。「ガチャグルメ」は客がガチャを回して出てきた食券で食べるメニューが決まるというユニークな試み。居酒屋グループや東京・渋谷の飲食店が集まったモール、高速道路のサービスエリアなどで実施され注目された。運次第では支払った金額より高額な料理を食べることもでき、外食にゲーム性を盛り込んだことで集客力が上がる効果に期待できる。

3 将来は五輪種目にも eスポーツ

「エレクトロニック・スポーツ(electronic sports)」の略でコンピューターゲーム、ビデオゲームによる対戦をスポーツ競技として捉える際の名称。シューティングなどの戦闘型が多いが、サッカーやバスケットボールといったスポーツ競技もある。米国ではすでにプロのプレイヤーが活躍するなど盛り上がりを見せており、2018年には日本でも社団法人日本eスポーツ連合が設立され「eスポーツ元年」となった。また2018年の「アジア競技大会」でデモ競技となったことでも注目されており、2024年に開催予定のパリ五輪ではメダル種目になると見込まれている。



いまさら聞けないカタカナ言葉

★ ANOTHER FOCUS ★

「フライヤー」

印刷広告の一種であるフライヤー。「空を飛ぶもの」や「飛行士」を意味する英語の「flier(flyer)」が語源で、昔は飛行機やヘリコプターからばらまかれていたことに由来する。現在はイベントの開催情報や店舗の告知など特定の場所に置かれることが多い。ちなみに、同様の印刷広告である「チラシ」の語源は「散らし(大量に配布する)」で、新聞の折込広告が代表的。キャンペーンやセール情報など多くの人に興味を持ってもらいたい内容の告知に向く。「ピラ」は、漢字で「片」「枚」などと当てられ、告知や宣伝のために人通りの多い場所で配布したり掲示したりするものをいう。

監修・POPスター 沼澤拓也
株式会社ピーオーオリジン代表取締役。企業や団体など年間150回以上のPOPセミナー活動を行う。POP広告クリエイター技能審査専門委員。「たった1行で繁盛店に変える! 1つ買いたくなるPOPの極意」(実業之日本社)などの著書がある。

今号の表紙のご紹介

店舗ミニチュア制作 **佐藤千寿子**さん

Profile

1993年にドールハウス本に出会い、レッスンを始める。その後、テレビ東京「TVチャンピオン」への出場や、数多くのショーやギャラリーへの出演を行っている。



昔ながらの呉服屋さんをイメージしつつ、外観や内装は黒を基調にしてモダンな印象に仕上げました。着物や色とりどりの反物をはじめ、赤い看板、金銀の草履やバッグで華やかさを演出しています。

今号の表紙は **呉服屋さん**



▲つけ外しできる日除けのれんも制作

POINT

ちりめんの着物は手縫いで、このサイズに仕上げるのに苦労しました。畳も手作りです。既製のグリーティングカードの一部を切り取って絵画も制作。

畳のつくり方



ステンレボードに市販の畳シールを貼る※
余ったシールをボードに折り込む
両側の縁にシール状の布を貼る

※シールの長辺はボードより長め、短辺はボードのサイズに合わせてカットしておく

完成!

POINT

反物の配色を工夫しました。ほつれを抑えるため端にボンドをつけています。中段の生地は久留米絨。



レジ

レジは「QT-20H」。スタイリッシュなデザインでお店の雰囲気にもぴったり



POINT

反物は本物の着物の生地です。反物を載せたトレーは粘土ですが、焼き物に見えるよう塗装を工夫しました。黒い筆筒の取っ手にはつまようじを使用。



読者の
とっておき
エピソード

テーマ

わが家の正月の恒例行事

三が日の朝は毎日雑煮を食べます。「お正月は大物を食べて!」という祖母の言葉から、鯨も食べています。(福岡県・Mさん)

紅白歌合戦が終わると、家族の男たちが酔っぱらいながら年越しそばを作るのが恒例。元旦は、「福が逃げる」と言って、掃除はしません。そして、「歯固め」と言って、たつくり、栗、干柿を食べます。2日は、「すりぞめ」と言って、長芋のどろろかけご飯を朝食に食べます。(長野県・Kさん)

毎年近くのスーパー銭湯の初風呂に入り、そこで配られるぜんざいを食べて帰ります。(大阪府・Mさん)

主人の実家に空の重箱を持って行って、おばあちゃん(主人の母)に手作りのおせちをたくさん詰めてもらい、ご先祖様にご挨拶と墓参りをして、その後はみんなでワイワイおせちを囲む、おごそかで楽しいお正月を過ごしていました。今ではおばあちゃんも亡くなり、もつとちゃんとおせちの作り方を聞いておけば良かったと思うこのごろです。(宮城県・Hさん)

『てっくぷらざ』 新年スペシャルプレゼント

以下の賞品を抽選で計6名様にプレゼント!

A

日頃のご愛読に感謝をこめてご用意いたしました!!

東芝 REGZA 43M520X (43V型 4K対応液晶テレビ)

1名様

C 東芝テックオリジナル QUOカード (2,000円分)



2名様

※写真はイメージです



B 犬用「紅いもタルト風ビスケ」 (30g 3袋入り)



3名様

ご提供: PETBOX Animal Station NAHA様/P8~9でご紹介

応募方法 締切:2019年3月31日
(下記①か②のいずれか)

①東芝テックHP内の応募フォームに必要事項をご記入のうえ、ご送信ください。
②挟み込みの応募用紙に必要事項をご記入のうえ、ファクシミリにてご送信ください。
※当選者の発表は賞品の発送をもって代えさせていただきます。 ※当社社員および関係者のご応募はご遠慮ください。

着物の所有・購入事情

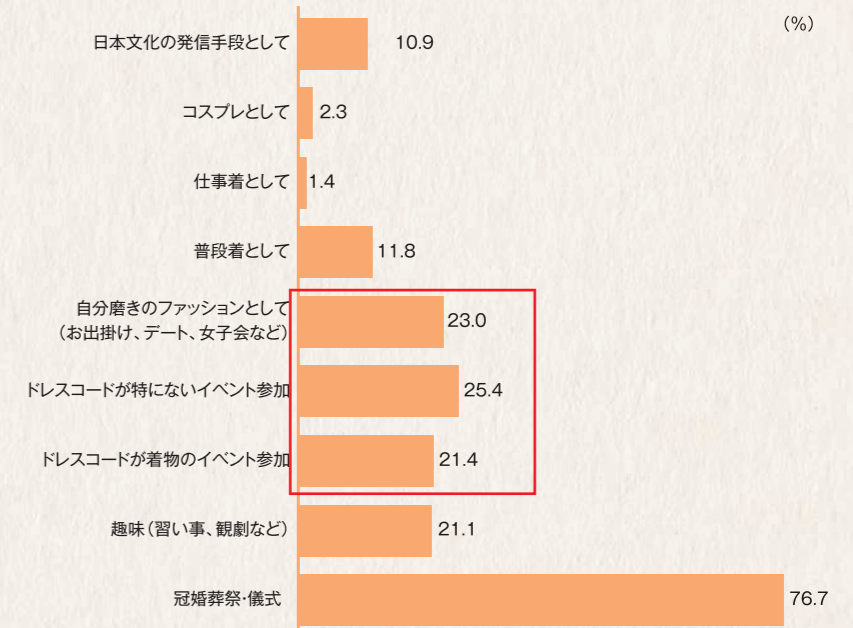
日常生活で着る機会が少なくなった着物は、成人式や卒業式などのハレの場では根強い人気があります。冠婚葬祭だけでなく、イベントの際やファッションとして着てみたいという女性も多いようです。

若い世代はファッションとして注目

20代以上の女性に着物の所有枚数を聞いたところ、「1枚も持っていない」と答えた人が20代では半数以上、30代、40代でも3分の1以上いることがわかりました。一方、50代以上では、持っていない女性は少なく(14%)、「3~5枚」(29%)、「6~9枚」(16.6%)と複数枚所有する人が77.6%に達しました。年齢を重ねるにつれ、冠婚葬祭や習い事などで着る機会が増え、複数枚所有する人が多くなると考えられます。

着物を持っていない女性でも「着てみたい」と思う人は多く、20代から40代の女性に聞いた「今後、着物を着てみたい着用シーン」では、「冠婚葬祭・儀式」に次いで、「イベントへの参加」や「自分磨きのファッションとして」が上位にきました。若い世代の浴衣人気は定着しており、販売方法や新しい着用シーンの提案次第では、着物の需要が拡大する可能性もありそうです。

■今後、着物を着てみたい着用シーン(20~40代女性)



(出典) 経済産業省繊維課「20代以上の女性及び男性に対するきもの着用に関する消費者調査」より。調査期間:2015年3月中旬、回答サンプル数:10,980(女性10,541、男性439)

豆知識 結婚すると振袖を着られない?

振袖が誕生したのは、江戸時代前期と考えられています。当時、女性が男性からの求愛に言葉で返答するのは、はしたないこととされていました。そのため、求愛を受け入れる場合は袖を左右に振り、断る場合は前後に振って意思表示したのです。恋愛における「振る」「振られる」という言葉は、この風習に由来しています。

既婚女性の場合は、求愛に応える必要がないので、長い袖は不要になり、しだいに袖が短くなっていきました。既婚女性の振袖をマナー違反と捉える人が多いのも、このような歴史的背景があるからです。しかし現代では、そうした慣習や周囲の目を気にすることなく、振袖を着るといった既婚女性も増えているようです。



着物や浴衣を着るときに間違えやすいのが、衿の合わせ。相手から見て右側が上になるのが正しい着方である「右前」で、洋服と違って男女共通です。右手をすっくと懐の中に差し込めればOKと覚えましょう。



福岡県筑紫野市にある「筑紫野 天拝の郷」は、天然温泉とbuffet料理が自慢の日帰り温泉施設です。

遠く太宰府や宝満山まで望める眺めの良い露天風呂のほか、サウナやジェットバスなどを備え、1日中ゆっくりと過ごすことができます。

館内のbuffetレストラン「姫蜆」では、地元で採れる新鮮な食材をたっぷり使ったお料理とスイーツを約80種類お楽しみいただけます。体に優しい“自然食”をbuffet形式で提供しており、「姫蜆」での食事を楽しみにされるお客様が大勢いらっしゃいます。

私たちスタッフは、お客様に満足していただけるように、笑顔での接客を心がけています。

(筑紫野 天拝の郷 森光祐美さん／写真左、高倉大知さん／写真右)

【編集後記】

明けましておめでとうございます。みなさん、今年の抱負は決まりましたか？ 私は今年、自分なりにミニマリストを目指してみようと思います。ミニマリストとは持ち物を必要最低限まで減らし、物に囚われずに生きる生き方のこと。物が少なくなることで心が身軽になり、何でも前向きに取り組めたり、本当に大切な物事に気付いたり、心境の変化も生まれるようです。つい物をたくさん持っていることが幸せと思いがちですが、これをきっかけに新たな自分に出会えるかもしれません。今から結果が楽しみです。(満手まゆみ)

●お問い合わせは

東芝テック株式会社

リテール・ソリューション事業本部 国内営業推進統括部 販売促進担当
〒141-8562 東京都品川区大崎1-11-1 ゲートシティ大崎ウエストタワー
TEL.03-6830-9220 FAX.03-6684-4002

<http://www.toshibatec.co.jp/>

編集制作：(株)ダイヤモンド・リテイルメディア



この冊子はFSC®認証紙を使用しています