

# てつくふらざ

TEC PLAZA

2020  
SPRING  
VOL.  
108



「10秒コミュニケーション」が職場を変える  
ずっと働きたくなるお店

監修：松下雅恵  
株式会社PEOPLE & PLACE代表取締役。日本マクドナルドとグリーンハウスフーズで店長、営業責任者、経営分析・出店戦略責任者などを歴任し、2012年から現職。店長の育成を中心に研修・コンサルティンクを行う。著書に「店長のための「スタッフが辞めないお店」の作り方」(同文館出版)など。

特集



「10秒コミュニケーション」が職場を変える  
ずっと働きたくなるお店

人手不足が続く中、採用したスタッフに長期間働いてもらうことが重要になっていきます。従業員満足度を高めるには、楽しく仕事に取り組める職場であることが欠かせません。今回の特集では、スタッフが「この店でずっと働きたい!」と思えるような仕組みづくりを解説します。

スタッフの人数が十分に確保できているお店では、スタッフの育成に豊富な時間を使えるため、サービスの質が向上し、売上や客数が伸びて、職場も明るい雰囲気も保たれるという好循環ができています(次ページ図表1)。一方、スタッフが慢性的に不足しているお店では、これとは逆の循環が起きており、悪い流れを断ち切る必要があります。

とくに、お店のイメージは重要です。小売店・飲食店は、求職者が事前に客としてお店を利用し、どのような職場なのかリサーチできることが大きな特徴です。もしもスタッフが暗い表情で働いていたり、店長がスタッフを叱責していたりしたら、応募するのをやめてしまうでしょう。

また、応募してもらえたとしめても、応募の電話への対応がぞんざいだったり、面接をする部屋が乱雑だったり分煙ができていないかたりしたら、「ここで働きたい」という意欲をなくしてしまうかもしれません。応募者を増やし、採用したスタッフにずっと働いてもらうには、こうした職場の雰囲気や環境を改善することが必要です。

応募したい、働きたい  
スタッフ充足サイクルをつくる

モチベーションの維持には  
「成長」の実感が不可欠

職場の雰囲気や明るくするためのキーワードは「成長」です。人は仕事をやるうえで、自分を成長させ、やりがいや達成感を感じたいと思っています。小売業や飲食業での「成長」とは、新しい作業を覚えたり、より高いレベルで行えるようになったりすること、そして売上増や利益改善に貢献できるようなることです。この成長を日々実感できれば、仕事が楽しくなります。

パートやアルバイトの場合、入店直後はさまざまな作業を覚えていきますが、マニュアルや作業手順書に書かれた基本動作を一通り覚えてしまおうと目標を見失い、モチベーションの低下につながりがちです。ランクアップや昇給の制度を設けている店も多いと思いますが、それで成長を実感できるのは年1〜2回でしょう。

「10秒コミュニケーション」で  
目標設定↓達成↓評価を反復

そこでおすすめしたいのが、毎日の「10秒コミュニケーション」(図表2)です。これは、各スタッフのシフトスタート時に店長と10秒間話をし、各自の今日の目標や

売れる言葉

売れない言葉

売るためによいと思われていた言葉は、実は逆効果!?  
購買意欲を高める言葉と減退させる言葉の違いは?  
お客様の心を動かす「接客の言葉」を紹介します。

第1回

注文が増える「メニュー」のネーミング法



× シェフおすすめ イカの春色パスタ

○ 富山産ホタルイカと菜の花のペペロンチーノ

具体的にイメージできる言葉で  
メニューを武器にする

料理の名前には、作り手のこだわりなどお店側のさまざまな思いが込められています。しかし、それがお客様にきちんと伝わっているとは限りません。お客様は「メニュー」を見て、注文するかどうかを判断します。おいしいのにさっぱりオーダーが入らない料理は、もしかしたらネーミングに問題があるのかもしれない。

たとえば、「シェフおすすめ イカの春色パスタ」。わざわざ「シェフおすすめ」と銘打っており、お店の一押しメニューであることはわかりますが、「春色」が具体的に何を指すのか不明です。何となく旬の食材を使っているイメージはありますが、何が入っているのか、何味なのかなど、店員に聞かないとわかりません。

これを「富山産ホタルイカと菜の花のペペロンチーノ」と表現すると、ホタルイカのぷりぷりとした食感や菜の花の鮮やかな色合い、食欲をそそるニンニクの香りなどがイメージできます。また、「富山産」と産地名を入れることで特別感もアピールできます。

お客様が必要としているのは具体的な情報です。素材は何か、甘いのか辛いのか、どんな食感かなど、わかりやすい言葉で簡潔に伝えることが大切です。

料理のネーミング・ここがポイント!

●具体的な情報を盛り込む

「**松阪牛**を使った贅沢コロッケ」「**粗挽き地鶏**のつくねハンバーグ」など、素材のよさや形状などが具体的にイメージできる言葉を入れる。

●五感を刺激する言葉を使う

「**パクチー**たっぷりエスニックサラダ」「**エビとアボカド**の**サクサク**ピザ」のように、香りや食感が感じられる言葉を選ぶ。

●10〜15字程度で簡潔に表現

人が瞬時に読める文字数は10〜15文字程度(英語の場合は21文字)。表現を盛り過ぎて長くないようにする。

監修：野呂エイシロウ 学生時代から電機メーカーや広告代理店の企画会議に参加し、「天才たけしの元気が出るテレビ!!」で放送作家デビュー。数々の人気番組に携わる傍ら、ヒットの法則を企業戦略に応用する「戦略的PRコンサルタント」としても活躍。「話のおもしろい人」の法則(アスコム)、「儲かる日本語 損する日本語」(祥伝社)など著書多数。

てっくぷらざ 2020 SPRING VOL.108

CONTENTS

- 2. 売れる言葉 売れない言葉
- 3. 特集 「10秒コミュニケーション」が職場を変える  
ずっと働きたくなるお店
- 6. CUSTOMER'S PHILOSOPHY  
私の店づくり戦略  
〜お客様訪問  
■ JAファーマーズマーケット とさのさと  
■ ステアーズ・オブ・ザ・シー  
■ 釜揚げうどん 麦の花
- 12. ターゲットフォーカス
- 13. 自分を伸ばす  
メモ・ノート活用術
- 14. 外国人観光客おもてなしの極意  
カードが使えない!〜それでも気持ちよく買物してもらうには?
- 15. ● 今号の表紙のご紹介  
● クロスワードパズル  
● 漢字パズル
- 16. TECのある風景  
ステアーズ・オブ・ザ・シー

表紙：和菓子屋さん  
店舗ミニチュア制作：佐藤千寿子



●今号の作品について  
全体の色味にこだわったり、品数を抑えたりして、高級感のあるお店に仕上げました。店名は自分の名前から「寿」の字を入れ、「和菓寿堂」(わらくことぶきどう)としました。桜の木は、とても細かい花びらを一枚一枚貼りました。ぜひご注目ください。

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。

「10秒コミュニケーション」が職場を変える  
ずっと働きたくなるお店

●図表3  
個人面談のタイミングと目的



タイミング	目的
入店初日	・あいさつ、身だしなみ、時間厳守など基本事項の徹底 ・歓迎の意を伝える
3日目	・初日に伝えた基本事項の確認 ・3日間で感じた不安のヒアリングと解消
1カ月	・業務、人間関係の不安のヒアリングと解消
3カ月	・今後の長期的な目標の設定

COLUMN 主体性を育てる「質問型教育」

スタッフの教育で大事なことを教える際には、「質問型教育」を取り入れると効果的です。  
たとえば飲食店では衛生上の理由から、拭く場所によって複数のダスターを使い分けます。そのルールを教えるときに、次のように問いかけます。

先輩：先輩には3種類の色があります。なぜでしょう？

新人：拭く場所によって使い分けるからだと思います。

先輩：その通り！では、なぜ使い分けるのでしょうか？

ルールが存在する理由を考えさせることで、一方的に伝えられるよりも、はるかに高いレベルで記憶に定着します。また、自分で考えて答えを出すように促すことで、主体的に考えて行動する習慣をつけることにもつながります。

(オリエンテーション)を行うことをおすすめします(図表3)。これは「辞めたくなくやすいタイミング」です。日常的な教育はチームリーダーなどに任せている店でも、この時期の面談は店長が行うほうがよいでしょう。リーダーや先輩によって教え方が違うなどの原因でスタッフが混乱している場合もあり、店長が自ら話を聞くことで、そうした問題を発見できるためです。

初日のオリエンテーションでは、いきなり細かいことを教えるのではなく、あいさつや身だしなみ、時間厳守、仲間と協力すること、困ったら店長に相談することなど、基本的な事項を徹底して伝えます。また、歓迎の意を伝えることも大切です。

3日目の新人スタッフは、「仕事が難しく自分にはできない」などの悩みを抱えている可能性があります。この日の面談では3日間で感じた不安を全部吐き出してもらい、それを一つひとつ解消します。

1カ月も経つと、業務上のことに加え、「人間関係の不安」も感じられるようになります。打ち解けていない先輩スタッフがいるようであれば、そのスタッフに新人を指導させて交流のきっかけを作るといった配慮も必要です。

3カ月が経過するころには一通りの業務を覚え、マンネリに陥る可能性があります。このタイミングの面談では日ごろの「10秒コミュニケーション」で設定している目標より長期的な視点に立った目標を設定し、さらなる成長を促します。

仕事の楽しさを感じるためには、個々のスタッフが「やらされている」と感じることなく主体性をもって業務にあたることが重要です。教育プロセスにおいても、「質問型教育」(コラム参照)を取り入れるなど、自分で考えて気づくように促すと、主体性・自発性が高まります。自分で立てた目標を達成する喜びを覚えれば、店舗の売上目標にも関心を持ち、どうすれば達成できるかを考えるようになるはずです。

「ここでずっと働きたい」と思える職場では、各スタッフが友人や学校の先輩を紹介するケースも多いため、採用コストが抑えられます。また、短期で辞めてしまうスタッフが少なくれば、教育にかかる時間や手間も大幅に減ります。このような状態になれば、「スタッフ充足サイクル」の完成と言えるでしょう。

●図表2  
「10秒コミュニケーション」の実践方法

**シフトスタート時**

- ・店長(不在時はチームリーダーなど)がスタッフ1人ずつと10秒間のコミュニケーションをとる
- ・スタッフは今日の目標やテーマを申告

**勤務中**

- ・店長は各スタッフが目標達成に向けた取り組みができてきているか観察する

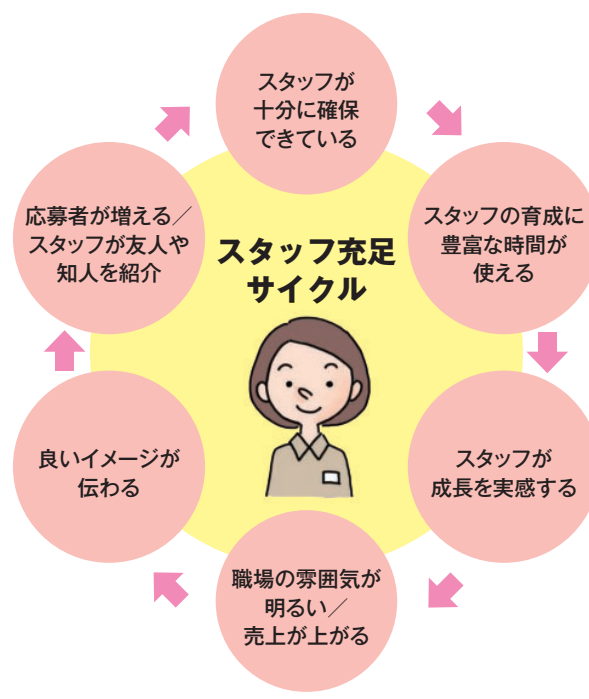
**シフト終了時**

- ・再度10秒間のコミュニケーションをとる
- ・スタッフは目標が達成できたか申告
- ・店長は評価やアドバイスをする

**メリット**

- ・毎日必ずコミュニケーションがとれる
- ・スタッフが主体的に仕事に取り組むきっかけになる
- ・スタッフが「見てほしい・ほめてほしいポイント」と店長が評価するポイントが一致する

●図表1  
スタッフの充足による好循環



テーマを確認するものです。店長は「今日は何にチャレンジしようか?」などと問いかけ、スタッフは「今月の一押しメニューのおすすめをがんばります」というように宣言します。店長の不在時やスタッフ数の多い店舗では、チームリーダーなどが代行してもよいでしょう。

シフト終了時にも再度「10秒コミュニケーション」を実施。スタッフは目標を達成できたか申告し、店長は「おすすめる時の笑顔が効果的だったよ」「メニューを出すタイミングをこうすればよかったね」などと返します。店長は各スタッフの目標があらかじめ分かっているため、勤務中の様子を観察しておき、具体的な評価やアドバイスをすることが出来ます。スタッフは、目標を立て、達成し、評価され、次の日もっと高い目標に挑戦するという流れを繰り返すことで、成長を実感できるようになります。

目標は店長などが与えるのではなく、スタッフが自分で設定することが重要です。上から与えられれば「指示」「義務」になり、主体的に働く楽しさは損なわれてしまいます。新人は「今日も笑顔でがんばります」など抽象的な目標しか立てられないかもしれませんが、そ

れでも構いません。経験を積み「ドリンク追加のおすすめを最低10回成功させます」というように、具体的な目標を設定できるようにするはずです。

このやり取りは、他のスタッフも聞いている所で行うのがおすすめです。個々人の目標を全体で共有することで、先輩スタッフは後輩が目標を達成できるようにサポートやアドバイスをでき、先輩は先輩の目標を聞いて参考にすることが出来ます。

10秒コミュニケーションには、さまざまな副次的効果があります。言葉をお互いに習慣をつくることで職場のコミュニケーションも深まり、連帯感が強くなります。また、毎日顔を合わせることで店長やリーダーはスタッフに異変があったときに気づきやすく、スタッフも体調不良や家庭の事情などを申しやすくなります。

**個人面談をタイミングよく行い業務・人間関係の不安を解消**

仕事上の悩みの相談など込み入った話は「10秒コミュニケーション」ではできませんので、必要に応じて一対一の面談を別途行うとよいでしょう。

とくに、各スタッフの入店初日、3日目、1カ月目、3カ月目に面談

# 圧倒的な「鮮度」で生鮮三品を提供 地域特産品を集めた店舗で客層を拡大

株式会社とさのさと  
直売課課長 兼  
JAファーマーズマーケット  
とさのさと店長  
**藤原 淳一氏**



▲吹き抜けの天井から明るい日差しが降り注ぐ「ファーマーズマーケット とさのさと」の店内。県内産のヒノキを使った什器は高さを抑え、車いすでもゆったり通れるよう通路を広くした

2019年1月、県内12の農協が統合し、JA高知県として新しいスタートを切った。「JAファーマーズマーケットとさのさと」（高知市）は、合併の主力事業として企画。近隣にあった旧店舗を移転し、同年4月、売場面積約400坪でオープンした。同じ敷地内に新店した地元スーパーマーケットとの相乗効果で、顧客層の拡大を目指す同店取材した。

## 若いお客様が増加 集客を支える物流システム

農産物直売所として全国有数の規模を誇る「JAファーマーズマーケットとさのさと」は、高知県を中心に店舗展開するスーパーマーケット「サニーマート」と隣り合う形で出店。お客様の買い回りの選択肢を広げ、利便性の高い店舗を追求した。

店長の藤原淳一氏は、「最初は競合の懸念からJAの中でも反対する声が大きかったと聞いています。しかし実際に開店すると、メリットの方がはるかに大きく、相乗効果は予想以上でした」と語る。

その一つが新たな顧客層の獲得だ。旧店舗ではお客様の来店が午

前中に集中し、午後は客数が大きく減少していた。しかし、新店舗ではスーパーマーケットの集客効果によって、午後になっても客数が落ちず、16時から閉店時間の19時までの来店客が1日の客数の約2割を占めるまでになった。

「お客様の年齢層も旧店舗は50代以上がほとんどでしたが、30代、40代の比較的若い方が増え、50歳未満のお客様が全体の3割に達しています」と藤原氏は言う。

午後の集客をキープする上で欠かせないのが、統合によって新たに導入した物流ネットワークだ。商品は東西に広い高知県全域から入荷しており、県西部と東部の集荷所を回る便が、それぞれ早朝に出発し、11時半から12時の間に店舗に到着する。一方、高知市

近郊を回る集荷ルートは午前と午後の1日2便あり、この1日計4便の集荷システムによって、午後になっても売場に商品が豊富に並ぶという仕組みだ。

青果や農産加工品だけでなく、海産物や精肉を販売している点もお客様から支持されている理由だ。海産物は地元の漁協と提携し、その朝水揚げされた鮮度抜群の魚介類が並ぶ。精肉も産直品に加え、土佐あかうしなどのブランド肉を市場から調達し、お客様のニーズに添えている。

## 県内の特産品を集めた セレクトショップがオープン

昨年9月、高知県の特産品を一箇に集めた食のセレクトショップ「アグリコレット」が同じ敷地内に



▲圧倒的な安さと品揃えを誇る花きと苗の売場。お彼岸やお盆の前はとくによく売れる



▲地元の漁協組合と提携し、獲れたての魚介類を販売。丸のまま陳列し、お客様の希望に応じて三枚卸しに加工する

オープンした。「高知のうまい」を再発見！というコンセプトのもと、バイヤーが厳選した県内各地の加工品のほか、贈答用の果物などを販売する。

同店店長の杉山江美氏は、「直売所のとさのさととでは普段使い、アグリコレットはお遣い物やお土産などのギフト需要を見込んでいます。アグリコレットではとくに土産品として商品を購入されるお客様が多く、帰省客の集中した年末年始は売上が5倍以上、ピークとなった年始はレジ通過人数が普段の3〜4倍となりました」と話す。

しらすや井や鍋焼きラーメンなど高知県の名物を提供するレストランや、軽食、スイーツのテイクアウト店もテナントとして出店。購入

した商品を食べられるイトインスペースは、試食会など週末ごとのイベントにも活用している。

## 子ども向けのイベントを企画 家族で買物を楽しめる店舗に

「とさのさと」ではオープンに合わせて、セミセルフレジ6レーンを導入した。県内の直売所では初導入だったこともあり、最初は戸惑うお客様が多かったという。

「オープン後1カ月はスタッフがつきっきりでお客様に使い方を説明しました。そのかきもあり、3〜4カ月で精算方法がわからないというお客様がほとんどいなくなり、スムーズに運営できています」（藤原氏）

支払いには自動精算機を使ってお客様自身で行うため、釣銭の渡

し間違いなどによるトラブルがなくなっただけで、導入メリットの一つだという。

オープンして1年ということもあり、まだ同店のことを知らない地域住民も多い。そのため、「直売所を利用したことのない人にも足を運んでいただけよう、さならなるPRに努めていきたい」と語る藤原氏。とくに小さなお子様を連れたお客様を増やすのがこれからの目標だ。

「子どもの頃からこうした直売所に親しんでいけば、大人になっても利用していただける可能性が高くなります。そのためにもお子様対象のイベントを企画し、親子連れや家族三代で買物を楽しめる直売所にしていきたいと思



▲県内に18ある全蔵元の日本酒が揃う酒コーナー（アグリコレット）



▲「とさのさと」ではセミセルフレジ6レーンと通常レジ2レーンを導入。週末は開店から夕方まで全レジがフル稼働する



▲「とさのさと」にも納屋をイメージしたイトインスペース「78cafe（なやカフェ）」があり、直売所の野菜や果物を使ったスムージーなどを提供



▲贈答品に適した県内各地の特産品を集めた「アグリコレット」



▲贈答用に選んだ商品をギフト用ケースに入れてもらえるサービスが人気（アグリコレット）



## JA ファーマーズマーケット とさのさと

組織概要  
社名 株式会社とさのさと  
設立 2018年4月  
代表者 竹中義博  
事業内容 産地直売所・ギフトショップ等の運営  
本社・店舗所在地 高知県高知市北御座10-46  
ホームページ <https://tosanosato.jp>



▲トマトの品揃えに力を入れる。フルーツトマトは高知県が発祥で、年間を通じて栽培されるが、3〜5月に出荷のピークを迎える

～お客様訪問  
ステアーズ・オブ・  
ザ・シー

## 「リラックスリゾート」をコンセプトに 食事や買物をゆったり楽しめる空間を提供

株式会社ティースリーレポート  
代表取締役

三宅 信之氏



▲イスとテーブルがゆったりと配置された飲食スペース。屋外にはテラス席もあり、眼下の大海原を眺めながらくつろぐことができる。ハワイで19年連続で人気NO.1に輝いたハンバーガーショップ「ティースビガーバーガー」も入店する

サーフィンの名所として知られ、夏は海水浴客で賑わう宮崎県日向市の金ヶ浜。そのビーチを眼下に望む高台に2019年7月、物販と飲食を融合させた商業施設「ステアーズ・オブ・ザ・シー」がオープンした。太平洋の雄大な景色が広がる絶好のロケーションで、食事や買物を楽しみながら、一日のんびり過ごせる施設を目指す。

### 大胆なリノベーションで スタイリッシュな空間を創出

「ここには以前、約半世紀にわたってドライブインがありました。近年はさびれるままになっており、かつての賑わいを懐かしむ地元の方々には皆「何とかしたい」と願っていました。そこで自身も思い入れのあるこの場所を、人々が集う新たな施設に再生させ地域の活性化につなげたいと考え、土地と建物を取得しました」

こう話すのは、「ステアーズ・オブ・ザ・シー」を運営する株式会社ティースリーレポートの代表取締役・三宅信之氏だ。三宅氏は同社の親会社が日向市などに展開するセレクトショップ「アフランシール」で、創業マネー

ジャーを務めていた。「コンセプトは「リラックスリゾート」です。宮崎県というところ目の前が海である素晴らしいロケーションの中、非日常の空間でちよつと贅沢な気分と、自分だけの時間をゆったり楽しんでいたいただきたいと考えました」と三宅氏は言う。

昭和の高度成長期に建てられた以前のドライブインは構造がしっかりしており、円形のフロアや1階と屋上をつなぐ螺旋階段など、凝ったデザインの建物だった。そこで鉄骨部分はそのまま生かし、大胆なリノベーションを施すことで、トレンド感あるスタイリッシュな空間に生まれ変わった。

### 地元の名品やこだわり商品を 集めた「フードラボ」

1階には西日本初出店となるハワイ発のハンバーガーショップや、ピザとパスタ、焼きたてのパンを提供するキッチンベーカーリーなど、4つの飲食店がテナントとして入店。アパレルや生活雑貨などを展開するセレクトショップと、地域の特産品や有機野菜などを販売する「フードラボ」は自社で運営している。

「食品は素材や製法にこだわった、他ではなかなか手に入らない希少性の高い地元商品に加え、自信を持っておすすめできる全国の逸品・名品を品揃えし、県外からいらっしやる観光客だけでなく、地元に住んでいるお



▲県内の特産品や全国のこだわり商品を中心に品揃える「フードラボ」。観光客を意識し、菓子などの土産物にも力を入れる

お客様にも楽しんでいただける店舗にしたいと思っています」(三宅氏)

平日は地元のお客様が中心だが、週末になると観光客やドライブなどで遠方から訪れるお客様が多くなる。当初は30〜40代の比較的若いファミリー層を中心に、70代以上のお客様も多く、年齢層の幅が思った以上に広がったという。

「現在は実際の客層に合わせて、商品構成を少しずつ変えている最中です。この春には売場を広げ、スードルを提供する新しい飲食店もオープンします。商品や売場をつねに変化させることで、繰り返し訪れたいくなる施設を目指しています」(三宅氏)

### 多彩なイベントを開催 知名度アップと集客に注力

東芝テックの製品は「アフランシール」の店舗で導入しており、使いやすいと機能性の高さから、「ステアーズ・オブ・ザ・シー」でも迷わず東芝テックのPOSレジを選んだという。

「施設の雰囲気マッチしたスタイリッシュなレジを設置していただきました。タッチパネル式の画面もさ

らに使いやすくなっており、気に入っています。今後は蓄積したPOSデータを分析し、品揃えに生かしていきたいと考えています」(三宅氏)

ラベルを出力するために導入したが、これを自社商品のラベル出力にも活用しているという。「自社商品のラベルはこれまで専任の担当者が出力していましたが、今度の機種はパソコンの操作で誰でも簡単に印刷できます。必要な時に必要な枚数を担当者自身で印刷できるので、作業効率の向上につながっています」(三宅氏)



▲厨房設備を完備したレンタルルーム。パーティーや料理教室など、様々なイベントに活用できる



▲POSレジは店の雰囲気に合わせたシックなデザイン。物販に3台、飲食に1台導入



▲宮崎県特産の柑橘類を使った商品も豊富に品揃え。写真奥はさわやかな酸味とまろやかな旨味が特徴の平兵衛酢(へべす)



▲契約農家が持ち込む産品には、各農家が東芝テックのラベルプリンタで出力したラベルを貼付。「STAIRS」のロゴを入れ、差別化



▲物販はオリジナル商品をメインに、アパレルからアクセサリー、生活雑貨、インテリア雑貨など幅広く展開。アパレルはリゾートを意識したリラックスできるスタイルのものが多い



ステアーズ・オブ・ザ・シー

組織概要  
社名 株式会社ティースリーレポート  
設立 2018年6月  
代表者 三宅 信之  
事業内容 商業施設の運営・プロデュース開発・販売  
本社・店舗所在地 宮崎県日向市大字平岩2217番地3  
ホームページ <https://stairs-miyazaki.com>

～お客様訪問  
釜揚げうどん  
麦の花

# 古民家風の店内で味わう手打ち麺 多彩なトッピングと小籠包が人気

有限会社 麦の花  
取締役  
高木 純一氏



▲大黒柱がそびえる古民家風の店内。大きな一枚板を使ったテーブル席のほかに、窓際に小上がりの座敷が並ぶ

九州自動車道・南関インターチェンジから車で数分。古民家風の堂々とした店構えが目玉の「釜揚げうどん 麦の花」(熊本県南関町)は、福岡県との県境に近い国道443号線沿いに立地する。店内で打った自家製のうどんやそばに加え、小籠包や熊本名物「いきなり団子」などを提供し、幅広い客層から人気を集めている。

## もっちりした太麺が特徴 リーズナブルな価格も魅力

太い梁が縦横に張りめぐらされた吹き抜けの天井。ホールには磨き上げられた一枚板のテーブルが並び、古民家風のインテリアが温かみのあるノスタルジックな雰囲気を出す。「釜揚げうどん 麦の花」は、南関町でそうめんや小籠包などの食品製造を手がける有限会社高木食品が2000年11月にオープンした。

「先代社長の父がこうした伝統的な建物が好きで、まず器ありきでつくったのがこの店です。漠然と飲食店をやるうと思っただけで、完成間際になってようやく釜揚げうどんの店にしようと思っただけです。こう話すのは有限会社麦の花の取締役・高木純一氏だ。

の取締役・高木純一氏だ。

看板商品の釜揚げうどんは、九州地方で好まれるもっちりした食感の太麺が特徴。粉を練るところからすべて店内で手づくりしており、試行錯誤を重ねてつくり上げた。

定番のきつねうどんや天ぷらうどんのほか、もやしや山かけなどトッピングも様々な種類を用意。お客様は多彩なトッピングの中から好きなものを選んでオーダーできる。カレーもやし+えび天など、人気のある組み合わせの中から選ぶこともできる。最もシンプルなかきうどんが250円と、手頃な価格も人気の秘密だ。

## 自家製そば粉を使いひきたて、打ちたて、ゆがきたてが持ち前

「麦の花」ではうどんだけでなく、

そばの人気も高い。「信州から取り寄せたそばの実を、その日使う分だけ石臼でひいた自家製そば粉を使っています。ひきたて、打ちたて、ゆがきたてを提供することで、そば本来の香り高い風味を味わっていただきたいと考えています」と高木氏は説明する。

店内では、高木食品が製造した小籠包やいきなり団子なども味わえる。どちらも1個からオーダーでき、うどんやそばを食べた後のべつべつとして人気を集める。小籠包やいきなり団子は、店舗の外に面した売店でも蒸したてを販売しており、売店の正面に車を止めて、ドライブスルーで購入していくお客様も少なくない。

「国道沿いの立地ということもあり、商圏は広く、福岡県北部からも



▲えび天、肉、もやし、ワカメを載せた一番人気の「麦の花うどん」(税込750円)



▲石臼でひいた自家製そば粉を使った「天ざるそば」(税込1,260円)は、ボリューム満点



▲太い梁が縦横に張りめぐらされた吹き抜けの天井

お客様がいらつしゃいます。週末はレジャーや観光目的のお客様が多く、ファミリーやカップルが中心です」と高木氏。11時から21時まで年中無休で営業しており、日中もお客様が途切れない。とくに週末の昼時は全111席が満席になることが多い。

高木食品グループでは、「麦の花」に隣接したカフェレストラン「motto」や、13の露天風呂付き貸し切り個室風呂が楽しめる「栗山温泉 紅さんざし」なども経営している。高木食品も含め、いずれも車で数分の距離にあり、集客面でも相乗効果を発揮しているという。

## 自動釣銭機を導入 レジ締め作業の効率がアップ

「麦の花」では、2018年7月に

POSレジを自動釣銭機付きの「QTI-200」に更新した。高木氏は「釣銭の渡し間違いがなくなり、閉店時のレジ締め作業が格段に楽になりました。以前は集計がなかなか合わず、何度もやり直していましたから」と話す。

また、オーダー時に活躍しているのがハンディターミナルだ。同店ではメニューの種類が多い上、トッピングを自由に選べるため、オーダーは煩雑になりがちだ。「ボタンをタッチするだけで、注文内容を間違いない厨房に伝えられますし、オーダーを取るたびに厨房に戻る手間がなく、土日の混雑する時間帯などはとくに威力を発揮しています」と高木氏。

店内では小籠包の冷凍品を販売しているが、いずれはうどんも冷

凍化し、販売したいと考えている。高木氏は「うどんが冷凍できれば、規模の小さい店舗やフランチャイズ店なども展開できます。いろいろなことに挑戦し、事業の幅を少しずつ広げていきたいと思っています」と抱負を語ってくれた。



▲店内の一角に設けられた売店では、地域の名産品や地元農家が栽培する野菜などを販売



▲POSレジは自動釣銭機付きの「QTI-200」を導入。釣銭の渡し間違いがなくなり、スタッフにも好評だ

▶店内が広く、トッピングの種類が多い同店は、ハンディターミナルが大活躍



▲親会社の高木食品が製造する小籠包。1個(税込80円)からオーダーできる



▲熊本名物のいきなり団子。店内で蒸したてを提供する



▲小籠包やいきなり団子は、国道に面した売店でも販売。入店しなくても店の前に車を止めて購入できる



## 釜揚げうどん 麦の花

組織概要  
会社名 有限会社 麦の花  
創業 2000年  
設立 2002年  
代表者 高木 久美  
事業内容 飲食店の経営  
本社・店舗所在地 熊本県玉名郡南関町小原1890-1  
ホームページ <http://muginohana.com>

自分を伸ばす

# メモ・ノート活用術

第2回

ビジネスの現場ではメモやノートを取る場面がたくさんあります。メモ・ノートのさまざまな活用法や効率的なテクニックを、実例をまじえてご紹介します。



## 「電話メモ」の取り方

図A

### ●伝言用フォーマット

4月10日 11時30分

店長 へ

本部 田島 様より電話がありました。

戻り次第、電話をください

後ほど、かけ直します

伝言のみお願いします

メッセージ

明日のミーティングの時間を変更してほしい

連絡先 03-XXXX-XXXX

小林 が電話を受けました。

### ●求人応募電話の対応用フォーマット

4月15日 14時20分

応募者氏名 町田 雪子

男・女 30 歳

希望職種  ホール  キッチン

希望時間帯 (複数可)

午前  昼  夕方～夜

面接可能日時 ① 18日 10～22時

② 20日 13～16時

その他希望

連絡先 090-XXXX-XXXX

宮崎 が電話を受けました。

## 専用フォーマットがあると便利!

電話をしながらメモを取る時は、重要なポイントを書き漏らさないことが何よりも大事です。話のテンポが速くて書き取れない場合は、「●●●の件、×××ということですね……」と相手の言ったことを復唱し、メモする時間を稼ぐとよいでしょう。ポイントの確認もでき、一石二鳥です。前号の特集で紹介したように、キーワードだけを箇条書きにしたり、略語やカタカナを使ったりするとすばやくメモが取れますが、他の人に渡す場合は消書する必要があります。

また、必要項目を盛り込んだフォーマット(図A)があるとメモを取るのが楽になり、重要事項を聞き忘れるミスも少なくなります。市販のものもありますが、「社内の電話」「お客様からの予約の電話」「求人応募の電話」など、自店にかかってきやすい電話の種類に応じて作成しておくとう便利です。複数のフォーマットを使い分ける場合は、台紙の色を変えるとよいでしょう。

自分から電話をかける際は、事前に要件を整理したメモ(図B)を作成すると、伝え忘れや確認漏れがなくなります。「何を伝えるのか」「何を聞くのか」「何を決めるのか」などを話す順番で書き出しておき、確認しながら話を進めます。行間のスペースをゆとり取り取っておくと、相手の発言内容を書き込むことができます。

図B

### 要件の事前整理メモ(電話をかける時)

●販促資材発注の件

○× 商事

・確認事項

□ロット、価格、送料、納期

納期 3日以内→OK

3日以上→別の商品も検討

監修:中川 裕  
システム開発会社や出版社勤務を経て独立。主に仕事術、独立起業、ライフプラン関連書籍を執筆する。著書に「図解!頭のいい人のメモ・ノート」(ばる出版)など。

# 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 食×テクノロジーでムダをなくす 食品ロス削減推進法

令和元年10月1日、まだ食べられる食品が廃棄される「食品ロス」の削減を目指す「食品ロス削減推進法(食品ロスの削減の推進に関する法律)」が施行された。これを受けて、外食産業などでは積極的にロス削減に取り組んでおり、消費者が飲食店や小売店の余剰食材・食品を格安で入手できるアプリやインターネットサイトも登場。AIによる食のサプライチェーンの最適化や、生鮮食品を長持ちさせる技術の開発など、食とテクノロジーが融合した「フードテック(Food-Tech)」分野で食品ロスを減らす機運も高まっている。

## 2 がんばりすぎず、おしゃれを楽しむ エフォートレス

エフォートレス(effortless)とは、「effort(努力)」が「less(より少ない)」という意味で、ファッションやビューティを含めて「がんばりすぎない」「気楽」な雰囲気のおしゃれを楽しむライフスタイルを指す言葉。「抜け感」や「こなれ感」と呼ばれることもある。身の丈に合わないハイブランドやトレンドから解放されて自分らしいおしゃれを楽しむ若い世代や、グレーヘアなど自然な加齢を受け入れる中高年など、自然体の生き方を応援する新しいマーケットが形成されつつある。

## 3 独自のレシピでオリジナルの味を! クラフトコーラ

アフリカ原産のコーラの実(kola nuts)から抽出したエキスを原料とする飲料であるコーラ。近年、独自のレシピによるクラフトコーラが注目を集めている。火付け役となった世界初のクラフトコーラ専門メーカーの商品は、和漢方のエッセンスも加えるなど、厳選された原材料とレシピによるおいしさやヘルシーさが人気の秘密。一方で、コーラが自宅で気軽につくれる点も注目され、現在はインターネット上に自作レシピが多数公開されている。



いまさら聞けない  
カタカナ言葉

### ★ ANOTHER FOCUS ★

知っていますか?  
若者言葉!

## 「コモディティ」

コモディティ(commodity)とは、本来は日用品や必需品を意味する。ビジネスでは高付加価値を有していた商品やサービスが次第に一般化し、市場価値が低下することを「コモディティ化」と呼ぶ。

## 「ぴえん」

残念で悲しい出来事があった際に会話中やSNSで使われる。泣き声の「びえん」を省略化したと考えられ、「ぴえぴえ」も同じ意味。「宿題忘れてた。ぴえん」

# 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展を行っている。

◀レジは「FS-700」。木を削って着色しました。

**POINT**  
チューリップや花をモチーフにした絵画を飾り、店内も春らしく。椅子は本物の木の表皮を削って制作。

◀南部鉄器風の置物。本体はそばんの玉でできています。

**POINT**  
粘土の和菓子は本物と同じ手順で制作。中の餡から作り、外側の生地で包んでいます。桜餅をはじめ、春らしさを感じさせる和菓子を揃えました。

お店の正面の色は、春らしく柔らかい印象に仕上げ、桜とも調和させました。ショーケースの黒、看板・椅子の赤をポイントにしています。シールで取りつけた家紋や大理石風の床で高級感を出しました。

今号の表紙は  
**和菓子屋さん**



**POINT**  
知人に譲ってもらった桜の花びら。色の濃淡があり本当にきれいです。

## クロスワードパズル

難易度 ★☆☆

クロスワードパズルに挑戦しましょう。  
A～Eに入る文字を並べるとキーワードが現れます。

1	2	3	4
		E	
5			
A			
		6	7
			B
	8		
			D
9			10
	C		

- タテのカギ  
①目には〇〇〇山ほととぎす初鰯  
②くすりから、草冠を取れば快適  
③この木、白い皮がペラペラむける  
④阿寒湖名物の特別天然記念物  
⑦緑日で、景品狙ってリングをポイ  
⑧前足を差し出す、ポチの芸
- ヨコのカギ  
①京都、渡月橋がある観光地  
⑤切り口が星形。ネバネバ野菜  
⑥「川面」の読み方  
⑧この花、メンベはありません  
⑨「それは良い」と首を〇〇に振る  
⑩鬼太郎の履物、武器にもなる

## 漢字パズル

難易度 ★☆☆

(例)のように、漢字の部分を組み合わせて、二字熟語をつくってください。  
(例)糸+成+敏+皿=繁盛

- 口+日+日+日+音=□□
- 心+可+目+大+木=□□

読者からのご感想

いつもためになる内容をありがとうございます。(宮城県・Uさん)  
「つくぶらざ」の表紙は写真だとずっと思っていたので、模型だと知って大変驚きました。とても素晴らしいです。次号から毎回楽しみにしました。(長野県・Hさん)

**東芝テックオリジナルQUOカード (2,000円分) を、3名様にプレゼント!**

**応募方法** 締切:2020年6月30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。

# ココポイント! 外国人観光客 おもてなしの極意

第2回

海外ではクレジットカードや電子マネーなどの「キャッシュレス決済」が日本以上に普及している国が多くあります。そのため、外国人観光客はキャッシュレス決済を好む傾向がありますが、お店がキャッシュレスに対応していない場合、どうすればよいのでしょうか。

## カードが使えない! ~それでも気持ちよく買物してもらうには?

### ワンポイント・アドバイス

返品・交換のトラブルを未然に防ぐには?

外国人観光客は、友人・知人に頼まれて買物することが少なくありません。そのため、商品に不備がなくても、依頼されたものと異なる場合などに、返品や交換を求められる場合があります。外国人だからといって特別扱いする必要はありませんが、店側が設けている返品・交換のルールを多言語で掲示しておくなど、事前告知は必要です。日本人なら対応して、外国人の場合はできないというのが一番のトラブルになります。



レジにも「現金決済のみ」と多言語で表記し、真摯に対応することが大切です。

### できるだけ丁寧に説明し ネガティブな印象を払拭する

お店の入口に「当店はカードやスマホ決済に対応していません」と多言語で表記していても、外国人のお客様がそれに気づかず、レジでキャッシュレス決済を求められるケースがあります。そうした場合は日本人のお客様に対するのと同様に、相手の目を見て丁寧に「申し訳ない」という気持ちを真摯に伝えることが大切です。レジに「当店は現金しか使えません」と多言語で書いたボードを用意し、それを指差しながら説明してもよいでしょう。

こうしたツールはスタッフに安心感を持って接客してもらうためにも重要です。ただし、「〇〇お断り」「NO!」などと書かれていては、外国人のお客様に限らず、相手は不愉快な気持ちになります。「NO」などのネガティブワードをできるだけ使わずに表現することで、お客様が受ける印象も変わってきます。飲食店の場合はオーダーを取る際に、英語だけでもよいので「現金決済だけです(Cash Only)」と伝えておく、飲食後のトラブルを防ぐことができます。

外国人のお客様は、よいサービスを受けたと感じれば、インターネットの旅行コミュニティサイトなどに高評価のレビューを書いてくれます。よいレビューが蓄積されると、それを見た人が安心してお店を訪れます。外国人観光客はリピーターとして期待しにくいだけに、口コミで集客を手伝ってもらうことが大切です。

監修: 訪日ラボ  
訪日外国人観光客のインバウンド需要情報を配信する総合ニュースサイト。政府や観光庁が発表する統計のわかりやすいまとめやインバウンド事業に取り組む企業の事例などを毎日配信している。主な著書に「1時間でわかるインバウンド対策」。https://honichi.com





「ステアーズ・オブ・ザ・シー」は、サーフィンの名所で知られる宮崎県日向市の金ヶ浜にあります。県内外の逸品・名品を集めた「フードラボ」のほか、衣料品や服飾品はラフで飾らないナチュラルテイストのものを中心に揃えています。リゾート感あふれる生活雑貨や家具なども取り揃え、自然を身近に感じられるライフスタイルを提案しています。全面ガラス張りの窓からは眼下に日向灘を一望でき、ゆったりと食事や喫茶が楽しめます。お客様にとって居心地のよい空間づくりに努めていますので、宮崎にいらした際はぜひ訪れてください。(ステアーズ・オブ・ザ・シー 工藤祐希さん／写真左、橋口奈都美さん／写真右)

【編集後記】

取材で各地へお邪魔する際、可能な限り地元のお店を見学させていただくようにしています。中でもよく行くのがスーパーマーケットです。ついレジを見てしまうのは一種の職業病ですが(笑)、それ以外にも店内のレイアウトや商品構成などを拝見すると、そのお店の得意分野だけでなく、来店されるお客様の家族構成やニーズ、地元の皆さんの嗜好や食文化なども垣間見えてきます。観光スポットを巡るのももちろん有意義ですが、地元のお店を見学することもまた、違った角度でその土地への理解を深めるために非常に有効な手段だと感じています。皆さまもぜひ、ご旅行の際には色々なお店へ立ち寄ってみてはいかがでしょうか?(溝手まゆみ)

●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  
<https://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