

# てつくふらざ

TEC PLAZA

2022  
SPRING  
VOL.

116



お客様の「真のニーズ」をつかむ

接客力を高める「聞く技術」



監修：藤木健（ふじき・たけし）  
 研修講師・コールセンターコンサルタント。コールセンター運営・管理などを経て、2010年に独立。  
 広く人材をテーマにした企業研修講師として活躍している。株式会社キューブブルーに所属。著書に  
 『顧客の心理を読み解く 聞くスキル 聞き出すスキル』（リックテレコム）など。



接客業では、お客様の話を正確に理解し、適切な対応をすることが大切ですが、もう一歩踏み込んで、お客様の言葉に隠された「真のニーズ」をつかみ、期待を上回る対応ができれば、お客様の満足度はさらに高まります。本特集では、お客様とのコミュニケーションに欠かせない「聞く技術」について解説します。

## お客様の「真のニーズ」をつかむ 接客力を高める「聞く技術」

### お客様が問い合わせた理由を想像する

お客様から問い合わせを受けた際に、正確な受け答えをすることは重要です。ただ、聞かれたことに答えさえすればお客様のニーズが満たされるとは限りません。

例えばパン屋で「取り置きはできますか?」という問い合わせがあったとします。取り置きサービスを行っていない場合は「取り置きはいたしておりません」と答えることになり、お客様が問い合わせをした理由を想像できれば、「何かご希望の商品がございましたか?」と続けて聞くことができます。「〇〇が買いたいんですけど、売り切れていることが多いです。……と返ってくれば、「その商品でしたら、10時と16時に出来立てを提供していますので、その頃ご来店いただければ、お買い求めいただける可能性が高くなります」と案内でき、単に「取り置きできません」と答えるよりはお客様の満足が得られやすくなります。このように、問い合わせの背景にある「真のニーズ」を把握することが重

### お客様に質問をしながら会話をリードする

お客様の話を聞くときに意識したいことが二つあります。一つは「お客様は問い合わせの口ではない」ということ。自分の考えや疑問を理路整然と話すのは、意外と難しいものです。ましてお客様は、商品やサービスに関する知識も店員より圧倒的に不足しています。そのため、ときには店員側が会話をリードする必要があります。

もう一つは回答を急がないことです。接客業では「お客様の問いにすぐに答えなくてはならない」と思いがちですが、真のニーズが明らかになる前に対応を終了してしまうと、お客様の満足は得られません。ニーズが分からないときは質問を重ねながら探る必要があります。この点はクレーム対応でも同様です。お客様が不満を持ったポイントが、お店の業務フローの不備なのか、店員の態度なのか、お金や時間を無駄にさせられたことなのか。ここを取り違えたまま対応策を提示すると、「そんなことを言ってるんじゃない」と火に油

## 行動経済学で読み解く

数ある商品やサービスの中から、私たちはなぜそれを選んでしまうのか? 行動経済学の視点から消費者の購買心理を読み解きます。

### 第1回

## 2000円と1980円 売上が大きいのはどっち?



### ●「イチキュッパ」がよく使われるワケ

小売店や飲食店に行くと、980円、1980円、2980円といった、端数が80で終わる値付けが多いことに気づきます。1000円未満の商品も、298円、398円など、キリのよい数字からほんの少し安い価格が付けられていることがよくあります。これにはどんな理由があるのでしょうか。なぜ1000円、2000円というキリのよい数字の値付けは少ないのでしょうか。

私たちは価格を上桁から読むため、1980円の場合、1という最初の数字が頭に残ります。そのため、2000円とは20円の違いしかないのに、1000円台という印象が強くインプットされ、実際の差以上に安く感じてしまいます。また、「イチキュッパ」「ニイキュッパ」というゴロのよさは印象に残りやすく、1000円札で支払うとお釣りがくるというお得感もあります。

こうしたキリのよくない価格を「端数価格」といいます。端数価格がお客様の購買を促し、結果的にトータルでの売上も大きくなることが多いのです。

### ●高級イメージを出すならキリのよい値付け

一方、5000円、1万円などのキリのよい数字に、私たちは実際の価格以上に「高い」という印象を持ちます。これを「威光価格」と呼びます。この効果をうまく利用しているのがブランド品です。

宝飾品やクルマなど、高級なイメージで売り出した商品には、80万円、1600万円といったキリのよい数字が付けられます。ブランド品は、購入者の優越感や自己顕示欲に訴えるため、その商品が安いと感じられては逆効果になるからです（ヴェブレン効果\*）。一方で、同じブランド品でも中古の場合は、お客様が安さを求めるため、端数価格が選ばれます。

\*価格が高いほど見せびらかしたい心理が働き、需要が増加する現象のこと。顕示効果ともいう

監修：阿部 誠 1991年、マサチューセッツ工科大学で博士号を取得。現在、東京大学大学院経済学研究科・経済学部教授。主な著書に「東大教授が教えるヤバイマーケティング」(KADOKAWA)、「(新版)マーケティング・サイエンス入門 市場対応の科学的マネジメント」(有斐閣)など。

## てっくぷらざ

TEC PLAZA

2022 SPRING VOL. 116

### CONTENTS

#### 2. 行動経済学で読み解く

3. 特集  
 お客様の「真のニーズ」をつかむ  
**接客力を高める「聞く技術」**

#### 6. CUSTOMER'S PHILOSOPHY 私の店づくり戦略～お客様訪問

- 伊豆の国物産館
- 山梨県立リニア見学センター
- のどぐろの中俣 築地

#### 12. ターゲットフォーカス

#### 13. お客様の心をつかむ スマホ撮影術

#### 14. 「筋膜リリース」で快適な毎日

- 15. ● 今号の表紙のご紹介
- クロスワードパズル

#### 16. TECのある風景 野方ホープ 高田馬場店

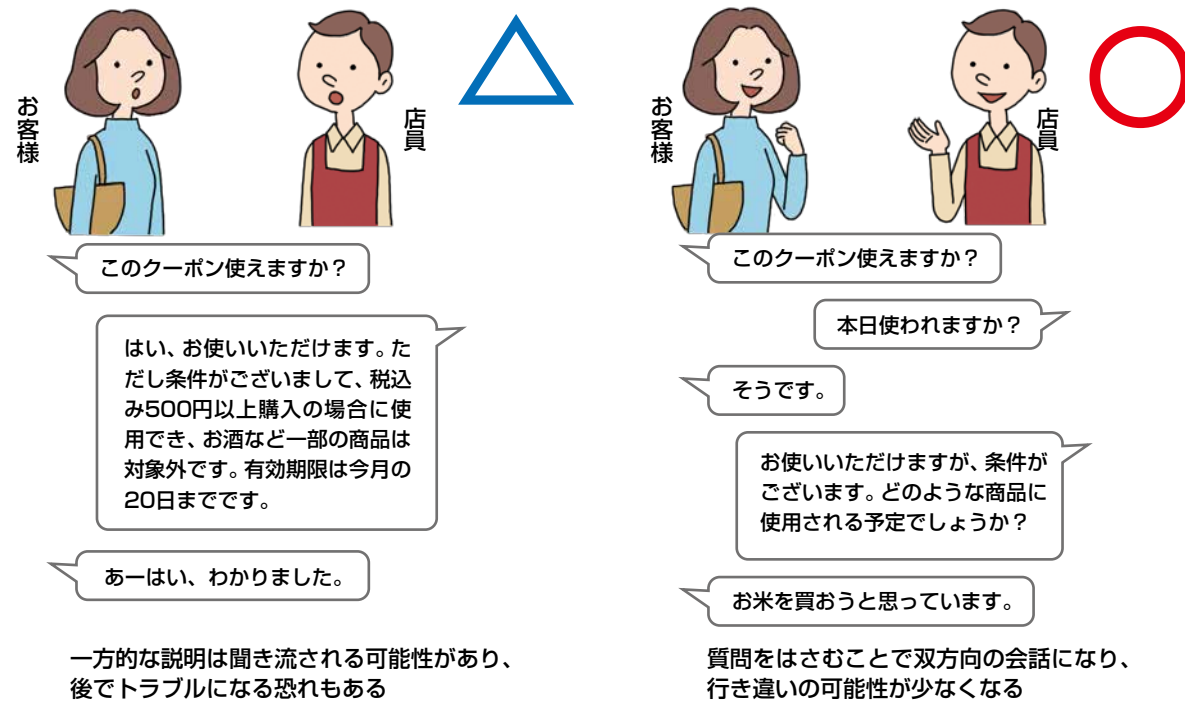
表紙：味噌屋さん  
 店舗ミニチュア制作：佐藤千寿子



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。



● 図表3  
お客様への説明が必要な問い合わせ対応の例



一方的な説明は聞き流される可能性があり、後でトラブルになる恐れもある

お客様からの問い合わせは「このクーポン使えますか？」といった、ざっくりとしたものであることが大半です。クーポンには有効期限や利用条件がありますので、それを説明する必要がありますが、長々と説明をしてもお客様はよく聞いていない場合があります。後でトラブルになる恐れもあります。そのため、「お使いいただけますが、利用条件がございます。どのような商品に使用される予定ですか？」と質問し、具体的な用途を確認すれば、行き違いの心配はなくなります。人は一方的に説明され

めた声を出すなど、その場にふさわしい感情を表現する能力です。「心情察知力」はお客様の気持ちを読み取るスキルです。問い合わせへの答えに対してお客様が満足していないことを察知したら、質問を重ねるなどしてさらにニーズを探る必要があります。問い合わせは対面の場合と電話の場合がありますが、求められるスキルに大きな違いはありません。ただ、「音声表現力」については、対面の場合には表情や態度もお客様に伝わるため、声だけでなく「心情察知力」については、対面では表情やしぐさが見えるため、お客様の心情をより察知しやすくなります(図表2)。

● 図表2  
対面と電話の違い

### 対面

- その場に適切な態度、表情、話し方が求められる
- 表情などからお客様の心情を察知しやすい
- 年齢など、お客様の情報がある程度わかる

### 電話

- 感情を表現する手段は話し方(声色)のみ
- お客様の心情や年齢などは、声から推測する必要がある

● 図表1  
きくスキル8つの要素

主要素	質問力	相手の曖昧なニーズや潜在的な意識を、さまざまな問いかけによって明確化する力
副要素	音声表現力	発した言葉通りの心配りや感情を、誤解されことなく相手に伝える力
	心情察知力	お客様の言葉の奥に含まれる、言葉にならない感情を聞き分ける力
副要素	あいづち力	話を聞いていることのサインを、タイミングよく声で表現することにより、話を受け止め促進する力
	復唱力	相手の言葉を反復することにより、お客様の用件をズレなく理解し、共有する力
	語彙力	豊富な言葉のバリエーションを持ち、相手のレベル、知識や状況にふさわしい言葉を選ぶ力
	要約力	相手の話の要点を端的かつ的確にまとめる力
副要素	沈黙力	自分が話し出さずに、沈黙することによって、「間」をコントロールする力

を注ぎかねませんので、お客様の真意を的確に把握することが求められます。また、問い合わせで分からないことがあれば「お調べします」と言って、いったん会話(通話)を中断しても構いません。ただし、お客様が本当に知りたいことがはっきりしない、一つの質問に答えても次々に質問が来てしまい、そのつど調べている長時間お待ちさせてしまいますので、なるべく早い段階で真のニーズをつかむことが大切です。

「声で感情を表す」「音声表現力」「お客様の心を読む」「心情察知力」お客様との会話をスムーズに進め、話のポイントや真のニーズを的確につかむには、聞く技術を高める必要があります。コールセンターの業界関係者などが立ち上げた「きくスキル研究会」は、お客様対応で求められる技術を「きくスキル」8つの要素として整理しています(図表1)。このうち「質問力」「音声表現力」「心情察知力」はとくに基盤となる「主要素」と位置づけられます。「質問力」は、ここまで見てきたように、質問を投げかけながらお客様の真意を探るスキルです。「音声表現力」は、おもに電話で求められる謝罪するときは謝罪の気持ちを込

められた声を出すなど、その場にふさわしい感情を表現する能力です。「心情察知力」はお客様の気持ちを読み取るスキルです。問い合わせへの答えに対してお客様が満足していないことを察知したら、質問を重ねるなどしてさらにニーズを探る必要があります。問い合わせは対面の場合と電話の場合がありますが、求められるスキルに大きな違いはありません。ただ、「音声表現力」については、対面の場合には表情や態度もお客様に伝わるため、声だけでなく「心情察知力」については、対面では表情やしぐさが見えるため、お客様の心情をより察知しやすくなります(図表2)。

具体的場面面で解説します。**ケース1..飲食店でおすすりメニューを尋ねられたとき** おすすりメニューはお客様が良くなかった場合、心情察知力によってお客様の好みとは違ったことが想像できます。そんなときは「何か苦手なものがございますか?」といった質問を投げかけ、好き嫌いを探っていくと、より好

※「きく」には聞く、聴く、訊くなど様々な意味が込められている。



# 北条家ゆかりの地の物産館オープン 「伊豆の国ブランド」の魅力を発信

伊豆の国物産館  
店長  
片山 由美子氏



NHKで放送中の「鎌倉殿の13人」の舞台である静岡県伊豆の国市にオープンした大河ドラマ館。その隣に併設した伊豆の国物産館では、地元の特産品、名産品を販売し、出品する事業者や商店が潤い、地域経済の活性化に貢献する施設を目指している。伊豆の国市の魅力をアピールする同館を取材した。

## 伊豆の国市商工会が運営 ドラマ関連商品や特産品を販売

伊豆半島の付け根に位置する伊豆の国市は、大河ドラマの主人公・北条義時の生誕地。源頼朝が鎌倉幕府を樹立するまでの20年間を過ごし、義時の姉で頼朝の妻になった北条政子と出会った地でもある。伊豆箱根鉄道韭山駅周辺には義時や政子ゆかりの旧所名跡も多く点在する。

伊豆の国物産館は今年1月15日、韭山駅前にある韭山時代劇場（韭山文化センター）内に「鎌倉殿の13人 伊豆の国 大河ドラマ館」と同時オープンした。市の委託を受けた伊豆の国市商工会が運営し、北条家ゆかりの地の物産館として、北条関連商品や地域の特産

品などを販売する。大河ドラマの放送が終わるまでの1年間限定の店舗だ。

店長の片山由美子氏は「オープン直後は団体の観光客をはじめ、多くのお客様がいらっしゃいます。1月末頃から新型コロナウイルス感染症の拡大で、観光バスが運行を取りやめるなど、影響が出ています。本来なら観光でいらっしゃるお客様がメインですが、現在はドラマを見て興味を持った地元のお客様に支えられています」と話す。

## 地元商品を育成し 新規事業者を応援

売場面積69坪の店内には、特産のいちごやわさびを使った加工食品など、商工会が認定する「伊豆の



▲北条家の家紋である三つ鱗型の陳列台(中央)が特徴的な店内。養蚕が盛んだった頃の豊作を祈る風習として地元に伝わる、手づくりのまゆ玉飾りが店内を華やかに彩る

として出品したり、牛乳の生産者が自らの牛乳を原料に使った和菓子づくりに挑戦するなど、物産館をきっかけに新しいビジネスに乗り出す人たちもいます。私たちは当館を育成の場と考え、そうしたチャレンジする人々を積極的に応援し、次につなげる経験にしたいと思っています」と片山氏は言う。

## 品切れ防止に「一役 メール配信システム

伊豆の国物産館ではオープンに合わせて東芝テックのシステムレジスター「FS-3055」を導入した。同館に採用された10名の店舗スタッフは、レジの操作が初めてという人がほとんどだったが、「FS-3055」は使い勝手

がよく、難なく使いこなしているという。今後は、日々蓄積されるPOSデータを品揃えや商品の陳列に活用することを視野に入れる。さらに片山氏が便利な機能だと感じているのが、販売数を出品者に自動的に知らせるメール配信システムだという。

「12時、15時、閉店後の1日3回、何がどれだけ売れたかというデータを出品者のパソコンやスマホに配信してもらえます。当館は商品をストックする場所がなく、在庫は店頭にあるだけです。メールによって売れた数量が分かれば出品者が在庫数を把握でき、頻繁に足を運ばなくても品切れを防ぐことができます。定期的な在庫チェックが難しい遠方の出品者には特に喜ばれています」と片山氏

同館ではシステムレジスターのほか、東芝テックのラベルプリンタも導入している。野菜や果物を出品する農家などが商品に貼るバーコードを出力するために利用しており、タッチパネル式で操作が簡単だと好評だ。

「伊豆地方は春先から本格的な観光シーズンを迎えます。伊豆の国市は北条義時ゆかりの地というだけでなく、温泉や世界遺産の韭山反射炉など観光資源も多い魅力的なところ。スタッフみんなが地元商品をPRし、伊豆の国市の観光を盛り上げていきたいと思っています」と語る片山氏。営業を終える1年後には、出品者に「物産館に商品を出してよかった」と心から思ってもらえる施設を目指している。



▲産直品に貼るラベルは生産者自らがラベルシステムを操作して出力  
▼システムレジスター「FS-3055」。狭い場所にも置けるコンパクトな設計



▲伊豆の国市商工会が認定する「伊豆の国ブランド」のいちご大福(税込240円)。地元産の紅ほっぺを使って手づくりしており、粒あんとこしあんの2種類がある



▲地元中華料理店「いーある」監修の「鰻魚辣」(税込648円/右)と、特産のわさびを使った「わさびオイルふりかけ」(税込680円/左)。どちらもスタッフのイチオシ商品



▲産直の野菜や果物も店頭に並び、朝採りのトマトは、地元のお客様にも好評。バーコードラベルは東芝テックのラベルプリンタで作成



▲Tシャツなどのアパレルから文具などの雑貨まで、様々な「義時グッズ」が勢揃い



▲北条家の家紋やドラマタイトルのロゴをデザインした金銀2種類の御朱印帳(税込3,500円)。伊豆の国市観光課が紹介する御朱印巡りのために購入するお客様も多い



▲隣接する「鎌倉殿の13人 伊豆の国 大河ドラマ館」。市内ロケ地でのメイキング映像の上映や、ストーリーやキャストの紹介パネルなどを展示(写真提供:大河ドラマ「鎌倉殿の13人」伊豆の国市推進協議会)



施設概要  
施設名 伊豆の国物産館  
開設日 2022年1月15日  
代表者 杉山 大一  
事業内容 食品、雑貨等の販売  
所在地 静岡県伊豆の国市四日町772  
 韭山時代劇場内



～お客様訪問  
山梨県立リニア見学センター  
指定管理者 丹青やまなし

# 時速500kmで走行するリニアを体験 オリジナルグッズも楽しい未来型博物館

山梨県立リニア見学センター  
センター長  
おおかんだ たけお  
**大神田 剛雄氏**



▲「わくわくやまなし館」1階の「SHOP2027」。リニアに関連したオリジナルグッズを販売するほか、山梨県の名産品・特産品などを幅広く揃える

山梨県立リニア見学センターは、時速500kmで走行する超電導リニアを見られる日本で唯一の施設。リニアについて学べる「ときどきリニア館」と、山梨県の観光情報を発信する「わくわくやまなし館」の2つの施設で構成され、全国より多くのお客様が訪れる。ここでしか買えないオリジナルグッズなどもあり、人気を博す同センターの魅力を探った。

## 見て、触って、感じて リニアのすべてが分かる

リニアがビュンと音を立てて通り過ぎる。視界に入って消えるまで、わずか数秒。間近で見るとリニアのスピードと迫力は想像以上だ。山梨県立リニア見学センターはJR大月駅からクルマで約15分、中央自動車道大月インターチェンジからも15分ほどの場所にある。最初にオープンしたのは、山梨リニア実験線の先行区間で走行試験が始まった1997年。その後、2014年に旧施設の約4倍の広さを持つ「ときどきリニア館」を増設して、リニアリアルオープンしている。

同館は3つのフロアで構成されている。「リニアを学ぶ」がテーマ

の1階には、鉄道の世界最高速度時速581km(2003年当時)を記録した試験車両MLX01-2が展示され、車内を自由に見学できる。「リニアを体験する」がテーマの2階では、リニアの仕組みを体験装置で知ることが出来る。3階は「リニアを見る」がテーマ。映像と振動でリニアの乗車体験ができるシアターなどがある。走行試験のある日<sup>\*</sup>は、どのフロアからも時速500kmで走行するリニアが見られる。

## 子どもから大人まで幅広く来館 関連グッズを揃える売店も人気

センター長の大神田剛雄氏は、「2014年のリニアリアルオープンに当たり来館者を年間約10万人と見込んでいましたが、

初年度から予想を大幅に上回る26万3000人が訪れ、翌年には30万人を突破しました」と話す。オープン前は子どもを連れたファミリー層が多いと予想していたが、実際にはシニア層を含めた幅広い年齢層が来館した。しかも一度訪れた人が孫や友人などを連れて2度、3度と来館するケースが多い。団体客も多く、県内各地で果物狩りが盛んになる6〜7月や観光シーズンの9〜11月は、駐車場が大型バスで埋まる日も珍しくない。

そうした人気の理由を大神田氏は、「当センターは、未来型博物館です。日本の明るい未来を感じられる展示や、リニアが走る姿を間近で見られる点が人気を集めているのだと思います」と語る。山梨県の実力を紹介する「わく



▲走行試験するリニアの迫力ある姿を両館の見学ラウンジから至近距離で見られる



▲「ときどきリニア館」3階のシアター最後列の座席(写真手前)はリニアのシートを使用



▲「ときどきリニア館」2階の「超電導ラボ」では液体窒素を使用し、超電導の特性をスタッフが解説

わくやまなし館」には、同センターの土産品や山梨の特産品を販売する「ショップ2027」(1階をはじめ、観光情報コーナー(2階)や展望室(3階)などがある。「ショップ2027」では、リニアをモチーフにした商品が人気を集める。大神田氏は、「JR東海さんをはじめ、さまざまな企業の協力を得て、徐々にリニア関連商品を増やしてきました。現在では約400ある品揃えのうち、100アイテムほどがリニアに関する商品です」と説明する。

同センターが企画したオリジナル商品も多く、リニアのイラストがお菓子そのものにプリントされたクッキーは、売上1位のロングセラー商品。リニアの形をした長さ50cmのロングバームクーヘン

(税込770円)など、ユニークなものも多い。売上構成では、約65%がリニアをモチーフにした商品で、リニア以外の鉄道関連商品が約10%、その他山梨県の名産品などが約25%を占める。食品と非食品の割合は半々ぐらいだという。

## 2027年の開業に向け リニアと山梨の魅力を発信

「ショップ2027」に東芝テックのPOSレジ「QT-200」を導入したのは、軽減税率制度が実施された2019年。「来館者数も高止まりの状態が続いていたので、どこかのタイミングできちんとデータの取れるPOSレジへの変更が不可欠と考えていました」と大神田氏。

「海外から訪れるお客様も増え、



▲売上ナンバーワンのリニアの絵柄がプリントされたオリジナルクッキー (税込850円)



▲ヤマ・ソー・ピニオンで醸した赤ワインと山梨県産甲州ぶどう100%の白ワインも、リニア見学センターオリジナルの人気商品 (赤白各税込2,500円)



▲超電導リニアL0系Tシャツ(大人用税込1,980円他)やキャップ(税込2,580円)、靴下(ロング税込550円他)などもラインナップ



施設概要  
施設名 山梨県立リニア見学センター  
開館 1997年4月/  
リニューアルオープン2014年4月  
所在地 山梨県都留市小形山2381  
ホームページ <https://www.linear-museum.pref.yamanashi.jp>



▲人気のリニアグッズやお菓子を組み合わせ「お買い得セット」(税込2,000円、3,000円、5,000円の3種類)を期間限定で販売



▲ショップで使用しているPOSレジ「QT-200」はタッチパネル式で操作しやすいと好評だ

※リニアの走行試験日は山梨県立リニア見学センターのホームページをご確認ください



～お客様訪問  
のどぐろの中俣  
築地

# 「のどぐろのおいしさを広めたい」 焼酎とともに鮮度抜群の絶品料理を味わう

株式会社ザガット  
取締役 副社長  
中俣 伸輔氏

「のどぐろの中俣 築地」は、近年人気が高まっている高級魚・のどぐろを看板メニューに掲げる和風居酒屋。毎朝、豊洲市場から仕入れる鮮度抜群の魚介類を中心に、老舗蔵元の芋焼酎との相性を存分に楽しめる絶品料理が揃う。40代、50代の男性客を中心に、違いのわかる、大人のお客様から絶大な支持を集める同店を取材した。

**のどぐろは500g以上を提供  
作りたて・さばきたてにこだわる**

地下鉄の築地駅、東銀座駅の両駅から徒歩2分。「のどぐろの中俣 築地」は東京・銀座の中心部からも近い交通至便な場所に立地する。黒塀に大きな提灯が下がる店構えは、ビルの1階とは思えない重厚なたたずまい。店内は1階と2階を吹き抜けがちな、和の中にもモダンなテイストが感じられる。

「私の母の実家が鹿児島で中俣酒造という、100年以上続く焼酎の蔵元を経営しており、インテリアはその酒蔵をイメージしています」と話すのは、同店を運営する株式会社ザガットの副社長・中俣伸輔氏だ。

同社は2007年に創業。ふぐ料理店を皮切りに「中俣酒造 茂助」「のどぐろ 専門 銀座中俣」など、銀座を中心としたエリアに魚料理をメインにした居酒屋を出店してきた。2017年にオープンした「のどぐろの中俣 築地」は、のどぐろを店名に冠した3店目の店舗だ。

「のどぐろに注目したのは、最初の店をオープンして間もない頃です。食材を仕入れるために通っていた当時の築地市場でそのおいしさを知り、もつと多くのお客様に知っていただきたいと積極的にメニューに取り入れるようになりました」（中俣氏）

看板メニューの「のどぐろ 原始焼き」は、口から串を刺したのどぐろを逆さまに立て、炭火でじつ

くり焼く同店ならではの調理方法。「余分な水分が口から抜け、脂だけがしつかり残ります」と中俣氏。のどぐろは一般的に300グラム前後のものが多く、同店では500グラム以上の特大ののどぐろを使う。焼き上がるのに1時間近くかかるが、その分、濃厚な旨味が味わえる。

その他のメニューも魚料理が中心。毎朝、中俣氏自らが豊洲市場に向き、良いものだけを仕入れる。「鮮度とおいしさにことごとんこだわり、作りたて・さばきたてを提供しています。その日仕入れた魚介類を使った日替わりメニューが中心で、定番メニューの数を絞ることによって質の高さを追求し、鮮度が高くおいしいものを提供したいと考えているか



▲明るさを抑え、リラックスできる店内(写真は2階)。吹き抜け構造になっており、2階から1階の厨房の様子を眺めることができる



▲串に刺したのどぐろを炭火の周りに立てて焼く「原始焼き」。備長炭の遠赤外線効果によって、表面はパリッと、中はふんわりと焼き上がる ※



▲刺身に使うまぐろは、大間漁港や下田漁港で水揚げされた最高級の天然本まぐろを使用



▲その日仕入れた魚介類を「河岸ボックス」と呼ぶ竹かごに盛り、お客様に好みのものを選んでいただく。調理法をお客様と相談して決めることもある ※

らです」(中俣氏)

**料理に合う芋焼酎を提案  
社員全員で酒造りも体験**

同店がターゲットとするのは、40代、50代のビジネスマン。実際の客層もその年代が半分以上を占め、若い男性や女性は彼らに連れられて来店するケースが多い。「40代、50代のお客様はいろいろな店を知っており、一番舌が肥えています。その方たちに認められるような料理やサービスの提供を目指しています」と中俣氏。酒は中俣酒造の芋焼酎が中心。製法や熟成期間などが異なる10種類ほどを揃え、料理に合わせて銘柄や飲み方などを提案する。「毎年の仕込み時期には、グループの店舗をすべて休業し、社

員約50人が蔵元で3〜4日かけて焼酎造りを体験します。創業時から大切にしてきた行事で、焼酎造りに携わる経験が接客にも生きると思っています」(中俣氏)

**POSレジを2階にも設置し  
お客様の利便性に配慮**

株式会社ザガットでは系列店すべてに東芝テックのPOSレジとハンディターミナルを導入しており、「店舗に欠かせないインフラ」と中俣氏は言う。

「特にこの店は座席が1階と2階に分かれているので、ハンディターミナルはオーダーを厨房にスピーディーに伝える上でも非常に便利です。料理やサービスには徹底的に手間をかけますが、お客様から見えないバックヤードの部分

はできるだけ効率化していきたいと思っています」(中俣氏) 「のどぐろの中俣 築地」ではテーブルチェックを採用しており、会計時にお客様をお待たせしないために、POSレジを1階と2階の両方に設置している。

2022年3月、JR新橋駅近くに9店舗目の店舗となる「のどぐろの中俣 新橋」がオープンした。「この店と同じく80坪ほどの広さがあり、お客様にゆったりくつろいでいただけます」と話す中俣氏。人材育成を最重視するとともに、「物を売らず、価値を提供する」「お客様に感動していただく」といった経営指針を実践し、グループ店舗を「銀座界限で魚を食べるなら中俣」と言われるような店にすることが目標だ。



▲特上のネタだけを使った「鮮魚 お刺身5点盛り」は、「のどぐろ 原始焼き」「自家製さつま揚げ」と並ぶ同店の三大名物料理(1人前税込1,089円/写真は4人前) ※



▲中俣氏の祖母の秘伝レシピで作る「自家製さつま揚げ」。甘鯛やいしもちを店内ですり身にし、揚げたてを提供(税込748円) ※



▲中庭を見ながら食事を楽しめる個室など、インテリアが異なる複数の個室を完備



組織概要  
会社名 株式会社ザガット  
設立 2007年7月  
代表者 栗原 秀輔  
事業内容 飲食店経営、菓子製造販売  
本社所在地 東京都中央区八丁堀3-15-1  
金澤ビル1階  
店舗所在地 東京都中央区築地2-15-15  
セントラル東銀座106  
ホームページ <https://nakamata-nodoguro.com>

※写真提供/株式会社ザガット



▲POSレジは「QT-11」を使用。各階で会計がスピーディーにできるよう、1階と2階に設置

▲階段踊り場の壁面には、店で提供している中俣酒造の芋焼酎が並ぶ





# お客様の心をつかむ スマホ撮影術



監修：小林大介(株式会社プロウアップ)  
三重県生まれ。大学卒業後に撮影スタジオに勤務のち、2009年より株式会社プロウアップに在籍。広告写真を中心に、人物・静物・風景など、幅広いジャンルの撮影を行っている。

## 第2回 小物や衣類を魅力的に撮る

お店の情報をSNSなどにアップする際にも活躍するスマートフォン。誰でも手軽にキレイな写真を撮影できますが、ちょっとしたコツを習得すると、さらにお客様にアピールできるワンランク上の写真を撮ることができます。



### 商品に近づいて撮影

レンズの中心から遠い部分ほど歪みが生じ、見た目通りに写らない。背景も商品の色と近く、雑然としており商品が目立たない。



### ズームを使って撮影

やや離れた位置からズーム機能で被写体を拡大して撮影すると、実物に近い形に写る。背景に白い紙を敷くことで、商品の色も引き立つ。

### POINT1 ズーム機能を使う

被写体を画面の中央に置き、少し離れた場所からズーム機能を使って撮影する(スマートフォンの多くは広角レンズを採用しており、被写体に近づいて撮影すると、レンズの中心から遠い部分ほど歪んで写る)。

### POINT2 バックに紙を敷いて撮影

背景が商品の色と似ている場合は、バックに紙などを敷く。紙が画面から切れたり、周囲に余計なもの写ったりするときは、Point1と同様、少し離れてズーム機能を使う。

### POINT3 洋服はハンガーにかける

ハンガーにかけ、ズーム機能で洋服だけを撮る。床置きだと真上から撮りづらく、正確なシルエットが伝わらない。



ズーム機能をフル活用。背景を工夫し商品を引き立たせる

商品撮影の際に気をつけたいのは、背景です。後ろに雑多なものが見えたり、商品と色合いが似ていたりする背景では、商品が引き立ちません。撮影する商品の下に模造紙や布などを敷いて撮影しましょう。

背景は白をはじめ、明るめの薄い色が向いています。ガラス製品などは、黒や紺など濃い色の方が透明感が出ます。

小さい商品を撮影する場合は、ズーム機能を使って撮影する際に気をつけたいのは、背景です。後ろに雑多なものが見えたり、商品と色合いが似ていたりする背景では、商品が引き立ちません。撮影する商品の下に模造紙や布などを敷いて撮影しましょう。

ズーム機能を使って、ある程度離れた場所から撮影するのがポイントです。スマホを被写体に近づけ過ぎると、中心から離れた部分ほど大きく写り歪みが生じるからです。

洋服はお店のスタッフが着用した状態を撮影すると、商品の特徴やシルエットが伝わりやすくなります。商品だけを撮影したい場合は、ハンガーに吊るして壁にかけ、真正面から撮影することで、商品のシルエットを正確に表現できます。

# 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 地域で受け継がれた食文化を未来へ！ 100年フード

地域の風土や歴史に根差し、世代を超えて受け継がれてきた食文化を「100年フード」として認定する新たな取り組み。「伝統」(江戸時代から続く郷土の料理)、「近代」(明治・大正に生み出された食文化)、「未来」(目指せ、100年!)の3部門で、文化庁が地方自治体や観光協会、民間団体などを対象に公募。全国の郷土料理やご当地グルメの継承、PRにつなげ、地域活性化の起爆剤となることが期待されている。

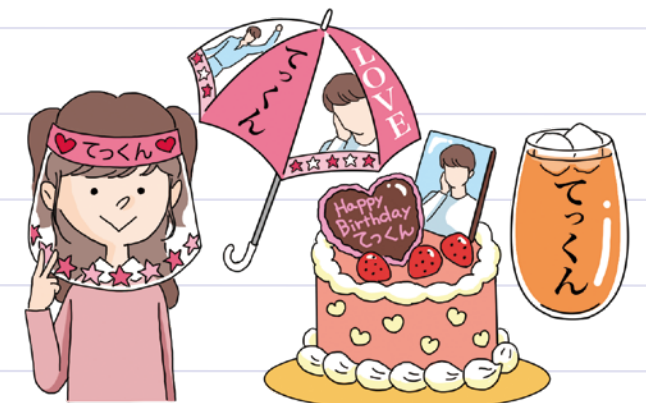
## 2 所有にこだわらないライフスタイル リキッド消費

カーシェアリングや映画・音楽のサブスクリプションなど、所有にこだわらず、その時々には様々なサービス・商品を利用する現代人の消費スタイルのこと。モノの所有にこだわる従来の「ソリッド消費」に比べて消費のサイクルが速く、体験や経験の価値を重視する、なるべく手間がかからないシンプルなものを選ぶなどの消費傾向が特徴。子どものころからデジタルツールやSNSが身近な「Z世代」(1996～2015年生まれ\*)や、その前の「ミレニアル世代」(1980～1995年生まれ\*)にその傾向が強い。

\*世代の区切りには諸説あり

## 3 好きな人やキャラクターを応援 押し活

アイドルやキャラクターなどのご最良である「押し」を愛でたり、応援したりする活動全般を指す言葉。ライブやイベントへの参加といった従来の活動はもちろん、最近は「創作」による活動が増えている。推しのネーム入りのグラス、傘、フェイスシールドなどのグッズを自作したり、推しの誕生日を仲間と祝うために名前やイラストをクリームやチョコで描いたオリジナルの誕生日ケーキをオーダーしたりする熱心なファンもいる。コロナ禍で押しと会う機会が少ない中で、様々な応援方法を生み出し、楽しむスタイルは今後も拡大しそうだ。



### いまさら聞けない カタカナ言葉

#### アバター

ヒンドゥー教の「神の化身」が語源で、英単語のavatarは、「化身、具現」などの意味を持つ。一般にはゲームやネット内に登場するユーザーの「分身」となるキャラクターのこと。

### ★ ANOTHER FOCUS ★

#### はにや

疑問を感じたときに思わず発する言葉。約30年前に子ども番組で流行ったが、最近芸人が使うことによってリバイバル。首をかしげてかわいく発音するのがポイントだとか。

### 知っていますか? 若者言葉!



# 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。



▲様々な「寿」の字が入った包装紙を使ったディスプレイ(上段)。セット商品(中段)の地酒はレジンでボトルから手作り。棚は壁紙を生かし、井桁を組むような形で設置。

▶店内奥の暖簾の上につけた瓦風の装飾もポイント。板材をつなぐ際などに使う「波釘」でできています。

テーマは「和風モダン」で、ビルの中にあるような都会的な店舗に仕上げました。商品は故郷の東北と信州の味噌が中心です。『てっくぶらざ』最後の作品なので、私の名前にもある「寿」を入れた店名にしました。

今号の表紙は **味噌屋さん**



◀レジは「QT-200」で対面セミセルフ式。

## POINT

味噌は粘土と絵の具で制作。粘土が乾ききる前にペインティングナイフで成形し、それぞれのリアルな色の表現に苦労しました。樽はひのきと麻紐で組み立てたもの。



▲パッケージの中の味噌は、発色が良くなるよう一つひとつニスでコーティング。パッケージはすべて手作りで、箱の模様にもこだわりました。



## 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～Dに入る文字を並べるとキーワードが現れます。

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

- タテのカギ  
 ①セリフが歌。オペラやミュージカル  
 ②ことわざで「〇〇は急げ!」  
 ③外装はエクステリア。内装は?  
 ④「数字の歌」で4は、  
 ○〇〇の弓矢♪  
 ⑤元素記号P。骨の成分の一つ

- ヨコのカギ  
 ①春一番、六甲おろし、山背  
 ②大海を知らぬカワズさん在住  
 ③家の出入り口  
 ④調理や裁縫の実習がある〇〇〇科の授業  
 ⑤北海道の〇〇〇島。高級昆布でおなじみ  
 ⑥あんこにカレー、種類豊富な朝食の定番  
 ⑦晴れた日の抜けるような空の色

『てっくぶらざ』表紙作品の制作を終えて  
 「5年にわたり20もの作品を制作させていただきました。家族の出産や病気など、作品ごとにその当時の出来事が思い出され、5年という長い月日があったという間にも感じます。最初は難しかったレジ制作など、『てっくぶらざ』を通してこれまでにない挑戦もでき、多くのことを学びました。この経験を今後の作品づくりにも生かしていきたいと思っています。ありがとうございました」

## 読者からの感想

いつも東芝テックさんの製品を利用させていただいております。非常に使いやすく、サービスマンの方々も親切で申し分ないです。「野方ホープ」さんのページで、セルフレジの取り扱いがあることを知りました。店舗が増えるときには、ぜひ検討させていただきます。(東京都・A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:2022年6月30日 てっくぶらざ プレゼント  
 (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。

お問い合わせ: 0120-277777



# 「筋膜リリース」で快適な毎日

肩凝りや腰痛などの不快な症状を緩和する効果のある「筋膜リリース」。オフィスや自宅で手軽にできるエクササイズで、快適な毎日を送みましょう。

第6回

## 自律神経を整える

よく眠れない、疲れが抜けにくい、胃腸の調子が悪いといった慢性的な身体の不調は、自律神経の乱れから生じることがよくあります。自律神経は背骨の中を通る脊髄から全身の内臓に広がっており、身体の背面の筋膜をリリースすることで背骨周辺の血流を改善し、不調を軽減することができます。

①猫背にならないよう、背骨をまっすぐ立ててイスに座る。両足は軽く開く

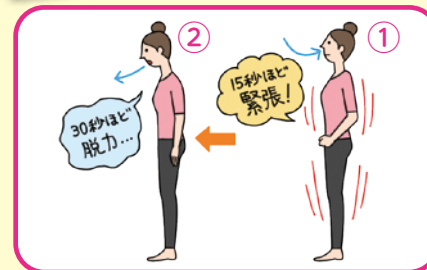


②かかとを付いてつま先を起こし、ゆっくり前傾姿勢をとる。この姿勢を15秒ほど保ち、背中やもも、ふくらはぎの後ろが伸びるのを感じる



## 筋弛緩法でリラックス

ストレスや運動不足が原因で筋肉がこわばると、全身の血流が悪くなり、自律神経にも負担がかかります。硬くなった筋肉をリラックスさせるには、あえて緊張させ、ストンと一気に力を抜く「筋弛緩法」が効果的です。職場で手軽にできるので、1日数回行うとよいでしょう。



- ①息を吸いながら全身に力を入れ、15秒ほど筋肉を緊張させる  
 ②息を一気には〜と吐き、30秒ほど全身を脱力させる。これを1セット2〜3回繰り返す

監修: 楠哲郎

愛媛県松山市で「整体院あんか」を経営。延べ1万5000件以上の施術と作業療法士としてリハビリに携わった経験から、セルフケアで痛みを解消する方法を提案。著書に『フォームローラーで筋膜リリース』『腰の痛みを自分で治す本』など。https://seitai-anaka.com

**心身のストレスを解放し、自律神経をリセット**  
 交感神経と副交感神経からなる自律神経は、呼吸や体温、血液循環、消化吸収など、生きるために必要な生理現象をコントロールし、身体機能を正常に保つ働きをしています。しかし、昼夜逆転などの不規則な生活や長時間座りっぱなしのライフスタイル、悩みや不安などの精神的なストレスが続くと、交感神経と副交感神経のバランスが崩れ、身体の不調を招きやすくなります。  
 こうした自律神経の乱れをリセットするには、規則正しい食事や睡眠、適度な運動や十分な休息で心身のストレスを解消することが大切です。筋膜リリースは全身の血液の流れを改善し、心身をリラックスさせます。特に自律神経の出口が集中する背骨周辺の筋膜を重点的にほぐすことで、自律神経の働きを正常に戻す効果が期待できます。





野方ホープは野菜や鶏ガラをたっぷり煮込んだ、豚骨ベースのスープが自慢のラーメン店です。高田馬場店は学生や若いサラリーマンのお客が多く、餃子と唐揚げのついたボリュームたっぷりのランチセットなど、お客様に合わせたメニューの提供や店づくりに努めています。スーツのお客様には紙エプロンのご利用をお尋ねするなど、お客様に喜んでいただけるきめ細やかな接客に力を入れています。(野方ホープ 高田馬場店／写真左から半田竜也さん、店長・宮下秀幸さん)

#### 【編集後記】

これまで長い間表紙を飾っていただきました佐藤千寿子さんのドールハウスですが、今号で最終回となりました。実は当初1年間(4作品)のお話だったのですが、私達編集担当がすっかりファンになってしまい、何度も延長をお願いした結果、なんとVol.97から5年間、20号もお付き合いいただきました。他の作品づくりでもお忙しい中、本当にありがとうございました。そして私も、今号をもちまして『てっくぶらざ』の担当を離れることになりました。Vol.89から28号もの制作に携わせていただき、心より感謝申し上げます。取材を通じて各地へお邪魔し、たくさんの皆さまとお会いできたことは私の宝物です。今後とも引き続き、『てっくぶらざ』をよろしくお願いいたします。(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 国内営業企画・業務統括部 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