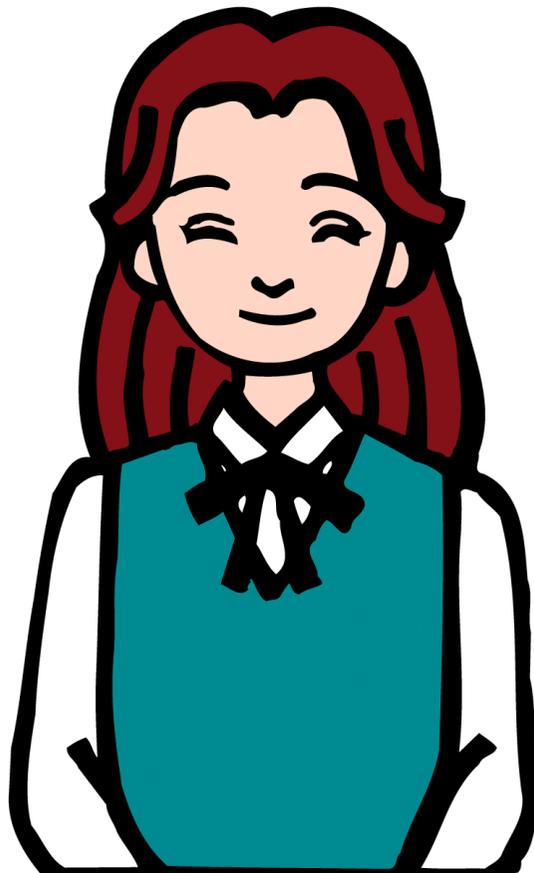
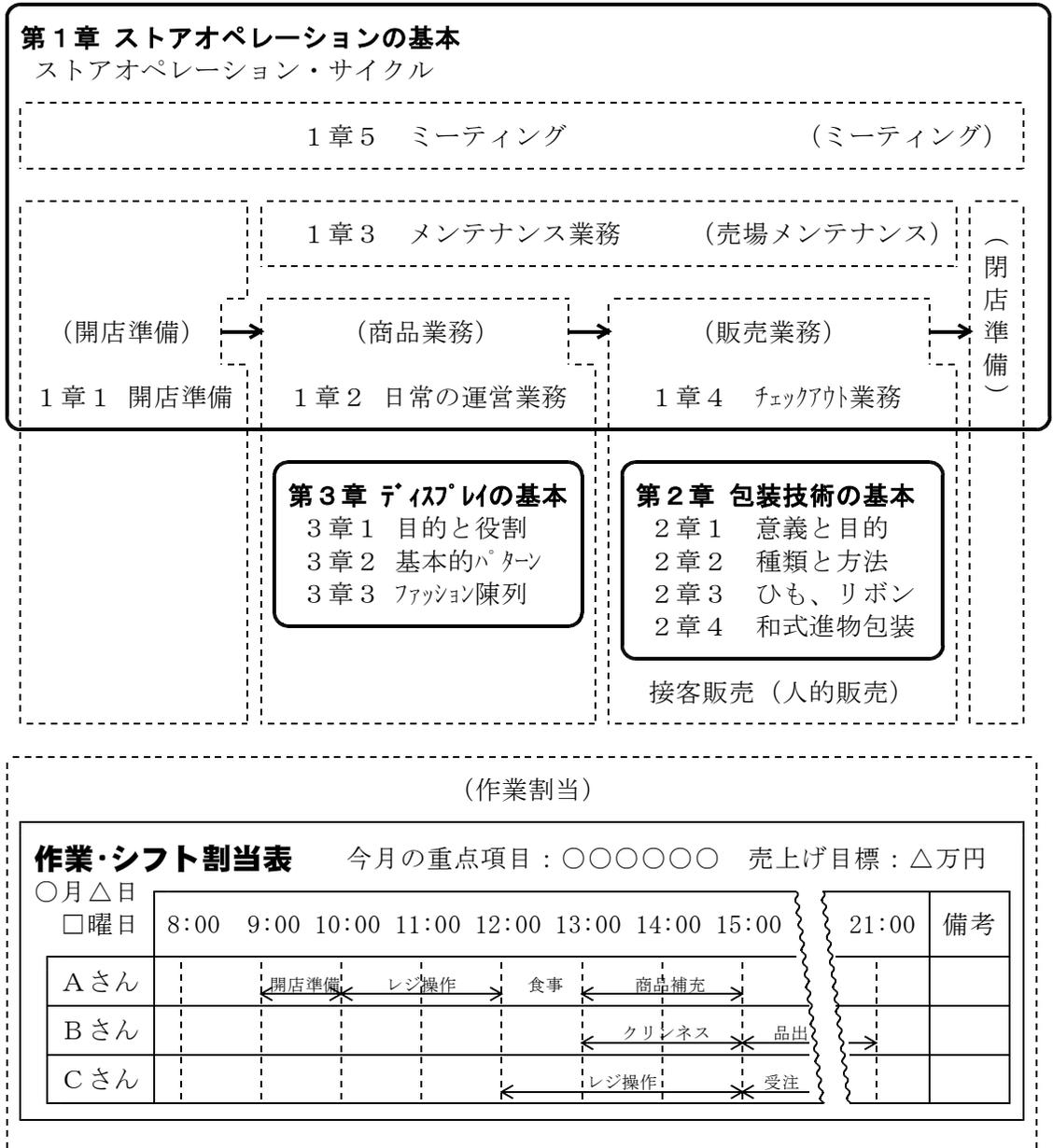


### ③ストアオペレーション



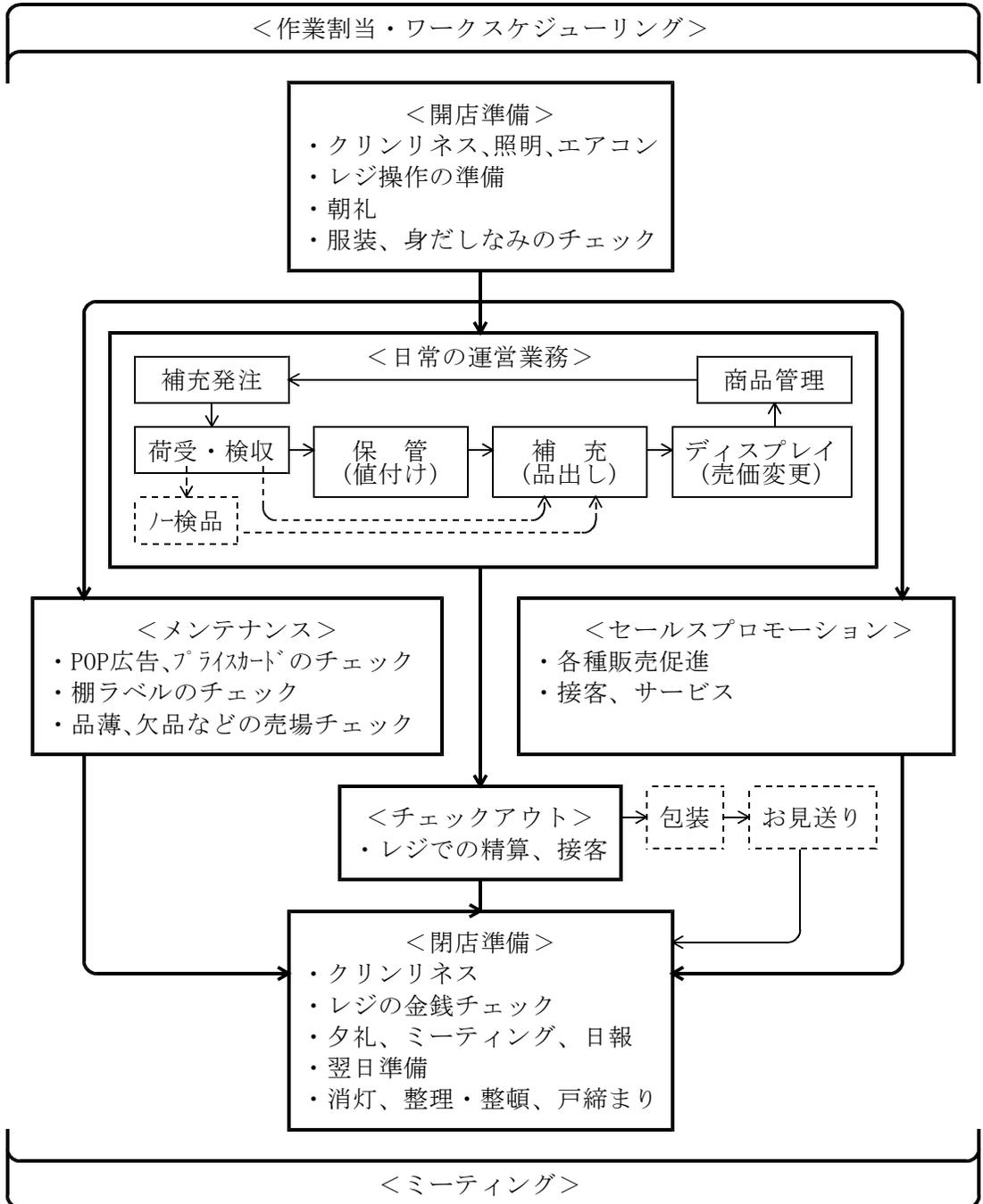
## 「③ストアオペレーション」の学習範囲



# 第1章 ストアオペレーションの基本

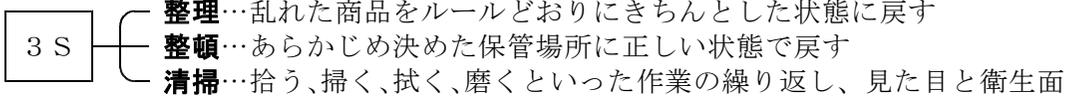
## ストアオペレーション・サイクルの体系

セルフサービス販売を主とする小売店舗における1日の作業循環図

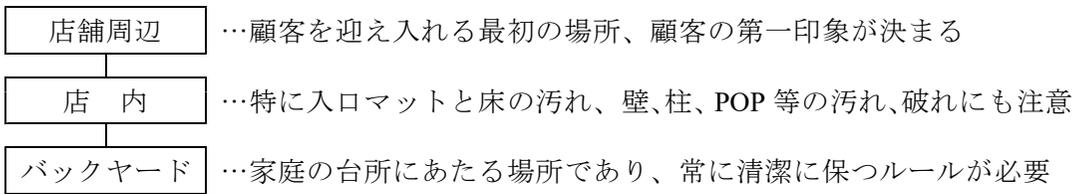


# 1 開店準備の業務

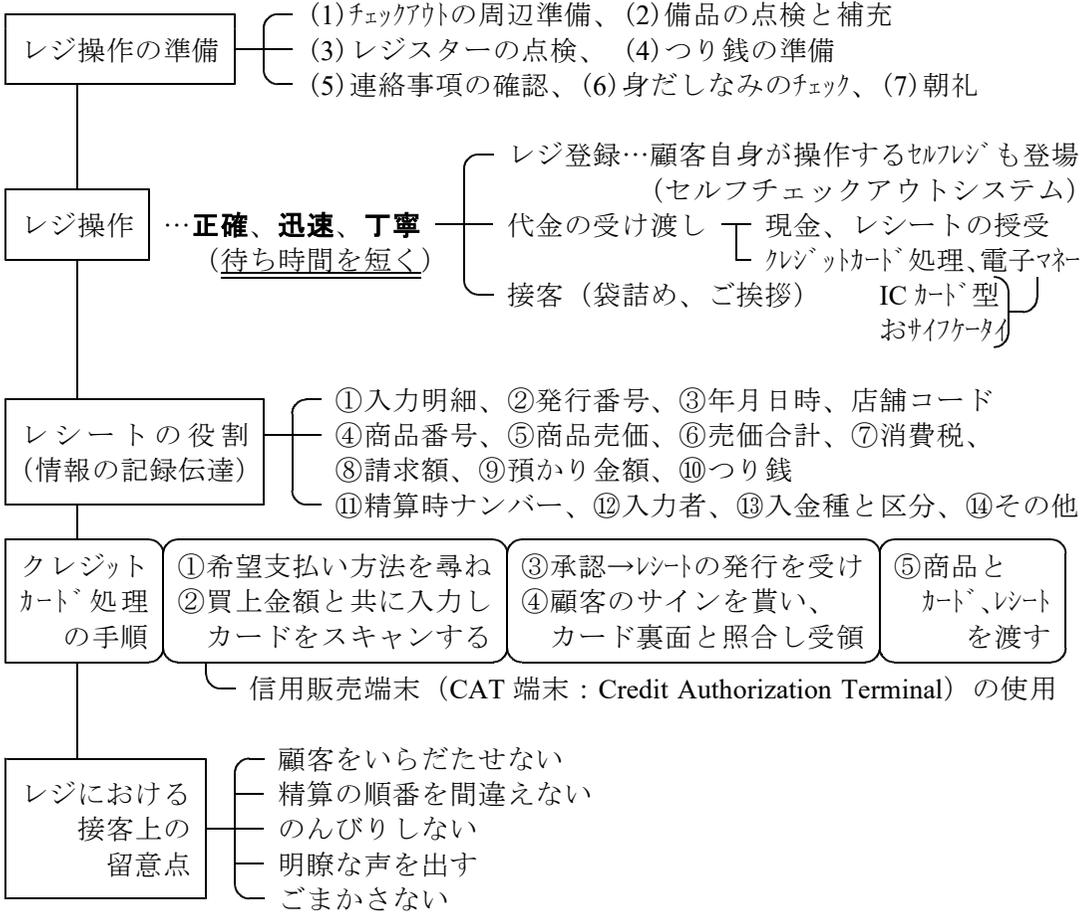
## 1-1 クリンリネス



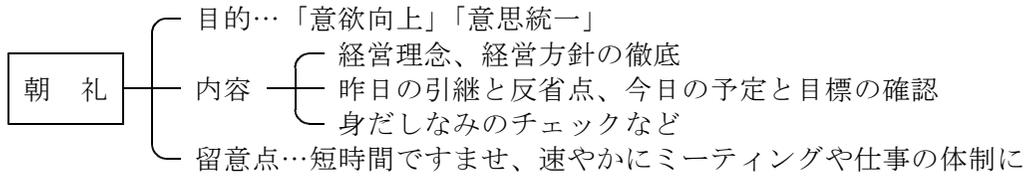
- ・清掃場所を区分し、時間を決めて必ず実施する。
- ・汚れやほこり、ゴミをみつけたら、速やかにその場で清掃する。
- ・清掃中に顧客が近づいてきたときは、手を止めて挨拶する。



## 1-2 レジ操作の準備



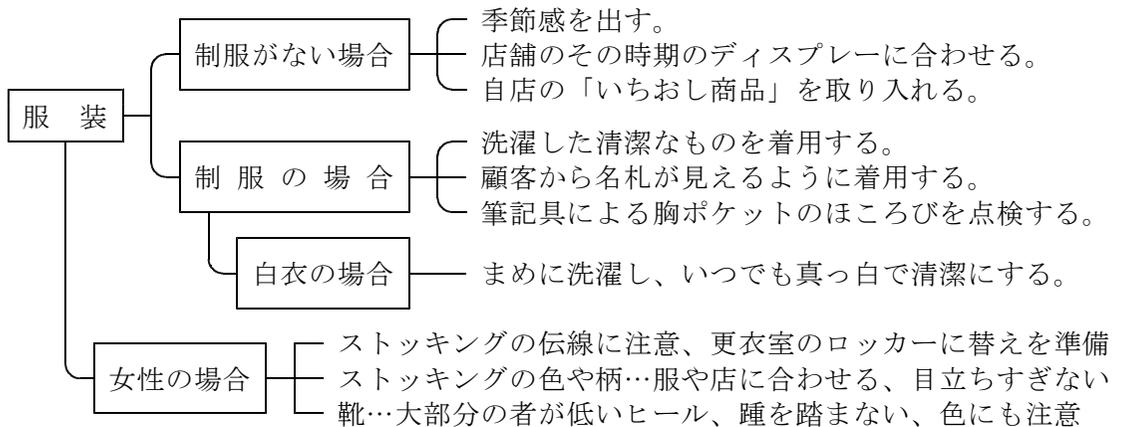
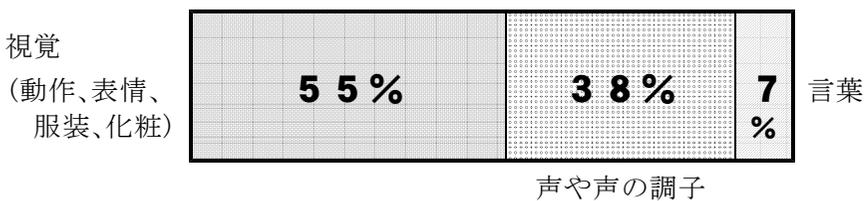
### 1-3 朝礼



### 1-4 服装、身だしなみ

顧客にとって、販売員の服装や身だしなみは、商品や店舗施設と同様に、よい店舗かどうかを見分けるための大きな判断要素となる。

#### ●顧客によい印象を与える外観



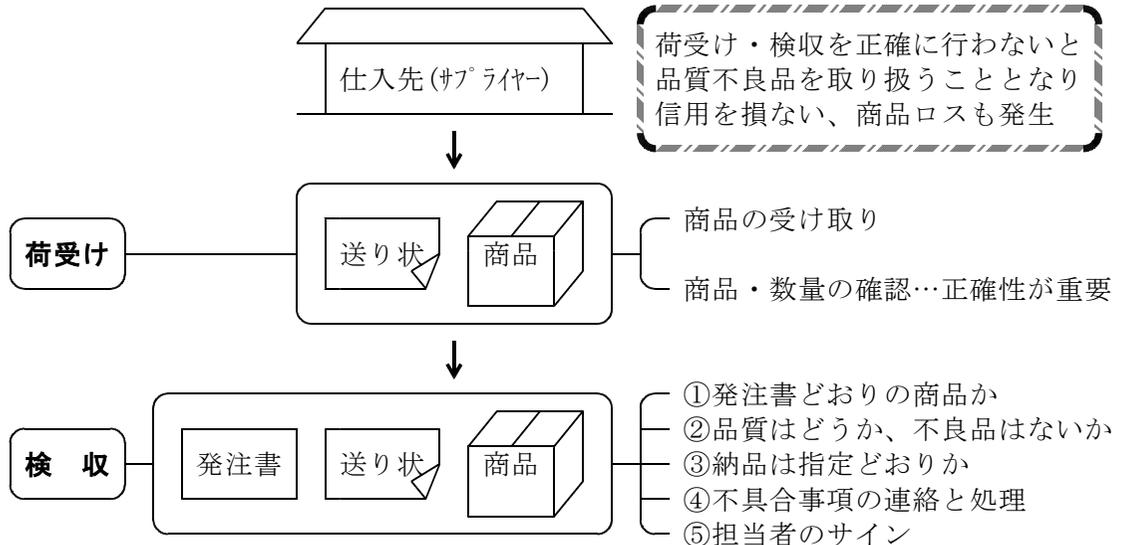
#### ●身だしなみ

- ①毎日、入浴あるいはシャワーを浴びる。
- ②毎朝、ひげをそる（男性）。
- ③頭髪の手入れをする。
- ④洗濯したシャツ・ブラウスを着る。
- ⑤化粧は、ナチュラルメイクで品よく。
- ⑥爪の手入れを常に怠らない。
- ⑦マニキュアは、自店の基準に合わせる
- ⑧髪の色は、自店の基準に合わせる。  
あまり明るすぎる色は避ける。

- ⑨きつい香水やオーデコロンは避ける。  
食品販売の関係者はつけない。
- ⑩口臭に気をつけ、昼食後にも歯磨きを。
- ⑪靴は、毎日磨く。
- ⑫スーツ、特にズボンにはアイロンを。
- ⑬ヘアスタイルは、あまり奇抜にしない。
- ⑭ひげは、自店の基準に合わせる。
- ⑮ピアスは、店の基準に合わせる。

## 2 日常の運營業務

### 2-1 荷受け・検収の基本知識



### 2-2 保管と商品への値付け (値札ラベルの貼付)

POSシステム導入後も、  
バラ陳列などには必要

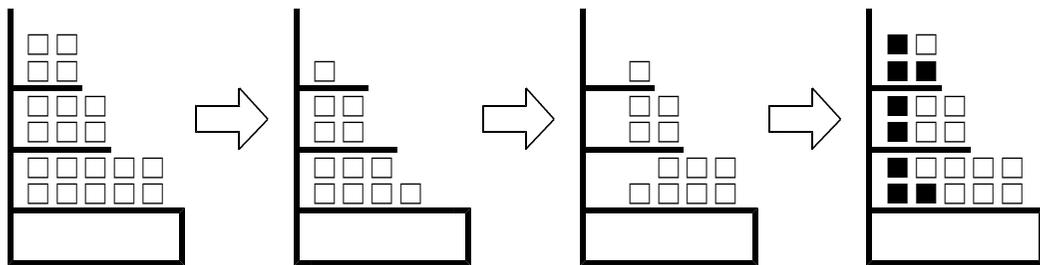
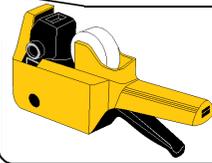
留意点

ラベル位置の統一…表示を隠さない、見やすさ  
売価の確認  
ハンドラベラーの使用 → 効率的な作業

### 2-3 補充 (リセット) の基本知識

<補充 (リセット) とは>

売れ筋商品や人気商品を絶えずチェックし、  
品薄や欠品にならないように品出しして補う作業



満棚状態

棚が空いてきた

前進立体陳列を保つ  
(前出し作業)

先入れ先出し陳列で補充  
(■: 補充商品)

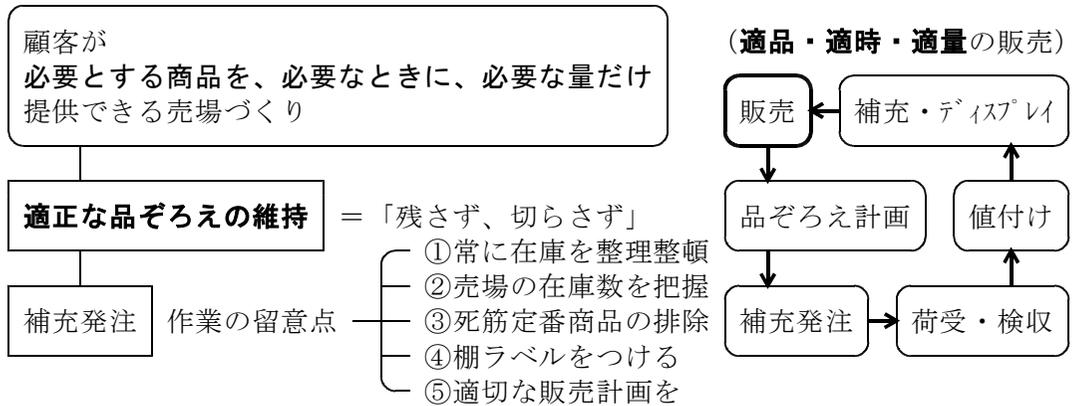
#### ● 前進立体陳列

商品を顧客が取りやすいように、  
商品を通路側 (手前) に前進させ、  
最上段や高さにも余裕のある棚では  
さらに商品を積み上げて、  
立体的にディスプレイする方法

#### ● 先入れ先出し陳列

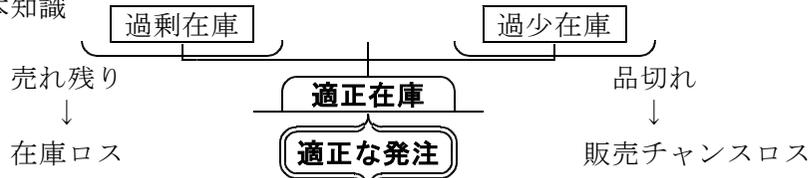
先に入庫した (古い) 商品から  
先に取り出して売場に補充し、  
売場では、残存商品を前方上段に、  
補充する (新しい) 商品を後方下段に  
ディスプレイする方法

## 2-4 補充発注



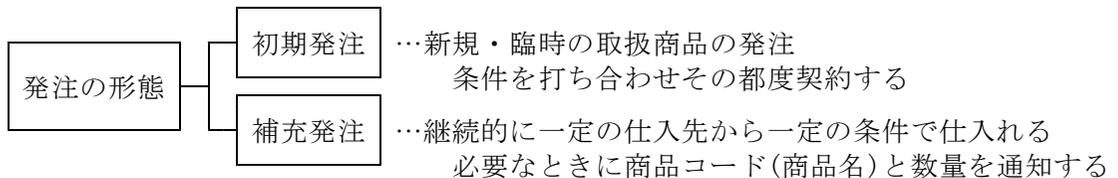
## 2-5 発注システム (EOS、EDI)

### (1) 発注の基本知識

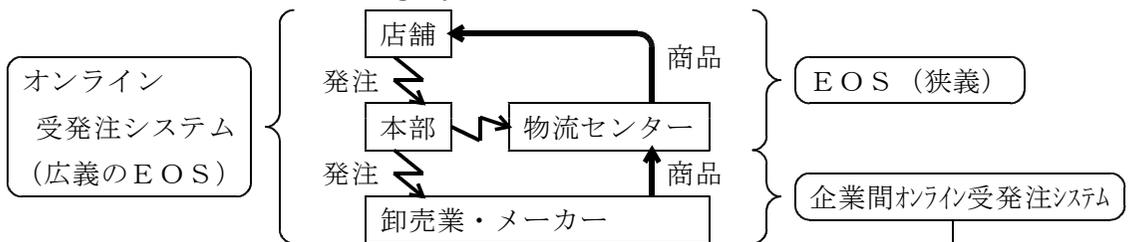


#### <留意点>

- ①倉庫や陳列棚を整理整頓し、正しい在庫量を常に把握すること。
- ②気象条件に合わせて、商品の売れ行き数量を予測すること。
- ③地域催事や新商品情報など新規の情報の収集を行うこと。
- ④売上状況を把握し、売上見込みの精度を高めること。
- ⑤生産状況と、流通在庫、店舗への入荷状況を把握すること。
- ⑥競争店の販売動向、催事などの販促活動を絶えず観察すること。



### ●EOS (Electronic Ordering System) … 「補充・発注システム」(電子受発注システム)



### ●EDI (Electronic Data Interchange) … 「電子データ交換」 ← 発展

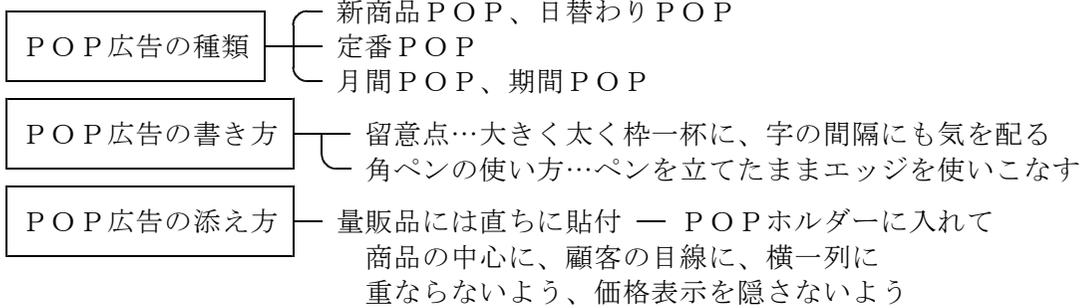
異なる企業や組織間で情報をやりとりするための情報通信基盤 (標準仕様)

→多端末現象や変換地獄の回避、大量のデータを高速で交換

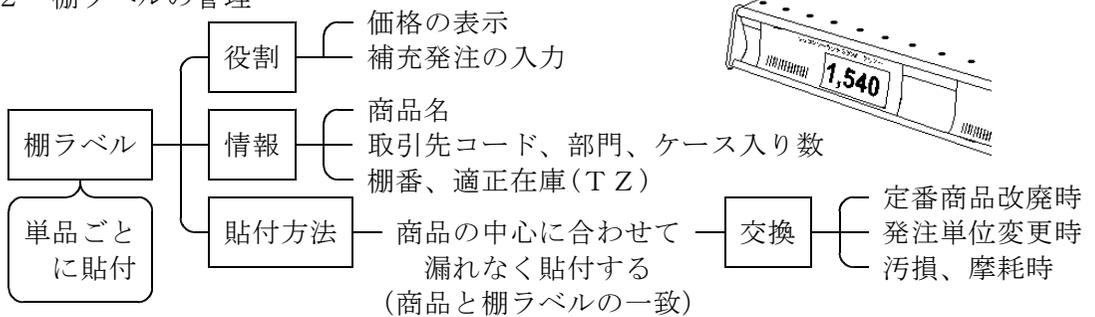
→取引に係る事務的作業等の合理化

### 3 メンテナンス業務

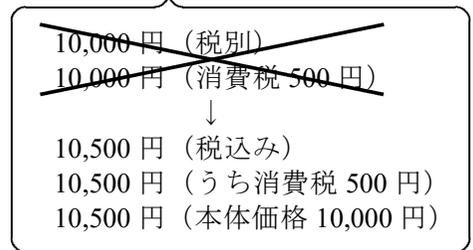
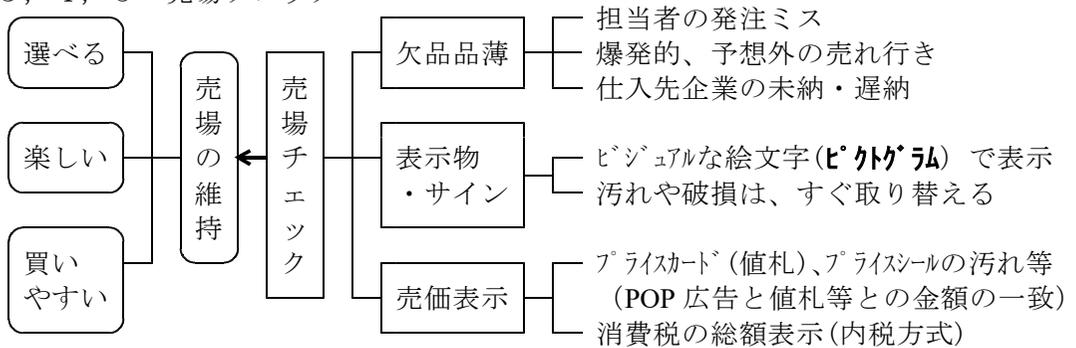
#### 3-1 POP広告のチェック



#### 3-2 棚ラベルの管理



#### 3-3, 4, 5 売場チェック

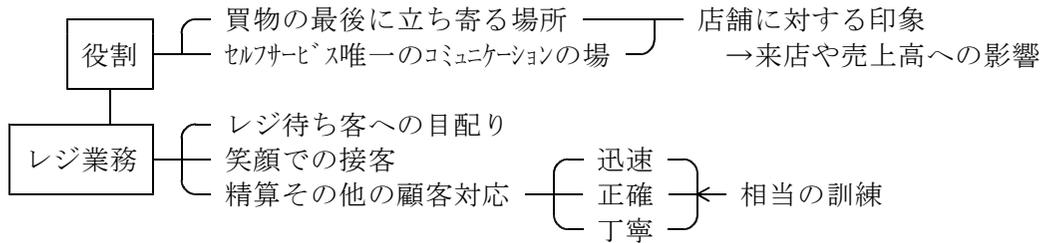


※ H25.10.1 ~ H33.3.31 : 上記緩和

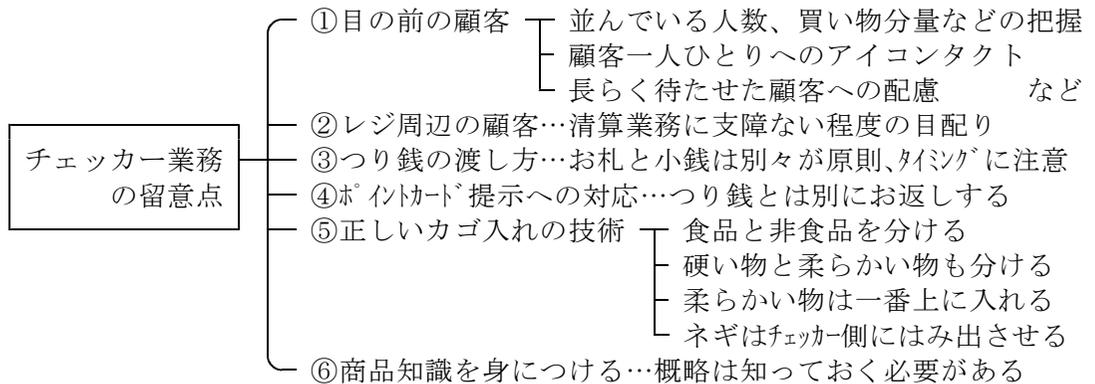
ピクトグラム(pictgram)の例

## 4 チェックアウト

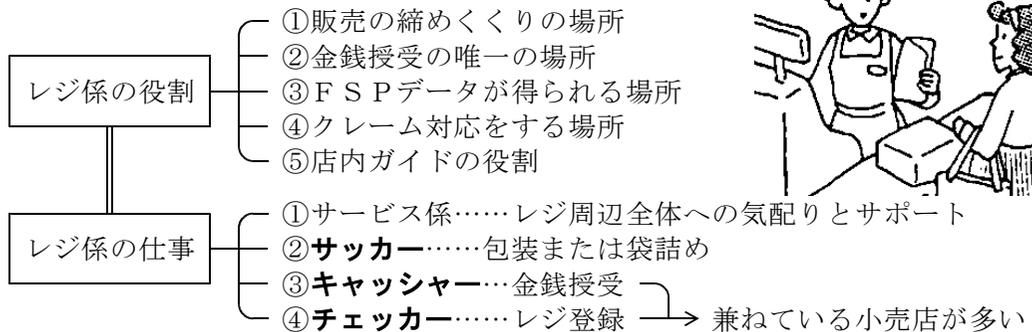
### 4-1 レジ業務の役割



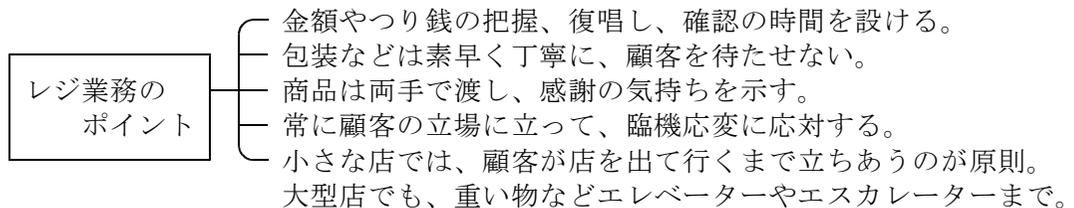
### 4-2 レジでの接客



#### ●セルフサービス方式の場合



#### ●対面販売方式の場合



- 態度や接客話法
- ①表情は明るく、やさしい笑顔。
  - ②思いやりがある話し方。
  - ③敬語を正しく使う。
  - ④業界用語や専門用語は使わず、顧客にわかる言葉を使う。
  - ⑤顧客の言葉を否定したり、言い争ったりしない。

「恐れ入りますが、少々お待ちください」  
 「大変お待たせいたしました」  
 「どうぞ、こちらにお越しください」  
 「恐れ入りますが、〇〇売場でお聞きいただけますでしょうか」  
 「よろしいでしょうか」  
 「恐れ入りますが、お名前とご住所をお聞かせいただけますでしょうか」  
 「恐れ入りますが、〇〇円、お持ちでございますか」  
 「恐れ入りますが、お並びいただけますでしょうか」

●レジ業務における7大用語

- ①「いらっしゃいませ」
- ②「(大変)お待たせいたしました」
- ③「〇〇円のお買い上げでございます」
- ④「〇〇円お預かりいたします」
- ⑤「ひとまず〇〇円お返しいたします。  
残り〇〇円のお返しでございます。  
お確かめくださいませ」
- ⑥「ありがとうございました」
- ⑦「またお越しくださいませ」

5 ミーティング

●ミーティングの意義

店舗で働く全員が共通の目標や考え方を持って仕事に取り組むために、関係者間の意見調整や重要事項の周知徹底をはかり、一致団結する。

●ミーティングの目的とテーマ

- 目標達成に向けての意思統一
- 決定事項の報告・連絡
- 従業員のやる気、モラルを引き出す



●ミーティングの実施

- ミーティング
- 目的…短時間の朝礼では伝えきれない事項についてコミュニケーションを図る
  - 内容…推奨・重点商品、接客、チラシやイベント、競争店対策、売上予算
  - 留意点…あらかじめテーマを決めておき、効率的な運営を行う

●ミーティングの進め方

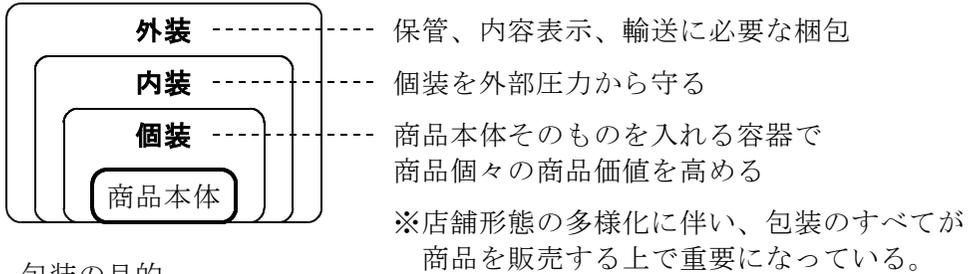
- リーダーの役割
- 事前準備を綿密に行う。
  - 自分よりもメンバーの発言を優先し、調整役にまわる。
  - メンバーの発言に対し、中立のスタンスを心がける。
  - 少数意見にも配慮し、発言の機会を与える。
  - 議論が大きく脱線した場合は、適宜、問題を整理する。
  - ひとつ1つのテーマについて、できる限り全員の意見を求める。
- まとめ方
- 前提：経営理念や方針などから外れないように結論を出す。
  - 中途半端な状態で打ち切ったり、安易な多数決をしない。
  - 場合によっては持ち越しとし、再度機会を設けて議論を深める。

## 第2章 包装技術の基本

### 1 包装の意義と目的

#### 1-1 包装の原則

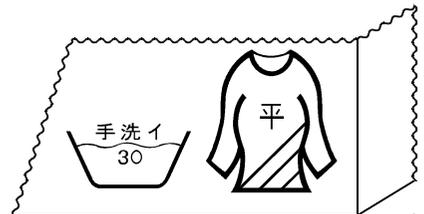
<包装とは>(J I S = 日本工業規格の定義)  
 物品の輸送、保管などにあって、価値および状態を保護するために  
 適当な材料、容器などを物品に施す技術および施した状態



#### 1-2 包装の目的

包装 の 目的	1. 商品の保護	生産から消費までの市場流通過程において、 商品を破損、汚損などから十分に保護する。
	2. 取扱の 利便性	輸送、保管、使用などに際して、 取扱の利便性を高める。
	3. 販売単位 の形成	販売に適する大きさ、重量や個数にまとめて 包装することで販売単位を形成する。
	4. 販売促進	商品差別化の手段として、 消費者に強いインパクトを与えて購買に影響する。 「物言わぬセールスマン」
	5. 情報伝達 の手段	商品のプリパッケージングに対応して、 消費者に商品の適切な内容を表示するため。

- 表示の義務付けや規制
  - ・家庭用品品質表示法
  - ・食品衛生法
  - ・薬事法
  - ・計量法
  - ・容器包装リサイクル法      など



- 注意事項や絵表示による安全の確保
  - ・製造物責任法 (PL法)

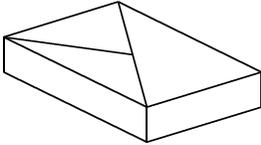
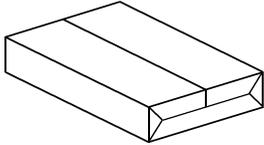
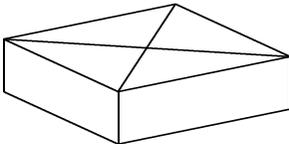
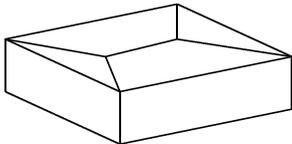


1-3 包装の心構え

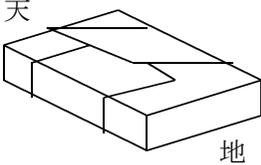
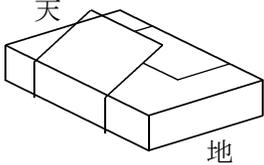
- ①商品をよく調べる
- ②商品に合わせて細かい配慮を
- ③スピーディーに
- ④美しく
- ⑤過剰包装にならないよう
- ⑥感謝の念と責任を持って

2 包装の種類と方法

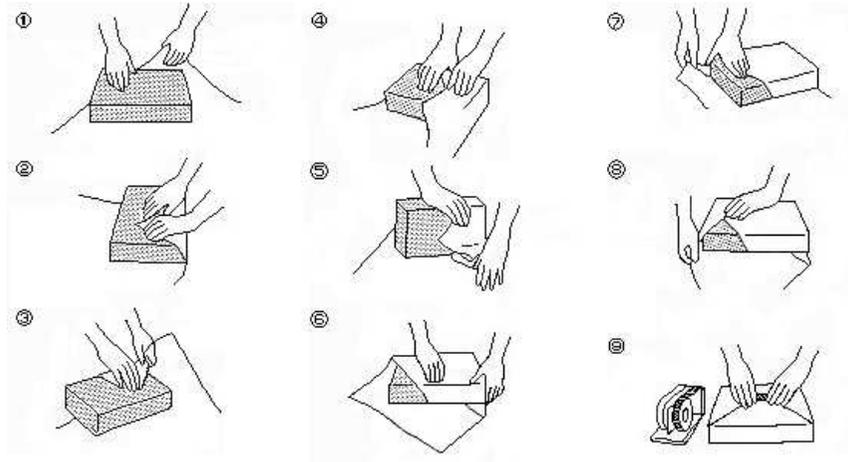
●包装の基本形

<p><b>斜め包み</b></p> 	<p><b>合わせ包み</b> (キャラメル包み)</p> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>・手早くきれいに包める</li> <li>・破れにくく丈夫</li> <li>・フォーマルな包装にも使われる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・箱を回転させずに包むことができる (・同じ包装紙で大きなものが包める)</li> <li>・包装を開きやすくパーソナルギフト向き</li> </ul>
<p><b>ふろしき包み</b> (スクエア包み)</p> 	<p><b>斜め合わせ包み</b></p> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>・箱を回転させずに包むことができる</li> <li>・高さのある箱や正方形、正方形に近い形の箱に適する</li> <li>・狭い場所でも包め、包装紙も経済的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紙を斜めにして合わせ包みをする</li> </ul>

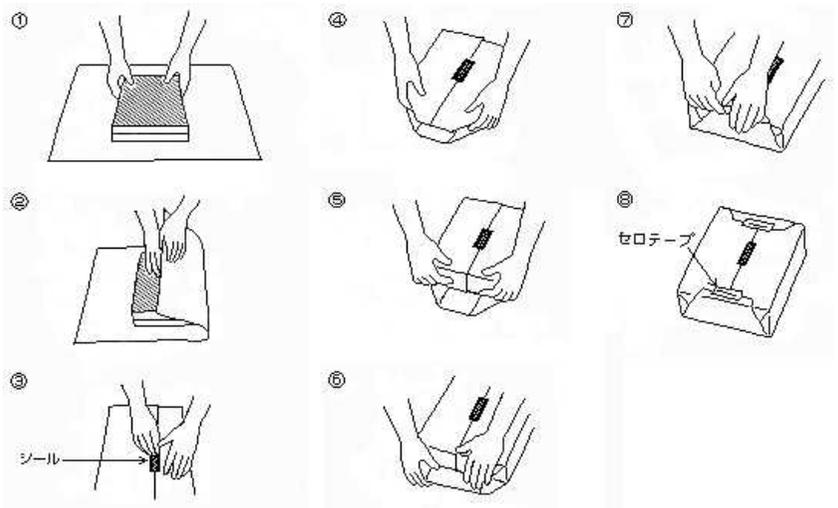
●慶弔時の包装

<p>慶事 (祝儀) …お祝い事、その他</p>	<p>弔事 (不祝儀) …お悔やみ事のみ</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・右前(右扉)…天地に向かって右が前</li> <li>・華やかな色やデザイン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・左前(左扉)…天地に向かって左が前</li> <li>・紫や銀、グレー系の地味な色やデザイン</li> </ul>
	

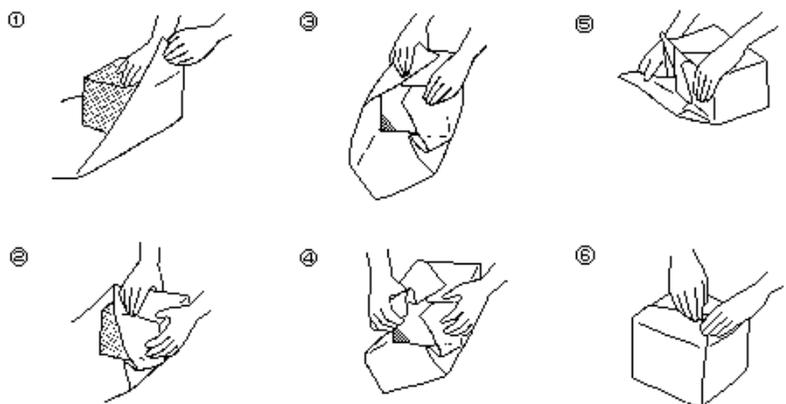
●斜め包みの手順



●合わせ包みの手順



●斜め合わせ包みの手順（腰高品の包み方）



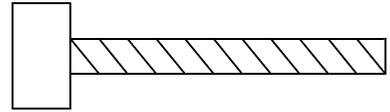
※紙端を対角線に折って整えながら包めば、ふろしき包みになる

●特殊な形の包装

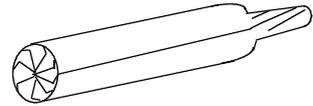
・らせん型包装…棒状の商品



・分割包装…形状の異なる部分は別に包む



・びんの包装…包装紙を巻き付け上下を絞る



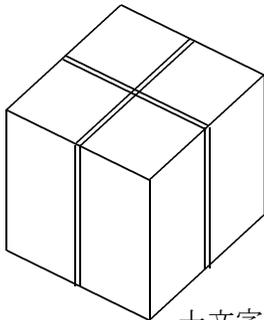
・大型商品の包装…(下記参照)

・重量物の包装…紙やひもを二重、三重に

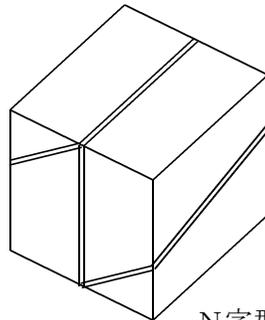
3 ひものかけ方、リボンの作り方

●ひものかけ方

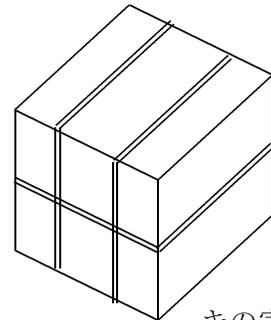
※ゆるまないコツ…角で結ぶ



十文字型

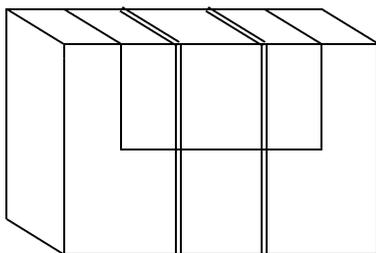


N字型

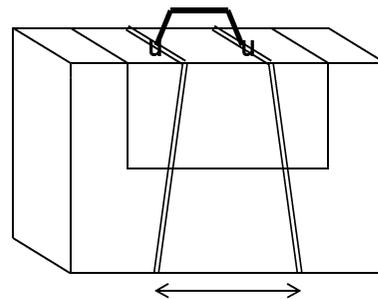


キの字型

●大型商品の包装とハンガーの使い方 (ハの字型のひものかけ方)



・包装紙は箱の一部にかぶせ、  
いったん平行にひもを掛ける。



・ハンガーを掛けたあとに、  
下の部分を開くと緩まない。

進物用包装

洋式進物包装

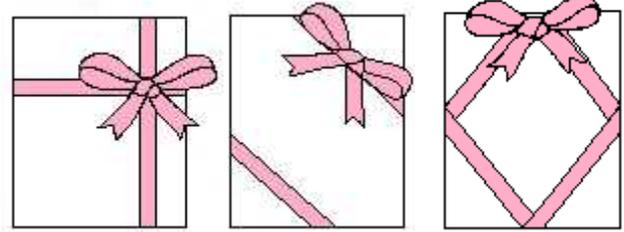
和式進物包装

共通する注意事項

- ・商品の汚損や破損の有無を確かめる
- ・値札は必ず取り除く

◆洋式進物包装（リボンのかけ方）

- ・バースディ・プレゼントやクリスマス・ギフトなど個人の愛情の表現
- ・華やかなムードある包装紙に、商品の大きさに合わせたリボンをかける

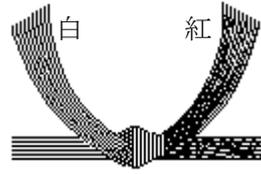
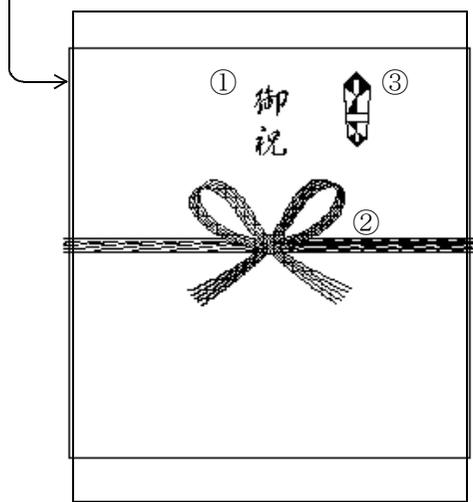


・フラワーリボンの作り方…多重に巻いたリボンを平らにつぶし、中央を縛って、1つずつ取り出し整える

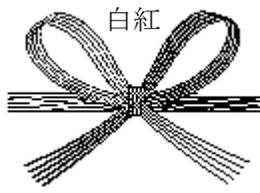
4 和式進物包装

●和式進物の要点

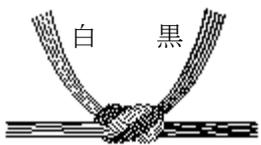
- ①表書き：贈り主の氏名の上を書く言葉…何という言葉を書くか
- ②水引き：細かいこよりを水のりでかため、2色に染め分けたもの…慶事：紅白もしくは金銀、弔事：黒白あるいは銀白
- ③のし：贈り物に添える熨斗鮑（のしあわび）を形式化したもの
- ④掛け紙：正式には檀紙・奉書、現在では半紙・白紙を使用



紅白水引 二本結び切り



紅白水引 一本蝶結び



白黒水引 一本結び切り

※「のし紙」：水引を印刷した紙

●和式進物の注意事項

- ①表書きは、慶事の場合は墨の色を濃く、弔事の場合は薄い墨で書く。
- ②「のし紙」をかけたとき、裏側で端が重なる場合、慶事は向かって右を上、弔事は向かって左を上にする。
- ③「のし紙」が品物よりはみ出るとき、切らずに下から折り曲げる。
- ④慶事の場合でも、品物が魚のときは「のし」はつけない。

●和式進物様式

内 容		表書きの例など	のし	水引の色	結び方
婚 礼	結婚祝い 結婚祝い返し	御結婚御祝・寿 内祝・結婚内祝	有 有	金銀又は 紅白	結び切り (二本)
	結婚記念 結婚記念祝い返し	祝御結婚記念、御祝 内祝・結婚記念内祝	有 有	金銀又は 紅白	蝶 結 び (二本)
成 長	出産祝い 出産祝い返し	祝御出産・御出産御祝・祝御出産 内祝 (生まれた子の名前で)	有 有	紅白	蝶 結 び (一本)
	初節句	祝初節句・初節句御祝・御祝	有		
	七五三	祝七五三・七五三節句	有		
	入園・入学 卒業	祝御入学(園)、御祝 祝御卒業、御祝	有 有		
社 会 人	就職	祝御就職、御祝	有	紅白	蝶 結 び (一本)
	栄転・昇進	祝御栄転・祝御昇進・祝御昇格	有		
	定年退職	御餞別・御贐・おはなむけ	有		
	謝礼	御礼・寸志(目下に対してのみ)	有		
	手みやげ	粗品	有		
長 寿	還暦 (数え61歳)	還暦御祝、御祝	有	紅白	蝶 結 び (一本)
	古希 (数え70歳)	古希御祝、御祝	有		
	喜寿 (数え77歳)	喜寿御祝、御祝	有		
	米寿 (数え88歳)	米寿御祝、御祝	有		
	白寿 (数え99歳)	白寿御祝、御祝	有		
新 築 等	新築祝い 新築祝い返し	祝御新築・祝御新居・御新築御祝 内祝・新築内祝(名字or世帯主)	有 有	紅白	蝶 結 び (一本)
	開業祝い	祝御開業	有		
	見 舞	病気・けが見舞い 快気祝い	御見舞 快気祝		
季 節 の 贈 答	年賀	御年賀	有	紅白	蝶 結 び (一本)
	寒中見舞い	寒中御見舞 (歳暮・年賀過ぎ)	有		
	中元(7/15~8/15)	御中元 (関東:7/1~15)	有		
	暑中見舞い	暑中御見舞 (中元過ぎ: 関東)	有		
	残暑見舞い	残暑御見舞 (中元過ぎ)	有		
	歳暮(12/1~31)	御歳暮	有		
弔 事	仏 事	葬儀、通夜 香典返し	なし なし	黒(銀)白 黒(黄)白	結び切り (一本)
	神 事	葬儀、通夜 香典返し	なし なし	黒(銀)白 黒(黄)白	結び切り (一本)
	基 督	葬儀、前夜祭 香典返し	なし なし	黒(銀)白 黄白	結び切り (一本)

## 第3章 ディスプレイの基本

### 1 ディスプレイの目的と基本的役割

#### ●ディスプレイの原則

『商品価値を強く訴求する便利性の高い店舗空間の演出』

#### <ディスプレイとは>

- ①顧客が求めている商品を
  - ②見やすい場所に
  - ③できるだけ少ない作業時間で効果的に組み合わせて並べ
  - ④関心のない顧客にもPRし
  - ⑤買いたくなるように動機づける
- ことである。



#### <そのための要素として>

- ①何を (品目)
- ②いくつ (陳列数量)
- ③どこに (位置)
- ④どの高さまで (高さ)
- ⑤どの面を顧客に向けて (フェイス)
- ⑥どのようなかたちで (陳列の型)
- ⑦どの商品と一緒に (関連)
- ⑧どのような色の組み合わせで (カラーコントロール)

ディスプレイするかを決めることが大切である。

#### <留意点としては>

- ①どのような陳列器具を使って
  - ②いつ
  - ③どれだけの時間で
  - ④誰が
  - ⑤誰の指示で
- 行うのか、をあらかじめきめておく。

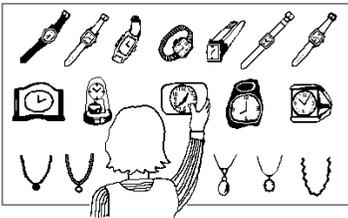
## ●ディスプレイの評価基準

### ①見やすいか (見やすさ)



- ・商品の形状にばらつきがないよう、全体的に見やすく陳列する。
- ・用途面や機能面などのわかりやすい分類基準で陳列する。
- ・商品のバックの色彩や演出力を高めるための最適な照明を考慮する。

### ②触れやすいか (触れやすさ)



- ・裸陳列などの触れやすい陳列方法を選ぶ。
- ・目立ちにくい商品や小さな商品などは、顧客からよく見える位置に陳列する。
- ・陳列台の高さや奥行きを考え、手の届く範囲に陳列する。

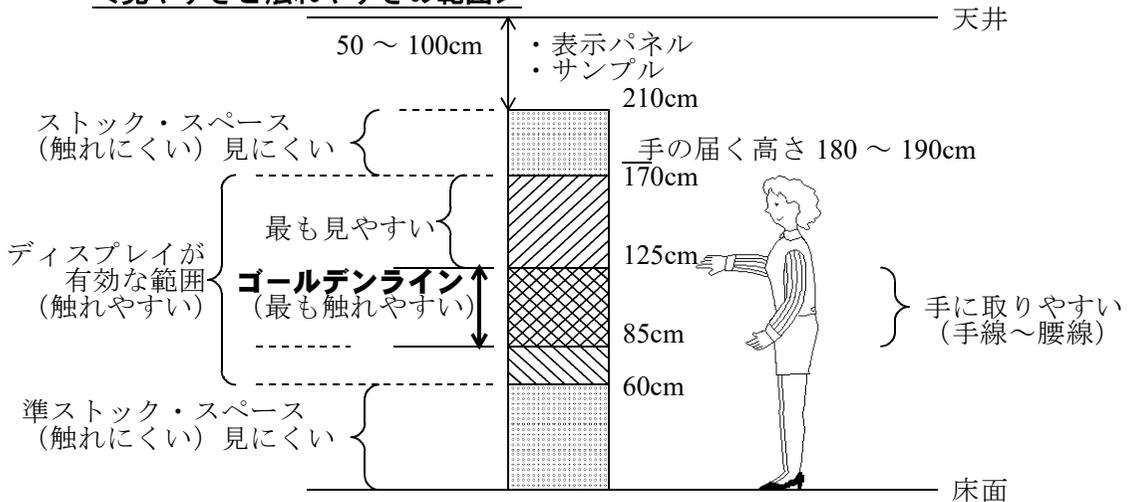
(見やすくないと)

理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客は商品の価値がわからない。</li> <li>・顧客は欲しい商品を選べない。</li> </ul>
効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>①顧客が店内のあらゆる売場を回遊してくれる (不便さの解消)</li> <li>②品切れや品薄がよくわかる (販売チャンスの増大とロスの防止)</li> <li>③陳列の整理・補充が容易になる。(作業の効率化による経費節減)</li> </ul>
留意点	<ul style="list-style-type: none"> <li>①フェイスを正しく整える</li> <li>②右側に大容量商品をディスプレイ</li> <li>③後方に大型商品をディスプレイ</li> </ul>

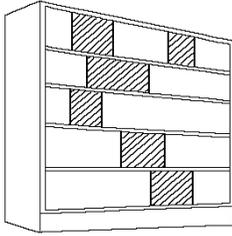
目的	<p>(商品に直接、触れてもらうことにより)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の価値を確かめさせる。</li> <li>・買いたいという衝動を起こさせる。</li> </ul>
----	--

留意点	<ul style="list-style-type: none"> <li>①高く積み上げないこと。</li> <li>②商品をつめすぎないこと。</li> <li>③商品を貼りつけたり、結びつけたりしないこと。</li> </ul>
-----	--

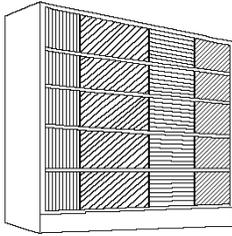
### <見やすさと触れやすさの範囲>



### ③選びやすいか（選びやすさ）



誤った陳列



正しい陳列

- ・ Gondola 仕器を活用する場合は、できる限り縦型に商品を類型して陳列する。
- ・ 関連商品をテーマに合わせて効果的に組み合わせ、1ヶ所にまとめる。
- ・ 推奨品など、目的の商品にはPOP広告を添付する。

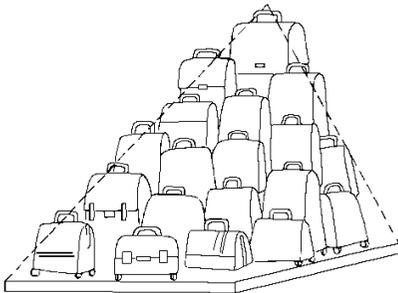
分類基準	①大分類でグループ化 性別、年齢別、素材別など
	②中分類でグループ化 用途別、機能別、ブランド別など
	③小分類でグループ化 価格別、デザイン別、カラー別など

留意点	①使用目的、価格帯、色などで分類。
	②仕切り板などで明確に仕切る。
	③何で商品を分類してあるか 顧客にわかるようにする。
	④POP広告を目的の商品に添えて主張する。

（選びやすい陳列により）

メリット	・顧客は目的商品がどこにあるかわかりやすい。
	・スピーディーな購買を促進できる。
	・ついで買いが増える。
	・整理、補充がしやすくなる。

### ④豊富感があるか（豊富さ）

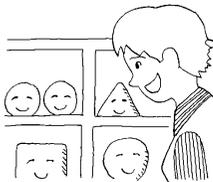


- ・売場のスペースに合わせて、顧客の注目を集める適切な数量を陳列する。
- ・商品の種類は、用途や機能面などからみて不備のないよう取り揃える。
- ・特売や季節商品は、迫力が出るように、単品のボリュームを重視する。

品種の中で品目の量が多い（専門店など）	
ねらい	顧客は、少ない種類（品目）の中からより、数多くの中から選ぶほうに、より満足感を持つ
限界	売れ残り、仕入コストの増加
ポイント	少ない商品でもそれを豊富に感じさせる演出技術

品種の数が多い（スーパー、コンビニエンスストアなど）	
ねらい	品揃えの豊富感が高まり、便利な店という役割を担う

### ⑤魅力的か（魅力さ）



- ・ホコリがつかないように、清潔さを保てる陳列とする。
- ・比較して選べる楽しみを考えて陳列
- ・色彩や並べ方に工夫を凝らして陳列

ポイント	・陳列の設備や仕器などによる影響
	・背景の色彩や照明などの演出効果
	・コーディネート・ディスプレイ（関連商品の組み合わせ）

### ⑥効率的であるか（効率性）

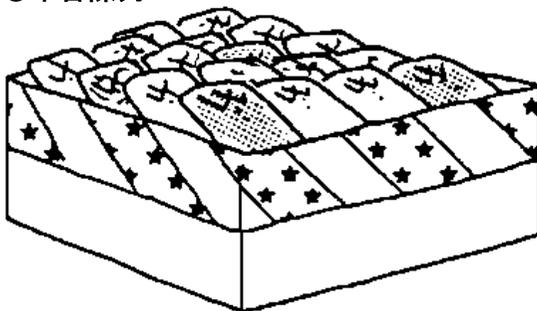
陳列作業に時間をかけず、効率的に多くの商品を補充し、整然と陳列する。

## 2 ディスプレイの基本的パターン

陳列器具の 形状による ディスプレイ のパターン	平台陳列 ハンガー陳列 ステージ陳列	ゴンドラ陳列 フック陳列 カットケース陳列	エンド陳列 ボックス陳列 ショーケース陳列
販売方法の 特徴による ディスプレイ のパターン	前進立体陳列 先入れ・先出し陳列 ジャンブル陳列	コーディネート陳列 オープン陳列 サンプル陳列	レジ前陳列 島(アイランド)陳列 壁面陳列

### ●陳列器具の形状によるディスプレイのパターン

#### ○平台陳列

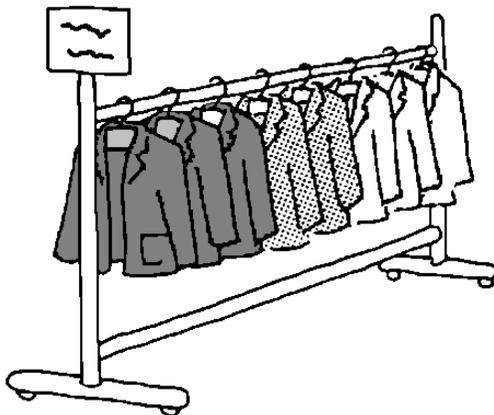


バーゲンなどでの利用

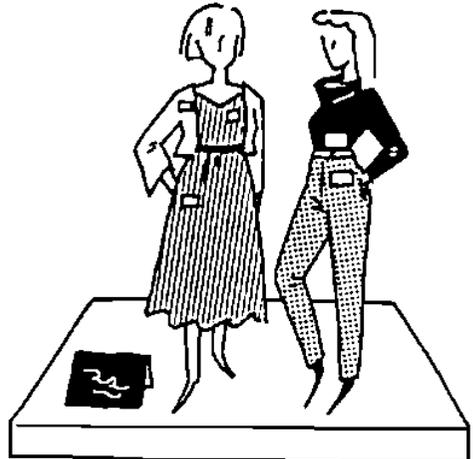


高価な商品での活用

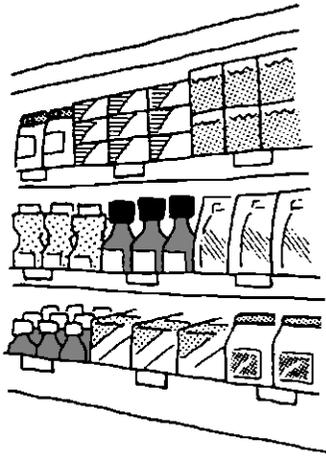
#### ○ハンガー陳列 (ハンギング)



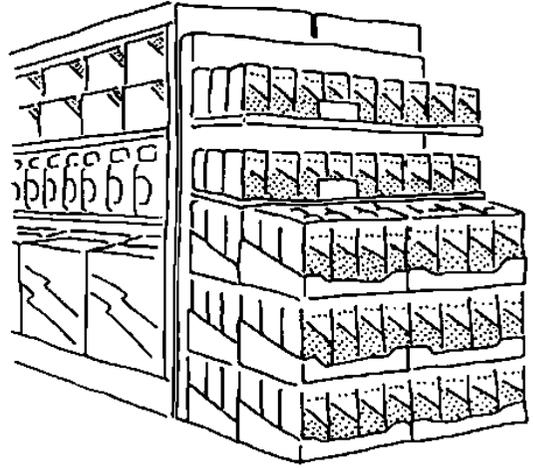
#### ○ステージ陳列



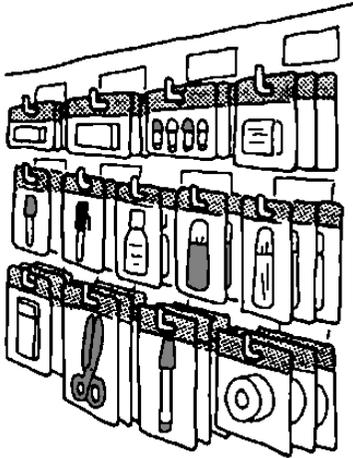
○ Gondola 陳列



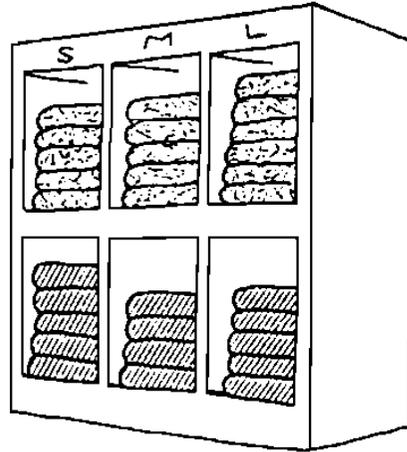
○ End 陳列



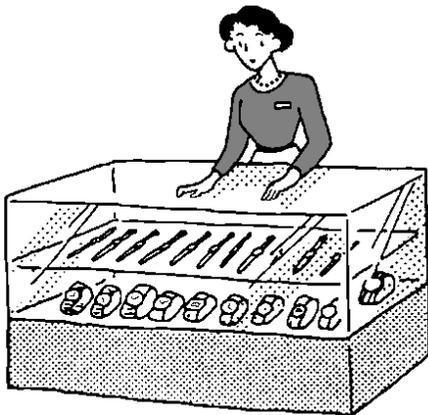
○ フック 陳列



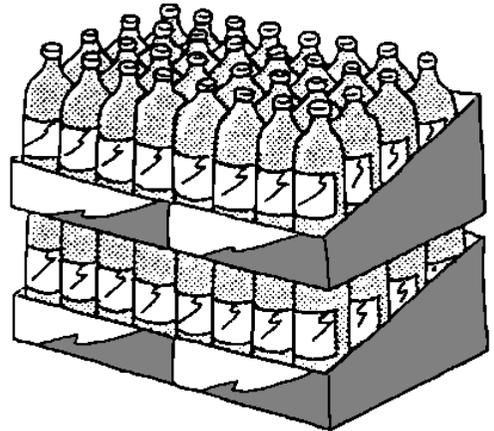
○ ボックス 陳列



○ ショーケース 陳列

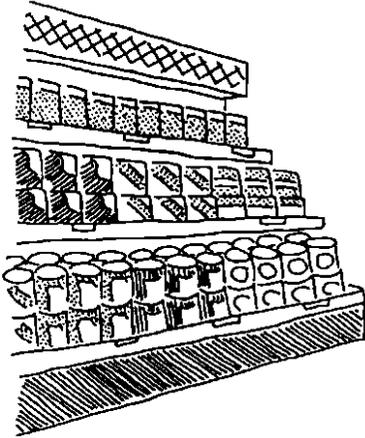


○ カットケース 陳列



●販売方法の特徴によるディスプレイのパターン

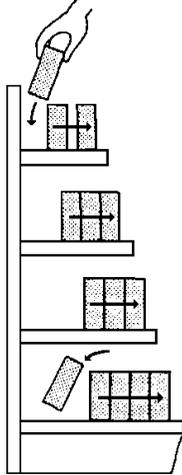
○前進立体陳列



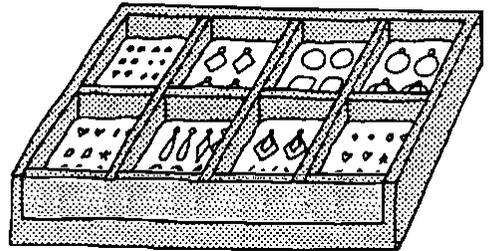
○コーディネート陳列



○先入れ・先出し法(陳列)



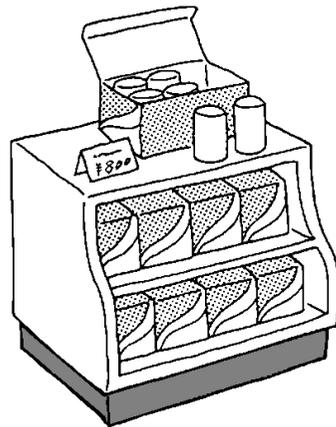
○オープン陳列



○ジャンブル陳列(投げ込み陳列)



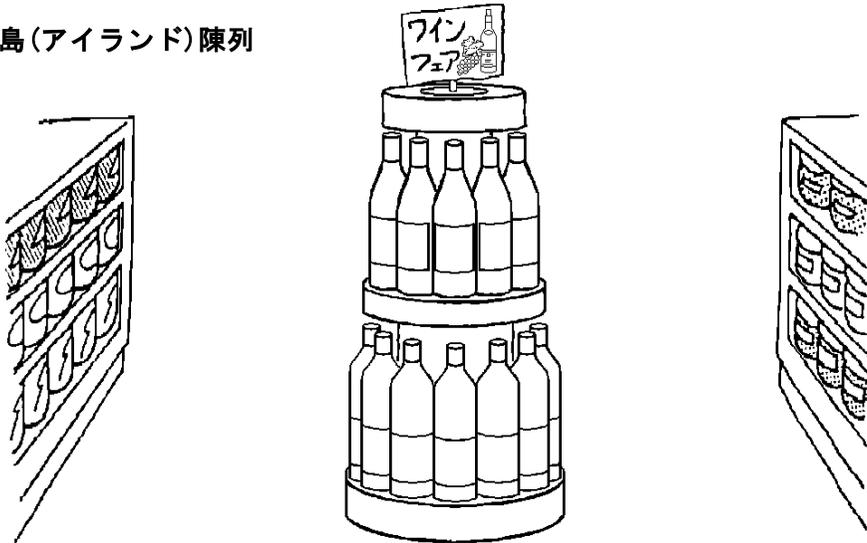
○サンプル陳列



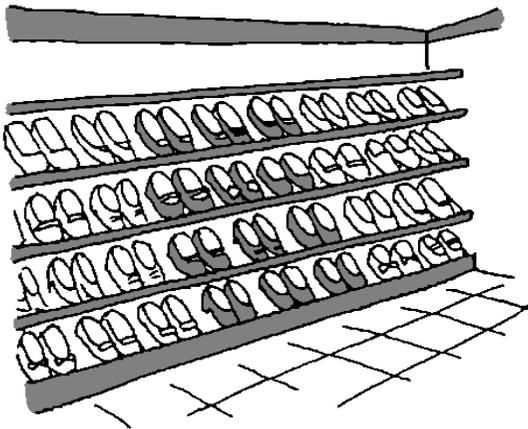
○レジ前陳列



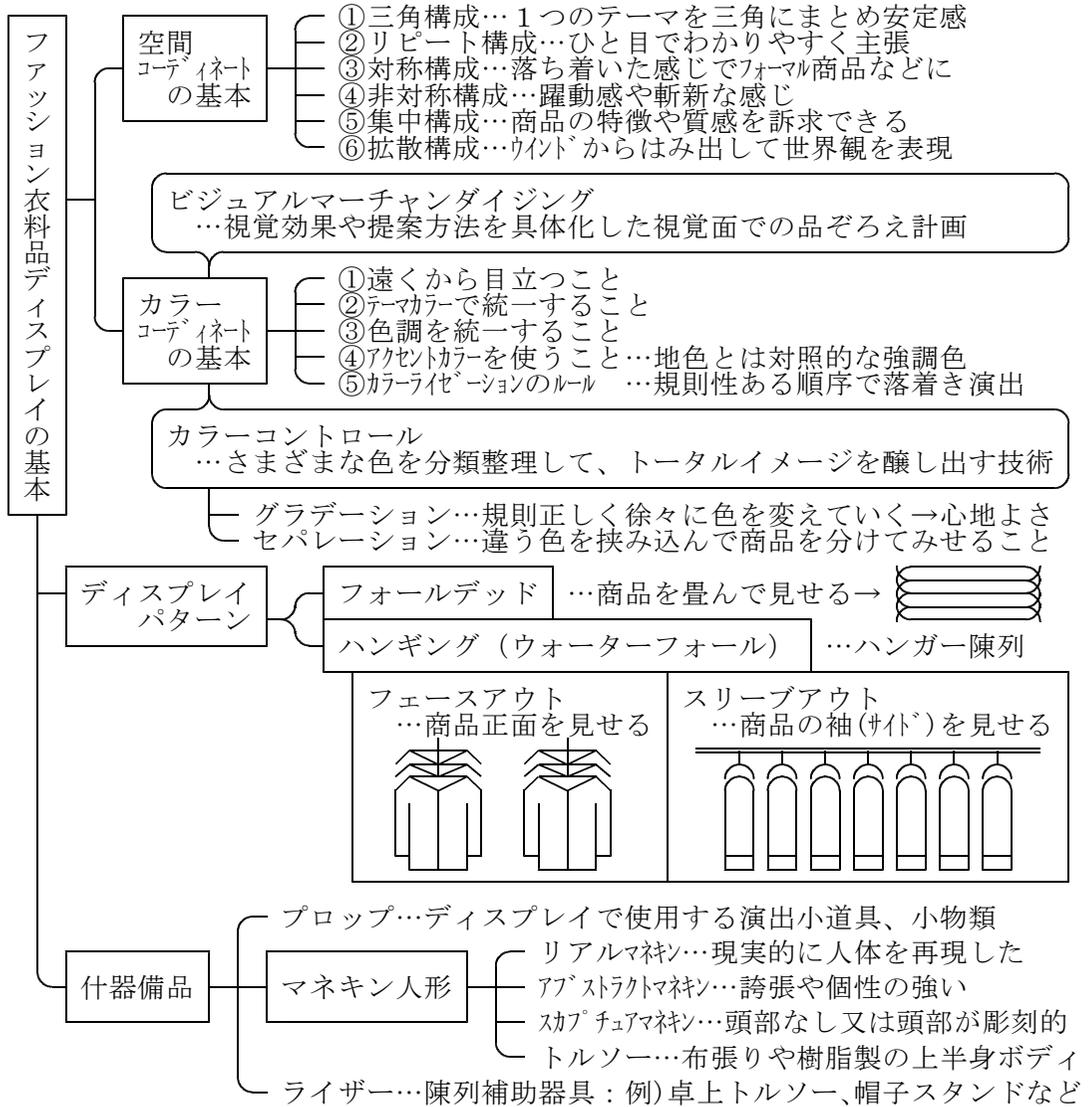
○島(アイランド)陳列



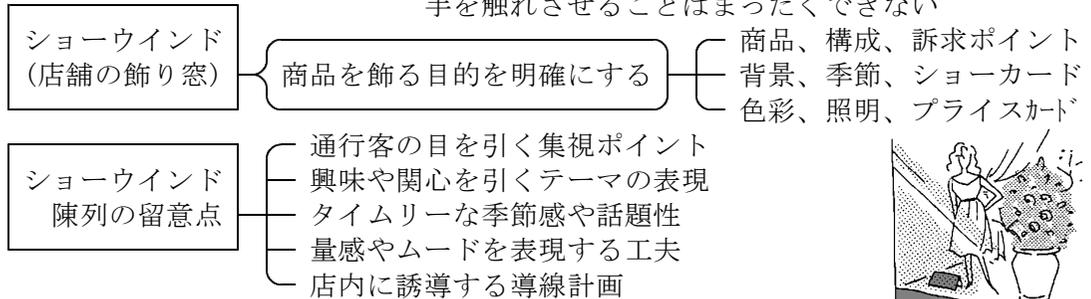
○壁面陳列



### 3 ファッション衣料業界のディスプレイ技術

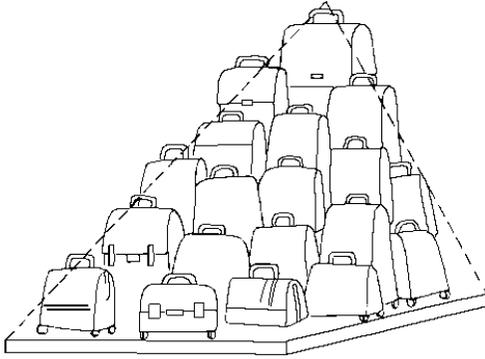


●ショーウインド陳列の技術 …見せることについては優れているものの、手を触れさせることはまったくできない

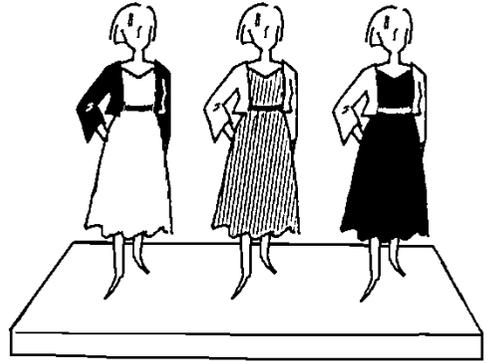


●空間コーディネートの基本

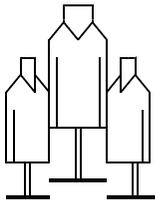
○三角構成



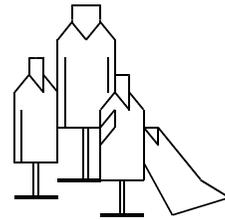
○リピート構成



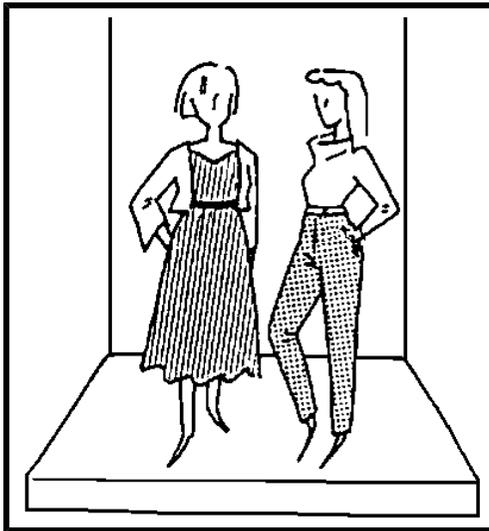
○対象構成（シンメトリー構成）



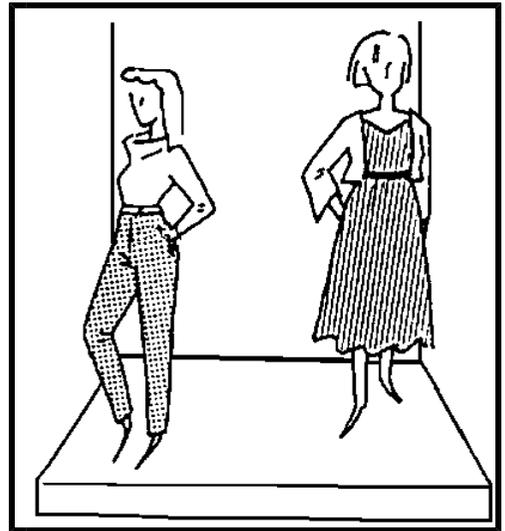
○非対象構成（アンシンメトリー構成）



○集中構成



○拡散構成



(参考) カラーライゼーションのルール

① グループピングで、売場をすっきり見せる。

暖色系   中間色系   寒色系

② 色を対比させて、売場にアクセントを付ける。

暖色 → 寒色   派手なイメージをつくり出す。

進出色 → 後退色   明るい色は大きく見え、暗い色は小さく見える。

(赤) 補色 (青緑)   一番はっきりとしたイメージになる。

③ 左から右へ、虹の色の順に並べる。

赤   橙   黄   緑   青   藍   紫

④ 左から右へ、淡から濃へ、明から暗へ並べる

淡い緑   明るい緑   緑   暗い緑   濃い緑

白   明るい灰   灰   暗い灰   黒

