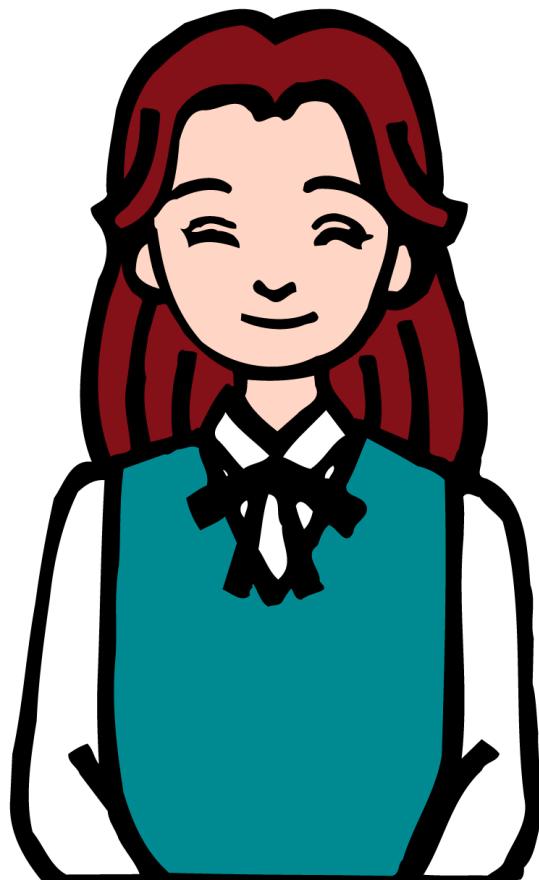
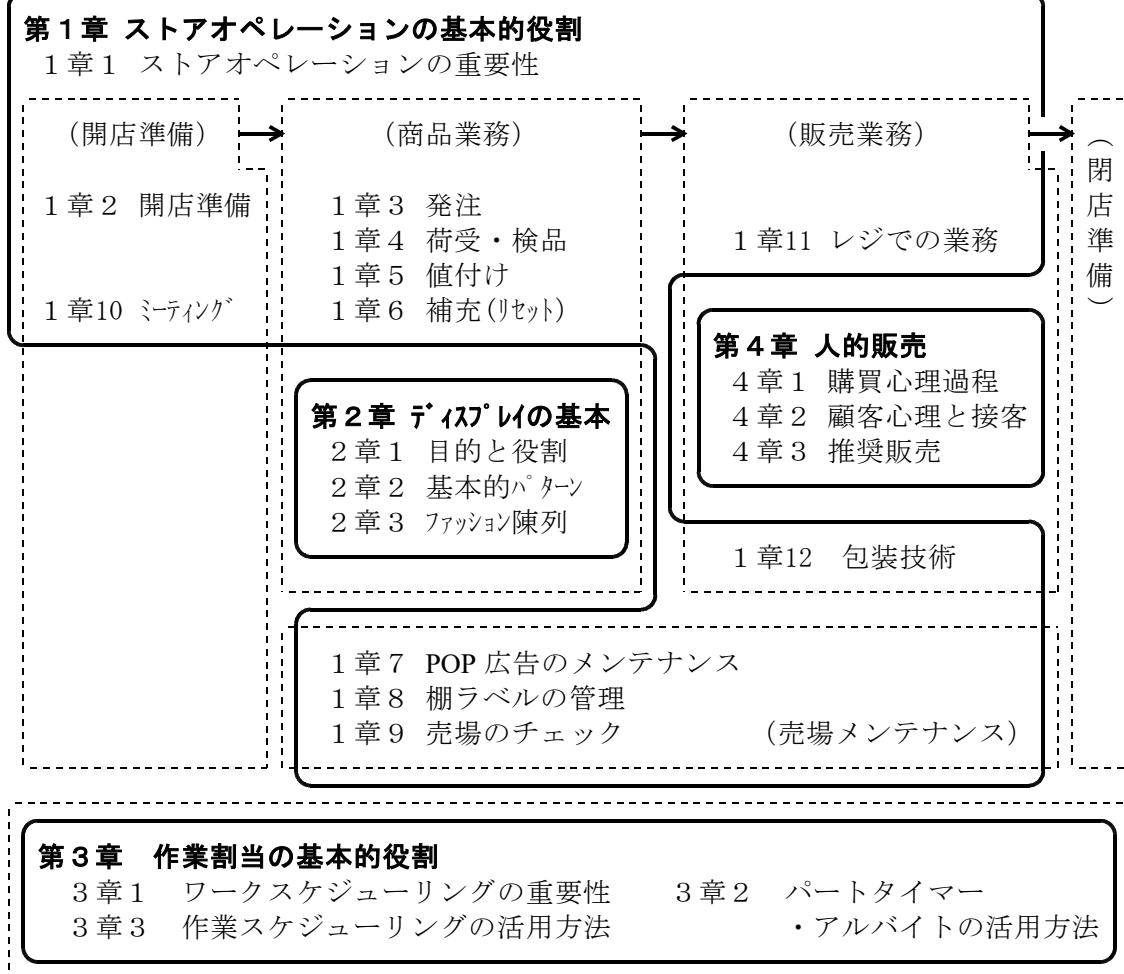


③ストアオペレーション



「③ストアオペレーション」の学習範囲



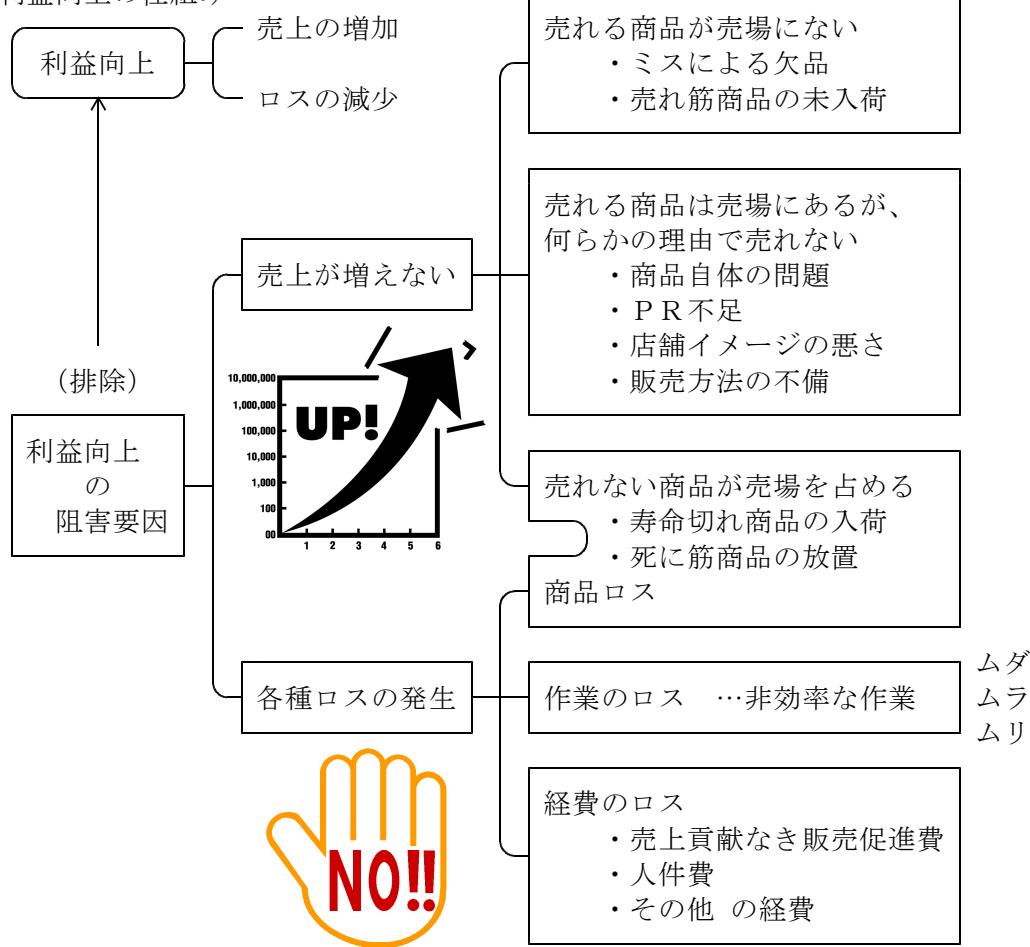
第1章 ストアオペレーションの基本的役割

1 ストアオペレーションの重要性

● 売上至上主義からコスト重視へ

- ・高度成長期：「**売上至上主義**」…高コストでも、それを上回る売上でカバー
- ・消費低迷期：「**顧客サービス**」と「**ローコストオペレーション**」…顧客重視

● 利益向上の仕組み

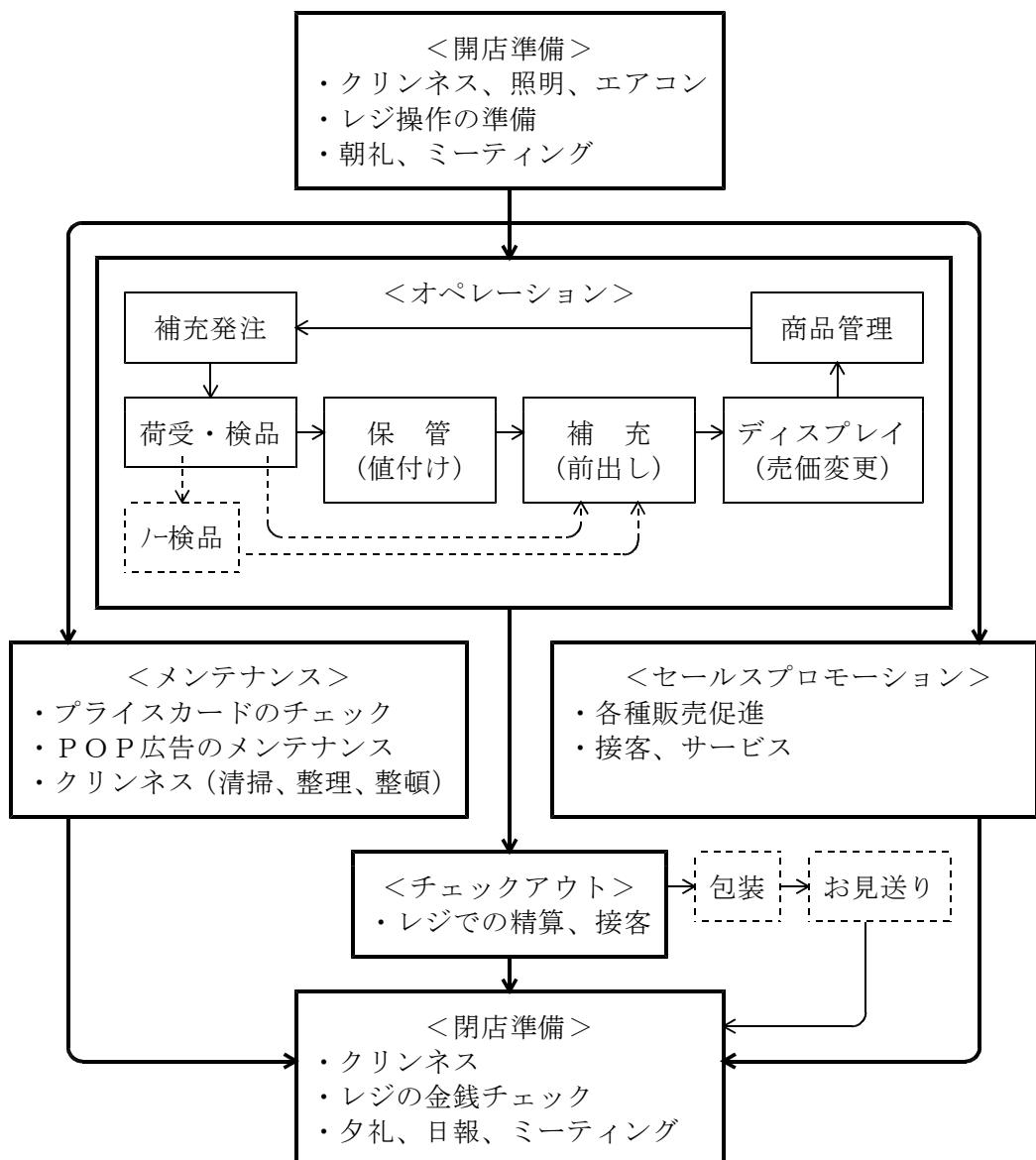


※売上貢献なき販売促進費＝チラシ広告の多用

売上志向 → チラシ特売 → チラシ商品しか売れない = 定番商品の割高感
↓ ↓
経費の上昇 → 利益の低下・損失の発生 ← 定番商品の値下げ

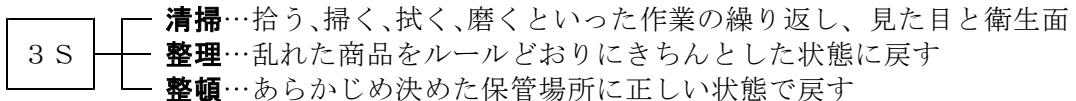
ストアオペレーション・サイクル

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

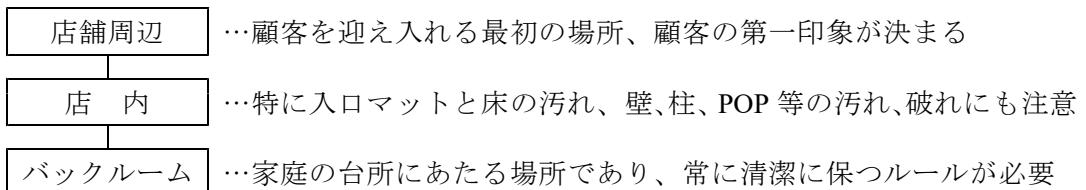


2 開店準備の業務

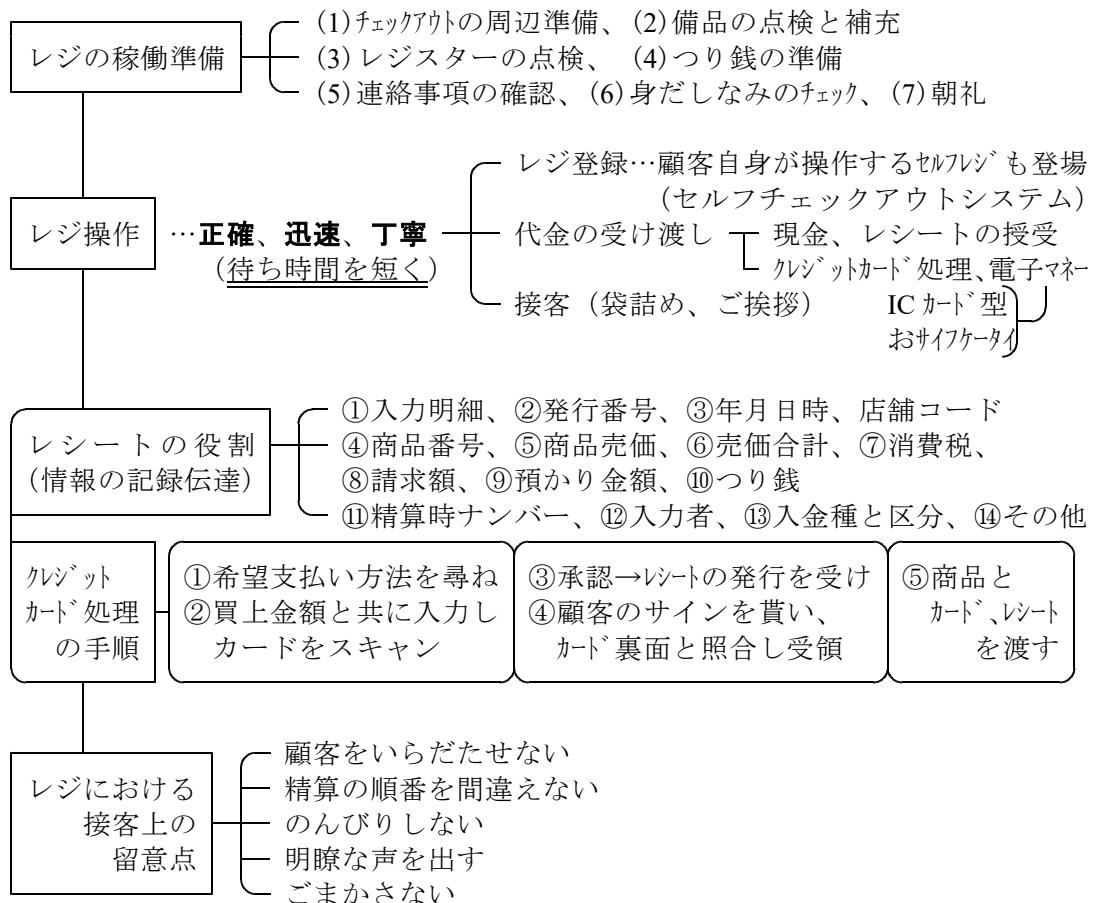
2-1 クリンネス



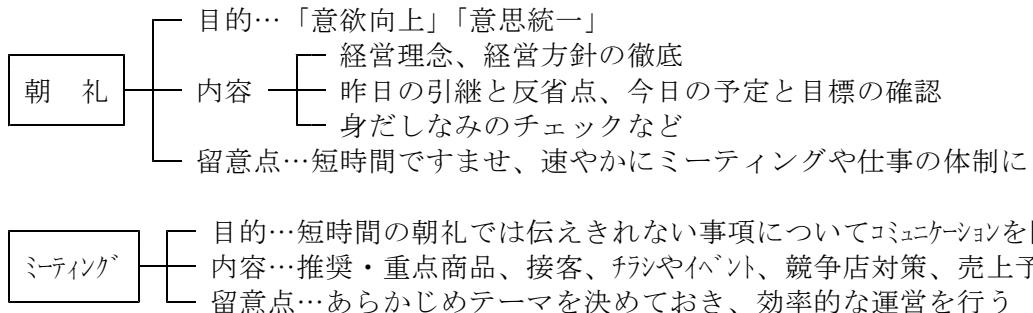
- ・清掃場所を区分し、時間を決めて必ず実施する。
- ・汚れやほこり、ゴミをみつけたら、速やかにその場で清掃する。
- ・清掃中に顧客が近づいてきたときは、手を止めて挨拶する。



2-2 レジ業務



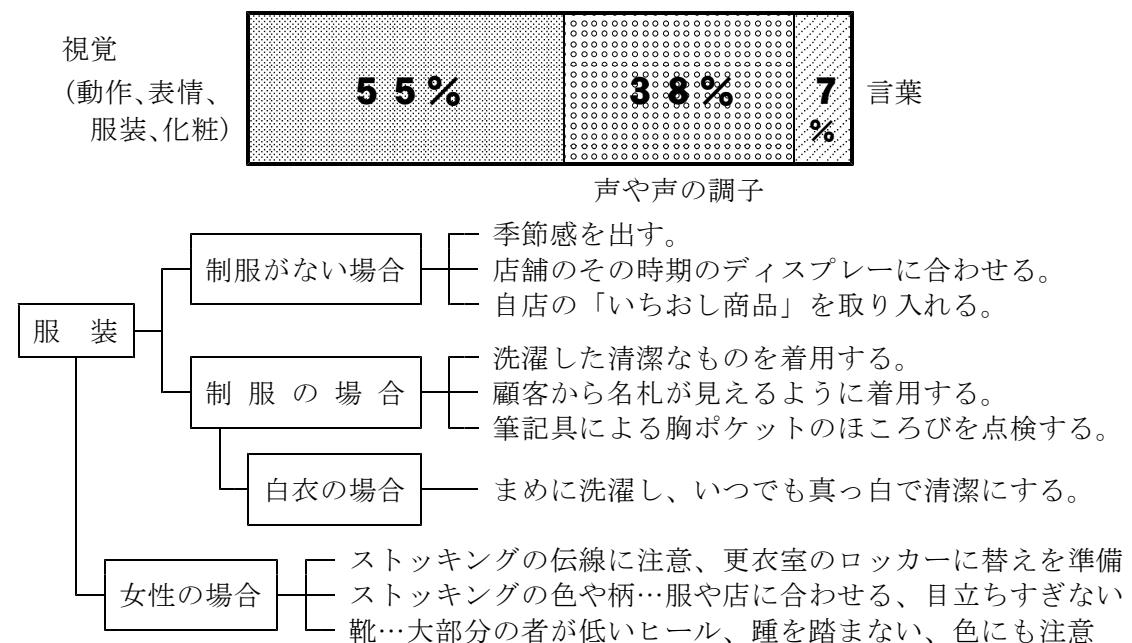
2-3 朝礼、ミーティング



2-4 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。

●顧客による印象を与える外観

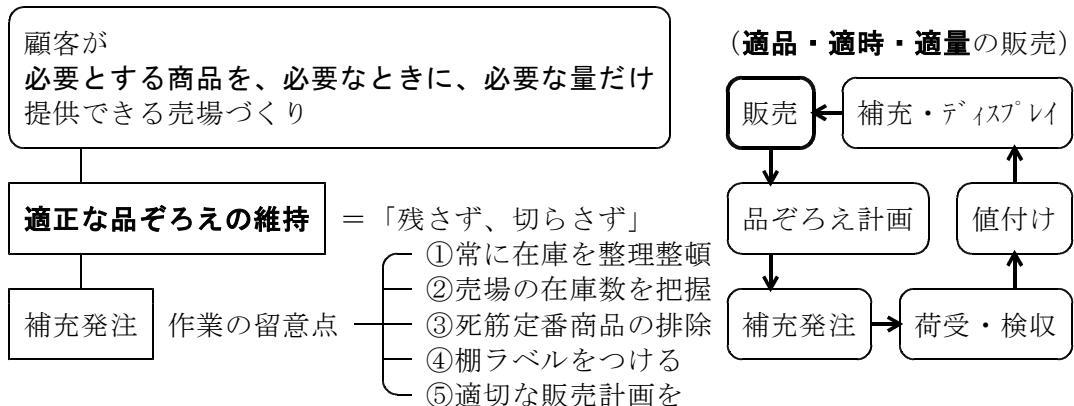


●身だしなみ

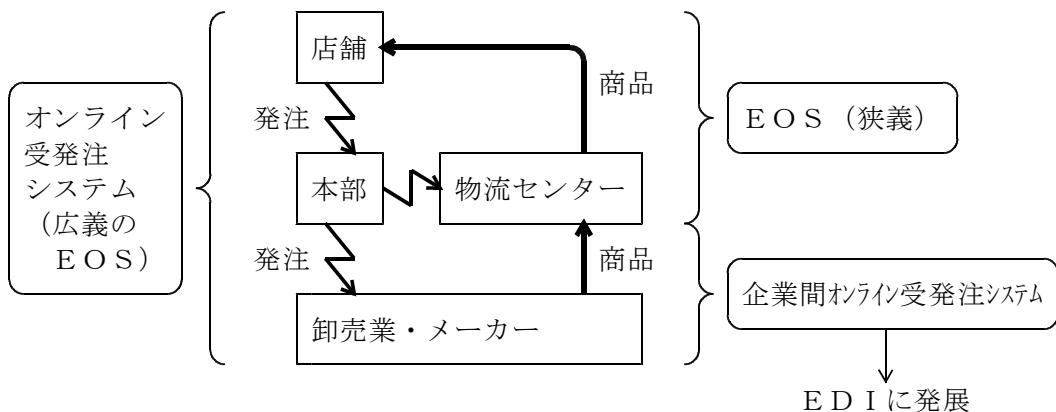
- | | |
|---|---|
| ①毎日、入浴あるいはシャワーを浴びる。
②毎朝、ひげをそる（男性）。
③頭髪の手入れをする。
④洗濯したシャツ・ブラウスを着る。
⑤化粧は、ナチュラルメイクで品よく。
⑥爪の手入れを常に怠らない。
⑦マニキュアは、自店の基準に合わせる。
⑧髪の色は、自店の基準に合わせる。
あまり明るすぎる色は避ける。 | ⑨きつい香水やオーデコロンは避ける。
食品販売の関係者はつけない。
⑩口臭に気をつけ、昼食後にも歯磨きを。
⑪靴は、毎日磨く。
⑫スーツ、特にズボンにはアイロンを。
⑬ヘアスタイルは、あまり奇抜にしない。
⑭ひげは、自店の基準に合わせる。
⑮ピアスは、店の基準に合わせる。 |
|---|---|

3 発注の基本知識

● 発注のねらいと目的



● 発注システム



● EOS (Electronic Ordering System)

「補充・発注システム」（電子受発注方式）

- 発注入力方式
- 棚札スキャン方式
 - オーダーブック・スキャン方式
 - E O B 方式
 - 携帯端末：GOT GraphicOrderTerminal

導入効果

- | | | | |
|-----|-------------|------|-----------------|
| 小売業 | 補充リードタイムの短縮 | 在庫圧縮 | ・取引情報の共有化 |
| | 発注の小ロット化 | 迅速納品 | ・業務処理の効率化 |
| | 発注情報の精度向上 | | ペーパーレスで |
| 卸売業 | 営業活動の効率化 | | ・発注～納品～決済の手間を省く |
| | 受注請求業務効率化 | | ・時間の短縮 |
| | 納品情報の精度向上 | | ・効率的な発注受注体制の確立 |

● EDI (Electronic Data Interchange)

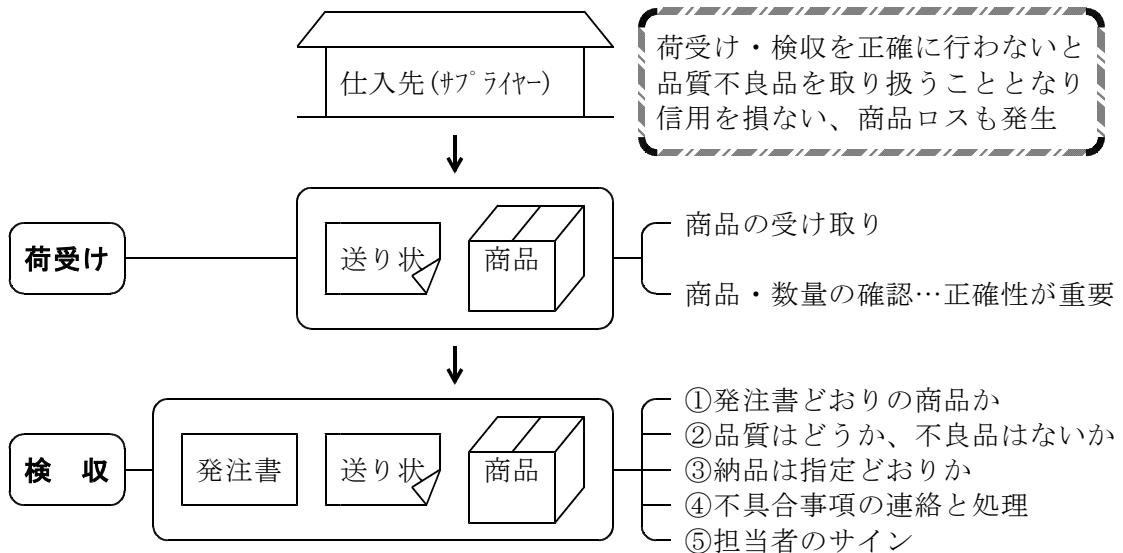
- 「電子データ交換」
- 異なる企業や組織間で交換する情報をあらかじめ決められた標準方式（プロトコル）によりコンピュータ相互間で、専用回線により電子的に交換する方法

インターネットを利用した
Web-EDI
も普及

電子商取引
との垣根も
なくなる

- ・取引情報の共有化
- ・業務処理の効率化
- ペーパーレスで
- ・発注～納品～決済の手間を省く
- ・時間の短縮
- ・効率的な発注受注体制の確立

4 荷受け・検収の基本知識



5 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

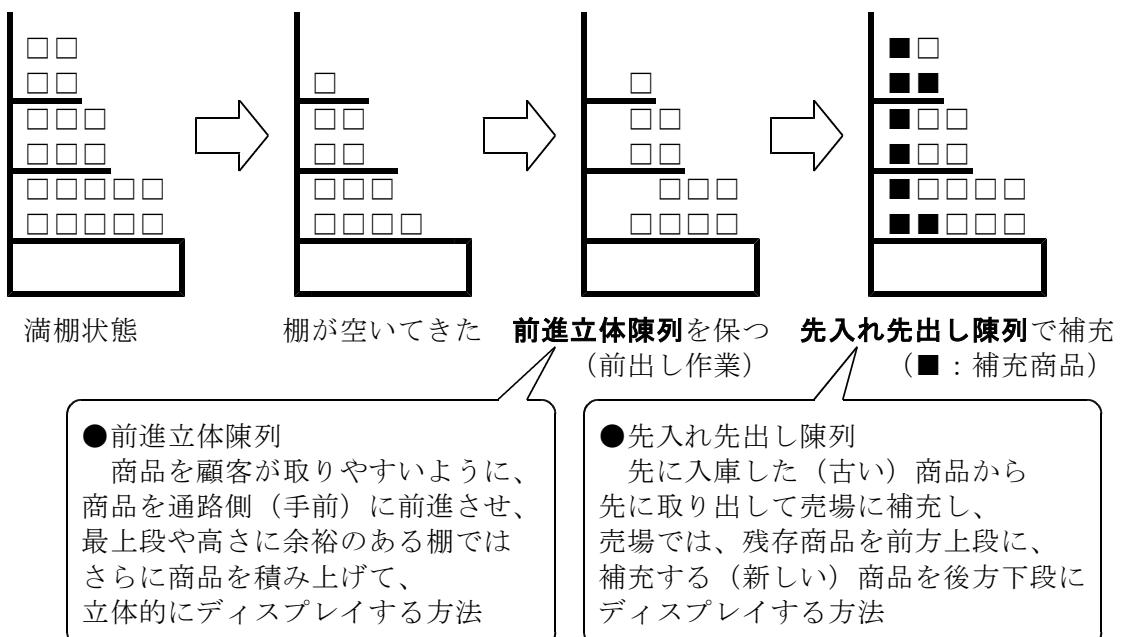
留意点 (Points to note) leads to:

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

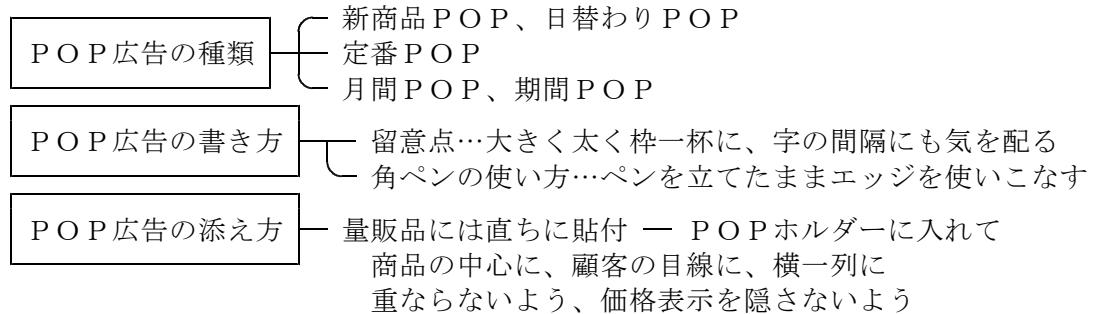
6 補充 (リセット) の基本知識

<補充 (リセット) とは>

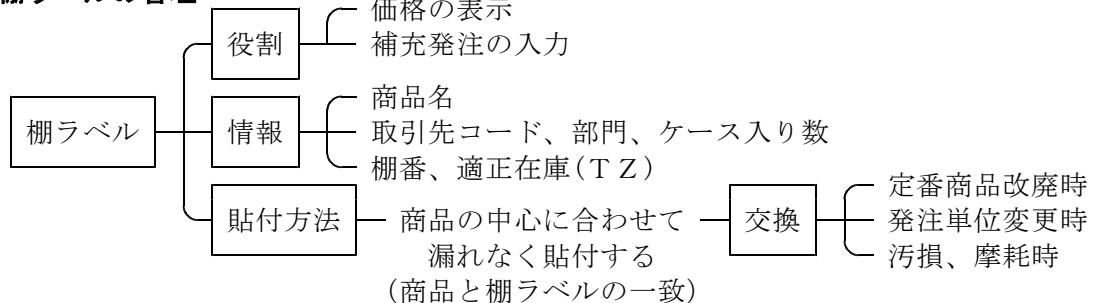
売れ筋商品や人気商品を絶えずチェックし、
品薄や欠品にならないように品出しして補う作業



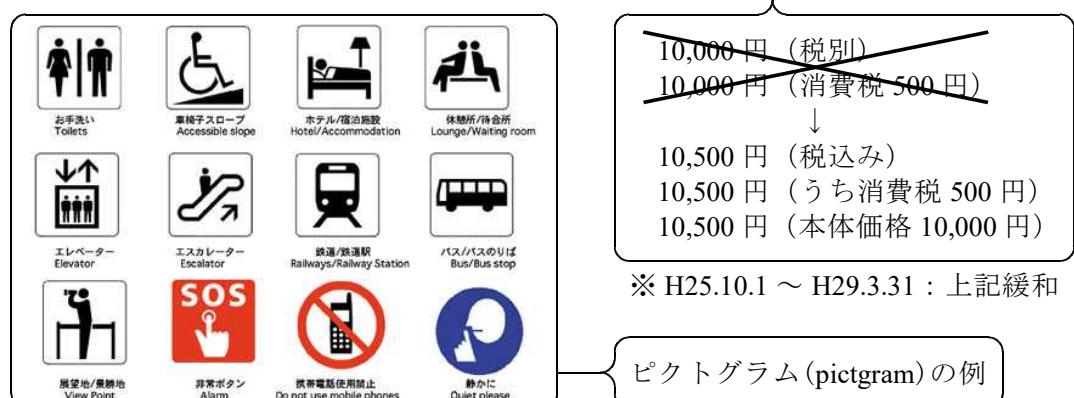
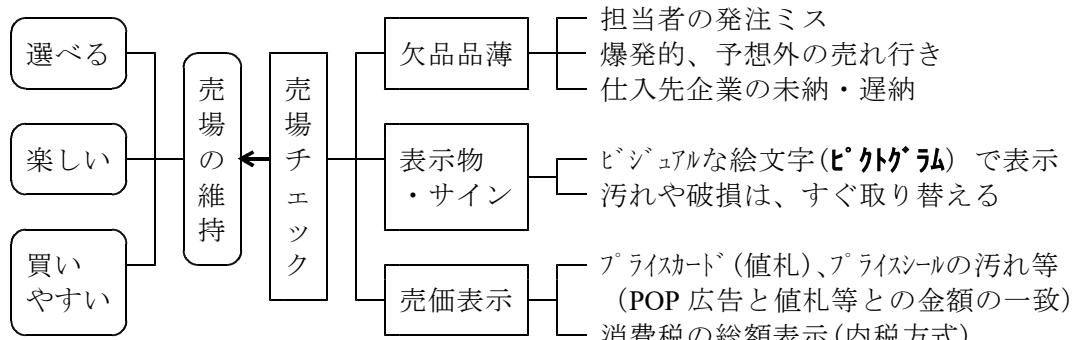
7 POP広告のメンテナンス



8 棚ラベルの管理



9 売場チェックの基本知識



10 ミーティングの種類と特徴

●ミーティングの意義

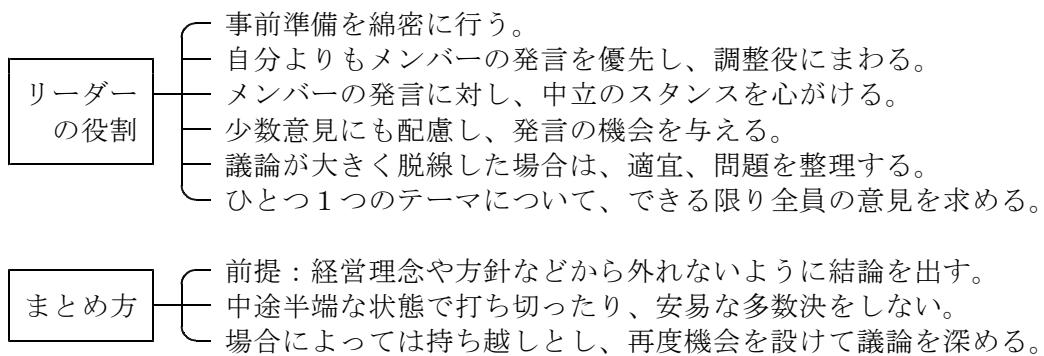
店舗で働く全員が共通の目標や考え方を持って仕事に取り組むために、関係者間の意見調整や重要事項の周知徹底をはかり、一致団結する。

●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、モラールを引き出す



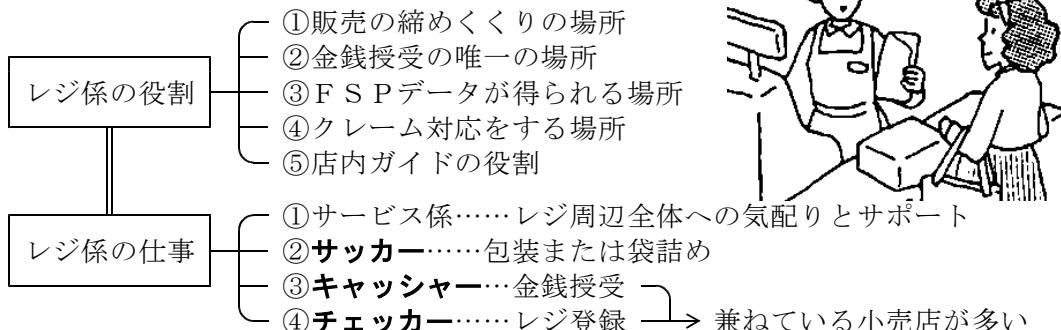
●ミーティングの進め方



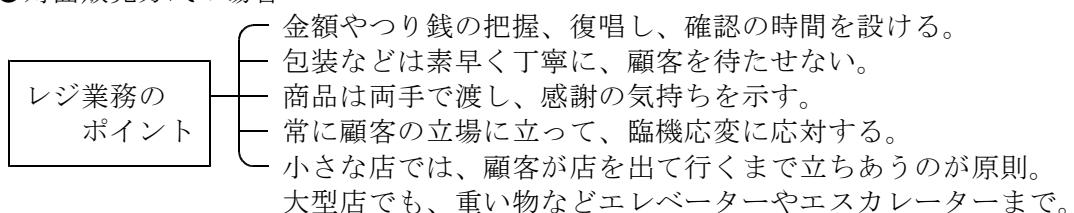
11 レジでの業務

11-1 レジ部門の役割

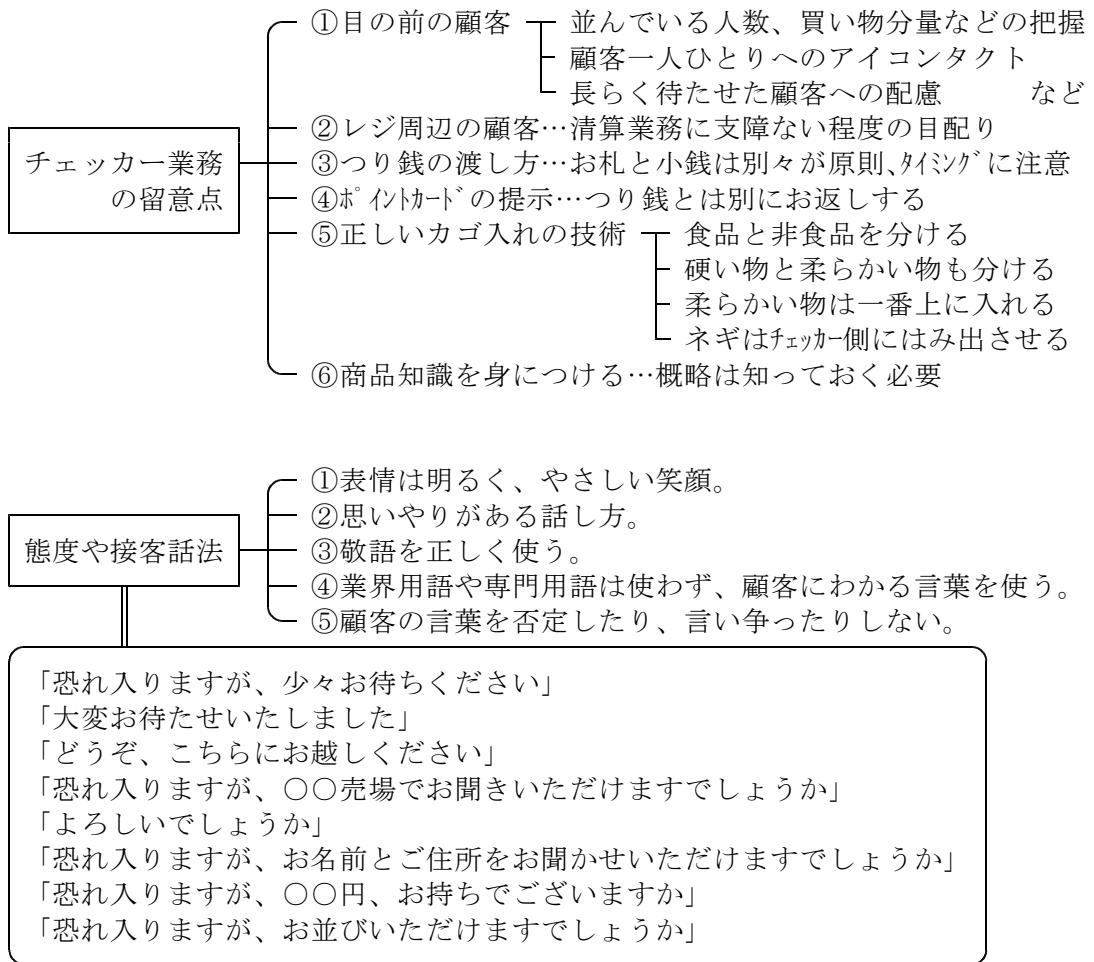
●セルフサービス方式の場合



●対面販売方式の場合



1.1-2 レジでの接客



● 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」

1.2 包装技術の基本知識

1.2-1 包装の意義と目的

＜包装とは＞(JIS=日本工業規格の定義)

物品の輸送、保管などにあたって、価値および状態を保護するために適當な材料、容器などを物品に施す技術および施した状態

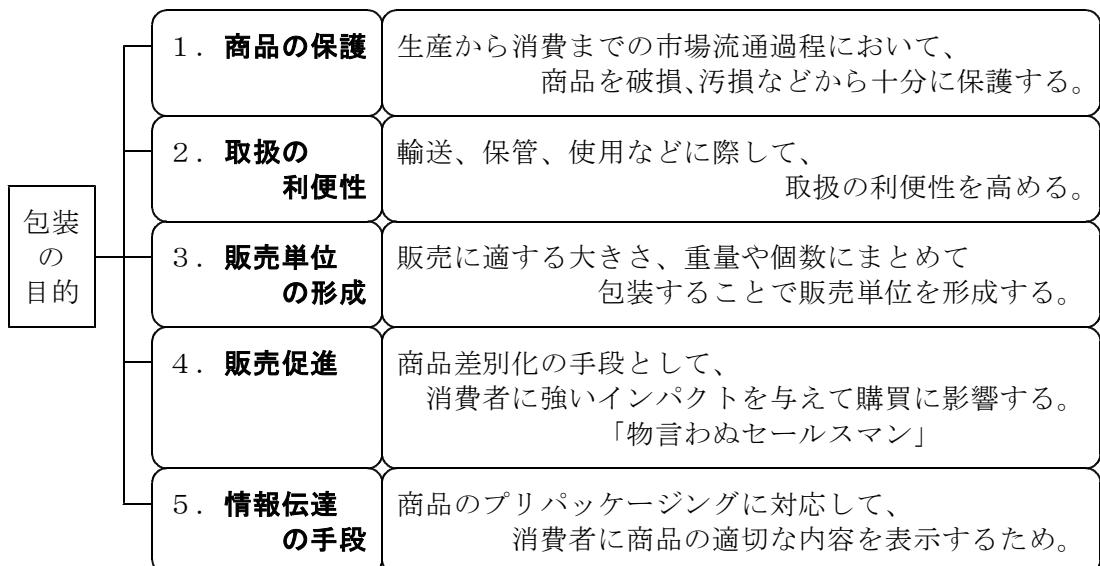


保管、内容表示、輸送に必要な梱包

個装を外部圧力から守る

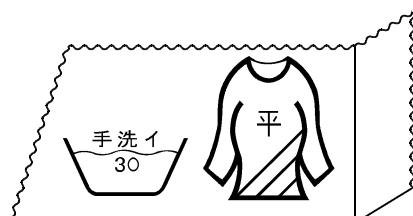
商品本体そのものを入れる容器で商品個々の商品価値を高める

※店舗形態の多様化に伴い、包装のすべてが商品を販売する上で重要になっている。



●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)



12-2 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

12-3 包装の種類と方法

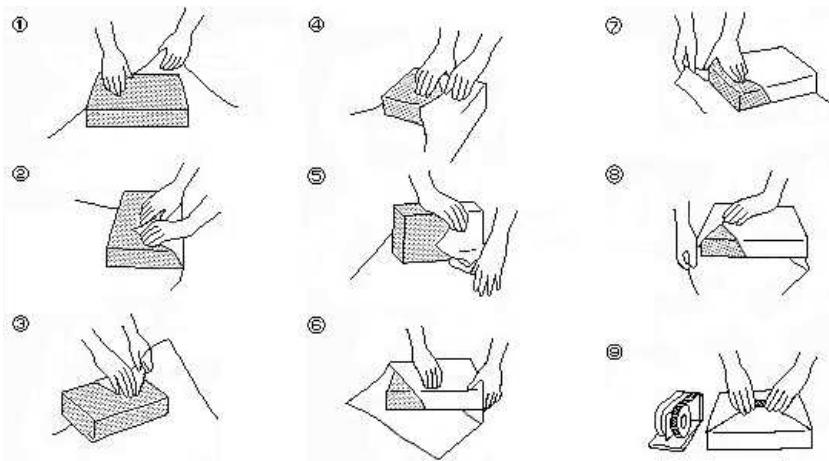
● 包装の基本形

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

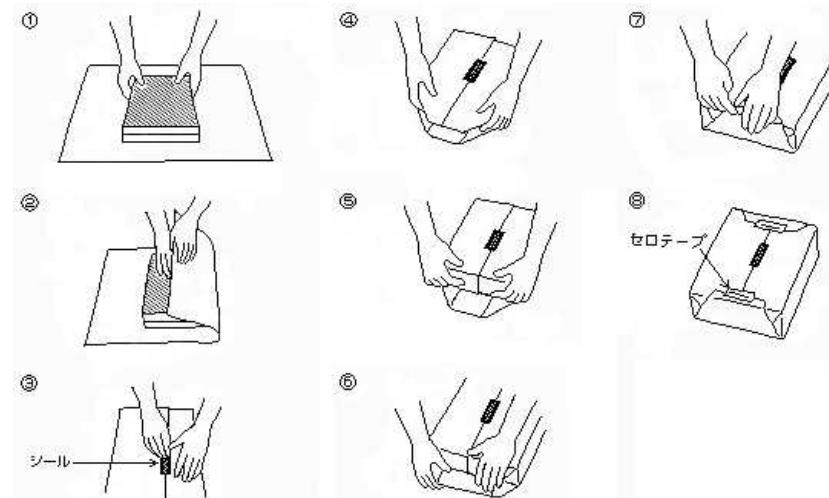
● 慶弔時の包装

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

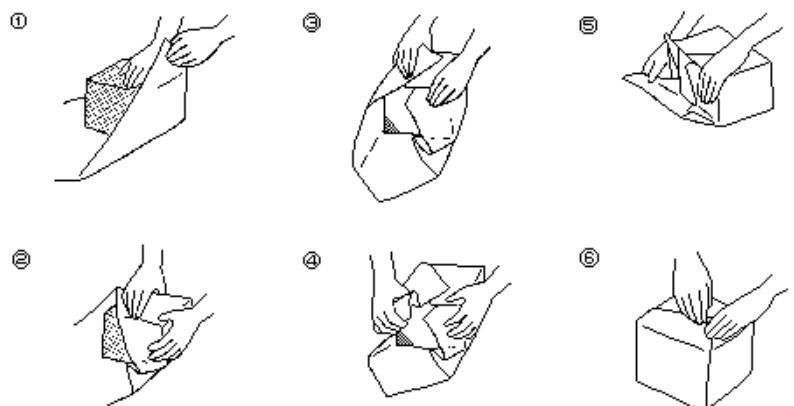
●斜め包みの手順



●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)



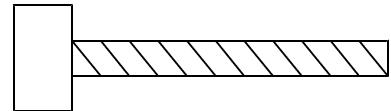
※紙端を対角線に折って整えながら包めば、ふろしき包みになる

● 特殊な形の包装

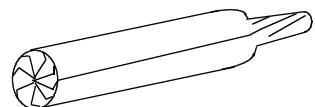
- ・らせん型包装…棒状の商品



- ・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



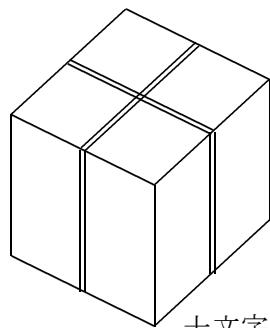
- ・大型商品の包装…(下記参照)

- ・重量物の包装…紙やひもを二重、三重に

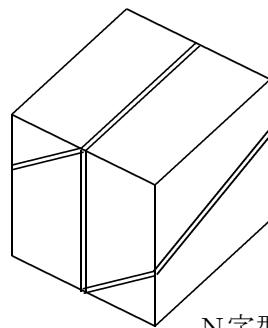
12-4 ひものかけ方、リボンの作り方

● ひものかけ方

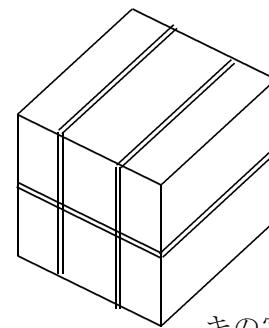
※ゆるまないコツ…角で結ぶ



十文字型

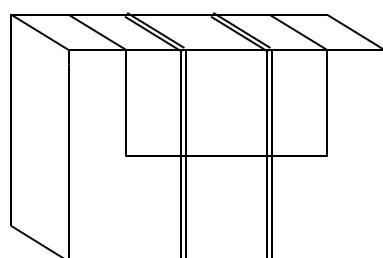


N字型

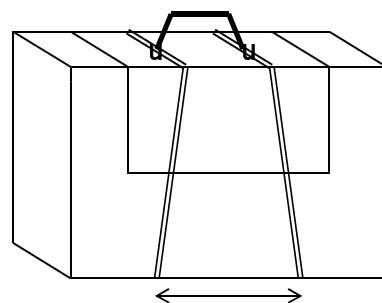


キの字型

● 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かける。

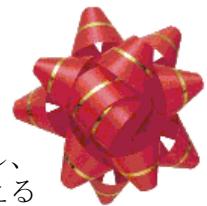
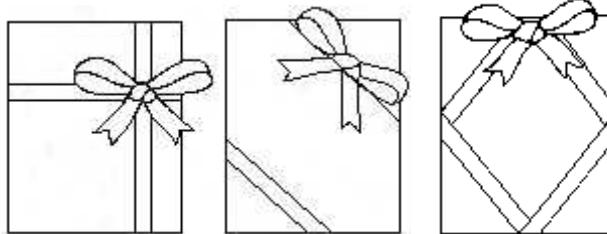


- ・ハンガーを掛けたあとに、下の部分を開くと緩まない。



◆洋式進物包装（リボンのかけ方）

- バースデイ・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

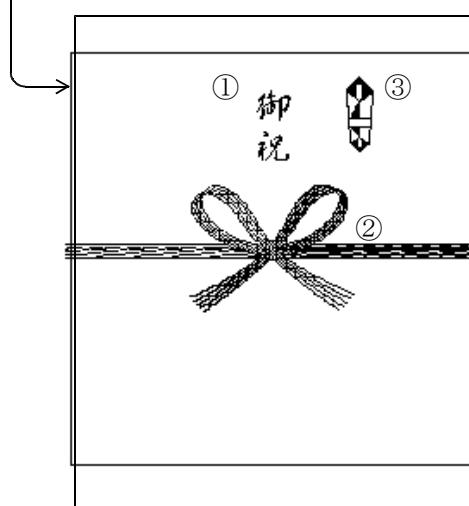


- フローリーリボンの作り方…多重に巻いたリボンを平らにつぶし、中央を縛って、1つづ取り出し整える

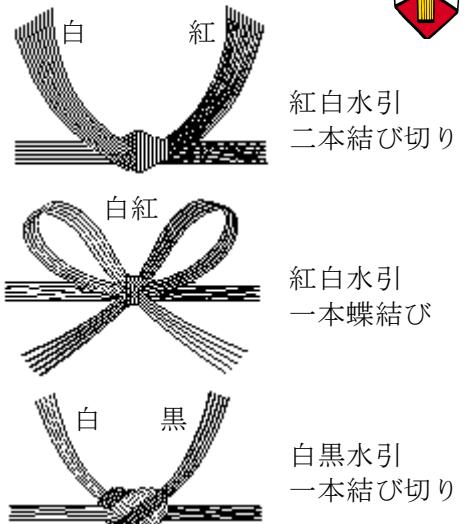
12-5 和式進物包装

●和式進物の要点

- 表書き：贈り主の氏名の上に書く言葉…何という言葉を書くか
- 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：黑白あるいは銀白
- 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
- 掛け紙：正式には檀紙・奉書、現在では半紙・白紙を使用



※「のし紙」：水引を印刷した紙



●和式進物の注意事項

- 表書きは、慶事のときは墨の色を濃く、弔事のときは薄い墨で書く。
- 「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。
- 「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。
- 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 初節句 七五三 入園・入学 卒業	祝御出産・御出産御祝・祝御出産 内祝(生まれた子の名前で) 祝初節句・初節句御祝・御祝 祝七五三・七五三節句 祝御入学(園)、御祝 祝御卒業、御祝	有 有 有 有 有 有	紅白	蝶結び (一本)	
	就職 栄転・昇進 定年退職 謝礼 手みやげ	祝御就職、御祝 祝御栄転・祝御昇進・祝御昇格 御饋別・御贔・おはなむけ 御礼・寸志(目下に対してのみ) 粗品	有 有 有 有 有 有	紅白	蝶結び (一本)	
	還暦(数え61歳) 古希(数え70歳) 喜寿(数え77歳) 米寿(数え88歳) 白寿(数え99歳)	還暦御祝、御祝 古希御祝、御祝 喜寿御祝、御祝 米寿御祝、御祝 白寿御祝、御祝	有 有 有 有 有	紅白	蝶結び (一本)	
	新築祝い 新築祝い返し 開業祝い	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) 祝御開業	有 有 有	紅白	蝶結び (一本)	
	見舞	病気・けが見舞い 快気祝い	なし 有	紅白	結び切り (一本)	
季 節 の 贈 答	年賀 寒中見舞い 中元(7/15~8/15) 暑中見舞い 残暑見舞い 歳暮(12/1~31)	御年賀 寒中御見舞(歳暮・年賀過ぎ) 御中元(関東:7/1~15) 暑中御見舞(中元過ぎ:関東) 残暑御見舞(中元過ぎ) 御歳暮	有 有 有 有 有 有	紅白	蝶結び (一本)	
	弔 事	仏事 葬儀、通夜 香典返し	御靈前、御香典 志、忌明志、満中陰志(関西)	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	御玉串料 偲草	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	御花料 志、偲草	なし なし	黒(銀)白 黄白	結び切り (一本)

第2章 ディスプレイの基本的役割

1 ディスプレイの目的と基本的役割

●ディスプレイ（陳列）の基本的性格

小売店経営全般や品揃えと密接な関係にあり、理論的にアプローチすることが難しい。

●ディスプレイの基本要件

商品（や顧客）こそ
が陳列の主役

「何を、誰の、どのような目的に合わせて提案しているか」
を顧客に鮮明に知らせる



商品の価値を、生活提案という形に置き換え、ターゲットである
顧客に正しく訴求し、より多くの購買に結びつける演出技術

●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。
- 商品のパ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。

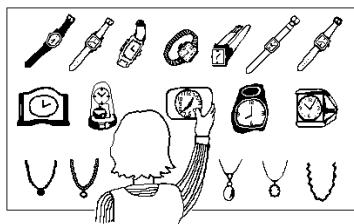
(見やすくないと)

- 顧客は商品の価値がわからない。
- 顧客は欲しい商品を選べない。

- 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)
- 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)
- 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)

- ①フェイスを正しく整える
- ②右側に大容量商品をディスプレイ
- ③後方に大型商品をディスプレイ

②触れやすいか (触れやすさ)



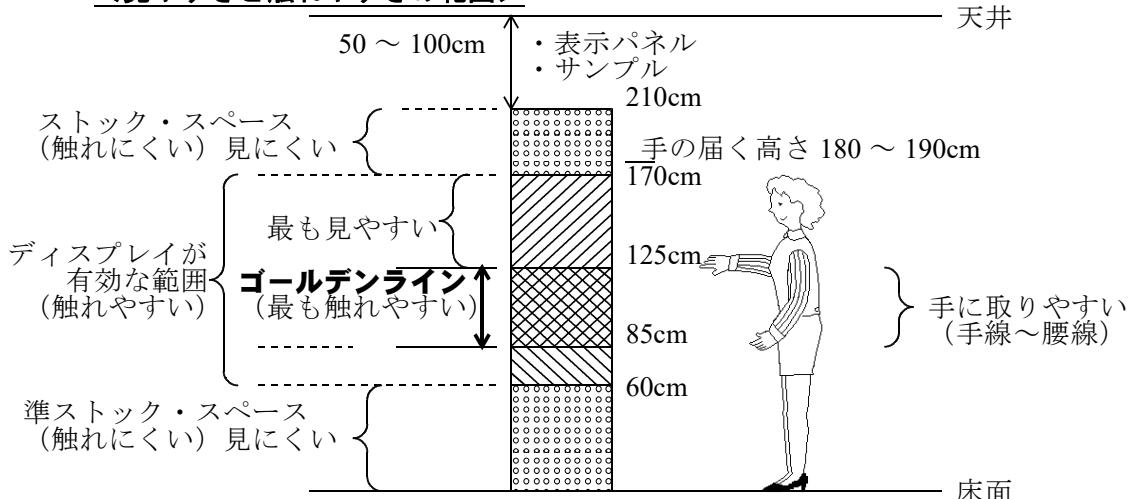
- 裸陳列などの触れやすい陳列方法を選ぶ。
- 目立ちにくい商品や小さな商品などは、顧客からよく見える位置に陳列する。
- 陳列台の高さや奥行きを考え、手の届く範囲に陳列する。

(商品に直接、触れてもらうことにより)

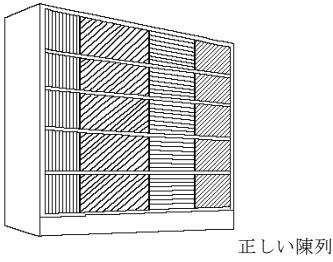
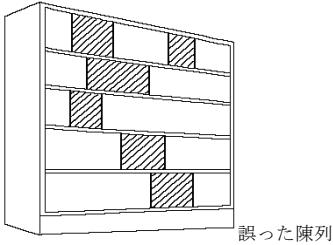
- 商品の価値を確かめさせる。
- 買いたいという衝動を起こさせる。

- ①高く積み上げないこと。
- ②商品をつめすぎないこと。
- ③商品を貼りつけたり、結びつけたりしないこと。

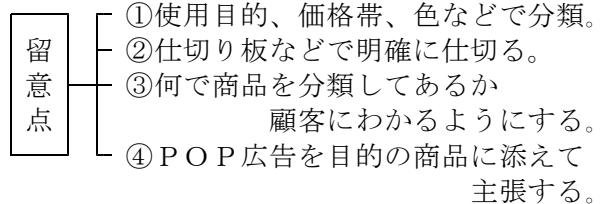
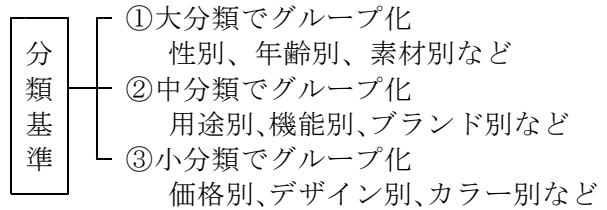
〈見やすさと触れやすさの範囲〉



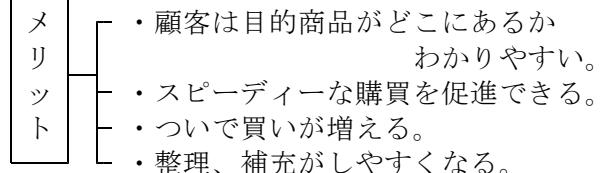
③選びやすいか（選びやすさ）



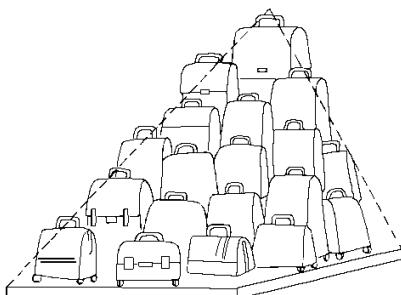
- ・ゴンドラ什器を活用する場合は、できる限り縦型に商品を類型して陳列する。
- ・関連商品をテーマに合わせて効果的に組み合わせ、1ヶ所にまとめる。
- ・推奨品など、目的の商品にはPOP広告を添付する。



（選びやすい陳列により）

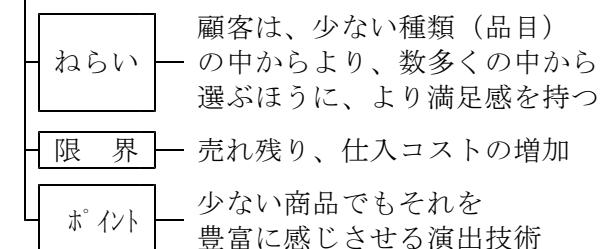


④豊富感があるか（豊富さ）

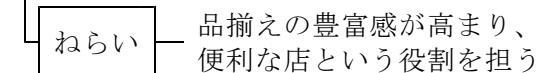


- ・売場のスペースに合わせて、顧客の注目を集める適切な数量を陳列する。
- ・商品の種類は、用途や機能面などからみて不備のないよう取り揃える。
- ・特売や季節商品は、迫力が出るように、単品のボリュームを重視する。

品種の中で品目の量が多い（専門店など）



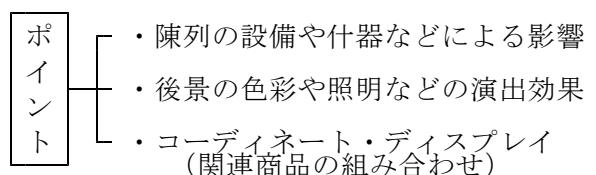
品種の数が多い（スーパー、コンビニエンスストアなど）



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



⑥効率的であるか（効率性）

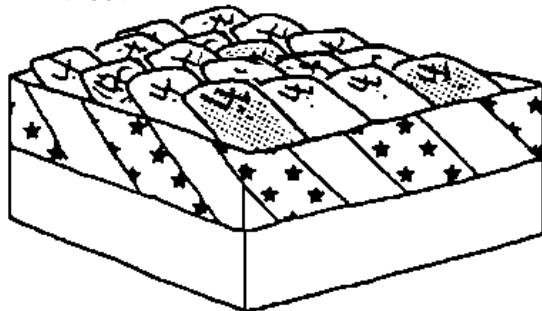
陳列作業に時間をかけず、効率的に多くの商品を補充し、整然と陳列する。

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

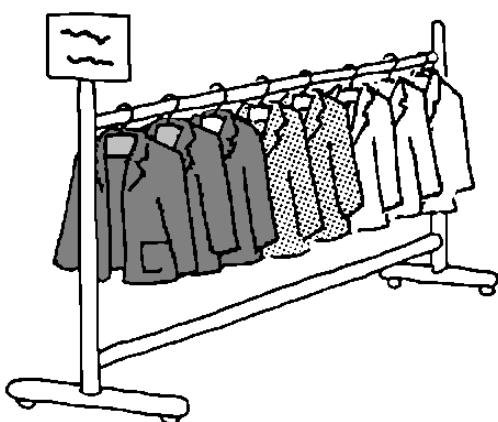


バーゲンなどでの利用



高価な商品での活用

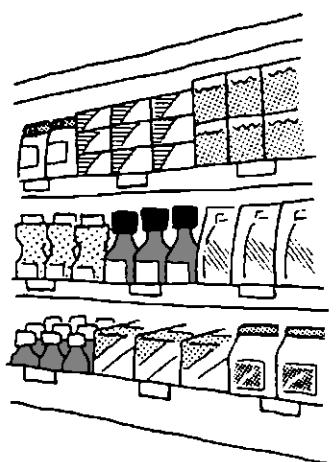
○ハンガー陳列（ハンギング）



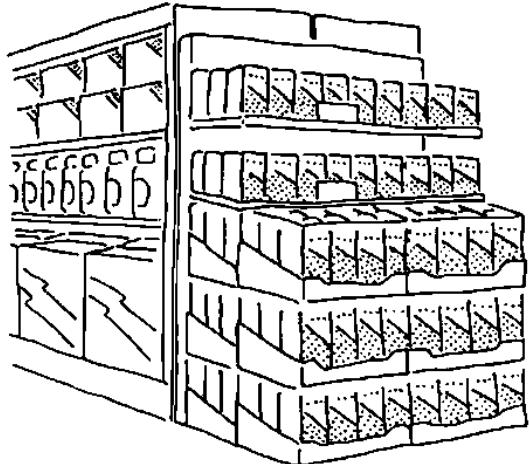
○ステージ陳列



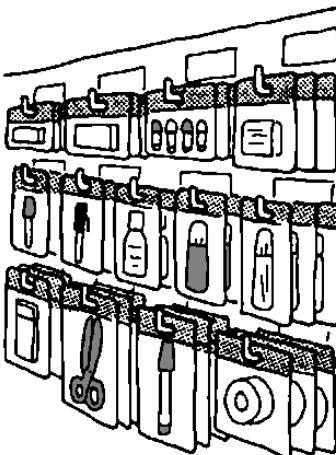
○ゴンドラ陳列



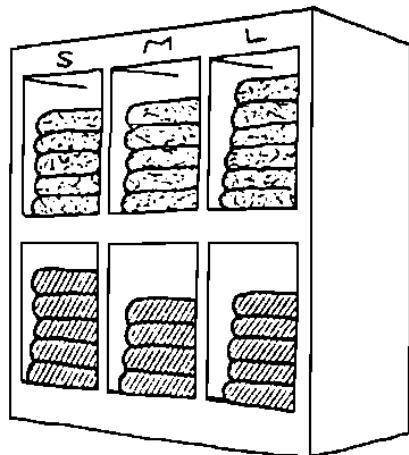
○エンド陳列



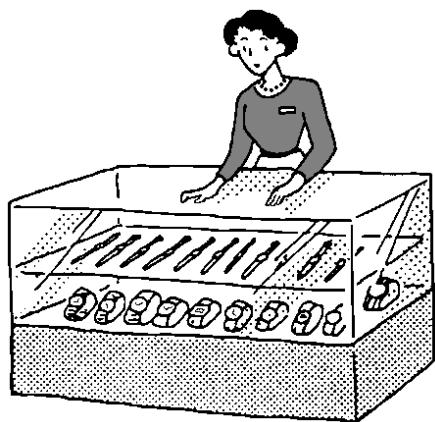
○フック陳列



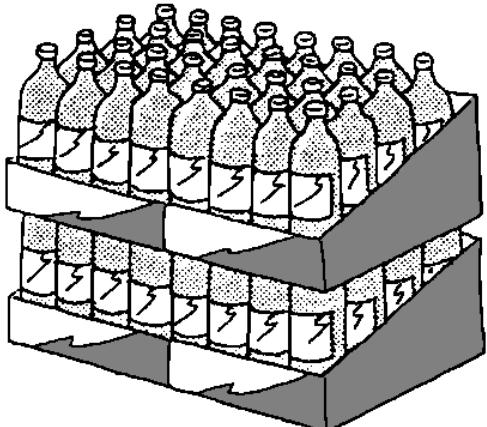
○ボックス陳列



○ショーケース陳列

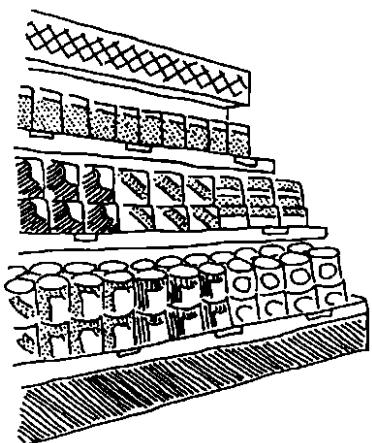


○カットケース陳列

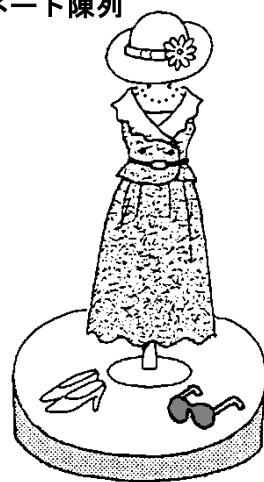


●販売方法の特徴によるディスプレイのパターン

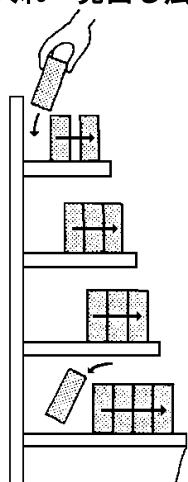
○前進立体陳列



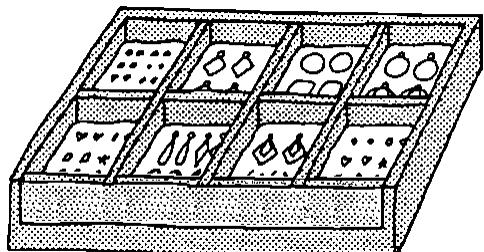
○コーディネート陳列



○先入れ・先出し法(陳列)



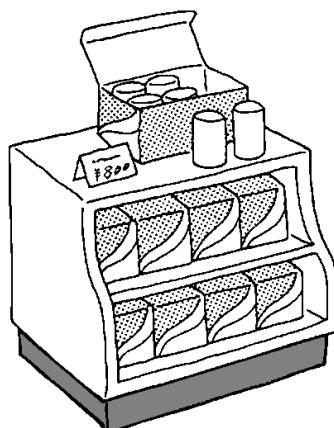
○オープン陳列



○ジャンブル陳列（投げ込み陳列）



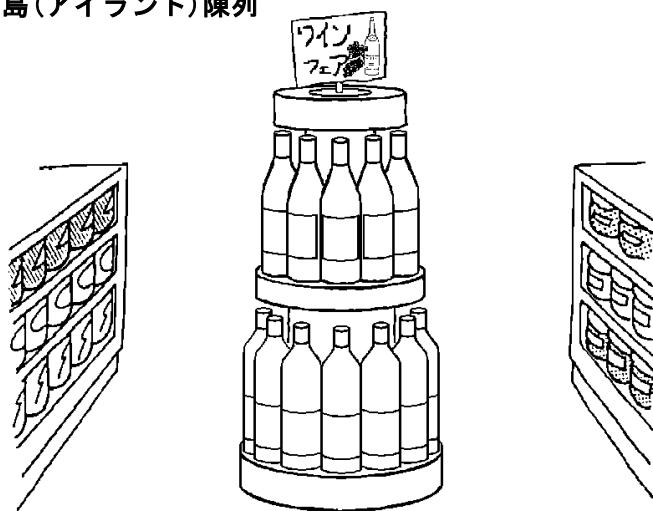
○サンプル陳列



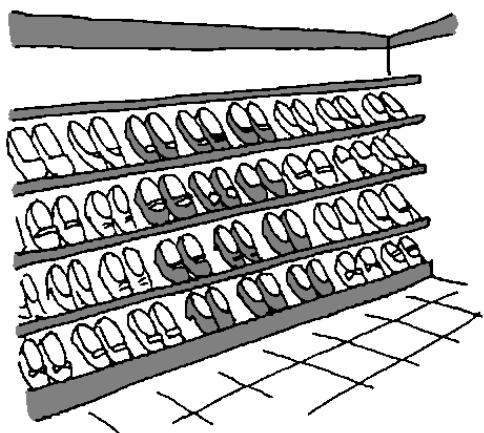
○レジ前陳列



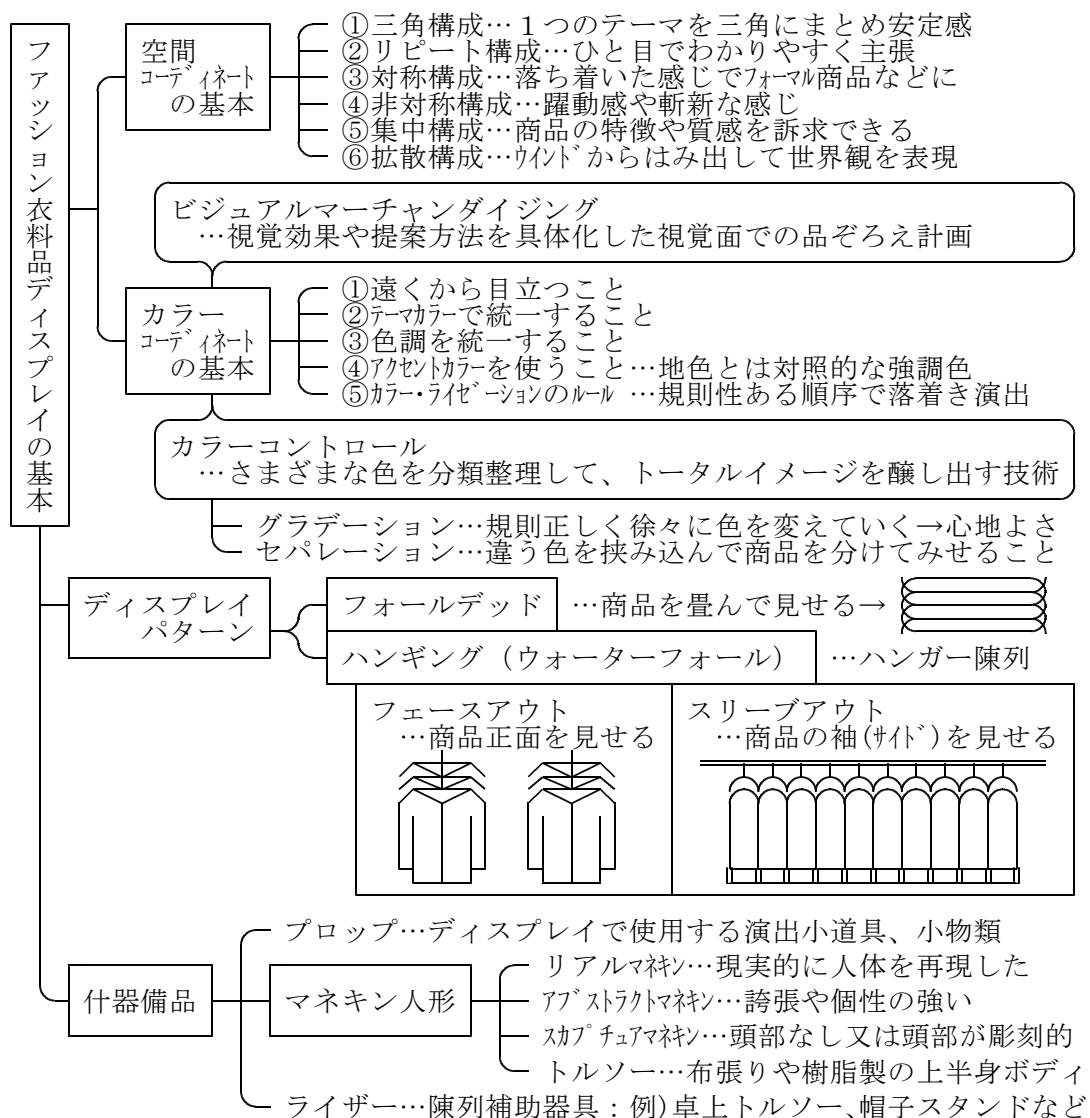
○島(アイランド)陳列



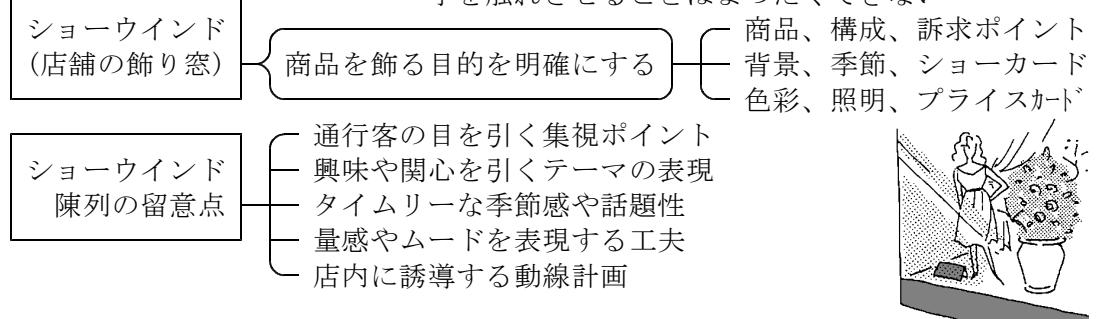
○壁面陳列



3 ファッション衣料業界のディスプレイ技術

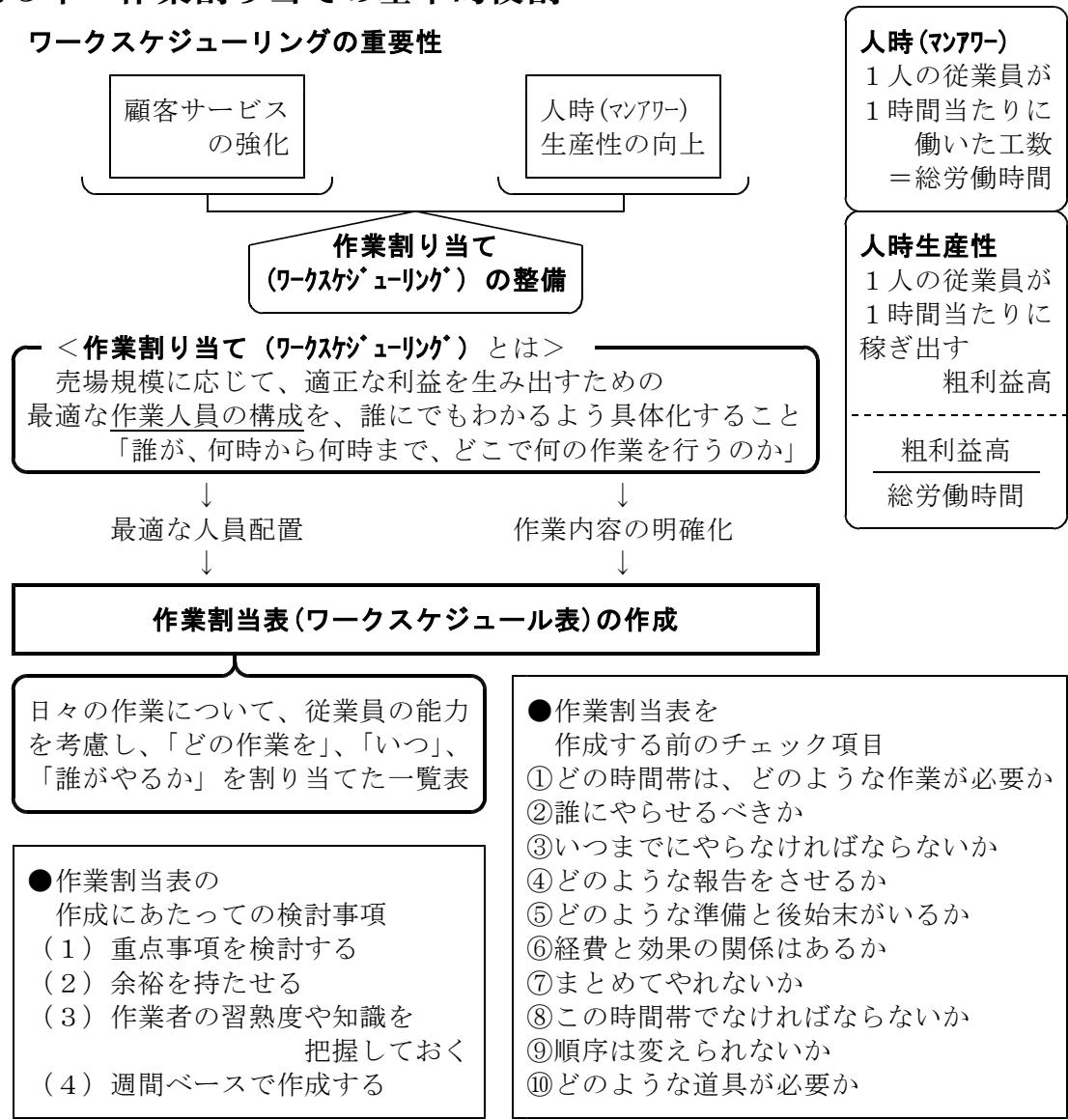


- ショーウィンド陳列の技術 …見ることについては優れているものの、手を触れさせることはまったくできない



第3章 作業割り当ての基本的役割

1 ワークスケジューリングの重要性



作業・シフト割当表

今月の重点項目：○○○○○○○ 売上げ目標：△万円

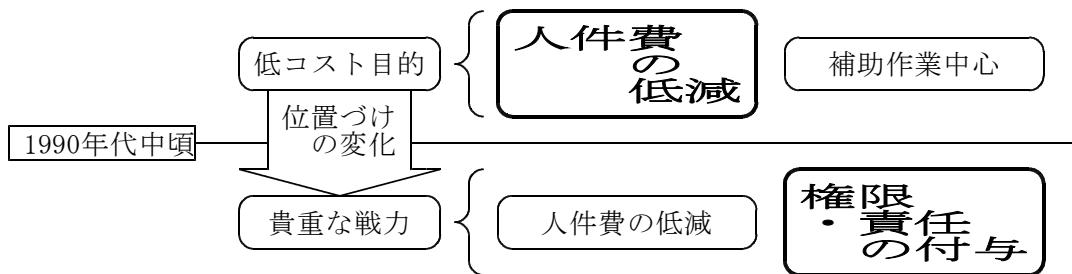
○月△日

□曜日

	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	21:00	備考
Aさん		←開店準備→	レジ操作		食事	←商品補充→				
Bさん					←クリーネス→	品出				
Cさん					←レジ操作→	受注				

2 パートタイマー・アルバイトの活用方法

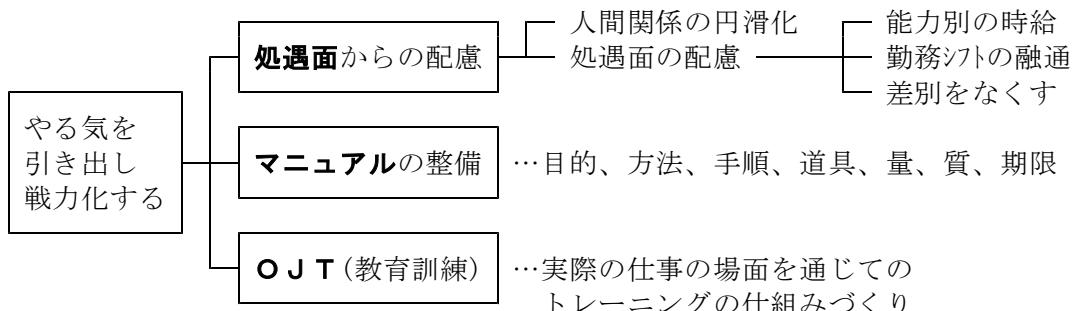
●パートタイマー・アルバイトの位置づけの変化



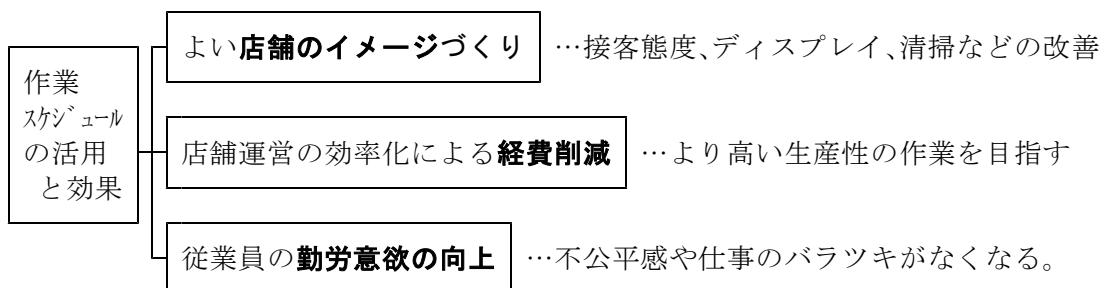
●パートタイマー・アルバイト活用のメリットとデメリット（正社員に比べて…）

メリット	デメリット
①人件費コストが、安い。 ②期間を決めた雇用契約を結ぶ。 ③必要なときに必要なだけ調達可能。	①長期戦力になりにくい。 ②働く時間、日数が少なく限定される。

●パートタイマー・アルバイト活用の仕組みづくり



(参考) 作業スケジュールの活用方法



第4章 人的販売の基本的考え方

1 顧客の購買心理過程

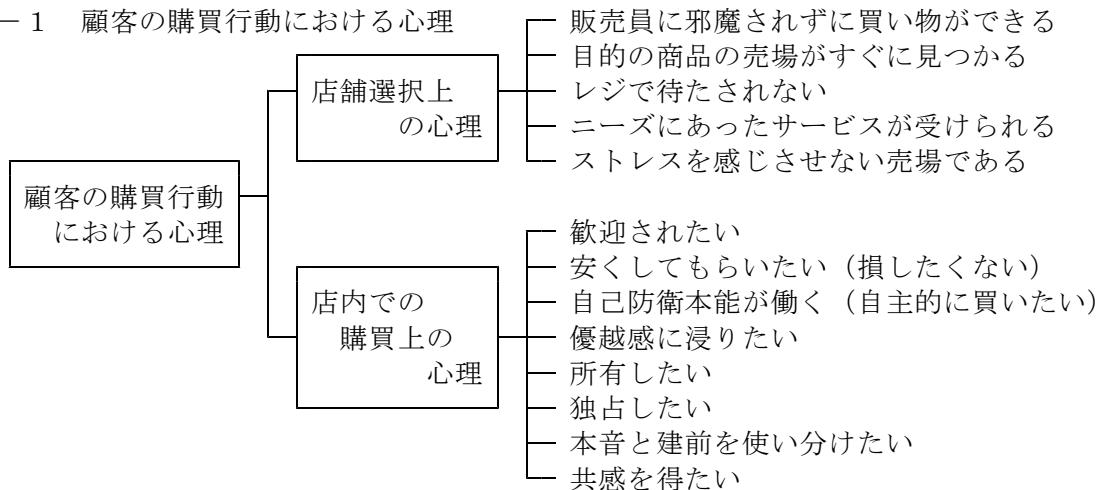
●顧客心理過程の8段階

買い物をしようとするときの顧客の心理の変化

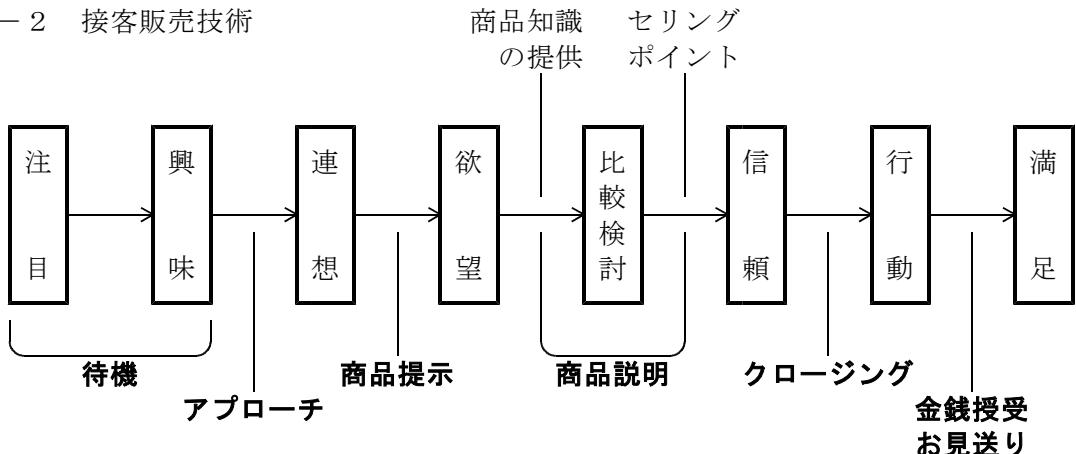


2 顧客心理と接客販売技術

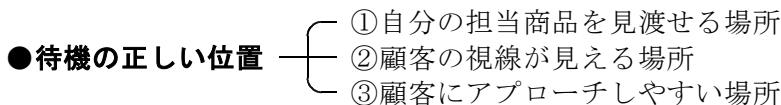
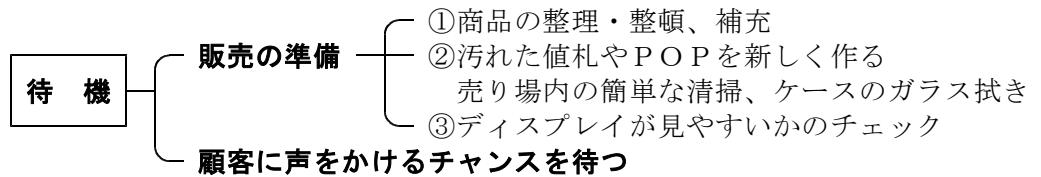
2-1 顧客の購買行動における心理



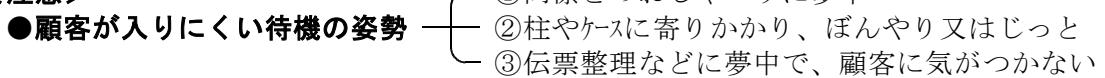
2-2 接客販売技術



(1) 待機

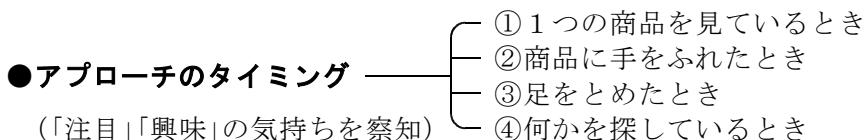


<注意>



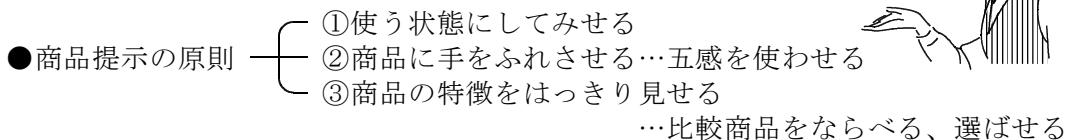
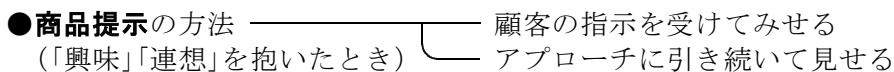
(2) アプローチ

「いらっしゃいませ」とお客様に声を掛けて近づくこと



※高額な商品では慎重に、低価格の商品では早めに

(3) 商品提示

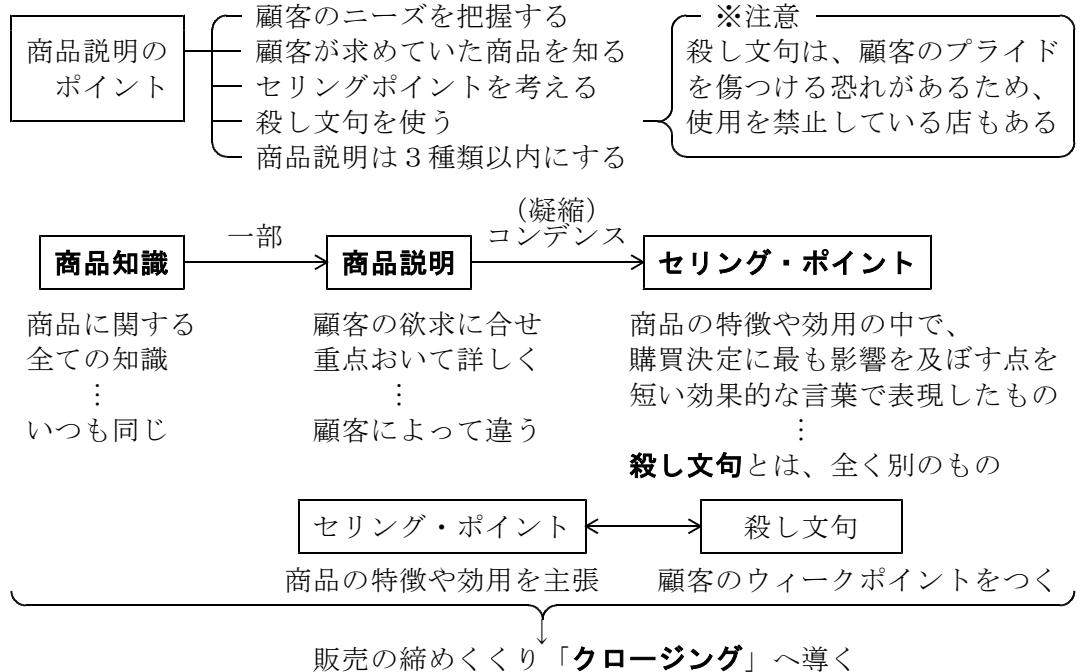


<欠品時の対応>

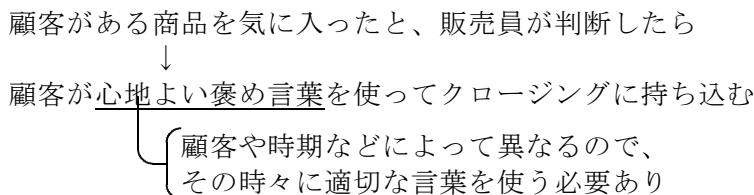
「店にとっては0.01%の欠品でも、顧客にとっては100%の欠品である。」

「あいにく品切れでございます。誠に申し訳ございません。」と必ず詫びる
「〇月〇日〇時頃、入荷の予定でございます。入荷次第お電話差上げます。」
「こちらの△△も同じ××でございますが、よろしければ一度お試し下さい」

(4) 商品説明



(5) クロージング …購買の意思決定



(6) 金銭授受

● 金銭授受の留意点

- ①買上げ金額の確認
- ②預かり金額の確認
- ③レジに入金するときに再確認
- ④レジで釣銭を確認
- ⑤釣銭を渡しながら金額の確認



(7) お見送り

● 「お見送り3メートル」、「お迎え3歩、お見送り7歩」

顧客を感謝の気持ちで見送る

「ありがとうございました。またどうぞお越しください。」

→余韻のあるサービス →再度の来店 →固定客の増加



2-3 接客用語

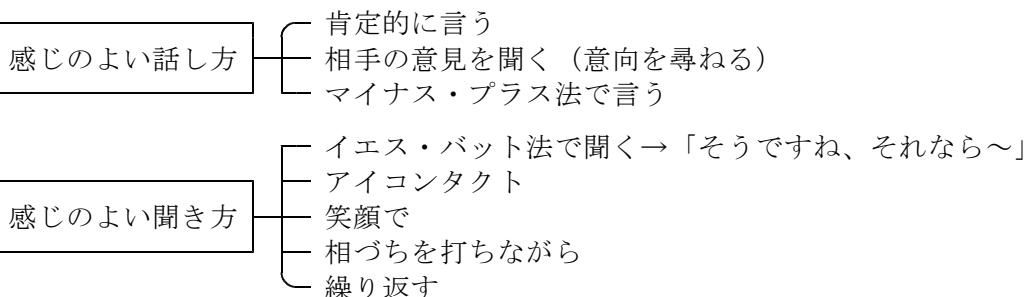
「私は、よいお客様として大事にされている」という満足感を顧客に与える

(1) 接客の重要用語

- ① 「いらっしゃいませ」
- ② 「はい、かしこまりました」
- ③ 「少々お待ちくださいませ」
- ④ 「お待たせいたしました」
- ⑤ 「ありがとうございます」
- ⑥ 「申しわけございません」
- ⑦ 「おそれいります」
- ⑧ 「またお越しください」

…明るく歓迎の気持ち
…素直な気持ちですぐ返事
…「ただいま参ります」ということも
…相手の時間を大切にする気持ち
…感謝の気持ちを込めて
…口先だけでなく、おわびの気持ちを込めて
…軽いお詫びとお客様へのお願い
…感謝と親しみを込めて、次回の来店を促す

(2) 感じのよい話し方、聞き方



(3) 接客べからず集

- ① 私語を話す。
- ② 携帯メールをする。
- ③ 腕組みをする。
- ④ 顧客がさわった商品をすぐたたみ直す。
- ⑤ 顧客が声をかけているのに返事をしない。
- ⑥ 電話をしていて、顧客を待たせる。
- ⑦ 顧客の行動をじっと見続ける。
- ⑧ 顧客によって態度を変える。
- ⑨ しつこく商品を勧める。
- ⑩ レジ待ちの順番を間違える。

4 推奨販売の基本

＜推奨販売とは＞

販売員が一人ひとりの顧客の声に耳を傾け、悩みや欲求を親身に聞き出したり、思いやったりする姿勢を持って顧客に最も適した商品を選定し、その特徴や使い方を提案する方法。

