

⑤販売・経営管理



「⑤販売・経営管理」の学習範囲

第2章 販売員の法令知識

- 2章1 小売業に関する主な法規
- 2章2 消費者基本法と個人情報保護法
- 2章3 環境問題と消費生活



第3章 販売事務と計数管理の知識

- 3章1 販売事務の基本
- 3章2 計数管理の基本
- 3章3 販売に求められる決算データ



第4章 売場の人間関係

- 4章1 人間関係のあり方
- 4章2 コミュニケーションの基本
- 4章3 人間関係向上のための能力開発



第1章 販売員の基本業務

- 1章1 販売員の目的と役割
- 1章2 接客マナー
- 1章3 クレームや返品への対応



第5章 店舗管理の基本的役割

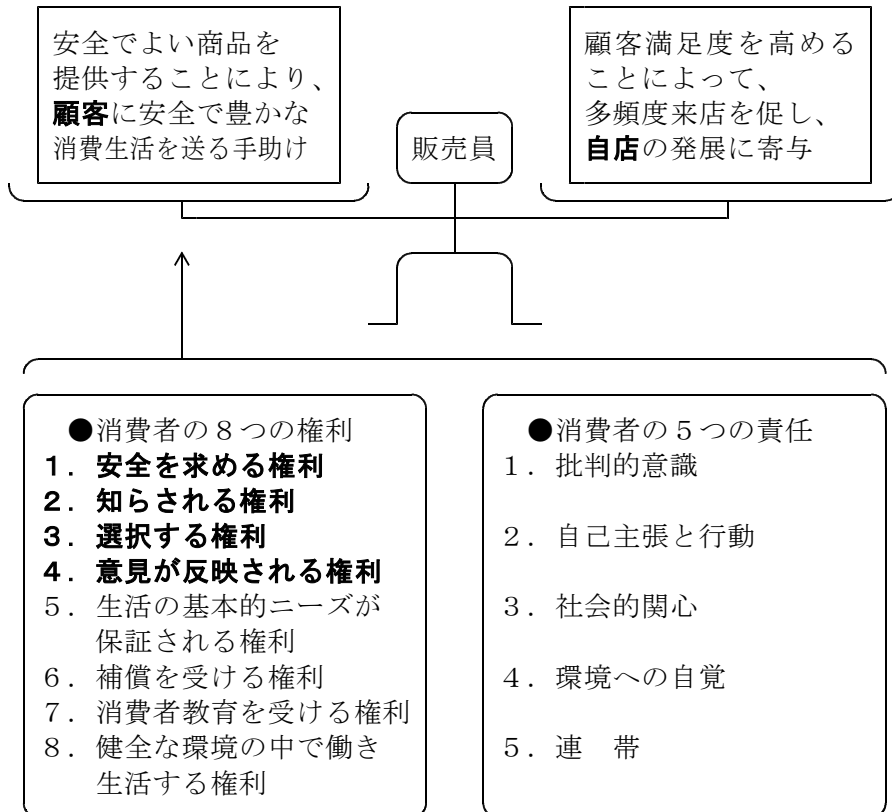
- 5章1 金券類と金銭管理
- 5章2 万引き防止対策
- 5章3 衛生管理
- 5章4 店舗施設の保守管理



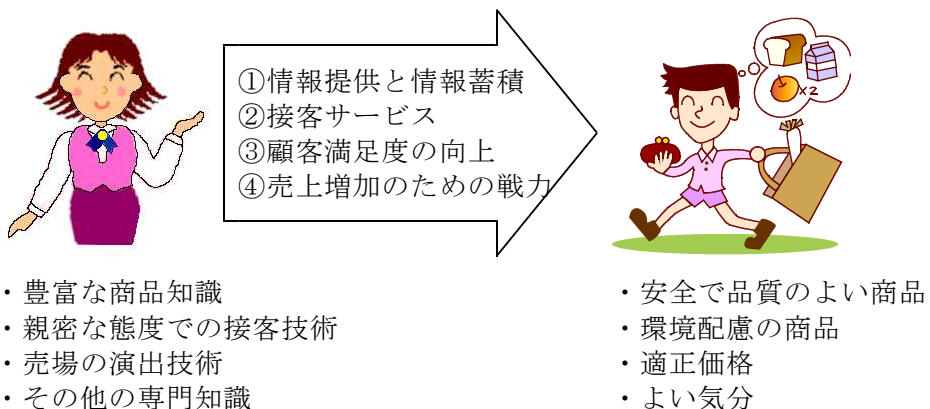
第 1 章 販売員の基本業務

1 販売員の目的と役割

1-1 販売員の目的



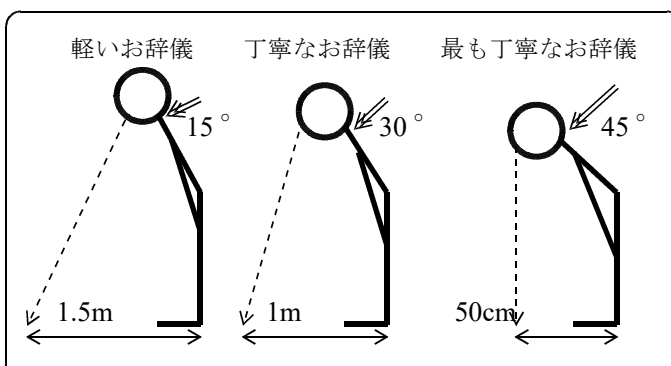
1-2 販売員の役割



2 接客マナー

2-1 接客の心構え

笑 顔 挨拶	正しい敬語 言葉づかい
服 装 身だしなみ	感じのよい 話し方聞き方
顧客心理に 応じた接客	クレームや返品 への対応



●お辞儀の種類と使い分け

- ・お待たせする → 15度のお辞儀 「はい、かしこまりました」
(会 釈) 「少々おまちくださいませ」「失礼いたします」
- ・お迎えする → 30度のお辞儀 「いらっしゃいませ」
(敬 礼)
- ・お買い上げ → 45度のお辞儀 「ありがとうございます(ました)」
お 詫 び (最敬礼) 「申し訳ございません」

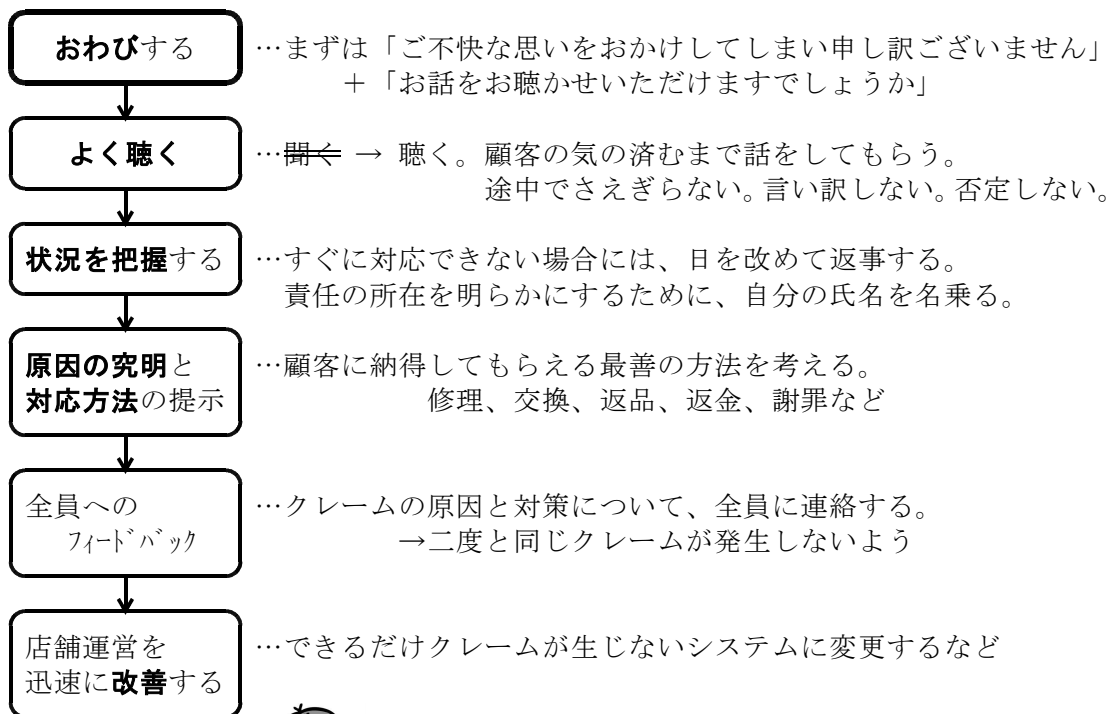
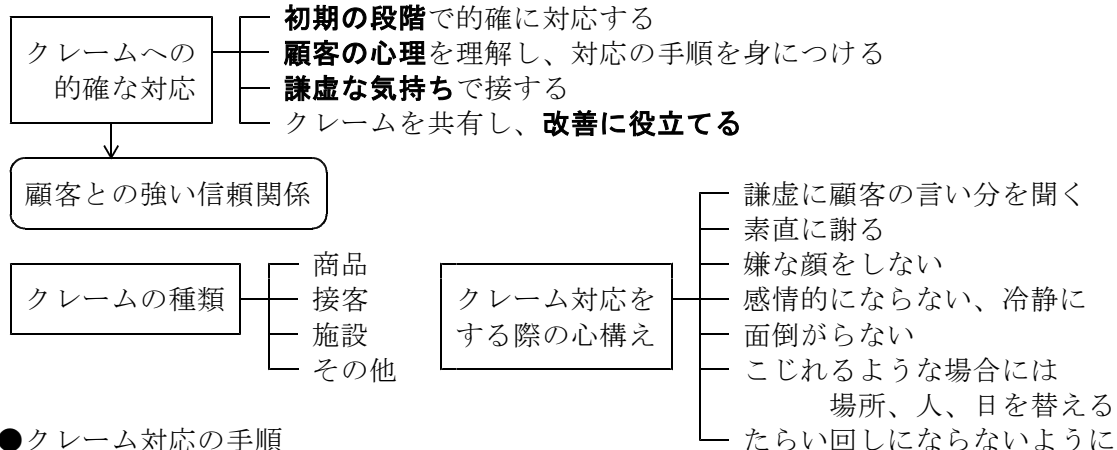
2-2 敬語の基本

●敬語の分類

3 分類	5 分類	用途／使用例
尊敬語	尊敬語	動作の主体が、話し手よりも上位であることを示す。 ----- いらっしゃる、おっしゃる、なさる、召し上がる、くださる お(ご)……になる、……(ら)れる、……なさる
謙譲語	謙譲語Ⅰ	動作の客体が、動作の主体よりも上位であることを示す。 ----- 伺う、申し上げる、頂く、お目にかかる、拝見する お(ご)……する、お(ご)……いただく
	謙譲語Ⅱ (丁重語)	聞き手が、話し手よりも上位であると示すへりくだり言葉。 丁寧語「ます」と合わせて使用する ----- 参ります、申します、いたします、おります、存じます ……いたす
丁寧語	丁寧語	聞き手が、話し手よりも上位であると示す丁寧な語尾表現。 ----- 「形容詞」＋ございます 高こうございます、美味しゅうございます、軽うございます
	美化語	ものごとを美化して述べる、上品できれいな言葉づかい ----- お酒、お化粧、ご祝儀

3 クレームや返品への対応

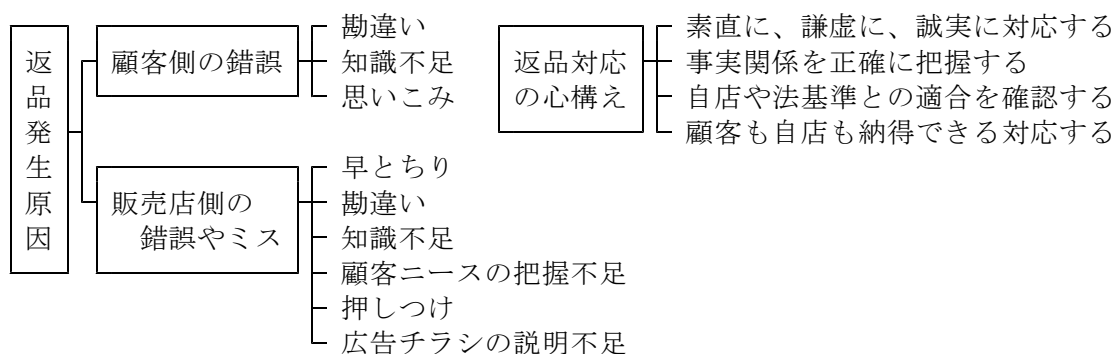
3-1 クレームとその対応



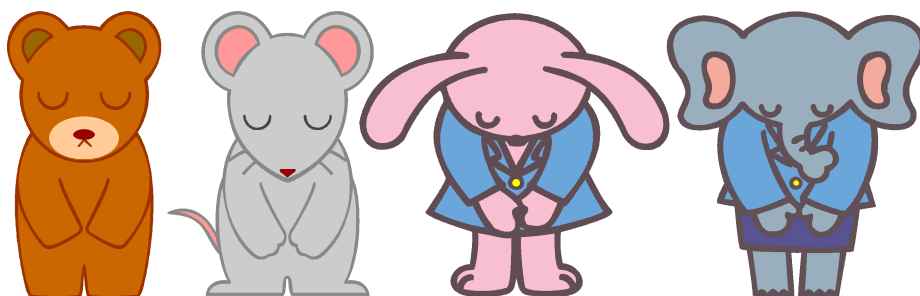
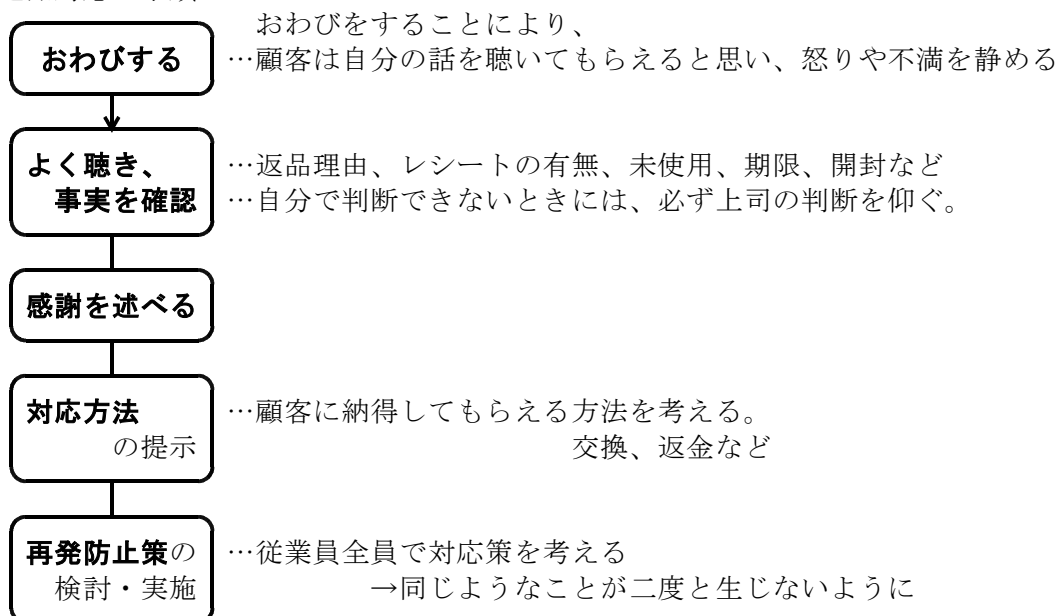
対応時間についての考え方

- 「ただちに」「すぐに」… 5分以内に対応
- 「のちほど」… 30分以内に対応
- 「後日」… 48時間以内に対応

3-2 返品とその対応



●返品対応の手順



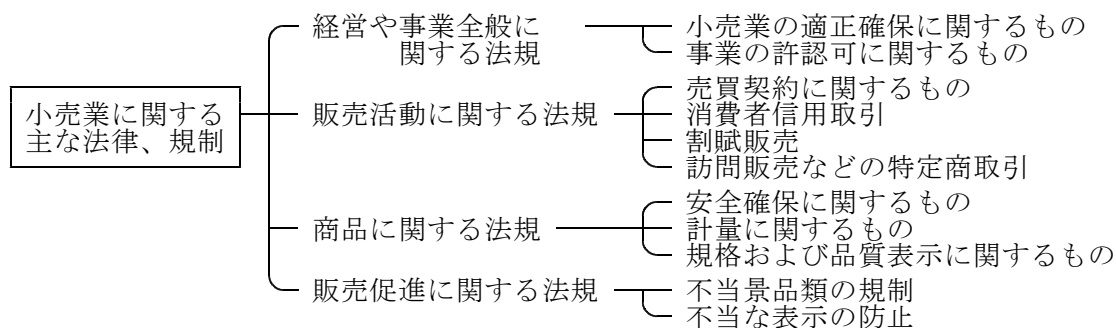
第2章 販売員の法令知識



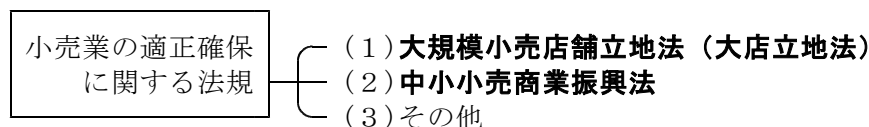
1 小売業に関する主な法規

1-1 小売業と法律

日常の販売活動に関する法律や規制などのほかはなじみが薄いが、トラブル解決の糸口になることも多く、知っておくことは大切なこと。



1-2 小売業の適正確保に関する法規



(1) 大規模小売店舗立地法

「大規模小売店舗法(大店法)」から「大規模小売店舗立地法(大店立地法)」へ
大店法：大規模店舗の出店や営業活動を規制する方向で運用

- ・ 日米構造協議における米国側からの要求
- ・ 規制緩和の時代の流れ

大店立地法（制定：平成10年6月・施行：平成11年6月1日）

- ・ 目的…大規模店の立地に関し、その周辺の地域の生活環境の保持のため、大規模店舗を設置する者により施設の配置や運営方法に適正な配慮がなされることを確保すること。
- ・ 届出義務…店舗面積1,000㎡を超える大規模小売店舗
- ・ 審査内容…店舗周辺の生活環境維持（駐車場の確保や騒音の発生防止など）

(2) 中小小売商業振興法…中小小売商業の振興

- 組合や会社の高度化事業等への助成
- フランチャイズ契約に関する規制

(3) その他の法律

● 商店街振興組合法…商店街の振興をはかる

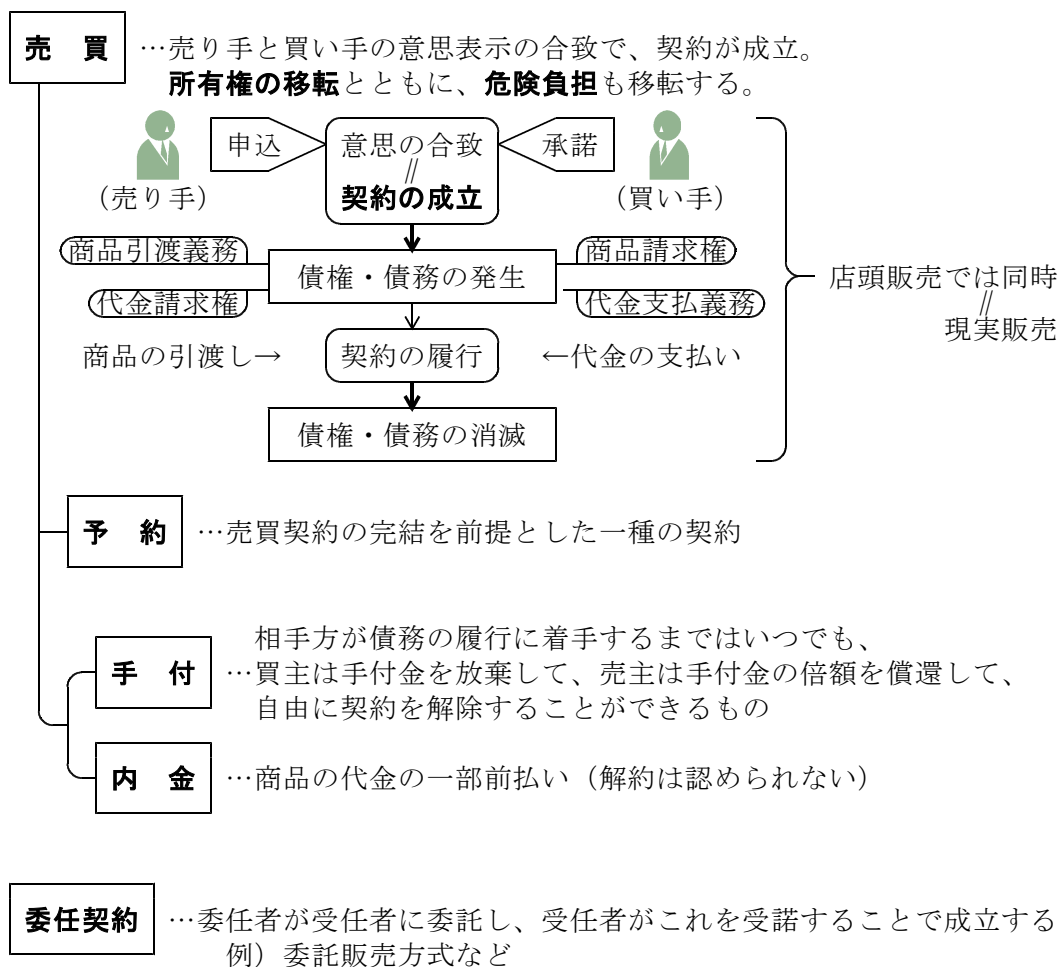
● 中心市街地活性化法…商店街の衰退を食い止め、市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進を図る

1-3 事業の許認可に関する法規

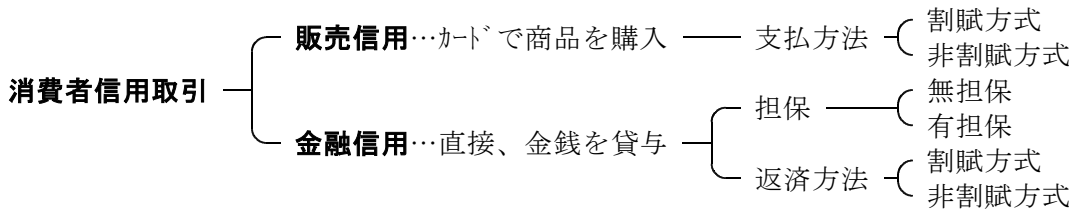
- ①食肉・魚介類の販売
 - ②豆腐・そうざい製造販売
 - ⑦飲食店・喫茶店の営業
 - ③薬局の開設・医薬品等の販売
- ……**食品衛生法**（21条）→都道府県知事の許可
- ……**薬事法**（5条ほか）→都道府県知事の許可
（指定医療機器については届出）
- ④米穀類の販売
 - ⑤酒類の販売
 - たばこ販売
 - ⑥古物の販売
 - ⑧ペットショップ（動物取扱業）
- ……**食糧管理法** ⇒ **食糧法**（2004.11.30）→農林水産大臣への届出
- ……**酒税法**（9条）→税務署長の免許
- ……**たばこ事業法**（11条）→財務大臣の許可
- ……**古物営業法**（2条）→都道府県公安委員会の許可
- ……**動物愛護管理法**（10条）→都道府県知事に登録

1-4 販売活動に関する法規

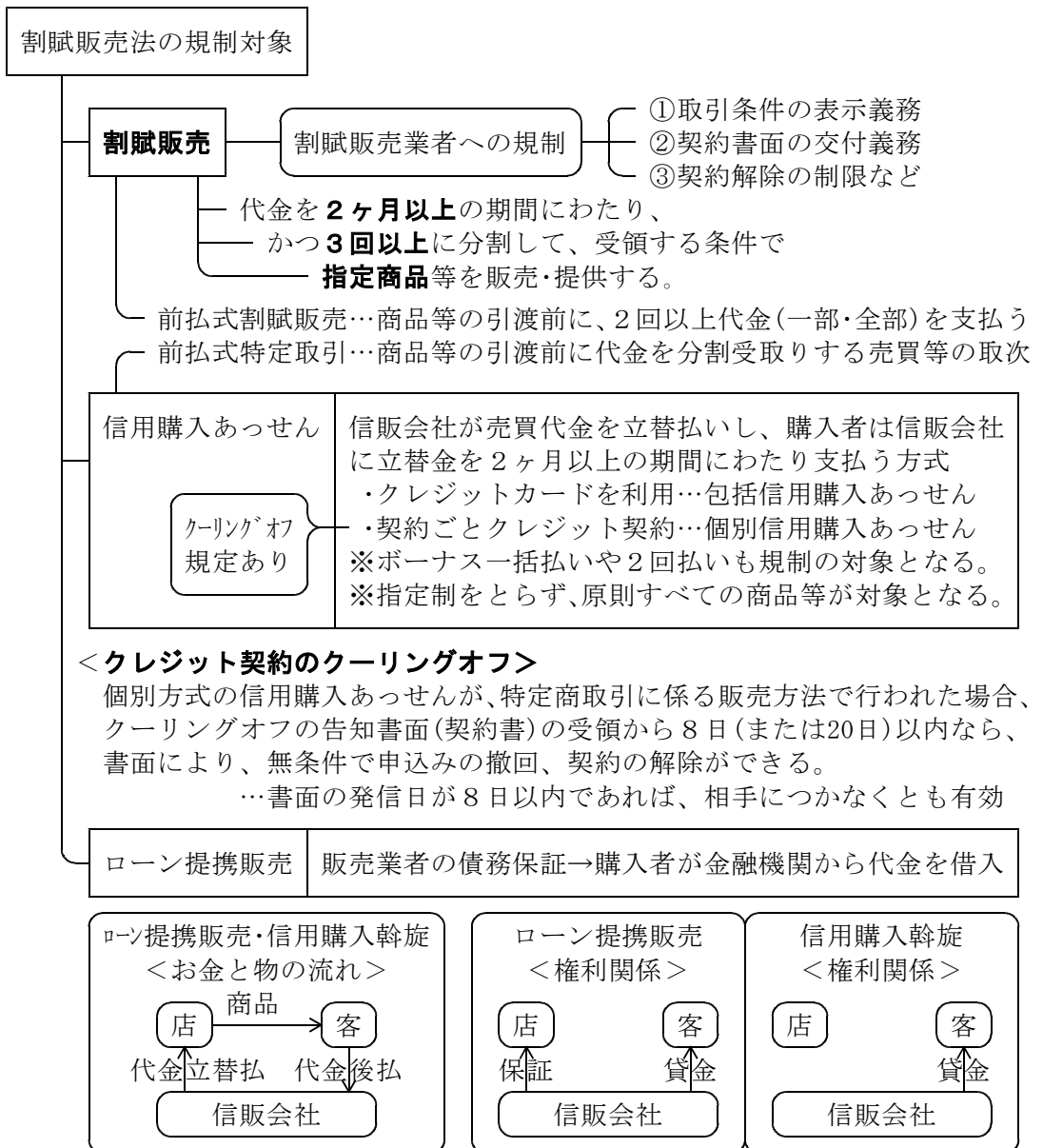
（1）売買契約などに関する民法の規定



- (2) 消費者信用取引：商品の代金を現金で支払わずに売買すること
→クレジット・カードなどによる支払いの普及



(3) 割賦販売法



(4) 特定商取引法 …「特定商取引に関する法律」

●規制対象

		クーリング・オフ
訪問販売	営業所等以外の場所での指定商品の販売など	8日以内
通信販売	郵便その他の方法により契約の申込を受ける販売方法	なし
電話勧誘販売	電話により、勧誘・申込・契約締結を行う販売方法	8日以内
連鎖販売取引	いわゆるマルチ商法	20日以内
特定継続的 役務提供	一定以上の長期で高額なエステや英会話教室など	8日以内
業務提供誘引 販売取引	いわゆる内職商法	20日以内
訪問購入 (2013. 02. 21～)	貴金属等の買取業者による強引な訪問買取(押し買い)	8日以内

※上記の他、ネガティブオプション(いわゆる送りつけ商法)も規制対象

●訪問販売：消費者の自宅など営業所等以外の場所で、指定商品等を販売すること
＜事業者の義務＞

- ①氏名(名称)・商品(権利、役務)の種類・明示、勧誘である旨の告知
- ②勧誘拒絶の場合の継続勧誘、再訪問勧誘の禁止
- ③申込み書面・契約書面の交付
- ④不実告知・威迫困惑の禁止 など

＜クーリング・オフ制度＞…無条件で申込の撤回、契約の解除ができる。

- ・期間…契約書面(申込み書面)受領の日を含め8日以内
- ・効果…支払った代金は全額返還され、違約金も請求されない
引き取り送料も販売会社負担。
- ・例外…3000円未満の現金取引、法律で指定の消耗品を使用・消費した場合、
乗用自動車 (※使用・消費しても指定品以外なら無条件解約可能)



●通信販売：郵便その他の通信手段によって購入の申込みを受けて販売すること
＜広告における表示義務＞

- ①価格
- ②支払の時期と方法
- ③商品引渡時期
- ④返品・返還…明示なき場合
- ⑤その他(事業者の名称など)

受領後8日以内であれば、
申込の撤回、契約の解除可能
※返品送料は買主負担

＜誇大広告の禁止＞

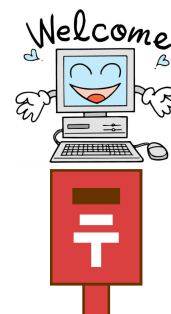
- ①商品の「性能または効用」
- ②商品に関する「国等の関与」
- ③商品の原産地

＜オプトイン規制＞

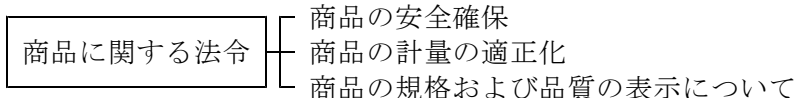
未承諾者に対する電子メール広告の原則禁止

＜承諾の通知＞

前払い通販における代金受領時に、遅滞なく諾否の通知義務
(遅滞なく商品送付の場合は免除)



1-5 商品に関する法規

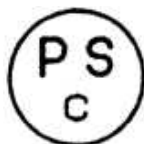


(1) 商品の安全確保に関する法規

●消費生活用製品安全法



PS-Cマーク
(特別特定製品)

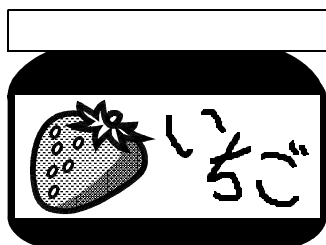


PS-Cマーク
(特定製品)



SGマーク
(財)製品安全協会による
保険・見舞金による被害者救済

- 食品衛生法**…食品の製造、加工、販売および食品の添加物についての規制
規定の品質表示がなければ、販売、陳列し、あるいは使用できない。



名 称	いちごジャム
原材料名	いちご、砂糖 ゲル化剤(ペクチン)、酸化防止剤(V.C)
内 容 量	400g
賞味期限	2017.02.15
保存方法	直射日光を避け常温で保存して下さい。
製 造 者	商工食品株式会社 大阪市中央区大手前〇-〇-〇

- 薬事法**…医薬品、医薬部外品、化粧品および医療用具について規制
「**日本薬局方**」…医薬品の安全確保のために定めた医薬品の規格基準書
医薬品等の直接の容器、被包の表示なども定めている

●製造物責任法（PL法）

<製造物責任法（PL法：Product Liability）は>

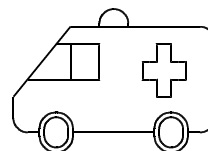
製品の欠陥により消費者が生命、身体、財産上の被害を被った場合に、
製造業者等の損害賠償の責任について定めた法律 …民法の特別法

製造業者等の責任追及

- ①欠陥の存在
- ②損害の発生
- ③因果関係

故意過失の
証明が不要

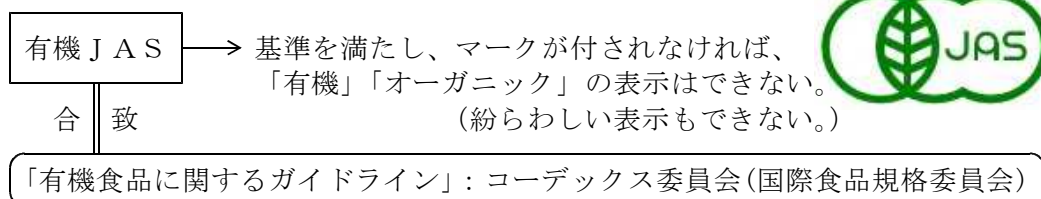
被害者の立証の負担軽減



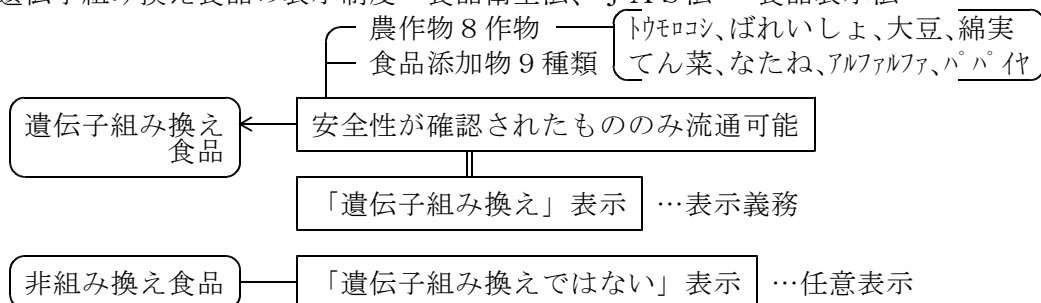
- ・製 造 物…製造または加工された動産
- ・欠 陥…製品が通常有すべき安全性を欠いていること
- ・製造業者等…製造物を業として製造、加工または輸入した者
製造業者としての氏名等の表示や
製造業者と誤認されるような氏名等の表示をした者
実質的に製造業者と認めることができる氏名等の表示をした者

(2) 安全な食生活と法制度 …食品表示については、食品表示法に一本化 (2015.4 施行)

●有機食品の検査認証・表示制度… J A S 法・食品表示法



●遺伝子組み換え食品の表示制度…~~食品衛生法、J A S 法~~ → 食品表示法



●賞味期限と消費期限

製造年月日表示
↓
法改正 (1995)

	賞味期限	消費期限
定義	期待されるすべての品質の保持が十分に可能である期限	腐敗その他の品質の劣化により、安全性を欠くおそれがない期間
意味	おいしく食べることができる期限	期限をすぎたら食べない方がよい
表示方法	賞味期限：3ヵ月超 → 「年月」 3ヵ月以内 → 「年月日」	「年月日」
対象食品	劣化が比較的遅いもの 例) スナック菓子、カップめん、缶詰など	劣化が速いもの 例) 弁当、生めん、サンドイッチなど

(3) 商品の計量に関する法令 (計量法)

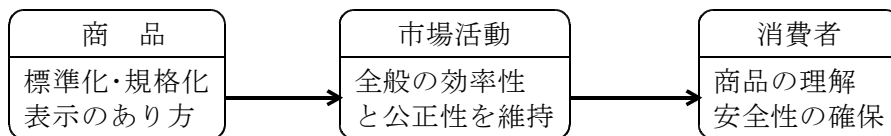
商品の計量に関して計量単位、適正な計量の実施、適正な計量管理の内容などを規定している。

- ①商品の計量は**法定計量単位**で …メートル、キログラム、グラム、リットルなど
②計量器は検定印のあるものを
③商品の計量は正確に …特定商品は、**量目公差**の範囲内で



(4) 商品の規格および品質表示に関する法規

●商品の標準化、規格化、商品表示のあり方



<標準化とは>

商品の生産・流通・消費・廃棄過程における規格の設定ならびに
その活用・普及を目指す組織的活動

●規格の目的：生産や消費生活の場面で、商品の品質をできるだけ、

①正確にばらつきなく、②効率的に、提供すること。

●標準品や規格品であることを示すマーク

- ・ **J I Sマーク**：日本工業規格（日本工業標準化法）
- ・ **J A Sマーク**：日本農林規格（農林物資の規格化及び品質表示の規格化に関する法律）
- ・ **特定J A Sマーク**：特別な生産・製造方法や特色ある品質を示すJ A Sマーク
- ・ **特定保険食品マーク**：健康増進法、食品衛生法
- ・ **P S－Eマーク**：電気用品安全法に基づく、所定の検査をした製品のマーク
- ・ **Eマーク**：自治体が推奨する、地域特産品認証マーク
- ・ **エコマーク**：環境へ配慮した生活を推進させることが目的
- ・ **ベータリビングマーク**：有料住宅部品認定制度による損害賠償
製品や施工による事故に備えた保険がつけられる。



J I Sマーク



J A Sマーク



特定J A Sマーク



特定保健食品マーク



P S－Eマーク
特定電気用品 特定電気用品以外



Eマーク



ベータリビングマーク

●家庭用品の品質表示…家庭用品品質表示法

対象：消費者がその購入に際して品質を識別することが困難で、
特に品質を識別する必要性の高いもの

家庭用品品質表示法による表示

電気掃除機 SC-220S型

吸込仕事率 200W

(真空度 1113 水柱 mm、風量 1.1 m³/毎分)

コードの長さ 5m 重量 3.9kg

使用上の注意

イ 電源はできるだけコンセントを使用してください。

ロ フィルターのほこりは早めに掃除してください。

ハ 水を吸わせないでください。

表示者 五洋電機株式会社

1-6 販売促進に関する法規：不当景品類および不当表示防止法（景品表示法） 独占禁止法

（1）不当景品類の規制

取引との関係	法律	告知	区 分	取引価格	景品類限度額	
					最高価格	総 額
付随する	景品表示法第3条	一般消費者告示	総付（べた付）	1000円未満	200円	
			景品付販売	1000円以上	取引価格の20%	
		懸賞 景品 告示	一般懸賞	5000円未満	取引価格の20倍	売上予定総額の2%
				5000円以上	10万円	
付随しない	独占禁止法	オープン懸賞告知	オープン懸賞	すべて	30万円	売上予定総額の3%

（2）不当な広告、表示の規制

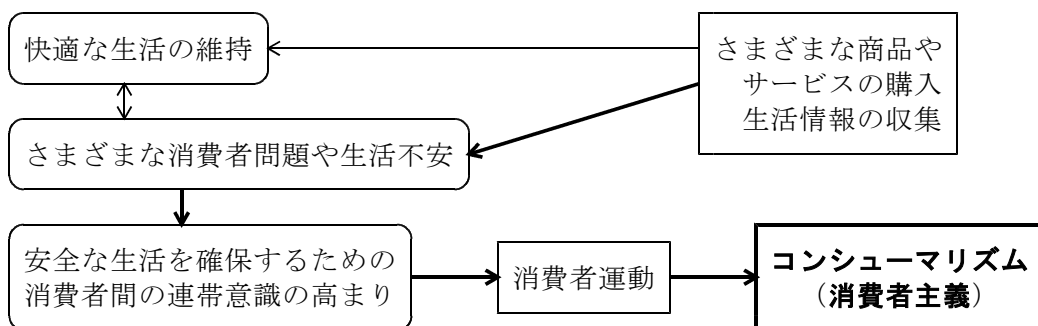
<不当表示とは>

事業者が顧客を誘引するための手段として、販売する商品やサービスの品質、規格、その他の内容や価格、数量、その他の取引条件について、事実と異なったり、実際のものより優れている、あるいは有利であると一般消費者に誤認されるような表示

- ①優良誤認表示 …品質、規格など
- ②有利誤認表示 …価格その他の取引条件
 - ③二重価格制度
- ・内閣総理大臣が指定する誤認表示 おとり広告など

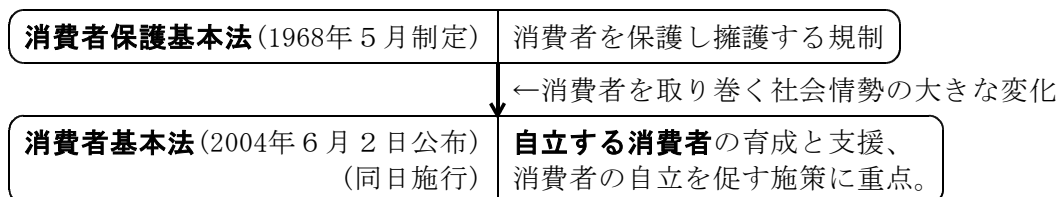
2 消費者基本法と個人情報保護法

2-1 コンシューマリズムの高まり

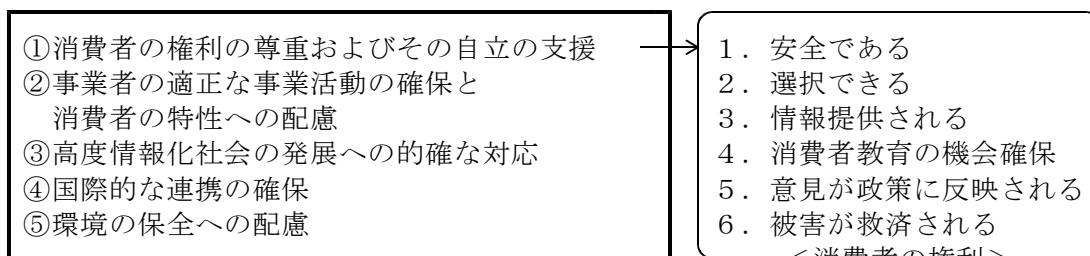


2-2 消費者基本法

(1) 成立の背景と目的



(2) 基本理念



(3) 事業者の責務

- ・配慮義務…消費者の安全、取引の公正・明快、平易な情報の提供など
- ・協力義務…苦情処理体制の整備と処理、国などの消費者政策

(4) 消費者の責務

- ・自主的かつ合理的に行動するよう努める…自ら進んで知識を取得、情報を収集
- ・消費者団体…消費者の信頼確保のための、または、
消費者被害の防止と救済等のための自主的な活動に努める

2-3 消費者教育の新たな課題

(1) 平易な商品表示や多様な商品知識

- ・複雑すぎて機能の評価が難しい商品
→正しく理解し選択するための商品情報の提供、
商品の機能や性能を分かりやすく解説した表示やマークの工夫
- ・食生活に関する安全性への関心の高まり
→店頭説明や表示、消費者教育（**有機食品の認定制度、遺伝子組み替え食品、消費期限と賞味期限、原産国表示**など）

(2) 生活の維持・管理能力

- ・IT革新による電子商取引に伴う消費者トラブルの防止や救済
- ・パソコンやインターネットなど電子情報媒体の活用
- ・最新の情報機器や家電製品を使いこなす技術や管理する能力
- ・使い終わった商品の廃棄への配慮
- ・経済的な負担の考慮 などの消費者教育が必要

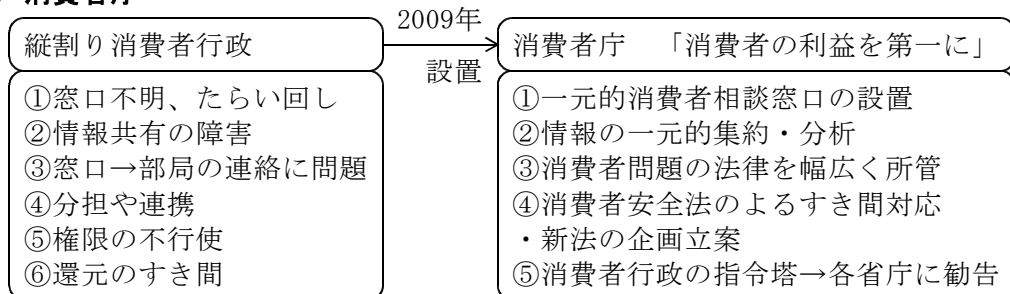
(3) 商品の売買契約

- ・消費者取引に関するトラブルの発生が増加
→契約者本人の自覚と学習、自己責任性の啓発が重要
(**クーリング・オフ制度**の仕組の理解など)
- ・高齢消費者への啓発活動や情報提供も重要

(4) 消費者信用

- ・クレジット・ローン問題や自己破産などの多重債務問題
→商品・サービス提供者側の丁寧な説明や利用の注意を明確にすることが不可欠

(5) 消費者庁



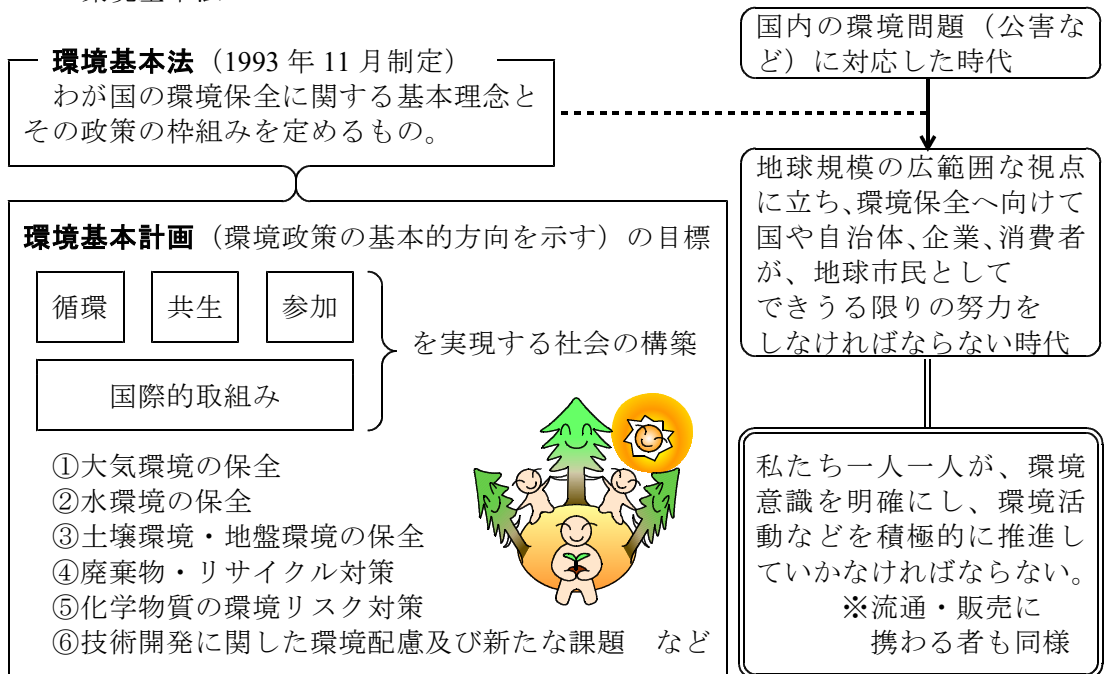
2-4 個人情報保護法

●個人情報保護法

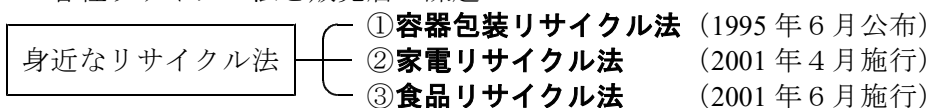


3 環境問題と消費生活

3-1 環境基本法

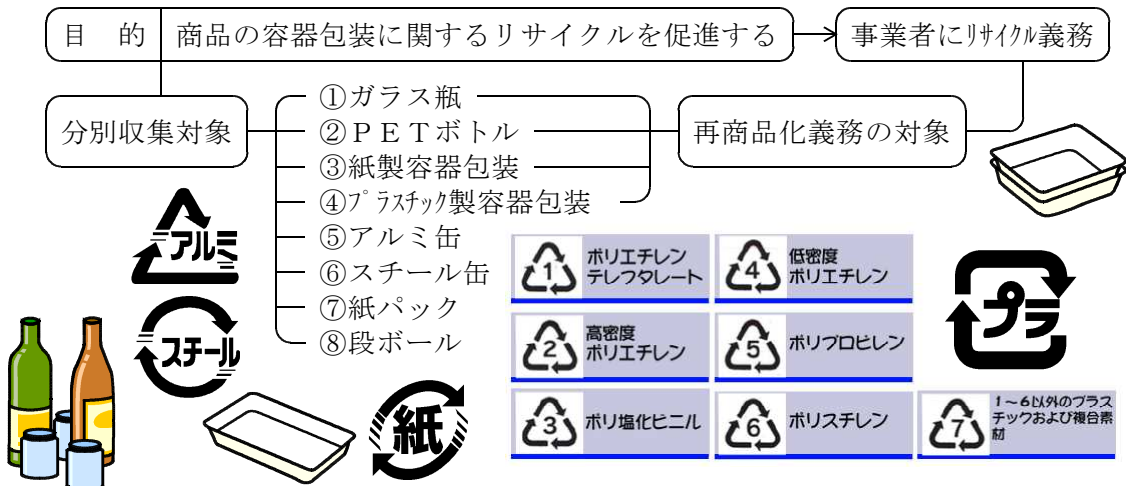


3-2 各種リサイクル法と販売店の課題

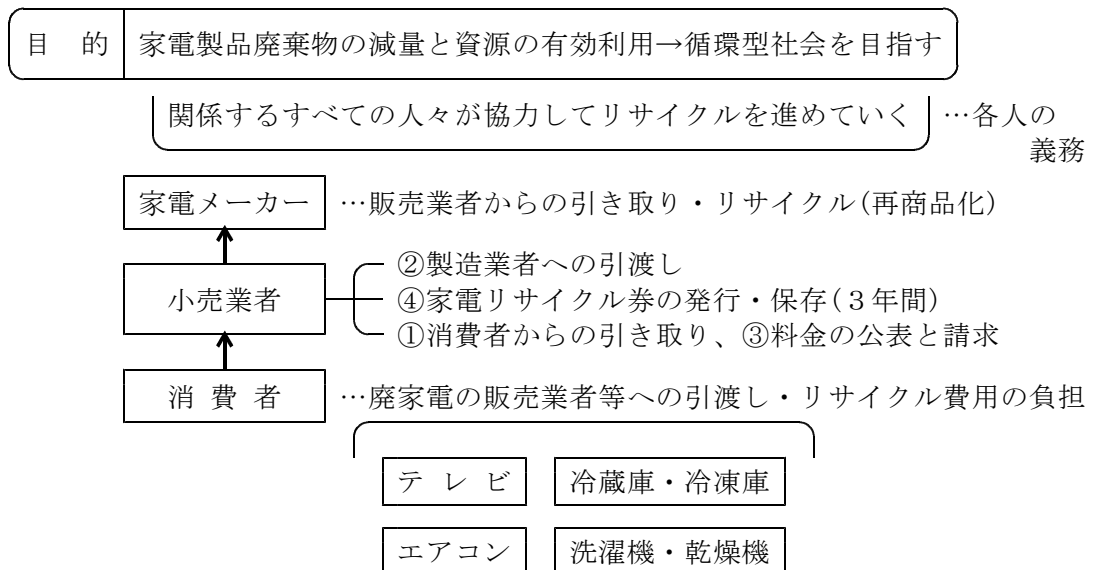


(1) 容器包装リサイクル法

（容器包装に係る分別収集および再商品化の促進等に関する法律）

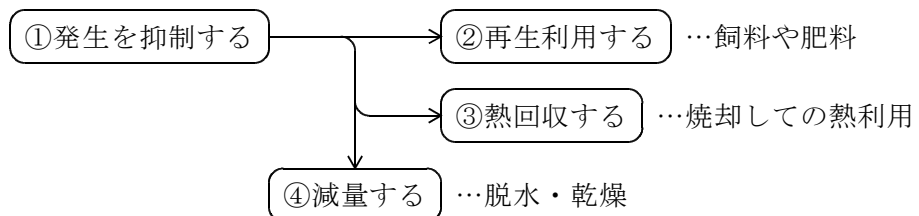


(2) 家電リサイクル法（特定家庭用機器再商品化法）



(3) 食品リサイクル法（食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律）

目 的	食品廃棄物の発生抑制、減量、再生利用→循環型社会を目指す
対 象	食品関連業者（製造業、加工業、卸売業、小売業、飲食店）



3-3 環境影響評価・環境関連事業の推進

(1) 環境影響評価などその他の法制度

●環境影響評価（環境アセスメント：1997年制定）

公害の発生や自然環境破壊の未然防止のため、
地域における大規模な開発には、
自然環境への影響を監視することを法律で義務づける

●預託払戻制度（デポジット・リファンド・システム）

ビール瓶の引取りの際にお金が戻ってくる制度

●環境税の検討

商品やサービスの取引価格に環境コストを上乗せする

(2) **エコマーク事業（環境ラベリング制度）**：（財）日本環境協会が推進

消費者が環境保全に役立つ商品を選択することで、
環境意識を鮮明にし、環境に配慮した消費活動を推進する事業

マークが付与される商品

- ①他の同様の商品と比較して、その商品の製造、使用、廃棄などによる環境負荷が相対的に少ないこと。
- ②その商品を使用することにより、他の原因から生ずる環境負荷を軽減することができるなど環境保全に寄与する効果が大いこと



(3) **グリーンマーク事業**：（財）古紙回収再製促進センターが推進

古紙の再製利用を通して、社会環境の緑化を推進し、
併せて古紙の回収・利用の促進に関わる啓発や普及活動



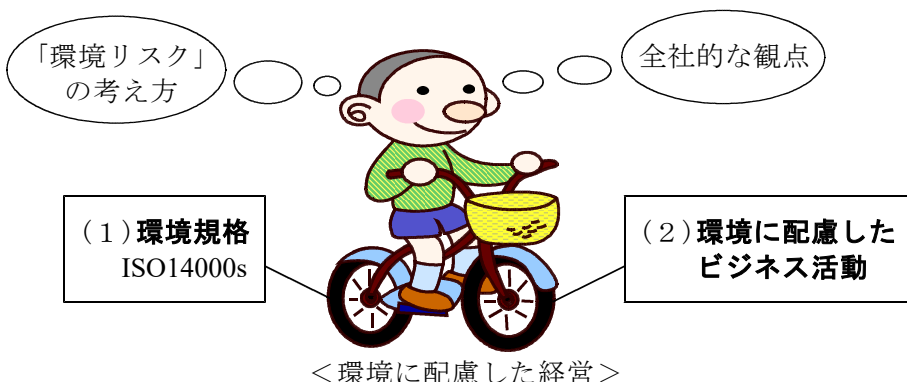
(4) **国際エネルギースタープログラム**：（財）省エネルギーセンターが推進

オフィス機器の国際的省エネルギー制度（任意登録）
→省エネ基準を満たす製品にロゴの使用が認められる



国際エネルギースターロゴ

3-4 環境規格とビジネス活動



(1) **環境規格**（「ISO14000シリーズ」；環境管理・監査の国際規格）

環境に配慮した企業活動の指針

…企業自らの自主的・積極的な環境配慮を示す有効な手段となる

- ・事業活動に伴う環境への負荷の把握
- ・環境に関する経営方針・目標の掲示
- ・実施にあたる組織の責任体制の明確化

環境報告書の発行（毎年）

(2) **環境に配慮したビジネス活動**

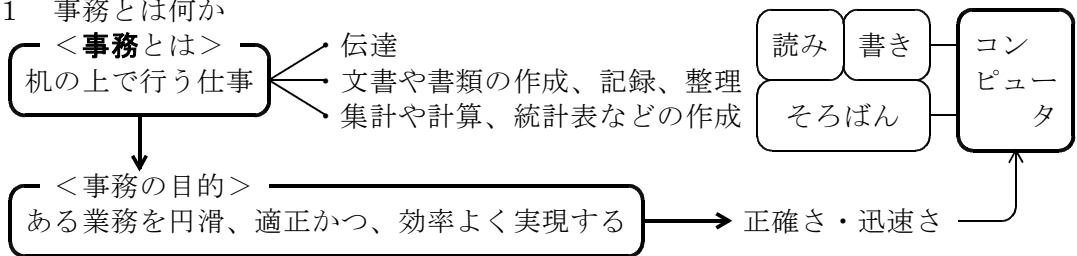
例)

- ・環境対応型商品の生産体制の強化
- ・環境に配慮した製品開発やパッケージ設計の積極的推進
- ・店舗で出る生ゴミからつくったコンポスト → 地域の農家に配布
- ・商店街でのきめ細かな環境対応活動 → 商店街の活性化 など

第3章 販売事務と計数管理の基本的知識

1 販売事務の基本

1-1 事務とは何か



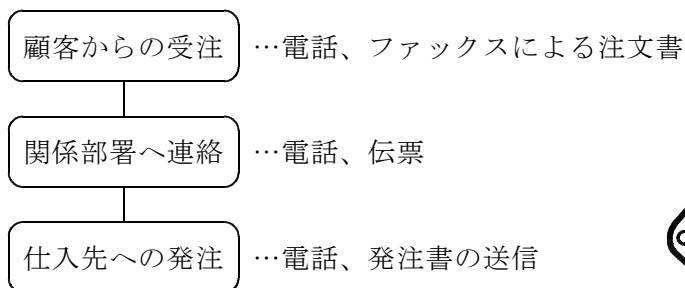
1-2 販売事務の意義と作業内容

(1) 販売事務の意義



(2) 販売事務の作業内容

①伝達



②文書類の作成、記録

事務の代表的な仕事＝**文書**を扱う



●文書作成上のポイント

- ・年月日、場所などを明確にする。
- ・用件は短く、簡潔、明瞭にする。
- ・文字や言葉は、「常用漢字」に従い、統一した表現にする。
- ・通常、商業文は「です」「ます」体を用いる。
- ・数字は明確に、位取りにも注意する。
- ・領収書などに記載する金額には、必ず数字の前に¥の記号を書く。
- ・間違ったときは、訂正箇所には赤で二重線を引いて訂正印を押し、正しいものをその下の余白に書き直す。

●伝票

<伝票とは>

取引内容などを簡潔に記載し、取引の記録と伝達を明らかにする紙片

・複写伝票によるワンライティング・システム

- ・統一伝票方式（流通システム開発センター）

「A様式」（百貨店向け）、「B様式」（チェーンストア向け）、「業際」

チェーンストア統一伝票(手書用)

仕入伝票 ①

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘

行	品名	商品コード	数量	引合	原単価	原価金額	売単価	売価金額	備考
1									
2									
3									
4									
5									
6									

㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘

①②③④自由使用欄

⑤伝票番号欄

⑥検収印欄

⑦社・店名欄

⑧社・店コード欄

⑨分類コード欄

⑩伝票区分欄

⑪年月日欄

⑫取引先コード欄

⑬取引先名欄

⑭品名欄

⑮商品コード欄

⑯数量欄

⑰引合欄

⑱原単価欄

⑲原価金額欄

⑳売単価欄

㉑備考(売価金額)欄

㉒F欄

㉓G欄

㉔E欄

㉕原価金額合計欄

㉖売価金額合計欄

㉗訂正後原価金額合計欄

㉘訂正後売価金額合計欄

③整理、計算、集計

できるだけ早く + 正確性 → 照合の重要性

●照合作業でのチェック事項

- ・記入漏れ、誤記がないかを確かめる。
- ・文字・数字に判別がむずかしいもの、不明瞭なものはないかを調べる。
- ・起票日付(年月日)が記載されていることを確かめる。
- ・余白に斜線が引かれていることを確かめる。

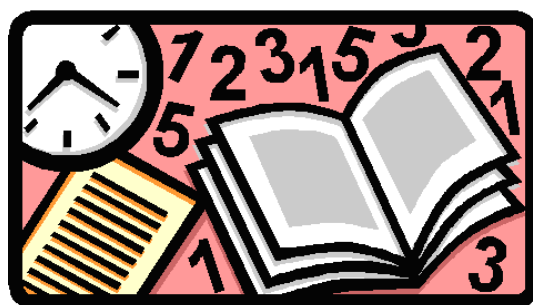
④保存、管理

- ・取り扱いやすい状態を保つこと
- ・紛失しないこと

- 一時保管…事務作業の処理進行過程中的の暫定的、一時的な保管
- 最終保管…事務作業が完結後の保存期限までの保管

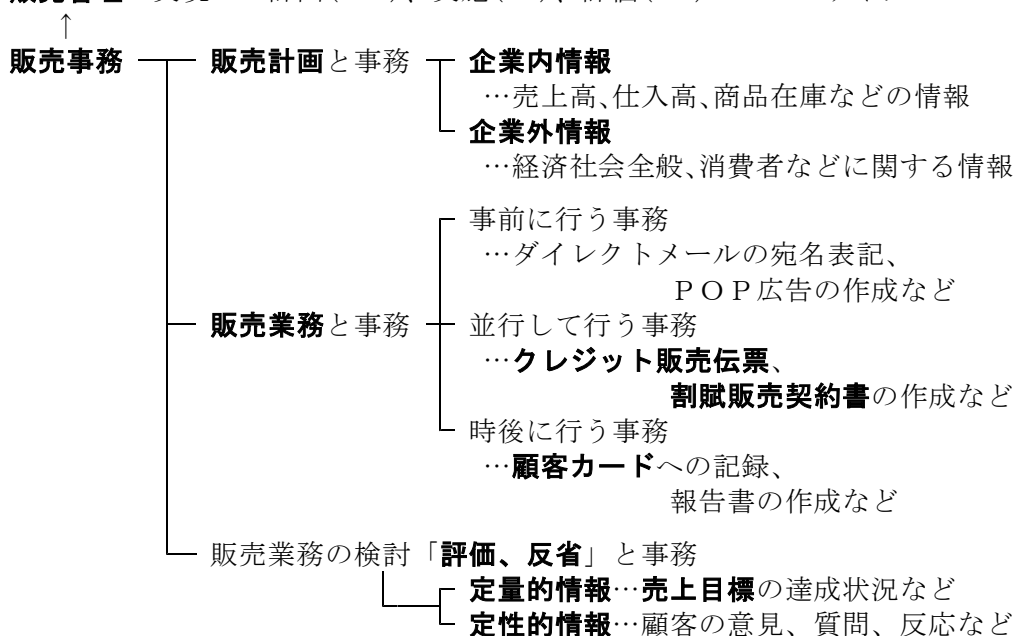
(3) 販売事務処理の4原則

- ヨク 正確な処理
- ハヤク 迅速な処理
- ヤスク 効率的な処理
- ラクニ 単純・簡単な処理



1-3 販売管理に伴う事務の役割とその内容

良い**販売管理**の実現……計画(Plan)、実施(Do)、評価(See) = P D S サイクル



●店舗でのその他の各種事務

- ・人事労務関係：出勤簿、タイムカード、遅刻早退届、欠勤休勤届、旅費精算など
- ・仕入事務関係：再発注書、受入商品検収書など

2 計数管理の基本

2-1 小売経営における計数管理の必要性

(1) 計数管理の2つの意味

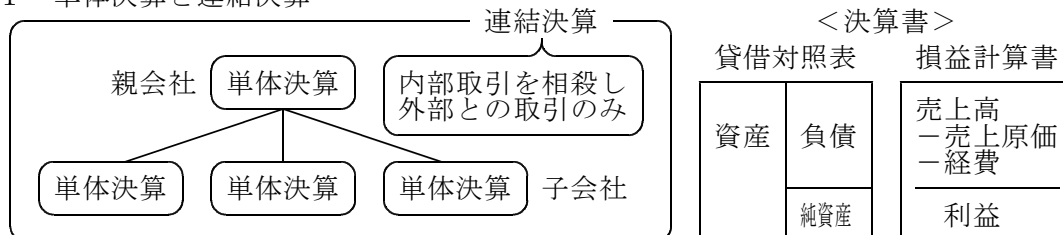
- 日々、直面する最適化への対応…よい売場や売り方を探り実行するため
- 経費増加に伴う効率的経営の必要性…ムダな経費を抑えていくため

(2) 利益獲得のフロー

総売上高（＝あるべき売上高）				
売上総利益（＝粗利益）			売上原価	ロス（品減り）額
店舗調整可能利益		調整可能費用	………	人件費 販売促進費 什器・備品費 包装費 在庫金利 水道光熱費
店舗営業利益	営業費用	{ 家賃 本部等の費用負担分		
店舗純利益	本部費用		…チェーンストアの本部スタッフ各部の費用	

3 販売に求められる決算データ

3-1 単体決算と連結決算



3-2 損益計算書における利益などの種類

損益計算書	
売上高	…営業収益：売上高のほかその他の営業収入も含む
－) 売上原価	事業規模を表す最もわかりやすい指標
売上総利益	
－) 販売費・一般管理費	…人件費、地代家賃、広告宣伝費、運送費、販売促進費
営業利益	…「本業によってどれだけ儲けたか」 など
＋) 営業外収益	…受取利息、受取配当金など
－) 営業外費用	…支払利息、為替差損、有価証券売却損など
経常利益	
＋) 特別利益	…不動産売却益など、臨時的、突発的な利益
－) 特別損失	…不動産の売却・除却損など、臨時的、突発的な損失
税引前当期純利益	…「スポット的な損益を加味しての利益」

減収時の経営圧迫要因

- ・ 変動費…売上高の増減に応じて変動する費用
- ・ 固定費…売上高に関係なくほぼ一定の費用
 - ↳ 正規社員の人件費、家賃など

3-3 売買損益の計算法

●売上総利益の算出

純仕入高 (C)	売上原価 (E)
期首商品 棚卸高 (B)	期末商品 棚卸高 (D)

売上総利益 (F)
(E)

↑ 純
売
上
高
(A)
↓

$$F = A - E$$

$$E = B + C - D$$

$$(B + C = D + E)$$

<計算例>

A	総売上高	100	108
	売上戻り値引高	—	8
B	期首商品棚卸高	50	50
C	総仕入高	70	75
	仕入戻り値引高	—	5
D	期末商品棚卸高	40	40
E	売上原価	80	80
F	売上総利益	20	20

純売上高 = 総売上高 - (売上戻り高 + 売上値引)

純仕入高 = 総仕入高 - (仕入戻り高 + 仕入値引) + 仕入諸掛り



(例題1) 次のア～オを計算しなさい。

(単位：千円)

	第1期	第2期	第3期
純売上高	70,000	62,000	[エ]
期首商品棚卸高	[ア]	12,000	14,000
純仕入高	65,000	[イ]	77,000
期末商品棚卸高	12,000	14,000	16,000
売上原価	63,000	53,000	[オ]
売上総利益	7,000	[ウ]	5,000

(例題2) 今期の総仕入高が 22,000 千円、仕入戻り高・仕入値引が 2,000 千円、
期首商品棚卸高が 6,000 千円、期末商品棚卸高が 5,000 千円、
総売上高が 30,000 千円、売上戻り高・売上値引が 1,000 千円であった。
次を求めなさい。

ア 純仕入高 イ 売上原価 ウ 純売上高 エ 売上総利益

<参考> 売上高 - 売上原価の呼び方について

売上総利益 ≡ 粗利益 (荒利益) ≡ 売買差益

厳密ではないが、次のような使い分けをすることもある

- ・ 売上総利益…会計期間中の合計値を示す会計用語
- ・ 粗利益…日常の利益計算で使われる用語
- ・ 売買差益…ある商品についての買値と売値の差額

例題1 解答： 10,000 55,000 9,000 80,000 75,000

例題2 解答： 20,000 21,000 29,000 8,000

第4章 売場の人間関係

1 売場の人間関係のあり方

1-1 人間関係の重要性 1-2 売場の人間関係の意義

- ・店舗や売場で働く
 - 顧客：満足に買物をしてもらうように対応する
 - 他の従業員：人間関係に配慮する

人間関係の基本

- 相互理解**：相手を思いやり、お互いが相手を理解する
- 相互信頼**：約束を守る、ウソをつかない、誠実に対応する

●人間関係を支配する要素

●一般的要素	>>売場の特性>>	●売場に固有な要素
①警戒心 ②感情 ③利害 ④性格 ⑤偏見や先入観	①明確な目的を持った集団 ②構成員は選べない ③分業体制で業務を遂行 ④就業規則、業務規則の遵守	①責任感 ②自己管理能力 ③思いやりの気持ち ④コミュニケーション能力 ⑤ルールやマナーを守る能力

●売場に固有な要素

- ①**責任感**……………自分の仕事を責任をもって果たすこと
- ②**自己管理能力**……………感情と健康の両面を上手に管理すること
- ③**思いやりの気持ち**……………相手の立場に立って考えること
- ④**コミュニケーション能力**……チームワークや仕事上の報告連絡、相互理解に必要
- ⑤**ルールやマナーを守る能力**…職場チームの一員として規則や規律、挨拶など

●良好な人間関係を築くための留意点

- ①人の気持ちを理解する力をつける。
- ②先入観を持たずに接する。
- ③相互理解を進める。
- ④感情を抑制する。
- ⑤意見や利害の対立を調整する。
- ⑥人に迷惑をかけないようにする。
- ⑦集団の一員としてチームワークを大切にする。
- ⑧思いやり、親しみの気持ちで接する。



良好な人間関係がもたらす効果

- ①円滑な業務遂行
- ②仕事上の知識や技術等の習得
- ③不安や不満の軽減
- ④勤労意欲の維持、向上

2 コミュニケーションの基本

2-1 人間関係とコミュニケーション

●コミュニケーションの必要性

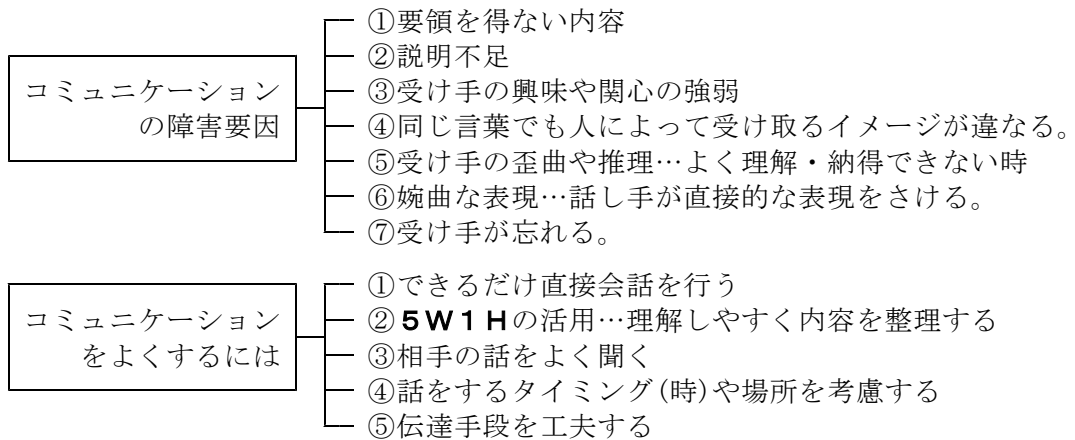
＜コミュニケーションとは＞

目的を持って、自分の意思を相手に伝えるために、
何らかの手段を通して表現し、
相手とそれを共有しようとするプロセス

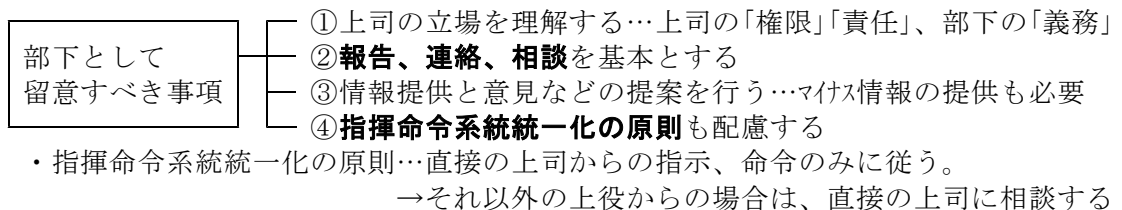


※意思疎通を図る最も有効な手段ではあるが、万能ではない。

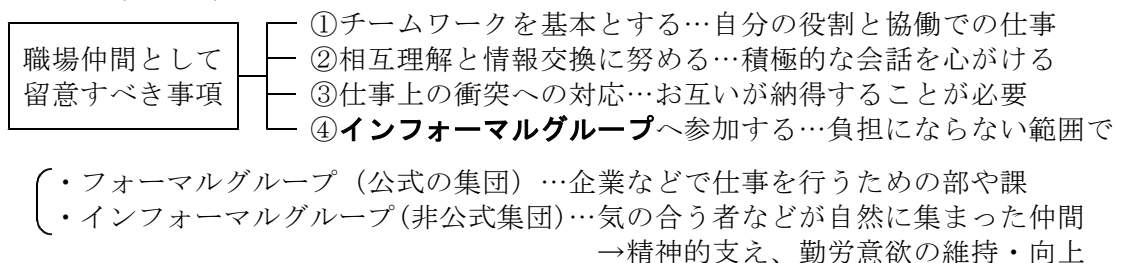
※特に、感情や気持ちがうまく伝わるためには、コミュニケーション能力が必要



2-2 上司への対応とコミュニケーション



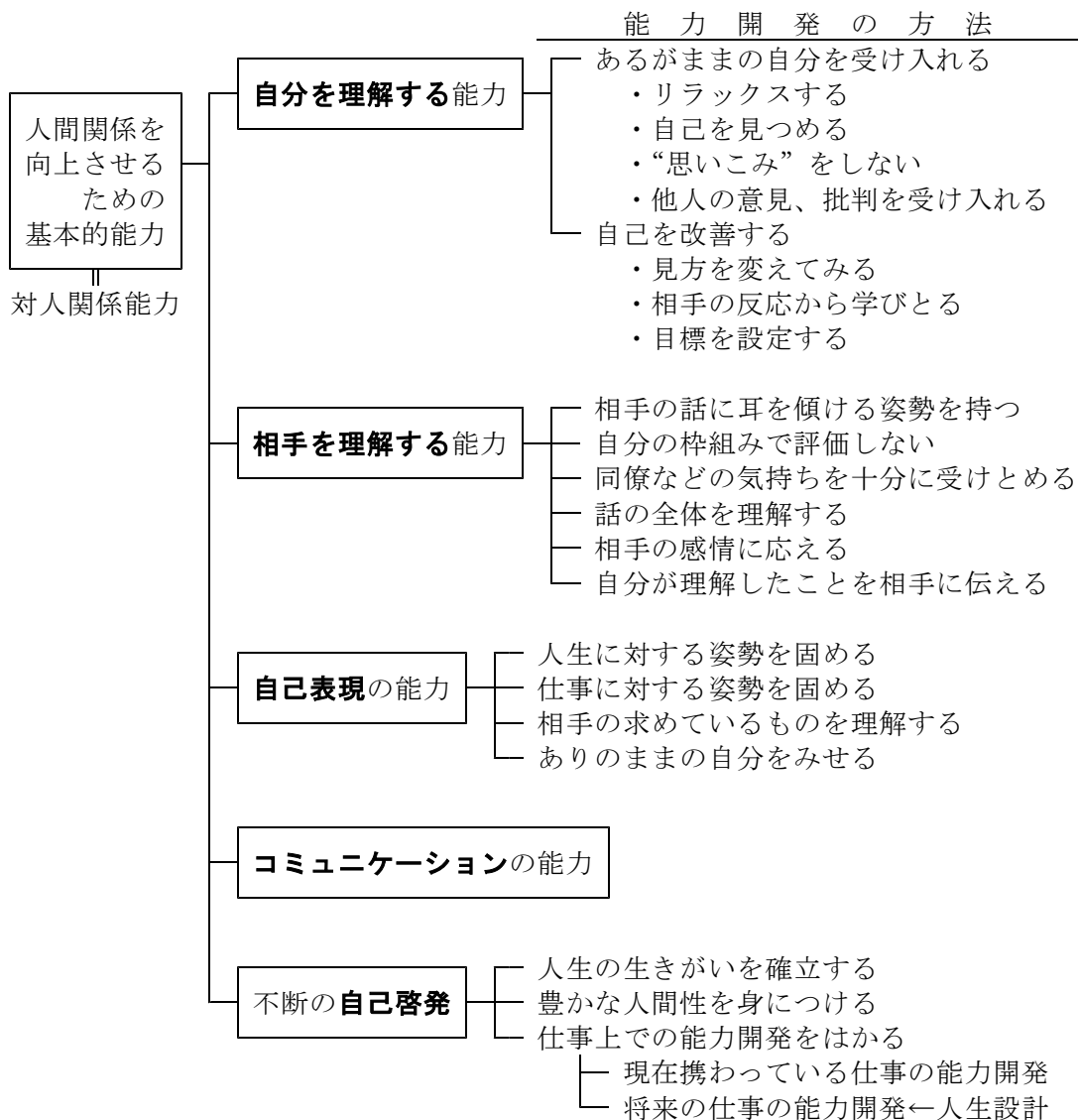
2-3 同僚への対応とコミュニケーション



2-4 パートタイマーへの対応とコミュニケーション

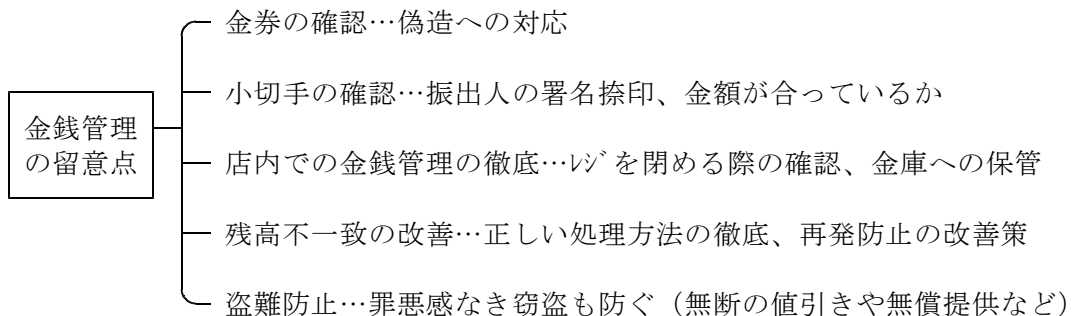
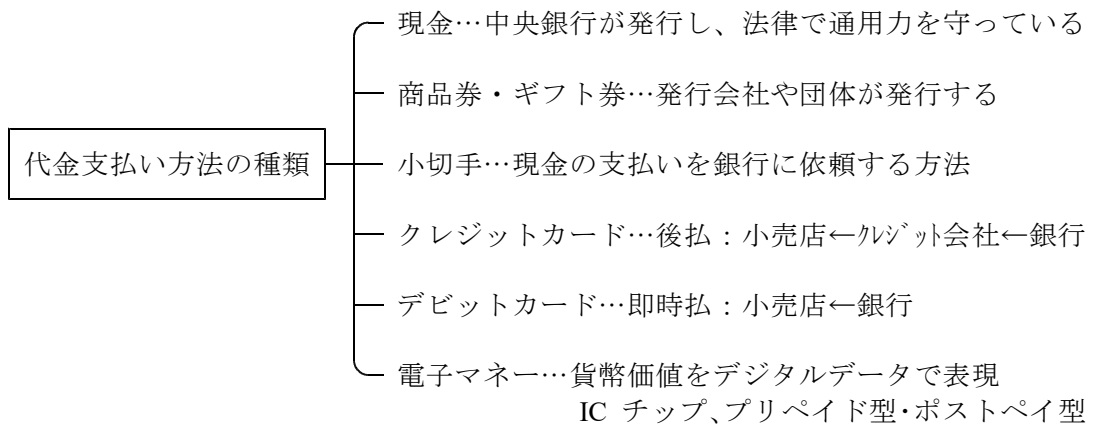
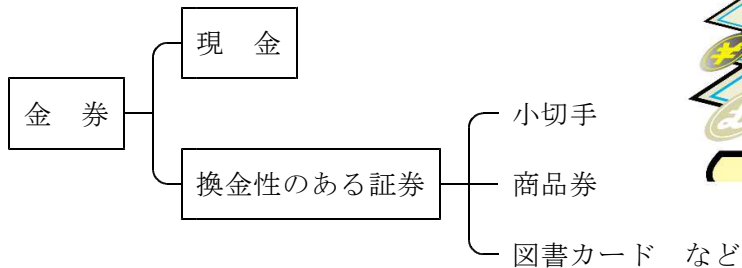
→同じ職場の同僚として接することが基本

3 人間関係向上のための能力開発



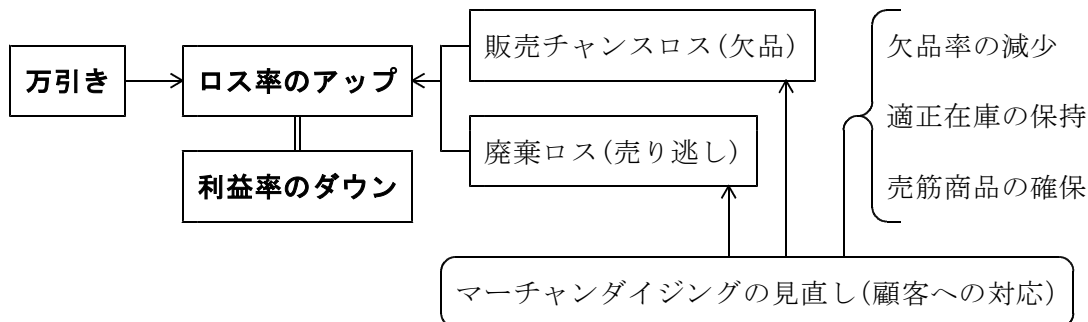
第5章 店舗管理の基本的役割

1 金券類の扱いと金銭管理の基本知識

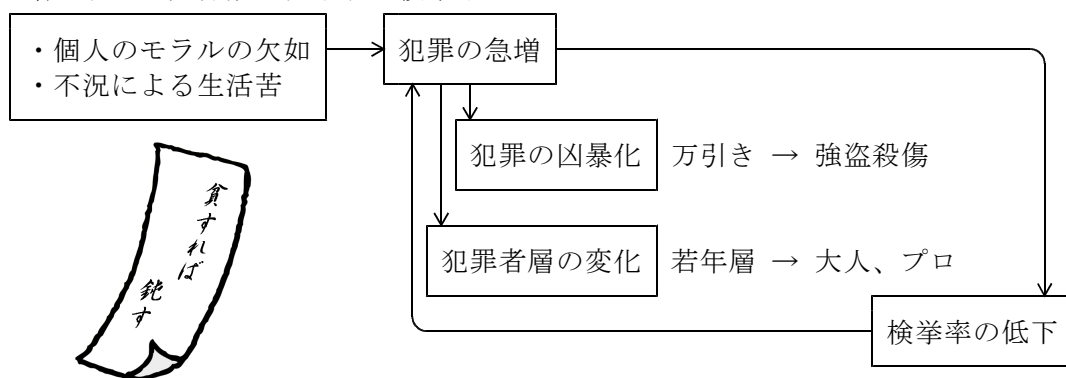


2 万引き防止対策の基本知識

●万引き → (ロス率アップ=利益率ダウン) …**ロス・マネジメント**の課題の1つ

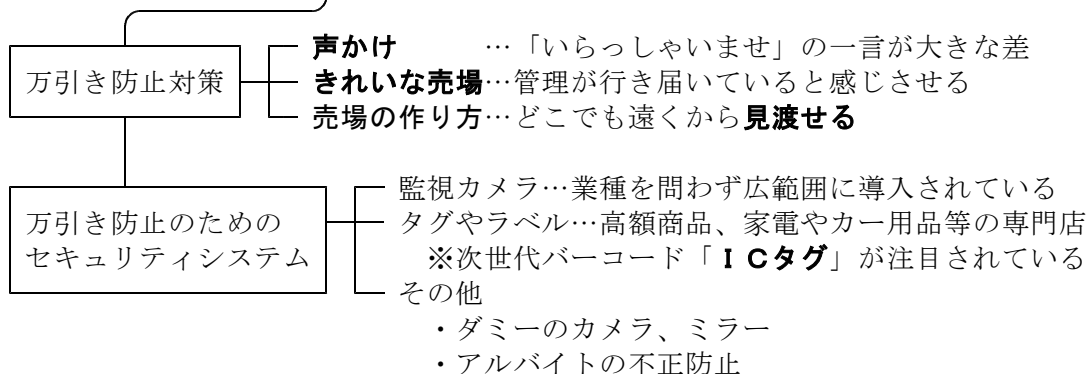


●増大する犯罪件数と低下する検挙率



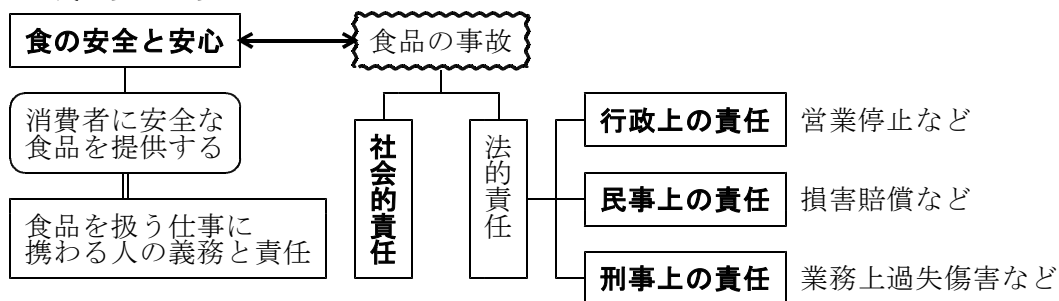
●万引きの例 → 万引き防止対策 → 万引き防止セキュリティシステム

万引きされやすい商品	万引きされやすい店舗
・サイズが小さい商品 ・高額な商品	セルフサービス店 ・ドラッグストア ・ホームセンター…外売場 ・書店…情報窃盗も問題化

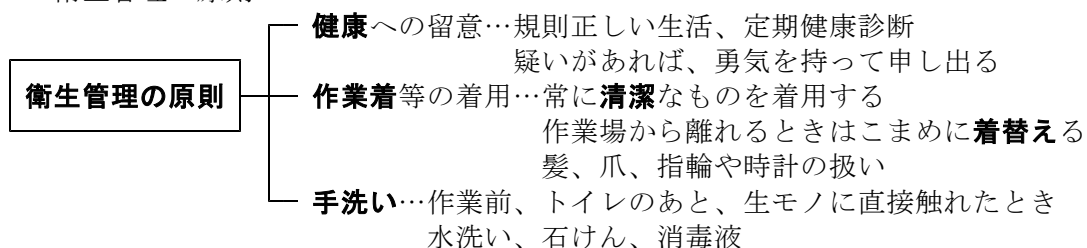


3 衛生管理の基本知識

3-1 食の安全と安心

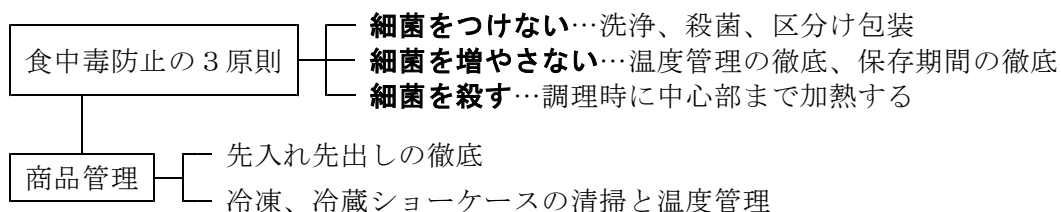


3-2 衛生管理の原則



※してはならないこと：顔や髪の毛にさわると、鼻をこする、タバコを吸う
たんやツバを吐く、マスクなしで咳やくしゃみをする
前掛けで手を拭く、マスクを手で直す、不用意なおしゃべり

3-3 食中毒防止の3原則と商品管理



3-4 HACCPによる衛生管理

<HACCPとは>

アメリカのNASAが宇宙食のために培った加工食品の**衛生管理のためのシステム**。

Hazard Analysis Critical Control Point evaluation : 危険分析重要管理点

食品の安全性について危害を予測し、その危害を管理することができる工程を重要管理点として特定し、工程全般を通じて食中毒などによる危害の発生を予防し、製品の安全確保をはかるもの

①原材料の生産～製品の消費のすべての工程において食の安全を損なうおそれのある原因を明らかにする
→**危害を取り除く方法**を決定する

微生物、化学物質、異物

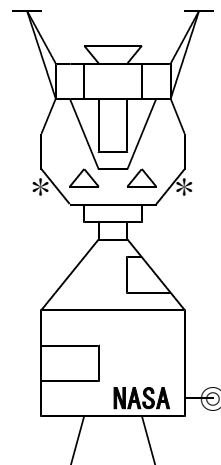
②明らかにした危害の中から、食中毒の発生を防止する上できわめて**重要な管理点**を決定

③管理点ごと適正管理のために**守るべき基準**を規定する

④基準の遵守の**モニタリング方法**や基準はずれのときの**対応方法**を決める

⑤標準作業手順書 // 文書化

⑥モニタリングの結果などの記録・保存
//
HACCPに基づき安全に製造された証拠



3-5 JAS法などの基準 → 食品表示法に移行 (2015. 4. 1～)

● JAS法（農林物質の規格化及び品質表示の規格化に関する法律）による基準

- ・生鮮食品の品質表示基準…原産地表示、解凍・養殖した水産物の表示
- ・加工食品の品質表示基準…輸入品は、輸入業者と原産国名の表示が必要
- ・有機農産物の表示…第三者機関の認証が必要、JAS規格に合格しないと表示不可
- ・遺伝子組換え食品の表示…遺伝子組換え農産物と、それを使用した食品に必要

●食品の日付表示

製造年月日表示

1995年

消費期限表示

…劣化が速い食品

賞味期限表示

…劣化の比較的緩慢な食品

●トレーサビリティ (traceability)

<トレーサビリティとは>

製造から消費に至るまでの**生産履歴の開示**

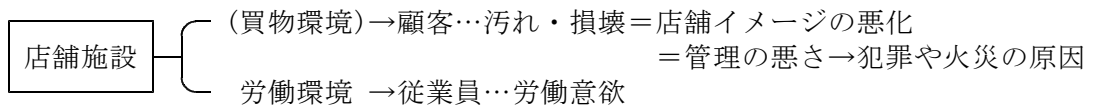
食品の移動経路の把握

→食品事故等への迅速な対応

※牛肉業界では、BSE対策などのため、生産・物流履歴の開示が義務づけられている。

4 店舗施設の保守・管理

●店舗施設に求められる機能



●店舗施設の機能と保守管理

