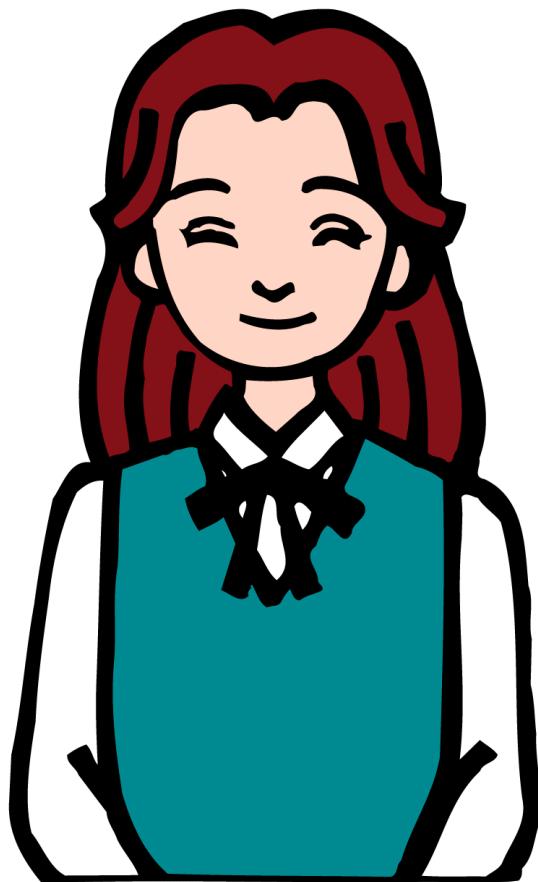


③ストアオペレーション



「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

1章 1 ストアオペレーション・サイクル

1章 6 ミーティング

(ミーティング)

1章 4 メンテナンス業務

(売場メンテナンス)

(開店準備)

(商品業務)

(販売業務)

(閉店準備)

1章 2 開店準備

1章 3 日常の運営業務

1章 5 チェックアウト業務

接客販売（人的販売）

第3章 ディスプレイの基本

3章 1 目的と役割

3章 2 基本的パターン

3章 3 ファッション陳列

第2章 包装技術の基本

2章 1 意義と目的

2章 2 種類と方法

2章 3 ひも、リボン

2章 4 和式進物包装

第4章 作業割当の基本

4章 1 ワークスケジューリングの重要性

4章 3 作業スケジューリングの活用方法

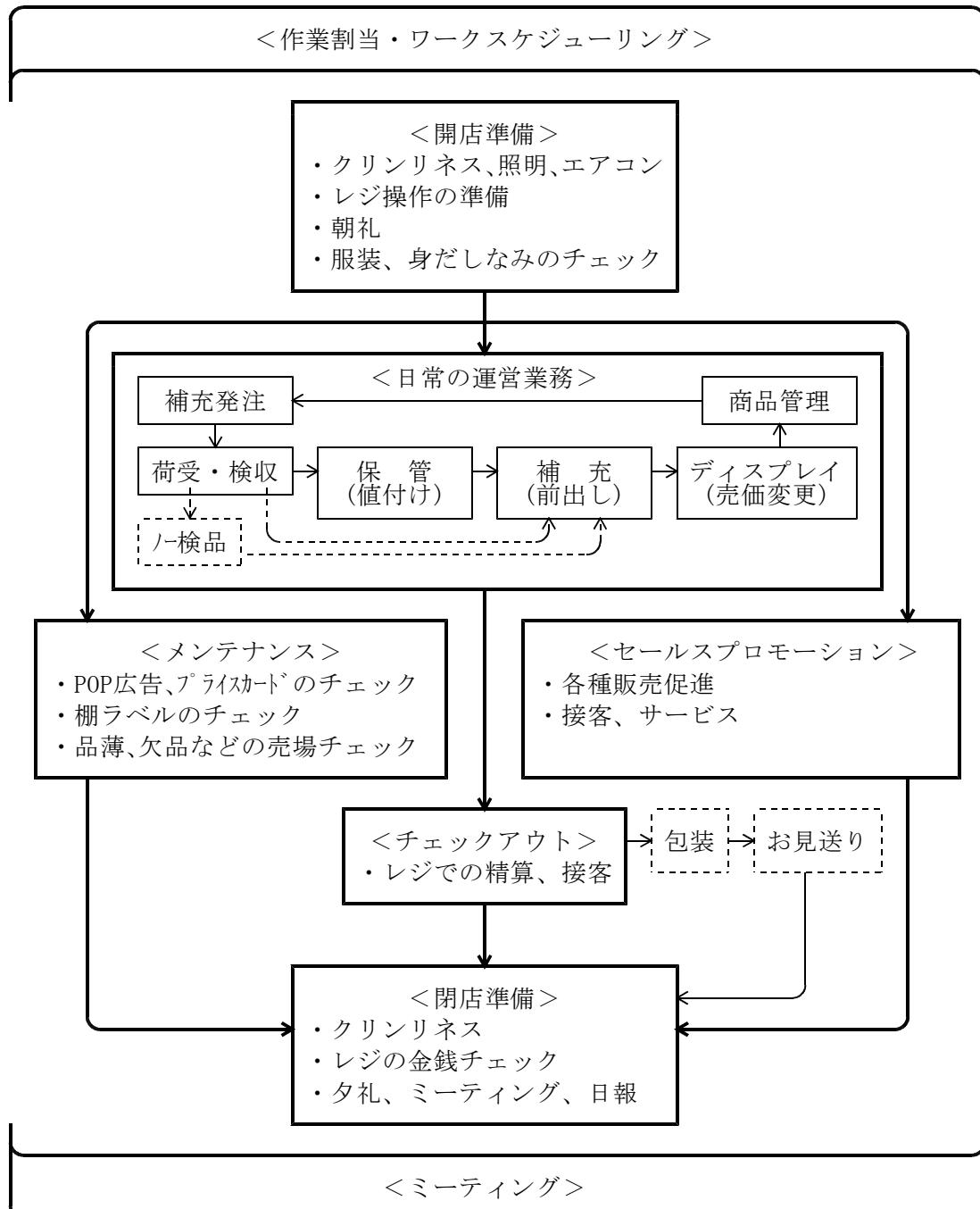
4章 2 パートタイマー

・アルバイトの活用方法

第1章 ストアオペレーションの基本

1 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 クリンリネス

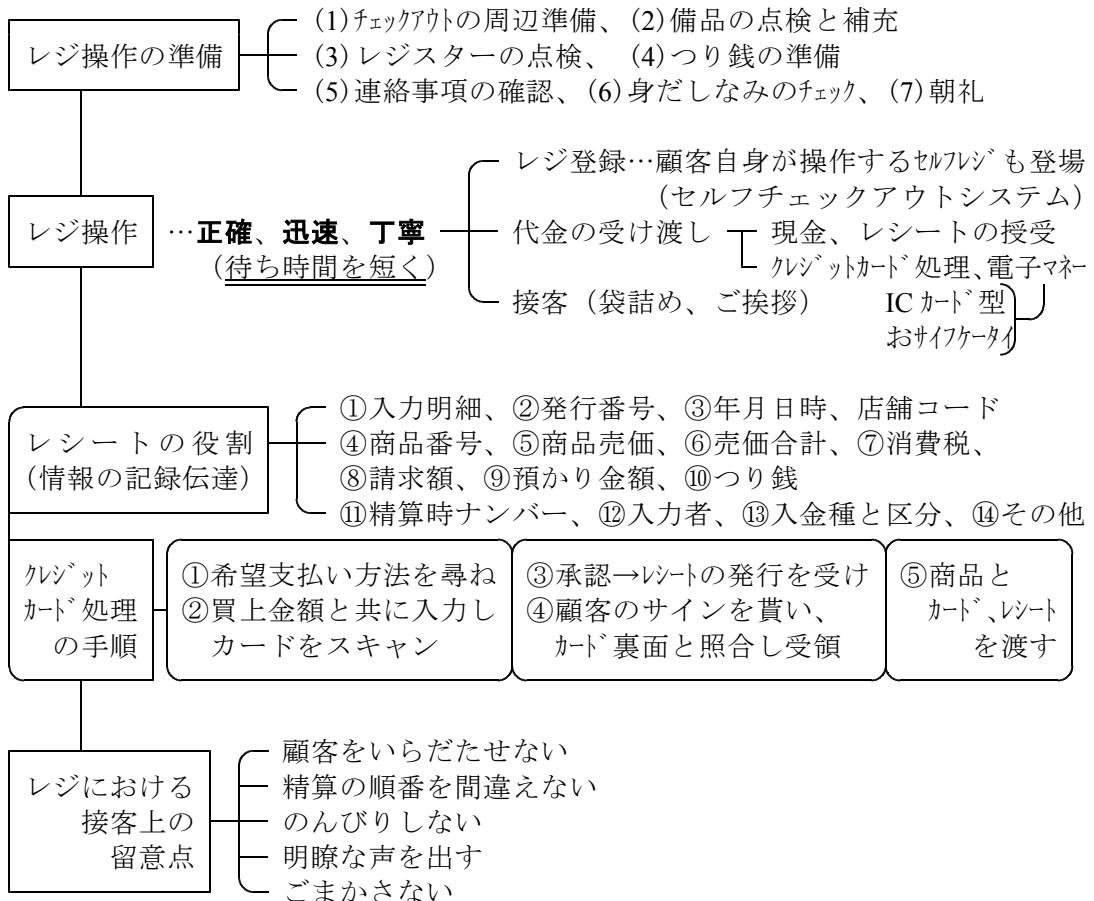
3 S 

整理…乱れた商品をルールどおりにきちんとした状態に戻す
整頓…あらかじめ決めた保管場所に正しい状態で戻す
清掃…拾う、掃く、拭く、磨くといった作業の繰り返し、見た目と衛生面

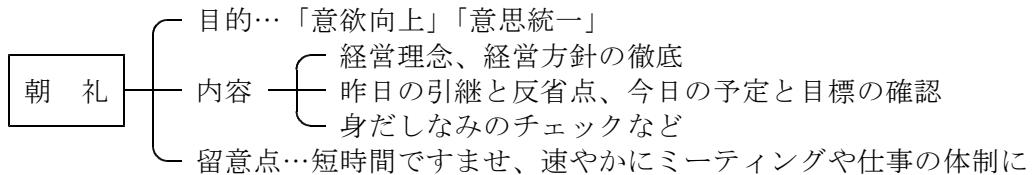
- ・清掃場所を区分し、時間を決めて必ず実施する。
- ・汚れやほこり、ゴミをみつけたら、速やかにその場で清掃する。
- ・清掃中に顧客が近づいてきたときは、手を止めて挨拶する。

店舗周辺	…顧客を迎える最初の場所、顧客の第一印象が決まる
店 内	…特に入口マットと床の汚れ、壁、柱、POP等の汚れ、破れにも注意
バックヤード	…家庭の台所にあたる場所であり、常に清潔に保つルールが必要

2-2 レジ操作の準備



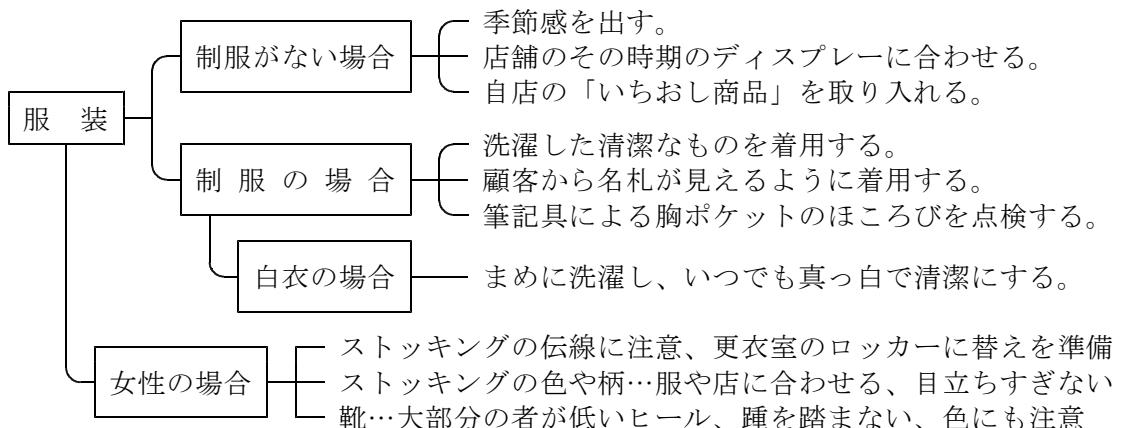
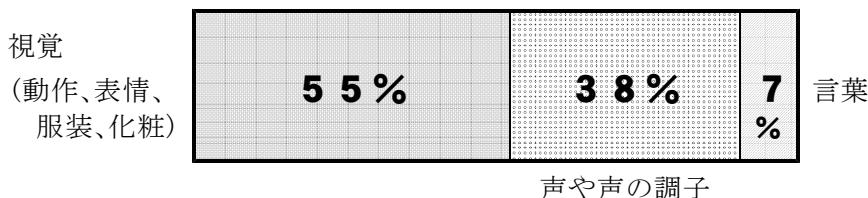
2-3 朝礼



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

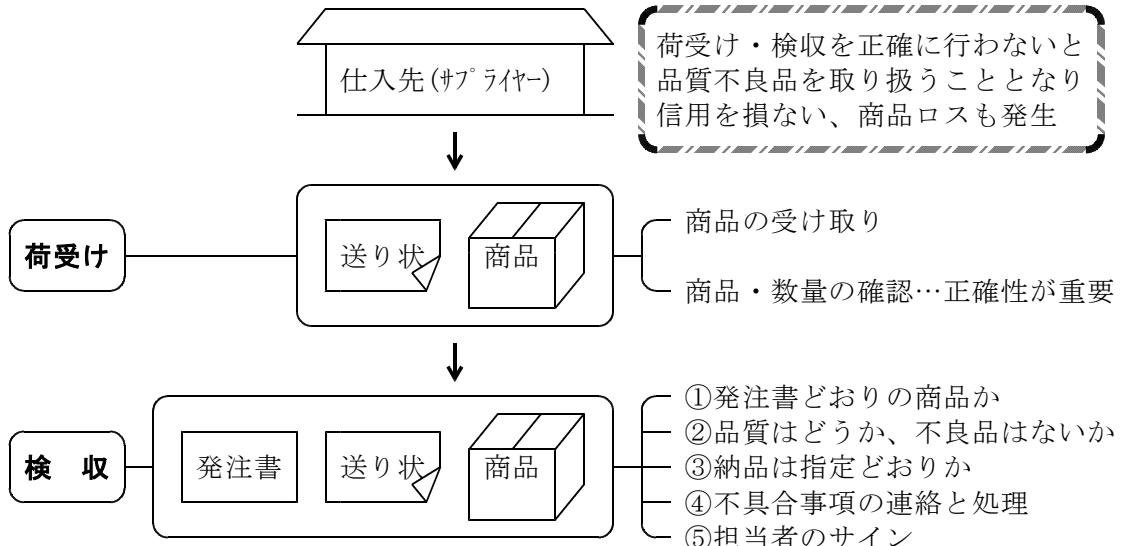


●身だしなみ

- | | |
|---|---|
| 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 日常の運営業務

3-1 荷受け・検収の基本知識



3-2 保管と商品への値付け（値札ラベルの貼付）

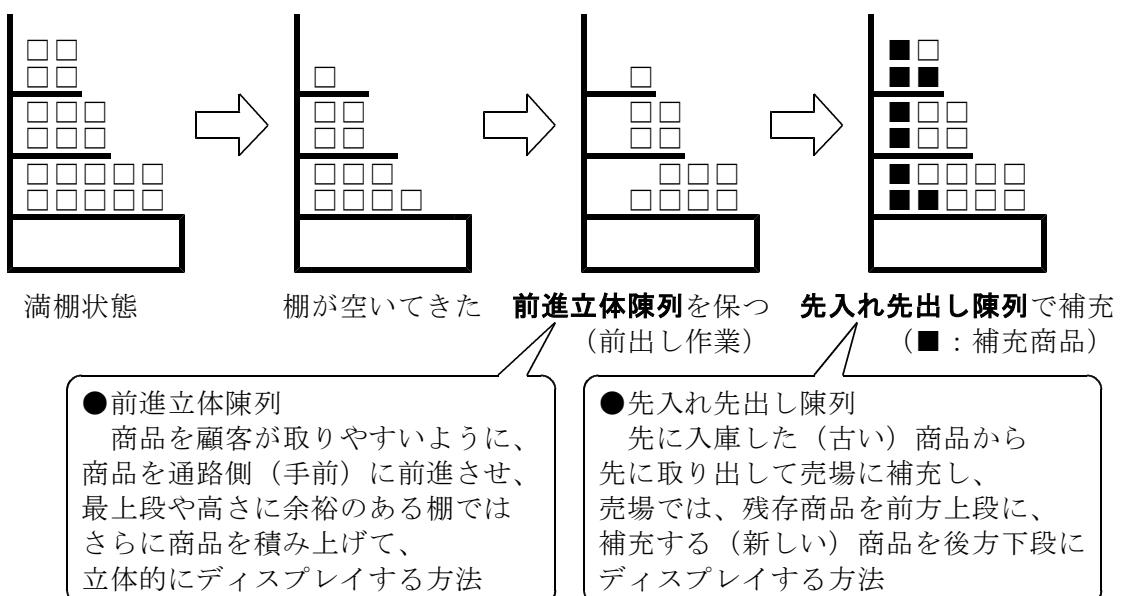
POSシステム導入後も、バラ陳列などには必要

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

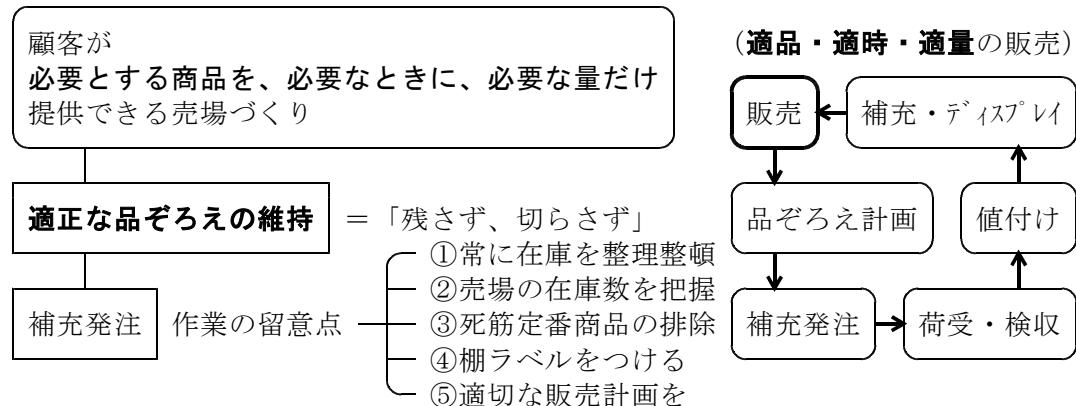
3-3 補充（リセット）の基本知識

＜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

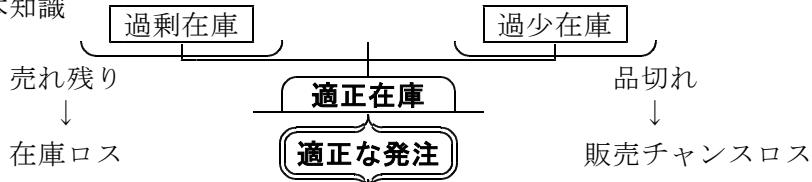


3-4 補充発注



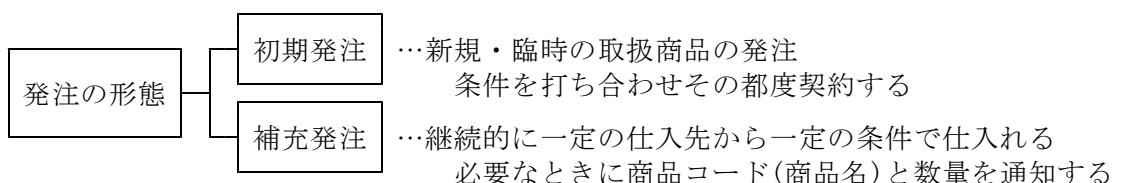
3-5 発注システム (EOS, EDI)

(1) 発注の基本知識

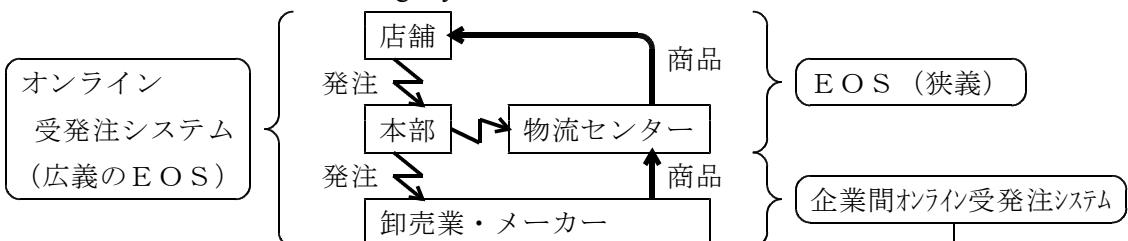


<留意点>

- 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」

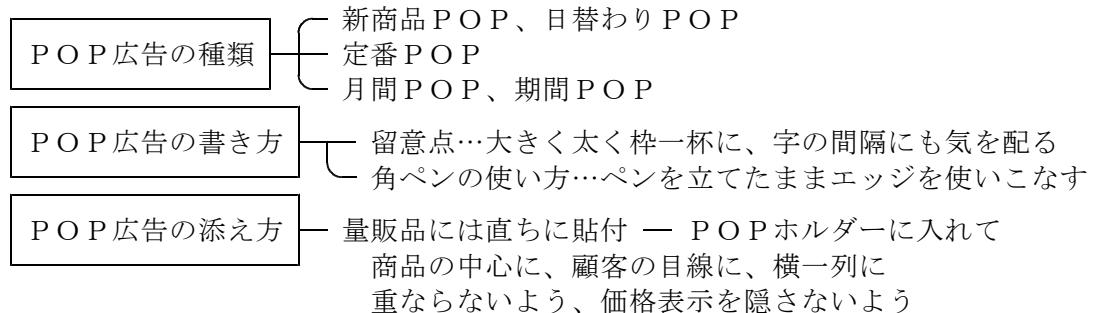
異なる企業や組織間で情報をやりとりするための情報通信基盤(標準仕様)

→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

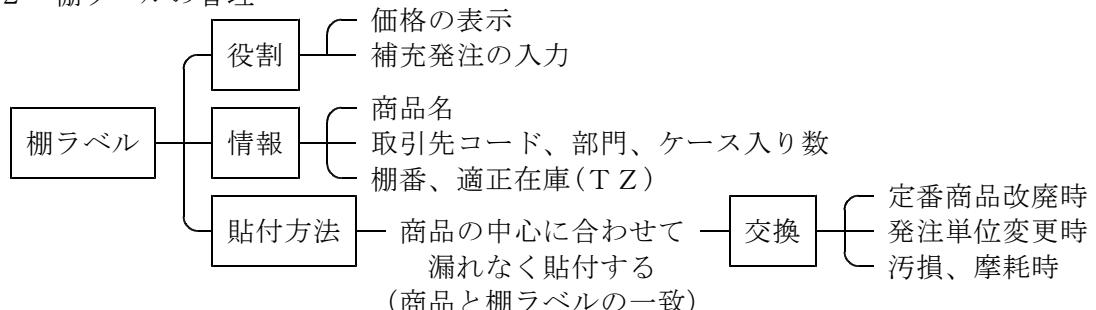
→取引に係る事務的作業等の合理化

4 メンテナンス業務

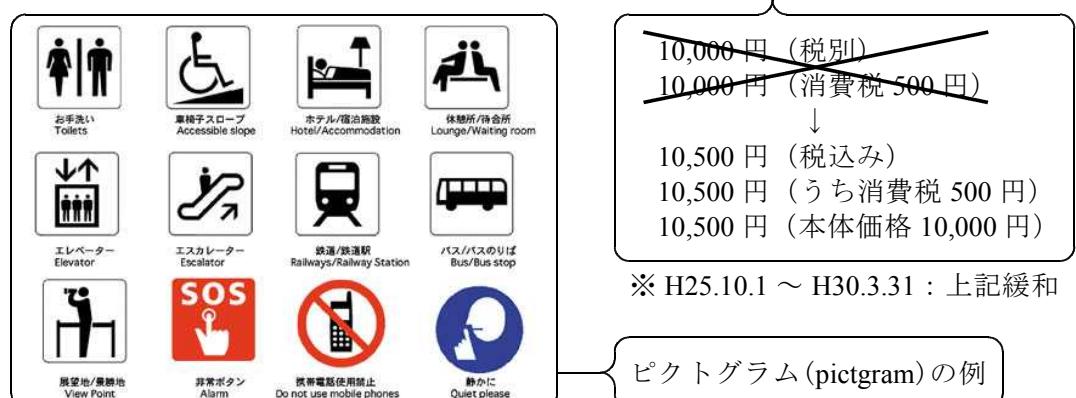
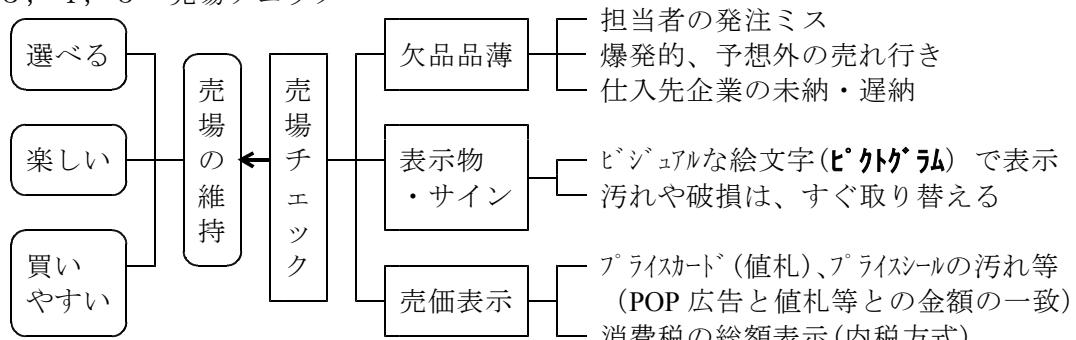
4-1 POP広告のチェック



4-2 棚ラベルの管理

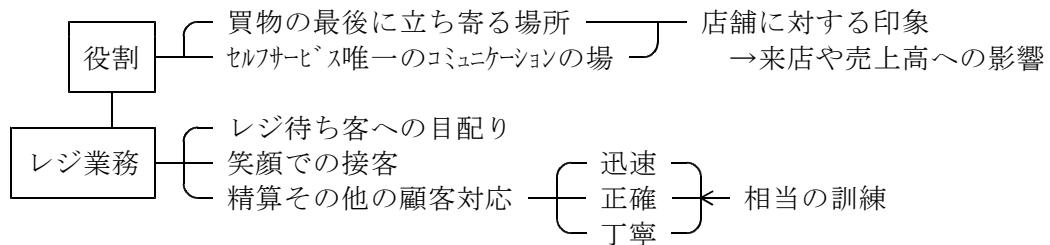


4-3, 4, 5 売場チェック

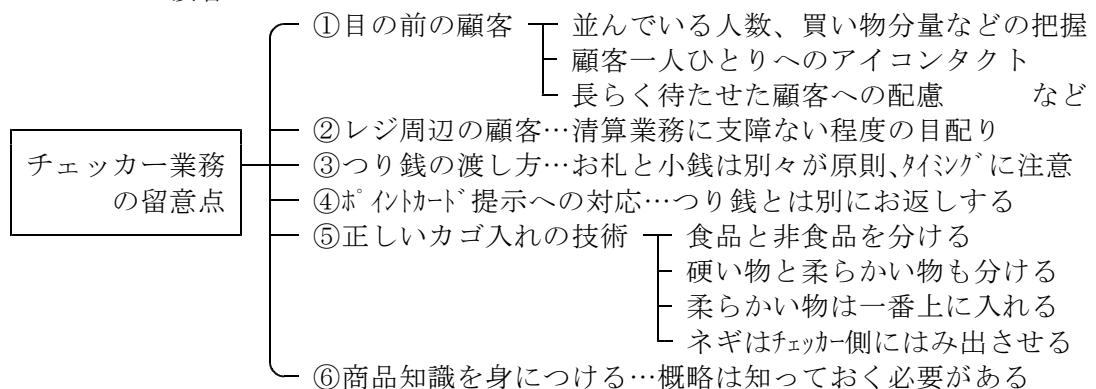


5 チェックアウト

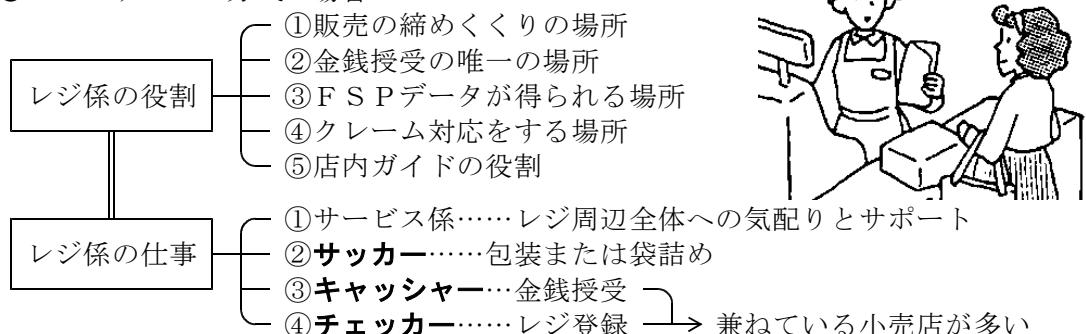
5-1 レジ業務の役割



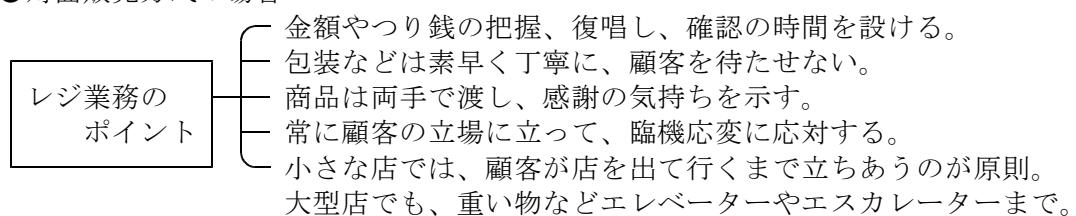
5-2 レジでの接客

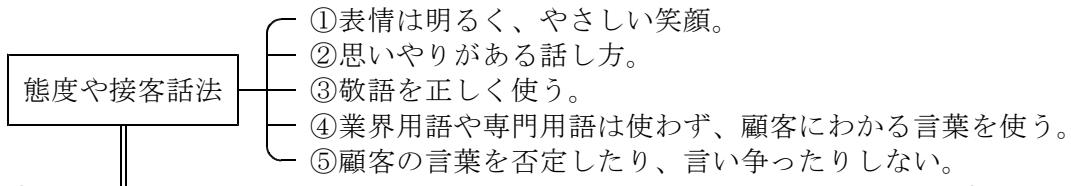


●セルフサービス方式の場合



●対面販売方式の場合





「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」

6 ミーティング

● ミーティングの意義

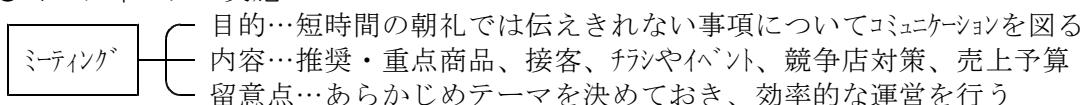
店舗で働く全員が共通の目標や考え方を持って仕事に取り組むために、
関係者間の意見調整や重要事項の周知徹底をはかり、一致団結する。

● ミーティングの目的とテーマ

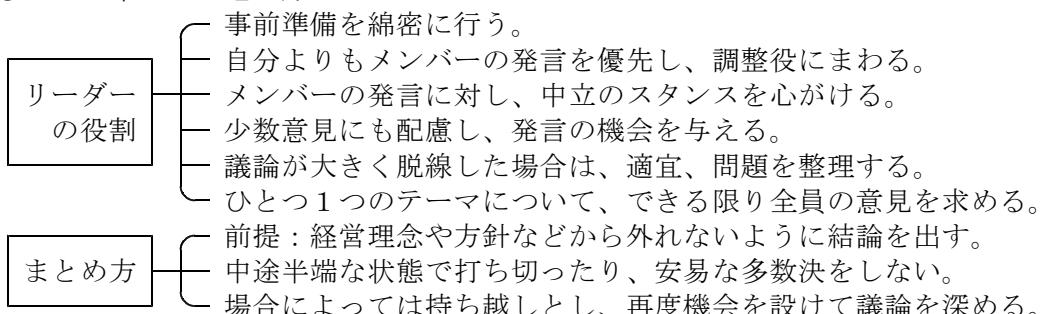
- 目標達成に向けての意思統一
- 決定事項の報告・連絡
- 従業員のやる気、モラールを引き出す



● ミーティングの実施



● ミーティングの進め方



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>(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



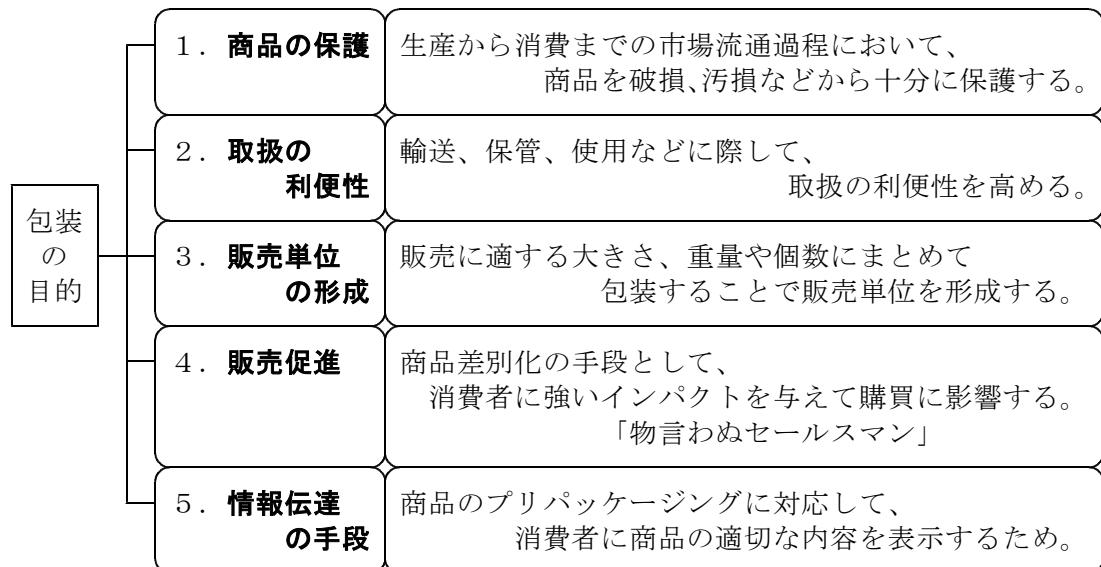
保管、内容表示、輸送に必要な梱包

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

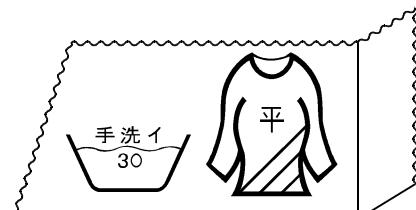
※店舗形態の多様化に伴い、包装のすべてが
商品を販売する上で重要になっている。

1-2 包装の目的



●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

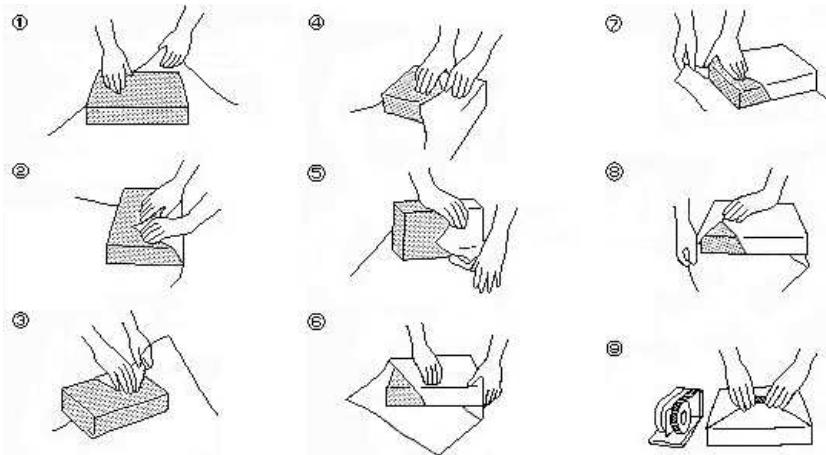
●包装の基本形

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

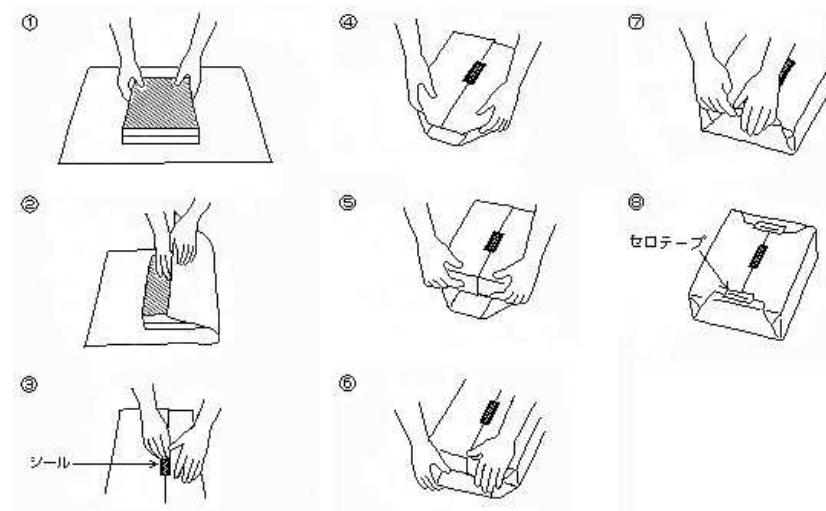
●慶弔時の包装

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
 天 地	 天 地

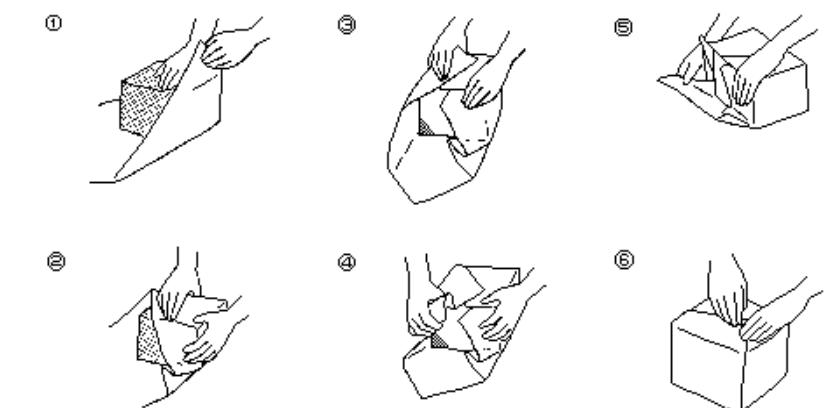
●斜め包みの手順



●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)



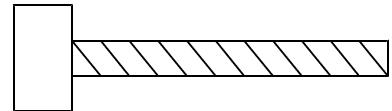
※紙端を対角線に折って整えながら包めば、ふろしき包みになる

● 特殊な形の包装

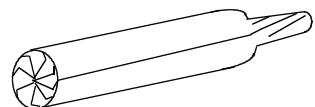
- ・らせん型包装…棒状の商品



- ・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



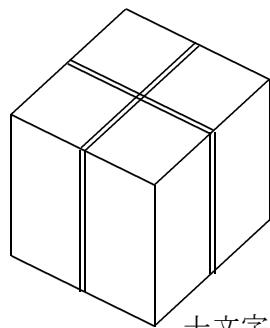
- ・大型商品の包装…(下記参照)

- ・重量物の包装…紙やひもを二重、三重に

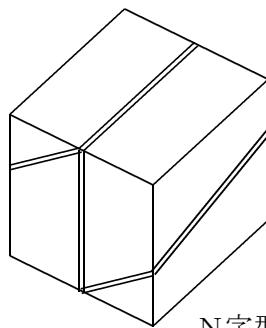
3 ひものかけ方、リボンの作り方

● ひものかけ方

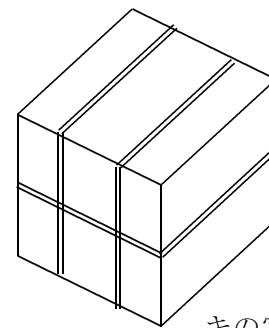
※ゆるまないコツ…角で結ぶ



十文字型

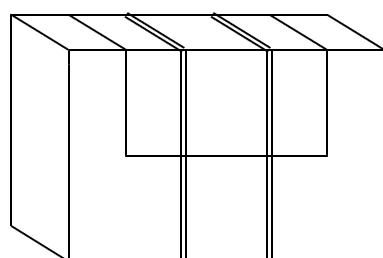


N字型

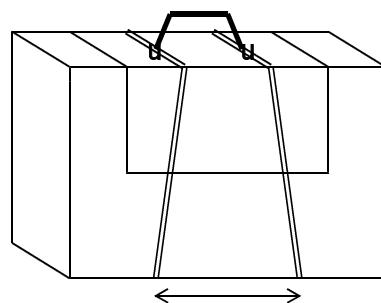


キの字型

● 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。

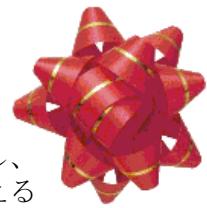
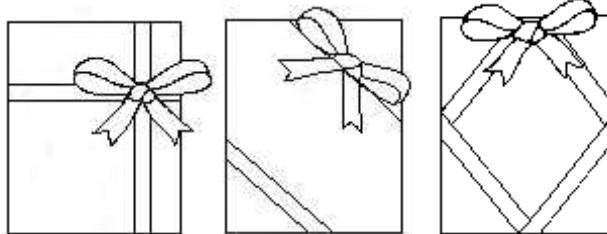


- ・ハンガーを掛けたあとに、下の部分を開くと緩まない。



◆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

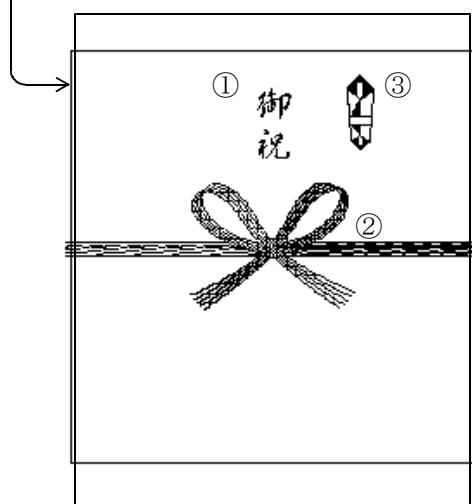


- フローリーリボンの作り方…多重に巻いたリボンを平らにつぶし、中央を縛って、1つづ取り出し整える

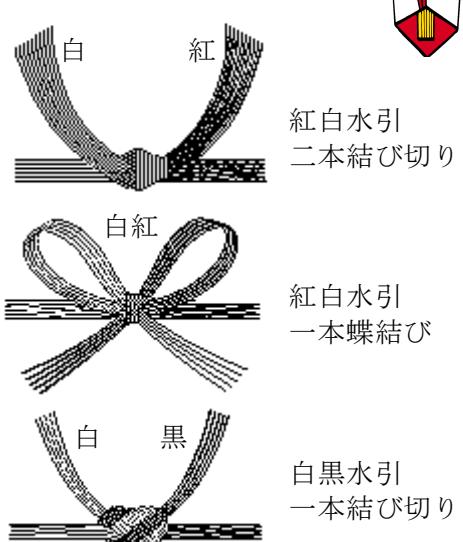
4 和式進物包装

●和式進物の要点

- ①表書き：贈り主の氏名の上に書く言葉…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：黑白あるいは銀白
- 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



※「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、慶事のときは墨の色を濃く、弔事のときは薄い墨で書く。
- 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 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 御餞別・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（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。

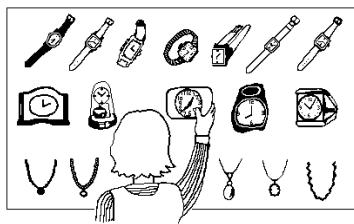
(見やすくないと)

- 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)



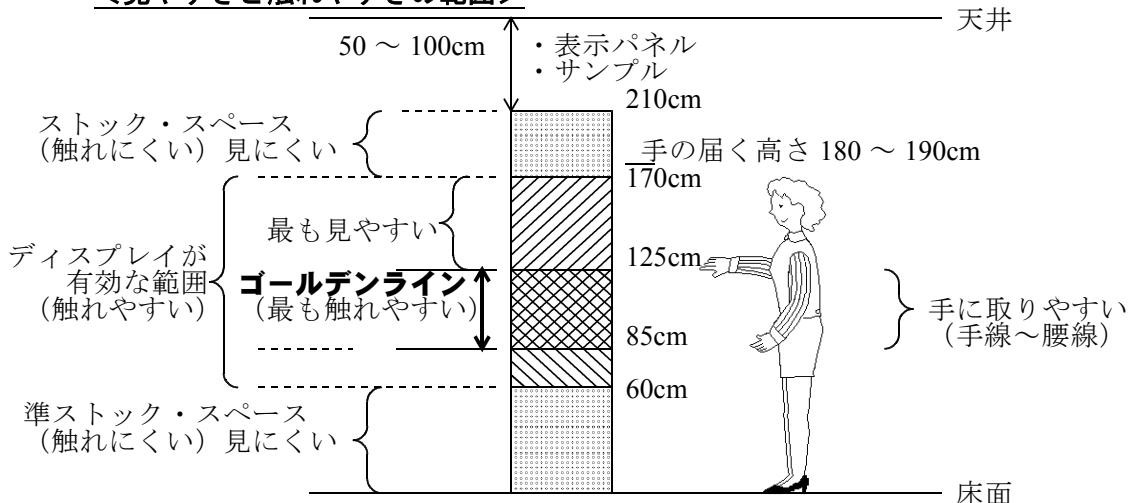
- 裸陳列などの触れやすい陳列方法を選ぶ。
- 目立ちにくい商品や小さな商品などは、顧客からよく見える位置に陳列する。
- 陳列台の高さや奥行きを考え、手の届く範囲に陳列する。

(商品に直接、触れてもらうことにより)

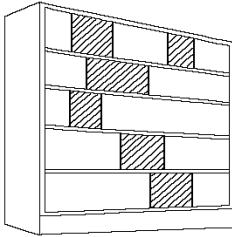
- 商品の価値を確かめさせる。
- 買いたいという衝動を起こさせる。

- 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。

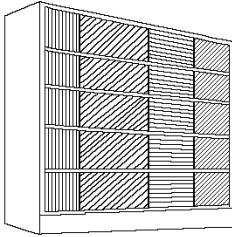
〈見やすさと触れやすさの範囲〉



③選びやすいか（選びやすさ）

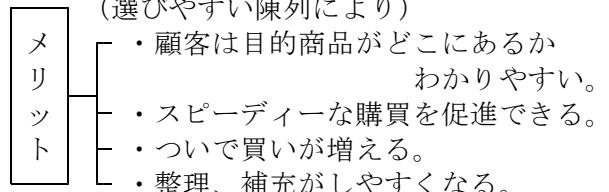
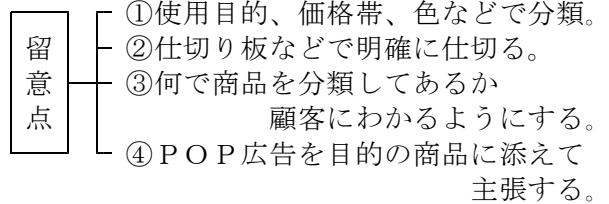
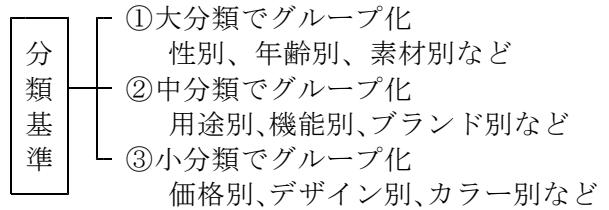


誤った陳列



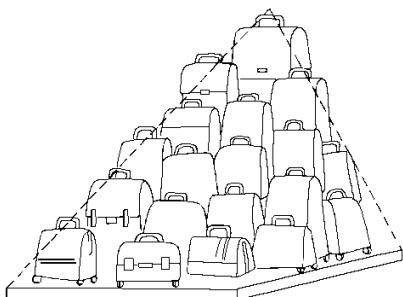
正しい陳列

- ・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。



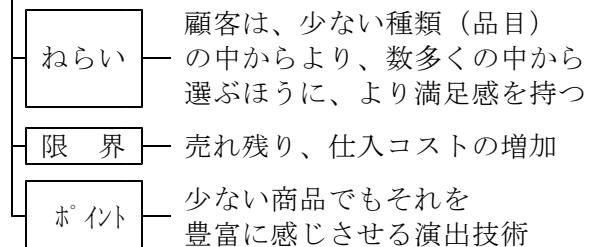
（選びやすい陳列により）

④豊富感があるか（豊富さ）

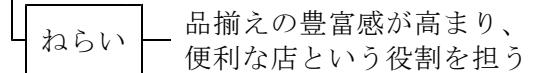


- ・売場のスペースに合わせて、顧客の注目を集める適切な数量を陳列する。
- ・商品の種類は、用途や機能面などからみて不備のないよう取り揃える。
- ・特売や季節商品は、迫力が出るように、単品のボリュームを重視する。

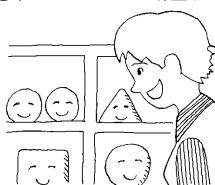
品種の中で品目の量が多い（専門店など）



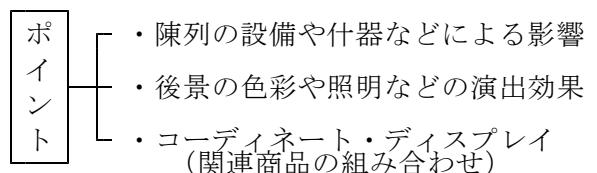
品種の数が多い（スーパー、コンビニエンスストアなど）



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）

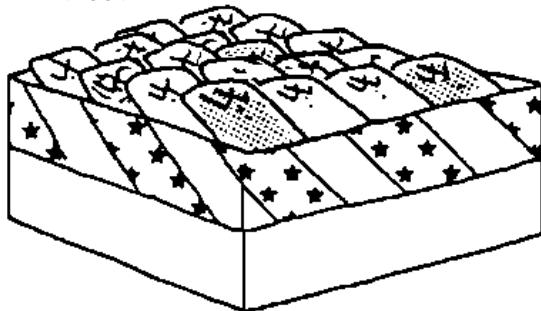
陳列作業に時間をかけず、効率的に多くの商品を補充し、整然と陳列する。

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

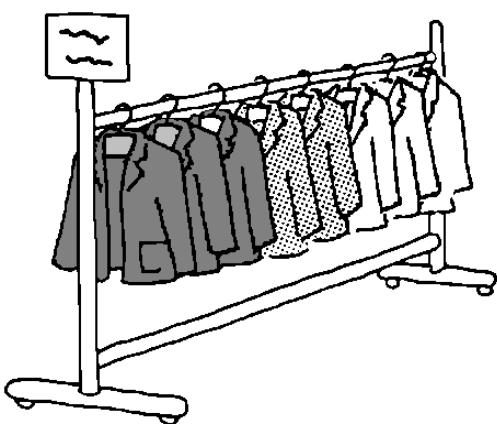


バーゲンなどでの利用

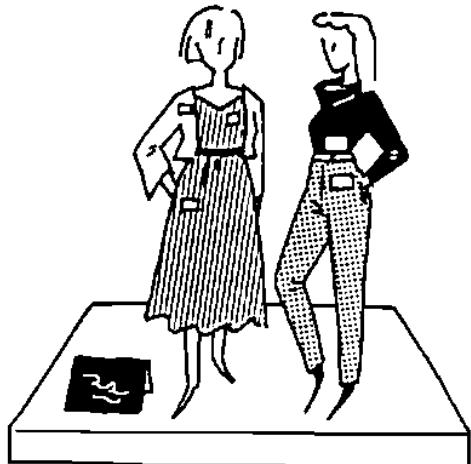


高価な商品での活用

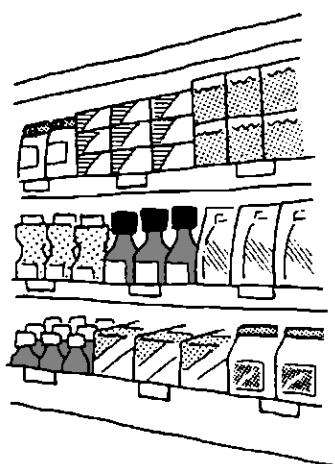
○ハンガー陳列（ハンギング）



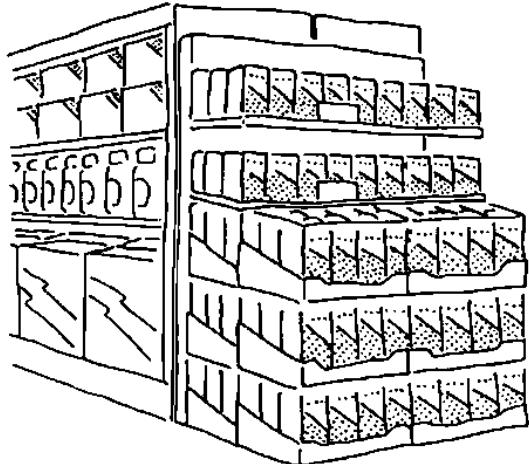
○ステージ陳列



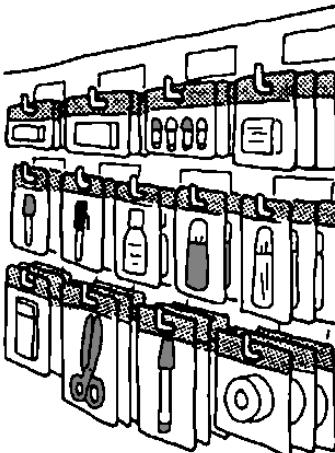
○ゴンドラ陳列



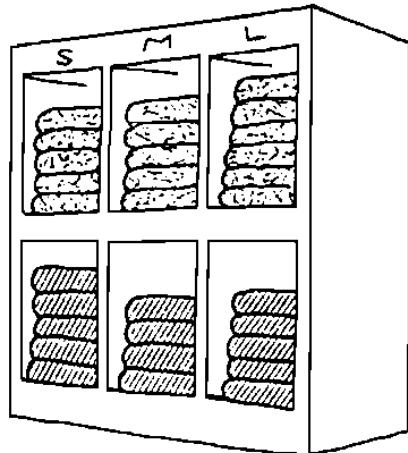
○エンド陳列



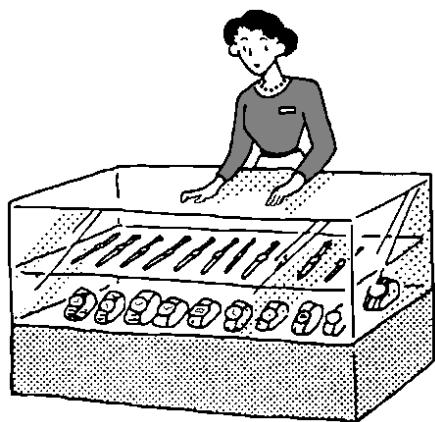
○フック陳列



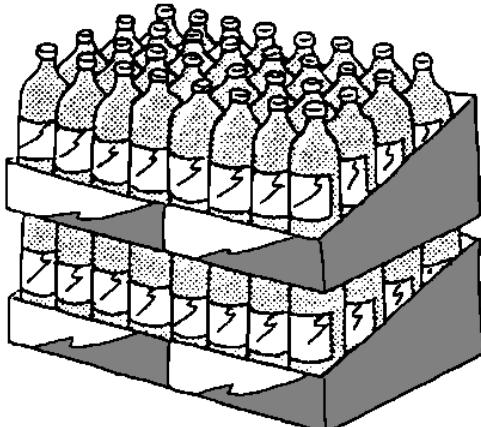
○ボックス陳列



○ショーケース陳列

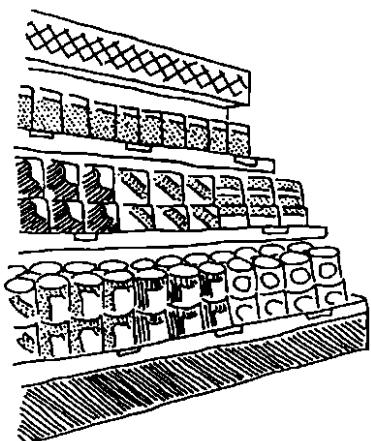


○カットケース陳列

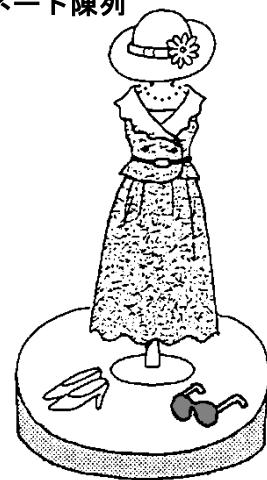


●販売方法の特徴によるディスプレイのパターン

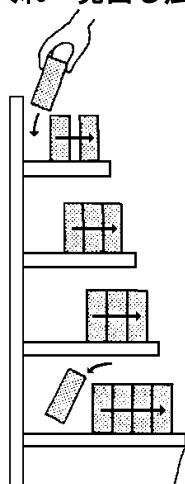
○前進立体陳列



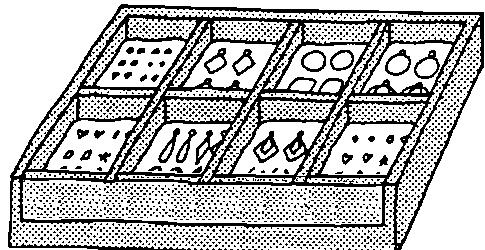
○コーディネート陳列



○先入れ・先出し法(陳列)



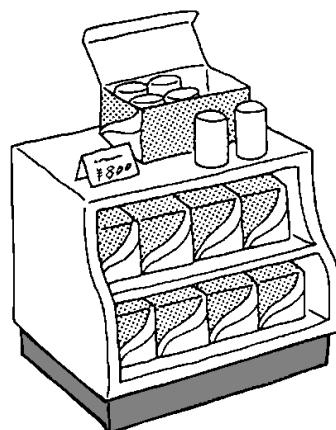
○オープン陳列



○ジャンブル陳列（投げ込み陳列）



○サンプル陳列



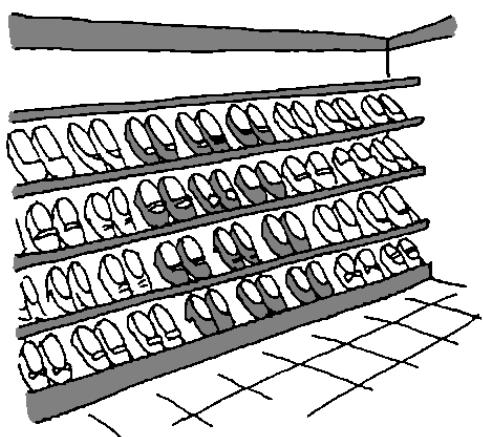
○レジ前陳列



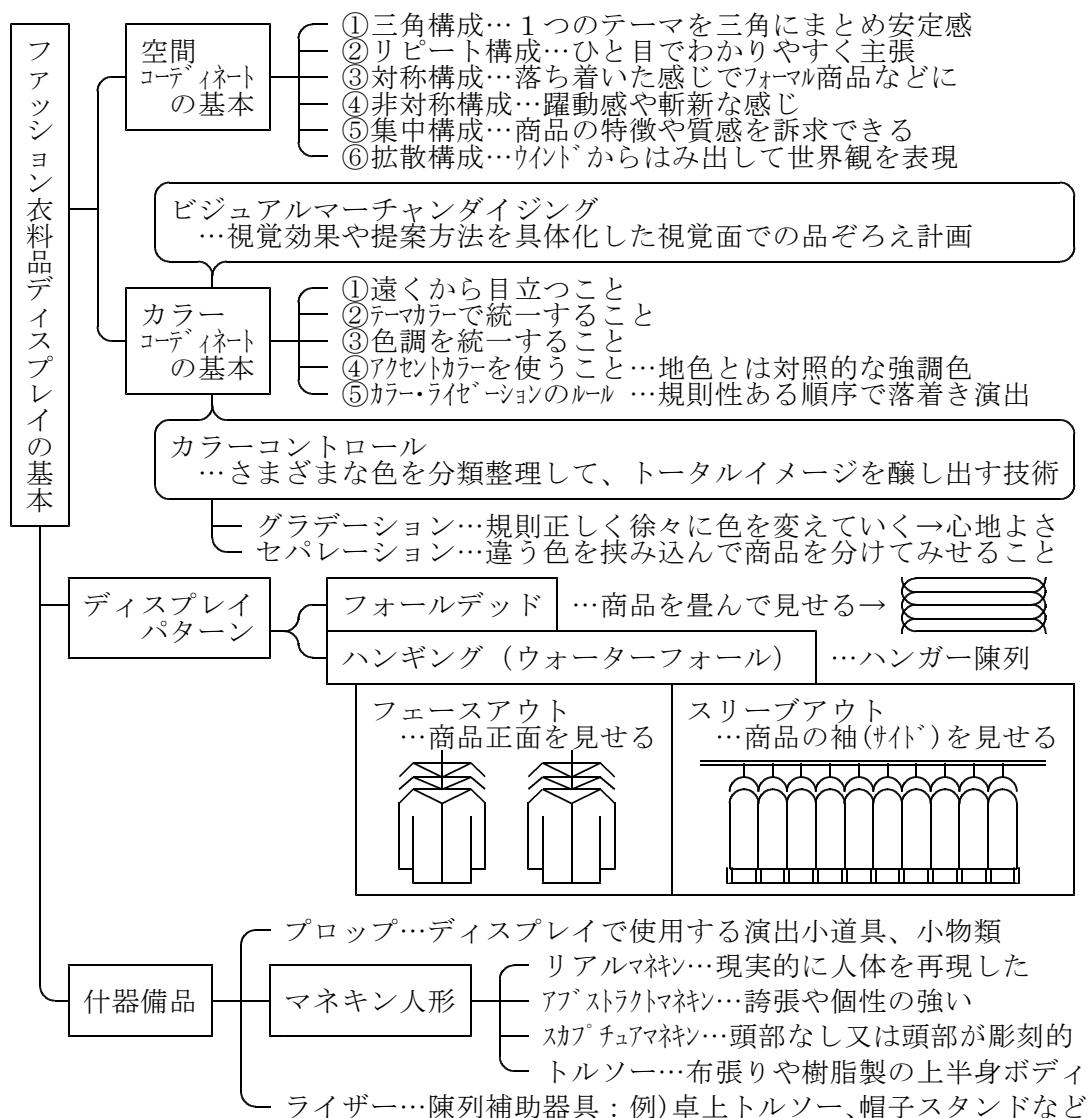
○島(アイランド)陳列



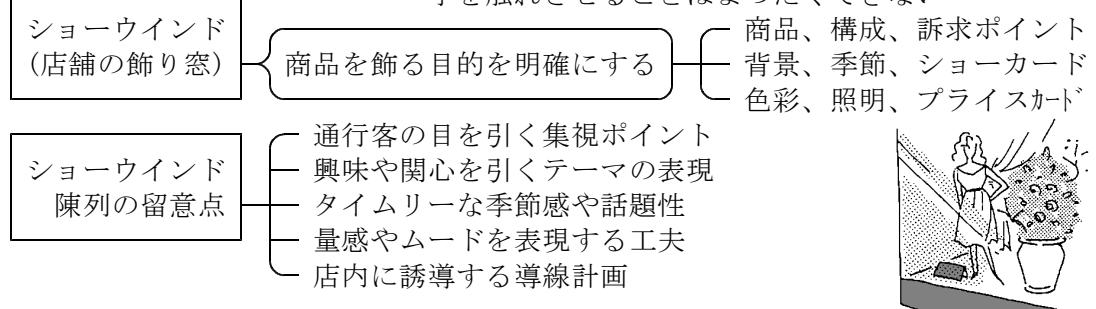
○壁面陳列



3 ファッション衣料業界のディスプレイ技術

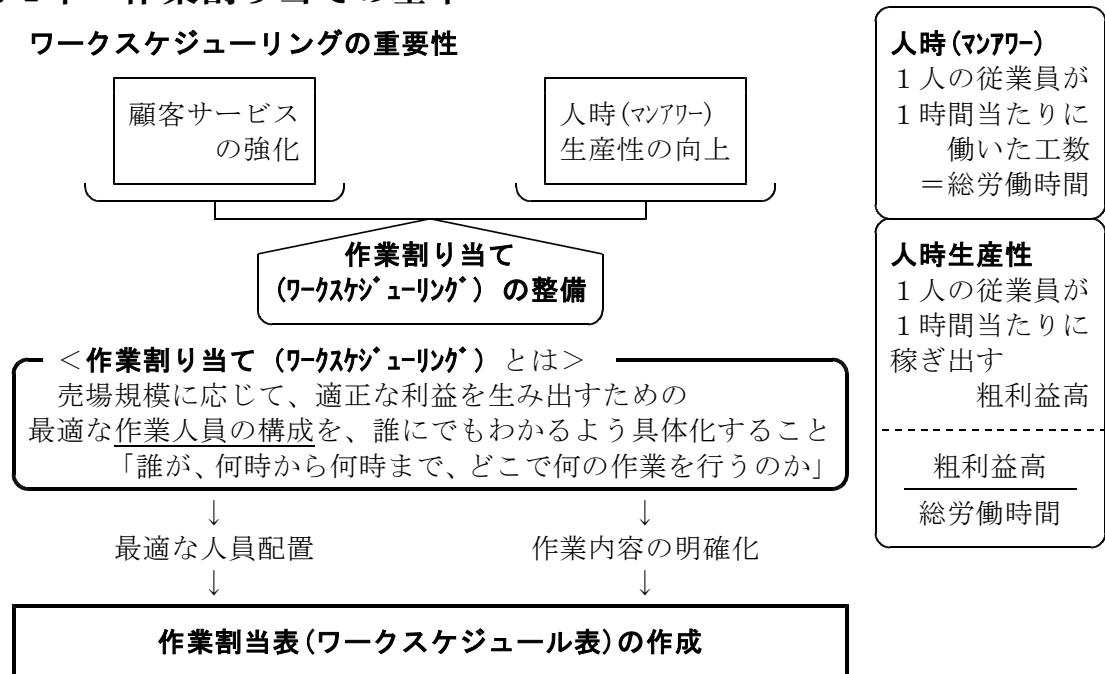


●ショーウィンド陳列の技術 …見ることについては優れているものの、手を触れさせることはまったくできない



第4章 作業割り当ての基本

1 ワークスケジューリングの重要性



「作業割り当て (ワースケジューリング) とは」

売場規模に応じて、適正な利益を生み出すための
最適な作業人員の構成を、誰にでもわかるよう具体化すること
「誰が、何時から何時まで、どこで何の作業を行うのか」

人時(マンアワー)

1人の従業員が
1時間当たりに
働いた工数
=総労働時間

人時生産性

1人の従業員が
1時間当たりに
稼ぎ出す
粗利益高

粗利益高

総労働時間

日々の作業について、従業員の能力
を考慮し、「どの作業を」、「いつ」、
「誰がやるか」を割り当てた一覧表

●作業割当表を

作成する前のチェック項目

- ①どの時間帯は、どのような作業が必要か
- ②誰にやらせるべきか
- ③いつまでにやらなければならないか
- ④どのような報告をさせるか
- ⑤どのような準備と後始末がいるか
- ⑥経費と効果の関係はあるか
- ⑦まとめてやれないと
- ⑧この時間帯でなければならないか
- ⑨順序は変えられないか
- ⑩どのような道具が必要か

●作業割当表の

作成にあたっての検討事項

- (1) 重点事項を検討する
- (2) 余裕を持たせる
- (3) 作業者の習熟度や知識を
把握しておく
- (4) 週間ベースで作成する

作業・シフト割当表

今月の重点項目：○○○○○○○ 売上げ目標：△万円

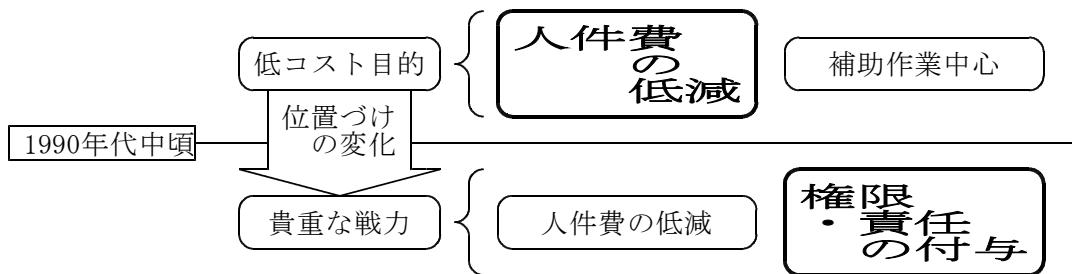
○月△日

□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

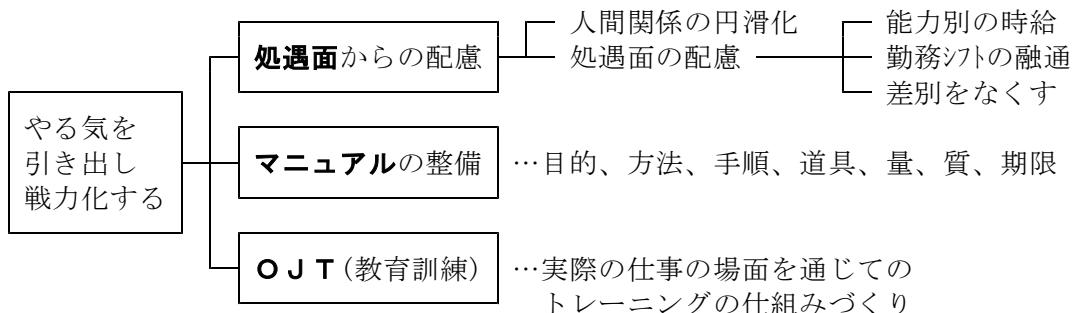
●パートタイマー・アルバイトの位置づけの変化



●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

