

お客を愛し、お客に愛される商人の総合誌

# 商業界

The Journal of Retailing

5  
2020  
May

昭和24年3月28日第三種郵便物認可  
令和2年5月1日(毎月1回1日発行)  
第73巻第5号(通巻903号)

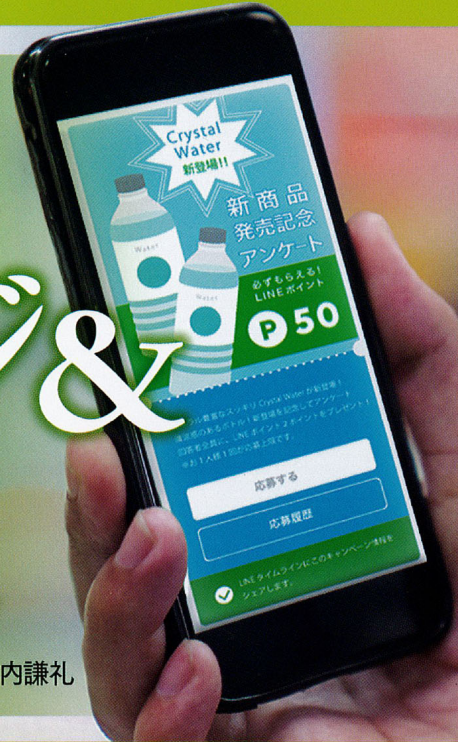
短期集中連載

中小店経営者が  
知っておくべき  
アメリカと中国(上)

巻頭特集

## 今こそ強化、 ホームページ & WEB販促

日野眞明/あんしん電気さかい/ヤプリ/アンダーアーマー/LINE/ダルトン/竹内謙礼



緊急特集

## 新型コロナウイルス対策

殺気立っている今だからこそ、改めるべき、  
覚悟すべき、参考にすべき、提案すべき4つの課題



特別企画

## ハラスメントが 業績を直撃した実例集

原因は商品でも、販促でも、競合店でもなかった



保存版

悪天候にもオロオロしない

# 頼りになる店の心得 2020年夏秋編

# 今すぐ始めるべき7つの行動

従業員は経営者の言動に敏感なことを忘れずに  
 できた「時間」を商品開発、  
 掃除、新規取り組みに有効利用しよう

一般財団法人ほめ育財団代表理事 原邦雄

## 1 感動されるサービスを提供する

今真剣に考えるべきは、お客の気持ちです。何に不便を感じているのか？どんな不安があるのか？

その問題を解消できる商品やサービスは必ずあります。タイミングを逃さず提供できれば、喜んでいただける絶好のチャンスです。感動されるサービスを考え、提供してください。

ヒントとなる主なキーワードは2つ、「配達」と「免疫力」です。電話で注文を受けて宅配サービスをしたり、免疫力向上に注目したメニューを展開したり、考えればいろいろあるはずですが、例えば、静岡の飲食店チェーンでは、免疫力アップをうたった弁当を紹介するチラシを作り、お客に提案しています。免疫力向上のための情報を提供す

るのも良いアイデアです。そして、連日暗いニュース続きだからこそ、目いっぱい笑顔と気持ちいいあいさつでお客を迎えることが大切です。

入店された瞬間に、最高の笑顔と元気な声であいさつしてください。退店時には、感謝の気持ちを伝えるつもりであいさつしてください。「いつも来てくださり、本当にうれしいです！」など、プラスの言葉を伝えることもポイントです。

「こんな時期でもとびっきりの笑顔で接客している」「気持ちを分かってくれている」「この店に来て元気になった！」と思っていたかくサービスを提供することが感動に、店への信頼につながります。

## 2 店を徹底的に掃除する

普段忙しければ忙しいほど、手持ぶさたな時間が増えることで不安になるものです。

でも、客足が遠のき業務量が減っているということは、時間に余裕があるということ。実は、徹底的に店をきれいにするまたとないチャンスです。

毎日掃除していても、必ず行き届かない場所が出てきます。例えば、天井や壁の黒ずみ、ごみ収集庫にこびり付いた汚れ、掲示物を剥がしたセロハンテープの跡……。「時間がないから」と見て見ぬふりをしてきた場所がきつとあるはずですが。

成功している店は掃除が行き届いています。ぜひピカピカになるまで掃除してください。

ウイルス対策という意味でも、掃除の徹底は有意義です。お客が手に触れるところ全てを対象にきれいにしてください。例えばドアノブやのれん、レジ台やトイレの蛇口などは徹底的に掃除しましょう。お客が衛生管理に敏感になっている今だからこそ、絶対に手を抜いてはいけません。

これまで経営支援を行ってきた経験から、掃除が行き届いている店は伸びると断言できます。掃除を徹底したおかげで、「お客さまからほめられるようになった」「店スタッフの紹介でお客さまが増えた」といった例をたくさん見てきました。これを機会に「衛生的で気持ちいい」と言われる店を目指してください。

### 3 新しい「商品・サービス・売り方」を開発する

時間に余裕があるからこそ、もう一つ取り組んでほしいことがあります。普段は多くの業務に追われてきていない、新商品や新サービス、そして新しい売り方の開発に目を向けるチャンスです。

ポイントは、お客の対象を「半径5

km」から「日本中・世界中」に広げること。インターネットを活用してください。従来の商圏以外のお客とつながることが可能になります。

ここで、福岡「楽農ファームたけし」の事例を紹介しましょう。オーナーの武下浩昭さんは、元はJAに加盟



この時期、「免疫力アップ」をうたった商品、サービスはお客にアピールしやすい。3月13日時点で、中国衛生当局の専門家チームによれば、新型コロナウイルスの特効薬の開発は2カ月以上かかるとのことで、当面、各人の免疫力向上に頼るしかない状況だ

### 4 採用に全力を注ぐ

してイチゴを卸していました。ところが2006年、「もつと多くの方に自慢のイチゴを届けたい!」と、JAから独立。水や減農薬にとことんこだわって作った「あまおう」を、産直農家だからできる「完熟即配」により、直接届けられるようになりました。SNSやクラウドファンディングを活用して「日本中に顧客がいる状況」をつくり出したことで、出荷数は激増。現在では月1000万円という業績を

売上げ減少や時短営業などによる自宅待機により、今の職場に見切りをつけて、離職する人が増えています。ギリギリの人数でシフトを回している店なら「辞められたらどうしよう……」と気が足らないかもしれません。

不況になると、人は仕事を変えたいもの。より安定した、従業員を大切にすることを会社に入社したくなるものです。だから実は、人を大事にしている店にとっては、むしろ採用のチャンス。今こそ採用に全力を注ぎましょう。すぐに募集広告を出してください。

外出自粛の影響で人々の在宅時間が長くなり、パソコンやスマートフォンでのネットサーフィンが増えています。紙媒体よりネット広告がおすすめです。

外出自粛の影響で人々の在宅時間が長くなり、パソコンやスマートフォンでのネットサーフィンが増えています。紙媒体よりネット広告がおすすめです。

### 5 危機管理の仕組みを作る

今回の新型コロナウイルス騒動では、次々に不測の事態が起こっています。マスクの品切れ、トイレトペーパーがなくなるとのデマなど普段は考えられないことです。突然の一斉休校で子供を持つパートが出勤できなくなり、対応に追われた店も多いでしょう。

こんな経験、めったにできないことではありません。貴重な経験を生かし、危機管理の仕組みを作るチャンスです。例えば、複数の店舗を展開している店なら、数日間をめぐりにスタッフを入

れ替えて、どの店でも働ける状況をつくっておきましょう。

普段はシフトが組めていても、急なトラブルにより人員が確保できなくなるケースはいくらでもあります。他の店でも働ける状況をつくっておけば、今後もしもというときに焦ることがありません。しかも普段と違う環境で働くことは、本人にとっても刺激になり、プラスに働きます。ぜひ「他店のいいところ」を探るように声掛けしてください。

### 6 無料で使えるウェブ会議システムを導入する

危機管理という意味では、お金の問題も重要です。売上げが下がり、経費が収益を圧迫する店も増えていきます。経費を吸収できれば赤字になる、資金繰りは大丈夫だろうか……お金に困って危機感を持っている方が多いと思います。

経費が気になる今だからこそ、経費

削減に取り組むチャンスです。今回の新型コロナウイルスへの対応で注目を集めている「無料オンライン会議システム」を活用すれば、人件費や交通費が削減できます。

これまでは集合して行っていた店長会議も、可能な限りウェブ上で行う仕組みを作ることをおすすめします。

### 7 心に栄養補給を!

商売する上で、商売感覚を磨き続けることは欠かせません。そのために、ポ

イントになるのが情報収集です。

でも普段の忙しさの中で、十分でな

い方も多いでしょう。知識が豊富でなければ、知恵は出ません。時間がある今は、知識をストックする大きなチャンスです。ぜひ今まで気になりながら読んでくださった本を、どんどん読んでください。

家族や大切な人とゆっくり過ごしてください。お子さんと朝食を作ったり、たまにはテレビゲームをしたりするのもいいものです。

### 7つの行動を生かす鍵となる「ほめ育」

以上、紹介した7つの行動を実践し、店の成長につなげるために、忘れてはいけないことがあります。それは、従業員との信頼関係構築です。経営者がどんなに旗を振っても、信頼関係なしには組織はついてこないのです。

一連の新型コロナウイルス騒動で、従業員も不安になっている時期です。しょっちゅう愚痴を言ったり、イライラしてつい荒い言葉を投げ付けたりしていませんか。苦しいときほど、従業員は経営者の言動を見ています。どんなことがあっても従業員を守ろうとする覚悟があるのか、敏感に察知します。不安を理解せず、がむしゃらな行動を促すだけでは駄目なのです。

除してくれたスタッフには「生懸命ピカピカにしてくれるから、お客さまも安心して来店できる。本当にありがとう!」、積極的に販促を提案してくられたスタッフにも「いいアイデアだね。次も期待しているよ。これからもよろしく!」と声を掛けるのです。

「ほめる、ほめられる」関係であふれる職場にすることが信頼関係を育み、チーム力を向上させ、難しい状況乗り越える力を生み出します。



はら くにお  
1973年、兵庫県生まれ。大手食品メーカー勤務後、船井総研総合研究所、ラーメン店店長を経て、2011年5月、(株)スバイラルアップ設立。「ほめ育」を支柱とした指導で、クライアント100社以上、延べ2万人以上に研修を実施。アメリカ支社も設立して、海外での「ほめ育」指導もしている