

12年間の思い出を込めて、いよいよ最終回!

監修

ワンスアラウンド(株)代表取締役  
店長塾 塾長 鈴木理善

答えはいつも現場にある!

2016

ワンスアラウンドの

# THE 店長塾

連載

客数

客単価

やる気

おもてなし

アップのための  
マネジメントスキルを伝授!!

今月のテーマ

なぜこうなったのか? どうすればうまくいくのか?  
答えはいつも現場にあります。困ったときは足元をもう一度見つけてみてください。もう一回り、ワンスアラウンドしてみてください。今月のテーマが少しでも解決のヒントになることを願っています。

### 客数アップ

お客さまを今よりもっと増やすために

店の活気の正体とは  
売場とスタッフの存在感(オーラ)

### 客単価アップ

販売スキルをもっと磨くために

お客さまとイベントを楽しむために  
イベント前の仕込みで客単価アップ

### やる気アップ

スタッフも自分自身も元気になるために

「ありがとう」を贈り合おう  
感謝の気持ちでやる気アップ

### おもてなしアップ

お客さまの期待を上回るために

ワンランク上のおもてなしをするために  
立ち居振る舞い(所作)を意識する

今のもっともっと

「気付いてくれた、happyはたった一言でつくれる」他3本

「もっともっと」は、ワンスアラウンドが運営する店舗スタッフのいるいるな気付きをご紹介します。皆さんのお店でも何かの参考になれば幸いです

### 塾長 MESSAGE

お店は店長の人格以上にはならない

「ワンスアラウンドの店長塾」は今回が最終回になります。12年の長期にわたりご愛読いただきありがとうございます。

私は、小売業は店長業だと思っています。ここまで連載を続けてきたのも、なかなか教育研修を受ける環境にない全国の販売現場のリーダー(エリアマネージャーや店長)とスタッフの皆さんを誌面を通して元気にしたいという思いからです。

そこで塾長の私から読者の皆さんに最後のメッセージです。「人(店長)が育てば店(スタッフ)が育ち、顧客が育って売上げが育つ」。この順番を忘れないでください。絶対に店は店長の人格以上にはなりませんからね。いつまでも応援しています。



塾長イラスト/森越代



漫画/加藤アケミ

# 客数アップ

お客さまを今よりもっと増やすために

講師 池田裕一



## 店の活気の正体とは 売場とスタッフの存在感（オーラ）

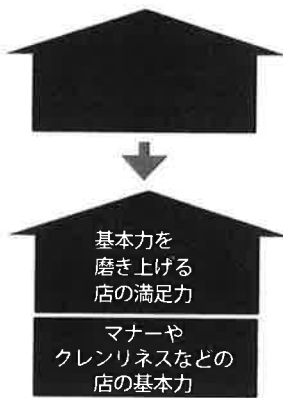
「店頭で活気がある店」「店頭からオーラを感じる店」に集客がある風景をよく見掛けると思います。

この「活気」とは、単に青果店のよう  
に大きな声で呼び込みをするとか、目玉  
商品などのセール訴求を売り込むことで  
実現できるものではありません。

「活気」は売場の基本力から始まる  
では、いったい、どのようにして集客  
に大きな影響を与える「活気」や「オー  
ラ」を生み出すことができるのでし  
ょうか？

「オーラのある店」に共通していること  
は、笑顔、あいさつや身だしなみなどの  
「接客マナーの基本」、掃除や整理整頓、  
商品整理といった「クレンリネス」、そ  
してレイアウトや陳列、演出といった

オーラがある店の違いとは？



「売場づくりの基本」などの売場の「基本」ができていて、すなわち「基本力がある」ということです。これらの基本は来店するお客さまが店として「当たり前」と思っていることであり、建物に例えると基礎部分に当たる1階でしょう。

「CS（顧客満足）レベルが向上すると客数が増えて、売上げも伸びる」というセオリーはここに起因しています。

### 差別化するものを決めて店の存在感を出す

「基本力」がクリアできても店頭で「活気」が生じてくるわけではありません。

「活気」や「オーラ」とはお客さまが感じる「他店との違い」のことであり、売場やスタッフのたまたま特別にきらきらして見える「店の存在感」です。

お客さまに「他店と自店が違う」と思ってもらえるように、自分たちが徹底して「磨き上げるもの」を決め、トレーニングしましょう。

「店発信のイベント」や「季節感を伝える演出」、接客スキルの「商品知識」や「会話力」といったお客さまをわくわくさせるような仕掛けを店頭からどれだけ発信できているかが大切です。

今月は、入社6年目の野原沙織里さんからのもっともっともでした。ありがとうございました

## 館が推進していることに率先して取り組むのも大切なコミュニケーションの一つ

今、館のハウスカードの獲得に力を入れています。

毎日、担当の方が「ありがとうございます」と店に来てくれることがとてもうれしいです。今後も頑張ります。

店長から一言

店の課題の一つは、館のハウスカードの獲得が全くできていないことでした。月間目標は平均3件、実績は毎月1、2件で、目標をクリアすることすらできていませんでした。そこで、獲得することの重要性を店会議で話し、店内コンペを行うことにしました。

店会議で、「これではまずい」と別ブランドでカード獲得を担当していた野原さんが立ち上がり、獲得するための3つのポイントをスタッフにレクチャーしてくれました。

①100%のお薦め→たかが声掛け、されど声掛け。「入会すると絶対にお得です」というお客さまのメリットを伝える。

②メリットを間髪入れずに3つ以上話す→「5%オフ、年会費無料」で終わらずに「5%オフ、年会費無料、今なら商品券〇〇円分プレゼント。地下の食品もレストランも5%オフです」と、メリットをお伝えする。

③電卓をたたき、お得感を金額で視覚的に伝える。このレクチャーを受けた当日、私自身も2件の獲得に成功しました。

接客においても、お客さまへの押しが足りないことがありますが、野原さんは接客のポイントをカード獲得にもしっかり生かしているのだなと感じました。

いけだ ゆういち 大学卒業後、大手専門店、大手GMSにて店長、人事企画ディレクターなどを歴任。2005年よりワンスアラウンドに参加。現在コンサルタント、講師として多くの企業や商業施設での店長研修、販売員教育、CS・ES活動に携わる。

# 客単価アップ

販売スキルをもっと磨くために

講師 滝脇朝代



## お客さまとイベントを楽しむために イベント前の仕込みで客単価アップ

12月にかけてプレセールなどイベントの成功が売上げを大きく左右します。イベントにいらしたお客さまにいかに楽しんでいただき、楽しい買物のお手伝いができるか否かで客単価が変わります。今回はイベントで楽しんでいただくための「仕込み」についてお伝えします。

①DMやメルマガジン(メルマガ)などの集客に一手間掛ける

たかさんの店からプレセールのはがきやメルマガを受け取っても、行ってみようかな?と心引かれる内容は実は少ないものです。ある店では顔と名前が分かるお客さまにカタログを送る際、以前購入していただいたアイテムに合いそうなカタログ写真に、パーソナルなコメントの付箋を付けて送っています。お客さまも事前にイメージが湧くので、当日は短時間でセット販売につながります。

②イベントをお客さまと一緒に楽しむ

イベントは「売る」のではなく、「参加していただく」という発想でわくわくできる「こと」を考えてみましょう。あるイベントの招待を受けたとき「当日私たちは白い服を着用しますので、滝脇さまもよろしければ白のアイテムを身に着

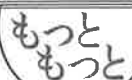
けてご来店いただけたらうれしいです」と誘われたことがあります。最初は少し面倒だと思いましたが、当日に向けて白のアイテムを準備し着用して店に伺うと、気分が上がり一体感を感じたことを覚えていました。スタッフが写真用の小物グッズを貸してくれ、楽しくSNS(交流サイト)向けに撮影をしました。お客さま同士褒め合ったり、事前にその店で白のアイテムを購入するお客さまもいらっしゃいました。滞留時間が長くと自然とお買い上げにつながりやすくなります。

③お客さまにお勧めしたいものをスタッフと共有しておく

イベントではお客さまに最適なものを勧めするため、皆で顔と名前が一致するお客さまにお勧めしたいものを事前に共有しておくといいでしょう。自分の顧客にお勧めしたいものを朝礼で共有したり顧客カードに事前に記入しておくなど、皆できちんと相手ができるように準備しておきましょう。

以上のようにもう一手間工夫することが客単価アップにつながります。スタッフの皆さんとアイデアを出し合い楽しいイベントを企画しましょう。

今月は、入社2年目の渡久山美由さんからのもっともっでもった。ありがとうございました



### 応援メンバーもその日の中心メンバーです

他店の方に応援に来てもらったとき、今までは簡単な注意事項だけ伝えていたのですが、それでは少なかったと反省しました。特に初めての方や忙しいときは、何か分からないことがあっても、すぐには聞きづらいときもあると思います。今後気を付けようと思いました。

店長から一言

この「もっともっ」とは、渡久山さんが他店の応援に行ったとき、自身が実感したことです。自店も年末年始や半期に一度のセールなど、繁忙期に応援に来ていただくことが多いのですが、応援の方に伝える項目を決めたり、スタッフ全員で共有していませんでした。

これをきっかけに店会議で話し合い、応援の方に伝える10項目を決めました。

①施策内容と除外品、②売場構成、③売れ筋アイテム、強化品番、④タグの見方(サイズなど)、

⑤フィッティングの点数(3点まで)、⑥空ハンガーの戻し場所、⑦フェースカバーの処理方法、⑧貸し出し用靴下と靴べらの設置場所、⑨ストックの位置、⑩お取り置き

応援の方がスムーズに動けるように、これをスタッフ全員が共有し、朝礼時に必ず応援の方に伝えることが非常に重要です。

その店のルールを知ることがスピーディな動き(お客さまをお待たせしない迅速な対応)につながりますので、今後全員で実践します。

たきわき あきよ 大手婦人服専門店にて、販売、バイヤー、マーチャンダイザー職を歴任。2003年よりワンスアラウンドに参加。販売経験を生かした現場指導、集合研修、カラーアナリスト歴、商品経験を生かした専門的な接客スキル指導を中心に活動。

# やる気 アップ

スタッフも自分自身も  
元気になるために

講師 古賀智映子



## 「ありがとう」を贈り合おう 感謝の気持ちでやる気アップ

12月はプレセールやクリスマスなどのイベントで店は大忙しです。忙しきで心に余裕がなく、スタッフ同士のコミュニケーションの質が悪くなり、店の雰囲気も暗くなっていますか？ 今月は忙しい年末だからこそ行つてほしいモチベーションアップの取り組みを紹介します。

感謝の気持ちは伝える方も伝えられる方も心が温かくなるものです。心に余裕がなくなるときこそ、お互いに感謝の気持ちを改めて伝える機会をつくりましょう。伝え合う方法はさまざまですが、可視化して形に残せる方法がお薦めです。

【例】色紙に寄せ書きする（メッセージカードなどでも可）

一人につき一枚の色紙を用意します。真ん中にスタッフ名を記入して、その人への感謝の気持ちをスタッフ一人一人が書き込みます。店長やサブがカラーペンやシールを使ってデコレーションを仕上げに行くとより心のこもった贈り物になります。

【例】ペアを組んで手紙を贈り合う

店長がスタッフ間の関係性などを加味してペアを決めます（新人とシスターなど）。お互いに感謝していることや贈る

相手の良いところを記入します。ペアで手紙を贈り合った後に感想や言われてうれしかったことをチームで共有します（手紙の内容に個人差が生じる可能性があります。店長コメントを加えるようにしましょう）。

メッセージには、贈る相手に何を感謝しているかを具体的に記入しましょう。

日頃、口では伝えられない思いや、改めて伝えたいことを記入することでスタッフ同士への感謝の気持ちを再確認できるとともに、贈られたスタッフも自分の存在価値を認識できるのです。私も体験しましたが、かなりモチベーションが上がったのを覚えています。

また、形に残るものを贈り合うことで後に読み返すことができ、モチベーションの維持にも効果が期待できます。

12月末から下期最大の繁忙期のセールを迎えるに当たって、スタッフのモチベーションを高め、絆を深める取り組みを行います。この一年間、スタッフ（チーム）のモチベーションを高める方法をお伝えしました。来年でも実施できる内容ですので、自店でも実施できるようにアレンジしてぜひ取り組んでください。

今月は、入社9年目の菰池徹さんからの「もっともっと」でした。ありがとうございました。

もっと  
もっと

## 無駄を省いて時間を生む、たった10秒にもこだわろう

レジを打ち終わった後のレジカウンターが人によって散らかっていたり、伝票がそのままになっています。

伝票の紛失防止や時間短縮のためにも、レジ処理時間を一度計ってみたいと思います。

店長から一言

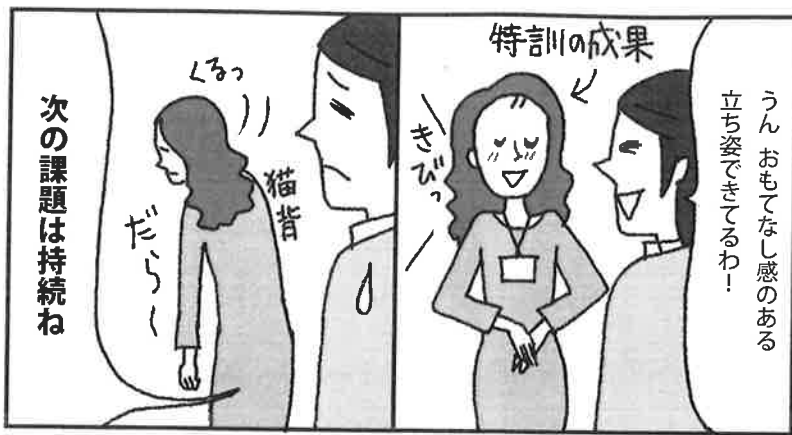
この「もっともっと」を取り上げた理由は、

- 人によってレジから帰ってくる時間にばらつきがある
- お見送りが終わってレジに戻って伝票を整理している
- 忙しいと忘れることが増える
- クレジット伝票の控え提出漏れが多い、レジ処理をした後のレジの周りが汚い（伝票散乱）
- 結果として、レジ誤差につながる恐れがあるからです。時間の目安とやり方を統一するために、まず動画を撮りました（菰池基準）。

お渡し前にシートをまとめる、金銭確認やカードの

支払い回数、ポイントカードなどの確認で合計約50秒。そこで50秒を目標に設定しました。仮に今1分かかっていると、その差は10秒。1日10客レジを打つとして1日で100秒。月22日出勤として約37分。年間約7時間で、ほぼ1日の実働時間分の差が出てくる計算になります。全員がたった10秒にこだわることで店頭にいる時間が増え、売上げにもつながることを意識させました。今後、店の必須スキルとして統一していきます。今の状態が当たり前にならないように常に客観的に見るようにしていきたいと思ひます。

こが ちえこ 大学卒業後、大手婦人服専門店入社。店長、エリアマネジャー、インストラクターを歴任。2007年ワンスアラウンド入社。インストラクター兼コンサルタントとして、集合研修や現場OJTを通じ販売員のマナーや接客スキル分野、店舗オペレーション分野の指導を中心に活躍中。



# おもてなし アップ

お客さまの期待を上回るために

講師 白坂摩秀

## ワンランク上のおもてなしをするために 立ち居振る舞い(所作)を意識する

皆さんは普段、接客中の立ち居振る舞いをどのくらい意識していますか？

高額なワインをたくさん販売するスタッフがいました。なぜかこのスタッフはたくさんのお客さまから信頼を得ているのです。このスタッフが他のスタッフと

違う点は接客中の立ち居振る舞いがきれいなことです。例えばワインを木箱から出す際のしなやかな指遣いや受け渡しなど、動作の一つ一つが丁寧で商品を大切に扱っている様子がうかがえます。おもてなしの気持ちを効果的に伝えるための立ち居振る舞いにはポイントがあります。

立ち居振る舞い5つのポイント

### ①正しい姿勢を常に保つ

「立つ、座る、歩く」など、全ての動作において正しい姿勢を意識する。これを意識するだけで優雅さや自信あふれる印象になります。

### ②動作に区切りをつける

きれいな立ち居振る舞いのポイントは一回一動作。つまり「今の行為に集中し、心を込める」ことが重要です。例えば歩きながらではなく一度立ち止まってあいさつをするなど、動作に区切りをつけることで丁寧さや安心感につながります。

### ③動作の終わりはゆっくりと動かす

商品をお渡しするときなど「すつと差し出し、引き際をゆっくり引く」ことで丁寧さが強調され、余韻を残すことができます。

### ④上半身を使ってうなずく

頭だけでなく、上半身全体を使ってうなずく。落ち着いた雰囲気演出することができ、安心感につながります。

### ⑤指先に意識を向ける

指先遣いは丁寧さを強調し、安心感につながります。

「指し示し、何かを持つ、何かをつかむ」

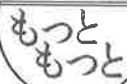
など、全てのシーンで指先を意識する。

※指し示しは、指先をそろえ、手の甲に少しだけ丸みを持たせることがポイント。  
おもてなしをより効果的に伝えるためにも、ぜひこの5つのポイントを意識してみてください。

「おもてなしアップ」で最後に皆さんにお伝えしたいのは「おもてなしとは、い

ずれ来るであろうお客さまのことを思い、いかに準備するか」です。

一人でも多くのお客さまに喜んでいただくためにも、ぜひこのことを胸に日々の業務に取り組んでください。きつとお客さまの笑顔が待っているはずですよ。



## 気付いてくれた、happyはたった一言でつくれる

小さいショッパーに入れるときに「崩れやすいので、小さな袋で動きにくくしておきますね」とお伝えすると、「ありがとう」とよく言ってくれます。(恩田さん)  
お客さまに笑顔になってもらうために、私は「ネイルかわいいですね」「おしゃれですね」など、思ったことを素直にレジでお伝えするようにしています。お客さまも喜んでくださるので、一言褒めることって本当に大切だと思っています。(久保田さん)

リーダー店長から一言

この2つの「もつともつと」を自店で「リアクションノックアウト」と題して、レジでのリアクションを何よりも強化しました。  
その結果、ブランド全店で最も良いコメントを頂ける店になりました。ロールプレイング形式で朝礼訓練に取り込んだことで、お客さまを褒めることが苦手な男性スタッフも、褒めるだけでなく「暑いので、水分補給に気を付けてくださいね」などお客さまを気遣う一言も自然に言えるようになり、お見送り時の印象を今まで以上に上げることができました。  
最近ではレジに限らず、フィッシングの際のリアクション強化にも取り組んでいます。お客さまに喜んでいただきたいという思いと行動が、最高のおもてなしをする意識付けのインフラになっています。

今月は、入社9年目の恩田亮平さん&入社5年目の久保田麻里さんからのもつともつとでした。ありがとうございました。

しらすか ましゅう ホテル専門学校卒業後、アメリカ留学を経て大手アパレルメーカーのブランド・新業態開発部門、トランクルームのCS部門を経てワンスア라운드入社。現在は接客マナーや接客サービス分野の指導を中心に活動中。