

ワンスアラウンドの エリアマネージャー塾

ワンスアラウンド 古賀智映子

皆様、こんにちは。

ワンスアラウンドの古賀智映子と申します。

前回の6月号で弊社代表の鈴木理善が「エリアマネージャー（以下、AMG）」とは？」について解説させていただきましたが、今回から私がより実践的にAMGができること・やるべきことを、私の体験談や現場の事例を交えてお伝えしたいと思います。

ここではまず、AMGに最初に伝えたい三つのことについてお話しします。

AMGに最初に伝えたいこと その①
『ミッションを常に忘れない』
—ミッションが明確なAMGは、
どんなときも判断がブレない—

「ミッション」とは言い換えると、「自身の使命」で、何のために働くのかという「働く目的」を指します。

「皆様は何のために働いていますか？」

この質問に「売上的ため」と答える方がいますが、果たしてそうでしょうか？ 売上や利益はお店を存続させるための必要条件であり、それはここで言う使命とは別のものです。

例えば、私の仕事のミッションは「お役に立つ」です。私は、今の仕事をする前は、飲食やファッションの接客や人材教育の仕事をしてきましたが、お客様や仲間から感謝されたり、相手を楽しませたり、元気にできたときに一番のやりがいを感じ、大変なときの苦労も乗り越えられました。それは今の仕事でも変わりません。

もちろん、会社やお店にとって、売上目標の達成は重要です。しかし、それはやりがいのある仕事

事でお客様からの支持を得られて初めて達成できるのではないのでしょうか。

ミッションは皆様の仕事の原点であり、皆様が進んで大切にしたい思いです。

AMGの皆様がこのミッションを忘れると、判断がブレてしまったり、優先順位を間違えてしまっています。

以前、私が店長をしていたときの話です。

その日は店の売上アップに大きく影響する商品の入荷日でした。そして、入荷した商品を極品しているとき、商品の一部に縫製ミスがあることを発見し、慌ててAMGに電話をしました。

私が「本日入荷の商品の一部に縫製ミスがあります。店頭に出さずにメーカーに修理依頼をしてください」と必死に伝えると、AMGは「分かった。でも、大丈夫な商品だけ店頭に出し」としてと答えました。

今は大丈夫でも、縫製がもろい可能性があるのでも、私はその商品を店頭に出すには納得がいかず「なぜですか？」と聞くと、AMGはなんと「売上が取れなくなるから」と答えたのです。このときAMGが自身のミッションを忘れて、判断を誤った瞬間を目の当たりにし、ミッションを見失うことの恐ろしさを感じました。

AMGという仕事は、判断を求められることの連続です。時に難しい決断を迫られることもあり、自身の判断が正しいかどうか迷うときがあります。そんなときには、原点に立ち返り、自身のミッションを思い出してみてください。

AMGに最初に伝えたいこと その②
『常にビジョンを持つ』

—目的なきところに目標は生まれない、
目標なきところに行動は生まれない—

ビジョンとは、目標やゴールイメージを指します。どのようなお店やチームをつくりたいのかというビジョンがあれば、自分自身が、そして自分のチームがどのように仕事をすればよいのかが見えてきます。

「自身のエリアのビジョンは何ですか？」

これはあるショップ、A店の事例です。
店長のビジョンは「サービスナンバー1のお店をつくる」でした。A店はオープンしたばかりで入店客数も多く、毎日の荷さばきが追い付かず、ストックはいつもパッキンが山積み状態でした。

ある日、一人のお客様から商品のお問い合わせがあり、在庫を調べると、その商品は積み上げられたパッキンのどこかにあるということが分かりました。接客を担当したスタッフは、お客様に「商品が完売して入荷待ちの状態だ」と伝えようとしたのですが、店長はお客様に事情をお話して時間を頂き、パッキンの中から探すことにしました。

そして、やつとの思いで商品を見つけ、担当スタッフが商品をお客様に手渡しに行きました。接客を終えたスタッフは「お客様がとても喜んでくれたことがうれしかった」と語り、「店長がいつも言っているビジョンってこういうことなんですね」と言ってくれたそうです。

それ以来そのスタッフは、お客様に喜んでいただくために何ができるかをいつも考えながら仕事に取り組むようになりました。



目標設定はチームの行動の質を変えます。つまり、お店のビジョンを持ち、スタッフ全員が共有すると、スタッフ一人一人がゴールイメージを共有し、店頭での行動に直結するのです。そして、その連鎖がお客様満足の上につながります。

AMGは、常に店長とビジョンの共有を行います。チームにビジョンを熱く伝え続けてほしいと思います。

AMGに最初に伝えたいことその③ 『タイムマネジメントについて』

—AMGの業務改善は時間改善から始まる—

AMGの方から「仕事が多くて時間がない」「時間が取れないのでお店を巡回できない」というお悩みを最近よく耳にします。

そこで皆様に、今の自分の仕事の棚卸しにチャレンジしていただきたいと思えます。ステイプン・R・コヴァーが提唱した「時間管理マトリックス」の四つの領域に、参考例を入れてみました（図表）。縦軸は重要度、横軸は緊急度を表します。次にこの図を参考にして、自身の1週間の仕事を四つの領域に分類してみてください。

「あなたは①の緊急かつ重要な仕事に、時間を多く費やしていませんか？」

お店で起きる緊急で重要な仕事については「なぜクレームは起きるのか？」「なぜ人が辞めていくのか？」という原因を追究し、それを改善するための行動を取らない限り、減ることはありません。

目の前の問題解決（①②の領域）で終わるのでなく、問題の原因追及と改善（①②の領域）を

しなくてはなりません。②の領域の仕事は緊急ではないため、後回しにされがちですが、より良い未来のために最も重要な仕事であり、AMGの皆様は本来この領域の仕事に時間を費やさなければなりません。

ビジョン達成に向けて、②の領域の仕事をしっかり行うことで、①の領域の仕事は少なくなっていくと思います。これを機に自身が行うべき②の領域の仕事は何か、その仕事に時間を使っているかをよく考えてみてください。

また、仕事の棚卸しの結果、②の領域の仕事があふれているAMGは、②の領域に挙げた仕事は全て自分にしかできない仕事かどうかというフィルターで、再度見直してみてください。

・その資料作成は全て自分にしかできませんか？

・店長や仲間と協力してもらえそうなことはありますか？

店長育成も含めて、抱え切れない仕事は思い切って任せてみることも大切です。

任せた結果、初めのうちは修正や指導などに時間がかかりますが、育成した先に自身の時間が生まれると思っ

ください。

AMGとして、「未来のために今やらねばならない仕事」をするために、②の領域の仕事について再確認してみてください。すると、意外と「自分にしかできない仕事」が少ないことに気付けるはずです。

今回は、仕事の本質に迫る内容が多かったと思いますが、まずはこの三つのことが、皆様自身の仕事に対する思いや考え方を整理するきっかけになれば幸いです。ではまた、次号でお会いしましょう。

図表

