

せつきやくぎょう

こうぎ

接客業ベーシック講座



令和5年6月改訂

NO.

氏名



はじめに

しょうらい ぎょうかい いんしょくぎょうかい ひと せつ しごと つう しゃかい かつやく
 将来、アパレル業界や飲食業界といった、「人と接する仕事」を通じて、社会で活躍した
 かんが ひと おお おも
 人と考えている人は多いと思います。

せつきやくぎょう よ めん わる めん きやくさま ほんのう ちよくせつかえ
 接客業は、良い面でも、悪い面でも、お客様の反応が直接返ってくる、とてもやりがいの
 しごと たいおう しかたしだい くじょう
 ある仕事ですし、また、対応の仕方次第では、苦情やクレームにもつながる、むずかしい
 しごと
 仕事でもあります。

せつきやくぎょう つ さい きやくさま よろこ みせ
 このワークブックでは、みなさんが接客業に就いた際に、お客様に喜んでもらい、お店の
 うれあげ しごと つう たっせいかん じゅうじつかん え お
 売上にもつながることで、仕事を通じて達成感や充実感を得られるために、押さえておくべ
 きほんてき ないよう まな もくてき
 き基本的な内容について学ぶことを目的としています。

ワークブックの使い方

- 1 このワークブックは、何人かで集まって授業形式で進めていくことも、個人で学習を進め
 ていくことも、どちらもできるように作られています。ただし、どちらの場合であっても、必ず
 せんせい そうだん すず
 先生と相談しながら進めるようにしてください。
- 2 ワークブックの中には、そのテーマごとに、必ず学んで欲しいところと、余裕がある時
 なか かなら まな ほし よゆう とき
 に読むことで、さらに理解が深まったり、参考になったりするところ(「コラム」といいます。)
 よ りかい ふか さんこう
 があります。それぞれの進め方については、先生と相談して決めてください。
- 3 ワークブックの内容は、全部で6のテーマに分かれています。それぞれのテーマは以下
 すず かた せんせい そうだん き
 のとおりです。

せつきやくぎょう きほん 1 接客業の基本	しょうひしゃ めせん かんが 4 消費者の目線で考えよう
せつきやくぎょう きそちしき 2 接客業の基礎知識	あんぜん えいせい 5 安全と衛生
うれあげ なに 3 売上とは何か	せつきやく おうようへん 6 接客スキル～応用編～

もくじ

1	<small>せつきやくぎょう</small> <small>きほん</small> 接客業の基本	3
2	<small>せつきやくぎょうかい</small> <small>きそちしき</small> 接客業界の基礎知識	11
3	<small>うりあげ</small> <small>なに</small> 売上とは何か	21
4	<small>しょうひしゃ</small> <small>めせん</small> <small>かんが</small> 消費者の目線で考えよう	29
5	<small>あんぜん</small> <small>えいせい</small> 安全と衛生	39
6	<small>せつきやく</small> <small>おうようへん</small> 接客スキル～応用編	47

Step
1

せっきやくぎょう きほん
接客業の基本

この単元のポイント

- 接客の基本姿勢を身につける。
- 接客基本用語とその用法を知る。
- 接客の際にはしてはいけないことについて学ぶ。

せっきやくぎょう
1 接客業とは

接客業とは、お店や施設のお客様をもてなしたり、サービスや商品を提供したりする仕事のことです。

接客業の職種は、飲食・販売・アパレル・美容など多岐にわたります。例えば、ホテルなどのフロントスタッフ、飲食店のホールスタッフ、アパレルなどのショップスタッフ、コンビニエンスストアなどのレジスタッフ、遊園地などのレジャースタッフなどの種類があり、活躍の場が非常に広い職種であるといえます。

このワークブックでは、それらの主な職種のうち、飲食・アパレル関係の職種を中心に、接客業に共通する知識について解説していきます。



2 接客の基本姿勢

接客する際に、より大切なことは、数あるお店の中から選んでいただいたことに対して、お客様への感謝の気持ちを持つことです。

その上で、接客スキルをしっかりと身につけることが大切です。

それでは、基本的な接客スキルについて見ていきましょう。

(1) 3種類のおじぎを身につける

あいさつとおじぎは、社会人の基本です。接客においても、おじぎがきちんとできているかどうか大切なポイントになります。

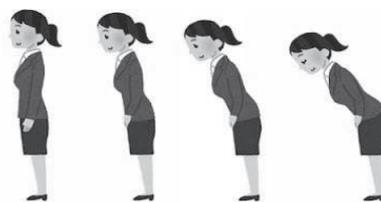
おじぎには、会釈、敬礼、最敬礼の3種類があります。

「会釈」は、腰から上をまっすぐに15度くらい傾けます。入社や退社をするときなどに使います。

「敬礼」は、腰から上をまっすぐに45度くらい傾けます。「いらっしゃいませ」など、お客様にあいさつするときなどに使います。

「最敬礼」は、指先がひざの先につくくらいまで、腰から上をまっすぐ・ゆっくりと75度くらい傾けます。お礼を言うときや謝罪するとき、お願いをするときに使う、丁寧なおじぎです。

会釈 敬礼 最敬礼



(2) 笑顔でおもてなしの心を伝える

あいさつの前段階として大事なものは、お客様に見せる表情です。

「さわやかな笑顔」「明るい声」「元気なあいさつ」がお客様に好印象を持っていただく重要な要素になります。

笑顔のポイントは、口元だけではなく、目元も笑っているということです。

み せいけつかん だいいち
 (3) 身だしなみは清潔感を第一にする

せつきゃく しごと きゃくさま せつ なか しょたいめん よ
 接客の仕事は、たくさんのお客様と接する中で、初対面で良い
 だいいちいんしょう あた たいせつ さい じゅうよう ぶくそう み
 第一印象を与えることが大切です。その際、とても重要なのは服装と身だ
 だいいちいんしょう だい よういん
 しなみです。第一印象を決める大きな要因になることもあります。
 だいいち こころ せいけつかん
 第一に心がけるべきことは、清潔感です。

み ごかい おお み
 身だしなみは、おしゃれと誤解されることが多いのですが、身だしなみと
 きかさ けっていてき ちが み きゃくさま
 おしゃれに着飾ることは決定的に違います。「身だしなみ」はお客様のた
 じぶん
 めのものであり、「おしゃれ」は自分のためのものです。



ほうそく
 メラビアンの法則

しんりがくしゃ あいて
 アメリカの心理学者アルバート・メラビアンが、コミュニケーションが相手に
 あた いんしょう ほうそくか
 与える印象を法則化したもの。

あいて かんじょう たいど しめ ようそ げんごじょうほう
 相手に感情や態度を示すメッセージには、3つの要素（言語情報・
 しかくじょうほう ちょうかくじょうほう ひと じゅうし め しかくじょうほう
 視覚情報・聴覚情報）があり、人が重視するのが、まず目からの視覚情報、
 つぎ みみ ちょうかくじょうほう さいご げんごじょうほう じゅん い
 次に耳からの聴覚情報で、最後に言語情報の順と言われています。

め み しせい ひょうじょう みみ はい こえ くちょう はな かた
 目に見える姿勢や表情、耳に入る声の大きさ、トーン、口調などの話し方や
 だいいちいんしょう おお えいきょう
 スピードは第一印象に大きく影響します。

きゃくさま まんぞく さいゆうせん
 (4) お客様の満足を最優先にする

しょうばい きゃくさま な た きゃくさま みせ き
 すべての商売は、お客様がいて成り立っており、お客様がお店に来てく
 しょうばい な た
 れなくなると、そこでの商売は成り立たなくなってしまいます。

じぶん ただ おも ひと きゃくさま いけん たいせつ
 「自分が正しい」と思いがちな人は、まず、「お客様の意見を大切にす
 かんが かた か ひつよう きゃくさま
 る」という考え方に変えていく必要があります。そのためには、「お客様
 なに もと みせ き びんかん
 は何を求めて店に来ているのか」ということに敏感になることです。

きゃくさま よろこ もくひょう じぶん なに なに
 お客様が喜んでくれることを目標に、自分は何ができて、何をしたら
 かんが うご しゅうかん
 いいのかを考えながら動く習慣をつけていきましょう。

（5）心のこもったあいさつをする

あいさつはコミュニケーションの第一歩であり、よりよい人間関係づくりのためには不可欠なものです。もちろん、接客においても重要なスキルです。

<p>いらっしゃいませ</p>	<p>お客様が来店されたときのあいさつです。</p> <p>「ご来店ありがとうございます」という感謝の気持ちを込め、その瞬間にお客様が「来店してよかった」と思っていただけのような心からのあいさつをしましょう。</p> <p>また、テーブルにご案内するとき、テーブルにうかがったときなどには、しっかりとアイコンタクトをとりながら、笑顔とともに歓迎の意を表しましょう。</p>
<p>ありがとうございます</p>	<p>「ありがとうございます（ました）」には、2つの使い方があります。</p> <p>1つ目は、お客様がお帰りになる際のあいさつです。</p> <p>2つ目は、お客様が私たちに対して何かをしてくださったときにするあいさつです。例えば、配膳しやすいように身体をよけてくださったとき、空いたお皿を下げるときに手伝ってくださったときなどに、必ず笑顔で「ありがとうございます」とお礼の気持ちを伝えます。</p>
<p>少々お待ちください</p>	<p>例えば、席にご案内してからファーストサービスを行うまでの間、注文を受けてから料理を提供するまでの間など、すぐに対応できず、お待たせしてしまうときに使います。おうかがいするときは、たとえすぐに対応したとしても、「お待たせしました」と言いましょう。</p>

<p>ま お待たせしました</p>	<p>すうぶん ま たとえほんの数分のことであっても、「お待ち ちいただいて、ありがとうございます。」とい かんしゃ きも ま う感謝の気持ちと、「わざわざお待ちいただい もう わけ わ きも て、申し訳ございません」というお詫びの気持 こ つた ちを込めて伝えます。</p>
<p>しつれい 失礼いたします</p>	<p>こしつ きゃくさまくわん で 個室のようなお客様空間に入るとき・出ると せき ちかよ はな き、お席に近寄るとき・離れるときのきっかけ ことば とく きゃくさま むごん となる言葉です。特にお客様のそばに無言で ちか ぶれい かなら こえ 近よるのは無礼です。必ずお声がけしましよ う。 しつれい しつれい 「失礼いたします～」や「失礼いたしま～ ごび の つか す」のように語尾を伸ばして使ってはいけませ ん。</p>
<p>かしこまりました</p>	<p>きゃくさま いらい ようぼう りかい ひ お客様のご依頼・ご要望などを理解し、引き う つか かくじつ う 受けるときに使います。「確実に受けしま きも こ へんじ す。」という気持ちを込めて返事をします。 ことば こび この言葉も「かしこまりました～」と語尾を の つか 伸ばして使ってはいけません。</p>
<p>もう わけ 申し訳ございません</p>	<p>きゃくさま こころ わ つか お客様に心からお詫びをするときに使いま す。 きゃくさま ようぼう こた お客様のご要望にお応えできなかったと めいわく けんきょ せい き、ご迷惑をおかけしたときは、謙虚に誠意を つた もって伝えます。 ビジネスでは「すみません」や「ごめんなさ つか えがお い い」は使いません。くれぐれも笑顔で言うこと ちゅうい のないように注意しましょう。</p>

3 接客におけるタブー

(1) 大きい声を出す

厨房内から大声でサービス・スタッフを呼んだり、遠くにいるスタッフに大声で話したり、かかってきた電話に対して大声で応えたりといった対応は、お客様にとって耳ざわりです。大きすぎる声は慎みましょう。

(2) ささやき声・耳打ちをする

お客様のほうを向いたまま、ささやき声や耳打ちをした場合、お客様は自分ことを話されているかもと勘ぐり、不快な思いをするかも知れません。

仕事中の私語も慎みましょう。

(3) にやにや笑う

この笑い方をすると、お客様は、自分の服装や動作を笑われたように勘違いしてしまうのでひかえましょう。笑顔は大事ですが、ニヤニヤ笑いは笑顔ではありません。

(4) 頭髪に手をやる

無意識にしてしまう仕草の一つに頭髪に手をやるというものがあります。指で髪をとかすという仕草もあります。こうした動作もお客様を不快にさせてしまうことがあります。

(5) あくび・くしゃみ

お客様から見える場所であくびをするのは、やめましょう。例え、あくびをかみしめた場合でも見ているお客様には分かってしまうものです。だ液が飛び散るくしゃみも良くありません。どうしても、くしゃみ・あくびがしたいときは、お客様からは見えない場所でしましょう。

(6) 体調不良のまま接客

体調不良で、だるそうな姿勢をとっていたり、眉間にしわを寄せた表情をしていた場合、それを見たお客様は、あまり気分がよいものではありません。体調不良のときは、上司に報告して、体調がよくなるまで休憩させて



work 1 つぎ ことがら かんが
次の事柄について考えてみよう。

1 いんしょくてん てん りよう てんいん せっきやく
飲食店やアパレル店を利用したときに、店員さんの接客でうれしかったこと
ふかい かん おし りゆう か
とと、不快に感じたことを教えてください。また、その理由について書いて
くだ
下さい。

うれしかったこと	りゆう 理由
----------	-----------

ふかい かん 不快に感じたこと	りゆう 理由
--------------------	-----------

2 いんしょくてん てん てんいん おも
あなたが飲食店やアパレル店の店員さんに「こうあってほしい」と思う
りそう せっきやく せっきやく
理想の接客とは、どんな接客ですか。

おも りそう せっきやく
あなたが思う理想の接客とは？

4 まとめ

みせ とき あいさつ
 お店に入った時に、「いらっしゃいませ」と、さわやかに挨拶をされれば、
 だれ きも
 誰でも気持ちのいいものです。

にんげん かんじょう も い もの おな しょうひん か い かん
 人間は感情を持つ生き物です。同じ商品を買に行くのなら、感じのよい
 みせ か もの おも きも か もの たの おも
 お店で買い物をしたいと思えますし、気持ちよく買い物を楽しみたいと思
 うのです。

たと しょうひん う みせ はたら
 例えば、ほしい商品をお店であっても、そこで働くスタッフか
 かん たいおう じかい べつ みせ さが か
 ら、感じのよくない対応をされれば、次回は、別のお店を探してそこで買うよ
 うになってしまうかも知れません。

せっきやく きほん お うえ きゃくさま たちば きも せっきやく
 接客の基本を押さえた上で、お客様の立場に立った、気持ちのいい接客を
 こころ
 心がけましょう。

たんげん まな
 この単元で学んだこと



Step 2

接客業界の基礎知識

この単元のポイント

- 飲食業界・アパレル業界のしくみについて理解する。
- 飲食店店員の仕事内容とやりがいについて学ぶ。
- アパレル店員の仕事内容とやりがいについて学ぶ。

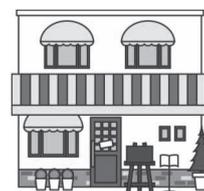
接客業界には様々な職種がありますが、本單元では、主に飲食業とアパレル業について見ていきます。

1 飲食業界について

(1) 飲食業界のしくみ

飲食業界は、レストラン、ファストフード店、喫茶店、居酒屋などのいわゆる「外食」企業と、弁当や総菜など（一般に「中食」と言います。）を販売する企業とに大きく分かれますが、いずれも、野菜を作ったり牛や豚を育てる「生産者」や、生産者から野菜や牛・豚等の肉を買い取り、調理しやすいようにする「加工業者」がいて、それらの食材を「卸売業者」が買い取り、外食企業や中食企業に卸して、ようやく食材がレストランや弁当屋等に届くこととなります。

「セントラルキッチン」と呼ばれる調理施設で食材を一括して調理し、配送先の店舗で温めることで来店客に提供する仕組みを採用しているところもあります。店舗での調理が省力化できることや、どの店舗でも一定品質の食事を提供できる点が強みです。



いんしよくぎょうかい はたら
 (2) 飲食業界で働くということ

せっきやく ひと
 ①接客は「人」がするもの

いんしよくぎょうかい ひと ひと しごと ひと
 飲食業界は、「人が人にサービスをする仕事」、つまり、「人」がい
 な た しごと
 と成り立たない仕事です。

たと みせ むひょうじょう ぶあいそう せっきやく
 例えば、お店のスタッフが無表情で、不愛想な接客をしていたとしたら、
 きやくさま おも みせ き おも
 お客様はどう思うでしょう。そのお店に「また来たい」と思うでしょう
 らいてん きやくさま まんぞく ていきょう
 せっかく来店していただいたお客様に、満足のいくサービスを提供できるよ
 ころ
 うに心がけましょう。

しょく つう しゃかい こうけん
 ②食を通じて社会に貢献

しごと じぶんじしん しゃかい やく た
 仕事をするということは、自分自身のためだけでなく、社会の役にも立つと
 いんしよくぎょうかい はたら しゃかい やく
 いうことです。では、飲食業界で働くということは、どのように社会の役
 た
 に立っているのでしょうか。

ひと た おも えがお しあわ きぶん
 人はおいしいものを食べたとき、思わず笑顔になり、とても幸せな気分
 えがお ひと しあわ ころろ しず
 になります。そして、その笑顔はまわりの人を幸せにします。心が沈んでいる
 た げんき まえむ きも
 ときでも、おいしいものを食べると元気がわいてきて、前向きな気持ちになり
 た もの ふしぎ ちから
 ませんか？ おいしい食べ物には、そんな不思議な力があるのです。

きやくさま えがお げんき すがた いんしよくぎょうかい はたら なに よろこ
 お客様の笑顔や元気な姿が、飲食業界で働く何よりの喜びであり、そ
 えがお み いんしよくぎょうかい はたら みりよく ひと
 の笑顔を見ることが飲食業界で働く魅力の一つであるといえます。

いんしよくぎょうかい はたら みりよく
 飲食業界で働く魅力は、それだけではありません。

がくれき ねんれい かんけい き あたら しごと
 学歴や年齢に関係なく、やる気があればどんどん新しい仕事にチャレンジ
 おお どりよく みと やくしよく きゅうりょう あ
 ができることが多く、努力が認められると役職や給料も上がります。ま
 すく しきん どりつかいぎょう いんしよくぎょう みりよく
 た、少ない資金で独立開業ができることも飲食業の魅力といえるでしょ
 だいぎぎょう せいちよう いんしよくぎぎょう なか そうぎょうしゃ ちい みせ
 う。大企業に成長した飲食企業の中には、創業者がはじめは小さな店で
 どりつかいぎょう ちえ くふう せいこう ねん だいぎぎょう そだ あ
 独立開業し、知恵と工夫で成功をおさめ、10～20年で大企業まで育て上
 れい
 げた例もあります。



おいしい食べ物を提供することで社会の役に立ち、そして飲食業で努力を続けることで、自らも成功を手に入れる。飲食業界は、「食を通じて社会に貢献できる」業界です。

③さまざまな年代の人と共に働く

飲食業界では、若い人から年配の人まで、さまざまな年代の人が働いています。また、育った環境や時代が異なる人たちや、自分とは違う考え方を持った人たちとも協力しながら仕事をしなければなりません。

学校の友だちのように、自分の気の合う仲間とだけつき合えば良いというわけではないのです。自分とは性格や考え方が合わない人もなかにはいるかもしれません。

しかし、お店で働く上司や同僚を選ぶことはできません。さまざまな考え方を持った人たちと一緒に働きながら、お互いの意見や考え方の違いを理解し、尊重し合うことが必要です。

飲食店では、配膳や会計等を担当するホールスタッフや調理を担当するキッチンスタッフ、それぞれの分野の責任者（リーダー）、お店全体を統括する店長等、さまざまな立場の人たちが一つのチームとして働いています。

どんなにお金をかけて素敵なお店を作っても、そこで働くスタッフ全員のチームワークが悪ければ、決してよいお店とは言えません。

お客様を笑顔にするために、年齢や役職の違いを越えて、お店にいるすべての人が同じ目標をもってチームとして働くことが、よいお店を作るための第一歩です。



2 アパレル業界について

(1) アパレル業界のしくみ

衣料品や服飾品については、アパレルメーカーが商品の企画やデザインを行います。次に、商品に必要な素材を、商社などを通じて、素材メーカーや、それを染色する企業、糸を生地にする繊維メーカーなどから調達します。そして、アパレルメーカーでデザインに沿って縫製されて商品になったものが、百貨店や小売店、通販会社などで販売されます。

アパレル業界では、この生産・流通を川の流に例えて、アパレル(衣料品)の素材(繊維・糸・生地など)を生産・流通する業界を「川上」、アパレルを生産・流通する業界を「川中」、アパレルを消費者に販売する小売業界を「川下」と名づけています。

では、ここからは、実際に川の流をイメージしながら、それぞれの役割別に仕事内容や、そのポジションに関わる職業を見ていきましょう。「川上」は、商品が完成する前の、洋服にもなっていない段階であり、繊維メーカーや生地メーカーのことを指します。主に生地や糸の生産や調達を行い、生産した素材を「川中」へと卸します。この「川上」では、テキスタイルデザイナーや染め職人といった職業の人たちが活躍します。

続いて「川中」ですが、ここからは「川上」から卸してもらった生地や糸を中心に、実際にアパレル商品を生産する段階に入ってきます。アパレルメーカーや縫製業が「川中」に分類されます。この「川中」では、パターンメーカーやデザイナーといった職業の人たちが活躍します。

最後に「川下」ですが、ここでは実際に「川上」から「川中」で作られた商品をお客様に届けていく役割を担います。「川下」の段階で活躍するのが、バイヤーやアパレル店員といった職業の人たちです。

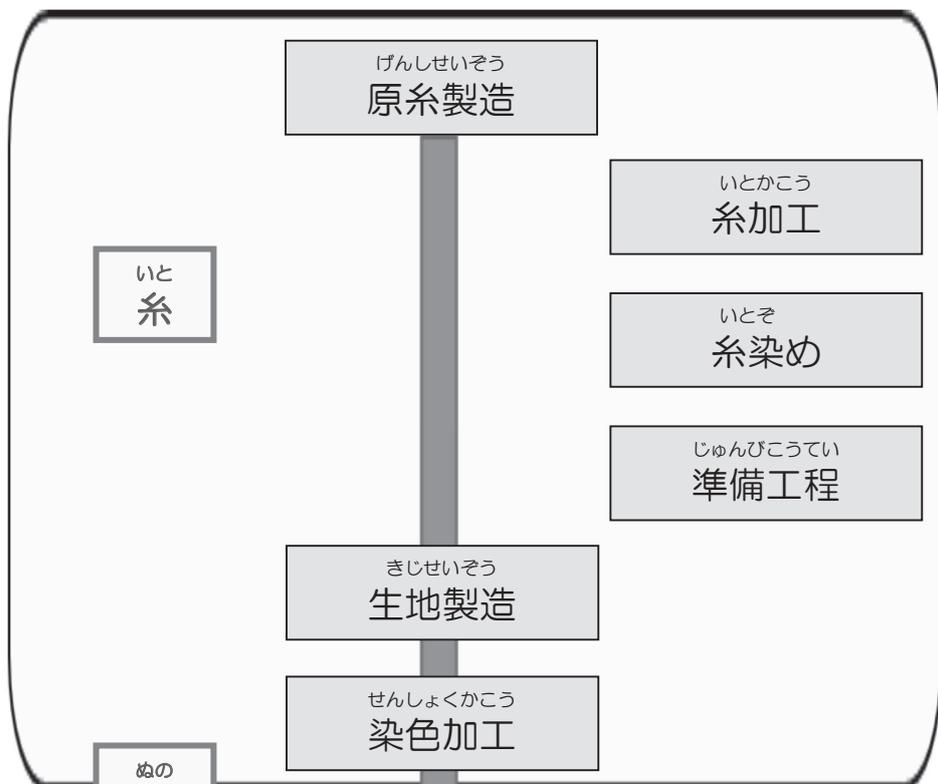
このように服は、たくさんの会社や人たちの手によって、実に様々な工程を経て、ようやく店頭と並ぶことになるわけです。

ふく
服ができるまでの流れ

かんけい しょくしゆ
関係する職種

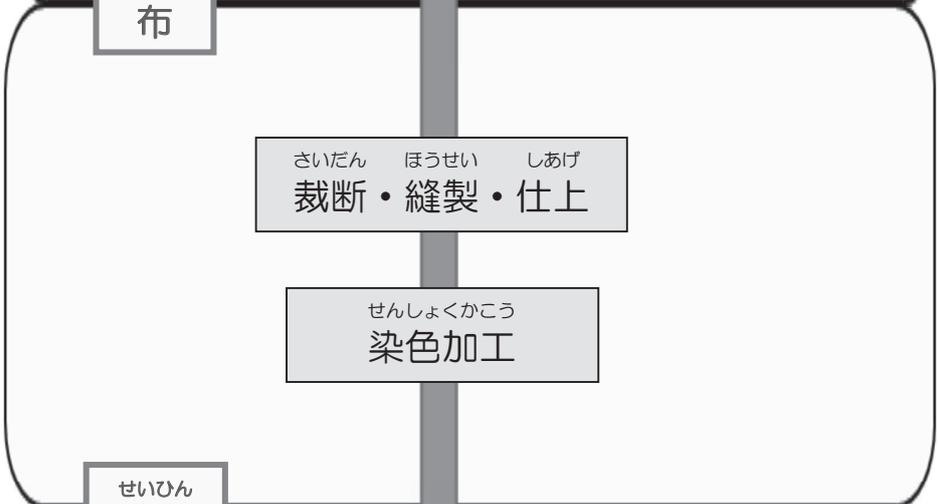
つぎ しょうかい
(次のページで紹介します。)

かわかみ
川上



テキスタイルデザイナー
そ しょくにんなど
染め職人等

かわなか
川中



パターンメーカー
など
デザイナー等

かわしも
川下



バイヤー
てんいんなど
アパレル店員等

ぎょうかい さまざま しょくしゆ
 (2) アパレル業界における様々な職種

①デザイナー

きぎょう はんばい ようふく おも しごと
 アパレル企業で販売する洋服などのデザインをするのが主な仕事です。

きせつ りゆうこう おう だ
 季節ごとのテーマや流行に^お応じて、デザインのアイデアを出し、デザイン画に^お落とし込みます。また、素材^{そざい}選び^{えら}をする場合も多く、決定したデザインの生地やボタンなどのアクセサリや裏地^{うらじ}を選びます。

で き あ が そ ざ い わ た
 さらに、出来上がったデザイン画や素材などをパターンメーカーに渡し、どのような商品にしたいかを細かく説明することも求められます。

②パターンメーカー

さくせい が ふく
 パターンメーカーはデザイナーが作成したデザイン画に沿って、服の設計図であるパターンを作る仕事です。パターンとは生地を裁断するときに必要な型紙のことで、デザイナーが作った平面のデザイン画を、立体にするにはどう裁断して縫製したらよいかを考えて作ります。

③マーチャンダイザー

ひゃっかてん しょうひん
 MD（マーチャンダイザー）は、アパレルメーカーや百貨店などで、商品の企画や売上・予算管理、販売計画、などを総合的に担う仕事です。

いま じ しゃ た しゃ な に う な に り ゅう こう
 今、自社や他社のブランドで何が売れているのか、これから何が流行するのかを分析し、次のシーズンで何を作って販売するかを企画する仕事です。

④バイヤー

おも き せ つ ひ つ よ う しょうひん か つ
 バイヤーは、主にシーズン（季節）ごとに必要となる商品を買付け仕事です。

ぜんねん ことし な に う つ ぎ
 前年・今年は何がどれくらい売れているか、次のファッショントレンドは何かを分析し、次のシーズンの買付の内容を決めます。



(3) アパレル店員の仕事とキャリア

アパレル店員は、アパレルショップで洋服を販売するのが主な仕事ですが、それ以外にも、販売にともなう幅広い仕事を担当します。

来店してくれたお客様に対して、明るく気持ちの良い接客を行うのはもちろん、洋服選びに悩んでいるお客様へのアドバイスや試着のサポート、レジ業務などを行います。

また、お客様に気持ちよくショッピングを楽しんでもらうため、店内の掃除や整理整頓も欠かせません。

そのほか、仕入れた商品の検品作業やタグ付け、在庫管理、店舗内のディスプレイなども重要な仕事です。

毎日多くのお客様と接するため、高いコミュニケーション能力や明るく前向きな性格が求められますし、立ち仕事ですから、ある程度の体力も必要になります。

アパレル店員になるために、特に資格は必要ありません。

一部の大手企業以外、学歴を問われることはほとんどなく、アルバイトからスタートして、契約社員や正社員にステップアップしていく人も多い職業です。

ファッションが大好きという場合には服飾系専門学校で学ぶことも選択肢の一つになりますが、そういった人はデザイナーやパターンデザイナー、スタイリストなどを目指すケースが多いようです。

経験を積んで副店長や店長に昇格すると、売上管理やスタッフの教育、シフト調整、顧客情報管理など、お店のマネジメントに関する仕事を任せられます。



work 1

せっきやくぎょう なか いんしょくぎょう ぎょう む
接客業の中で、飲食業・アパレル業それぞれに向いている人はどの
かんが りゆう あわ か
ような人か考え、その理由と併せて書いてください。

<p>いんしょくぎょう む ひと 飲食業に向いている人は？</p>	<p>りゆう 理由</p>
---------------------------------------	-------------------

<p>ぎょう む ひと アパレル業に向いている人は？</p>	<p>りゆう 理由</p>
------------------------------------	-------------------

work 2

きぼう せっきやくぎょう しごと つ
あなたが希望する接客業の仕事に就くことができたとき、スタッフとして、
きゃくさま みせ せっきやく ところ
お客様のため、お店のために、どんな接客サービスを心がけたいですか？

3 まとめ

いんしょくぎょうかい ぎょうかい さまざま しょくしゅ たちば ひと
 飲食業界も、アパレル業界も、様々な職種や立場の人たちが、それぞれの
 やくわり は な た かきぎょうかい しごと
 役割をしっかりと果たしていくことで成り立っています。各業界における仕事の
 みりよく もと し しょうらい しょくぎょうじん
 魅力とやりがい、求められるスキルなどを知ることで、将来の職業人としての
 じぶん すがた
 自分の姿をイメージしていきましょう。

たんげん まな
 この単元で学んだこと





「～感動した接客エピソード～」

日本の接客業は、外国人にとって驚くようなハイレベルなサービスとされています。すみずみまで行き渡った気配りと丁寧な接客はとても心地の良いものですが、接客する側からすれば、常に周りに気を配り、どうすればお客様が喜んでくれるのかを考えて行動することが求められます。

参考までに、ネット上に掲載されていた接客エピソードについて、2つ紹介します。

【接客エピソード①】

こじんまりとした唐揚げ専門店、迷惑かなと思いつつベビーカーに子どもを乗せて買い物をしたときの事です。自分が店員だったら、きっと「こんな狭い店にベビーカーで来るなよ」と思ったことでしょう。ところが、買い物をしてお店を出る時に、店員さんが嫌な顔一つせず、「どうぞ」とお店のドアを開けてくれました。

昼の忙しい時間帯だったのにもかかわらず、ドアを開けてくれたことと、他ではこんなに良いことをしてもらえる機会が少ないので、うれしさは一層大きかったです。

【接客エピソード②】

友人への出産祝いを買った時の事です。出産祝いは決まったお店で買うことが多いのですが、出産祝いなので、そんなに頻繁ではありません。

先日、友人へ出産祝いを贈ろうと久しぶりにお店へ行き、プレゼントを探していたら、店員さんが対応に来てくれました。一言、二言話をすると、「以前、〇〇さんへのプレゼントをご購入いただいた方ですよ。〇〇の服は喜んでいただけましたか？」と、私が送った相手と品物を覚えていてくれました。プロの仕事にびっくりしたのと、うれしさとお店のことがさらに大好きになりました。

まだまだエピソードはたくさんありますが、以上のように、自分のことをよく見てくれていると感じる接客は好感度が高いと言えます。接客業は、常に周りに気を配ることが求められることを、よく理解しておきましょう。

Step 3

売上・利益とはなにか

この単元のポイント

- 売上と利益のちがいについて学ぶ。
- 必要経費について理解する。
- 利益を生み出すために販売員として必要なことについて考える。

1 売上と利益について



(1) 売上の計算方法

飲食店を例にとって見てみましょう。

飲食店の儲けの基本は売上ですが、売上を出すための計算式は次のとおりです。

$$\text{売上高} = \text{客単価} \times \text{客数}$$

まず、「客単価」とは、お客様が支払う平均金額のことです。

客単価は店の業態によって異なります。例えば、ファミリーレストランに比べて、高級フレンチレストランの客単価は高くなります。

次に「客数」とは、来店していただいたお客様の数です。

このように飲食店では、何人のお客様が来店し、一人当たりいくら分の食事をしたかで計算して、売上を計算します。

(2) 売上よりも利益が重要

飲食店の「儲け」は、売上とイコールではありません。

飲食店の儲けは、「売上」から経費を引いた「利益」です。売上よりも利益が重要だということを、頭に入れておいてください。

たと 例え、お店の年間売上が3、000万円で、利益が
 250万円のA店と、年間売上が1、500万円で50
 0万円の利益を出しているB店を比べた場合を考
 えてみましょう。売上だけを見れば、A店はB店の2倍もの
 売上なので、より儲かっているように見えますが、利益
 を見ると、B店のほうがA店の2倍なので、実際にはB店
 のほうが儲かっているのです。

	売上	利益
A店	3、000万 円	250万円
B店	1、500万 円	500万円

(3) なぜ、お店は「利益」を生み出す必要があるのか。

利益を得ることは、お店が存続していくための大前提です。お店はいつでも
 安定した経営状態であるとは限りません。売上が少ない時期があったり、
 感染症や災害の影響で、客足が遠のいてしまうこともあります。

それでもお店が存続していくためには、利益を得なければなりません。

お店が利益を生み出すために、一人のスタッフとして何が出来るかを意識し
 て、考えながら働くことが大事です。

(4) 数字（成果）を意識して仕事をしよう。

お店の売上や利益については、店長だけが意識していれば良いと思ってい
 ませんか。「仕事を通じて成長したい。」「将来、自分のお店を持ちた
 い。」「もっと責任のある仕事がしたい。」「お店にとって必要な人材にな
 りたい」と思っている人は、他人まかせの考え方ではなく、当事者意識を
 持って仕事に向き合いましょう。

たとえ売上が伸びているときでも、それを上回る経費がかかっていたので
 は、利益は生まれません。無駄な経費の発生を防ぐためには、日々数字
 (成果) を意識して仕事に取り組む必要があります。

そして、お店にとって最大の経費は人件費（給料）ですから、時間内
 に、てきぱきと要領よく仕事を進めることも大事なことです。

2 利益のしくみを知ろう

ひと口に「利益」といっても、実はいろいろな種類があります。

ここでは、主な利益として「売上総利益（粗利）」「営業利益」「経常利益」という3つの利益について説明します。

それぞれ、利益の数字には意味がありますが、むずかしい会計用語を覚えるよりも、利益がどのようにして出てくるかを知っておくことが大切です。

次の表は、A店の損益計算書に記載する項目を表したものです。

損益計算書は、お店の成績表ともいえるもので、これが読めるようになれば、利益のしくみを理解することができます。

売上高①	200万円	
売上原価②	60万円	
売上総利益（粗利）①－②＝③	140万円	
経費	人件費	50万円
	家賃	15万円
	水道光熱費	7万円
	その他経費	23万円
	合計④	95万円
営業利益③－④＝⑤	45万円	
営業外損益	利息支払⑥	3万円
経常利益⑤－⑥＝⑦	42万円	

ここでは、5つの利益のうち、「売上総利益（粗利）」「営業利益」「経常利益」の3つを理解していきましょう。

A店の平均的な月の売上は200万円です（①）。それに対する売上原価（原材料仕入代）は、60万円（②）です。つまり、1か月間に60万円分仕入れた食材を調理して販売した結果、200万円の売上になったということです。

売上総利益は140万円（③）となります。「売上総利益」とは、俗に「粗利」といわれる利益です。売上から売上原価を差し引いた利益で、損益計算書で最初に現れる利益のことです。商売の大元の利益ともいえるものであり、商品そのものがもたらす利益です。売上総利益を計算する式は、次のとおりです。

$$\text{売上高} - \text{売上原価} = \text{売上総利益（粗利）}$$

$$\Rightarrow 200\text{万円} - 60\text{万円} = 140\text{万円}$$

次に経費を見ていきましょう。それには、スタッフの人件費や店舗の家賃、水道光熱費、その他の経費（広告宣伝費、通信費、交通費等）など、お店を運営するために必要な毎月の経費があります。A店の経費の合計は95万円（④）です。

A店の粗利益は140万円なので、そこから経費95万円を引くと45万円が残ります。この利益から経費を差し引いた残りの利益を「営業利益」（⑤）といいます。

営業利益とは、「本業で稼いだ利益」といわれ、食材を仕入れて調理したものを集客したお客様に販売するという飲食店の本業の結果として得た利益のことで、利益の中で最も重視されるものです。

営業利益を算出する計算式は、次のとおりです。

$$\text{売上高} - \text{売上原価} - \text{経費} = \text{営業利益}$$

$$\Rightarrow 200\text{万円} - 60\text{万円} - 95\text{万円} = 45\text{万円}$$

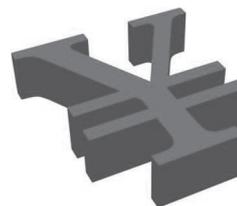
本業でかせいだ利益のほかに、本業以外の収益や費用もあります。A店でいえば、支払利息の3万円(⑥)が本業以外の費用です。支払利息とは、出店のために銀行等から借りたお金に対する利息です。本業以外の収益としては、預金、貸付金に関する受取利息等があります。

これらは、いわゆる本業と関係ないところで発生する収益や費用です。これを「営業外損益」といいます。A店は支払利息が3万円ですから、営業外損益が「-3万円」になります。

営業利益の45万円に営業外損益を足すと42万円(⑦)になります。この営業利益に営業外損益を足した結果の利益が「経常利益」です。経常利益を計算する式は、次のとおりです。

えいぎょうりえき 営業利益	+	えいぎょうがいそんえき 営業外損益	=	けいじょうりえき 経常利益
------------------	---	----------------------	---	------------------

⇒ 45万円 + (-3万円) = 42万円



3 必要経費について知ろう

次に、必要経費について見ていきましょう。

飲食店での経費の代表格は、原材料費と人件費、店舗家賃(店舗を借りている場合)です。なかでも原材料費と人件費は、飲食店の経営で特に重視されるものです。

まず原材料費とは、調理をするための材料の仕入れ価格です。売上単価の高い高級飲食店ほど原材料費は高くなります。一般的には売上に対する原材料費率(原価率)は30%以内を目指します。

次に人件費とは、その名のとおり、スタッフの給料や社会保障などの法定福利費を含む人に関する費用です。

売上に対する人件費(人件費率)は、業態にもよりますが、一般的な中小飲食業の場合は30%以内を目指します。

4 利益を生み出すために必要なこと

次に、利益を上げるための方法を理解しましょう。

利益を上げるためにやるべきことは、たったの2つです。

それは、「入りを増やして、出を減らす」ことです。

入りを増やすとは売上を上げるということで、出を減らすとは、経費を減らすことです。

つまり、売上を増やして経費を下げれば、差し引きの利益は増えるということです。

では、売上を増やすためには、どうしたらよいでしょうか。

飲食店での売上の基本は、「売上高＝客単価×客数」という計算式のとおりです。

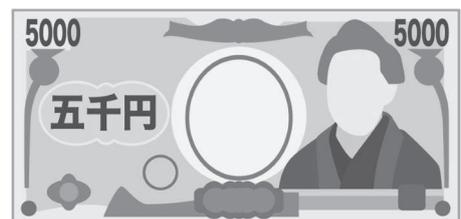
この計算式からわかるとおり、飲食店で売上を伸ばすには、「客単価」を上げるか、「客数」を増やす必要があります。

「客単価」を上げるということは、お客様1人当たりの購入額や購入点数を増やすということになります。「客数」を増やすということは、新規のお客様とリピート客を増やすことになります。

一方、経費を減らすには、どうしたらよいでしょうか。

経費には、人件費、光熱費、広告宣伝費など、お店を運営するために必要な費用が含まれています。経費のムダを削るためには、お店のスタッフ一人一人がコスト意識をしっかりと持って、例えば、備品や消耗品を大事に使う、ミスコピーをしない、勤務時間を有効に使うといったように、自分の仕事の範囲内で出費をおさえる工夫が必要です。

月に2～3%程度の経費節減であったとしても、年間で計算すれば、大きなちがいが出てくるはずで





work 1

せんげつ てん うりあげだか まんえん せんてんこうこくひとう た けいひ
 先月のB店の売上高は180万円、宣伝広告費等「その他経費」は25
 まんえん した そんえきけいさんしよ つか うりあげそうりえき あり えいぎょう
 万円でした。下の損益計算書を使って、①売上総利益（粗利）、②営業
 りえき およ けいじょうりえき けいさん
 利益、及び③経常利益を計算してみましょう。

てん せんげつ そんえきけいさんしよ
 B店の先月の損益計算書

うりあげだか 売上高①		万円
うりあげげんか 売上原価②		60万円
うりあげそうりえき あり 売上総利益（粗利）①－②＝③		万円
けいひ 経費	じんけんひ 人件費	45万円
	やちん 家賃	10万円
	すいどうこうねつひ 水道光熱費	8万円
	た けいひ その他経費	万円
	こうけい 合計④	万円
えいぎょうりえき 営業利益③－④＝⑤		万円
えいぎょうがいそんえき 営業外損益	りそくしはらい 利息支払⑥	2万円
けいじょうりえき 経常利益⑤－⑥＝⑦		万円



work 2

あなたは、アパレルショップの店員です。
 てんいん

みせ りえき こうじょう
 お店の利益を向上させるために、スタッフとしてできることを
 かんが した か
 考えて、下のスペースに書いてください。

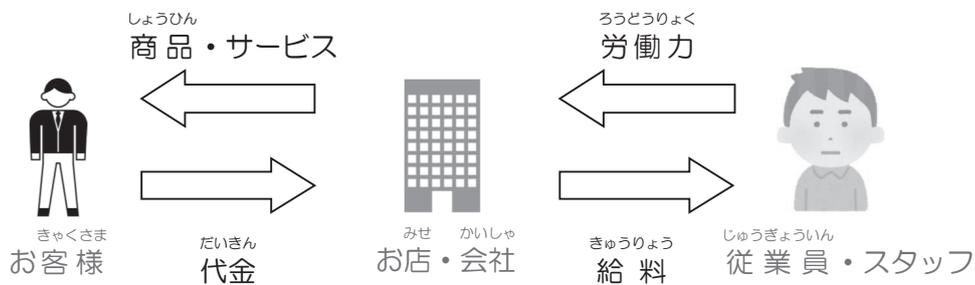
うりあげこうじょう 売上向上のためにできること	けいひせつげん 経費節減のためにできること
----------------------------	--------------------------

4 まとめ

お店や会社で働く人たちの給料は、どこから支払われるのでしょうか。

お店や会社は、商品やサービスを提供し、その対価としてお客様から代金をいただきます。つまり、お客様に利用していただくことによって、お店や会社は利益を出し、その利益から給料が支払われるのです。働いた結果として得られるのが利益であり、給料というわけです。

ですから、お客様のことを第一に考えるという姿勢で仕事をして、お客様に役立つ商品やサービスを提供することによって、お客様に満足していただくことが大切なのです。



この単元で学んだこと



Step 4

しょうひしゃ めせん かんが 消費者の目線で考えよう

この単元のポイント

- お客様が商品を購入するまでの心理を知る。
- 「買いたい」と思ってもらえる売り場の作り方について学ぶ。

1 消費行動における5ステップの心理段階

商品やサービスを売りたいとき、まず押さえておきたいのが「お客様の消費行動」への理解です。それに合った対応ができれば、「お客様が自然に買いたくなる状況」をつくることができます。

消費者の買い物をする時の心の動きを示した法則が「AIDMA（アイドマ）の法則」です。

「AIDMA」は、「Attention（注目）」「Interest（興味・関心）」

「Desire（欲求）」「Memory（記憶）」「Action（行動）」の5つの単語の頭文字をとったもので、この法則では、ある商品の存在を知ってから実際に買うまでに5段階の心の動きがあると説明しています。

例えば、ショッピングモールにあるイタリアンレストランの場合における、お客様の来店までの行動は、①【A：注目・認知】「（看板を見て）あっ、こんなところにイタリアンレストランがあったんだ。」⇒ ②【I：興味・関心】「（お店の前のインフォメーションボードを見て）へえー。本場のナポリピッツアを食べられるお店なんだ。」⇒ ③【D：欲求】「（メニュー表や料理の写真を見て）食べたい。」⇒ ④【M：記憶】「（“今なら好きなジェラートをサービス”の告知を見て）今度、友達を誘って行ってみよう。」⇒ ⑤【A：行動】お店に行く、とつながっていくことになります。



すかい
AIDMAの図解

しんりだんかい 心理段階	Attention ちゅうもく 注目	Interest きょうみ かんしん 興味・関心	Desire よつきゅう 欲求	Memory きおく 記憶	Action こうどう 行動
しょうひしゃ じょうたい 消費者の状態	し 知らない	し 知っているが きょうみ 興味がない	きょうみ 興味はあるが ほ おも 欲しいと思わない	ほ おも 欲しいと思うが わす 忘れてる	か きかい 買う機会がない
行うべき はたら 働きかけ	にんちどうじょう 認知度向上	りかいそくしん 理解促進	かんき 二ーズ喚起	きおく かんき 記憶の喚起	こうにゅうきかい ていきょう 購入機会の提供
	し 知ってもらおう	きょうみ も 興味を持って もらおう	ほ おも 欲しいと思って もらおう	おも だ 思い出してもらおう	か 買ってもらおう
けっか 結果	「こんなところ にイタリアンレ ストランが」	ほんば 「本場のナポリ ピッツアを食べ られるお店なん だ」	ひょう 「(メニュー表 りょうり しゃしん み や料理の写真を 見 て) 食べたい」	いま す 「(“今ならお好 きなジェラートを サービス”の告知 を見て) 今度友達 を誘って行ってみ よう。」	みせ い お店に行く

2 「買いたい」と思わせる売り場とは

(1) 五感に訴える売り場

魅力のある売り場をつくるには、視覚だけでなく、五感全てを意識しなければなりません。

五感とは、視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚の5つの感覚です。五感のすべてを表現できるのは、オンラインショップにはない、リアル店舗（実店舗）の特権でもあります。

① 視覚

見せることによる効果は絶大です。ただ見せるだけでなく、何をどのように見せるかがポイントです。実物の商品を単に陳列するだけではなく、商品の背景を引き出して視覚化していきます。

② 聴覚

音は売り場の環境を快適に整える効果があります。それは気分を豊かにし、想像を広げる効果もあります。

③ 嗅覚

香りは気持ちを豊かにし、体の活動を活発にする効果があります。売り場における香りとは、「単に嗅ぐ」だけのものではなく、匂いをきっかけに「お客様のイメージを広げる」ものと言えます。

④ 味覚

試食することで商品の実感が伝わってきます。反応や効果が、すぐに確実に得られるのが醍醐味です。

⑤ 触覚

商品に触られることも、売り場の良さです。自分の手で確かめて購入することで、買い物後の満足感も高まります。



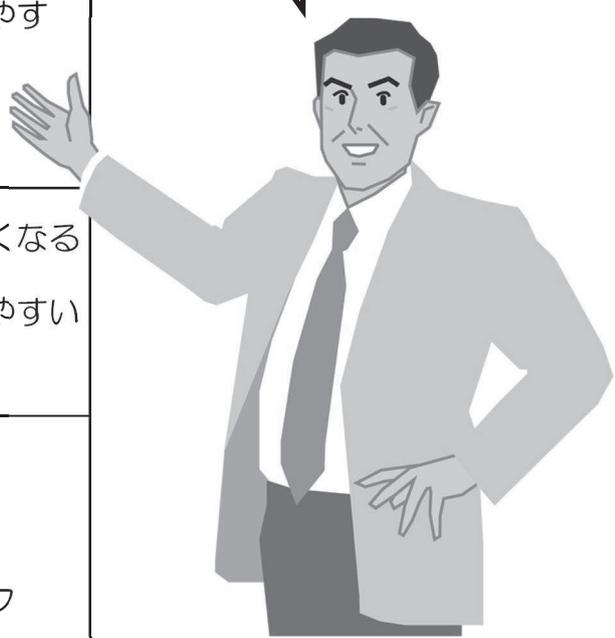
(2) 「探しやすく」「買いやすい」売り場
 買いたい商品が見つげにくい売り場では、買う気持ちも起きないでしよ
 う。

一方で、商品を探しに売り場に来て、買いたい商品がスムーズに見つか
 れば気持ちよく買い物をする事ができます。

そのためには、商品を「探しやすく」「買いやすく」陳列する必要があります
 あります。言いかえれば、商品が「見やすい」「選びやすい」陳列を心がける
 ということです。陳列の高さにも気を配りましょう。

ちんれつ たか 陳列の高さ	しょうひん はいち 商品の配置
180cm~	きゃくさま て とど いち お客様の手が届きにくい位置であり、 しょうひん ちんれつ ここには商品を陳列しない。
120~180cm	きゃくさま めせん たか お客様にとって、やや目線が高くなる いち しょうひん み ふ 位置ですが、商品を見やすく、触れや こうか おお すいため、効果は大きい。
80~120cm	きゃくさま もっと しょうひん み お客様にとって最も商品を見やす ふ たか く、触れやすい高さであり、 ゴールデンスペースといえる。
60~80cm	きゃくさま めせん ひく お客様にとって、目線がやや低くなる しょうひん み ふ ものの、商品は見やすく、触れやすい いち 位置。
~60cm	きゃくさま め とど いち お客様の目が届きにくい位置で ていかかくしょうひん しょうひん あり、低価格商品や商品ストック

こ む か し う
子ども向けのお菓子売り
 ば など ばあい しんちょう
場等の場合、身長にあわ
 いかふきん
せた80cm以下付近が
 ゴールデンスペースになり
 ます。



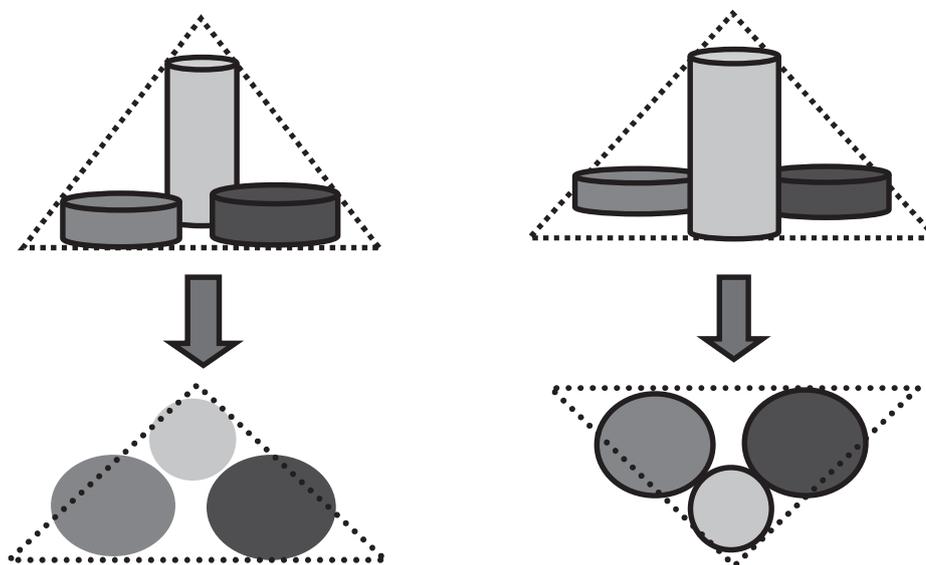
め ひ ちんれつほうほう
 (3) 目を引く陳列方法

きゃくさま きょうみ ちんれつほうほう たしゅたよう おも ほうほう
 お客様の興味を引くための陳列方法は多種多様ですが、ここでは主な方法
 しょうかい
 を3つ紹介します。

さんかっけいこうせい
 ① 三角形構成

ひょうげん さんかっけい かたち もっと きゃくさま め
 ディスプレイ表現が三角形の形でまとまっていて、最もお客様の目
 ひ つか かたち さんかっけいこうせい あんてい かたち
 を引きやすく、使いやすい形は三角形構成です。安定した形にしやす
 だれ ひかくてきかんたん もち
 く、誰でも比較的簡単にまとめやすいことから、よく用いられます。

しょうめん み さんかっけい はいち
 正面から見て三角形になるように配置



うえ み さんかっけい はいち
 上から見ても三角形になるように配置

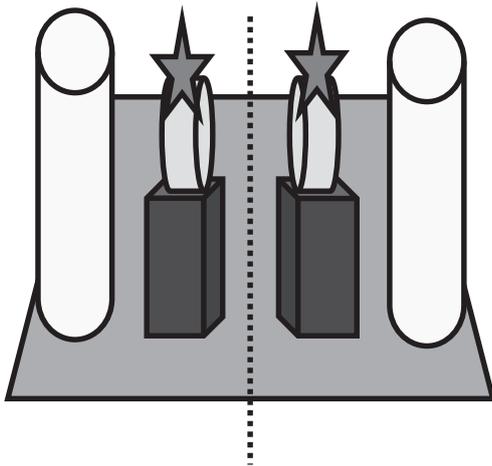
じっさい れい
 【実際の例】

三角構成



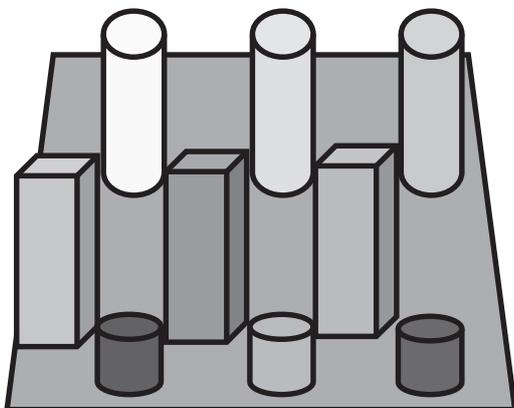
②シンメトリー（左右対称）構成

ディスプレイに中心線を引いたとき。そこを起点に左右が同じような形になっている構成です。西洋建築や洋風インテリアにも多用される、バランスが取れて安定した構成です。



③リピート（繰り返し）構成

ひとつの形・構成を繰り返して配置する陳列方法です。同じ構成を繰り返して設置することで商品を表示するので、見て楽しく、リズム感を演出することができます。連続性があることから、色、柄や素材のちがいなど、同種の商品のバリエーションを見せるのに適しています。

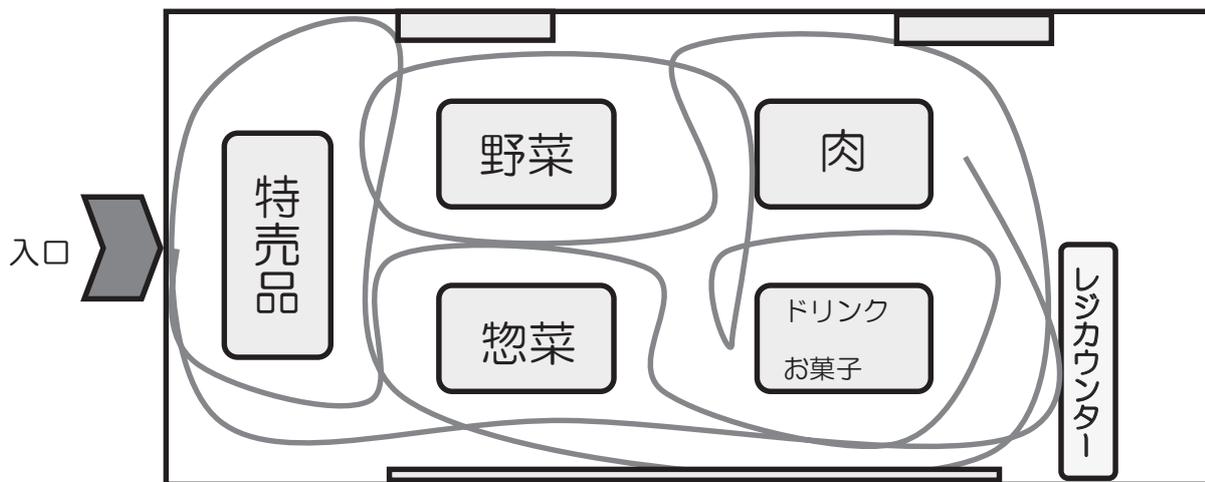


（4）動線を考えた売り場レイアウト

①客動線が長くなるようにレイアウトを設定する。

お客様が売り場内を歩いた経路を「客動線」と言います。

お客様が売り場内をくまなく見て回って、滞在時間が長くなれば、それだけ商品に接する機会が多くなり、購入の機会が増えるので、いかにして客動線を伸ばすことができるかが、売れる売り場づくりのポイントになります。

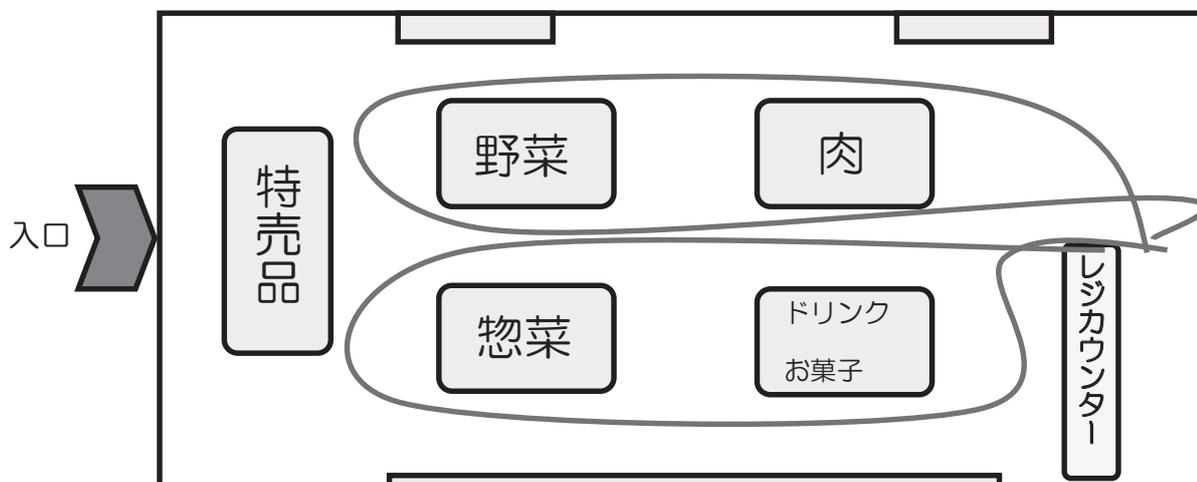


客動線はできるだけ長くなるよう、回遊性のあるレイアウトにする

②スタッフ動線が短くなるようにレイアウトを設定する。

お客様に素早く対応できるようにレジを起点として動線を計画します。

このとき、スタッフ同士の動線が交わらないようにすること。



スタッフ動線は、短く効率的なレイアウトにする。



さきい さきだ しょうひん ちんれつ さい てっそく
「先入れ・先出し～商品を陳列する際の鉄則～」

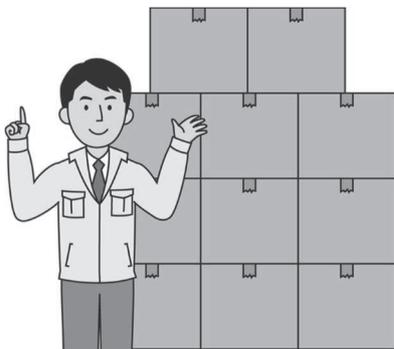
さきい さきだ ちんれつ さき にゅうか しょうひん さき う きやくさま め
先入れ先出しの陳列とは、先に入荷した商品は先に売れるように、お客様の目にと
てまえ だ なら あと にゅうか しょうひん さき し い しょうひん こうほう
まりやすく、手前を出して並べ、後から入荷した商品は、先に仕入れた商品の後方に
なら ほうほう
並べるとい方法です。

しょうひん せんと かくほ さき にゅうか しょうひん さき う ひつよう
商品の鮮度を確保するためには、先に入荷した商品から先に売れるようにする必要
あと にゅうか しょうひん さき う さき にゅうか しょうひん
があります。後から入荷した商品が先に売れてしまうと、先に入荷した商品はいつま
ざいこ のこ う のこ かのうせい たか
でも在庫として残り、売れ残ってしまう可能性が高くなります。

とうぜん う のこ しょうひん おお う ば かせいか
当然のことながら、売れ残りの商品が多くなればなるほど、売り場は活性化しなく
せんと い しょくひん かぎ ようふく ざっか
なります。鮮度と言っても食品に限ったことではなく、洋服や雑貨など、すべての
しょうひん い
商品に言えることです。

さきい さきだ てってい しょうひん う う
「先入れ・先出し」を徹底すると、どの商品がどれだけ売れ、また売れてい
はあく しょうひん しうれ かんり ざいこ
ないかが把握できます。すると商品の仕入、管理がしやすくなり、在庫のコン
トロールもできます。

しょうひん ちんれつ さい てっそく おほ
商品を陳列する際の鉄則として、覚えておいてください。





work 1

あなたが新規しんきに店舗てんぽの出店しゅってんをしたら、どのようなレイアウト構成こうせいに
 しますか？ 授業じゅぎょうで学んだことまなを生かして、客席いきやくせきや展示用ラックてんじょう、ワゴン、
 マネキン等とう、下のスペース内したに、自由ないに配置じゆうを書き込んではいちください。
 あなたがよく行くお店いのレイアウトを思い出みせして参考おもにしてみるだのも良さんこう
 いでしょう。

入口



3 まとめ

いま じだい かんたん か もの
 今の時代、インターネットでいつでもどこでも簡単に買い物ができます。
 しょうひん か せかいじゅう しょうひん じかん き
 商品を買うだけなら、ネットショップで世界中の商品を、時間を気にせず、
 ところ けんさく て かかく こうにゆう
 心ゆくまで検索し、手ごろな価格で購入することができます。

いっぽう たいけん みせ い たいかん
 一方では、ネットショップでは体験できないこと、お店に行かなければ体感
 ひと ひと せっきやく もと みせ あし はこ
 できないこと、人から人へのサービスや接客を求めて、わざわざお店に足を運
 ぎやくさま
 んでくれるお客様がいます。

ぎやくさま こた せっきやく みりよく う ば
 そうしたお客様のニーズに応える接客サービスや魅力ある売り場づくりと
 なに かんが
 は何かについて考えてみてください。

たんげん まな
 この単元で学んだこと



Step
5

あんぜん えいせい
安全と衛生

この単元のポイント

- 職場における安全管理について理解する。
- HACCP(ハサップ)について理解する。

1 安全管理のための5S活動とは

「5S」とは、職場環境を整えるための5つの要素
「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「しつけ」のことを言います。

① 整理

職場に必要なものと不要なものを判断し、不要なものは処分したり、あるべき場所に片付けたりします。必要なものだけがある職場なら、5Sのほかの要素である整頓も清掃もしやすくなるはずです。

② 整頓

職場にあるものの所定位置を決め、すべてのものが常に所定位置に置かれるよう徹底します。整頓された職場では、必要なものを探するために手間取ったり時間を無駄にしたりすることがなくなります。

③ 清掃

掃除をして、ゴミや汚れのないきれいな状態にするとともに、細かいところまで点検することが必要です。

④ 清潔

5S活動における「清潔」とは、職場の整理・整頓・清掃が正しく行われ、常にきれいな状態が保たれていることを言います。

⑤ しつけ(習慣化)

職場環境の整備は、その職場で働くすべての人が意識するようにならなければ難しいです。しつけとは、職場を常にきれいに使うよう、働く人に習慣づけるための教育や指導、しくみ作りのことを言います。



かつどう もくてき

2 5S活動の目的

(1) 仕事の効率を上げる

不要なものが多くて、整頓のルールが徹底されていないような職場では、仕事のために必要なものが見つからず、仕事をスムーズに進めることができなくなってしまうことが多くなります。仕事で使うものが、常に分かりやすく使いやすい所定の位置に置かれた状態であれば、ものを探すために仕事が中断するといったことが起こりません。結果として、仕事の効率が上がることに結びつきます。

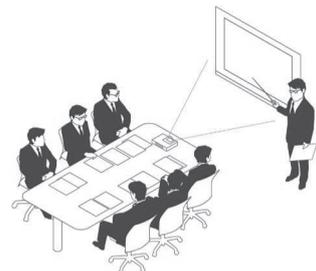
(2) 安全性の確保

職場がきちんと整備されていない状態は、単に仕事の効率が下がるだけでなく、思わぬ事故を招いてしまう危険があります。軽い地震などで倒れてしまうような棚はないか、足に引っかかるような電源コードは出していないか、危険な場所や何か起こりそうな箇所があれば、すぐに対処する必要があります。

(3) 快適な職場環境づくり

出勤した時に、仕事場が汚いと、何となくイライラしたり、嫌な気分になったり、「よし、これから仕事をがんばろう！」という気持ちにはなれません。これでは、お客様を大切にしようという気持ちも起こらなくなってしまいます。

整理整頓され清掃が行き届いた職場は、その職場で働く人にとってストレスが少なく快適な環境です。仕事に集中できて快適な環境では、働く人のモチベーションも高まりやすいと言えます。



3 HACCP（ハサップ）とは？

(1) HACCPに基づく新たな衛生管理

食品衛生法の改正により、2020年6月から飲食店は「HACCPの考え方を取り入れた衛生管理」を実施することが義務付けられました。

HACCPとは、食中毒やケガにつながるような食品への異物混入をなくすために、生産現場の中で注意すべき場所や作業工程を常に監視することで、安全な食品が生まれていることを誰でも分かるようにするための管理体制のことを言います。

今後は、店内の食品衛生に関して「衛生管理計画」を作り、それにそって作業を行わなければなりません。また、行った作業を確認し、記録を取ることも必要になります。

感染症が流行する時代にあって、飲食店には、安全安心な栄養のあるおいしい食べ物を消費者に提供することが求められているのです。

(2) コロナ禍で変わる衛生意識

新型コロナウイルスの流行によって、人々の衛生に対する意識は大きく変わりました。

飲食店では、感染症対策として、入店時の検温、アルコール消毒、換気、アクリル板の設置、マスク会食の徹底などが行われています。

また、従来からあるノロウイルス、赤痢などに限らず、新しい感染症が今後も発生する可能性があります。強制的に給排気ができる換気装置、入店時の手洗い設備など、感染症対策は、つねに最新の情報に基づいて、行っていく必要があります。

他にも、環境問題やフードロス問題などの食に関する意識の変化を働く人全員が理解しておくことが、他店との差別化につながる時代になってきています。

4 衛生管理と食中毒

えいせいかんり しよくちゅうどく
 衛生管理は、今日の食品業界で最も求められている食の安全と安心に
 ちやくせつえいきょう じゅうよう とりくみ
 直接影響する、重要な取組です。

(1) 食中毒防止の3原則

しよくちゅうどくぼうし げんそく つぎ とお
 食中毒防止の3原則は、次の通りです。

①細菌をつけない

しよくびん と あつか さい じぶん て ざいりょう ちょうりきぐ さいきん
 食品を取り扱う際、自分の手や材料、調理器具に細菌をつけないこ
 じゅうよう
 とが重要です。

ちょうり はじ まえ なま にく さかな たまご と あつか せんご ちょうり とちゅう はな
 調理を始める前、生の肉や魚・卵を取り扱う前後、調理の途中で鼻
 あと かなら て あら
 をかんだりした後には必ず手を洗いましょう。

げんざいりょう ちょうりす しよくびん くわ ほうそう ほぞん
 原材料と調理済みの食品は区分けして包装、保存することもポイント
 になります。

なま にく さかな ちょうり いた ほうちょう ちょうりきぐ
 また、生の肉や魚などを調理したまな板や包丁などの調理器具は、
 しょう つど あら なま にく さかな あつか ちょうりきぐ
 使用の都度きれいに洗いましょう。生の肉や魚を扱う調理器具と、
 やさい あつか ちょうりきぐ かなら べつ しょう
 野菜を扱う調理器具は、必ず別のものを使用しましょう。

②細菌を増やさない（低温で保存する）

しよくざい はや れいぞうこ い
 食材はできるだけ早く冷蔵庫に入れましょう。

れいとう れいぞう おんどかなり てっぺい しうれ ほんばい けいかくてき おこな
 冷凍、冷蔵の温度管理を徹底し、仕入と販売を計画的に行うことで、
 ほぞんきかん たんしゅく
 保存期間を短縮することがポイントになります。

③細菌をやっつける

ちょうり さい しよくざい かねつ
 調理をする際に、食材をすみずみまで加熱することがポイントです。

とく にくりょうり ちゅうしん ひ
 特に肉料理は中心まで火をとおすこと。

とく にく さかな たまご つか あと ふきん いた ほうちょう
 また、特に肉や魚、卵などに使った後の布巾やまな板、包丁などの
 ちょうりきぐ せんざい あら ねっとう さっきん
 調理器具は、洗剤でよく洗ってから、熱湯をかけて殺菌しましょう。

3原則は、「げんそくつけない・ふ増やさない・ひとやっつける」ですが、もう一つ
もち「こ持ち込まない」という水際での対策も忘れてはいけません。下痢症状
ひとのある人は食品の取り扱といあつかいをしない、手荒れがひどい人や傷のある人
てぶくろは手袋を着用し、風邪などで咳かぜが出るときはマスクをするなど、お店の
したがルールに従って、食品や調理器具には直接手しよくひんを触れないようにしてく
しょうざいださい。また、食材を段ボールのまま、あるいは土つちのついたまま厨房
いに入れないことも徹底てっていしましょう。

こまめに冷蔵庫の中や厨房内の状況れいぞうこをチェックして、問題ちゅうぼうないがあったら、その場でじょうきようすぐに改善もんだいしましょう。

何なによりもまず、スタッフ全員が食中毒予防ぜんいんの3原則しよくちゅうどくよほうを徹底げんそくすることが大事てっていです。

(2) 細菌による食中毒の予防

食品しよくひんが腐りやすい時期くさに発生じきする食中毒はっせいは、おもに細菌しよくちゅうどくによるもの
さいきんです。細菌は短みじかい時間じかんで爆発ばくはつ的に増ふえています。

梅雨つゆから9月頃がつごろにかけては暖あたたかさしつけと湿気さいきんにより細菌そうしよくの増殖かっぱつが活発しよくひんに
くさなるため、食品しよくひんが腐りやすくなり、食中毒しよくちゅうどくの危険性きけんせいが高たかまります。

しかし、温度や湿度おんどといった環境条件しつどを調整かんきようじょうけんすることで、細菌ちようせいの
そうしよく増殖さいきんを抑そうしよくえることができます。細菌ちようりを増殖ほそんさせない調理・保存しよくちゅうどくよほうが
じゅうよう食中毒予防しよくちゅうどくよほうの重要じゅうようなポイントになります。

(3) ウイルスによる食中毒の予防

食中毒しよくちゅうどくは夏場なつばのむし暑い時期あつだけではなく、寒い冬じきにも多く発生さむし
ふゆています。その理由おおは、食中毒しよくちゅうどくは細菌さいきんによるものだけではなく、ウイ
おおルスによるものも多おおくなっているからです。

近年きんねん、急激ききうげきに被害ひがいが増ふえているのが、ノロウイルスによる食中毒しよくちゅうどく
きおんです。気温や湿度しつどの低い冬期ひくに多くの被害とうきが発生おおしていることが特徴ひがいで、
はっせいおもに従業員とくちようの手などを介てして感染かいすると考えかんせんられています。
かんが

そのため、正しい手洗いただを徹底てあらすることが予防てっていの基本よほうです。

しよくちゆうどく はっせい びせいぶつ
食中毒を発生させるおもな微生物

さいきんせいしよくちゆうどく
■細菌性食中毒

めいしやう 名 称	とく ちやう 特 徴	げんいん けいろ 原因・経路
そくきん サルモネラ属菌	にほん はっせいけんすう おお ねつ 日本では発生件数が多いもののひとつ。熱に よわ ていおん かんそう つよ は弱い、低温や乾燥には強い。	けいらん しよくにく 鶏卵や食肉
ちやうえん 腸炎ビブリオ	かねつ まみす よわ まみす あら 加熱するほか、真水に弱いので真水でよく洗 ひかくてきたんじかん そうしよく う。比較的短時間で増殖する。	せいせんぎよかいらい えんぶん 生鮮魚介類や塩分のある にじかこうひん 二次加工品
おうしよく きゅうきん 黄色ブドウ球菌	そうしよく さい どくそ つく だ はっせい どくそ 増殖する際に毒素を作り出す。発生した毒素 ひじやう ねつ つよ かねつ むどくか は非常に熱に強いので加熱では無毒化しな て ぶ ちやうりさぎやう ちゆうい い。手で触れる調理作業に注意。	ひと どうぶつ そんざい 人や動物に存在している。
きん ボツリヌス菌	さんそ そうしよく つよ しんけいどく つく 酸素のないところで増殖し、強い神経毒を作 はっせい ひじやう すく かんせん る。発生は非常に少ないが、感染すると しやうじやう おも 症状は重くなる。	しぜんかい ひろ そんざい 自然界に広く存在する。 しよくひん ほか かんづめ つめ 食品の他、缶詰・ビン詰に
カンピロバクター	かちく たいない せいそく しよくにく とりにく 家畜の体内に生息し食肉（とくに鶏肉）や いんりやうすい おせん せんぶくきかん なが かんそう かねつ 飲料水を汚染。潜伏期間が長い。乾燥や加熱 よわ にかなり弱い。	しよくにく とく とりにく 食肉（特に鶏肉）やその かこうひん いんりやうすい 加工品、飲料水。
ちやうかんしゅつけつせいだいちやうきん 腸管出血性大腸菌 とう O-157等	はっせい おお し いた じゅうしやうか 発生はそう多くないが、死に至るほど重症化 きけんせい きやうりよく かんせんりよく の危険性がある。強力な感染力があり、	かちく たいない ぶんべん かい 家畜の体内から糞便を介し しよくひん いんりやうすい おせん て食品や飲料水を汚染。

せいしよくちゆうどく
■ウイルス性食中毒

ノロウイルス	ひと たいない そうしよく しやうりやう かんせん 人の体内で増殖し、少量で感染して はっしやうりつ たか かんそう しやうどく 発症率も高い。乾燥やアルコール消毒にも つよ ひまつかんせん くうきかんせん ちゆうい 強いので、飛沫感染、空気感染にも注意。	にまいがい ちくせき かんせんしや 二枚貝に蓄積、感染者から にじかんせん の二次感染。
--------	---	---



安全あんぜんで働はたらきやすい職場しょくばづくりのために、どんなことことに心こころがける必要ひつようがあると思おもいますか。授業じゅぎょうで習ならったことをかふまえてあなたかんがの考かえを書かいてください。

5 まとめ

飲食業いんしょくぎょうで働はたらく人にとって、「衛生管理えいせいかんり」を強つよく意識いしきすることは、もっとも重要じゅうようなことです。しかし、残念ざんねんなことに、「食しょくの安全あんぜん・安心あんしん」をゆるがすような事件じけん・事故じこがたびたび発生はっせいしています。これらは衛生管理えいせいかんりに対する意識いしきが欠かけていたことが原因げんいんです。飲食業いんしょくぎょうの仕事しごとは、一歩いっほ間違まちがえれば、お客様きやくさまの命いのちに関かわる大事故だいじこを起おこしかねない重大じゅうだいな責任せきにんを負おっていることを忘わすれてはなりません。

「5S活動かつどう」は、飲食業いんしょくぎょう、アパレル業ぎょうに限かぎらず、製造業せいぞうぎょうや運送業うんそうぎょう等とう、多おおくの業種ぎょうしゆで取り組とまれている活動かつどうです。整理せいり・整頓せいとん・清掃せいそうを徹底てっていすることが、職場しょくばの安全性あんぜんせいや生産性せいさんせいの向こう上じょうにつながることを覚えておおぼきましょう。



たんげん まな
この単元で学んだこと



しよくちゆうどく はなし
「～食中毒のお話～」

先ほどのページでも紹介した通り、食中毒には原因となる様々な菌やウイルスがあり、様々な条件が重なって発生します。原因が分からなければ食中毒が広がり、最悪の場合、人の命を奪うこともありますので、まずは食中毒を発生させない、そして万が一発生した場合は、広がりを防ぐために原因を特定し、食品の回収や調理場の消毒等、徹底した措置がとられることとなります。

参考までに、日本で起きた大規模な食中毒について、ひとつ紹介します。

ゆきじるしにゆうぎょうしよくちゆうどくじけん
【～雪印乳業食中毒事件～】

平成12年6月から7月にかけて、近畿地方を中心に雪印乳業（現：雪印メグミルク）の乳製品による大規模な集団食中毒が発生した。きっかけは、北海道にある工場内において停電が発生し、タンクにあった脱脂乳が20度以上に温められたまま4時間以上滞留し、この間に病原性黄色ブドウ球菌が増殖し、同タンクの脱脂乳から生産された脱脂粉乳内に毒素が蔓延したことによる。

汚染された脱脂粉乳を用いて大阪工場で作られた低脂肪乳が、関西のスーパーマーケット等に並び、購入してそれを飲んだ消費者が食中毒の症状を訴えたものの、雪印乳業は事件直後の対応に手間取り、商品の回収や消費者への告知に時間を要したため、結果的に、13,000人以上の被害者を出したものである。これは、戦後最大ともいわれる食中毒事件であり、雪印乳業の対応のずさんさなどから、関係した工場の閉鎖のみならず、責任者の逮捕、経営陣の刷新、社名の変更等を余儀なくされ、雪印ブランドが大きく失墜したものであり、食品業界全体にも大きな影響を与えた事件であった。

あくまでも一例ですが、様々な衛生管理は、過去の食中毒から学んだことがそのまま生かされています。面倒だからといって必要な手順を省くことは許されず、徹底した管理が求められるのです。

Step
6

せっきゃく おうようへん
接客スキル ~ 応用編 ~

この単元のポイント

- 高齢のお客様や障害のあるお客様への接客について学ぶ。
- 実際の接客場面を想定してロールプレイングを行い、お客様目線に立った接客スキルを身につける。

こうれい きゃくさま たいおう
1 高齢のお客様への対応

いっばんてき とし と たいりよく しりよく ちょうりよく ほんだんりよく ていか
一般的に、年を取るにつれて、体力、視力、聴力や判断力が低下し
てきます。こうれい きゃくさま たいおう けいいい はら せつ こう
高齢のお客様への対応は、敬意を払って接するとともに、高
れいしや とくせい りかい ひろ ところ う と もと
齢者の特性を理解し、広い心で受け止めることが求められます。

こうれい きゃくさま こえ ばあい はやくち ちい こえ はな
高齢のお客様に声をかける場合、早口であったり、小さな声で話した
りすると、聞き取りにくく内容が伝わらないことがあります。少し大きめ
きき と ないよう つた すこ おお
の声でゆっくりと話すようにしましょう。

はな ことば がいこくご せんもんようご りゅうこうご つか
また、話す言葉も、外国語や専門用語、流行語などを使うことはさけ
てきせつ い ひつよう
て、適切に言いかえることも必要です。

こうれい きゃくさま した きも こ
高齢のお客様に対して、いたわりや親しみの気持ちを込めているつも
りなのか、「おじいちゃん」「おばあちゃん」と呼びかける店員を見かけ
ることがあります。しかし、こうれい きゃくさま なか としよ あつか
高齢のお客様の中には、お年寄り扱いされ
ふかい おも ひと けいいい
ることを不快に思う人もいます。敬意をはらうのであれば、やはり「お
きゃくさま よ ほう
客様」と呼んだ方がよいでしょう。



こうれい きゃくさま せつ
高齢のお客様には、どのように接すればよいでしょうか？
こた
○×で教えてください。



- 1 接客する際は、適切な敬語を使い、礼儀正しく接する。
- 2 親しみを込めて、「おじいちゃん」、「おばあちゃん」と呼びかける。
- 3 商品 を説明するときには、できるだけ専門用語や略語、外国語は使わない。

2 障がいのあるお客様への対応

ひとくちに障がいのあるお客様といっても、視覚に障がいのある人、聴覚に障がいのある人、そして、手足が不自由な人など、障がいの種類は様々です。視覚障がいや聴覚障がいの方にも様々な態様があり、一見して健常者と区別がつかないこともあります。いずれにしても、接客の際には、障がいの態様に応じて、お客様の立場に立って、的確に対応しなければなりません。

(1) 視覚障がいのあるお客様の場合

ふだんの接客で何げなく使われる言葉も、視覚障がいのあるお客様にとっては不親切な言葉になってしまうことがあります。

例えば、方向を示す「あちらです」「こちらです」という言葉は、視覚障がいのあるお客様には正確に伝わりません。店内を案内する場所まで同行して誘導することが必要です。

(2) 聴覚障がいのあるお客様の場合

聴覚障がいのあるお客様には、会話の手段として、筆談を用いる方のほか、手話ができる方や、口の動きで話している言葉がわかる方もいます。反対に、聴覚障がいのある方が、必ずしも手話ができるというわけではありません。最も確実なのは筆談です。普段からメモ用紙と筆記用具を身につけておきましょう。

work 2

補聴器をつけたお客様が来店しました。あなたは商品の説明をしているのですが、なかなか伝わりません。店内にはBGMが流れ、店内アナウンスも入ります。お客様どうしの会話も聞こえています。

あなたは、このお客様に、どのように接客すればよいでしょうか？
最も適切なものを1つ選んでください。

- 1 店内の静かな場所まで案内し、そこで説明する。
- 2 お客様の耳元に近づき、大きな声で説明する。
- 3 BGMを止めるよう指示し、店内アナウンスも控えるよう手配する。

3 ロールプレイングで学ぼう

ロールプレイングとは、てんいんやく 店員役と きやくさまやく お客様役に分かれて、ばめん 場面を想定して、せつきやく 接客の練習をする方法です。それでは、さっそく 早速やってみましょう。

(1) アパレルショップ編

<small>ばめん</small> 場面設定	<small>きやくさま</small> いらっしゃいます <small>たいおう</small> 対応 お客様来店時の対応
<small>せつきやく</small> 接客用語 接客用語	① 「いらっしゃいませ。」 ② 「 <small>しんさく</small> 新作商品も <small>にゅうか</small> 入荷していますので <small>らん</small> ぜひご覧ください。」 ③ 「 <small>きい</small> お気に入りのものがございましたら、 <small>しちやく</small> ぜひご試着なさってみてください。」 ④ 「 <small>しょうひん</small> この商品でよろしいでしょうか。ありがとうございます。こちらのレジで <small>うけたまわ</small> 承ります。」 ⑤ 「ありがとうございます。またのお越しをお待ちしております。」
<small>ひょうか</small> 評価のポイント	1 <small>せつきやく</small> 接客用語は適切に使用しているか。 2 <small>てきせつ</small> おじぎは適切にできているか。 3 <small>した</small> 親しみやすい <small>えがお</small> 笑顔で <small>むか</small> お迎えしているか。
<small>じっし</small> 実施方法 実施方法	1 1回3分以内で実施する。 2 <small>やく</small> スタッフ役、 <small>きやく</small> お客様役、 <small>かんさつ</small> 観察者役を交代で行う。

よ 良かったところ

しゅうせい 修正した方がよいと思うところ

いんしょくてんへん
(2) 飲食店編

<p>ばめんせってい 場面設定</p>	<p>ちゅうもんうかが りょうり ていきょう ファーストサービスからご注文 伺い、料理の提供まで</p>
<p>せっきゃくようご 接客用語</p>	<p>①「いらっしゃいませ。」「メニューでございます。」 ②「お決まりになりましたら、お声がけください。」 (そちらのボタンを押してお呼び下さい。) ④「はい、ただいまお伺いいたします。」 ⑤「お決まりでしょうか?」「お伺いいたします。」 ⑥「かしこまりました。では、ご注文を確認させていただきます。」 ⑦「少々お待ちくださいませ。」 ⑧「お待たせしました。」「どうぞごゆっくりお召し上がりくださいませ。」</p>
<p>ひょうか 評価のポイント</p>	<p>1 接客用語は適切に使用しているか。 2 オーダーの復唱は確実にしているか。 3 親しみやすい笑顔で接客できているか。</p>
<p>じっしほうほう 実施方法</p>	<p>1 1回3分以内で実施する。 2 スタッフ役、お客様役、観察者役を交代で行う。</p>

よ
良かったところ

しゅうせい ほう おも
修正した方がよいと思うところ

5 まとめ

こうれい かた しょうがい も かた にんぷ かた ちい こさまとう はいりょ ひつよう
 高齢の方や障害を持たれている方、妊婦の方や小さいお子様等、配慮が必要
 きゃくさま たいおう なに てつだ きも も
 なおお客様への対応については、何かお手伝いをしようという気持ちを持ちなが
 たいおう たいせつ
 ら対応することが大切です。

たんげん まな きほんてき せっきゃく じょうず かつよう
 ロールプレイングでは、単元1で学んだ基本的な接客スキルを上手に活用で
 きたでしようか。

ひと せつ しごと せっきゃくぎょう はたら ひとりひとり きゃくさま
 人と接する仕事である「接客業」で働くためには、一人一人のお客様の
 きも さつ ところ たいおう もと
 気持ちを察して、「おもてなし」の心で対応することが求められます。

ちか しょうらい きゃくさま よろこ けいけん とお みな せっきゃく たの
 近い将来、お客様に喜んでもらう経験を通して、皆さんが接客の楽しさ
 じっかん ひ く きたい
 を実感できる日が来ることを期待しています。

たんげん まな
 この単元で学んだこと

