

# てっくぱらざ

2016 SPRING VOL. 92



## 新人が定着する職場づくり

成功体験を与え「成長のスパイラル」形成をお膳立て



監修・石田淳  
株式会社ウエルPM(インターナショナル代表取締役社長兼最高経営責任者・  
社団法人組織行動セーフティマネジメント協会代表理事。米国で大きな成果  
を上げる行動分析学に基づくマネジメントを日本人に適した「行動科学マネジ  
メント」として確立。「「辞めさせない」マネジメント」などの著作多数。

## 平成生まれ世代に見られる職業観

出世や金銭的報酬の  
プライオリティが必ずしも  
高い

自分のキャリアプランに  
反する仕事を、がまんして続け  
るのは無意味だと感じる

仕事の手順は細かい  
ところまで決めて  
おいてほしい

残業が少なく、平日でも  
自分の時間を持つ  
職場を好む

自分の成長に役立つ  
勉強や努力は  
いとわない

ちょっと叱られた  
だけで萎縮してしま



「新人たちの考えを知る  
「世間話」のススメ」  
新人にとって、職場の印象を決  
定づけるのはやはり直属の上司  
の存在です。その上司が精神論や  
「俺が若い頃は……」といった自  
分の経験を振りかざしてばかり  
いれば、職場がイヤになってし  
まっても仕方ありません。  
まず上司が心がけるべきこと  
は、新人たちの近況や考えている  
ことなど、彼らの話に耳を傾ける  
ことです。なにも特別なことでは  
なく、気軽に「世間話をすればい  
いのです。たとえば、1日おき(週  
3回)5分程度の世間話タイムを  
設けることはそれほど難しくな  
いでしょう。「お父さんは元気？」  
「今日は良く晴れたね！」などあ  
えて仕事に関係ない話から切り  
出します。あくまでも円滑なコ

「最初は低いハードルから  
早めに成功体験を与える」  
新人に対するマネジメントの基  
本は、若い世代の「意識」や「考え  
方」を、上司である自分と同じに変  
えることではありません。彼らが  
何を考え、求めているかを知り、そ  
れぞれにメリット(動機付け)を与  
えながら、良い結果につながる「正  
しい行動」をするように促すこと  
です。その際、「トータルワード」  
の考え(「P4図」)が有効です。前  
述の世間話も、あくまでも部下の  
価値観・動機付け条件を把握する  
ための手段なのです。

# 新人が定着する職場づくり

成功体験を与え「成長のスパイラル」形成をお膳立て

「イマドキの若い社員はすぐに辞めてしまう」。経営者や管理職のそんなボヤキを耳に  
します。実際、大学新卒者の約1/3が就職後わずか3年以内に辞めてしまうという驚  
きのデータも……。これから増える平成生まれの新人をどのように育てていくべきか、  
若い世代がいきいきと働ける職場づくりと次世代の育て方を考えます。

## 外国人の満足のツボを知る

# お国柄マーケティング

日本を訪れる外国人観光客が急激に増えています。お客様が暮らす国や地域の  
「お国柄」を知れば、何を求めになり、何に満足されるのかが見えてきます。



第2回

タイ

個人の嗜好への配慮が  
お客様の心をつかむ



## 日本流を押し付けない接客や情報発信がガキ

古くから日本との親交が深いタイは、中間所得層の増加とともに condominium で生活する世帯が多くなり、暮らしのなか  
で、食べ物や料理、海外旅行、映画や演劇への関心が高いという特徴があります。訪日するタイ人旅行者は、平均して国内  
旅行に年3回以上、海外旅行には年1回以上訪れる富裕層が多く、食事、観光、温泉、買い物ニーズが盛んです。

若者はブランド志向、流行に敏感など、日本のバブル期前を思わせる消費嗜好が強く、SNSで行き交う投稿を見て旅行  
先や購入商品を決める傾向が見られます。トレンドリーダー層の耳目を集めるブランド・流行情報の提案や、日本ならではの  
のおもてなし・体験を通じた口コミマーケティングは効果がありそうです。

また、グループ行動を好む一方で個人の嗜好を大切に消費行動をとる傾向が強いことも忘れてはなりません。団体  
客にはつい大ざっぱな接客をしてしまいがちですが、これでは個人を尊重するタイの方々から不興を買います。たとえばタイ  
は食べ物や飲み物が暑い熱帯の国ですから、外食産業が日本以上に盛んで、作り置きの冷めた弁当などに馴染めない人  
も多いのです。日本のやり方を押し付けず、調味料でもタイで好まれるナンプラーや唐辛子を用意するなど、団体の中には  
さまざまなお客様がいることを考慮し、気配りのある提案や接客を心がけましょう。

## まとめ -- タイのお国柄

- ・SNSが旅行や消費の動機付けになる
- ・若者は流行やブランドに敏感
- ・集団行動が中心だが個々の嗜好を重視

監修・株式会社やまごころ 村山慶輔  
インバウンド戦略アドバイザー。2007年にインバウンド観光に特化したBioBサイト「やまごこ  
ろJP」を立ち上げ、ホテル・小売・飲食・自治体向けに情報発信、教育研修、コンサルティング  
サービスなどを提供。国内外各種メディアへも多数出演し、AERA「アジアに勝つ日本人  
100人」に選出。著書に「訪日外国人観光ビジネス 勝つインバウンド市場戦略ガイド」  
(翔泳社)がある。

# てっくぷらざ

2016 SPRING VOL. 92

## CONTENTS

- 外国人の満足のツボを知る  
お国柄マーケティング
- ターゲットフォーカス
- 気になる消費ランキング
- ラク旨★レシピ  
●クロスワードパズル  
●漢字パズル
12. ターゲットフォーカス
14. 気になる消費ランキング
15. ●ラク旨★レシピ  
●クロスワードパズル  
●漢字パズル
16. TECのある風景  
フレッセイ 榛東新井店
3. 特集  
成功体験を与え「成長のスパイラル」形成をお膳立て  
新人が定着する職場づくり
6. CUSTOMER'S PHILOSOPHY  
私の店づくり戦略  
～お客様訪問  
■ハローズ 緑町店  
■ひこベツフレンドリー ちらばーとEXPOCITY店  
■宇奈と 新宿センタービル店

表紙イラストレーター  
Eriy(エリー)



武蔵野美術大学在学中よりイラスト  
レーターとして活動を開始。爪楊枝で  
イラストを描く手法で評価を得る。本誌  
表紙も爪楊枝で制作。

●今号のイラストについて  
私が住んでいるイギリスのオックス  
フォードは、学生街のためかスーツを着  
て歩いている人をあまり見かけません。  
今回は日本の春先、新入社員となる方  
たちの切々しいスーツ姿を思い出しが  
描きました。シャツやネクタイなど、  
明るい色を取り入れてスーツも春らし  
く楽しめたいですね。

成功体験を与え「成長のスパイラル」形成をお膳立て  
新人が定着する職場づくり

新人をうまく「成長のスパイラル」に乗せてあげる最大のコツは、ほめるべき時にしっかりほめることです。それも態度や人柄ではなく、業務指示と同様に「行動」を評価します。必ずしも成果が伴わなくても、「1日に8件もの顧客訪問をした」「困っているお客様にすぐ声をかけた」など、やがて成果に結びつくであろう具体的な行動であればほめるべきです。コツは即時性。あまりにタイムラグがあると、「報われた」感がそれだけ薄くなってしまい、がちです。上司が行動を目的の当りにして、いれば60秒以内に、そうでなくとも報告があったらすぐにほめるのがいいでしょう。

面接部門・事務職など具体的な成果が見えにくい場合はほめるタイミングが難しいかもしれませんが、「きみがいてくれて助

「行動」に焦点を当てる  
ほめ方と叱り方

見直しましょう。もし「コスト削減を徹底させる」といった不明確な努力目標が書かれていれば、「いつまでにどのくらいのコストを削減するか、具体的な数値目標に直すべきです。曖昧な言葉で書かれたマニュアルやチェックリストは、かえって新人たちを混乱させ、百害あって一利なしです。」

マネジメントに基づく行動で優れた管理職をめざす

現実には新人に接して、彼らを動かすのは現場の管理職です。名選手名監督ならず」という言葉があるように、仕事ができる人が必ずしも優れたマネージャーではありません。マネージャーになるためには、マネジメントの知識に基づく「行動をとることが必要です。管理職も部下の成長や成果を「達成感」「自己効力感」として、セルフマネジメントをしながらか成長を目指す必要があるのです。

そのために特別に強い意志や立派な人格が必要ありません。これまで述べてきたように部下と向き合い、科学的なマネジメントの手法を学んで、プロとしてふさわしい「行動」とれば良いのです。さっそく今日からあなた自身の「行動」を変えてみてください。

新人への禁句集



MORSの法則  
(具体性の原則)

部下の「行動」を評価する時や業務指示を出す時は、この法則に則って行います。

- M** measurable (計測できる)  
どのくらいかを数値化できる。
- O** observable (観察できる)  
誰が見ても、どんな行動をしているのかわかる。
- R** reliable (信頼できる)  
誰が見ても、それが同じ行動だと認識できる。
- S** specific (明確化されている)  
何をどうするのかを明確である。

「トータルリワード」の考え方  
金銭以外の報酬とは?



金銭的報酬と金銭以外の報酬を組み合わせたトータルリワード(Total Reward)という考え方があります。その中で金銭以外の報酬(報われ方)について、A~Fのインシヤルで表される6つの要素が規定されています。出世や金銭的報酬だけでは動かない平成生まれの新人たちを動かす重要な提言です。

- A** 感謝・認知 (Acknowledgement)  
従業員を仕事の大切なパートナーとして認知し、感謝の気持ちを示す(ほめる)。
- B** 仕事と私生活の両立 (Balance of Work and Life)  
従業員の暮らしを大切に考え、勤務形態などにおいてフレキシブルに対応している。
- C** 企業文化・組織の体質 (Culture)  
役職や年齢を越えて自由に意見やアイデアを言い合える「風通しの良さ」など、働きやすい企業文化・体質がある。
- D** 成長機会の提供 (Development)  
セミナーや研修会など、従業員の成長をバックアップする制度が充実している。
- E** 労働環境の整備 (Environment)  
オフィスの立地や居心地がよく、最新のパソコンやモバイルツールなど、「働きやすい環境」がある。
- F** 具体的行動の明確な指示 (Frame)  
結果を出すために何をどうすればいいかを上司が示し、具体的に行動を指示する(無駄な仕事をさせない)。

ここで言う「行動」とは、「計測できる」「観察できる」「信頼できる」「明確化されている」という4条件——米国で一般的にマネジメント手法である、「行動科学マネジメント」\*が提唱するMORSの法則(具体性の原則/P5表)を満たすものだけを指します。

新人に指示する「行動」は「電話には呼び出し音3回以内に出る」「明後日の始業時間までに資料に記された新商品のスペックを覚える」など、ごく基本的なことになるでしょう。最初は低いハードルの方がいいのです。なぜなら早い段階で新人に成功体験を与え、「達成感」や「自己効力感」できるという自信を味わわせることが、次なるチャレンジへの動機付けになるからです。各人にあわせてより難しい課題を与え、徐々にハードルを上げていきましょう。

その繰り返しで「成長のスパイラル」です。すなわち「やってみる」「できた」「続ける」「最終的な目標達成」「次なるチャレンジ」の循環です。極言すれば、上司の仕事とはこの循環を形成するお膳立てなのです。

あわせて職場の業務マニュアルや作業チェックリストがあれば、MORSの法則に準拠しているか

\*行動科学マネジメント 「行動」に焦点を当て「性別・能力・意志、やる気」に関係なく部下を指導する科学的なマネジメント手法。米国の多くの企業で採用されており、近年は日本の大企業や教育機関でも盛んに取り入れられている。



# 商圏特性に合わせた商品・サービスを提供 お客様視点を重視し、競合店と差別化

株式会社ハローズ  
緑町店 店長  
岡本 洋氏



▲天井が高く通路も広いことで、スッキリと見通しのよい店内



▲鮮度、お値打ち感を全面にアピールする鮮魚売場



▲青果売場では、商圏特性を考慮し、小容量をはじめ、カット野菜などを豊富に取り揃える



▲地産地消にも力を入れており、地域ブランドの広島和牛を取り扱う



▲中華料理専門店がテナントとして入り、本格的な中華惣菜、弁当を提供



▲定番コンドラにお買得品を展開し、通路内にお客様を引き込む



▲挽き立ての100円コーヒー自販機を備えたイトインコーナー



## ハローズ 緑町店

会社概要  
社名 株式会社ハローズ  
創業 1958年  
代表者 佐藤利行  
事業内容 食品スーパーマーケット  
本社所在地 広島県福山市南蔵王町6丁目26番7号  
店舗所在地 広島県福山市緑町一番30号  
ホームページ <http://www.halows.com/>



▲電子メニュー機能付きメンバーズカードでレジでの待ち時間を短縮。店内にはチャージ機も設置



▲カートイン構造としたチェッカー台。POSレジは「M-8500」

工夫してお客様に提供する。ハローズの競合店対策は緑町店で大きな成果を上げつつある。

### 単身世帯の需要を見込み 惣菜、個食商品を強化

ハローズ緑町店は、山陽新幹線福山駅から南に約1km。衣料品店や書店、百円ショップなど各種テナントが集結する近隣型ショッピングセンター（NSC）の核店舗となる。敷地面積6852坪、駐車スペース約400台を備えるNSC内に、ハローズは売場面積686坪で出店。既存店と同様、24時間年中無休の営業体制で地域生活者の暮らしをサポートしている。

注目すべきは競合状況だ。店舗の真正面には競合するスーパーマーケットを擁するNSCがあり、地域の食品市場を分け合う。「競合店は、生鮮の品揃えが豊富な

こと、価格がお手頃なことを強みとしているため、当店も生鮮の取り扱い品目の多さ、鮮度のよさ、お値打ち感を重視した売場になっています。また、出店前の商圏調査によると、住宅地や工場が多く、単身世帯の割合が高いエリアであることから、カット野菜や個食パック、惣菜の品数を充実させて差別化を図りました」

こう語るのは、店長の岡本洋氏。店内には中華料理店のテナントを招き、本格的な中華惣菜も提供、活発な商品開発を行い、多彩な商品を提供することで、毎日来店しても飽きない店を目指している。

### 広い通路と笑顔の接客で心地よい買物環境を提供

ハローズの標準店は、5mの天

ポイントです。そのためには従業員のモチベーションを上げることが大事だと考え、当店では「コミュニケーション握手」と名付けた施策を行っています（岡本氏）。岡本氏自ら、出社した従業員と握手し、言葉を交わし、仲間意識とやる気を引き出すように尽力している。また、これにより、従業員の体調の変化や悩みにもいち早く気づくことができるという。

### レジ待ち時間の短縮を目指し、次なる一手

お客様に最後までスムーズに買物をしていただくため、同店は、カート内にカゴをいれたままお会計ができるカートインレジを導入。POSレジには「M-8500」を採用した。ハローズが昨年より順

「お一人で惣菜を買われるお客様など、お買い上げ点数が少ないときの会計で利便性が高まると期待しています」（岡本氏）

商圏の特徴や、競合店の得意部門を研究し、あえて同じ部門で競合店と差別化を図る商品、サービス、売り方を



# ペットの幸せな生涯をサポートする 次世代型。ペットショップ

株式会社ひごペットフレンドリー  
ららぽーとEXPOCITY店 店長

河東 祐輔氏



▲店内入口に犬や猫を展示するコーナーを設けることで、通りがかりのお客様を呼び込む

西日本に総合ペットショップを展開する株式会社ひごペットフレンドリーは、犬猫をはじめ鳥類、爬虫類、両生類、魚類などの生体や豊富な用品を取り扱う。その会社が「ららぽーとEXPOCITY店」を開店。アメリカメントスポーツのような空間演出を施した店内に、トリミングサロンや動物病院を併設する同店の店づくりに焦点をあてた。

## お客様を一日中飽きさせない 「アミューズメントスポット」に

ひごペットフレンドリーEXPOCITY店は、大阪府吹田市に誕生した大型ショッピングモール「ららぽーとEXPOCITY」内の店舗として、2015年11月19日にオープン。店舗面積は280坪。立体駐車場連絡通路すぐ脇の1階という好立地もあつて、平日でも多くの来店客で賑わう。客層はファミリーや若いカップルが中心で、大阪府内全域はもとより府外から訪れるお客様も多いという。

## ペット関連サービスを総合的に 提供し、安心と便利を訴求

同店はトリミングサロンの他、動物病院を併設。生体の仕入時はもちろん、引渡時にもお客様立ち会いのもと獣医師が健康診断を行っている。また犬猫全頭へのマ

「店内に動物がいて楽しい、商品数が豊富で買物しやすい」といった店づくりはもはや当たり前のことで、他店との差別化にはつながりません。当店は、その当たり前の先

様との会話も弾みます。価格で勝負する業態ではありませんから、人材育成は魅力的な店舗づくりの要になります（河東氏）

## 外国人観光客に対応し 免税対応レジを初導入

観光客の来店も多いモール内への出店ということで、同店は免税対応レジ「WILPOS-Mini」を初導入。インバンド需要を重視し、独立した免税カウンターも設けている。

「導入前は、免税販売によるレジ操作の煩雑化を懸念していましたが、実際は手順通りにキーを操作するだけでよいので、アルバイトスタッフでもすぐに操作を習得でき、お客様をお待たせすることがありません」（河東氏）

免税対応以外にも大きなメリットがあった。

「多くの商品を扱うため、従来のPOSレジでは商品コード一覧本を確認しながらの入力が要求されました。しかし、新たに導入したPOSレジは画面上でほぼすべての操作が行えます。さらに、売約時の予約金のやり取りを明細付きのレシートでお出しできる。未決売上機能を活用しています。お客様に何に対しての予約金なのかを明確化できるようになり、信頼感の醸成にも役立っています」（河東氏）

ひごペットフレンドリーが目指す「次世代型ペットショップ」は、ペットとともに暮らす生活を、さらに楽しく豊かにしようとしている。



▲「WILPOS-Mini」の商品コードがレジ業務の煩雑さを解消



▲免税専用カウンターを設け、インバンド需要にも対応



▲高級感とゆとりのあるスペースを重視したドッグ&キャットコーナー



▲サモエドや甲斐犬など、滅多に出回らない犬種も積極的に扱う（写真はサモエド）



▲ビグミーマーモセットのような希少種を入荷



▲水草や岩の品揃え、展示にもこだわる熱帯魚コーナー



▲ジャングルの情景を演出したスモールアニマルコーナー



▲店内にトリミングサロンを設置



▲動物病院を併設。販売する生体はすべて同院の健康診断を受けている



## ひごペットフレンドリー ららぽーとEXPOCITY店

会社概要  
 会社名 株式会社ひごペットフレンドリー  
 創業者 1982年  
 代表者 滝信良  
 事業内容 総合ペットショップ  
 本部所在地 大阪府吹田市豊津町11-34  
 第10マイドビル605号  
 店舗所在地 大阪府吹田市千里万博公園2-1  
 ららぽーとEXPOCITY1階  
 ホームページ <http://www.higopet.com/>



# 備長炭で焼き上げる鰻を日常食へ 鰻の魅力の世界へ発信

G-FACTORY株式会社  
コンサルティング事業部  
新宿センタービル店 店長  
菊田 杏介氏



▲和テイストの内装が外国人観光客にも好評

高価で気軽には入りづらい、待ち時間が長いといった、従来の鰻店のイメージを払拭する鰻店「宇奈とと」。東京と大阪に14店舗を構え、牛丼店の鰻メニューや老舗鰻店とは異なる、「安い・早い・旨い」鰻専門店として、日本人はもとより外国人のお客様からも高い評価を集める。「日本の日常食」として鰻を提供する同店の魅力を探った。

## 安い・早い・旨い 「一番人気は「うな丼ダブル」

宇奈とと 新宿センタービル店は、新宿駅西口に建ち並ぶ超高層ビルの一つ、新宿センタービルの地下に位置する。席数は最大70席。カウンターとテーブル、個室を備え、忙しいビジネスパーソンやランチからアフター5、グループ客の宴会など様々なシーンに対応する。うな丼をはじめとした食事メニューに加え、鰻のおつまみ類もそろえ、価格もリーズナブルに抑えている。和テイストで彩られた店内では、職人が鰻を一串ずつ、備長炭で香ばしく焼き上げている。湯せん提供される鰻とは味も香りも菌ごたえも格が違う、品質へのこだわりが人気の源だ。

「当店は、「ワンコインでうな丼を食べられる」と大きな注目をいただけていますが、価格の安さだけを追求しているわけではありません。お値打ち感のある価格はもちろん、提供時間の速さ、ハキハキとした接客を通じて、お客様に気軽に鰻を楽しんでいただくことを第一に考えています」と店長の菊田杏介氏は語る。同店の一番人気は「うな丼ダブル（1000円、税込）」。安さより、コストパフォーマンスの高さを追求した商品だが、お客様を呼び込むための戦略商品であるワンコインの「うな丼500円、税込」よりも売れているという。また、店頭ではつくりたて弁当を販売すること、鰻に親しむ機会の増大も図っている。

## タブレット端末の導入でオペレーションを改善

飲食業界では人手不足が深刻だが、その解決策として、同店は飲食店向けセルフオーダーシステム「RelaxOrder（リラックスオーダー）」を導入している。テーブルに置かれたタブレット端末画面をお客様自身がタッチすることでオーダーできるシステムであり、オーダーに要していた人的、時間的コストが大幅に削減された。さらに導入効果が高かったのは外国人スタッフの業務効率向上だ。同店は近隣の日本語学校と連携し外国人を雇用しているが、日本語に不慣れゆえの問題も生じていたという。「お客様から直接オーダーをいた



▲鰻は備長炭で焼き、味や香り、歯ごたえにこだわる



▲一人客でも利用しやすいカウンター席は店外からも見通せる  
▲接待や会合、宴会にも適した個室、暖簾で仕切りもできる

だくともありますので、スタッフにはハンディターミナルを持たせていますが、外国人スタッフには、個別に「RelaxOrder」のタブレット端末を持たせています。ハンディの画面に表示された日本語を探す操作はハードルが高く、オーダーミスも発生していました。外国語で表示され、メニュー写真も確認できるタブレット端末のおかげで、オーダーがスムーズになり、お客様にご迷惑をおかけすることも少なくなりました（菊田氏）

多い。老舗鰻店よりも気軽に入ることができ、炭火焼の鰻が手頃な価格で手早く味わえる同店を訪れる外国人観光客は年々増加している。鰻に興味のある外国人観光客は、調理法や食べ方なども詳しく知りたがる。写真に加え、外国語による説明文が表示可能なタブレット端末の導入は、スタッフの負担軽減だけでなく、外国人のお客様の満足度を高めるのにも大きな効果をもたらした。

くのお客様に鰻の魅力を伝えたいという宇奈ととの戦略は、着々と実を結びつつある。



▲「RelaxOrder」のタブレット端末。メニューのインフォメーションボタンを押すと英語の解説が表示される  
▲ハンディターミナルも併用しオペレーションを効率化



▲一番人気の「うな丼ダブル」1,000円（税込）



▲うな丼、鰻茶漬けなど食べ方の変化を楽しむ「ひつまぶし」800円（税込）



▲鰻おつまみメニュー。（手前から時計回りに）「肝串・宇奈串」「うまき」「うさく」

## インバウンド需要に対応し メニューを外国語で表示

また、インバウンド需要への対応力も強化された。鰻は日本旅行の目的として組み込まれることも

「ガイドブックを見るように楽しみながら注文できると、お客様にも好評です。また、「うさく」「うまき」など、海外の方にとっては馴染みのないサイドメニューのご注文も増えました」（菊田氏）



## 宇奈とと 新宿センタービル店

会社概要  
社名 G-FACTORY株式会社  
創業 2003年  
代表者 片平 雅之  
事業内容 飲食事業、経営コンサルティング、サプリース  
本社所在地 東京都新宿区西新宿1-25-1  
新宿センタービル34階  
店舗所在地 東京都新宿区西新宿1-25-1  
新宿センタービルB1階  
ホームページ <http://www.unatoto.com/>



### 3 インスタグラムでブーム到来! スキレット

スキレットとは厚手の小型フライパン。ダッチオーブン同様に、もともとアウトドアレジャーで使われてきたが、近年はその機能性とデザイン性から家庭でも愛用されている。一般的なフライパンより肉厚な鋳鉄を使用しているため、料理全体にムラなくじっくりと火を通すことができ、ハンバーグ、パエリアなどが簡単に美味しく仕上がる。高い蓄熱性のおかげで冷めにくいのも特長だ。また、調理後そのままテーブルに置けば、おしゃれな食卓を演出できるため、インスタグラムなどSNSへのスキレットを使った食卓写真の投稿が急増。500円を切る価格の製品も発売され、昨年より一気にブームが開花した。



もしかして  
死語!?

### ★ ANOTHER FOCUS ★

#### 「マブい」

「美しい」「きれい」という意味。主に女性に対して使われ、とても美しい女性のことを「激マブ」とも言った。もともと「本当・本物」という意味の「マブ」を形容詞化したもので、すでに江戸時代の滑稽本や戯作に「まぶい」が登場している。明治以降はやくざ言葉として使われていたが、1970年以降に一般にも広く知られるようになり、昭和の終わりとともに使われることが少なくなった。親友を表す「マブだち」という死語も同じ語源と考えられる。

#### 「gkbr」

ホラー映画や怪談、暴力、凄惨な事件などで恐れおののく様子を表す「ガクガクブルブル」の略語。ローマ字表記の「gakugakuburuburu」の母音を外して子音のみを残した「gkgkbrbr」から、重複文字を消去した。「ガクブル」とも言う。このようなローマ字音による独特の表記法は、主にインターネット掲示板から広がっていったもので、同様の表記をするネット用語として「kwsk(くわしく)」や「ksk(加速)」などがある。

知っていますか?  
ネット用語!



### 2 新築時より+αの 価値を生む リノベーション

フスタイルへのこだわりや活用する人の構成に応じて、新築時とは異なる環境を創り出すことが目的。そのため、大幅な間取りの変更、冷暖房施設の全面刷新、ライオン工事、耐震工事といった大規模な工事が行われることが多い。

「リノベーション(renovation)＝修復、刷新」とは、現代的なライフスタイルに合わせて中古の住宅、マンション、店舗、オフィスなどを改修すること。設備の取り替え、壁紙の張り替えなどで古くなった住居を新築に近い状態に戻すことを「リフォーム(reform)＝改良」と言うが、リノベーションはライフ



TARGET FOCUS

### ★ ターゲット ★ ★ フォーカス ★

最新トレンド用語からネット用語、懐かしの流行語まで……。お客様の心理や関心を読み解き、消費行動の決め手となる選りすぐりのキーワードをご紹介します。職場のコミュニケーションツールとしてぜひお役立てください。

### 1 ネット時代の新しい資金調達 クラウドファンディング

クラウドファンディング(Crowdfunding)とは、群衆(crowd)と資金調達(funding)を組み合わせた造語で、銀行など金融機関に頼らない新しい資金調達方法のこと。新しい製品や事業を構想する起業家、自分の作品を世に問いたい無名のクリエイターが、インターネット上でアイデアや作品を公開し、共感してくれる不特定多数の人から資金の出資協力を募る。ツ

インターネットやフェイスブックなどと連動させて、初期段階から起業家、クリエイターと支援者が深く交流し、お互いの理解を深められるというメリットもある。わが国では2011年の東日本大震災を契機に注目を集め、寄付集めや復興支援の手段として拡大した。



忙しくて  
ごめんなさい

# ラク旨★レシピ

監修:しらいし やすこ  
フードコーディネーター、広告や書籍、雑誌、CM、WEBなどの撮影を中心に、料理・レシピ制作およびスタイリングを手がけている。

## 大人のポテサラ

じゃがいもを皮ごと茹でて混ぜるだけ。アンチョビとクレソンがアクセントが効いた、おかずにもおつまみにぴったりの一品です。



### 作り方

- 1 じゃがいもはよく洗って皮ごと一口大に切り、水から茹でる。アンチョビはみじん切り、クレソンはざく切りにする。
- 2 じゃがいもが柔らかくなったら、茹でていたお湯を捨て、弱火にかけて鍋を振りながらじゃがいもの水分をとばす。
- 3 2をボウルに入れて粗くつぶし、Aとアンチョビ、クレソンを加えて混ぜる。
- 4 お好みで焼いたバケットなどを添える。

### 材料 (2人分)

じゃがいも ..... 2個    バケットなど ..... 適宜  
クレソン ..... 1束  
アンチョビ ..... 2切れ

マヨネーズ ..... 大さじ1・1/2    粗挽きブラックペッパー ..... 適量  
A 牛乳 ..... 大さじ1    にんにくすりおろし ..... 1/2片分  
塩 ..... 少々

## クロスワードパズル

クロスワードパズルに挑戦しましょう。A~Fに入る文字を並べるとキーワードが現れます。

1			2	3
			A	
		4		
5	6			
	C			
	7		8	
				B
9			10	
				D

### タテのカギ

- 1 春の小川は〜♪で、岸にスマレとこの花
- 2 潮干狩りでザクザク採れたよ
- 3 花散って、待ち遠しい"佐藤錦"
- 4 リレーで、落とさないで走ろう
- 5 晴れ渡った〇〇〇ブルーの空
- 6 熱いうちに打て!

### ヨコのカギ

- 1 「アロハ!」と首に
- 2 持っていないから雨宿り
- 3 乗るときはヘルメットを忘れずに
- 4 テレビ番組などのお客様
- 5 みつ豆の中、半透明な立方体
- 6 好きになる。〇〇が芽生える
- 7 「そこ効くーっ」の指圧ポイント

## オリジナルQUOカード 2,000円分をプレゼントします。

### 応募方法 (下記①か②のいずれか)

締切:平成28年6月末日

- 1 東芝テックHP内の応募フォームに必要事項を入力の上、ご送信ください。
  - 2 読み込みの応募用紙に必要事項をご記入の上、ファクシミリにてご送信ください。
- ※当選者の発表は賞品の発送をもって代えさせていただきます。  
※当社社員および関係者のご応募はご遠慮ください。

てくぶらぎ プレゼント



読者の声 読者の声 読者の声 【1/2】/奉還】いりやや【ハートロク】:き景のメロク

## 漢字パズル

(例)のように、漢字の部分を組み合わせて、二字熟語をつくってください。

(例)糸+成+十+敏+血=繁盛

- 1 七+立+見+刀+木=□□
- 2 亦+可+可+心+欠=□□
- 3 一+角+止+牛+刀=□□

読者の  
とっておき  
エピソード

### テーマ

### 私のストレス解消法

- ストレスが溜まると無性に泣けるものが見たくなります。そんなときは、泣ける「ドラマ」「映画」「マンガ」を見てスッキリします。(山口県・Mさん)
- 月に1回ほど娘と行く岩盤浴と温泉が、明日からの活力になります。(静岡県・Tさん)
- 毎年12月にアメリカ旅行に行くので、それを楽しみに日々のストレスは我慢!(大阪府・Hさん)

### 読者からのご感想

毎回読んでいますが、とても興味深く、知識取得だけでなく実務にも活かせることが多くありありがとうございます。今後も継続して読ませていただきます。(山口県・Hさん)

## 気になる消費ランキング

## 外食メニューの「思わず食べたくなる」キーワード

### ● 和食は「天然もの」に圧倒的の支持、洋食はシェフの腕が決め手

20~69歳の男女約9,000人に調査したところ、素材を生かす料理が多い和食では「天然もの」「産地直送・漁港直送」など素材に直結する言葉が支持を集めました。一方、洋食では「シェフ・料理長が直接買付け」「自家製・手作り」が上位にランクインし、シェフの腕が決め手になることがうかがえます。ラーメン・そば・うどん、中華では「伝統の味・元祖・老舗」といった長年の支持を確信できる言葉に魅力を感じるようです。

※単位はすべて%

### 和食



- 1位 天然もの ..... 50.0
- 2位 産地直送・漁港直送 ..... 35.7
- 3位 〇〇産(産地明記) ..... 31.5
- 4位 旬・期間限定・季節限定 ..... 31.3
- 5位 伝統の味・元祖・老舗 ..... 28.2

### 洋食



- 1位 シェフ・料理長が直接買付け ..... 38.6
- 2位 有機栽培・無農薬 ..... 26.1
- 3位 旬・期間限定・季節限定 ..... 21.8
- 4位 自家製・手作り ..... 18.0
- 5位 限定〇食 ..... 17.8

### 居酒屋



- 1位 旬・期間限定・季節限定 ..... 19.1
- 2位 天然もの ..... 16.1
- 3位 産地直送・漁港直送 ..... 14.9
- 4位 〇〇産(産地明記) ..... 14.7
- 5位 自家製・手作り ..... 13.9

### 中華

(ラーメン以外)



- 1位 伝統の味・元祖・老舗 ..... 21.3
- 2位 限定〇食 ..... 15.6
- 3位 マスコミ(TV、雑誌など)で話題の ..... 12.2
- 4位 自家製・手作り ..... 10.4
- 5位 旬・期間限定・季節限定 ..... 10.0

### ラーメン そば・うどん



- 1位 伝統の味・元祖・老舗 ..... 20.1
- 2位 限定〇食 ..... 18.0
- 3位 マスコミ(TV、雑誌など)で話題の ..... 15.7
- 4位 自家製・手作り ..... 15.6
- 5位 旬・期間限定・季節限定 ..... 8.0

(首都圏、関西圏、東海圏に住む20~69歳の男女に調査。有効回答数8,966件)  
(出典)資料:株式会社リクルートライフスタイル  
ホットペッパーグルメリサーチセンター  
Market Report「外食メニュー選び、もともと「刺さる」慣用語は?」(2013年5月)

### 「旬」「限定」は

## 全ジャンルで高評価!

全ジャンルで上位にランクされるキーワードは、「旬・期間限定」「限定〇食」など、「今だけ感」を演出する言葉です。旬や季節感が大好きな日本人の好みを反映した結果といえそうです。例えば、旬の食材を使った料理は、鮮度感をより強調するために、あえて手書きのメニューで「急場感」を出すなど、お客様への提案方法を工夫するといでしょう。

## 「あいまいさ」が原因!? お客様の心に響かないワード

### ● マスコミ(TV、雑誌など)で話題

中華、ラーメン・そば・うどんでは上位ですが、他のジャンルでは下位に。お店のジャンルやターゲット層によっては、逆効果になる可能性もあります。

### ● 自社農場産

どのジャンルでも人気なし。「産地直送」「無農薬」などの直接的な言葉に比べて、おいしさや安全についての具体的な魅力が想像しづらいようです。

### ● 低カロリー・ヘルシー

どのジャンルでもトップ5には入りません。「健康に良さそう」というイメージは強いのですが、外食においては、「おいしさ」への要求が強いことがうかがえます。





「フレッセイ」は、群馬県を中心に地域密着型の食品スーパーをチェーン展開しています。私たちが勤務する榛東新井店は、ゆったりと買物ができる開放的で見通しのよい空間で、美味しさと新鮮さにこだわった商品を豊富に取り揃えています。セミセルフレジを設けたことで、待ち時間も短くなり、お客様のペースでお会計をしていただけるようになりました。「また来たい」と思っていただけのお店にするにはどうすればよいかを一生懸命考えながら、日々、お客様への感謝の気持ちと笑顔を絶やさない接客を心がけています。(フレッセイ 榛東新井店 宮崎年枝さん／写真左、徳江英里さん／写真右)

### 【編集後記】

みなさんは春一番が吹かなかった年は異常気象となる傾向にあるのをご存知でしょうか。さまざまな異常気象に翻弄された昨年はまさにその吹かなかった年だったのです。冷夏や暖冬は過ごしやすい面もありますが、やはり夏は暑いからこそ、冬は寒いからこそその楽しみ方があります。今年は無事に吹きましたが、環境変化による異常気象には気をつけたいものですね。てつくぶらざも表紙をはじめ、季節を感じていただけるような誌面づくりを心掛けたいと思います。(畠 肇)

## 東芝テック株式会社

リテール・ソリューション事業本部 国内営業推進統括部 販売促進担当  
〒141-8562 東京都品川区大崎1-11-1 ゲートシティ大崎ウエストタワー  
TEL.03-6830-9220 FAX.03-6684-4002  
<http://www.toshibatec.co.jp/>

●お問い合わせは