

2026
WINTER
VOL.
131

つくみらざ"

TEC PLAZA



モチベーションを生み出す
「上手に任せる」技術

行動経済学で読み解く

数ある商品やサービスの中から、私たちはなぜそれを選んでしまうのか？
行動経済学の視点から消費者の購買心理を読み解きます。

第16回

試食や試着は購買に効果あり？

●相手に報いたくなる「返報性の原理」

百貨店やスーパー・マーケットなどでは、販売促進の一つとしてお客様に試食や試飲を提供することがよくあります。これは本当に効果があるのでしょうか。あるとしたら、そこには消費者のどんな心理が働いているのでしょうか。

まず人は「無料」という言葉に弱く、「タダならいいか」と考え、試食や試飲コーナーに立ち寄ってもらえるという誘引効果が期待できます。

次に人は何かしらのサービスや恩義を受けると、それに対して無意識のうちに「お返しをしたくなる」という性質があります。「無料で味見させてもらったのだから、買おうかな」という心理です。これを行動経済学では「返報性の原理」と言います。

「返報性の原理」は試食や試飲だけに限りません。ふらりと入ったお店で店員の丁寧な接客により、つい衝動買いをしてしまったという経験がある人も多いことでしょう。例えば、衣料品店で試着した際、スタッフが嫌な顔をせず何度も商品を持ってきてくれたりすると、本当はそこまで気に入った商品でなくても購入してしまうことがあります。ここでも相手の努力や親切に報いたいと



いう心理が働いています。

●「体験」によって購買のハードルを下げる

試食や試飲はその場で購買に至らなくても、商品を知ってもらえるという効果があります。食品のおいしさは言葉で表現するより、実際に食べてもらった方がより伝わります。

また、人は保守的なところがあり、知らないものに対して及び腰になりがちですが、試食や試飲という体験を提供することによって、購買のハードルを下げることができます。

実際、あるマーケティング調査によると、99%の人が試食や試飲をきっかけに商品を購入したことがあると回答しています。さらに60%以上がその商品を継続して購入しているというデータもあり、試食や試飲がリピーターを獲得する上でも高い効果をあげていることがわかります。

監修：阿部 誠 1991年、マサチューセッツ工科大学で博士号を取得。現在、中央大学戦略経営研究科（ビジネススクール）教授、東京大学名誉教授。主な著書に『東大教授が教えるヤバいマーケティング』（KADOKAWA）、『（新版）マーケティング・サイエンス入門：市場対応の科学的マネジメント』（有斐閣）など。

てつくぶらざ
TEC PLAZA

2026 WINTER VOL. 131

CONTENTS

2.行動経済学で読み解く

3.特集

モチベーションを生み出す

「上手に任せる」技術

6.CUSTOMER'S PHILOSOPHY

私の店づくり戦略～お客様訪問

■原信 美沢店

■とんかつ にいむら 本店

■ぴょんぴょん舎 稲荷町本店

12.ターゲットフォーカス

13.これって正しい？ 敬語の使い方

14.立ち仕事に効く 簡単セルフエクササイズ

- 今号の表紙のご紹介
- クロスワードパズル

16.TECのある風景 六花亭 帯広本店

表紙：神社の授与所
ペーパークラフト制作：酒井志保



酒井さんのプロフィールや作品づくりの様子をP15でご紹介しています。あわせてご覧ください。

モチベーションを生み出す 「上手に任せる」技術

チームで成果を上げるには、自分一人で抱え込まず、部下や他のメンバーに仕事を任せることが大切です。それが彼らの成長を促し、チーム全体のパフォーマンスや売上の向上に繋がります。ポイントはモチベーション。スタッフのやる気を引き出す「上手な任せ方」を紹介します。



「切り出し方」が肝心 意義や目的をしつかり伝える

「どうしても部下に任せられない」「他人に任せるのが苦手」という理由として多いのが、「自分でやった方が早い」です。プレーヤーとして有能な人ほど、そう考えてしまいがちです。しかし、仕事を任せず抱え込むことは、長い目で見ると部下や他のメンバーの成長の機会を奪い、チーム全体の力を低下させます。「任せる」ことによつて、任された側は信頼されていると感じ、仕事に対するモチベーションが上がります。結果的にチーム全体のパフォーマンスが上がり、売上の向上などにも繋がります。

任せる上で最も重要なのが「切り出し方」です。最初の一言でその仕事をやってみようと思つてもらえる意欲をつくり出す必要

があります。ポイントは「感謝される」「褒められる」「自分しかできない特別感」の3つです。加えて、なぜその仕事が必要なのかという「意義」や「目的」をきちんと伝えることが欠かせません。

例えば、資料作りを頼む際には単に依頼したい内容を伝えるだけでなく、「先週の資料ありがとう。役員会議でも分かりやすいと評判だつたよ。これも次の販促企画が承認されるかどうかが、かかっている重要な書類なので、○○さんに頼むしかないと思っていてね」のように伝えます。

ここには前述の3つの要素と、「なぜそれが必要なのか」という理由がきちんと入っています。その仕事の意義や目的が分かれれば、任された側も高いモチベーションで取り組むことができます。出来上がった資料もクオリティの高いものになるはずです。

基本は「適性」×「意欲」 Z世代は「貢献感」を重視

よい成果を上げるには、誰に頼むかも鍵になります。人は誰でも得意・不得意があり、「能力がある

監修:山本 渉(やまもと わたる)
アメリカの大学でマーケティングとエンターテインメントを学び、帰国後は国内最大手のマーケティング会社に入社。現在はジェネラルマネージャー兼部長を東ねる統括ディレクターとして、小さなプロジェクトから100億円を超える大型案件まで、年間100件以上のプロジェクトを指揮する。著書に『任せるコツ～自分も相手もラクになる正しい丸投げ』、『伝わるコツ～「言ったはずなのに伝わってない」をなくすスキルと思考法』(共にすばる舎)がある。

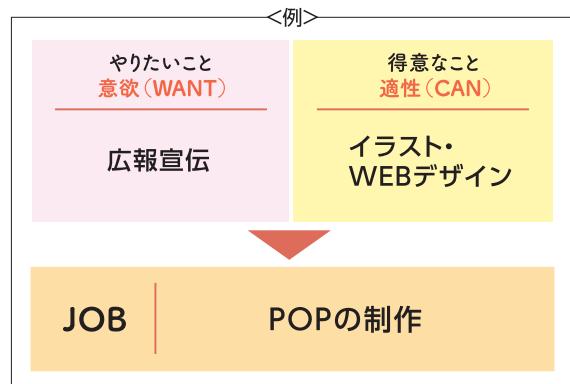
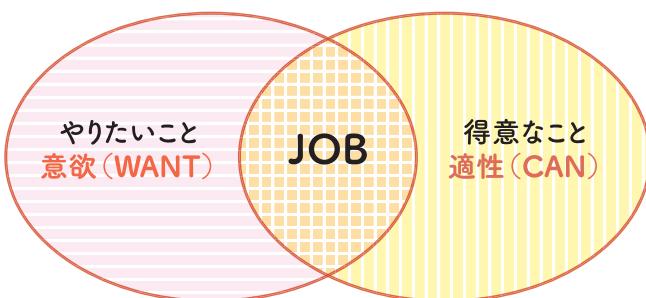
●図1 3パターンの意欲

相手がどんな「意欲」を持っているかを知ることで、任せせる仕事の内容や伝え方を工夫できる



●図2 意欲と適性

「意欲=WANT(何がしたいか)」と「適性=CAN(何ができるか)」が重なった部分を見極め、それに合った仕事を任せるのが理想的



Z世代といわれる現在の20代は成長願望が強く、自分の能力を生かすことや自分がチームのためにどう役立っているのかを気にする傾向があるので、任せせる仕事の意義や目的をしつかり伝えると、高いモチベーションで取り組んでくれます。

例えば、「最近の若者は出世したいとか、お金を稼ぎたいという意欲に乏しい」などと言われていますが、彼らにまったく意欲がないわけではありません。むしろ③の「世の中の役に立ちたい」「チームに貢献したい」といった意欲を持つていることが多いのです。

Z世代といわれる現在の20代は成長願望が強く、自分の能力を生かすことや自分がチームのためにどう役立っているのかを気にする傾向があるので、任せせる仕事の意義や目的をしつかり伝えると、高いモチベーションで取り組んでくれます。

か、ないか』より、その仕事が『向いているか、向いていないか』の方が大切です。例えば、数字が苦手な人に細かい計算が必要な書類の作成を任せても、効率が悪いばかりか、本人のモチベーションも上がらないことでしょう。

さらに重要なのが「相手のやる気」つまり「意欲があるかどうか」です。「意欲」には①自分の中で完結する意欲、②他者からもらいう意欲、③他者に与える意欲の3つがあります(図1)。どれが優れているというわけではなく、どちらが立派なモチベーションになります。

一方、中高年以上は②の意欲に寄る傾向があります。彼らは今まで仕事をしてきたプライドや、自分なりのやり方があるので、あまり細かいことは指示せず、目的やゴールだけを伝え、到達方法は相手に任せるのがモチベーションを下げない秘訣です。

重要となるのは、人には様々な適性や意欲があることを理解し、メンバーの意欲(何がしたいか)と適性(何ができるか)を見極め、それにマッチした仕事を任せることです(図2)。その方が本人も満足し、高い成果を上げられます。そのためには普段から彼らの仕事ぶりを注視し、面談などを通じ、興味や意欲の源泉がどこにあるのかを知つておくことが大切です。

一度任せると決めたら、過度な干渉は禁物です。任せると言いながら、しつこいぐらい途中経過を聞いたり、あれこれ指図したりすると、相手は信頼されていないと感じ、やる気を失ってしまいます。ただし、相手の経験が少なく、不安に思っているようなら、途中経過に気を配り、必要に応じて軌道修正をアドバイスすることも必要です。その際も自分の考えを押し付

**過度な干渉は厳禁
軌道修正は相手の意見を尊重**

特集

モチベーションを生み出す 「上手に任せる」技術

●図4 モチベーションを生み出す成長ループ 「まみむめも」

このループを繰り返すことで、持続的な成長に繋げることができる



*図はすべて山本涉著『任せるコツ～自分も相手もラクになる正しい丸投げ』より作成

ここまで見てきたように、仕事で高い成果を上げるにはメンバーのモチベーションが重要です。そのモチベーションを大きく左右するのが「任せ方」です。
「正しい任せ方」は相手のやる気を引き出し、達成感を与え、成長を促す

**成長ループをつくり出す
「まみむめも」で**

「まみむめも」を繰り返すことで、個人も組織もらせん階段を上るようになっていくことができます。「正しい任せ方」を実践し、メンバー全員が高いモチベーションで働ける、活気ある職場をつくつていただきたいと思います。

●図3 正しい任せ方と間違った任せ方

正しい任せ方

- 相手の身になって考える
- その依頼がどのような役に立つか、目的を伝えている
- 相手の余力への配慮がある
- 断ることができ余白がある
- 相手にとって適度なチャレンジがある
- プレッシャーと期待が過剰じゃない
- 感謝の気持ちがある

間違った任せ方

- 自分が楽になることだけを考える
- 目的や意義を伝えず、ただ作業をさせる
- 相手のやる気や忙しさなどの状況を確認しない
- 命令として押しつける
- 誰に任せるかを吟味せず、やってくれれば誰でもいいと考える
- 相手の動機づけをしない
- 感謝や評価などのフォローがない

けるのではなく、一緒に考えるという姿勢が大切です。
小売店や飲食店などでは、若い社員が年上のパート従業員やアルバイトに指示を出す場面もあります。

そうした場合は基本的に敬語で話しきちゃんと感謝の言葉を述べたり、褒めたりすることが欠かせません。作業の途中でも「頑張っていますね」と声がけすると、相手はしっかりと見てくれていると感じ、モチベーションが上がります。

最近は1日のうちの数時間だけアルバイトとして入るという働き方を選ぶ人も増えており、その日初めて会った人に指示を出すケースも増えています。

そのような場合は「これができれば、他のアルバイト先でも重宝される」など、何かその人の意欲創出につながる一言を伝えると、よりモチベーション高く働いてもらうことができます。

「間違った任せ方」とは、自分が楽になることだけを考えた、相手のことを考慮しない任せ方です。やつてくれれば誰でもいいと考え、命令として押しつけ、フォローや感謝の言葉もありません。これでは任せられた方のモチベーションは下がる一方です(図3)。

「正しい任せ方」をするには、まず相手の身になって考えることが大切です。その仕事を行う余力があるかどうか。過度なプレッシャーにならないかどうか。その上で、その仕事の意義や目的、感謝の言葉などを伝えます。

仕事を任せることで、部下やメンバーは成長します。そこでまた次の仕事を任せます。こうした持続的成長を支えるキーワードが「任せる」から始まる、それぞれの頭文字を取った「まみむめも」です(図4)。

「まみむめも」を繰り返すことでき、成長していくことができます。「正しい任せ方」を実践し、メンバー全員が高いモチベーションで働く、活気ある職場をつくつていただきたいと思います。

～お客様訪問
原信 美沢店

判断の基準はお客様 地域ニーズに対応する改装を実現

JR長岡駅から車で約5分。約30の店舗が入る郊外型複合商業施設・アクロスプラザ長岡の核テナントとして、2010年に開業した原信美沢店(新潟県長岡市)が2025年9月、約4カ月の改装期間を経てリニューアルオープンした。惣菜売場の拡充や新しいレジの導入など、お客様がより快適に買物を楽しめる店舗に生まれ変わった同店を取材した。

改装で惣菜売場を拡充 部門横断で多彩な惣菜を販売

「今回の改装で大きく変わったのが惣菜売場です。一番の目的は即食商品の強化で、店舗の奥にあつた惣菜コーナーを入口からすぐの場所に移動しました。売場を大きく広げて商品を充実させ、買物を短時間で済ませたい、買って帰つてすぐに食べたいというお客様のニーズにも応えています。厨房も調理している様子がよく見えるよう全面ガラス張りにし、ライブ感や鮮度感が伝わるようにしました」と話すのは、アクシアルリテイリング株式会社執行役員でCSR・広報部長の霜鳥守雅氏だ。

美沢店の惣菜売場には、精肉部門が店内で製造するローストビーフビーフを使った「ローストビーフデリ」や、水産部門が調理した焼き魚や煮魚が並ぶ「魚菜屋」など、各部門がそれぞれの強みを生かして作るコーナーが設けられ、お客様は多彩な惣菜を購入できる。

環境や健康などに配慮した 新ブランド「Hana-well」

同社は新潟県と群馬県を中心とした「原信」「ナルス」「フレッセイ」の3社がある。その一つが国産牛の1

頭買いだ。店長の吉田駿介氏は、「1頭丸ごと仕入れることで、お客様によりリーズナブルに提供できるだけでなく、少量しか取れない希少部位を販売できるなど、品揃えも強化できます」と話す。

アクシアルグループでは日常使いの商品をよりお求めやすい価格で提供できるよう、オリジナル商品の開発に力を入れている。グループ共通のプライベートブランド「アクシアルブランド」商品は、生鮮食品からグロサリーまで現在約500アイテムをラインナップする。

2023年には環境や健康などに配慮したエシカル商品の新ブランド「Hana-well（ハナウエル）」を立ち上げた。

霜鳥氏はその特徴を、「Earth・Healthy・Local・Diversity・

アクシアル リテイリング株式会社
執行役員 CSR・広報部長

霜鳥 守雅氏



▲入口に入った正面に青果売場、そのすぐ隣に惣菜とベーカリーの売場が広がる。各部門の厨房はすべてガラス張りになっており、スタッフの調理する様子が売場からよく見える



▲毎日3食の野菜摂取を提案する青果売場の「365×3 サラダライフ」では、精肉や水産部門とコラボして作ったボリューム満点のサラダが並ぶ



▲焼きそばや卵焼きなどをお客様の目の前で調理し、出来たてを提供する「てっぱん屋」



▲「ローストビーフデリ」は、精肉の厨房で製造したローストビーフを使った寿司(写真)や丼物などを提供



▲自社工場で製造するオリジナルスイーツブランド「ポン・ド・パン チュール」は美沢店で初導入。プリンやチーズケーキなどを展開する



▲地産地消や環境負荷の低減などを目指すエシカル商品「Hana-well」。地元新潟県産の原材料を使った菓子や加工食品など、現在約150種類ほどの商品が揃う



▲同社と東芝テックは剣道でも繋がりがあり、合同稽古会などを通じ、企業の垣根を越えた交流を深めている



Harashin
原信
Axial
RETAILING

組織概要
会社名 アクシアルリテイリング株式会社
設立 1967年
代表者 原和彦
事業内容 スーパーマーケットを中心とした企業グループの運営

本社所在地 新潟県長岡市中之島1993番地17
店舗所在地 新潟県長岡市沖田1-93

ホームページ <https://www.axial-r.com/>

Futureの5つを軸に、通常は廃棄される規格外の農産物を活用した菓子など、様々な社会課題への対応につながるような商品を提供しています。ロゴマークやパッケージのイラストには障がいをお持ちの方が描いたアート作品を採用しており、作品の魅力を発信できる場を提供しています」と説明する。

カート型セルフレジを導入 精算がよりスマートに

美沢店ではリニューアルオープンに合わせ、カート型セルフレジ「ピピットセルフ(同店ではスマートカートと呼称)」を導入した。2023年4月から原信の他店舗で導入を開始し、美沢店が3店舗目となる。

同店は通常レジ7レーンに加え、セルフレジ12台を設置。そのうちの3台はスマートカート専用の精算機として使用し、週末などお客様が多いときは、1台増やして4台で運用している。

吉田氏は「当店は比較的若いお客様が多いこともあり、週末のスマートカート平均利用率が約2割と、先に導入した2店舗よりも多くのお客様にご利用いただいている。リニューアルオープン

前からチラシなどで宣伝したことがあり、期待感も高かったようですね。お子様と一緒に楽しみながら利用されるお客様も多く、最後にまとめてスキヤンする手間が省け、とても便利だという声をいただいています」と話す。

「大切にしているのは、『判断の基準はお客様』という考え方です。時代の変化に柔軟に対応しつつ、すべての行動を顧客起点で発想して地域のニーズに寄り添い、お客様にご満足いただけるサービスを追求したいと考えています」と語る霜鳥氏。

アクシアルグループとして、お客様に「豊かさ」「楽しさ」「便利さ」を提供することで、いつまでも成長し続けられる企業を目指している。



▲改装に合わせてカート型セルフレジを40台導入。レジでのスキャンが不要になり、迅速にチェックアウトできると好評だ

▲セルフレジ12台のうち3台をスマートカート専用の会計機として使用。お客様にわかりやすいよう、レジに並ぶ動線も色分けしている

～お客様訪問
とんかつ にいむら
本店

磨き上げた至福の味とゆとりの時間 歌舞伎町で65年間続く老舗とんかつ店



▲クラシカルな椅子とテーブルが落ち着いた雰囲気を感じさせる店内。写真的3階フロアは主に団体客や予約客の利用が多い

多くの飲食店が軒を連ね、深夜まで人通りが絶えない新宿歌舞伎町。日本を代表するその繁華街で、65年間のれんを守り続けているのが1961年創業のとんかつにいむら本店だ。油で揚げた後、オーブンで調理したとんかつはほどよく油が落ち、サクッとした軽い味わい。そのおいしさを求めて通い続ける常連客も多い同店を取材した。

揚げてからオーブンで調理 油っぽさのない軽い食感

「私の祖父が50歳のときに脱サラして始めたのがこのお店です。当時の歌舞伎町は現在のような賑やかな歓楽街ではなく、どこの町にもあるような普通の商店街だったそうです。開業当初はとんかつだけでは心もとないと思ったようで、パンやタバコも売っていました」。こう話すのは、とんかつにいむらを運営する東栄商事株式会社専務取締役の新村武寛氏だ。

店はすぐに軌道に乗り、4年後にJR新宿駅西口から徒歩6分の場所に西新宿店、1985年にはJR中央線大久保駅の近くに大久保店を出店した。本店は79年に現在地に移転。道路を一本隔てた場所にあつ

た旧本店はビルに建て替えられ、現在はしやぶしゃぶとステーキの専門店として営業している。

にいむらのとんかつは、油でサツと揚げた後、オーブンで中まで火を通すという創業時から変わらない独自の調理法に特徴がある。そして衣に染み込んだ余分な油が落ち、油っぽさのない軽い食感に仕上がる。カロリーも抑えられるため、ダイエット中や揚げ物は苦手というお客様にも人気があるという。

新村氏は「祖父は料理に関しては職人さんになっていましたので、最初は多くの素人だったので、最初は職人さんに来てもらっていたのですが、その中のフランス料理経験者のシェフがこの調理法を編み出したと聞いています」と説明する。

一番人気の黒豚とんかつは 外国人観光客からも好評

同店ではとんかつを中心に、メンチカツやエビフライなども提供しているが、一番の人気メニューは鹿児島産黒豚を使ったヒレかつとロースかつだ。黒豚は飼育に時間と手間がかかり、流通量そのものが少ない。特に鹿児島産は品種やエサ、肥育日数などが厳格に決められており、味のよさで高い評価を得ている。「柔らかくジューシーな肉質で、歯切れがよく、脂にもほのかな甘味が感じられます。最近は外国人のお客様が多くいらっしゃいますが、ほとんどの方が黒豚とんかつをオーダーされます」(新村氏)

にいむら本店では現在6割ほど

東栄商事株式会社
専務取締役

新村 武寛氏



を海外からの旅行客が占める。

▲一番人気の鹿児島産 黒豚ヒレかつ定食(税込4,000円)。オーブンで調理したとんかつはトーストのような香ばしさも感じられる。キャベツとご飯はおかわり自由



▲創業64周年を記念した「わかば御膳」。名物の丸ヒレかつに、カニコロッケ、サーモン、卵焼き、イカの塩辛などが付いて税込2,500円



▲1階と2階に設けられたカウンター席は、単独のお客様に人気



▲店内に飾られている創業時の店舗写真



組織概要
会社名 東栄商事株式会社
設立 1961年8月
代表者 新村 雅英
事業内容 飲食店の経営
本社所在地 東京都新宿区歌舞伎町1-14-3
店舗所在地 東京都新宿区歌舞伎町1-23-10
ホームページ <https://tonkatsu-niimura.com/>

▲国産豚のヒレ肉をボール状にカットして揚げた丸ヒレかつ定食(税込2,700円)。オーブンで中まで火を通すからこそ可能なオリジナルメニューだ



▲黒豚のロースかつをスパイシーなカレーと共に味わう。ボリューム満点の黒豚かつカレー(税込4,100円)



「特に夜は約8割が外国人のお客様です。歌舞伎町にはホテルも多いので、昼の観光を終えたお客様がホテルに戻る前に食事をしに来るケースが多く、夜9時半頃が最も混雑します」(新村氏)

同店の営業時間は、年中無休の午前9時半から翌朝の午前6時まで。深夜でも大勢の人で賑わう歌舞伎町中心部に店を構えていることもあり、0時を過ぎても客足は絶えないという。

「昼は団体のお客様が多く来店されます。当店は1階から3階までの3フロアで、座席数は115席あります。が、歌舞伎町でこれだけの広さを有する飲食店は少なく、それも団体のお客様に選ばれる理由のようです」と新村氏は話す。

同店ではとんかつを中心とした定食以外にも、予約制で豚肉のしゃぶしゃぶをメインにしたコース料理を提供しており、忘年会などの宴会に利用されるお客様からも人気を集めます。

セルフオーダーシステムはオーダーミス軽減にも一役
導入した。各テーブルには紙のメニューも用意しているが、現在ではほとんどのお客様がタブレット端末を利用して料理をオーダーしており、同店にとつて欠かせないツールになっている。

「導入の一番の目的は省人化によるスタッフの負担軽減でしたが、それでも団体のお客様に選ばれる理由のようですね」と新村氏は話す。

「お客様の中には『子どもの頃、父と一緒に来たことがあります』とお話ししてくださいさる方もいらっしゃいます」と新村氏が言うように、にいむら本店では親子で3代、4代にわたって通い続ける常連のお客様も珍しくない。

「本日いらしたお客様に心を込めて最良のものをご提供することで、次回のご来店につなげていく。その積み重ねが65年という歳月になっているのだと思います」と語る新村氏。これからもおいしさや品質へのこだわりを大切にしながら、お客様に至福の味とゆとりの時間を提供していきたいという。



▲POSレジはタッチパネル式のQT-200を使用。狭いスペースにも設置でき、カラー画面が見やすいと好評だ

～お客様訪問
ぴょんぴょん舎
稻荷町本店

店舗DXなど新たな試みで価値を創造 盛岡冷麺を県外に広げる人気店



▲鉄、レンガ、木など、様々な素材を組み合わせた温かみのある店内は、国籍や文化の違いなど、同店が理念に掲げる「あらゆるものとの融合」を象徴。大きな窓からは北上川の支流・零石川沿いの景色を眺めることができる

盛岡冷麺を代表するお店として、観光客だけでなく地元のお客様からも絶大な支持を集めるぴょんぴょん舎。盛岡市内のはか、東京・銀座や首都圏のショッピングセンターなどにも出店し、業態の異なる店舗を含めると現在11店舗を展開している。2024年3月にリニューアルオープンした稻荷町本店を訪ね、その人気とおいしさの秘密を探った。

ゆったりくつろげる 全185席の広い店内

ぴょんぴょん舎を運営する株式会社中原商店は1946年に神戸市で創業。盛岡市ではスクラップ業を営んでいたが、86年に開催された第1回ニッポンめんサミット

に、当時から盛岡でよく食べられていた冷麺を出品し好評だったことから、飲食業に転換。翌年、現在地に第1号店の稻荷町本店を開店した。ちなみに盛岡冷麺という名称は、このイベントがきっかけで生まれたという。

同店はJR盛岡駅から車で約10分。東北自動車道盛岡インター チェンジに近い幹線道路沿いの交差点に立地する。2階建ての店内は、山小屋を思わせる暖

炉や梁を巡らせた高い天井がリラックスできる雰囲気を演出している。テーブル席を中心に、個室や小上がりなど、バラエティに富んだ客席は全185席。夏季は木立に囲まれたテラス席で食事を楽しむこともできる。

代表取締役の邊公哲氏は今回の改装について、「創業者である現会長の想いもあり、内装は開店当初とほとんど変わっていません」と話す。

独自の工夫を重ねた冷麺 メニューの数は240以上

看板メニューである盛岡冷麺は、麺とスープ、キムチが三位一体となつたおいしさが自慢。邊氏は「お店で提供する冷麺は生地を店内で練り、製麺した作りたてを使っています」と説明する。スープ

はすつきりとした味わいの中にコクと旨みを感じられ、全部飲み干したくなるおいしさだ。

「牛骨をベースに鶏ガラを加えたものを丁寧に濾しながら長時間煮込み、素材の旨みだけを引き出しています。キムチは冷麺専用のもので、当社ではキャベツと大根を使い、冷麺スープに入れたときにさらにおいしく感じられるよう工夫しています」(邊氏)

冷麺と並ぶ看板メニューである焼肉は「いわて短角牛」をはじめとする国産牛を使い、カルビやタンなどの単品メニューから様々な部位の盛り合わせまで、豊富な種類を用意している。中でも人気はサンチュ食べ放題の焼肉大皿セットで、人数などに合わせて肉の量や種類を選ぶことがで

株式会社中原商店
代表取締役
邊 公哲氏





▲カルビやモモなどの焼肉にナムルやサラダなどが付いたサンチュ食べ放題の「パルパルセット」。肉の量によってS.M.Lがあり、写真は3~5人向けのセット(税込7,480円) 写真提供／株式会社中原商店



▲人気メニューの一つが、具材がたっぷり入ったチヂミ。定番のネギニラチヂミ(写真／税込500円)のほか、旬の食材を使った季節ごとのチヂミも提供



▲お昼の一番人気は、看板メニューの盛岡冷麺に焼肉(カルビ・ハラミ)やナムル、サラダも味わえる「盛岡冷麺・焼肉スペシャルランチ」(税込2,035円)



▲テーブル席やテラス席のほか、掘りごたつ式のテーブルを備えた個室も複数完備



▲専用のキッチンカーを所有。お祭りやイベントなどで冷麺やチヂミをはじめとする様々な料理を作りたてで提供している



▲YOASOBIの岩手公演を記念し、2025年10月に発売されたコラボ商品。オリジナルのクールバッグとびよんびよん舎の盛岡冷麺がセット 写真提供／株式会社中原商店



組織概要
会社名 株式会社中原商店
創業 1946年
創設 1983年
代表者 遠公哲
事業内容 食品の製造販売および飲食店の経営
本社所在地 岩手県盛岡市稻荷町12-5
ホームページ <https://www.pyonpyonsya.co.jp/>

**店舗DXの一環として
セルフレジを導入**

稻荷町本店ではリニューアルオープンに合わせ、店舗DXの一環として従来の有人レジを残したまま、セルフレジ2台を導入した。同店は繁忙期には1日1200人のお客様が来店し、レジに長い行列がかかることが多かったが、セルフレジ導入により、支払い時間の短縮とともに、店舗内での混雑緩和につながった。

チヂミは、韓国宮廷料理のレシピを使つた同店独自のもの。地産地消を掲げる同店では、定番のネギニラやチーズのほか、地域の旬の素材を使った味を提供し、高い人気を誇っている。

きる。

ピ

ビ

ン

パ

や

キ

ン

パ

など

の韓国料理も提供しており、季節商品を含めるとメニュー数は240を超える。具だくさんで食べ応えのあるチヂミは、韓国宮廷料理のレシピを使つた同店独自のもの。地産地消を掲げる同店では、定番のネギニラやチーズのほか、地域の旬の素材を使った味を提供し、高い人気を誇っている。

リニューアルオープン直後には、全11店舗で使える公式スマートカードをリリース。従来のポイントカードをアプリに替え、ポイントがスマートフォンで支払いに使えるようにト加算がなった。同社のポイントシステムは支払い金額の3%という高い還元率が特長。クーポンの発行やフェアの告知など、販促ツールとしても活用できる。

2025年6月、邊氏は父である現会長の後を引き継ぎ、代表取締役に就任した。それまでも社長をサポートする形で経営に携わり、店舗DXなどの改革を進めてきたが、今後はより新しいことに取り組むことを決意。そこで、セルフレジ導入による会計スピードアップを図り、お客様の満足度を高めると同時に、従業員の負担軽減にもなると考えました」と邊氏。

「当店は比較的年齢層の高いお客様が多いので、もっと若い層にもアピールしたいと考え、ご協力させていただきました。長年培ってきたぴよんぴよん舎の味とブランドを守りつつ、新しいものを取り入れることで利便性やサービスを向上させ、お客様に付加価値をご提供していきたいです。そうすれば生産性が上がり、従業員の満足にもつながると考えています」と語る邊氏。今後もお客様により一層喜ばれる店舗にするとともに、食を通じた地方創生と地域貢献を目指していきたいという。

「当店は比較的年齢層の高いお客様が多いので、もっと若い層にもアピールしたいと考え、ご協力させていただきました。長年培ってきたぴよんぴよん舎の味とブランドを守りつつ、新しいものを取り入れることで利便性やサービスを向上させ、お客様に付加価値をご提供していきたいです。そうすれば生産性が上がり、従業員の満足にもつながると考えています」と語る邊氏。今後もお客様により一層喜ばれる店舗にするとともに、食を通じた地方創生と地域貢献を目指していきたいという。



▲広い店内に不可欠なセルフオーダーシステム。タブレット端末の画面には各メニューの説明が入り、初めてのお客様でもオーダーしやすいと好評だ

◆改装に合わせてセルフレジを2台導入。お客様をお待たせすることが大幅に減った

※料理の価格はすべて2025年11月時点のものです

ターゲットフォーカス

最新トレンド用語からちょっと気になるあの言葉まで……。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。

1 いま「朝食」が熱い! モーニング需要

健康志向の高まり、物価高による自炊コストの増加、タイムパフォーマンスの重視、ライフスタイルの多様化などの理由から、外食店でリーズナブルに朝食を楽しむモーニングサービスの需要が高まっている。外食チェーンが次々と朝食市場に参入しコストパフォーマンスの高いメニューを提供しているほか、宿泊者以外も楽しめる豪華な朝食を提供するホテルなども登場している。



2 お化粧直しも自己表現? チャームコスメ

バッグやポーチなどにキーホルダーのようについてアセサリー感覚で楽しめるミニチュアサイズの化粧品。リップやチーク、フレグランスなど様々なアイテムがあり、ファッション小物として「見せる」用途と、ポーチから出さずに手早く化粧直しができる「実用性」から、Z世代を中心に自己表現ツールとして人気を集めている。



3 「ホウレンソウ」の対義語 チングエンサイ

「沈黙する(チン)」「限界まで言わない(ゲン)」「最後まで我慢する(サイ)」の頭文字から最近生まれたビジネス新語。今やビジネス現場の常套句となった「ホウレンソウ(報告・連絡・相談)」の対義語ともいえる。問題や懸念を一人で抱え込んでしまい、組織内の情報共有を滞らせる状態を表しており、職場のコミュニケーションの大切さを再認識させる用語として使われている。



いまさら聞けない
カタカナ言葉

★ ANOTHER FOCUS ★

知っていますか?
若者言葉!

タスクフォース

特定の課題を解決するため、部門を越えて一時的に編成される特別チーム。迅速な問題解決や、スピード感や柔軟性が求められる新規開発・プロジェクトなどに効果的。

エグチ

「エグい」と「ガチ」を組み合わせた言葉で、「エグいくらいガチ」「桁違いにすごい」という最上級の賞賛を表す。「推しのライブ、クオリティ高すぎてエグチ!」

決めて正しい? 敬語の 使い方

敬語は接客の基本。よかれと思って使用している敬語に対して、相手が不快に感じている場合があります。正しい敬語の使い方を知り、お客様に好印象を与えましょう。

第7回

「クッション言葉」で会話をスムーズに

相手に配慮しながら
言いにくい内容を
伝える

「クッション言葉」とは、相手に何かを依頼したり、言いにくいことを伝えたりするときに、会話の印象をやわらげ、コミュニケーションを円滑にするための言葉です。最初にクッション言葉を挟むことで、反論やお断りといった相手が不快に感じそうな内容でも、失礼な印象を与えることなく、本題を伝えることができます。

依頼するとき

- ▶ 「ご面倒をおかけし恐縮ですが、当店までお越しいただけますか」
- ▶ 「お手数をおかけしますが、こちらのアンケートにお答えいただけますか」

「ご面倒をおかけし恐縮ですか」はわざわざ来てもらう際の感謝や恐縮の気持ちを表します。相手に貴重な時間を割いてもらったり、手間のかかる内容を依頼したりする場合は、「お手数をおかけしますが」「お忙しいところ恐縮ですが」「もしご都合がよろしければ」といったクッション言葉を添えて相手に配慮します。

質問や確認があるとき

- ▶ 「差し支えなければ、ご家族構成をお聞かせいただけますか」

相手に対して聞きたいことや確認事項があるときは、「もしよろしければ」「可能であれば」「大変恐縮ですが」などのクッション言葉も役立ちます。

お断りやお詫びは
“ダブルクッション”で

相手の希望に添えない場合や対応できない旨を伝える際は、伝えたい内容の前後をクッション言葉で挟むことで、相手に与える不快感を最小限に抑えます。さらに、断った後に代替案を提示することで相手に安心感を与える、より親切な対応へとつなげることができます。

「誠に残念ながら、その日はすでに満席となっております。
申し訳ございません。よろしければ、○月○日のご予約は承れます。ご都合はいかがでしょうか？」

「大変心苦しいのですが、ご提示いただいた日程ではお請けいたしかねます。ご理解いただけますと幸いです。もしご希望であれば、別の担当者での対応やオンラインでのご相談も承れます」

立ち仕事に効く 簡単セルフエクササイズ

肩こりや腰痛など、慢性的な身体の不調は長時間の立ち仕事が原因になっていることが少なくありません。職場や家庭で簡単にできるセルフエクササイズで、不快な症状を緩和しましょう。

第7回

疲労感やだるさを 軽減する

大きな筋肉を動かし
スムーズな血液循環を促す

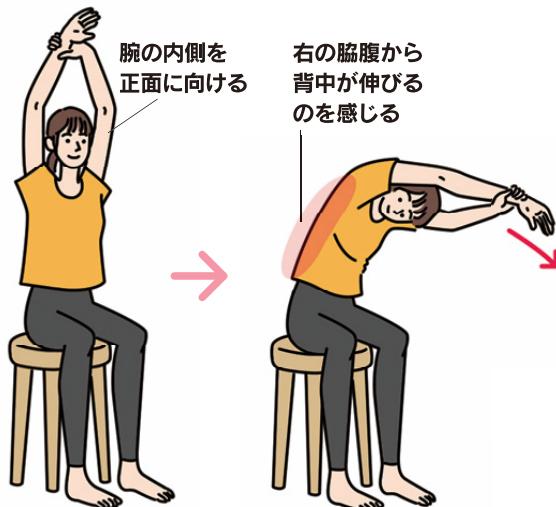
立ち仕事が多い人の中には「疲れがなかなか取れない」という人も多いのではないでしょうか。立ち仕事に限らず、デスクワーク中心の人でも、そうした慢性的な疲労感を覚える人がいるかもしれません。

長時間同じ姿勢を取り続けると全身の血行が悪くなり、疲労感やだるさにつながります。翌日になんても疲れが取れないという人は、全身の筋肉が固くなり、血行不良に陥っている可能性があります。筋肉や関節の柔軟性を高めるストレッチを継続して行うことで、血液の流れをスムーズにし、疲労感を軽減することができます。

全身疲労に効くストレッチは、上半身の筋肉である広背筋や腹直筋など、大きな筋肉を動かすことがポイントです。こわばった筋肉を伸ばし、全身の血流を改善することで、溜まった疲れを取り除く効果が期待できます。

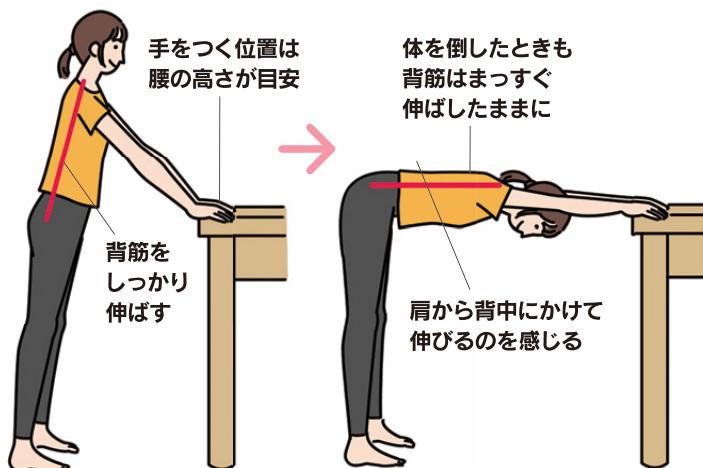
脇腹から背中をストレッチ

- ①イスに座って両手を上げ、左手で右手首をつかむ
- ②左手で右手首を引っぱりながら、体を左斜め前に倒す
- ③自然な呼吸を続けながら、この状態を20~30秒間キープ
- ④左右を変えて、同じように行う



肩から背中にかけてストレッチ

- ①両足を腰幅に開いて立ち、伸ばした両手を机の上に置く
- ②両手で机を押すイメージで、上半身を前屈させる
- ③自然な呼吸を続けながら、この姿勢を30秒ほどキープする



※痛みが強い場合は無理に行わないようにしましょう

入浴で身体を温め、寝る前のストレッチでリラックス

冬は寒さによって血行が悪くなり、疲れやだるさをより感じやすくなります。夜はぬるめのお湯にゆっくり浸かり、身体を温めることで血液循環を促しましょう。疲れの解消には十分な睡眠も欠かせません。寝る前に行うストレッチは全身をリラックスさせ、深い眠りに誘う効果があります。

会食などの機会が多い年末年始は、食べ過ぎや飲み過ぎにも注意が必要です。胃腸が疲れていると栄養を消化吸収しにくくなり、疲れやだるさを感じやすくなります。お酒の飲み過ぎなどによる肝機能の低下も疲労感に直結します。暴飲暴食を避けるとともに、ビタミンやミネラルが豊富な野菜や果物を意識して摂るようにしましょう。

監修：檜垣暁子（ひがき あきこ）
カイロプラクティック理学士。「あきカイロプラクティック」（横浜市）副院長として、肩こりや腰痛などに悩む患者の治療に携わるほか、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ウェブなどで健康関連記事の執筆・監修を行う。主な著書に『今すぐできる！肩こり・首痛を治す32のルール』（学研プラス）などがある。

今号の表紙のご紹介



ペーパークラフト作家 **酒井志保**さん
Profile

1990年より粘土とペーパークラフトを組み合わせた立体イラストレーターとして活動。その後、素材を紙にしぼり、パーツのエッジに丸みをつけて貼り重ねる独自の「くるりん技法」を確立。

ペーパークラフト作家の酒井志保さんによる、様々な「TECのある風景」を表紙でお届けします。酒井さんの作品は、紙を使って絵が浮き上がって見えるように設計された「ペーパーレリーフ」で、パート一つひとつに丸みをつけることで、より立体的で柔らかい雰囲気に仕上がっています。

今号の表紙は
神社の授与所



◆障子は描いたスケッチを反転させ、裏面から格子状に貼って骨組みを制作。横線の入った用紙「レザック80ツムギ」で障子戸の周りの上棟(かみざん)や框(かまち)を作り、本物の障子紙を貼って完成。

▼作品はこのように半立体になっています。



▲レジはQT-30H。自動釣銭機は入出金口の誘導用LEDが光る様子を丸くカットしたトレーシングペーパーで表現しました。



◆商売繁盛・家内安全の熊手。縁起のいいお多福、松竹梅、鯛、五穀豐穰の米俵などたくさんのパート(指物)からできています。より多くの福をかき集める意味を込めて盛りだくさんに見せるため、重なりあうように貼り込みました。



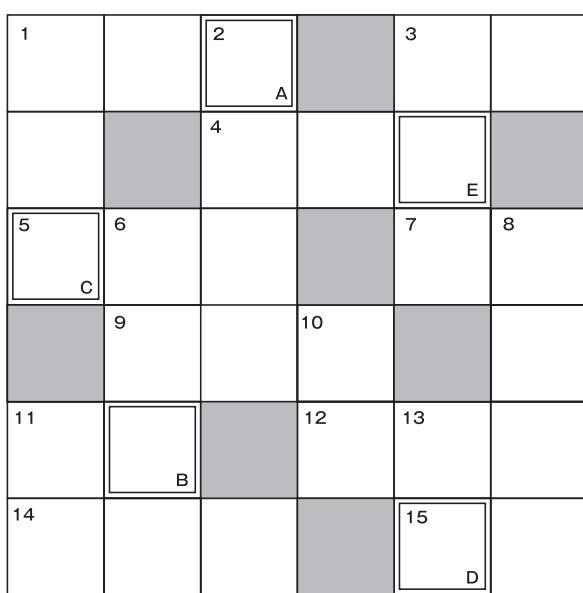
▲2026年は午年。干支土鈴は絵を印刷した後、立体感を出すために写真のように非常に小さいパートを切り分けてから組み立てています。



▲お守りなどの小物はカラフルな色使いで華やかさを演出。

クロスワードパズル

難易度



答え A B C D E

[タテのカギ]

- ①ぐるって神社の境内へ
- ②お客様がいっぱい。○○○○満員
- ③大福餅や鯛焼きの中に
- ⑥氷の穴からフィッシング
- ⑧結婚したばかり
- ⑩サムギョプサルは○○のバラ肉
- ⑪源義経にとっての頼朝
- ⑯海老、物語に付く

[ヨコのカギ]

- ①コンビ+一人
- ③日の丸とドイツ国旗に共通の色
- ④コンビニのレジ横でグングツ、大根や竹輪
- ⑤おめでとう！ 入学○○○や合格○○○
- ⑦うどんやパスタのシコシコ感
- ⑨○○○海に浮かぶキューバ、ジャマイカ
- ⑪○○焼けは雨の前兆？
- ⑫やぐらの上でドンと打つ
- ⑭シャリの上にネタ、○○○寿司
- ⑯きわめてまれなこと。○○にひとつ



六花亭は北海道土産として人気の「マルセイバターサンド」をはじめ、多種多様な和洋菓子を製造販売する菓子店で、道内各地に直営店やテナント店を多数展開しています。

本社のある帯広市中心部に店舗を構える帯広本店は、地元のお客様だけでなく、観光客の方々も多くご来店されます。当店でのお買い物が北海道観光のよい思い出になるよう、いつも笑顔で、心のこもった接客を心がけています。

(左／馬場千佳さん、右／長野沙織さん)

【編集後記】

今号の【行動経済学で読み解く】では、「試食や試着は購買に効果あり?」をご紹介しています。私もスーパーで試食すると、ついカゴに入れてしまうことが多いです。店員さんの説明を聞くと、「なるほど、そんな魅力があるんだ!」と納得してしまいますし、さらにちょっと変わった調理方法なんかを教えてもらうと、「それ試してみたい!」という気持ちが一気に高まって、購入確定です(笑)。試食って、ただ味を知るだけではなく、商品のストーリーや使い方を知るきっかけになるんだなど改めて感じます。(吉田絵里子)

●お問い合わせは

東芝テック株式会社

リテール・ソリューション事業本部

〒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

<https://www.toshibatec.co.jp/>

編集制作：(株)ダイヤモンド・リテイルメディア



この冊子はFSC®認証紙を使用しています