

# てつくふらざ

TEC PLAZA

2025  
SUMMER  
VOL.  
129



生成AIを使いこなす

“売れる”コピー・文章術

# 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14回

# 「ワケあり商品」はなぜ人気がある？

### ●購入後の満足度も高い「ワケあり商品」

アウトレットの服や雑貨、規格外野菜やケーキの切れ端など、「こんな理由でお安くなっています」という「ワケあり商品」は、衣料品から食料品まであらゆるカテゴリーで見られます。ホテルにおいても、部屋からの眺望が良くないなどの理由で宿泊料が安くなったりします。レストランの平日限定、居酒屋のハッピーアワー、小売店の雨の日セールなど、比較のお客様が少ないときに提供されるサービスも、広い意味で「ワケあり商品」と言ってもいいでしょう。

こうした「ワケあり商品」に共通するのは、価格に敏感なお客様に対して、それほど重視されない商品のデメリット(規格外、在庫処分品等)を提示し、商品の品質には問題ないことを説明した上で、価格が安いというメリットを強調し、購買意欲を誘っている点です。

顧客満足度は、購入後の評価と購入前の期待値の差によって決まるため、期待値を低めに設定する「ワケあり」は、購入後の評価が同じでも満足度が高まる傾向があります。提供する側にとっても、規格外商品の販売や在庫処分で廃棄ロスをなくすことができ、効果的な販売方法といえます。

### ●デメリットも伝え、信頼性を高める

メリットとデメリットの両方を伝えることによってお客様からの信頼を得るという手法は、広告では広く使われています。これは「両面提示の法則」と呼ばれ、デメリットをあえて伝えることで誠実な印象を与え、その商品やサービスへの信頼性を高める効果があります。「まずい!もう一杯」というセリフで大ヒットした青汁のCMなどがその代表例です。

両面提示広告において、メリットとデメリットのどちらを先に提示した方が効果的かは、受け手がどれだけ広告を詳細に吟味して理解しようとするかによって違いがあることがわかっています。

消費者の関心が高く、詳細に吟味する商品やサービスでは最初にポジティブ情報を、それほど関心が高くない場合は、先にネガティブ情報を提示した方が、最終的な評価が高まると考えられています。

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イマーケティング」(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。

# てつくぷらざ 2025 SUMMER VOL. 129

TEC PLAZA

## CONTENTS

### 2. 行動経済学で読み解く

#### 3. 特集

生成AIを使いこなす

「売れる」コピー・文章術

#### 6. CUSTOMER'S PHILOSOPHY

### 私の店づくり戦略～お客様訪問

■ サミットストア エミテラス所沢店

■ 道の駅 高田松原

■ レストラン コスモス/おもてなし 夢かぐら

### 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&座り仕事に効く

#### 簡単セルフエクササイズ

### 15. ●今号の表紙のご紹介

●言葉探しパズル

### 16. TECのある風景

スパーク 中山店

表紙：靴店

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。

監修：中村ブラウン(なかむら ぶらうん)

1962年、東京都生まれ。広告クリエイター、集客コンサルタント、ラジオDJ。電通グループの広告代理店などでシニアディレクターとして活躍。独立後はオフィスブラウン代表として、大手から中小企業まで広告戦略の立案やクリエイティブに携わる。主な著書に「小さな会社だからこそ、DMIは最強のツール」(WAVE出版)、「ChatGPT売れる文章術」(三笠書房)などがある。



# 生成AIを使いこなす 「売れる」コピー・文章術

小売業や飲食業においても、文章を作成する機会は様々な業務で発生します。特に売上を左右するPOPやチラシなどのコピーは、担当者の頭を悩ませます。そんなときにぜひ活用したいのが、ChatGPTをはじめとする生成AIです。売れるコピーや伝わりやすい文章を作る上で大きな助けになるはずです。

## 「ターゲットの明確化」と「差別化ポイント」の設定が大切

生成AIと聞いても自分には関係ないと考え、使ったことがない人が多いのではないのでしょうか。生成AIとは、与えられたデータや情報を基に画像や音声など様々なコンテンツを新たに生成する技術の総称です。中でもChatGPTは、企画書やプレゼン資料の作成はもちろん、広告宣伝物のコピー制作においても非常に優秀な能力を発揮してくれます。

広告・宣伝において最も重要なことは、「どのようなターゲットにどのような商品やサービスの魅力を伝えるか」です。そのためにはまずターゲットのことをよく知らなければなりません。「ターゲットを知る」とは性別や年代、年収といった属性だけでなく、その人の「ライフスタイルや思考・嗜好」を知ることであり、

自社の商品やサービスがその人たちにどのように役立つかを考えることです。コピーライティングでは、このターゲット分析が非常に難しく、時間を要するものですが、ChatGPTなら答えを瞬時に出してくれます。しかも、新商品のアイデアや効果的な販促方法といったマーケティングにかかわる分野でも極めて的確な提案をしてくれます。

マーケティングとは、簡単に言うと「顧客を集めたり、商品を買ってもらうための戦略」のことです。中でも前述の「ターゲットの明確化」と「差別化ポイント」はマーケティングの要であり、ChatGPTにコピーを書いてもらう際にも、しっかりと設定しておく必要があります。

## プロンプトは具体的かつ詳細に 秘訣は「配役を与える」こと

では、実際にChatGPTを使って、コピーを書いてみましょう。使い方は簡単です。ChatGPTのサイトにアクセスし、アカウントを作ると、PCやスマホの画面に文字を入力する空欄が現れます。ここに聞きたいことや知りたいたいことを日本語で書き込むだけです。

ChatGPTに投げかける質

● 図2 ChatGPTが考えた漬物店のマーケティング

プロンプト

あなたは東京の郊外にある漬物店のマーケティングを任された広告代理店の担当者です。この店では客層が高齢化していて、客数が年々落ちていきます。若者にもアプローチできるアイデアを考えてください。単なるマーケティングアイデアだけでなく、新商品のアイデアや客単価を上げる方法もお願いします。

ChatGPT の回答

- 1 **新商品の開発**  
既存の漬物に新しいフレーバーやスタイルを追加して、若者向けの新商品ラインを開発します。例えば、スパイシーな漬物や異国風の漬物など、若者の好みに合ったバリエーションを取り入れます。
- 2 **イベントやデジタルキャンペーン**  
漬物の魅力を伝えるイベントやデジタルキャンペーンを展開します。例えば、漬物の試食会やイベントを若者が集まる場所で開催し……（以下、省略）
- 3 **クラフトビールやカクテルとのペアリング**  
クラフトビールやカクテルとの相性の良さをアピールし、漬物とのペアリングメニューを提供します。若者向けのおしゃれなバーなどとのコラボレーションを通じて……（以下、省略）
- 4 **オンラインストアの拡充**  
オンラインストアを開設し、若者向けにオンラインでの注文や配送サービスを提供します。若者は忙しい生活を送っていることが多いため……（以下、省略）
- 5 **食育イベントの開催**  
若者を対象にした漬物の健康効果や食文化に関する食育イベントを開催します。漬物の歴史や製法、栄養価などを解説し……（以下、省略）
- 6 **インフルエンサーマーケティング**  
若者に影響力のあるインフルエンサーを活用して、漬物の魅力を広めます……（以下、省略）

これらを組み合わせて、若者にも漬物店の魅力をアピールし、新たな客層を獲得すると同時に、客単価を上げることができるでしょう。

中村ブラウン著「ChatGPT売れる文章術」より作成

● 図1 店舗イメージ(漬物店)

場所

東京の郊外  
(商店街の中)

業態


自家製の漬物  
製造・販売

主な客層

地元の主婦

課題

客層が高齢化していて、客数が年々落ちていく。  
仕入れ値が年々高くなる一方、販売価格に転嫁できていない。  
新商品を売り出したいが、アイデアが出ない。



問は「プロンプト」と呼ばれます。ChatGPTを使いこなすには、このプロンプトをできるだけ具体的にかつ詳細に書き、返ってきた答えに対して、納得するまで質問を繰り返すのが秘訣です。

ChatGPTに「配役を与えろ」とも有効です。例えば、「あなたは学校の先生です。卒業式に保護者の前で話す挨拶文を400字以内で書いてください」というように書き込みます。さらに「修学旅行と運動会のエピソード、卒業式に相応しい偉人の言葉をに入れてください」と具体的に指示することで、より質問者の希望に沿った文章を考えてくれます。

### ChatGPTと作る漬物店のマーケティング戦略

コピーライティングに欠かせないのが、冒頭で説明した「ターゲットの明確化」と「差別化ポイント」の設定です。ChatGPTにコピーを書いてもらう場合にも、その商品やサービスを売りたい人の日常やライフスタイルなどを具体的に想定する（ターゲットの明確化）→他とは違うその商品やサービスの魅力（差別化ポイント）を明らかにするという手順を踏みます。その上で、キャッチコピーを作る↓そのキャッチコピーをブラッシュ

アップする↓必要に応じて、ボディコピー（本文を作成するという一連の作業を行います）。

具体的な制作例として、街の商店街にある昔ながらの「漬物店」を想定し、実際にChatGPTを使ってコピーを作ってみました。店舗イメージは図1の通りです。まず、このお店が新しい顧客を確保し、売上を伸ばすための方法をChatGPTに考えてもらうことにします。その際に入力したプロンプトと回答が図2です。いかがでしょうか。時代に即したかなり有効と思われる案が出てきたのではないのでしょうか。

次に、この中から①の「スパイシーな漬物や異国風の漬物など、若者向けの新商品ラインを開発する」に着目し、具体的にどんな新商品を出したらよいか、ChatGPTに聞いてみました。すると「シーズニングにチリパウダーやカラシを効かせた漬物」「小袋に詰めたポータブルなスナック風の漬物」など4つの案が、その理由とともに提案されました。

そこで、ChatGPTが出してきたアイデアの中から、売上に伸ばすための新商品を「異国風スパイシー漬物シリーズ」と決め、「ターゲット」と「差別化ポイント」を図3のように設定しました。

●図5 ChatGPTが提案したコピーを  
基に制作した店頭用ポスター



中村ブラウン著「ChatGPT売れる文章術」より

●図3 キャッチコピー制作のために設定した  
ターゲットと差別化ポイント

ターゲットの明確化

宅飲みをする若者がターゲット。仕事帰りにテイクアウトして手軽に楽しめる「異国風スパイシー漬物シリーズ」を展開することで、客層を広げるとともに客単価を上げていく。

差別化ポイント

「異国風スパイシー漬物」を小袋に詰めた、ポータブルなスナック漬物

●図4 ChatGPTが提案したキャッチコピー

プロンプト

あなたは漬物店の広告を担当するコピーライターです。この漬物店は異国風スパイシー漬物シリーズを展開することで、宅飲みをする若者をターゲットにし、仕事帰りのテイクアウト需要を狙っています。店頭用ポスターのキャッチコピーを考えてください。

ChatGPT の回答

- ① 仕事帰りのスパイス、漬物で味わおう！  
異国風スパイシー漬物で、宅飲みをエキゾチックに。
- ② 異国から届いた、宅飲みのお供。  
スパイシーで新鮮な漬物、今夜はこれで決まり！
- ③ 日常に刺激を。  
異国風スパイシー漬物が、テイクアウトの楽しみをアップグレード。
- ④ 仕事の疲れを吹き飛ばす、スパイスと酸味の饗宴。  
異国風漬物、今夜のテイクアウトにピッタリ！
- ⑤ 宅飲みを異国気分で。  
スパイシー漬物で、普段とは違う味わいを楽しもう。

中村ブラウン著「ChatGPT売れる文章術」より作成

このようにChatGPTはコピーを制作する際に欠かせないマーケティングをいとも簡単に行ってくれるだけでなく、新商品のアイデアやネーミングなども考えてくれます。

コピー制作の支援から  
ポスターの構成提案まで

いよいよここから販促物に使うコピーをChatGPTに作ってもらいます。ここでは図3の内容を踏まえ、店頭用ポスターのコピーを考えてもらいました。書き込んだプロンプトの内容とその回答が図4です。

この中から④の「仕事の疲れを吹き飛ばす、スパイスと酸味の饗宴。異国風漬物、今夜のテイクアウトにピッタリ！」をキャッチコピーに採用し、ボディコピーもChatGPTに書いてもらいました。

それを基にして制作したポスターが図5です。

これは「店頭用のポスターとして記載すべき要素は何か」とChatGPTに質問し、その要素を盛り込んだ上で、視覚的にわかりやすいよう、無料でデザインを制作できるウェブサイトを使い、わずか5分で作ったものです。今ではAIを搭載したサイトが増

えており、こうした作業も簡単にできるようになっています。

そのまま使えるコピー  
仕事の質と効率を格段に向上

以上のように、ChatGPTを使えば、プロが考えたものと遜色のないコピーを短時間で制作することができます。

ChatGPTが作るコピーは、以前はプロのコピーライターから見ると満足度70%の出来で、残り30%を人間の手でブラッシュアップする必要がありました。現在ではほとんど手を加える必要がないぐらい完成度の高いキャッチコピーを書いてくれます。70%というのはキャッチコピーとして通用するレベルであり、そのままでも十分使えるということです。

最終的な文字校正やファクトチェック、コンプライアンスに沿っているかどうかなどの確認は必要ですが、ChatGPTの精度はこの1、2年で驚くほど上がっており、以前のように実在しない店舗名を挙げるなどの不正確な記述もほとんど見られなくなっています。

文書作成やアイデア出しなど、日々の仕事のクオリティを上げ、効率化を図る上でも、ぜひ活用することをお勧めします。

～お客様訪問

サミットストア  
エミテラス所沢店

# 駅前的大型商業施設に核店舗として出店 総菜の充実やきめ細かなサービスで人気

サミット株式会社  
顧問 情報システム部担当  
情報システム部マネジャー

谷川 満氏

2024年9月、西武池袋線・新宿線の所沢駅西口徒歩4分の場所に、142のテナントが入る大型商業施設「エミテラス所沢」がオープン。その1階部分に核店舗として出店したのが、首都圏1都3県に124店舗を展開するスーパーマーケット・サミットストアだ。既存店でも人気の高い総菜や半調理品の品揃えを充実させ、地域一番店を目指す同店取材した。

## 店内の素材を使った総菜やレンジアップ商品が好評

エミテラス所沢1階のメイン通路に面したサミットストアの青果売場で目を引くのが、冷蔵ケースに並ぶカットフルーツやサラダの数々。すべて店内の対面キッチンで製造され季節感を重視した作りたてのおいしさを人気を集める。

サミット株式会社の顧問で情報システム部担当情報システム部マネジャーの谷川満氏は、「素材はすべて店内で販売している商品を使っています。肉類や魚介類なども店内から調達し、野菜や果物と合わせた食べ応えのあるサラダなどを提供しています」と話す。

鮮魚売場では、お客様のご要望に応じて魚の下処理や刺身への

加工を行う「おさかなキッチン」があり、そこで調理した焼魚や煮魚などを提供。専用オーブンで調理した焼魚はふっくらと柔らかく、「家庭で作るよりおいしい」とお客様から好評を得ている。

「特に力を入れているのが、電子レンジにかけるだけで食べられるレンジアップ商品です。こうした半調理商品も、素材は品質・鮮度ともに売場にあるものと同じものを使用しています。当社は風通しの良い社風で、青果のスタッフが刻んだキャベツの上に精肉のスタッフが豚肉を載せるなど各部門が協力して製造しています」（谷川氏）

レンジアップ商品は、弁当類や寿司など多彩な商品が並ぶ総菜売場の隣で販売している。売場を隣接させることで、すぐに食べられ

る総菜か、ひと手間かけるレンジアップ商品か、お客様がその日の都合や気分に合わせて選べるようにしている。「素材から総菜まで、お客様のどんなニーズにも応えられる品揃えを心がけています」と谷川氏は説明する。

## サービス強化で他店と差別化 広域から集客できるのが強み

お客様に寄り添ったサービスも同店の特長だ。店内を巡回し、お客様の問い合わせや相談に対応する「案内係」を配置しているほか、試食カウンターの「おためし下さい」は、お客様が好みの一品に出合える場として、購買促進は行わず、サミットが自信をもって推奨する商品を紹介している。リクエストのあった商品を期間限定で販売する



▲エミテラス所沢1階通路に面したメインの入口で旬の野菜や果物を展開。店内の通路もカートが余裕ですれ違える広さ





▲青果売場に専用の対面キッチンを設け、多種多様なサラダやカットフルーツを販売



▲契約農家が栽培した採れたての野菜や果物が並び「農家さんから直送」コーナー



▲鮮魚売場で販売する魚総菜の中でも、骨を抜いて提供している焼魚は特に人気。スタッフが作成する手書きのPOPが目玉を引く



▲総菜売場に隣接したコーナーで販売するレンジアップ商品も、店内の厳選素材を使って製造



▲酒の冷蔵ケースは様々な種類を品揃えできるよう単缶のみを陳列。カクテル類やノンアルコール飲料も種類豊富に取り揃える



▲「おためし下さい」コーナー。「買ってみたいけど、自分の好みに合うかわからない」などお客様がちょっと試してみたい店舗推奨の商品を試食できる



組織概要

会社名 サミット株式会社

設立 1963年7月

代表者 服部 哲也

事業内容 スーパーマーケットの運営

本社所在地 東京都杉並区永福3-57-14

店舗所在地 埼玉県所沢市東住吉10-1

エミテラス所沢1階

ホームページ <https://www.summitstore.co.jp>

コーナーも設置し、お客様からのご要望にきめ細かく応えている。「メインターゲットと捉えているのは、30代後半から50代のファミリー世帯です。所沢駅周辺は大手スーパーがしのぎを削る激戦区ですが、他店では飽き足らない、ちよつとおいしいものを食べたいというニーズに応えた売場づくりで、差別化を図っていききたいと考えています」（谷川氏）

1日の平均乗降客数が10万人を超える所沢駅。施設共用の駐車場は1700台を収容でき、広域から集客が見込める点が強みだ。谷川氏は「当店は電車・車ともに交通の便がよく、所沢地区への出店が初めてだったこともあり、商圏が読めない中でのスタートでしたが、客数はほぼ予想通りです。想定

より若い世代のお客様が多いという印象です」と話す。

**セルフレジ20台を導入  
ウォーキングアテンダントが活躍**

エミテラス所沢店ではオープンに合わせ、レーン型セルフ会計レジ4レーンとセルフレジ20台を導入した。レーン型セルフ会計レジはスタッフが登録を行い、お客様自身で精算する方式だ。

「当社では2024年度から2年間かけ、すべての店舗にセルフレジを導入する計画を進めていきます。24年度までに82店舗が完了し、今年度は新店を含めて43店舗に導入予定です。その一番の目的は、精算に関してもお客様の選択肢を広げ、利便性を高めることです。当社のセルフレジは多種多様な決済方

式に対応しており、その点でもお客様の利便性は高いと考えています」（谷川氏）

セルフレジのアテンダントがお客様の間を回り、レジ操作をサポートしたり、お客様と積極的にコミュニケーションを取ったりする「ウォーキングアテンダント」もサミットの特長で、不正の抑止にも効果があるという。オープンから半年が経過し、売上も当初の計画通りに推移しているエミテラス所沢店。「鮮度、おいしさ、サービスに磨きをかけ、買物に行こうと思つたときに真っ先に頭に浮かぶ、地域で最も愛される店が目標です」と語る谷川氏。スタッフの働きやすい環境づくりにも力を入れており、「日本で一番働きたいと思つてもらえる会社」も目指している。



▲お客様からリクエストがあった商品を期間限定で販売するコーナー



▲セルフレジはカメラ付きのSS-950を導入。正面のモニターにお客様の手元と正面映像が映し出され、防犯対策にも有効

～お客様訪問

道の駅  
高田松原

# 「三陸観光のゲートウェイ」として 地域の名産品を揃え、三陸の魅力を発信

株式会社高田松原  
ディレクター

及川 哲兵氏

三陸海岸沿いの岩手県最南端に位置する陸前高田市。2011年の東日本大震災では市街地の7割が水没し、白砂青松の景勝地として知られた高田松原も消失した。2019年9月、その跡地にオープンしたのが道の駅高田松原だ。三陸海岸を訪れる観光客に地域の魅力を伝える「三陸観光のゲートウェイ」としての役割も担う同施設を取材した。

## 津波伝承館と同時オープン お客様の9割が観光客

道の駅高田松原は津波によって被災した旧道の駅「タビック45」の後継施設。高田松原津波復興祈念公園内につくられた東日本大震災津波伝承館（いわてTsunami Memorial）と同時オープンした。

同施設を運営する株式会社高田松原のディレクター・及川哲兵氏は、「東日本大震災津波伝承館に隣接していることもあり、お客様の9割は地元以外からいらっしゃる観光客の方々です。地域の名物をお目当てにご来店されるお客様も多いため、地元企業や生産者の商品など、陸前高田ならではの商品を中心に品揃えています」と話す。

駐車場に面した入口正面の平台

は季節ごとにテーマや商品を変え、地元の名物や特産品をアピールしている。取材時の4月下旬は、津波に耐え抜き、復興のシンボルとなった「奇跡の一本松」に関連した商品が展開されていた。

「陸前高田市が面する広田湾はカキやホタテ貝、ワカメなどの養殖漁業が盛んで、店内には広田湾漁業協同組合と水産加工連が運営する海産物のコーナーを設けています。漁協では缶詰やレトルトパックなどの加工品も製造しており、カキを贅沢に使った辛口の「牡蠣カレー」の缶詰などが人気です」（及川氏）

## 2つの飲食店で味わえる 地元名物の数々

売場の一角には、ゆずの加工品

を集めたコーナーもある。東北地方の中では温暖で日照時間の長い陸前高田市では、昔から庭樹として多くの家庭にゆずが植えられていた。震災後に訪れたボランティアによってその価値が見直され、今では国内最北限の地で栽培される「北限のゆず」としてブランド化されている。「当施設でも菓子や飲料など、常時十数種類ほど品揃えています。収穫シーズンには生のゆずも販売します」と及川氏。地域ブランド米「たかたのゆめ」も震災後に生まれた特産品の一つ。震災後に寄贈された新種で、冷めてもおいしいのが特長だ。

こうした陸前高田市の名物をその場で味わえるのが、店内に設けられたイートインスペース。道の駅高田松原直営の「たかたのごはん」



▲大きな窓と高い天井が特徴の店内。木製の什器が木材をあしらった壁や天井にマッチし、温かみのある空間をつくり出す





▲広田湾漁業協同組合と水産加工連が運営するコーナーには、同湾で取れる海産物や漁協が製造する水産加工品などが並ぶ



▲市内で採れたゆずを使った菓子やジュースなどが並ぶ「北限のゆず」コーナー



▲季節に合わせて商品を入れ替える入口正面の催事コーナー。取材時は「奇跡の一本松」をモチーフにした菓子や調味料などを展開していた



▲「たかたごはん」の看板メニュー「たかた丼」。食材の高騰が続く中、「より多くの人に食べていただきたい」とボリュームを少しだけ減らし、税込2,700円から1,800円に値下げして提供



▲「すなば珈琲」では、サイフォンでいれるオリジナルコーヒーのほか、地元産のフルーツを使ったジェラートなどが味わえる



◀高田松原津波復興祈念公園内に立つ「奇跡の一本松」。津波によって約7万本の松が消失する中、唯一耐えて残ったが、震災の翌年に枯死したため、モニュメントとして保存されている



道の駅  
高田松原

組織概要

会社名 株式会社高田松原  
設立 2018年  
代表者 熊谷正文  
事業内容 小売店及び飲食店の運営  
本社所在地 岩手県陸前高田市高田町字鳴石50-10  
店舗所在地 岩手県陸前高田市気仙町字土手影180  
高田松原津波復興祈念公園内  
ホームページ <https://takata-matsubara.com/>

と漁業協同組合が運営する「まつばら食堂」が来店し、地域の食材を使ったメニューを提供している。「『たかたのごはん』は地元産のお米をおいしく食べてもらうのがコンセプトで、陸前高田で採れたお米を使った定食や丼物を提供しています。一方、『まつばら食堂』は麺類や丼ものなど手軽なメニューが中心で、魚介やワカメなどがたっぷり入った『磯ラーメン』が人気です」（及川氏）

店内にはこの2つの飲食店のほかに、震災のボランティアをきっかけに交流が続いている鳥取県の「すなば珈琲」が来店している。高田松原店は鳥取県以外では唯一の店舗。鳥取砂丘の砂で焙煎した「砂焼きコーヒー」などのオリジナルコーヒーが人気を集める。

道の駅高田松原では、オープンに合わせて自動釣銭機付POSレジを4台導入した。サービスカウンターの1台を除き、3台は対面運用しており、登録はスタッフが行い、精算はお客様自身が行う方式だ。「オープン時はまだ新型コロナウイルス感染症が流行する前で、お客様に精算していただく形のレジはそう多くはなかったと思いますが、機械にできるところは機械に任せ、私たちスタッフは接客や商品のご案内など、人でなければできない仕事に集中しようという考えから導入しました」と及川氏は説明する。POSレジはほぼすべてのキャッシュレス決済に対応。2024年

11月には二次元コードを読み取るスキヤナーを取り付け、コード決済がよりスムーズに行えるようになった。及川氏は「修学旅行や企業研修などで訪れる団体客も多く、レジにお客様が集中するときにあります。そんな場合もスピーディーに精算できるので、とても助かっています」と話す。

岩手県の三陸海岸の玄関口に立地する道の駅高田松原は、この地を訪れる観光客に三陸海岸の魅力を伝える上でも重要な役割を担っている。「お客様との対話を大切に、陸前高田に来て良かったと思っただけのような施設を目指しています」と語る及川氏。お客様が居心地の良さを感じられる道の駅にするのが目標だ。



◀商品のバーコードを発行する東芝テック製のラベルプリンター

◀自動釣銭機付のPOSレジM-9000を対面運用。コード決済をはじめ、様々な決済方法に対応

▶事務所に東芝のカラー複合機を導入。POPやチラシ作成などに大活躍している



～お客様訪問

レストラン コスモス  
おもてなし 夢かぐら

# おいしい料理と心のこもった接客で 空の玄関口から宮崎の魅力を届ける

宮崎空港ビル株式会社  
営業部営業企画課  
兼 営業第二課 課長  
**野崎 大輔氏**

宮崎県の空の玄関口である宮崎ブルーゲンビリア空港(宮崎空港)の施設管理と運営を手がける宮崎空港ビル株式会社。空港内のレストラン、売店の多くを自社で運営しており、3階の飲食店「レストラン コスモス」と「おもてなし 夢かぐら」も同社の直営店だ。旅行者だけでなく、送迎やイベントなどで空港を訪れる地域のお客様からも人気の両店を取材した。

## 多彩なイベントを開催 宮崎の魅力を全国に届ける

宮崎空港ビル株式会社は1962年に設立。以来60年以上にわたって、空港ビルを含む空港施設全体の管理・運営を行っている。

空港ビルの中央に位置する吹き抜けの大空間・オアシス広場では、特産品やスイーツなどのフェア、コンサートなど、様々な催しを年間300日以上開催。同空港のキャッチフレーズ「楽しい旅とくらしのお手伝い」の通り、宮崎を訪れる旅行者はもちろん、地域の人々が気軽に訪れることができる施設を目指している。

営業部営業企画課兼営業第二課課長の野崎大輔氏は、「県外からの旅行者にとっては、最初に宮崎

を体験するのが空港です。こうしたイベントを通して宮崎の食や文化を伝え、その魅力を全国に届けたいと思っています。また、宮崎空港はJR宮崎駅から電車で約10分の市街地からも近い場所にあります。その地の利を生かし、飛行機に乗らなくても、食事やショッピングを楽しめる場所にしたいと考えています」と話す。

## 素材にこだわった郷土料理や オリジナルカレーが人気

全178席と空港内の飲食店では最大の座席数を誇るレストランコスモスは、窓の外に滑走路が広がり、離着陸する飛行機を眺めながら飲食を楽しめる。野崎氏は「和洋中のバラエティに富んだ料理を提供しており、ご年配のお客

様からお子様まで幅広くご利用いただいています。チキン南蛮などが、宮崎の郷土料理もよく出ますが、特に人気は店内で調理する各種カレーです。カレーは当社のオリジナル商品としてレトルトパックも販売しており、お土産としても人気があります」と説明する。

一方、おもてなし 夢かぐらは県内の郷土料理を中心に提供する和風レストラン。宮崎名物・鶏の炭火焼は店内で備長炭を使って焼き上げるなど、素材や調理法にこだわった本格的な味が自慢だ。「こちらもチキン南蛮や冷汁定食など、宮崎ならではのメニューが人気です。お酒のつまみとして鶏の炭火焼などをオーダーされるお客様も多く、アルコール類もよく出ます。当社オリジナルの本格焼



▲全面ガラス張りの窓から滑走路が一望できるレストラン コスモス。4人掛けのテーブルが余裕をもって配置され、ゆったりとくつろげる



▲近年高い評価を得ている宮崎和牛を贅沢に使った、レストランコスモスの「宮崎和牛ゴロゴロカレー」(税込1,750円)\*



▲マンゴーのジュレをたっぷり載せた「宮崎完熟マンゴープリンマジェ」(税込500円)。食事をオーダーしたお客様は税込200円で食べられる(レストランコスモス)\*



▲レストラン コスモスで一番人気の「宮崎名物チキン南蛮」(ライス付き/税込1,500円)\*



▲おもてなし 夢かぐらではテーブル席や座敷席のほか、備長炭を使って調理する様子が眺められるカウンター席もある



▲おもてなし 夢かぐらの人気メニュー「妻地鶏の炭火焼」と「冷汁定食」の両方が食べられる「妻地鶏と冷汁御膳」(税込2,850円)\*



## 宮崎ブゲンビリア空港

組織概要  
 社名 宮崎空港ビル株式会社  
 設立 1962年  
 代表者 永山博康  
 事業内容 空港ビルの管理・運営、飲食店・売店の運営など

本社所在地 宮崎県宮崎市赤江宮崎空港内  
 店舗所在地 宮崎県宮崎市赤江宮崎空港3階  
 ホームページ <https://www.miyazaki-airport.co.jp>

\*写真提供/宮崎空港ビル株式会社

耐「ひむか燦々」は、アルコール度数33度の芳醇なコクと香りで好評を博しています(野崎氏)  
 空港が混雑するゴールデンウィークやお盆、年末年始が繁忙期だが、それ以外にもプロ野球のキャンプが開催される2月やゴルフのメジャートーナメントがある11月には多くのファンが訪れるため、空港内の飲食店やショップも一年を通じてお客様が絶えない。

### タブレット端末を導入 100%近い利用率

2024年12月、両店はタブレット端末を使って料理や飲み物を注文するセルフオーダーシステムを導入した。野崎氏は「それまではハンディターミナルを使っていましたが、スタッフはテーブルと厨房を何度も往復しなければならず、かなり負担がかかっていた。特に新型コロナ収束後はお客様が増え、人手不足も課題になっていました」と話す。

レストランコスモスではそうした状況を改善するため、セルフオーダーシステムに先立ち、2023年3月に東芝テックを通じて配膳ロボットを2台導入した。「最初は運ぶ方が早い」という声があったのですが、実際に導入してみると効率化が大幅に進み、タブレット端末の導入へとつながりました(野崎氏)

懸念していた利用率に関して、現在では多くの飲食店でセルフオーダーが普及し、お客様が操作に慣れていることもあり、100%近い利用率を達成している。タブレット端末は日本語以外に英語、韓国語、中国語に対応。宮崎空港には韓国と台湾から定期便が就航しており、外国人のお客様がスムーズにオーダーできる点でも便利さを実感している。



▲お客様連れのお客様から人気の配膳ロボット



▲自動釣銭機付きのPOSレジは「タッチパネル式で見やすく、操作も簡単」とスタッフからも好評



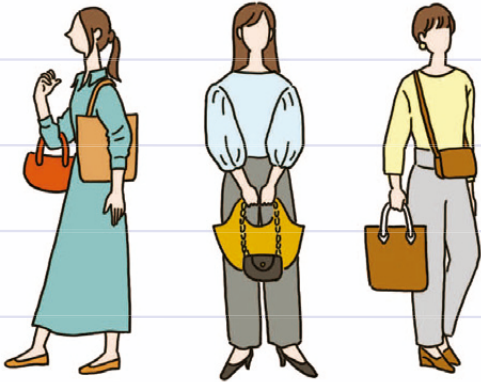
▲タブレット端末は「RelaxOrder NS」。プロモーション用の動画も流せるなど、コンテンツやデザインの自由度が高いのが特長

# 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 実用性とファッション性を両立 バッグ2個持ち

あえて「バッグを2つ持つ」スタイル。女性の新しいファッショントレンドとして定着しており、「トートバッグ×ミニバッグ」など、大小2個を使い分け、大きい方は収納力、小さい方はデザイン重視で選び、実用性を担保しつつおしゃれを楽しめる。また重い荷物は1つのバッグで持つより、2つに分けたほうが負担が少なく、肩こりを防ぐという考えもあるようだ。



## 2 和食との相性も良い柔らかな風味 和紅茶

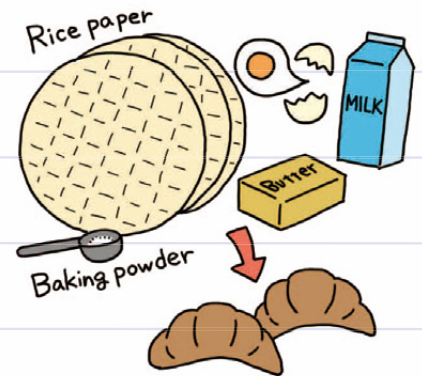
国産の茶葉でつくった紅茶のことで、日本国内で生産されるため「国産紅茶」「地紅茶」とも呼ばれる。1990年代に「べにふうき」という紅茶用品種が開発され、2000年代になって、紅茶の国内生産量が増加、産地ごとの風味や味わいを確立してきた。いずれもインドやスリランカ産の紅茶に比べて柔らかな風味が特徴で、和食との相性も良い。和紅茶を

飲めるお店も増えており、大手飲料メーカーも和紅茶を使った製品を販売している。



## 3 クロワッサンそっくりの新スイーツ ライスペーパークロワッサン

砂糖や牛乳などを混ぜた卵液にライスペーパーを浸し、縦長にカット。これをぐるぐる巻いてクロワッサンのような形状にして焼き上げた新感覚のスイーツ。サクサクした食感が特徴で、日常的な食材で作れるため、SNSの「作ってみた」動画の投稿によってブームが広がった。日本だけでなく米国や韓国でも人気が高く、グルテンフリー志向の人や小麦アレルギーの人にも食べられる「クロワッサン」として注目を集めている。



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！

### マター

「問題」「事柄」などの意味。「その件は〇〇さんマターです」などと、人や部署、役職等を冠して案件の担当や責任者、相手を明確にする際に使われる。

### 横転

期待がはずれたときの気持ちや驚きを表し、「ずっこける」に近い意味。「テストの点が下がって横転」などと使う。

# こわって正しい？ 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5回 アルバイト敬語

なぜ間違いかを知り  
心を込めた  
正しい言葉遣いで  
接客を

飲食店や小売店などの接客時に使われることが多い「アルバイト敬語」などと呼ばれています。すでに接客用語として定着し、違和感を覚えない人もいるかもしれませんが、文法的には誤りであり、中には不快に感じるお客様もいます。

接客で使う言葉はある程度限られています。なぜ間違っているのかをきちんと理解し、心を込めた正しい言い方を覚えておきましょう。また、日常会話でよく使われるカジュアルな「若者言葉」の使用も控えることで、お客様に良い印象を与え、満足度を向上させることができます。

- △ こちら和風セットになります。
- こちらが和風セットでございます。

「本日のお勧めメニューになります」「お会計は900円になります」など、いろいろな場面で使われている「～になる」は、本来はある状態から別の状態に変化することを言います。「～でございます」がより丁寧な言い方です。

- △ ご注文は以上でよろしかったでしょうか。
- ご注文は以上でよろしいでしょうか。

お客様が話したことを確認する際などに「よろしかったでしょうか」と聞くスタッフがいますが、現在起きていることに対して過去形を使う必要はありません。「よろしいでしょうか」と現在形を使いましょう。

- △ コーヒーのほうをお持ちしました。
- コーヒーをお持ちしました。

「～のほう」は複数の選択肢の中から1つを指すときに使われる言葉であり、「ほう」は余分です。ただし複数の注文があり、「そのうちの1つをお持ちしました」と言いたい場合は、この表現でも間違いではありません。

- △ 1万円からお預かりします。
- 1万円をお預かりします。

レジでの会計の際によく聞くフレーズですが、「から」は場所や時間などの始まりを示す言葉であり、お金の受け渡しに使うのは不適切です。シンプルに「〇円をお預かりします」と言いましょ。

### ビジネスで「若者言葉」はNG!

自分的にはアリです。

↳ 私はよいと思います。

「～的に」という曖昧な言葉遣いは相手に伝わりにくい表現です。「よい・よくない」と相手にきちんと伝わる言葉に言い換えます。

とりあえず、お知らせしておきます。

↳ ひとまず、お知らせいたします。

「とりあえず」という言葉は場当たりの軽い印象を与えます。「取り急ぎ」「ひとまず」などに言い換えましょう。

「マジ」「ヤバイ」「ぶっちゃけ」等、若者の間で普通に使われている言葉は、ビジネスの場では控えましょう。

今日はめっちゃ暑いですね。

↳ 今日(本日)はとても暑いですね。

状況がはなはだしいという意味で「めっちゃ」や「超」などを使う人がいますが、「とても」「非常に」に言い換えるのが適切です。

わかりました。なるはやで対応します。

↳ かしこまりました。早急に対応いたします。

「できる限り早く」の意味で使われている「なるはや」は「早急に」に言い換え、「かしこまりました」と答えるとより丁寧です。

監修: 川道映里(かわみち えり)

徳島文理大学短期大学部准教授。マナーコンサルタント®。ヒロコマナーグループ代表の西出ひろ子氏に師事し、大学や自治体でビジネスマナーをはじめとする研修、講演を行う。主な著書に「感じがいいと思われる敬語の話し方」(ナツメ社)、『10歳までに身につけたい一生困らない子どものマナー』(青春出版社)がある。

# 立ち&座り仕事に効く 簡単セルフエクササイズ

本連載では長時間の立ち仕事による慢性的な身体の不調や座りっぱなしの姿勢から生じる症状を緩和するセルフエクササイズをご紹介します。

## 第5回

### むくみを 解消する

#### こまめなストレッチで 足の血行を改善

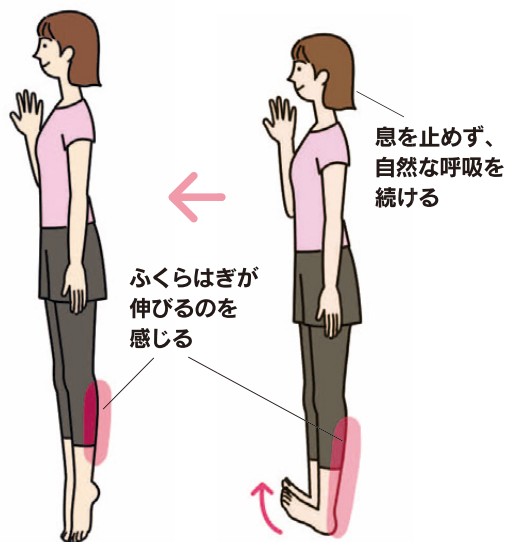
立ち仕事や座ったままの仕事が続くと、足がむくんでパンパンになるという方がいらつしやると思います。むくみの原因は長時間同じ姿勢を続けることによる血行不良です。

ふくらはぎをはじめとする足の筋肉は、身体中をめぐる血液を心臓に押し戻すポンプのような役割を果たしています。筋力が弱まったり、足を動かさないでいたりすると、この機能が弱まり、下半身がむくみやすくくなります。特に夏は冷房の冷えによって血行が悪くなることが多いので、注意が必要です。

むくみを予防・緩和するには、ふくらはぎの筋肉を伸ばすことを意識したストレッチが効果的です。1時間立ち仕事が続いたら、数分間でよいので足の筋肉を動かし、血行を促します。また、休憩時には靴を脱ぎ、足首をぐるぐる回したり、ふくらはぎを優しくマッサージしたりするのも効果があります。

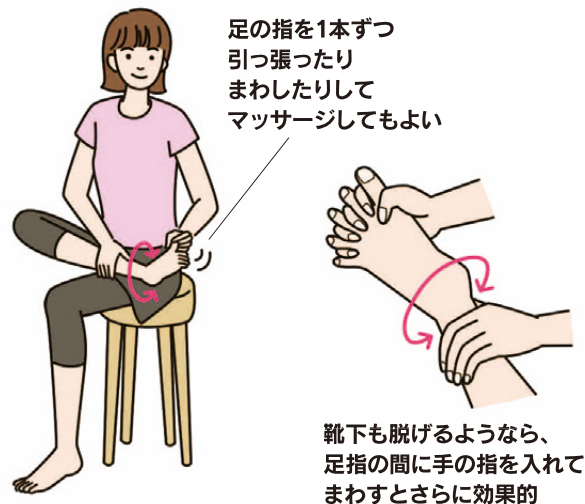
#### つま先&かかと立ちアップダウン

- ①壁の横に立ち、壁側の手を壁に添える
- ②両足のかかとに体重をのせ、つま先を上げ、数秒間キープして下ろす
- ③次にかかとを上げて、つま先立ちになり、数秒間キープして下ろす
- ④この動作を交互に10~20回繰り返す



#### 足首まわし&足指マッサージ

- ①椅子に座り、靴を脱ぎ、右足首を左ももの上へのせる
- ②左手で右足先をつかみ、15~20回まわしたら、反対回りに15~20回まわす
- ③足を替え、反対側も同様に行う



※痛みが強い場合は無理に行わないようにしましょう

#### 普段から運動を心がけ、適切な水分補給を

運動不足も足がむくむ要因の一つです。足の筋力が衰えるとポンプ機能が低下し、血液を効率よく心臓に戻せなくなります。特に女性は男性より筋肉量が少ないので、日頃からウォーキングやスクワットを取り入れた筋トレなどを行い、下半身の筋力低下を防ぎましょう。

むくみを改善するには適切な水分補給も大切です。1日を通してこまめに水分補給することで体の代謝が促進され、むくみ解消に役立ちます。また、塩分の摂り過ぎは体内の水分量を増加させ、むくみの原因となります。塩分を控え、バナナやアボカド、海藻やキノコ類など、塩分排出に効果のあるカリウムを多く含む食品を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



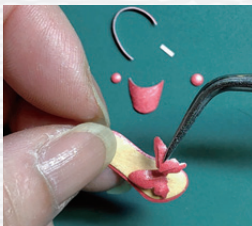
ペーパークラフト作家 **酒井志保**さん

## 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、パーツ一つひとつに丸みをつけることで、より立体的で柔らかな雰囲気仕上がっています。

今号の表紙は靴店

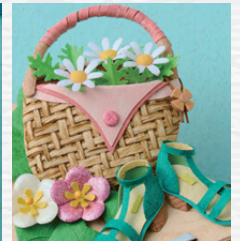


▲赤いサンダルの甲の部分は蝶々の抜型でデザイン。ピンクの包装紙は薄すぎるためタント紙を貼って厚みを出してから、くるりと丸みをつけています。

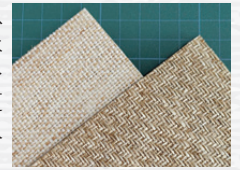
▼作品はこのような半立体になっています。



▼夏らしい色とりどりのサンダル。左は女性用、右は男性用のコーナー。「SHOE★」の看板はバックライトの文字看板をイメージ。壁にあらかじめ黄色をつけておき、その上に浮かせて取り付けすることで光る様子を表現しました。



▶ママのバッグとディスプレイのバスケットは籠の網目模様のシートを使用。模様違いで夏らしい素材感を取り入れました。



◀ポスターはパソコンでデザイン。砂地の紙を貼ったり、貝殻やヒトデなどを作り足したりして完成させました。

▶レジはQT-300。奥のスマートフォン画面はお店の会員アプリをデザインして貼っています。



## 言葉探しパズル

難易度



例のように、リストのワードを探して消していきます。縦横、斜めにも入っています。すべて消して、使われなかった4文字を並べ替えると答えに辿り着きます。

### 例題

「果物」のシークワード

モ	キ	カ	バ
モ	イ	ビ	ナ
ス	ウ	チ	ナ
ワ	キ	シ	ゴ

<リスト>

カキ(柿) イチゴ  
スイカ バナナ  
ナシ(梨) キウイ  
スモモ

モ	キ	カ	バ
モ	イ	ビ	ナ
ス	ウ	チ	ナ
ワ	キ	シ	ゴ

答え

ビ	ワ
---	---

### 問題 「はきもの」

ル	ジ	ラ	ワ	ー	ア	フ	ー	口
ナ	ダ	ツ	グ	キ	モ	カ	シ	ン
ガ	パ	ン	ミ	ユ	ー	ル	ポ	ツ
グ	ン	ト	サ	ニ	ン	ツ	ー	ア
ツ	ル	ボ	ス	チ	リ	ブ	ミ	ン
ビ	タ	カ	ジ	ス	ー	ア	リ	ゼ
リ	ツ	プ	リ	サ	ゲ	ビ	ク	ン
ウ	セ	ツ	ク	グ	タ	ス	ツ	グ
ゾ	パ	ボ	ツ	グ	ワ	カ	ポ	ツ

<リスト>

[2文字]

ゲタ(下駄)  
サボ(サンダル)

[3文字]

キグツ(木靴)  
グルカ(サンダル)  
セツタ(雪駄)  
ソウリ(草履)  
トング

[4文字]

ワラジ(草鞋)  
カワグツ(革靴)  
ジカタビ(地下足袋)  
スリッパ(スリッパ)  
ナガグツ(長靴)  
ポツクリ(ぼっくり/木履)  
ミュール(ミュール)

モカシン

[5文字]

スニーカー  
スリッポン(スリッポン)  
ローファー(ローファー)

[6文字]

アミアゲグツ(編上げ靴)  
アンゼングツ(安全靴)

[7文字]

ビーチサンダル  
ボクサーブーツ



スパークは広島市を中心に15店舗を展開する地元密着型のスーパーマーケットです。鮮度にこだわった生鮮食品や、店内で製造する惣菜などが特に人気を集めています。スパークでは2024年8月にレジ担当者が業務中に腰掛けられる椅子を導入しました。中山店はレジ担当者との会話を楽しみにご来店されるお客様も多くいらっしゃいます。お客様に買物をより楽しんでいただけるよう、明るく元気に接客することを心がけています。(沖しのぶさん/左、堀川紗織さん/右)

【編集後記】

書道を始めてから、漢字の成り立ちを調べるのがちょっとした楽しみになっています。「夏」という字も実は、踊っている人の姿から生まれたそうです。そう聞くと、盆踊りの風景が思い浮かびますよね。ご先祖を迎え、みんなで輪になって踊るあの時間は、まさに夏の原点。人とのつながりや、感謝の気持ちを形にしたような文化だなと感じます。時代が変わっても、そんな日本のよき伝統を大切にしながら、次の世代へとつないでいけたら素敵ですね。(畠 肇)

●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