

# スマホで学ぶ！販売士検定3級 要点サブノート③ 「ストアオペレーション」



**ズバリ！**  
**第79回用**  
**販売士3級**  
**過去問分析 &**  
**予想問題集**

■販売士3級出題傾向分析 &  
予想問題集  
(全部勉強するのが嫌になる  
ほど偏っていた出題傾向)

# 使用規約

## 1. 著作権について

- (1) 本教材の著作権は「販売士WEB講座」  
<http://hanbaishi.web.fc2.com/>の主宰者にあります。
- (2) 本教材の無断掲載、転載、複製、頒布、販売等の行為を禁止します。

## 2. 内容について

一部内容において、最新情報と差異がある場合があります。  
予め、ご了承ください。

## 3. 免責について

本教材は販売士検定の合格を保証または保険するものではありません。

# おすすめ教材情報

## ■販売士3級出題傾向分析 & 予想問題集

(全部勉強するのが嫌になるほど偏っていた出題傾向)

**ズバリ！**  
**第79回用**  
**販売士3級**  
**過去問分析 &**  
**予想問題集**

## ■販売士3級公式テキスト

(コレから90%以上出題)



## ■販売士3級問題集

(人気NO1問題集)



## ■販売士テキスト徹底比較

<http://hanbaishi.web.fc2.com/tekisutohikaku.html>

## ■販売士WEB講座

<http://hanbaishi.web.fc2.com/>

Copyright © 2006 販売士WEB講座 All rights reserved.



## ストアオペレーションの重要性

### 【 売上げ至上主義からコスト重視の経営へ 】

・価格競争の激化



・収益性低下



・売上よりも利益確保が重要  
理由)

（ 出店増加により商圈が狭くなっている  
クロスオーバーショッピング(店をTPOで使い分け)の高まり、  
客数減少による既存顧客維持の必要性  
新規顧客開拓コストの増加



・店舗運営システム必要

(1) ローコストオペレーション(コストをかけない店舗運営方法)

販売管理費比率を下げる

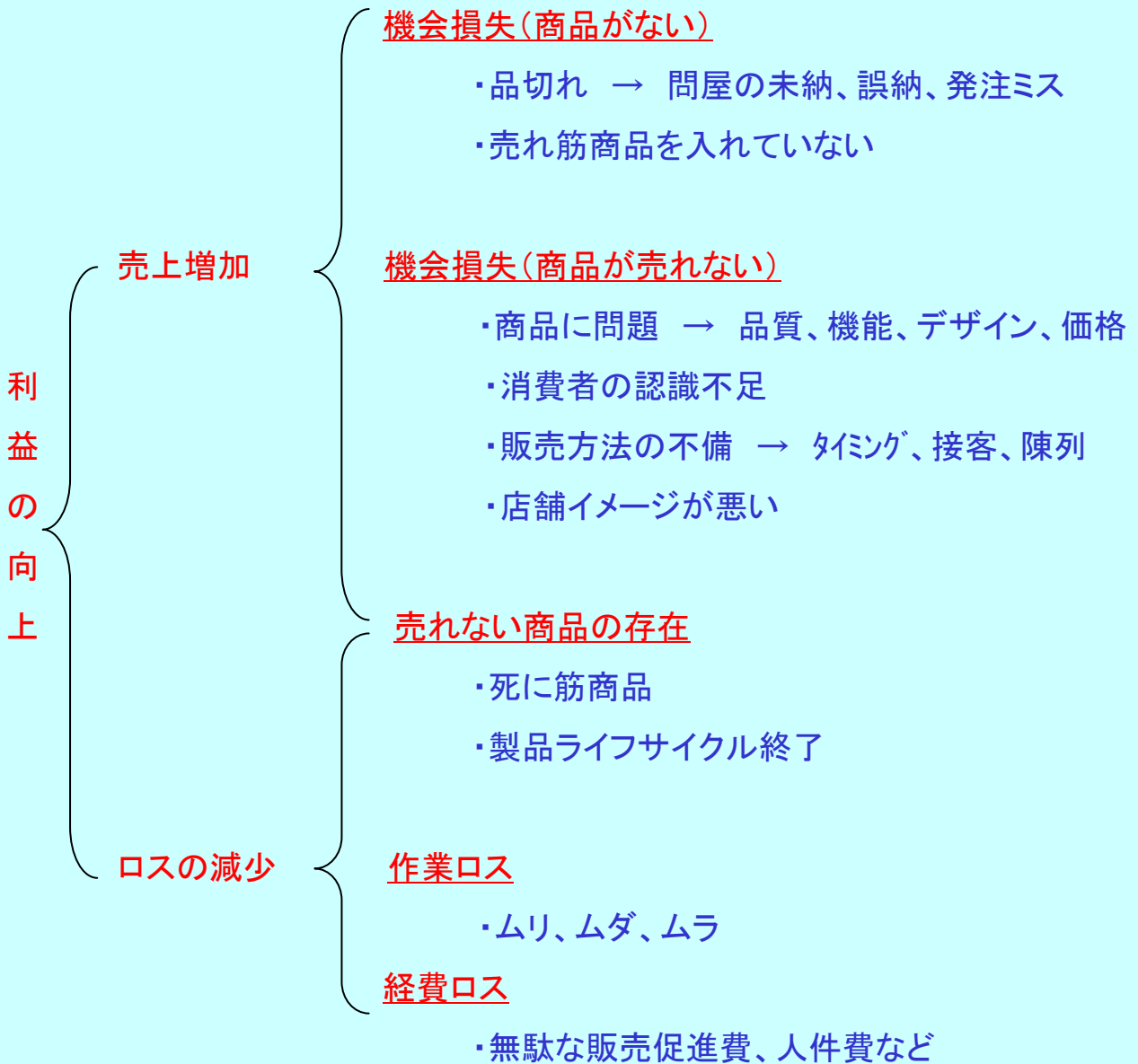
損益分岐点比率を下げる

(2) 顧客サービス強化



# 利益向上の仕組み

## 【 利益向上の仕組み 】





# 開店準備

## 【 開店準備 】

### 開店前準備

#### ・クリンリネス

3Sの実行 = ①清掃 ②整理 ③整頓

#### ・レジの準備

①チェックアウト周辺整備……レジ、カウンター、包装台、出入口、買物カゴ

②備品点検・補充……スーパーバック、伝票、ビニル袋

③レジスターの点検……日付、レシート、プリンターの動作

④つり銭準備

⑤連絡事項の確認

⑥身だしなみのチェック

⑦朝礼……スケジュール・販売目標の確認、意思統一、  
発声練習(接客用語)、経営理念唱和

### 営業中

#### ・商品管理

発注→荷受→検品→保管→補充(品出し)→ディスプレイ、前出し

・プライスカードのチェック、POPの手直し

・クリンリネス

・販売(接客、レジ)

・包装

### 閉店準備

・クリンリネス

・レジ金銭チェック

・夕礼、ミーティング





## 荷受け・検収・補充の基本知識

### 【 荷受け・検収 】

- ・**荷受け** …… 仕入先業(サプライヤー)から配送された商品の受け取り。  
送り状(納品伝票)と商品・個数の確認。
- ・**検収** …… それを小売店が検品・確認する作業。

#### ＜検収のポイント＞

発注書、納品伝票、商品の3つを確認

1. 発注どおりの商品か？(商品、数量、入り数、サイズ、カラーなど)
2. 品質の確認(劣化、汚れ、破損、品質保証期限など)
3. 指定条件か？(日時、場所、方法など)
4. 欠品、不良品の場合の関係者への連絡と処理
5. 検収後のサイン、押印

### 【 補充(リセット) 】

- ・補充(リセット)作業の原則

**先入れ先出し法** …… 古い商品から先に(前に)陳列する

**前進立体陳列** …… 通路側(顧客側)に前進させ、取りやすく

### 【 売り場チェック 】

- ・欠品、品薄状況

- ・店内の表示物、サイン表示の確認

特にPOP広告の汚れ破損、案内用絵文字(**ピクトグラム**)の活用

- ・価格表示

(1) プライスカードの剥がれ、汚れ

(2) POP広告と個別商品値札の価格の一致確認

(3) 消費税表示

「総額」、「税込み」表示、「本体価格」併記、「うち税」併記、  
「本体価格」・「うち税」両方併記の**5種類**のみ





# 包装技術の基本知識

## 【 包装の意義 】

### ・JISの定義

「包装とは、物品の輸送、保管などにあたって、**価値及び状態を保護**するために適当な材料、容器などを物品に施す技術および施した状態をいう」

### ・包装の種類

**個装** …… 商品本体を入れる

**内装** …… 個装を守る。個装と外装の間

**外装** …… 保管、輸送のための梱包

## 【 包装の目的 】

### ・商品の保護

・**取り扱いの利便性** …… 液体やボールなど保管や輸送に便利

・**販売単位の形成** …… 販売しやすく買いやすい量や個数(ダースなど)

・**販売促進** …… 「もの言わぬ販売員」

・**情報伝達手段** …… 現代の商品は大量生産、プリパッケージ  
セルフサービス方式販売多い



商品内容の適切な表示が必要

## 【 包装の心構え 】

1. 商品をよく調べる …… サイズ、色、個数、**進物の値札外し**
2. 商品への配慮 …… 貴重品の二重包装、壊れ物のパッキング、  
ドライアイスの使用など
3. スピーディに
4. 美しく
5. 過剰包装に注意

# 包装の種類と方法

## 【 包装の基本形 】

・慶事と弔事での違い

慶事の場合 → 向かって右側が上に重なる(右前、右扉)

弔事の場合 → 向かって左側が上に重なる(左前、左扉)

包装紙の色は紫や銀、グレー系など

	包装の種類	特徴
基本形	斜め包み	包装の基本のひとつ 丈夫に美しく手早く包める
	合わせ包み	包装の基本のひとつ クッキーやせんべい、ビスケットやチョコレートなどの箱詰めの包装に向く
	斜め合わせ包み	正方形に近い箱を包装
ギフト品	キャラメル包み	すぐに開きやすいように。 商品に向かって右側の合わせ目が上に来るように。
	アレンジタック包み	
特殊品	らせん型包装	カーテンレールやステッキなどの棒状商品 細長く切った包装用紙を使用
	分割包装	
	重量物の包装	包装用紙・紐の二重化、ハンガーの使用
	びんの包装	横にして包装紙を巻きつけ、シールを貼る。 そこを折り込み抜けない様に。
	大型商品の包装	箱全体を無理に包まない→一部にかぶせて。 ひもをかけて持ちやすく。



## ひものかけ方・リボンの使い方

### 【 ひものかけ方 】

・種類

十文字、N字、キの字

・緩まないコツ

包装台から商品突き出し、商品の角(かど)で結ぶ

・ハンガーの使い方

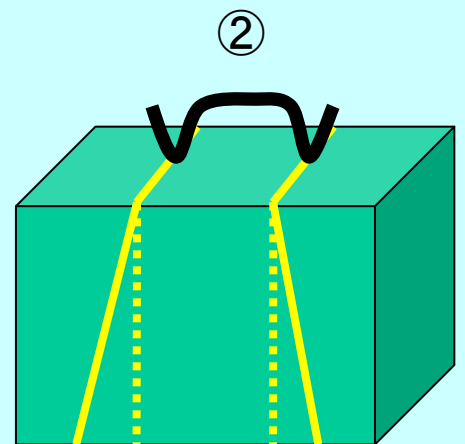
①ひもを二本平行に結ぶ



②ハンガーをかける



③下の部分左右に押し広げる。



・持ちやすくするコツ

二重のさげ輪を作る。



### 【 リボンのつくり方 】

・進物品の大きさに合わせて

・豪華にしたいときはフラワーリボン

# おすすめ教材情報

## ■販売士3級出題傾向分析&予想問題集

(全部勉強するのが嫌になるほど偏っていた出題傾向)

**ズバリ！**  
**第79回用**  
**販売士3級**  
**過去問分析 &**  
**予想問題集**

## ■販売士3級公式テキスト

(コレから90%以上出題)



## ■販売士3級問題集

(人気NO1問題集)



## ■販売士テキスト徹底比較

<http://hanbaishi.web.fc2.com/tekisutohikaku.html>

## ■販売士WEB講座

<http://hanbaishi.web.fc2.com/>

Copyright © 2006 販売士WEB講座 All rights reserved.



# 和式進物包装

## 【 和式進物のポイント 】

### (1) 掛け紙(のし紙)

進物の上にかける紙。

### (2) 表書き

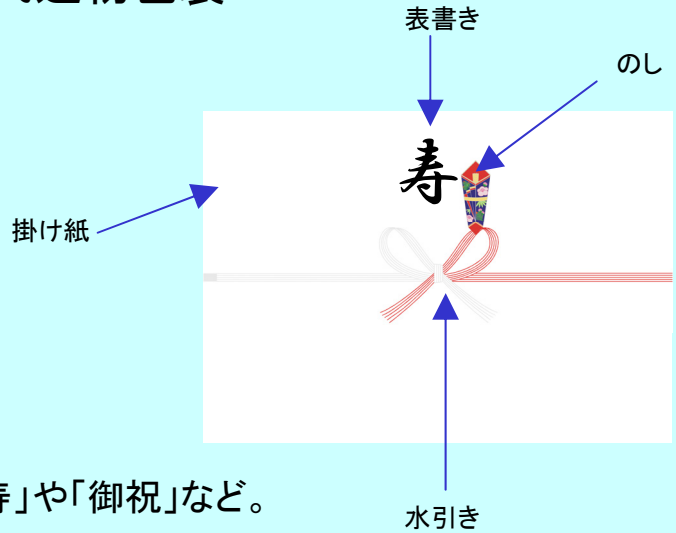
進物の目的を伝える言葉。「寿」や「御祝」など。

### (3) 水引き

紅白や金銀の「こより」をリボン状にして掛け紙の上にかける飾り。

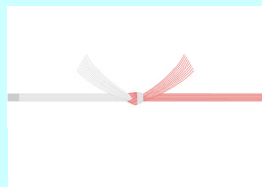
- ・一度しか無いほうがよいこと → 黒白または銀白の1本結び切り(弔事)  
金銀または紅白の2本結び切り(結婚)

- ・何度でもあって欲しいこと → 紅白の1本蝶結び(入学、出産、長寿など)  
金銀または紅白の2蝶結び(結婚記念日)

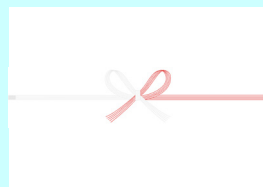


- ※長寿 還暦→数え年61歳
- 古希→数え年70歳
- 喜寿→数え年77歳
- 米寿→数え年88歳
- 白寿→数え年99歳

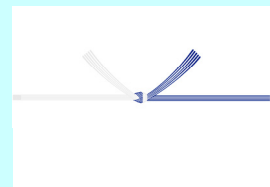
- ※結婚記念日 銀婚式 25年目
- 金婚式 50年目



結び切り(慶事)



蝶結び(慶事)



結び切り(弔事)

### (4) のし

正式には「のしあわび」。水引きと同じように掛け紙の上につける飾り。

もともとは、儀式用として昔は干したあわびが使われた。



# ディスプレイの基本

## 【 ディスプレイの評価基準 】

### (1) 見やすさ

- ・最も見やすい ..... 床上125~170cm

### (2) 触れやすさ

- ・最も触れやすい ..... ゴールデンライン(床上85~125cm)
- ・高く積み上げない → 危険
- ・商品を詰めすぎない → 全体の陳列壊れる
- ・商品を貼り付けたり、結んだりしない → 触れられない、試せない

### (3) 選びやすさ

店員に聞かなくても購買決定できること

↓ そのためには

#### グループ化が重要

大分類(性別、年代別、素材別、ライフスタイル別)

中分類(用途別、機能別、ブランド別)

小分類(価格帯別、デザイン別、カラー別)

例) ゴンドラは縦にグループ化

### (4) 商品の豊富感の考え方

- ・品種の幅広いこと(マーチャンダイジング・インワイス)
  - コンビニなどは、生活に必要なものは一通り揃っている
- ・品目の深いこと(マーチャンダイジング・インデプス)
  - 化粧品店での口紅の品揃え
- ・品種と品目の両方が多いこと。

### (5) 魅力的に

- ・清潔、比較しやすく、色彩・照明に工夫、
- ・コーディネートディスプレイ(関連商品の配置)

### (6) 効率的なディスプレイ

- ・手に取りやすく、補充しやすい

## ディスプレイの方法(陳列器具別)

陳列器具	メリット	デメリット
平台陳列	見通しが良い 陳列しやすい 商品に触れやすい	スペースが必要 陳列が崩れやすい 商品が傷みやすい
ハンガー陳列	商品の型が崩れにくい 陳列しやすい 商品に触れやすい	商品全体が見にくい 商品が汚れやすい 分類間違え起き易い(サイズなど)
ゴンドラ陳列	商品を管理しやすい 商品が傷みにくい 商品のフェイスを揃え易い	補充や整理に手間 高さが目立ち方に差 単調
フック陳列	商品が見やすい 整理しやすい 在庫量を把握しやすい	大量陳列困難 大型商品陳列困難 商品を取りにくい
ボックス陳列	商品を分類しやすい 商品の分類基準が明快	商品全体を見せられない 商品の整理に手間
ショーケース陳列	商品が汚れにくい 高級感が演出できる	陳列に手間 商品に触れにくい
エンド陳列	売りたい商品をPRしやすい 大量陳列できる	陳列に手間 通路の邪魔
ステージ陳列	流行や季節感を演出 商品を見やすく触れやすい	場所をとる 陳列に手間 商品が汚れやすい
カットケース陳列	安さをアピールできる 大量陳列できる	安っぽいイメージ 箱のカットの手間 空き箱の処理



## ディスプレイの方法(陳列方法別)

陳列方法	メリット	デメリット
前進立体陳列	見やすい 触れやすい 選びやすい 迫力	在庫量の見間違い 奥の商品を引きだす必要 作業コスト
ジャンブル陳列	ディスプレイ手間 取りやすさ、親しみやすさ 安さのイメージ	商品数少ない→売れ残りの イメージ 傷みやすい
コーディネート陳列	イメージアップ 売り場に変化 関連販売	陳列に手間 センスや技術必要
オープン陳列	触れやすい 商品説明の手間不要 顧客ニーズがわかる	陳列が乱れやすい 商品が汚れやすい
サンプル陳列	使用感がわかる 顧客の注目度高い 陳列作業コスト少ない	ボリューム感が出せない 在庫スペース必要 専門的な説明必要な場合も
レジ前陳列	目につきやすい 触れやすい ついで買いを誘発	レジ前混雑 ゆっくり選べない
島(アイランド)陳列	取りやすい→衝動買い誘発 安さのイメージ 目につきやすい	低品質のイメージ 通路の邪魔 陳列に手間
壁面陳列	自由にディスプレイ 豊富さ、迫力を演出	陳列に手間 高い位置は触れにくい





# ワークスケジューリングの基本知識

## 【 ワークスケジューリングの必要性 】

小売業は人件費比率が高い



生産性(販売効率)の管理が重要



具体的には)

人時(にんじ)生産性 = 従業員1人1時間あたりに稼ぎ出す粗利  
を上げる。



そのためには)

作業割り当て(ワークスケジューリング).....誰がどこで何時から何時  
まで何を行うか  
を整備することが必要。

## 【 ワークスケジューリングのポイント 】

(1) 人員配置を最適に

- ・多過ぎ→人件費上昇
- ・少な過ぎ→サービス低下

(2) 作業内容の明確化

## 【 作業スケジュール表作成のポイント 】

(1) 重点作業を優先

- ・売上に直接的に結び付く作業(レジ、品出し、発注、清掃)
- ・売上に間接的に結び付く作業(鮮度管理、棚割、バックルーム管理  
顧客サービス維持)

(2) 余裕を持たせる

(3) 作業者の習熟度の把握

(4) 週間ベースで作成 → 月間では突発要因予測困難



## パート・アルバイトの活用方法

### 【 パート・アルバイトの位置づけの変化 】

昔)低コストで運営するため(人件費低減、補助作業中心



今)重要な戦力。

生産性(販売効率)の管理が重要

### 【 パート・アルバイト活用のメリットとデメリット 】

#### ・メリット

- ①人件費安い
- ②雇用期間を限定できる
- ③労働力を必要な時に必要なだけ調達

#### ・デメリット

- ①長期的な戦力になりにくい(拘束できない)
- ②本業(主婦、学生)があるので労働時間に制限

### 【 パート・アルバイト活用の仕組みづくり 】

#### (1) 処遇面の配慮

- ①職場の人間関係を円滑に
- ②能力に応じた時給
- ③勤務シフトに融通を利かせる
- ④正社員と差別しない

#### (2) マニュアルの整備

#### (3) OJT(オンザジョブトレーニング)の実施

職場(現場)で訓練する教育



# 人的販売の基本(購買心理過程)

## 【 顧客の購買心理過程 】

- (1) 注目 (Attention) ..... 顧客が関心を持って商品や売り場を見ること  
↓ (POPやディスプレイに注意)
- (2) 興味 (Interest) ..... 商品に興味を示す  
↓ (手に触れやすいディスプレイ重要)
- (3) 連想 (Remind) ..... 商品を使っているシーンを連想  
<顧客に近づく(アプローチ)チャンス>  
↓  
①一つの商品を見つめているとき  
②商品に触れたとき  
③顧客と目が合った時
- (4) 欲望 (Desire) ..... この商品が欲しいという気持ちが湧く  
↓それが強くなると  
この商品で良いのかという「疑問」  
もっと良い商品があるのではという「期待」  
<商品の提示・説明>  
顧客のセンスの良さ、セールスポイント
- (5) 比較検討 (Comparison) ..... 冷静になって比較検討  
↓ <適切なアドバイス、回答、コンサルティングセールス>
- (6) 信頼 (Confidence) ..... この商品を買っても大丈夫という信頼  
↓  
①販売員に対する信頼  
②小売店やメーカーに対する信頼  
③商品そのものに対する信頼  
<確信的な言葉かけ(セールスポイント)>
- (7) 行動 (Action) ..... 購買  
↓
- (8) 満足 (Satisfaction) ..... <お見送り>



## 人的販売の基本(顧客心理)

### 【 店を選ぶときの心理 】

- (1)自由に買い物したい
- (2)欲しい商品がすぐ見つかる
- (3)レジで待たされない
- (4)ニーズにあったサービスが受けられる
- (5)ストレスを感じさせない売場

### 【 店内での顧客心理】

- (1)歓迎されたい(「いらっしゃいませ」の声掛けが重要)
- (2)打算的にしたい(損をしたと思われたい対応が重要)
- (3)自己防衛本能(押し付け販売→不快感)
- (4)優越感に浸りたい(顧客の特徴をつかみ個性を引き立たせる言葉遣い)
- (5)所有したい
- (6)独占したい
- (7)本音と建前を使い分けたい
- (8)共感したい

## 人的販売の基本(接客販売技術)

対応	内容	留意点
待機	販売の準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>①商品の整理</li> <li>②POPや値札の整備</li> <li>③ディスプレイのチェック</li> </ul>
	顧客に声かけをする待機	<ul style="list-style-type: none"> <li>①待機の位置 商品が見渡せる場所 顧客の視線が見える場所 アプローチしやすい場所</li> <li>②待機の姿勢 おしゃべりしない 他の作業に夢中にならない</li> </ul>
アプローチ	アプローチのタイミング	<ul style="list-style-type: none"> <li>①一つの商品を見つめている時</li> <li>②商品に手を触れた時</li> <li>③商品の前で足を止めた時</li> <li>④商品を探している時</li> </ul>
商品提示	商品提示の3原則(方法) ※顧客が「興味」と「連想」を抱いた時	<ul style="list-style-type: none"> <li>①使用状態を見せる</li> <li>②手に触れさせる</li> <li>③商品の特徴を見せる</li> </ul>
商品説明 ↓ クロージング (購買決定)	※顧客の欲しいという 「欲求」が高まった時	<ul style="list-style-type: none"> <li>①顧客ニーズの把握</li> <li>②顧客が求めている商品を知る</li> <li>③セリングポイント(購買決定に結び付く商品の特徴を表した短い言葉)を考える</li> <li>④殺し文句(顧客のウイークポイントをついた言葉)を使う</li> <li>⑤商品説明は3種類以内に</li> </ul>
金銭授受	間違えないこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>①買い上げ金額の確認(口頭で)</li> <li>②預かり金の確認(口頭で→レジ入金時に再復唱)</li> <li>③釣銭確認(口頭で復唱)</li> </ul>
見送り	感謝の気持ちで	<p>「お迎え3歩、お見送り7歩」 「お見送り3メートル」</p>

# おすすめ教材情報

## ■販売士3級出題傾向分析&予想問題集

(全部勉強するのが嫌になるほど偏っていた出題傾向)

**ズバリ！**  
**第79回用**  
**販売士3級**  
**過去問分析 &**  
**予想問題集**

## ■販売士3級公式テキスト

(コレから90%以上出題)



## ■販売士3級問題集

(人気NO1問題集)



## ■販売士テキスト徹底比較

<http://hanbaishi.web.fc2.com/tekisutohikaku.html>

## ■販売士WEB講座

<http://hanbaishi.web.fc2.com/>

Copyright © 2006 販売士WEB講座 All rights reserved.