

# 生活衛生 だより

2020

1

No. 196

人材採用・定着  
特集

## ■調査結果

生衛業の人手不足感は高止まり続く  
～“採用”と“定着”の両面に課題～

## ■経営アドバイス

すぐに辞めない・できる人材を採用する方法  
～小規模店舗における『スタッフ採用・定着』のノウハウ～

## ■せいえい三つ星レポート “キラリ”と輝く経営事例

天空の湯 なかや旅館／将泰庵 船橋本店



# 新年のご挨拶

日本政策金融公庫 常務取締役  
生活衛生部門長 片岡 佳和

令和2年の年頭にあたり、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

昨年を顧みますと、8月の前線に伴う大雨や台風第15号、そして台風第19号などの自然災害が続く1年となりました。また、10月の消費税率引き上げに伴うキャッシュレス対応、ポイント還元制度など、生活衛生関係営業の皆様におかれましては、様々な対応を求められる1年でもありました。新たな年は、東京2020オリンピック・パラリンピックがいよいよ開幕し、訪日外国人旅行者の更なる増加が見込まれます。これが新たなビジネスチャンスにつながり、皆様にとって飛躍の年となることを願うものであります。

これまで日本政策金融公庫におきましては、生活衛生関係営業の皆様を支援すべく、振興事業貸付やインバウンド対応関連の貸付制度の実施のほか、自然災害で被災された方に対する災害貸付の実施などセーフティネット機能の発揮に取り組んでまいりました。

金融面での支援のほか、生活衛生同業組合や生活衛生営業指導センターと連携した「経営課題解決セミナー」の全国各地での開催や、経営課題解決に向けた情報発信の充実にも取り組んでまいりました。

今後より多くの皆様のお役に立てるよう、金融面での支援はもとより、融資をきっかけとした生活衛生同業組合への加入の働きかけや経営課題解決に向けた情報発信を行い、業界全体の活性化に向けて取り組んでまいります。

また、地域に根付き、愛されてきたお店の継承が円滑になされ、末長く繁栄されますよう、後継者問題の取り組みへの支援にも力を入れてまいります。

新しい年が皆様方にとりまして、素晴らしい年になるよう心から祈念いたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。



# 生衛業の人手不足感は高止まり続く

## 「採用」と「定着」の両面に課題

厚生労働省の発表によると、

2018年の有効求人倍率（平均）は1・61倍と、前年と比べて0・11ポイント上昇しました（一般職業紹介状況）。この指標は求人数を求職者数で割ったもので、倍率が1を上回れば従業員を募集している企業が求職者より

多いことを表します。

このように働き手にとって優位な労働市場は2019年以降も続いており、人手の確保が困難で事業継続に支障が生じた「求人難」型の倒産件数が

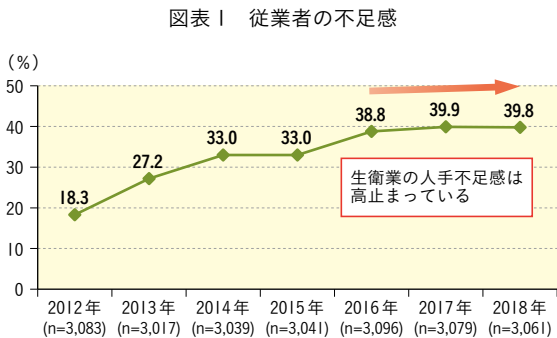
前年と比べて約1.5倍となるなど、企業への影響も深刻化してきています（東

京商工リサーチ・「人手不足」関連倒産（2019年上半年期）。

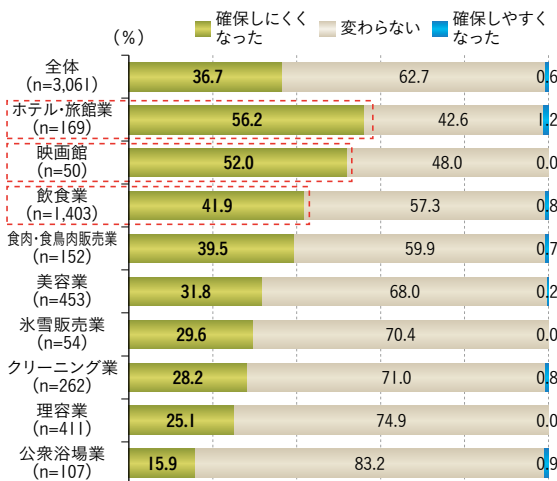
生衛業についてみると、日本公庫が実施した「雇用動向に関するアンケート調査結果（2019年3月）」では、「従業員が不足している」との回答が、調査以来過去最高となった前

年と同水準で高止まっております（図表1）、特に、ホテル・旅館業、映画館、飲食業などで「従業員を確保しにくくなった」との回答が多くなっています

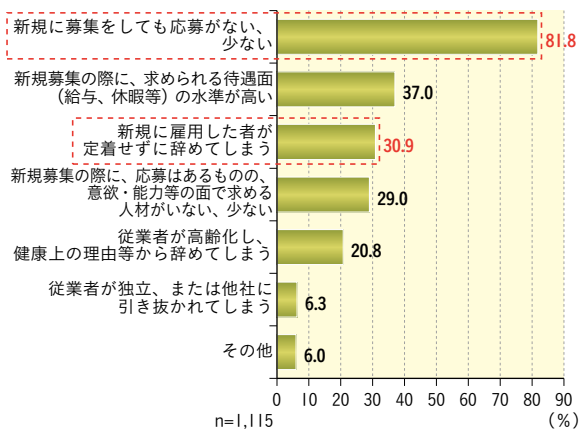
（図表2）。また、従業員を確保しにくくなったと回答した企業にその理由を尋ねたところ、「新規に募集をしても応募がない、少ない」との理由が最も多く、そのほか、「新規に雇用した者が定着せずに辞めてしまう」も上位となりました（図表3）。調査結果からは、生衛業においても多くの事業者が人手の確保に苦慮していることが伺えます。



図表2 従業員の確保をめぐる環境



図表3 従業員の確保がしにくくなった理由



※ 従業員の確保をめぐる環境について、「確保しにくくなった」と回答した企業に尋ねたもの【複数回答】

そこで本号では「人材採用・定着」をテーマに、採用活動や従業員の定着に向けた取組みを行う上でのポイントなどを、専門家のアドバイスや特徴的な企業事例を交えて、ご紹介していきます。



# すぐに辞めない・ できる人材を採用する方法

## 〈小規模店舗における『スタッフ採用・定着』のノウハウ〉

有効求人倍率が高位で推移する中、人手不足の状況が続いています。

ただ単に求人情報サービス（求人誌など）に広告を出しても、欲しいと思える人材を獲得することが難しくなっています。

この状況はしばらく続くことが予想されます。外国人の活用やAI導入によって、一部の分野では多少緩和されるかもしれませんが、現状を

一変させるにはしばらく時間が掛かると思われます。古い話になりますが、蒸気機関が発明されたのは19世紀初頭で、実用化されたのは19世紀後半です。また、マグロの養殖に成功したのは2002年で、一般に流通し始めたのは2014年です。このように、先端の技術が生まれて実用化され、一般的になるには少なくとも10年以上の年月が必要なので

す。そのため、AIが人にとって代わって仕事をバリバリこなすようになる社会が訪れるのは、まだ先ということになりそうです。

では、それまでの間は、ずっと人手不足に悩まされ続けなければならぬのでしょうか？

そんなことはありません。競合他店がひしめく激戦エリアでも、人口がそれほど多くないエリアでも、無名の地方企業であったとしても、その企業にとって必要と思える人材を確保することができている店・企業は数多く存在します。

そこで今回は、それらの企業のように入手不足とは無縁の経営を行うためのノウハウや工夫事例をご紹介します。



岡本 文宏

オカモト フミヒロ

メンタルチャージ | S C 研究所  
株式会社 代表取締役

アパレル専門店チェーン勤務、セブンイレブンFC店経営を経て2005年メンタルチャージ | S C 研究所を設立。経営者、現場マネージャーへ“自ら考え、動くスタッフを活用し業績アップを実現するノウハウ”を提供。著書の「できる人材がすぐに辞めない職場のつくり方」「仕事を任せるシンプルな方法」（商業界刊）は、紀伊国屋、Amazon.comなどでビジネス書ランキング1位を獲得。2月に新刊『マネジメンター問一答』を出版予定。YouTubeチャンネル「人材育成情報ラボ」では100本以上の動画を無料公開中。

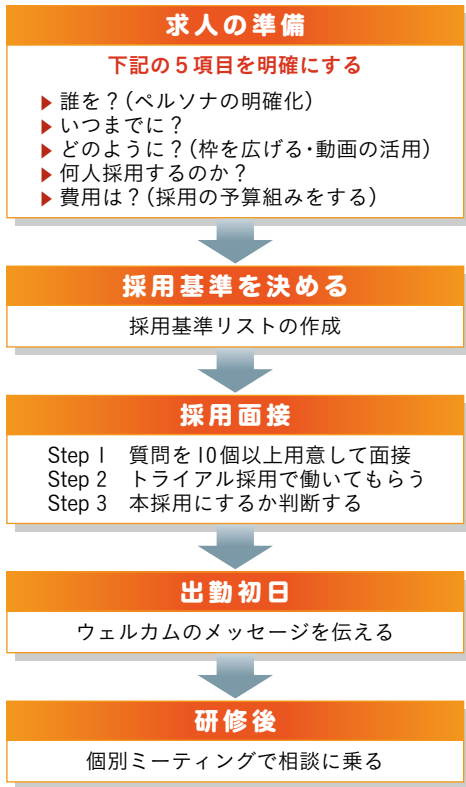
！  
リクルーティング3.0の  
世界へ

10年程前までは求人誌に広告を出したり、ハローワークに求人票を出すだけで、それほど苦勞をしなくても人が集まった時代がありました。私はこれをリクルーティング1.0の世界と呼んでいます。

そして近年、それだけでは大手企業であつても人が集まらない状況となり、給料・時給のアップや休日数の増加などの福利厚生の実を図り、人手の確保を目指すという動きが目立っています。これをリクルーティング2.0の世界と呼んでいます。ただ、膨大なコストが掛かるため、この手法で採用活動を継続できるのは一部の大手企業の



図表1 『リクルーティング3.0』における採用～定着までのフロー



図表2 あなたの職場で働く『理想の人物像』を明確にする質問項目

性格は？
ライフスタイルは？
価値観は？
仕事への取組み姿勢は？
話し方(ハキハキ、早口、ゆっくり…)は？
立居振舞(キビキビ、落ち着いている…)は？
通勤時の服装、髪形、容姿は？
(パート・アルバイトの場合)属性(主婦、学生…)は？
年齢(年代)は？
性別は？
前職での年収は？
家族構成は？

みで、中小・零細企業には向きません。それなのに、大手に負けまいとリクルーティング2.0の土俵で戦っても、体力勝負の戦いに勝ち目はありません。これはちやうど、中小・零細の飲食店や小売店が、低価格チェーンの近隣への出店に対抗して値引き合戦を仕掛け、結果的に収益を下げ閉店に追い込まれるケースと酷似しています。集客も求人も戦略なしに場当りの手段で成果を上げようとすれば、利益を削ることに破綻しかねません。

そこでお勧めは『リクルーティング3.0』と私が呼ぶ、採用戦略の導入です(図表1)。リクルーティング3.0を実践するには、「誰を」、「いつまでに」、「どのように(求人手段)」、「どれだけ(何

人)」、「どれくらいの費用で」採用するのかについて、求人を行う前段階で明確にすることから始めます。マーケティング戦略を進めるときとベースとなる考え方は似ています。

多くの企業が、これらのことを明確にしないまま採用活動を行っていません。そのため、必要以上にコストが掛かったり、成果がまったく出ない状況に陥ってしまうのです。

## II. マーケティング手法をお手本にする

マーケティングでは、最初にペルソナ(理想の顧客)を決めます。どんな人が自店の顧客なのか明確に絞れて

いなければ、商品開発も集客も販売も思ったようには進まないからです。かつての小売業界の覇者であった百貨店や大型スーパーは「誰でも来てください」というスタンスで商売を続けていました。物が不足している時代であれば、皆が物を欲していたので商品を並べるだけで売れました。もしくは物の価格が高かった時代には、値引きをしただけで消費者は振り向いてくれました。しかし、物が豊富に揃い、デフレ経済が続く時代になった途端、それらの企業の多くは業績を低迷させることになりました。一方、ターゲットを絞って展開する専門店が好調で、小売業界の主役は交代することになったのです。

リクルーティングにおいてもターゲットは必須です。まずは図表2の質問項目に答えて、あなたの職場に必要な人材を明確にしてみてください。さらに、その回答を参考に理想の人物像を30文字程度で表してみてください。そのうえで、対象(ペルソナ)に響くように求人広告の文章やホームページなどの採用ツールを作り込んでいきましょう。

## III. “枠”を広げて募集する

飲食、小売、サービス業のパート・アルバイト募集の場合、土日・祝日の勤務は必須で、1日少なくとも5〜6時間、可能であればフルで勤務できる人を募集するというケースが多いのではないのでしょうか？ただ、そのような「企業にとって都合の良い人」はそれほど多く存在しません。そのような募集の仕方では、あなたの店で働きたいと思っても、募集要項を読んで「自分には無理だ」と思い、応募しないという人も出てきてしまいます。もったいないですよ。

東岸和田(大阪府)の飲食店『彩鳥

屋てっちゃん』では、「土日・祝日は、いずれか1日休むことができる」と求人広告にうたうことで、人手の確保に成功しています。また、1日の勤務時間を2〜3時間程度、週1〜3回の出勤でもOKとすれば、「それくらいなら働けるだろう」と思う人が出てくるので、応募が増えます。

また、これまで若い人を中心に募集していたとしたら、40〜50代にも枠を広げて求人を出すことをお勧めします。私の知る急成長中のチェーン店では、店舗スタッフとしてミドル層の年代の女性を中心に採用活動を展開していくことで、店舗数が増えても、人手不足とは無縁の状態現場を運営できています。その企業の社長いわく、40〜50代の女性は子育てもひと段落している人が多く、現場では臨機応変な対応ができ、勤務態度も真面目なので、非常に助かっているとのことでした。



大阪府の飲食店では応募の人数を下げることが成功に繋がっている

#### IV. 動画を利用する

何かを調べるときや情報を集めるときにはスマホでWEB検索するのが当たり前になりました。その方法もかつては検索エンジン（Yahoo!、Googleなど）にテキストを入力し、活字情報を得るケースが大半でしたが、今ではSNS検索、そして動画検索と、WEBで情報を得る方法も変化しています。しかし、その変化のスピードが速すぎて、情報を提供する企業側が追いついていないというのが実状です。もし30代以下の人を採用したいのであれば、求人情報を動画で発信することは必須です。なぜなら、若い世代は活字よりも動画から情報を得る機会が圧倒的に多いからです。

自店のホームページに求人ページがあれば、その目立つ位置（上部など）に求人用のPR動画を設置します。そのPR動画で興味を引くことができれば、そこで初めて求人内容（テキスト）を読んでもらえます。逆に興味を持ってもらえなければ、そこで離脱してしまいます。そのため、求人PR動画の作成には力を注ぐ必要があります。できればスマホで簡単に撮影したものを

ではなく、きちんとプロに撮ってもらいましょう。

もし自店のホームページに求人情報を掲載していないとしたら、まずは求人ページを作ることから始めましょう。なぜなら、求職者は応募前に企業のホームページを必ずチェックし、情報を取得・吟味した上で応募します。そのため、ホームページに求人情報が載っていない場合は、応募先としての選択肢から漏れてしまう可能性が高いです。また、自社の求人ページを求人検索サイト「Indeed」に登録することも可能です。ただ、検索結果の上位に表示させるためには一定の要件を満たすことが必要となりますので、ご希望の方は専門家に相談するのもよいでしょう。

#### V. 採用基準を明確にする

私は10年以上にわたり、全国各地で100回以上のセミナー講師を務めています。セミナーに参加した方へ「会社で採用基準をきちんと設けていますか？」と質問すると、「YES」と答える人は10%もいません。

採用基準が定まっていけないのに、採

用面接でどうやって合否を決めるのでしょうか？多くの採用担当者は自分の勤や「なんとなくウチっぽい」というフィーリングだけで採用の合否を決めています。そうになると、採用基準が曖昧なので、本来は合格点に満たない人までも採用してしまう可能性があります。もちろん、このやり方ではNGです。採用基準が決まっていない場合は、先述した理想の人物像から、どういう人物を採用するべきかを導き出し、採用基準リストを作成します（図表3）。それを手元に置き、採用面接を行うようにしましょう。

図表3 採用基準リスト（例）

読れないこと	評価
	5 → 当てはまる 1 → 当てはまらない
目を見て話ができること	5・4・3・2・1
笑顔で対応できること	5・4・3・2・1
周りに気配りができること	5・4・3・2・1
ハキハキ・元気に話すことができること	5・4・3・2・1
身だしなみがきちんとしていること	5・4・3・2・1

## VI. トライアル期間を 設けて既存スタッフ 全員で応募者を チェック

面接だけで相手の本当の姿を見抜くのは、なかなか難しいことだと思えます。そこで、本当に必要な人材を採用するために、私がオススメしている方法を紹介します。

まず面接で投げかける質問を10個以上用意して採用面接に臨みます(図表4)。「面接で「良いな」と思った応募者に対しては、数日から数週間、トライアル採用として働いてもらいます。このとき、現場にいる既存スタッフ全員で応募者をチェックします。その結果を踏まえ、トライアル期間満了時に再度面接を行い、合格となれば本採用とします。

また、トライアルの際は試用期間とするのではなく、有期雇用契約を交わして期間限定のアルバイトとして働いてもらいます。これは、一旦無期雇用で採用すると、試用期間中であっても「合わないから」という理由だけで解雇することは難しくなってしまうためです。

図表4 効果的な質問(例)

(1) 仕事をしていて上手くいったこと
(2) 仕事をしていて失敗したこと
(3) ピンチを切り抜けたエピソード(プライベート含む)
(4) これまでに全力で取り組んできたこと(プライベート含む)
(5) 上記(1)~(4)の経験がその後どう活かされているか?
(6) 前に勤務していた会社を辞めた理由(突っ込んで訊く)
(7) その勤務先で何が変われば辞めようと考えなかったか?
(8) 当店に応募するきっかけ
(9) 当店に応募する際に他店と比較したか?(比較した先はどこか?)
(10) 最終的に当店を選んだ理由

なぜここまで手間を掛ける必要があるのかというと、スタッフを一人雇用するには、正社員であれば少なくとも300万円程度のコストが必要となるからです。金額は違えど、パート・アルバイトでも同様にコストは掛かります。数百万円の高額商品を購入するときに、十分に吟味せず衝動買いをする人は稀なのではないでしょうか。スタッフの採用・雇用には、それだけのコストが掛かっているということを再認識し、慎重に採用活動を進めて頂ければと思います。

## VII. 採用した人材をすぐに 辞めさせないために

採用したばかりの新人は職場で自分の居場所を見つけれないので、不安な気持ちでいることが多いものです。人は安心できる状態でないと、やる気を高めることも能力を十分に発揮することもできません。

そこで、出勤初日に職場全体でウェルカムの気持ちを伝えます。例えば、既存スタッフ一人ひとりが「ウェルカム」の気持ちを込めたメッセージカードを書き、裏に顔写真を貼り、余白に自己紹介文を記入して新人スタッフに手渡します。

自己紹介文は、通っていた学校や部活動、趣味、飼っているペットなど、なるべく多くの情報を記入するとよいでしょう。メッセージカードに書かれた内容を見れば、自分との共通点を見つけることができ、自分と同じ学校に通っていた先輩や後輩が同僚にいると分かっただけでも親近感を抱けます。また、新人スタッフの情報も本人の了解のうえで事前に既存スタッフに渡

しておけば、出勤初日からコミュニケーションが取りやすくなります。このような取組みを行うことで、新人は心の居場所を見つけやすくなり、安心して働けます。

新人研修が終了して一人で仕事をやるようになる、分からないことや戸惑うことが出てきます。そうなる、また不安な気持ちになり、その状態を放置するとモチベーションが徐々に落ちて、下手をすると辞めてしまします。そうならないために、新人スタッフの悩みや不安の理解に努め、早期に解消できるよう、2週間に1回程度の頻度で個別ミーティングを行うとよいでしょう。

\* \* \*

人手不足・求人難の時代であっても、戦略をもって採用活動に取り組み、その後のマネジメントをしっかり行えば、あなたの職場に「できる人材」を揃えることは十分可能です。決して業者任せ、スタッフ任せにせず、売上をつくることと同じように、経営者やリーダーが採用・マネジメントにエネルギーを注ぎ込んでいただければと思います。



<経営者プロフィール>

群馬県出身。大学卒業後、和食やフレンチの料理人として腕を磨き、20年ほど前に家業である当館の経営を引き継ぐ。

「新しい感動と豊かさの提供」を経営理念に掲げ、お客様の期待以上の“おもてなし”を提供できるチームビルディングに取り組み、大手旅行代理店サイトで「クチコミランキングおもてなし部門」東日本1位を2度獲得するなど、その経営手腕を発揮している。



人材採用・定着 特集

せいえい  
三つ星  
リポート



“キラリ”と輝く経営事例

Part  
1

## 採用からはじまる！ 働きやすい職場づくり

従業員の温かい“おもてなし”や細やかな気配りで人気クチコミサイトなどでも高い評価を得ている「なかや旅館」。しかし、阿部社長が家業を引き継いだ当時は、採用難や離職など、人手の確保に苦しんだといいます。そんな「なかや旅館」では、どのように従業員の採用・定着に取り組んでいるのでしょうか？阿部社長にお伺いしました。



### 店舗紹介

群馬県・水上温泉郷湯松曾温泉にある1958年創業の温泉旅館。利根川上流の雄大な渓谷美を眺めながら入れる露天風呂や手作りにこだわった創作料理が自慢。客室（全16室）は落ち着いた和室が中心で、まるで「おばあちゃんの家」に遊びに来たような、どこか懐かしいゆったりとした時間を味わえる。また、赤ちゃん専用のお風呂や離乳食の提供など、「ベビーキッズプラン」が充実しており、赤ちゃんと一緒に楽しむお宿としても人気。



## 天空の湯 なかや旅館

経営者：阿部 剛氏

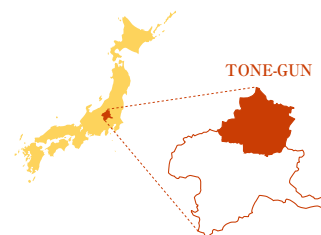
創業：1958年

営業所：群馬県利根郡みなかみ町  
湯松曾 93

電話：0278-72-3516

従業員：18名  
（うちパート・アルバイト10名）

温泉：湯松曾温泉 薬師の湯  
弱アルカリ単純温泉







当館では、単に接客をするのではなく、積極的にお客様と関わってほしいという思いを込めて、従業員を「キャスト」と呼んでいます。  
お客様の期待以上の“おもてなし”を提供するためには、各キャストにその力を十分に発揮してもらう必要があります。そこで、私は「みんなが気持ちよく働ける職場づくり」に採用段階から取り組んでいます。ここでは、その取組みの一部をご紹介します。

## 採用の工夫



### 経営理念などを掲載した「なかやの礎<sup>いしづえ</sup>」をホームページで公開

当館には、キャスト全員が携帯する「なかやの礎」という小冊子があります。そこには、経営理念や当館で働く上での基本姿勢などが24項目に分かれて記されており、毎日のミーティングなどで確認しています。

「なかやの礎」に記載してあることは、当館のキャストに新たに加わっていただく方にも理解してもらう必要があるため、その中でも特に大切な項目をホームページ（採用ページ）で公開しています。そうすることで、当館の求める人材が集まりやすく、また、応募する方も「思っていた会社じゃなかった」というミスマッチを減らすことができます。

### お試し就業体験！「社会人インターン制度」を導入

当館の求人へは、県外からご応募いただく場合もあります。そのような方が安心して応募できるように「社会人インターン制度」を設けています。IターンやUターン就職をお考えの方に、実際に働いてみてから入社を決めてもらう制度です。これまで10名程度の利用がありました。

#### 「社会人インターン制度」の主な特徴

- ・寮に入居可能（寮費・食費は無料）
- ・インターン期間中も「お試し期間の給与」を支給
- ・インターンとして働く期間は応募者の希望を優先し、相談のうえ決定（1～3ヶ月が目安）



## 定着の工夫



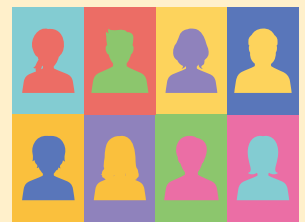
### 毎日のミーティングでキャストの様子をチェック！ 悩みや不安を早めに解消

当館ではどんなに忙しい日でも、毎日15分間のミーティングを行っています。ミーティングの前半は、前日の振り返りや当日の予約状況の確認。後半は「なかやの礎」を用いて経営理念などを確認する時間としています。

ミーティングの際に各キャストのその日の様子を確認し、いつもと様子の違うキャストがいれば、それとなく声を掛けたり、ほかのキャストに悩みなどがあるのかを聞いてもらったりしています。キャストの悩みや不安は小さいうちに、早めに対処することが離職を防ぐポイントです。

### 性格診断をみんなでやり、お互いの“違い”を認識

「人によって考え方が違う」というのは当たり前のことですが、つつい自分自身を基準に判断してしまい、異なる考え方や行動を許容できず、それが原因で人間関係がギクシャクしてしまうこともあります。そこで当館では、キャスト全員で性格診断を行い、診断結果を共有しています。この性格診断は、「〇〇さんはこういうタイプ」とレッテルを貼るために行うのではなく、色々な考えを持った多様な人が一緒に働いていることを理解してもらうために行っています。この診断結果がきっかけでキャスト同士の理解が進み、コミュニケーションが円滑になったこともありました。



### リフレッシュのための「ピットイン休暇」を導入

旅館業に従事していると、お正月休みやお盆休みなどの長期休暇がありません。そこで、当館では年3回、5日間連続の休館日を設け、キャスト全員が4連休を取得する「ピットイン休暇」を導入しています。いい仕事をするためには、しっかり休むことも重要です。

これらの取組みは一定の成果がありました。しかし、時代の変化などに応じて常に見直していく必要がありますので、これで完璧というものではありません。経営者として、今後もより働きやすい職場づくりに取り組み、お客様に期待以上の“おもてなし”を提供できる“チーム・なかや旅館”を目指したいと考えています。





人材採用・定着 特集

せいえい  
三つ星  
リポート



“キラリ”と輝く経営事例

Part  
2

## コミュニケーションの充実が スタッフ定着化の鍵！



OPEN後、今年で9年目を迎え、連日多くのお客様で賑わう「将泰庵 船橋本店」。人材確保が厳しさを増す昨今、「将泰庵 船橋本店」では、スタッフの定着率が高く、皆がイキイキと働いています。そんなお店で店長を務めている松井さんと、経営法人である(株)トッペミートの木原社長に、人材の採用や定着に向けて取り組まれていることをお伺いしました。

### 店舗紹介

千葉県船橋市で、最高級のA5ランク黒毛和牛の雄牛を楽しむことができる和風焼肉専門店。スタッフが目の前でお肉を焼く自慢のコース料理のほか、「飲めるハンバーグ」や「史上最高のロース」などの人気メニューを多数取り揃えている。経営法人の(株)トッペミートは、焼肉店のほか、ハンバーグ専門店、肉バルなど4業態8店舗を国内外で展開中。

### 肉の匠 将泰庵 船橋本店 (経営法人：(株)トッペミート)

代表取締役社長

木原 徹氏

店長：松井 秀樹氏

創業：2011年

営業所：千葉県船橋市本町3-5-1

電話：047-423-8929

従業員：17名

(うちパート・アルバイト15名)





木原社長

当社（(株)トッペミート）では、異なる業態の8店舗を経営していますが、スタッフとして働いてもらう上で最低限守っていただきたい全店舗共通のルール「トッペミート ハウスルール」を定めており、これをベースに、各店舗の店長がスタッフの採用や育成を行っています。

ただ、各店長に任せるだけでなく、現場の意見に耳を傾け、柔軟に対応していくことが大事だと考えており、これまで、各店長のアイデア等を採用してきました。今回は、当社の「将泰庵 船橋本店」で実際に行っている、スタッフの採用や定着に向けた取組みを松井店長からご紹介します。

## 採用の工夫

### 採用面接では仕事の“厳しさ”も伝える

当店には、学生や主婦など15名のパート・アルバイトの方が在籍しています。採用する際には、必ず面接を行っていますが、私が大事にしていることは、仕事の楽しい部分だけではなく、“厳しさ”も伝えることです。

具体的には、「常連のお客様に、お肉の焼き方などを叱られることがある」などですが、入社前と入社後を感じるギャップを少なくし、採用はしたもののすぐ辞めてしまう様なケースを減らせると感じています。もちろん、「フォローもするので安心してください」と併せて伝えることで、不安が解消され、入社していただけているのではないのでしょうか。



松井店長

### 入社初日が大事！店長の一日指導で不安解消！

初出勤日は誰でも不安で緊張するものだと思います。そんな状況で、「さあ、まずはやってみよう」といきなり仕事をさせても、うまくはいかないものです。そこで当店では、入社初日に、私（店長）が通常の業務を離れ、一日つきっきりで新人スタッフの指導を行うようにしています。

まずは、店舗で働く際のルールを一覧にした「トッペミート ハウスルール」を活用して、挨拶や身だしなみなどの基本的な決まりを伝えます。その後、メニューの内容や、オーダーの取り方、箸の並べ方などの細かな部分までマニュアルを活用しながら説明していきます。

マンツーマンでじっくり説明することで、新人スタッフの分からないことや不安に感じることに丁寧に答えることができるため、仕事の流れや細かなルールなどの理解促進につながっていると思います。



トッペミート ハウスルール

## 定着の工夫



### 会社がスタッフとの懇親会費を補助！スタッフ間のコミュニケーションが充実

仕事をする上で、一番大切なことはチームワークです。そのチームワークを高めるためには、スタッフ間のコミュニケーションの充実が一番の近道だと考えています。そこで当店では、週に1回程度、当日勤務しているスタッフで、閉店後に懇親会を開いています。もちろん自由参加ですが、スタッフの参加費は会社が月に5万円（参加費の総額）まで負担しています。

これは、「スタッフ同士のコミュニケーションが重要」と考える木原社長に相談し認めてもらった仕組みで、スタッフも気兼ねなく参加でき、仕事の悩みやプライベートの話なども共有できる場となっています。特に、仕事の悩みなどについては、その場で皆が相談に乗れるため、一人で悩むことが少ないと思います。

### スタッフから好評！和牛の“まかない”

当店では、まかないを毎日提供していますが、月に1回は、お店で使っているお肉（焼肉）をメニューにしています。これは、お店で提供しているお肉がどのような味や食感なのかをスタッフに感じてもらい、お客様への接客などに役立ててもらおうと始めたものです。何よりもスタッフが喜んでくれていて、仕事に対するモチベーションが向上していると感じています。

また、経験の浅いスタッフにとっては、お客様の席でお肉を焼くオペレーションの練習の場にもなっています。スタッフをお客様に見立てた練習ができるため、「接客する際の自信になった」と話すことも多く、接客に対する不安を取り除くとともに、お店全体の接客力向上にもつながっています。

### 「店舗スタッフ評価シート」を活用

当店では、各スタッフが勤務状況等について自己評価し、その後、店長が評価する「店舗スタッフ評価シート」というものを導入しています。これは、3ヵ月に1回程度実施しているもので、挨拶、接客、学ぶ姿勢などの30項目をチェックし、店長の評価点数が85点以上であれば、昇給につながるシステムです。

スタッフは、自身の仕事を振り返ることができるとともに、仕事の“やる気向上”にもつながっていると思います。

今回は、「将泰庵 船橋本店」の取組みをご紹介させていただきました。どれも、スタッフとの“コミュニケーションの充実”を念頭に置いた取組みであり、結果としてスタッフの定着化につながっているのではないかと感じています。今後も、現場の意見を積極的に取り入れるなど、スタッフがイキイキと働ける職場づくりを目指していきたいと思っています。



# 第1回 新商品・新サービス合同記者発表会

主催：日本政策金融公庫 後援：宮城県よろず支援拠点



日本政策金融公庫(以下、「日本公庫」)は、2019年11月13日に宮城県仙台市において「新商品・新サービス合同記者発表会」を開催しました。

本発表会は、魅力ある商品・サービスを開発した地元企業を支援し、地域活性化につなげる目的で日本公庫 東北ビジネスサポートプラザが中心となり企画・開催したもので、宮城県寿司商生活衛生同業組合や各生活衛生同業組合から推薦を受けた組合員など、計7社が自慢の新商品・新サービスを発表するために参加しました。

発表会当日は、各社の熱のこもったプレゼンに加え、新商品の試食や新サービスのデモンストレーションが行われる展示会も開催され、会場は地元新聞社やケーブルテレビ等のマスコミ関係者など、多くの方で賑わいました。

## 参加企業の紹介 (発表順)

2

有限会社ファーム・ソレイユ東北  
「東北生まれ  
緑茶のメレンゲ」



ひの あやか  
日野 朱夏 さん

**商品概要**  
県内初！伊達正宗ゆかりの茶畑で採れた緑茶を使った新食感洋菓子

**発売日**  
2019年12月25日

**販売価格**  
450円(税別)



1

高館食道 水神蕎麦 **麺類組合推薦**  
「チャンジャ納豆  
ホイップクリーム油そば」



あんざい えま  
安西 恵摩 さん

**商品概要**  
史上初！三味一体!?ホイップクリームがのった“新体験”油そば！

**発売日**  
2019年10月1日

**販売価格**  
1,000円(税込)



4

ホテル絶景の館  
「松島オルゴール  
宿泊プラン」

旅館組合推薦



いしかわ ゆうた  
石川 勇太 さん

プラン概要

松島初！当館宿泊者限定  
特典付き宿泊プラン

<特典内容>

- ・オルゴール館の手回し  
演奏体験
- ・遊覧船のグリーン席  
チケット
- ・笹かま手焼き体験

発売日

2019年11月16日

販売価格

11,525円  
～26,500円(税込)



6

株式会社 TOHOKU204  
「伊達カレー」



わたなべ きんじ  
渡邊 欣嗣 さん

商品概要

地産地“笑”プロジェクト！  
宮城大学と産学連携  
で開発した 宮城やさい  
ゴロゴロのご当地カレー

発売日

2019年11月15日

販売価格

800円(税別) ※予定



3

ヘアサロンウイング  
「親子で学ぶ  
1分間スゴ技シャンプー体験会」

理容組合推薦



おのでら しん  
小野寺 真 さん

イベント概要

YouTubeで話題のスゴ  
技シャンプーの体験イベ  
ント

開催日

2019年12月1日13時～17時

参加費

無料(先着8組)



宮城県寿司商生活衛生同業組合  
「彩り手巻き  
「マンボロール No.5」



あいざわ なおや  
相澤 直哉 さん

商品概要

昭和30年代に宮城県内  
で流行した装い「マンボ  
巻き」が新たに復活！  
筋子とキュウリをベース  
に“彩り”の良い具材を  
合計5種類使った手巻き  
寿司

発売日

2020年2月より組合加盟店の一部で販売(予定)

販売価格

800円(税別)



株式会社アル・エル  
「女性専用シェアオフィス URL」



たなか まさき  
田中 昌樹 さん

サービス概要

仙台初！女性が安心して  
働けるシェアオフィス

オープン

2019年12月1日

利用価格

個室(5部屋) 99,000円～  
半個室(3部屋) 60,000円～  
コワーキングスペース(20席) 20,000円～

※消費税、共益費は別途



本発表会の参加企業からは「新商品・新サービスのPRができたことに加え、自社の強みや商品コンセプトなどを整理して考える機会にもなり、今後の事業展開を考える上でも有益だった」などの声をいただきました。



引き続き日本公庫では、生衛業をはじめとする事業者の皆さまの経営に役立つ情報提供やセミナーの開催等に積極的に取り組んでまいります。

日本公庫 東北ビジネスサポートプラザ 所長  
松重有祐氏

# キラメキ女子

アラハリ カオルさん

〈プロフィール〉

茨城県出身

2008年 バリ総合美容専門学校 卒業

同年4月 sherbets 入社

2015年から同店の店長を務め、店舗マネジメントや後輩スタッフの育成に奮闘中。

趣味は登山とライブに行くこと。

〈お客様へヒトコト〉

お客様一人ひとりに合った「似合う」をご提案します！ sherbets でワンステップ上の自分を発見していただけたら嬉しいです。



**高**校生の頃、はじめは服飾関係の専門学校へ進学することを考えていました。たまたま友達に誘われた美容学校のオープンキャンパスで「手に職がつく美容師もいいかも」と思ったことがきっかけで美容師を目指しました。

sherbetsに入社したのは、流行の最先端である原宿で美容師として成長

したいという想いと、

大手サロンとは違った

お客様との距離感の近

さ、そして何よりアッ

トホームなお店の雰囲気

が決め手でした。

入社8年目に「店長

をやってみないか」と

オーナーから言われた

時は不安もありました

が、せっかくのチャンスなので、思い切って引き受けました。

店長になりたての頃は、スタッフの離職などマネジメントに悩んだこともありましたが、スタッフのモチベーションアップや働きやすい職場づくりについて自分なりに考え、ひとつずつ実践してきました。

また、新人スタッフの育成にも力を入れており、入社2年半でスタイリストとしてデビューできるように、全力でサポートしています。

店長という立場は大変なことも多いですが、スタッフの成長を感じたときなどは自分のこと以上に嬉しく思えるなど、やりがいも大きいです。これからも仕事を楽しみながら、sherbetsのスタッフと一緒に頑張っていきたいです。

シャーベッツ  
sherbets

住所：東京都渋谷区神宮前1-21-2

House of KUZE 1F 102

電話：03-3408-5515

URL：<http://www.sherbets.co.jp/>

営業時間：平日 12:00～21:00

土曜 10:00～20:00

日祝 10:00～19:00

定休日：月曜日、第1、第3火曜日

※定休日と重なる祝日は翌日休み

原宿駅から徒歩2分。コンクリート打ち放しのシンプルな室内に、木製カウンターやお洒落な家具を置いた居心地の良い空間で特別なひとときを過ごすことができる人気サロン。「お客様にもっと笑顔になって頂けるヘアスタイル作り」をコンセプトに、髪を切る技術はもちろん、丁寧なカウンセリングや全コースに付くマッサージなど、お客様に寄り添った“おもてなし”が魅力。

# パート・アルバイト募集を成功させる！！ 採用定着 必勝マニュアル

## 採用定着 必勝マニュアル



飲食店などサービス業を営む方向けに、パート・アルバイトの採用や定着を成功させるためのポイントや取組みを分かりやすく解説した小冊子



採用に困っていない勝ち組のお店が行っている「ちょっとした工夫」を紹介

スタッフの採用から定着までのポイントを採用フローごとに紹介

## 採用ツール集

### 1. チェックポイント30



応募受付から入社受入までに取り組むべきポイントなどを確認できるツール

### 2. 面接ヒアリングシート



貴重な応募を採用につなげる、理想的な面接の進め方をサポートするツール

### 3. 面接採点表



採用の判定ポイントや採用基準を明確化するためのツール

### 4. エントリーシート



面接時に応募者に記入してもらうことで、履歴書の代わりとなるツール

令和元年12月 発行

本冊子・ツール集は無料で配布しています。ご希望の方は最寄りの日本公庫の窓口までお問い合わせください。



日本政策金融公庫

国民生活事業

<https://www.jfc.go.jp/>

国産にこだわり  
農と食を  
つなぎます。

第13回 **アグリフードEXPO大阪 2020**  
プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会

日時

2月19<sup>水</sup>日 / 20<sup>木</sup>日  
10:00~17:00 10:00~16:00

主催

日本政策金融公庫

会場

ATC アジア太平洋トレードセンター



生活衛生だより 第196号(令和2年1月1日発行・季刊)  
発行所:株式会社 日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部  
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティイノースタワー  
TEL: 03-3270-1653 FAX: 03-3270-7650 <https://www.jfc.go.jp/>  
・本誌掲載の記事、写真、イラストなどの無断転用・転載はお断りします。