

### 接客の留意点

「お客様の来店数は、どうですか」と聞かれたら、大抵のお店は減っていると答えるのではないのでしょうか。喫煙者の人数が減っている中で、固定客を確保すること、ましてや新規客を増やすことは至難の業だと思います。

「たばこ」は許可・定価商品であるため、他の商品と比べて競争が制限されている面があります。また、お客様の買い方は「たばこ」が切れた時に、近くのたばこ売場で買うという特長があります。

その買い方に合った売り方を実現したのが自動販売機でした。しかし、タスポカードが導入されたことから、

対面売場へお客様が流れることとなりました。対面売場では強力なライバル店(コンビニ等)との競争に打ち勝つことが困難だったため、既存客を大きく減らすことになりました。

このような状況の中に起死回生の策はあるのでしょうか。このためには、そのきっかけとなるお膳立てが必要です。

## 個人商店の強みとは お客様との会話・交流

まずはお客様に好感を与え、笑顔身だしなみ・言葉使いに気を配りましょう。これは接客サービスの基本です。

隣接する大手の企業系競合他社にないものは何か。それは、個人商店の強みである、お客様との会話・交流です。お客様は本来、臆病で

ずい、お客様が話し掛けたくなるような(交流につながる)演出と情報提供です。

例えば、売れている商品、今なら売行き好調な紙巻たばこ、リトルシガールの低価格品を一番目立つ場所に多めに大きく表示することなどです。お客様は意外と情報に疎いところがあります。店頭での演出は、お客様の関心を引き付け、会話につながるきっかけになるでしょう。

要はお客様の興味を引く店頭にし、気軽に楽しい会話が弾むためにも演出にひと工夫しましょう。会話することでお客様のニーズが分かり、「お客様の立場」で対応すれば必ずや手応えがあるはず。それが、商売の楽しみでもあります。

## たばこ販売再チェック

総集編

### 賞味期限の活用

暑さが厳しくなってきた。「たばこ」は、高温・乾燥している場所が苦手です。鮮度管理に留意する必要があります。鮮度管理と一言と真先に思い浮かべるのは、賞味期限のことだと思いませんか。生鮮食品ほどではないにしても、「たばこ」でも賞味期限を気にするお客様が多くなっています。自信を持って売るためにも、常に在庫品の賞味期限はしっかりとチェックしましょう。

鮮度管理・在庫管理の基本は「先入れ先出し」です。「たばこ」の賞味期限の表示を「先入れ先出し」を利用してみましょう。その表示を有効活用するために、賞

味期限の表示が見えるよう保管することです。

「たばこ」の仕入れの場合は店内やバックヤードに空きスペースを見つけ、そこに在庫品を置いておくのではないのでしょうか。それでも一か所にまとめて置いてあれば良いのですが、何か所かに分けて

## 鮮度管理と在庫管理の基本は「先入れ先出し」

置いていると在庫管理が大変になります。その結果、「先入れ先出し」が出来なくなり、賞味期限が過ぎてしまうようになり、賞味期限の逆転現象を招くこととなります。

品質管理とともに数量管理も鮮度管理には大事で

### 店頭灰皿の設置

たばこ屋さん(たばこ組合)が中心になって、街に捨てられているたばこの吸い殻・空き缶やごみを拾い、街をきれいにする美化活動を長年にわたり継続実施しています。これだけ長い間、売った商品(たばこ)の消費の行方

にまで気遣って商売をしているのはたばこ屋さんくらいではないでしょうか。そのせいもあって歩行喫煙やポイ捨ては少なくなり、喫煙マナーは格段に向上しています。

しかし、受動喫煙防止を主目的とした改正健康増進法や一部自治体の「上乗せ条例」(二重規制)の全面施行により、喫煙場所が撤去され急速に喫煙できる場所が

狭まっています。喫煙者は喫煙場所を求めて右往左往する、まさに「喫煙者受難時代」の到来です。多大なたばこ税を負担している喫煙者が「喫煙難民」になっているような気がします。善良な喫煙者(納税者)に自身の狭い思いをさせるのはいかな

## 安心のくつろぎの場 伝わる思いやりの心

業界では、機会ある毎に関係機関・団体等に働き掛け、一か所でも多く喫煙場所を確保するための活動を行っています。しかしながら、苦勞して折角確保した場所が撤去される、という憂き目にあっているところもあるよう

ものでしょうか。業界では、機会ある毎に関係機関・団体等に働き掛け、一か所でも多く喫煙場所を確保するための活動を行っています。しかしながら、苦勞して折角確保した場所が撤去される、という憂き目にあっているところもあるよう

### 同業者との絆

お客様を確保する、お客様と親しくなる、それを実現させるのは情報と接客だと思えます。これまでは取り扱っている商品の特性や売り方などの情報は、メーカーの営業員が頼りでした。しかし、売上げが右肩下がりの現状ではメーカーの訪店や支援は少なく

なるのは自然かもしれません。でも、今ではメーカーの営業員を頼らずに、自ら情報を取得されている方が増えてきているのではないでしょうか。そのための情報を集めるのは簡単なことではありません。自分の欲しい情報は何なのか、それを集めるためにはどうしたら良いのかと悩まれること

のことは美化活動などで体験されていると思います。灰皿を設置するメリットとしては、お店や地域の人、喫煙者同士の交流の場、新商品の告知などの情報発信の場などが考えられます。また、捨てられている吸い殻を見ることによって、売れている銘柄を知って品揃えに反映できるかも知れません。喫煙者を思う行動は、すぐに結果が出なくても、回りまわって商売に役立つと思います。

お店のお客様に「二服の安心のくつろぎの場」を提供することは、大切なおもてなしのサービスであり、お店の思いやりの心が確実に伝わることでしょう。灰皿の設置は、固定客化・新規客獲得につながり、それが口コミで広がり、お客様がお客様を呼ぶという、効果も期待できます。

から進んで知恵を出し、行動しなければ得られるものも得られないと思います。美化活動や座談会の参加などは、人の知恵を吸収する絶好の機会だと思えます。そのような情報交換の機会がある、それが組合に加入しているメリットのつだと思えます。

## 組合加入のメリットに 仲間同士の情報交換

仲間です。組合員の皆さんは、組合に加入されて組合費を負担しています。その負担に見合うだけの恩恵(メリット)を期待されるでしょうか。当然のことだと思えます。でも、恩恵を期待するという受け身の姿勢

だけで良いのでしょうか。自分

情報は話しのネタ、会話のきっかけになります。また、お客様の信頼を得る手段であり、サービスでもありま

す。しかし、自分一人の知識や経験には限度がありま

入っているとします。それらの会合や座談会などに参加することは、同業者や他の人の考えを知るチャンスです。その時の会話などをヒントに情報を集め、商売に活かすことを考えてみましょう。

人は周りの人たちと関わりを持ちながら存在してい