

# 発掘インタビュー 活躍する販売士

Vol.33

株式会社ちから 本部 販売部 部長 **板垣 徹**さん  
(1級販売士、中小企業診断士)

「実は私も販売士」。このシリーズでは、さまざまな分野で活躍する販売士を発掘し、そのリアルな姿に迫ります。第33回では、飲食チェーン本部で指揮を執り、現場のマーケティングから経営改善など幅広い範囲で販売士の知識を活かして取り組む板垣さんにお話を伺いました。



## 地域限定飲食チェーンで

—「広島のスoulフード」ともいわれる、うどん店の「ちから」は広島市内とその近郊に限定出店しているとのこと。うどん屋なのに和菓子も販売しているユニークなお店ですね。

**板垣** 現在27店舗。多いときで40店舗程度あった時代もあります。路面店タイプが17店舗で、百貨店のテナントが6店舗。フードコートテナント店が4店舗あります。初代が関西の力餅食堂で修行した後、「のれん分け」で広島市に出店しました。



——なぜ広島が拠点に？

**板垣** 創業者が広島出身でもないのに広島に来た経緯は定かではありませんが、旅行か何かで広島を訪れたときに「いいところだな」っていう、そんな理由だったようです。また、競合がないブルーオーシャンだと感じたようです。今年で創立92年目、戦前の創立ですから、原爆で全部無くなり一時は広島を離れた時期があったようです。その後、また戻ってきて営業を再開しました。

——広島を訪れ、欧米系のインバウンド客が多いのに驚きました。貴店でもインバウンド客は多いですか。

**板垣** 外国人のお客様も多くいらっしゃいますが、特にインバウンドを強化しているわけではありません。むしろ地元のリピーターのお客様が中心です。地元のお客様に長く愛される店でありたいですね。

——うどんのほかに、ご飯ものや和菓子もメニューも豊富。中華そばもよく出るそうですね。

**板垣** 「中華そば」は本当に人気で、週に3～4回来店されるお客さんも多いです。「五目いなり」も”やみつき”といわれ好評。それから、調理麺やだしなど、お持ち帰り商品も結構買っていかれますよ。自社工場で製造し、スーパーにも少し卸しています。力を入れているわけではありませんが、ネット通販も最近伸びています。多分、県外の広島出身のちからファンが購入してくれているのだと思います。

——ご自身の職歴と現在、管理職としてどんな仕事をされているのかを教えてください。

**板垣** 新卒では、島根県松江市で全く異業種のメーカー勤務でした。その後、中小企業診断士の資格取得を目指しながら資格取得スクールで働き、ちからでもパートで勤務していたので

すが、2004年に正規社員にならないか、と声を掛けてもらい入社しました。そこからはもう、店長をやったり製造工場のほうも見たり、経理業務もみながら人材採用も…など、本当にいろいろな分野の仕事に関わっています。

——販売士の資格はいつ取られたんですか。

**板垣** 当社に入社してからですね。一時中断していた中小企業診断士の勉強を独学で再開した頃、次の試験までのモチベーションを保つために、親和性が高い販売士を受けてみました。2008年ですね。本屋で診断士の参考書の近くに販売士の本が並んでいて、内容を見てみたところ「結構近い。店舗運営管理にも似ていて、関連するな」と思って。

——1級に合格し登録講師にもなられ、新しい発見はありましたか。

**板垣** 東京で2日間、登録講師の講習会に参加したときに、日経MJや流通業向けのバーコード発行専門団体の講師から、今後の展望などのお話を伺うことができました。課題の論文では、「飲食業でのロボット導入」をテーマに執筆しました。

——飲食店での配膳ロボットなど今や珍しくありません。時代を先取りしたテーマでしたね。

**板垣** ロボット導入にメリットはあるけれど、摂食行動には「ホスピタリティ」がないと顧客満足度は上がらないのではないかと…といったことを書きました。

——管理職としてのお仕事で、販売士が役立った場面はありますか。

**板垣** 現場でも管理という面でも、両方で役

立ちました。現場でいうと、ショーケースの陳列。ゴールデンゾーンの一番目立つ位置に一番売れる商品をおすすめ品として陳列し、二番目には定番を並べるなど、ABC分析をした上で商品の配置を考えました。

売れ残っているなどと思ったら、配置を変えてみる・組み合わせで差し替えてみる、というのを店舗で実践してみたところ効果がみられたので、他の店舗やスタッフにもこのノウハウを共有できるようマニュアル化もしました。社内の推奨資格にはなっていませんが、改善効果を目にして販売士を取得するスタッフも出てきました。

——まさに現場で知識が役立った！ 管理面ではどう活かされたのですか。

**板垣** 販売士のテキストにも載っている「人時生産性」。これは当社で重要な管理指標になっています。各店舗で、ある程度計画（値）を立ててもらって、それを1カ月やった後で結果（実績値）を出してフィードバックする。これを続

けたところ、すごく生産性が上がってきました。——それまでは管理指標として活用していませんでした。

**板垣** 以前から「結果の数字」は発表していましたが、管理に活用できていませんでした。

私が販売士を取得してからは、店長から目標や現状を申告してもらった上で実践してみて、中間報告や最終報告を受け、本部からもフィードバックするというPDCAを繰り返し回すようにしました。そうしたら人時生産性が上がってきました。一部の店舗間でもライバル意識が出てきて、切磋琢磨しあう雰囲気になりました。——ほかにも改善時に意識しているポイントはありますか。

**板垣** 基本的には店舗のQSC、これをしっかりやっていくことが大事ですね。また、「商品単価」が一番利益につながるポイント。でも、商品単価だけを上げていくのは値頃感や競合との兼ね合いもあり難しい。実際の成功例としては、メニュー表の改訂で「客単価アップ」につながりました。「Zの法則」も取り入れ、粗利を意識しながらデザインするようしたり、トッピングと組み合わせで選ばれやすいよう工夫しました。さらに、シーズンごとに変えている「おすすめメニュー」を一番目立つ位置に大きく載せる。実際に昨年10月には、中華そばにすべてのトッピングをのせた「全部のせ」をおすすめとして載せたところ、これがよく出て、客単価がものすごく上がりました。

## 今後の発展に向けた課題にも取り組み中

——現在は、どんな課題に取り組まれていますか。

**板垣** 課題は三つあります。一つは、若い客層の確保。食の選択肢が増えたことだけでなく、



スマホ代の負担などで若い人が外食に回せる可処分所得が減っていることもあるのでしょうか。二つ目に、当社は勤続平均11.7年のベテラン従業員が多く、優秀なパートさんにたちに支えられています。将来この方たちが引退することを考えると、人材面でも若い層の確保は必要です。インターンシップの受け入れを始め強化していますが、同時に生産性をさらに高めていきたいですね。

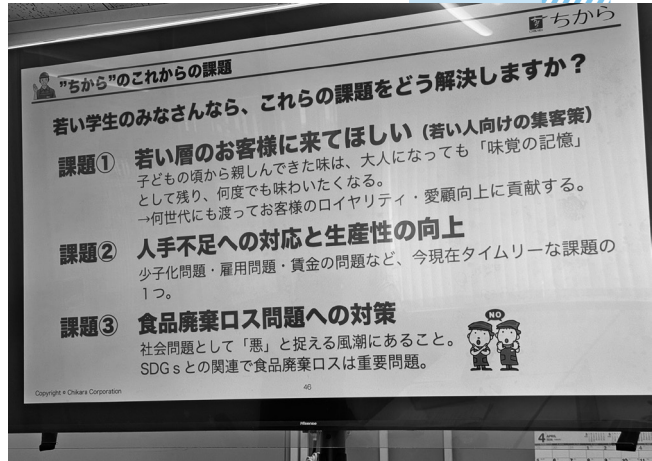
生産性向上については、経営工学の視点から店舗の作業分析に取り組んでいます。一つひとつのタスクの性質を「労働」と「作業」と「仕事」に分類して、当店で最も付加価値の高い「仕事」、つまり調理・接客にかかる時間を重視します。現状分析の結果、店内清掃に一番時間がかかっていることが判りました。今後は、例えば、ロボットやセルフサービスを導入して省力化を図り、人が「仕事」に集中できる環境をつくって生産性を高めていきます。

三つ目、フードロス対策も大きな課題です。例えば、弊社の和菓子は添加物を使用していないため消費期限が短く、売れ残れば廃棄せざるを得ない。「タベテ」というフードシェアの仕組みもありますが、今後はAIで需要予測をし、各店舗で売れる数だけを販売し「売切れ次第終了」とするような方向になっていくと思います。ほかにも、マニュアルの整備や確認テスト、コンテストなども実施中です。

——教科書に載せたくなるような事例の数々！

個人的な今後の目標や、やりたいことなどがあれば教えてください。

**坂垣** 経営に関わる立場にいますので、どうやって自分の知識やノウハウを当社の社員に伝えてゆくか、というのは、すごく考えています。



それから、ブランド力をさらに深めていこうと取り組み始めて、少しずつ変わってきているので引き続きやっていきたいですね。おかげさまでTV番組などで取り上げられて、若いファミリー層にも広がってきています。

個人としては将来的に、中小企業診断士や販売士の資格を活かした活動を、広島以外の地域でもしていけたらいいなと思っています。

——最後に、販売士資格の普及振興に関するご意見やアドバイスを！

**坂垣** 販売士って基本的に身近なんだけど、その背景で実はいろいろな活動をしている。以前、大学の出前授業で講義した際に、一般消費者にとって身近な小売店や飲食店の背景で取り組まれている戦略の具体例について解説したところ、学生が「すごい！」と大変興味を持ってくれました。こういう身近な事例ネタを全国から集めて若い層に紹介していけば、販売士への興味も湧いてくるのではないのでしょうか。

(了)

取材・執筆

日本販売士協会 広報委員 永田るり子  
(1級販売士・登録講師)