

株式会社 成城石井

食のこだわりを伝えるために、
4つの基本を徹底し続けるSUPERMARKET
成城石井

関東・中部・近畿地方に店舗展開をするスーパーマーケットチェーン株式会社成城石井は、「食にこだわり、豊かな社会を創造する」という理念のもと、他のスーパーとは一線を画す高品質商品と高レベルのサービスを提供する。

100店舗を超える規模になった現在も家族的な風土が色濃く、年2回の「経営方針説明会」では、多くの店舗・スタッフを表彰し、現場を尊重するメッセージが幹部から伝えられる。

貫き通す「基本」の徹底

1997年、駅ナカ第一号となるアトし恵比寿店を出店。同店の成功以来、従来の常識にとらわれない多様なフォーマットでの店舗拡大を進めていく。

拡大を進める中でも維持しているのは「挨拶」「クレームレス」「欠品防止」「鮮度管理」の4つの基本の徹底だ。「基本ができていない状態では、どれだけ素晴らしい商品を提案しても、お客さまからは喜ばれない」と代表取締役社長の原昭彦氏。基本の徹底のために、挨

拶やクレームレスなど店舗全体を測る「CSモニター調査」、個人の接客力を測る「お客さま診断」、一般消費者目線で売場の陳列・鮮度を測る「売り場診断」と、3種類の覆面調査を実施している。

調査を導入した当初は、現場から疑問の声があがることもあった。しかし、CS推進室室長の千葉文雄氏が「お客さまにはこちらの都合は関係ない」と強調するように、顧客目線で見ることが必要性を伝え続けた結果、今では結果を素直に受け止めるようになった。これらの調査結果は人事考課にも利用されており、例えば店長評価の6割が各調査結果で決まるなど、非常に重要な指標となっている。

調査結果は、もちろん店舗の改善にも利用される。社長も参加する「ホスピタリティ会議」では、店舗のフォーマット方法を詳細に議論する。この会議では、店長一人一人の特性や、店舗における具体的な人間関係についても議題になるが、「調査結果が芳しくない店舗は、スタッフ間のコミュニケーションは、

問題があることが多い」という。

全員が食にこだわりを持つために

同社はスタッフの教育にも余念がない。パート・アルバイトにも理念勉強会を実施し、入社時には3時間かけて、自社の持つ食へのこだわり、顧客への思いを理解してもらう。また、商品を魅力的に提案できるように、ワインやチーズなどの商品別研修を実施。知識を学ぶだけでなく、実際に試食し、商品の味や特徴を学ぶ。基本ができたうえで魅力的な商品提案ができれば、顧客が喜ぶ。提案が喜ばれば、仕事が楽しくなり、働くことへの誇りにつながる。

店舗拡大は、売上規模を追い求めているわけではない。近くに成城石井が欲しいという顧客のニーズにお応えし、社員の活躍の場を作るための出店だ。「食にこだわり、豊かな社会を創造する」。同社は商品を食べていただく機会やファンを増やし続けていくことによって、理念の実現を目指す。



成城石井の理念や強みをまとめた「成城石井 Basic」。社員だけでなくパート・アルバイト全員に配布され、理念に立ち返り、日々の業務の判断軸となるツールとして活用されている。



日本中・世界中を歩き回り、美味しさと安心・安全にこだわった食品を発掘・開発。食にこだわる人たちのための食のライフスタイルスーパーを標榜する(写真は柿木坂店)。



2013年に麻布十番店の2階にオープンしたレストラン「Le Bar a Vin 52」。高品質な食材を手頃な価格で提供し、成城石井のこだわりを顧客に広めている。

会社概要

- ・代表者：原 昭彦 代表取締役社長
- ・所在地：神奈川県横浜市西区北幸2-9-30 横浜西口加藤ビル5階
- ・設立年月：1927年2月
- ・URL：<http://www.seijoishii.co.jp/>
- ・事業内容：スーパーマーケット、輸入、卸売販売、食品製造、飲食店
- ・展開するブランド：成城石井、Le Bar a Vin 52
- ・社員数：正規820名、パート・アルバイトなど2,609名