

「個店」から「会社」へ社員の意識を変革 徹底した人材育成により事業成長へ

まるまんフィオーレ〈福岡県〉

現在、インターネット通販の発達により、ワンクリックするだけで欲しい商品が手に入るようになった。時間に左右されることなく買えるインターネット通販サイトには、当然、化粧品も販売されており、多くの化粧品専門店が周辺のドラッグストアやGMS・SMだけでなく、通販サイトとも戦う状況になっている。そうした中で、九州各地の駅ビルや商業施設に12の化粧品専門店を展開しているまるまんフィオーレは、丁寧な接客やカウンセリング、肌の手入れなど、実店舗だからこそ提供できる付加価値によって支持を集め、多くの顧客を獲得している。江下貴昭取締役兼統括部長に話を伺った。

実店舗だからこそ得られる 圧倒的な付加価値を提供

福岡県を中心に化粧品 中、まるまんフィオーレ 専門店を12店舗展開しては快進撃を続けてきた。まるまんフィオーレの要因として、人材育成が挙げられる。成が進んだことで店舗スタッフの意識に変化が生じた。また、こうした人材育成には目標を明確化する必要がある。江下氏は「『まるまんフィオーレ』という店では、個人ごとの数値と実績を把握している。事業計画などもしっかりと立てたことで、販売スタッフの意識に変化が生まれ、日々の業務への取り組みにも変化が起きている。」

実感すれば自信につながる。また、様々な項目ごとのつながりも考えている。また、様々な項目ごとのつながりも考えている。また、様々な項目ごとのつながりも考えている。

店舗運営やスタッフの教育・管理などに取り組んでいる江下氏は、「当社では、圧倒的な付加価値を作り出すことを掲げており、その付加価値に魅力を感じたお客様が増えてきている」と語る。流通網の発達により、インターネット通販で化粧品を購入する一般消費者が多く存在している。江下氏に報告



江下貴昭氏

実際の現場を知っているから、フィードバックをしっかりと行い、常に成長できる環境づくりを行っている。また、スタッフに対して目標数値などを明確化することで、組織の一員として業務に取り組む基本姿勢を叩き込んでいる。(江下氏)

また、取り扱っている資生堂やコーセー、アルビオンなどの商品知識を高めるために社内研修を充実させている。さらに、毎月1回、メーカーとの会議や月2回行う店長会を取り組む基本姿勢を叩き込んでいる。(江下氏)

再来店率6割超の経験から 1日3回のミスト活動を徹底

江下氏は印象的な経験として10年前、入社2年目で行った「イオンモールの八幡東店」の新店オープンを挙げる。同社はアルビオンのミ

スト活動などの取り組みが盛んだと知られているが、そのきっかけとなったのがイオンモール八幡東店での取り組みだ。「イオンモール八幡東店では、月500回のミスト活動とサンプリングを行い、アルビオンの再来店率が6割ほどとなるなど、非常にいい結果が出た。ミスト活動を着実に実行することで、再来店につなげると確信した(江下氏)」。こうした経験もあり、ここ5年はミスト活動を積極的に実行している。「スタッフ1人あたり1日3回の目標を掲げており、しっかりと活動しているかどうかは日報などでチェックする。人材育成に加え、ミスト活動などの明確な目標設定によりスタッフが積極的に接客し、さらに豊富な知識で案内できる環境をつくり上げている(江下氏)」。こうした社内意識改革



定期的実施する会議

店舗ブランディングを推進し 「また来たい」と思われる店へ

同社では、実店舗においてはその店の雰囲気づくりだけでなく、メニューを進めている。「『まるまんフィオーレ』の『また来たい』と来店客に思ってもらおう

「当社の社員は、目つきや声かけで楽しい職場にしたい。エネルギーにすることで、地元での満ちあふれており、今後イメージアップにもつながる。また、社員にとって働くことが楽しくなるように工夫を凝らしていきなさい。また、社員にとって働くことが楽しくなるように工夫を凝らしていきなさい。」

イオンモール直方店

「『まるまんフィオーレ』の『また来たい』と来店客に思ってもらおう。統一感や世界観をつくるため、各店舗で使用しているPOPのひな形をつくるなど、ツールを一つにまとめていく。また、社名の『フィオーレ』にちなんで作成した花のデザインを最近リニューアルした店舗などにあしらいつつ、ブランディングを行っている。売場の雰囲気づくりだけでなく、面白いと思っただけの売場構成がセットされており、商



アルフルール大分店



アルフルール博多店



全店共通で使用するPOPフォーマットの一例



まるまんフィオーレロゴ

小売ナビ 美と健康の現場から