

包括的職業能力評価制度整備委員会
(スーパーマーケット業)

活動報告書

平成16年3月

中央職業能力開発協会

はじめに

近年、消費者のライフスタイル・食生活の多様化とニーズの変化は急速に進んでおり、スーパーマーケット業は柔軟な対応を求められている。さらに、消費者の「食の安全と安心」に対する関心が急速に高まっており、この消費者ニーズに対応していくことは業界の重要な課題となっている。

業界の動向としては、外資系スーパーマーケットや大手総合スーパーマーケットなどの積極的な新規出店など競争激化が目立っており、競争力の強化を目的とした経営統合や買収に動く企業もみられる。今後はより一層の店舗運営の効率化と地域の消費者に継続的に支持される総合的な顧客満足の上への取り組みがより一層求められている。

スーパーマーケット業は「まず接客から始まる」といわれる。激しい競争環境の中で、各社は生き残りをかけて、従業員の雇用形態にとらわれることなく、全従業員に対して能力向上に取り組んでいる。

このような状況において、企業の人材ニーズと労働者とを適切にマッチングさせるためには、双方が“共通言語”として理解でき、内外の労働市場で職業能力を適正に評価できる“ものさし”としての客観的な指標が不可欠となる。

このため、厚生労働省では、労働者個々人の個性と能力に対応した多様な働き方ができる労働市場を実現するため、個人は自らが持つ職業能力を、企業は労働者に対して求める職業能力を互いに分かりやすい形で示せるようにするための社会基盤としての職業能力評価制度を整備することとしている。

本委員会では、このような取り組みの一環として、社団法人全国スーパーマーケット協会のご協力の下、スーパーマーケット業における「販売職種（4職務）」「店舗運営職種（1職務）」「商品開発・仕入れ職種（1職務）」「営業企画職種（1職務）」の、計「4職種（7職務）」を「職業能力評価基準」としてとりまとめるに至った。インタビュー調査等にご協力いただいた方々には、心より感謝申し上げます。

本報告書は、第1章でスーパーマーケット業界を取り巻く経営環境の変化と、それに伴う人的資源管理の変化を概観したうえで、第2章では職業能力開発行政の方向性を踏まえた、本委員会における「職業能力評価基準」作成のねらいについて述べている。そして第3章では、本基準のとりまとめに至る委員会活動の経過を記し、第4章では成果物としての本基準の特徴と概要について説明している。さらに、今後の課題については第5章で触れている。

今回作成した本基準が幅広く活用され、社会基盤としての職業能力評価制度の整備・構築が図られること。そして、企業の競争力や生産性の向上、労働者一人ひとりの自己実現につながることを期待される。

平成16年3月

中央職業能力開発協会
包括的職業能力評価制度整備委員会
(スーパーマーケット業)

「包括的職業能力評価制度整備委員会（スーパーマーケット業）」委員名簿

委員氏名	所 属	備 考
大村 博	(株)エム・デー・アイ 代表取締役	座 長
星野 洋一	(株)原信 人事総務部 教育採用担当マネージャー	
宮本 登喜治	(株)丸和 人事部長	
菊池 甚成	(株)ベルセンター 執行役員	
佐藤 文夫	(株)アークス 人材開発グループ マネージャー	
谷口 弘志	(株)マルヤス 人事部長	
関 敏男	(株)フレッセイ 管理部 人事マネージャー	
萬元 英司	(株)バザールフーズ 人事教育部長	
藤原 徹	(株)ぎゅーとら 人事教育課長	
大森 景介	(社)全国スーパーマーケット協会 係長	

(所属は当時)

事 務 局

氏 名	所 属
永瀬 聡子	中央職業能力開発協会 能力評価部 次長
山浦 晃	中央職業能力開発協会 能力評価部 評価制度開発課長
鈴木 孝男	中央職業能力開発協会 能力評価部 評価制度開発課長補佐

事務局支援

氏 名	所 属
大嶋 淳俊	株式会社UFJ 総合研究所 経済・社会政策部 主任研究員
飯島 敏男	株式会社UFJ 総合研究所 国土・地域政策部 主任研究員
平田 薫	株式会社UFJ 総合研究所 経済・社会政策部 主任研究員
谷川 香織	株式会社UFJ 総合研究所 経済・社会政策部 兼 芸術・文化政策センター 研究員
豊島 竹男	株式会社UFJ 総合研究所 経済・社会政策部 研究員

目 次

はじめに
委員名簿

第1章	スーパーマーケット業界を取り巻く現状と課題	1
1.1	経営環境の変化	1
1.2	人的資源管理の現状と課題	3
第2章	職業能力評価基準作成のねらい	5
2.1	職業能力開発行政の方向性 ～社会基盤としての職業能力評価制度の構築～	5
2.2	スーパーマーケット業界における職業能力評価基準の作成	5
第3章	委員会の活動経過	7
3.1	将来像を志向した「職業能力評価基準」の作成	7
3.2	企業調査	8
3.3	委員会審議	11
第4章	職業能力評価基準の特徴と概要	15
4.1	職業能力評価基準作成の考え方	15
第5章	職業能力評価基準の活用に向けた課題	27
5.1	職業能力基準の活用・普及に向けた取組	27
5.2	業界横断的な能力ユニットの活用	28
5.3	職業能力評価基準の維持・管理のための仕組みづくり	29
5.4	職業能力評価制度構築へ向けた更なる取組	29

「スーパーマーケット業」職業能力評価基準

1. 職業能力評価基準におけるレベル区分の考え方
2. スーパーマーケット業におけるキャリア形成の例
3. スーパーマーケット業における職業能力評価基準の全体構成（様式1）
4. 職種別能力ユニット一覧（様式2）
5. 能力ユニット別職業能力評価基準（様式3）
6. 職務概要書

第1章 スーパーマーケット業界を取り巻く現状と課題

1.1 経営環境の変化

1.1.1 わが国経済におけるスーパーマーケット業界の位置づけ

本調査で対象としている「スーパーマーケット業」とは、「食料品を中心に、一部の家庭雑貨も品揃えし、低価格・低マージンで部門別管理を行い、セルフサービスで販売する業態」を指している¹。

経済産業省の商業統計調査では、「食料品の売上構成比率が70%以上で、売り場面積が250㎡以上でセルフ方式の店舗」を「食品スーパー」としている（以下、基本的には「スーパーマーケット業」と記述する）。

その商業統計調査によると、スーパーマーケットは、バブル崩壊後、百貨店や総合スーパーマーケット、食料品専門店などが長期にわたり低迷している中で、商店数、従業者数、年間販売額を安定的に増加させてきたところであり、平成11年の年間販売額は16兆7,480億円、商店数は18,707店、従業者数は74.3万人にまで達した。

順調に市場を拡大してきたスーパーマーケット業ではあるが、昨今では、デフレ傾向が続く経済環境による販売価格の低下や消費の抑制などによって、成長率は鈍化している。また、消費者のライフスタイルの多様化に対応して、近年急速に成長しているコンビニエンス・ストアなど他業態との競合度合いも高まっている。平成14年の商業統計調査によると、スーパーマーケット業の年間販売額は15兆9,032億円であり、平成11年と比較して5.0%の減少であった。これに伴い商店数も平成14年には17,692店に減少している。

1.1.2 最近の業界動向

昨今の「スーパーマーケット業」の現状は、消費者のライフスタイルや食生活の多様化の進展に伴い、消費者ニーズの変化への対応を迫られている。特に共働き世帯や単身者世帯の増加から、スーパーマーケット業においても惣菜の強化・拡充などの動きがみられ、ばら売りを増やしていることなども最近の特徴である。また、夜間に買物をする消費者が都市部を中心に増加していることに対応して、営業時間の拡大に踏み切るスーパーマーケットも最近目立ってきている。

業界の構造についてみると、最大手の企業でも市場シェアは数%に過ぎず、業界の集中度は低い。しかしながら、外資系スーパーマーケットや大手スーパーマーケットなどの積極的な新規出店などから、競争の激化が目立ってきており、競争力の強化を目的とした経営統合や買収に動く企業もみられている。今後もM&Aなどによる業界再編が進むことが予想される。

¹ 社団法人 全国スーパーマーケット協会『スーパーマーケット業界用語集 2000』より

1.1.3 重要課題

上述のような激しい競争環境の中、スーパーマーケット業界の重要課題として以下のような事柄が挙げられる。

(1) 消費者ニーズへの対応

食料品が取り扱いの中心であるスーパーマーケット業の場合、地域の消費者が主要顧客であるため、地域の消費者ニーズを汲み取り、それに対応していくことが必要となる。

また、例えば、最近伸びている惣菜等の中食と呼ばれる分野においては、コンビニエンス・ストア等の競合先に対抗するため、新たな商品・サービスメニューを開発していくことが必要となっている。

(2) 食の安全・安心の提供

最近では BSE（牛海綿状脳症：狂牛病）感染牛の発見や鳥インフルエンザ、残留農薬問題、大手食品メーカーの産地偽装事件などから、消費者の「食の安全」に対する関心が急速に高まっており、この消費者ニーズに対応していくことは業界の重要な課題となっている。

生産履歴証明書の提示や、トレーサビリティ・システムの構築など消費者に対して「食の安全」を保障し、その結果として「安心」を提供していくことが必要となる。

(3) 顧客満足の充実

地域の限られた市場でシェアを争うことになるスーパーマーケット業は、いかに地域の消費者に支持を得られるか、いかに多くの固定客を確保できるかが重要な経営課題となる。

そのためには、商品の品質管理のみならず、接客の向上等を含めたサービス全体の質的改善を徹底し、総合的に顧客満足を充実させていくことが求められている。

(4) 店舗運営の効率化

厳しい経営環境の中、コスト面で大きなウエイトを占める人件費等を効率的に管理していくことが求められている。特に人件費については、業務量の変動にきめ細かく対応するため、多くの企業で既にパートタイム社員等の比率が高くなっているが、サービス水準を維持し、いかに戦力化していくかなども課題となっている。

また、店舗設備や機器類等のハード面および作業マニュアルや教育訓練等ソフト面の標準化を一層進めることによる、店舗運営の効率化が求められている。

1.2 人的資源管理の現状と課題

1.2.1 スーパーマーケット業界における人的資源管理

スーパーマーケット業界は、その発展過程において、流通機構や経営の合理化など先鋭的かつ特徴的な発展を遂げてきたが、その人的資源管理についても同様のことが言える。例えば、スーパーマーケット業界においては従来から、限られた財源の中で時間帯や季節による業務量の変動にきめ細かく対応するため、パートタイマーやアルバイト社員等の有効活用などにより、それらに対応してきた。

前述のような競争激化や昨今の労働市場流動化という動向は、今後も勢いが増すものと思われる。そのため、コスト削減と効率化の重要性、さらにサービス・レベルの向上の観点からも、スーパーマーケット業界の人的資源管理はさらなる進歩が求められている。

以下、スーパーマーケット業界における人的資源管理の課題を列挙する。

- a) 個々の専門能力を生かし、効率性を重視した人事制度・組織体制への移行
年功的な賃金や定期昇給等の見直しに伴う、能力給、職務別賃金、年俸制など能力重視の給与体系への移行
効率的な店舗運営を行うための、パートタイマーやアルバイト社員等の有効活用・育成
人材流動化が進む中で、必要な人材の確保・育成
- b) 公正かつ妥当な評価基準の構築と評価制度の効果的な運用
妥当性、信頼性の高い人事評価システムの構築
コンピテンシーなどの業績達成行動や個人業績の正確な評価
パートタイマーやアルバイト社員等を含む従業員全体への適切な動機付け
- c) 個人のキャリア形成の支援
個人の適性、能力、キャリアプランに応じたキャリアルートの提示
現場重視のOJT教育システムなど、効果的な教育・人材育成システムの構築
社内外の各種資格取得の推進など個人のキャリア形成に関わる支援

1.2.2 今後のスーパーマーケット業界で必要とされる人材

スーパーマーケット業界における業務内容は、販売職種に係る職務（販売・加工、販売、チェッカー、ストアマネジメント）、店舗運営職種に係る職務、商品開発・仕入れや販売方法に係る職務や、営業戦略立案から販売促進施策に係る職務など、多種多様であり、業界で働く従業員の職務内容も多岐にわたる。

(1) 販売等職種に必要とされる人材

現場で直接顧客と接する職種であるため、顧客へのコミュニケーション能力に優れた人材が必要とされる。取扱商品に対するクレーム対応等、特にチェッカーを担当する者にはその要素が強く求められる。それらを前提とした、顧客への提案営業力のある人材や、高い目標を設定し挑戦する人材が必要とされているが、これらの人材を、職務経験の豊富なパートタイマー等に求める傾向が当業界は顕著である。加えて部門責任者には、売場部門の管理（商品・計数・人的資源）ができ、部下の指導育成能力にも長けた人材が求められる。

ストアマネジメントを行う人材は、店舗マネジメント（計数、人的資源）を行う能力を前提として、顧客志向の情報収集と分析、コミュニケーション能力等を有するとともに、部下の指導育成や統率力に長け、戦略的な意志決定ができる人材が必要とされている。特に、地域社会との融合を積極的に心がけることなどにより、周辺から店舗の顔として親しんで貰える様な人材が理想とされる。

(2) 店舗運営職種に必要とされる人材

店舗運営職種は、各店舗の管理・運営支援を行う職種であるため、幅広くかつ高度な知識を持つ人材が必要とされる。

また、本部方針を店舗において実践する橋渡しの役割を担う責任者として、企画力、調整能力とコミュニケーション能力を有するとともに、店舗が抱える課題などに対して、豊富な情報収集と分析力を併せ持ち、創造的な課題解決を提示できる人材が求められている。

(3) 商品開発・仕入れ職種に必要とされる人材

商品開発・仕入れ職種は、取扱商品分野の責任者として商品開発・仕入れにとどまらず販売まで見据えたいいわゆるマーチャンダイジングを担う職種であり、商品に関する高度な専門知識と顧客志向力および幅広い情報収集力を持つ人材が求められている。これにより消費者ニーズを的確に汲み取り、ニーズに即した商品仕入れができることになる。

(4) 営業企画職種に必要とされる人材

営業企画職種は、経営の方向を定める販売戦略立案などの高度で創造的な課題解決や各種の販売促進企画を行う職種として、顧客志向力、企画・発想力を有するとともに、戦略的な意志決定ができる人材が求められている。

【参考文献】

- ・ 『平成 14 年度 商業統計(産業編、品目編)』(経済産業省, 2003 年 10 月)
- ・ 『日経 MJ 流通経済の手引 2004 年版』(日本経済新聞社, 2003 年 10 月)
- ・ 『平成 14 年度 食品スーパー業 調査・共同研究開発事業報告書』
(雇用・能力開発機構 生涯職業能力開発促進センター, 2003 年 3 月)
- ・ 『SM(スーパーマーケット)オペレーションテキスト』(全国スーパーマーケット 協会, 1998 年)
- ・ 『日本スーパー名鑑 04』(商業界, 2003 年 11 月)

第2章 職業能力評価基準作成のねらい

2.1 職業能力開発行政の方向性

～社会基盤としての職業能力評価制度の構築～

第1章で述べたように、急激で構造的な環境変化に直面し、様々な経営課題を抱えるスーパーマーケット業界及び個別企業にとって、過去の成功体験にとらわれずに現状を変革し、それらの経営課題に積極的に取り組み、達成できる人材こそが最大の経営資源であり、企業競争力の源泉でもある。

そこで各企業は、必要とされる職務や人材像を明確化したうえで、それにマッチする人材を社内外から採用・確保し、適材適所に配置することが求められる。そのためには、自社が求める職務や人材像を能力要件として具体化できなければならない。

一方、労働者も企業が示す能力要件に照らして自らの職業能力を把握し、それを第三者に理解できるように示せなければならない。場合によっては、不足している能力の開発・向上に取り組むことも必要となる。

このような状況において、企業の人材ニーズと労働者とを適切にマッチングさせるためには、双方が“共通言語”として理解でき、内外の労働市場で職業能力を適正に評価できる“ものさし”としての「職業能力評価基準」が不可欠となろう。そして、この職業能力評価基準は、“能力が見える社会”の基盤としての職業能力評価制度の構築に向けた第一歩なのである。

2.2 スーパーマーケット業界における職業能力評価基準の作成

中央職業能力開発協会では、厚生労働省の委託事業として「包括的職業能力評価制度整備事業」を推進しているところであり、業種ごとに職業能力評価基準の作成等を行っている。

その一環として、社団法人全国スーパーマーケット協会の協力の下、「包括的職業能力評価制度整備委員会（スーパーマーケット業）」を設置し、スーパーマーケット業界の人材ニーズを踏まえた、「職業能力評価基準」を作成することを目的として、複数の食料品スーパーに対してインタビュー調査（職務分析）を行い、各職務を遂行するために必要な職業能力を整理し、レベル分けなどの体系化をしたうえで、「職業能力評価基準」として取りまとめた。

今回作成した職業能力評価基準を活用することによって、様々な政策展開が可能になるものと考えられる。例えば、企業側が求める人材像や能力要件の明確化と求職者に対する情報提供、労働者個々人の職業能力の診断・証明、ハローワークなどにおける「職業能力評価基準」に基づいたマッチングの実施、キャリア・コンサルティングや職業相談の充実、公共職業訓練コースへの反映などが挙げられる。

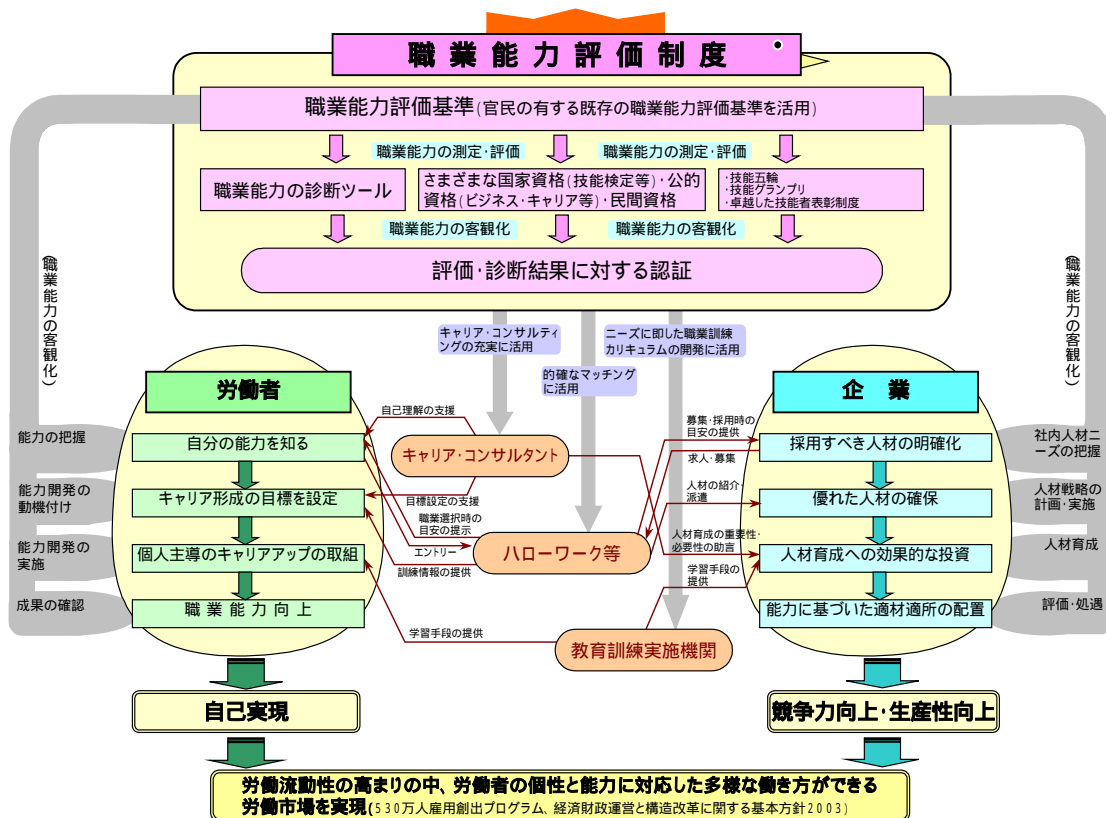
そして、これらの政策展開を通じて労働者、企業ともに大きなメリットが期待される。つまり労働者は、個人主導型のキャリア形成の取り組みにより職業能力の向上が図られ、職業生活における「自己実現」につなげることができる。また企業は、優れた人材の確保や人材育成を行ううえで効率的な投資が図られ、職業能力に基づいた適材適所の人材

配置を通じて「競争力向上・生産性向上」につなげることができる（図表2-1）。

わが国では人材こそがもっとも貴重な経営資源であり、いかに労働者の個性や能力を引き出し、活性化できるかどうか、今後、国際化する中で日本企業が生き抜いていくための鍵となる。

わが国においても、「職業能力評価基準」の幅広い活用と政策への展開を通じて、社会基盤としての職業能力評価制度の整備・構築が図られること、そして、労働者一人ひとりの能力が適正に評価され、将来に向けたキャリア形成の目標が描ける“能力が見える社会”が実現することが期待される。

図表2-1 社会基盤としての職業能力評価制度



第3章 委員会の活動経過

3.1 将来像を志向した「職業能力評価基準」の作成

スーパーマーケット業界が直面する課題は、「1.1.3 重要課題」に記載したように高度化・複雑化している。本基準の作成においては、単に現状を分析するだけでなく、従来あまり取り上げられていなかった、業界をとりまく新しいトレンド、重要な課題を汲み取る必要がある。そのため、スーパーマーケットの今後のあり方、スーパーマーケット業が発展するための将来像をイメージし、前向きな課題解決の要素を盛り込んでいく。

前述の重要課題に対しては、次のような視点で本基準を作成した。

(1) 「消費者ニーズへの対応」への対処としての「職業能力評価基準」の作成

「消費者ニーズへの対応」への対処としては、顧客ニーズの収集や市場調査に関する職務遂行のための基準を充実させるに止まらず、地域社会との融合等から、地域社会への貢献につながる視点も盛り込むことにより、地域における消費者ニーズへの対応を重視し本基準作りに努めた。

(2) 「食の安全・安心の提供」への対処としての「職業能力評価基準」の作成

「食の安全・安心の提供」への対処としては、店舗において消費者が求める「安全」で「安心」な商品を提供するために必要な内容を考慮し、本基準を作成している。特に正しい商品知識の説明や提示、商品履歴の管理等新たな課題への対応を充実させている。他にも商品の安全・衛生管理や衛生的な貯蔵・陳列などを重視し作成した。

(3) 「顧客サービスの充実」への対処としての「職業能力評価基準」の作成

「顧客サービスの充実」への対処としては、特に接客に関する基準内容の充実に努めることにより、顧客満足度を高めるための施策立案、さらにその施策を実施し検証する、一連のプロセスで本基準を作成している。

さらに、クレームやトラブルについては、事後処理で対応するのみでなく、事前に防止するために必要な職務遂行基準の内容を充実させ、より前向きな姿勢を重視している。

(4) 「店舗運営の効率化」への対処としての「職業能力評価基準」の作成

「店舗運営の効率化」への対処としては、特に本部と店舗のつながりを重視し、本部の施策等が店舗において効率的に運用されるよう考慮して本基準を作成するとともに、販売職種における人材育成や指導の徹底等を充実させ、現業部門の効率化のための職務遂行のための基準を充実させている。

3.2 企業調査

3.2.1 一次調査

(1) 調査の目的・内容

一次調査では、食品スーパーマーケット業における各職務の特徴や課題を抽出するために、協力団体の会員企業からインタビュー調査対象を選定し、対象職種についてのインタビュー調査を行った。

一次調査のインタビューは、対象職種の職種別・レベル別の現状にとどまらず、今後のあるべき姿を反映した「職業能力評価基準」を策定することに留意して行った。

調査に際しては、予め「平成14年度 食品スーパー業 調査・共同研究開発事業報告書」(雇用・能力開発機構 生涯職業能力開発促進センター)等の既存文献や関連データ等の収集・分析によってインタビューシート(業界の現状、評価基準活用例、職業能力評価基準仮説)を作成し、インタビューを効率的に進めるよう工夫した。

(2) 調査対象

インタビュー調査の実施状況は次のとおりである。

・実施対象企業： 食品スーパーマーケット業 3社

企業名	実施日	対象者
食品スーパーマーケット業 A社	10月21日	店長、人事総務部長、グロサリートレーナー レジトレーナー、グロサリーチーフ、 商品部長
	10月22日	店舗運営部長 グロサリーバイヤー
食品スーパーマーケット業 B社	11月6日	店長 チェッカーチーフ、グロサリーチーフ、水産チーフ 水産担当、グロサリー担当、チェッカー担当
	11月7日	人事部人事教育マネージャー 商品部取締役、水産GM、グロサリーGM チェッカートレーナー、店舗運営GM
食品スーパーマーケット業 C社	11月20日	店長 水産チーフ、チェッカーチーフ
	11月21日	人事部人事教育課長 営業部長(商品・店舗運営兼務) グロサリーバイヤー、水産バイヤー 水産トレーナー、チェッカートレーナー

職務名は各社固有の肩書きによらず一般化し表記している。

(3) 調査結果

各職務内容についての文献調査、インタビュー調査をとりまとめ、第一次調査の結果、各職務についての「職業能力評価基準」(案)を作成した。

3.2.2 二次調査

(1) 調査の目的・内容

第二次調査は、第一次調査の結果作成した「基準(案)」の内容について、精度を高め内容の充実を図るため実施した。さらに、当委員会等の討議等において提言された、テーマ・課題等について検証調査を行った。

調査の主な目的は以下のとおりである。

第一次調査の調査対象分野について、作成した基準(案)について委員会討議等を踏まえ再検証を行う。

新たに調査対象となった、食肉・総菜等の分野に係る、基準(案)を作成することを目的に、各職務の特徴や課題を抽出するための聞き取りを行う。

「コンプライアンス」、「品質管理」、「食の安全・安心」、「地域社会貢献」、「クレーム・トラブル対応」など、同業界において重要性を増している課題やテーマについて、それらに対応する基準(案)を作成することを目的に各職務の特徴や課題を抽出するための聞き取りを行う。

(2) 調査対象

インタビュー調査の実施状況は次のとおりである。

・実施対象企業： 食品スーパーマーケット業 4社

企業名	実施日	対象者
食品スーパーマーケット業 D社	2月13日	人事部長、商品部次長、生鮮(農産)バイヤー 青果チーフ、精肉バイヤー、商品部惣菜担当 日配チーフ
食品スーパーマーケット業 E社	3月15日	人事総務マネージャー、店舗運営部長 店舗運営部長(トレーナー担当)、商品部長 生鮮(青果)バイヤー、水産スーパーバイザー 日配スーパーバイザー 食品スーパーバイザー(グロサリー担当) 店長、接客担当トレーナー
食品スーパーマーケット業 C社	3月17日	人事教育課長、惣菜アシスタントトレーナー 食肉アシスタントトレーナー
食品スーパーマーケット業 A社	3月23日	人事総務部長(コンプライアンス担当、品質管理責任者)、環境・労働安全担当マネージャー 生鮮(青果)チーフバイヤー 店舗運営部エリアマネージャー、技術サポート部長、 青果技術サポート、水産技術サポート 食肉技術サポート、惣菜技術サポート グロサリー(兼日配)技術サポート チェックアウトトレーナー

職務名は各社固有の肩書きによらず一般化し表記している。

(3) 調査結果

調査結果を踏まえ、(図表 4-2)(P-20)の職種、職務区分について基準を作成した。また、委員会での議論を踏まえ、「コンプライアンス」、「CS(顧客満足)の推進」、「食の安全・安心」、「地域社会への貢献」など、スーパーマーケット業界において重要性を増している課題に対処するために求められる能力を、これら全職種の共通能力ユニットとして整理した。

3.3 委員会審議

3.3.1. 第一回委員会

<議題および議事概要>

- () 事業趣旨の確認
～職業能力が適正に評価される社会の基盤づくり
- () 各委員会における各委員の役割(協力依頼事項)
～職務分析、基準作成、記述内容のチェック
- () 能力評価基準のフレームワーク
～職務を細分化していく
- () 今後の取組の流れの確認
- () 対象職務の絞り込みについて
～業界内の各職務分野をできるだけカバー。まずはニーズの高いところから
- () 基準作成のための調査の具体的な進め方について

議題()～()について、資料説明を通じて内容を確認し、認識を共有した。

議題()については、イ)「チーフ」職の業務内容の明確化、ロ)「バイヤー」「店長」の掘り下げ、ハ)「チェッカー」の追加(重要だが大半がパートタイマーの為)、ニ)「トレーナー」職の追加(強化が課題)といった意見が出された。また、ホ)パートタイマーの戦力化も課題となっているとの意見も出された。

そこで、これらを踏まえて、第一次調査の対象職務(案)を以下のとおりとした。

- () 「マネジメント関連能力、思考・行動特性」等、「共通能力ユニット」で求められる能力の調査

販売に係る(担当者)(チーフ)(トレーナー・スーパーバイザー)等
店舗運営に係る(店長)等
仕入れ・商品開発に係る(バイヤー)等
本部サイドの「商品部長」「店舗運営部長」等

- () 「取扱商品」によって異なる、「選択能力ユニット」で求められる能力の調査
水産部門、 グロサリー部門、 チェッカー部門

議題()については、イ)座長を始め、(社)全国スーパーマーケット協会、本委員会の各委員からの協力を仰ぎながらインタビュー調査のたたき台を作成すること、ロ)具体的なインタビュー協力企業については、(社)全国スーパーマーケット協会および中央職業能力開発協会との調整後、各委員の所属企業に依頼することとした。

< 議題および議事概要 >

- () 第一次調査結果報告
第二次調査を行うことを前提とした中間報告としての位置づけ。
第一次調査結果である職業能力基準案、キャリアルート等の説明。
- () 第二次調査の実施に向けて
一次調査結果の精査と新たな調査対象分野の追加。
- () 能力評価基準の活用について
スーパーマーケット資格制度「S検」²等、能力評価基準の活用方策。
- () 能力評価事業の今後の進め方について
- () その他

議題()については、キャリアルート、全体構成のアウトラインに対して委員の了解が得られた。また、イ)「S検」の枠組みを精査した上で連動させることで独自性を出したい、ロ)社長の哲学や心を伝える役割はどこが担うのか検討してほしい、ハ)やる気ができる資格制度にしてほしいといった要望や、ニ)店長の職務として「地域社会との接点」が必要、ホ)ローカルスーパーの独自性を出すのに「仕入れ」(自社商品開発を含む)が重要との意見があった。

議題()では、まず委員ならびに会員企業に対して、インタビュー調査への協力を要請した。そして、イ)青果、精肉、惣菜、日配を新たに調査対象分野とすること、ロ)併せて第一次調査の精査も行うこと、ハ)レベルごとの役割分担や職務の全体像を把握している人を調査対象者としてほしいこと(具体的には、担当者よりも上位職務：バイヤー、トレーナーなどを想定)などを確認した。

議題()については、職業能力評価基準が同業界のレベルをあげることを目的とし、「S検」の裏付けとなるものであることから、業界としても前向きに取りこんでいく旨、意識の共有がなされた。

議題()では、イ)将来、本基準をハローワーク等のキャリア・コンサルティング場面で活用することも想定していること、ロ)業界へのフィードバックから、業界団体等によるモデル事業の実施について、事務局より説明がなされ意識を共有した。

² 社団法人 全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度

< 議題および議事概要 >

- | |
|---|
| <p>() 能力評価基準(案)について</p> <p>() 能力評価基準の活用について
スーパーマーケット資格制度(S検)全体図の説明。</p> <p>() その他
2月に公表された事務系職務の能力評価基準に関する資料説明。</p> |
|---|

議題()については、主な意見として以下のようなものがあつた。

全体構成図について

- ・イ)「販売促進課長」「販売促進部長」という言葉には違和感があり、「バイヤー」か「店舗運営部長」にする。ロ)「販売促進」は職務分野として狭いため、「営業企画」とするなどの意見が出された。また、ハ)構成図における職務名の例示は、最終的には削除することとした。

「能力ユニット」「能力細目(エレメント)」一覧について

- ・イ)「能力ユニット」「能力細目」は、前回と比較して良く整理されている、との意見の一方、ロ)レベル間の横での比較ができるように表を組み替え、レベル間の違いや「能力ユニット」漏れをチェックしてはどうかとの提言があつた。

追加・修正すべき「能力ユニット」「能力細目」について

- ・イ)商品の情報表示、トレーサビリティの問題の重要度が近年増していることに鑑み、販売共通のレベル2に顧客への説明能力を示すユニットが必要、ロ)「クレームへの対応」のような後追いではなく、自発的なものとしての「品質管理」が欠如、ハ)食品の安全と安心の確保が大きな問題である、ニ)コンプライアンスは非常に重要な概念であること、などといった意見が出された。
- ・特に食品の「安全・安心」については、食品が「安全」であることを検証することと「安心」であることを担保することが求められていること、安心の担保は、従来は本部の所轄だったが今は現場で戦うための重要な武器となっていること、これらの情報をいかに発信していくかが今後の差別化の要因となることなどから、「能力ユニット」「能力細目」にいかに反映させるか期待しているとの意見があつた。
- ・また、法務、物流、店舗開発については、重要な職務ではあるが既に完成しているホワイトカラー部分との連動になることから、今後の課題とすることが確認された。
- ・これらの意見・要望に対し、事務局より、スーパーマーケット業が発展するための理想形をイメージし、前向きな課題解決の要素を取り入れていきたいとの修正方針が出され、当委員会の共通認識とした。

議題()については、以下のような主な意見・要望が出された。

- ・イ) 資格制度(S 検)などで能力基準が明確化され、他業界から当スーパーマーケット業界に移動するきっかけになればと期待している、ロ) 職業能力評価基準とスーパーマーケット検定をすりあわせていきたい等の意見があった。

3.3.4. 第四回委員会

< 議題および議事概要 >

- () 本委員会の活動報告書案について
- () 職業能力評価基準の修正案について
- () その他
 - ・ 6月に公表された電気機械器具製造業における能力評価基準に関する資料説明。
 - ・ スーパーマーケット資格制度(S 検)の今後について説明。

議題()については、主な意見として以下のようなものがあった。

本報告書において、当業界としてお客様に対する「食の安全・安心」を前面に打ち出すこととしたい。

当業界においてはパートタイマー社員等の呼称が一般的であるため、本報告書の中では「パートタイマー社員」と呼称を統一することとした。

男女同一労働・同一賃金等の諸問題も含め、業界として何事に対しても常に前向きに取り組んでいきたい。

本報告書の中で使用されている業界用語については、上記にもあるように常に前向きな姿勢を表現したい。

平行して(社)全国スーパーマーケット協会が発行している用語集も、内容を精査する時期に来ているのではないかと。

職務概要書の記述内容を、以上の討議内容等を踏まえ精査・修正する。

議題()については、主な意見として以下のようなものがあった。

「店舗管理」職務は単店を対象に、「店舗運営」職務は全店又はブロック単位を対象に設定している。

単店のイメージをアピールするため、「店舗管理」を「ストアマネジメント」に変更することとした。

基準の中身については各委員がそれぞれ持ち帰り、1週間程度を目途に事務局に提言することとし、それを受けて、最終的なとりまとめを行うこととした。

議題()については、主な意見として以下のようなものがあった。

(社)全国スーパーマーケット協会から「S検」の普及推進のため、今年度「職業能力評価制度普及促進のためのモデル実施事業」に取り組む旨報告された。

第4章 職業能力評価基準の特徴と概要

本章では、今回作成したスーパーマーケット業における「職業能力評価基準」の特徴や枠組み、全体構成等について説明する。

なお、ここに至るまでの本委員会の活動経過については、第3章を参照されたい。

4.1 職業能力評価基準作成の考え方

4.1.1 職業能力評価基準の特徴と枠組み

(1) 職業能力評価基準の特徴

「職業能力評価基準」とは、「企業等の就労場面において、労働者が発揮することを期待される仕事上の成果につながる行動と、そのために必要な技能・技術及び知識を職務別に記述したもの」である。

第2章でも述べたとおり、労働移動が活発化する中、企業の人材ニーズと労働者の職業能力とを適切にマッチングさせるためには、双方が“共通言語”として理解でき、内外の労働市場で職業能力を適正に評価できる“ものさし”としての「職業能力評価基準」が不可欠となる。

そこで、このスーパーマーケット業における「職業能力評価基準」は、企業や団体に実際に求められる実践的な職業能力を具体的に記述することとしている。また、個々の企業によって異なる職務構成や労働者一人ひとりの職務内容に柔軟に対応できるような枠組みとなっている。特徴としては、以下の4点を挙げることができる。

- a) 社団法人全国スーパーマーケット協会の協力の下、複数の企業に対してインタビュー調査（職務分析）を行い、スーパーマーケット業界の人材ニーズを踏まえて作成していること。
- b) 仕事を効果的、効率的に遂行するために保有すべき「知識」ととどまらず、求められる「技能・技術」及び「成果につながる行動」を具体的に記述していること。
- c) 仕事の内容を一定の単位（能力ユニット）ごとに細分化し、それらを組み合わせることで、企業ごとの職務構成や労働者一人ひとりの多様な職務内容に対応できること。
- d) 職業能力を評価する基準であると同時に、キャリア形成や能力開発の指針として活用できること。

(2) 職業能力評価基準の枠組み

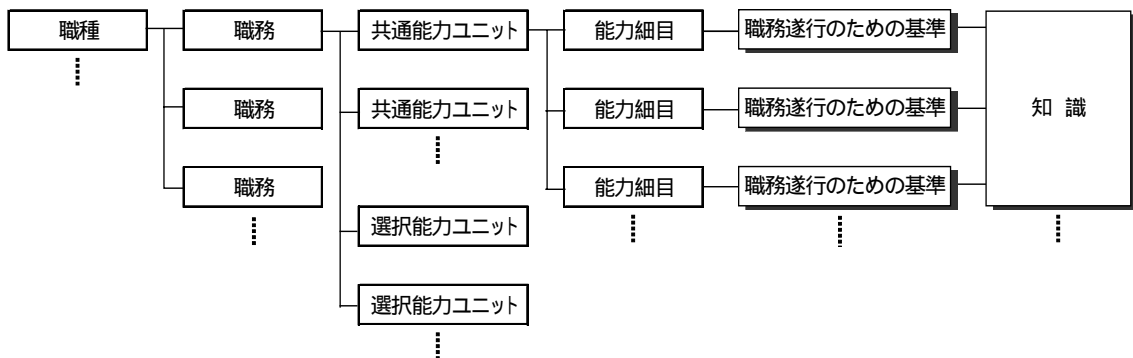
本基準は、「スーパーマーケット業にはどのような仕事があり、それらはどのような内容なのか」を明らかにするために企業調査による職務分析を行い、このデータを基にして「その仕事を遂行するために必要な職業能力」を整理したうえで記述している。

しかし、個々の企業の職務構成や、労働者一人ひとりが担っている職務内容は様ではなく、それらを一律に記述することは困難である。

そこで、仕事の内容を、「職種」「職務」「課業」とブレイクダウン（細分化）し、課業ごとに求められる職業能力を記述している。そして、本報告書では、この能力記述の単位を「能力ユニット」と呼んでいる。能力ユニットには、「共通能力ユニット」「選択能力ユニット」の2種類が設定されている。

また、能力ユニットをさらに数項目の「能力細目」に細分化したうえで、「職務遂行のための基準」と「知識」を記述している。このように、本基準は（図表 4-1）のような階層をもって枠組みが構成されている。

図表 4-1 職業能力評価基準の枠組み



(3)「職業能力評価基準」で用いる用語の定義

「職業能力評価基準」の枠組みで用いる用語の定義は、以下のとおりである。

職種.....仕事の内容や性質が類似している「職務」をくくったもの。

職務.....概ね1人の労働者が、責任をもって遂行すべき精神的、肉体的活動を要する仕事の集まりのことを指し、1つもしくは複数の「課業」から構成される。

課業.....企業・団体の組織活動に必要な機能や役割を個々の労働者に割り当てる際に、有意義に分割しうる最小の活動単位のこと。単なる「作業」や「動作」ではなく、達成すべき目的があり、それ自体が仕事として1つのまとまりをもっている。

能力ユニット.....仕事を効果的、効率的に遂行するために必要な職業能力を、概ね「課業」単位でくくったものである。「能力ユニット」には、以下の2種類が設定されている。そして、各々の「能力ユニット」は基本的に複数の「能力細目」から構成される。

共通能力ユニット.....職務の別によらず、職種に共通して求められる能力。

選択能力ユニット.....各職務の遂行のために固有に求められる能力。

能力細目.....「能力ユニット」の内容をさらに細分化したもので、概ね「作業」単位でくくった能力の要素を表している。

職務遂行のための基準.....その「能力細目」の仕事を実際に遂行できるか否かの判断基準となる典型的な行動例や技能・技術を列挙したもの。いわゆる「コンピテンシー」と呼ばれる行動特性・思考特性をも含んだ内容となっている。

知識.....その「能力ユニット」に対応する課業を遂行するために、前提として必要となる知識を表している。

なお、ここでは「仕事」という用語を、「期待される成果をあげるために、労働者が精神的、肉体的労力を投入する過程」という一般的な意味で用いている。

「本基準で使用される業界用語等について」

本基準で用いているスーパーマーケット業界の業界用語および比較的新しい概念で説明が必要と思われる重要な用語については、一覧表に整理した。必ずしも全ての企業、場面で使用されていると断定できないが、各社、各人の解釈が異なることで、“職務遂行のための基準”の意味が正しく伝わらないことを防ぐために、統一的に使用している。

【販売共通】

用語	用語の使い方（誰がどんな目的で使用しているかの意味合い）
CS (customersatisfaction)	お客様がお店で商品、サービスなど、各々にとって納得できる価値を見いだすことである。また、お店はお客様が満足しうる商品やサービスを提供しなければならないと言える。ただ、時代とともにお客様側の価値観やライフスタイル等が多様化・個性化している昨今、顧客ニーズをいかに反映させていくかが課題となっている。
クレンリネス	単なる清潔さを意味するクリーンの名詞形クリーンネスとは区別される。きれいさを意味するクリンリーの名詞形であるクレンリネスは店舗内外が磨きあげられ、きれいなことを言う。お客様が心地よく買い物ができるよう、床や什器、陳列棚など設備はもちろん、従業員の服装や見出しなみも清潔に保たなければならない。
ホスピタリティ	サービスの基本となる、お客さまの立場に立つもてなしの心を言う。マニュアル通りの接客に、このホスピタリティを加えることにより、接客対応の幅も広がり、質も高くなる。お客様の立場に立つということは、いつでもお客様の気持ちを理解し行動することである。
トレーサビリティ	原材料の出所や食品の製造元、販売先等の記録を記帳・保管し、食品とその情報とを追跡できるようにすることで、食品の安全性に関して予期せぬ問題が生じた際の原因究明や問題食品の追跡・回収を容易にするとともに、「農場から食卓まで」の過程を明らかにすることで、食品の安全性や品質表示に対する消費者の信頼確保に資するものである。
ゴンドラ	スーパーマーケットにある、冷ケース以外でドライグロスリー商品を陳列している多段の棚のこと。
商品ミックス	売価設定において、値入の高い物と低い物など値入率（高）の違う物を組み合わせて売価を設定すること。
人時生産性	従業員一人の1時間当たりの売上高、素利益高のこと。通常は素利益高を使う。人時は、作業計画を立案するときや、作業割当を創るとき基礎となる数字である。 人時生産性 = 素利益高 / 総労働時間 / 従業員数
POP (point of purchase) ショーカード	POPとは通常スーパーマーケットでは、売場に掲示される商品説明や価格を書いた広告表示物（サイズB5～B4）のことを言う。販売したい商品の具体的な訴求を行うのに有効である。広義には、店頭、店内におけるすべての広告表示物を指す。ショーカードとはPOP広告の1種類であり、商品説明カードのことを指す。
インストア プロモーション	店内で展開されるトータルな販売促進手法を指し、店外での販売手法と明確に区別される。来店客の目にとまるように工夫されるPOP類や、売場演出・陳列アクセントから、タイムサービス・日替わりサービス・催事コーナー販促・デモンストレーション・プレミアム付き販売など、範囲は広い。
LSP (labor scheduling program)	作業量を予測し、人時で把握して、必要とされる人員体制を計画すること、またはその計画のこと。ヒトに作業を割り振るのではなく、作業にヒトを割り振るのがポイントである。
平台 (flat display case)	棚なしの平らな陳列台のこと。青果では平台に傾斜をつけた傾斜平台が用いられることも多い。
フェース取り、 フェイスング	陳列棚に商品を何列並べるかを定めること。

【チェッカー部門】

用語	用語の使い方（誰がどんな目的で使用しているかの意味合い）
サッカー （サッカー台）	お客さまが買われた商品を袋に詰める台のこと。売場に対して、レジの反対側に設置される。台にはゼロハンテープや梱包紐などの消耗品、台を拭くダスターなどを備え、お客様の袋詰めがしやすいような環境が整えられている。
ドロア	ドロアとはレジスター内の現金の保管場所を言う。
人時登録高、 人時接客客数	チェッカー一人の1時間当たりの登録高、接客数のこと。人時は、作業計画を立案するときや、作業割当を創るとき基礎となる数字である。
バンドル商品	バンドルとは「束」という意味。本来は1つつつ売る商品を2個以上束ねて売る販売方法のこと。1個売りの場合より、1個当たりの価格が割安になるよう価格設定をする。

【本部】

用語	用語の使い方（誰がどんな目的で使用しているかの意味合い）
CRM (Customer Relationship Management)	顧客の性別・年齢等の属性情報や、店舗、購入記録、意見など企業との接点となる各種の情報を一元的に管理し、企業全体で共有・活用する仕組みが前提となるマネジメントの考え方。顧客との関係性の形成・維持を行うあらゆる企業活動を統合的に管理する概念で FSP もこの概念に含まれる。
FSP(Frequent Shopper Program)	顧客を購入金額や来店頻度によって分類し、分類ごとにサービスや特典を変えることによって効率的な販売戦略を展開し、「優良顧客の維持」、「見込み客の優良顧客への育成」を実行するプログラムで、ポイントカードによる会員制度として普及している。
POS （Point of Sale） システム	販売時点情報管理システムと訳され、経済産業省によると「POSシステムとは、光学式自動読み取り方式のレジスターにより、単品別に収集した販売情報や仕入れ、配送などの段階で発生する各種の情報をコンピュータに送り、各部門がそれぞれの目的に応じて有効利用できるような情報に処理・加工し、伝送するシステム」と言われている。
PB （Private Brand） 商品	厳密には小売企業が自らの力で商品を調達し、集荷した開発商品のことを指し、ナショナル・ブランドに対抗するストア・ブランドとは別のもので規定されているが、実際にはストア・ブランドと同義的に使われる場合が多い。
マーチャンダイズ グ (merchandising)	商品開発から仕入れ、売価決定、販売促進ほか、顧客に販売するまでの商品に関するすべての活動をいい、商品化計画と訳される。その責任者をマーチャンダイザーというが、スーパーマーケット業では商品開発・仕入業務を担当するバイヤーがその役割を担うケースも多い。

出所：(社)全国スーパーマーケット協会『スーパーマーケット業界用語集 2000』

『食品商業臨時増刊号 青果の教科書』(株)商業界

『食品商業臨時増刊号 レジチェッカーの教科書』(株)商業界

『食品商業臨時増刊号 チーフの教科書』(株)商業界

農林水産省：<http://www.maff.go.jp/>

4.1.2 スーパーマーケット業における職業能力評価基準の全体構成

(1) 職業能力評価基準の全体像と対象職務(様式1)

様式1は、職業能力評価基準を作成した全ての職種・職務を一覧形式で示したものである。スーパーマーケット業に特徴的な職種のうち、販売職種(販売・加工、販売、チェッカー、ストアマネジメントの4職務)、店舗運営職種、商品開発・仕入れ職種、営業戦略や販売促進施策等を担当する営業企画職種を取り上げた(図表4-2)。

なお、本部における事務系職種(経営企画、人事・労務・能力開発、法務・総務、経理・財務、情報・事務管理、物流管理等)については、「事務系職種の職業能力評価基準」が作成されていることから、本調査では対象から除外している。

図表4-2 スーパーマーケット業における職業能力評価基準の全体構成(様式1)

職種	職務	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
販売	販売				
	販売・加工				
	チェッカー				
	ストアマネジメント				
店舗運営	店舗運営				
商品開発・仕入れ	商品開発・仕入れ				
営業企画	営業企画				

注1) 整備された職務範囲を網掛け部分で表している。

注2) 網掛け部分のレベル枠が基準の存在を表している。

(2) 職業能力評価基準におけるレベル区分の考え方

本基準では、企業において期待される役割に着目して、担当者から部長・部門長相当までを、レベル1（販売担当者）、レベル2（販売部門責任者）、レベル3（単店の責任者又は本社中規模組織の担当責任者）、レベル4（本社大規模組織の統括責任者）と、大きく4つのレベルに区分している（**図表4-3**）。

図表4-3 職業能力評価基準におけるレベル区分の考え方

レベル区分	レベル区分の目安	想定レベル
レベル4	<ul style="list-style-type: none"> ・全社的な基準や制度の改正等、広範かつ統合的な判断及び意思決定を行い、企業利益を先導・創造する業務を遂行するために必要な能力水準 ・顧客の意見やニーズを企業の政策に反映させ、事業展開や経営方針の企画・立案・決定に参画するために必要な能力水準 ・安全・安心を常に顧客に提供できるようリスク管理を行い、必要時の対応等、統括責任者の立場として業務を遂行するために必要な能力水準 	<p>統括責任者 （本社大規模組織の マネジメント）</p>
レベル3	<ul style="list-style-type: none"> ・担当責任者として、上位方針を踏まえて管理運営、計画作成、業務遂行、問題解決等を行うことにより、企業利益を創出する業務を遂行するために必要な能力 ・顧客の意見やニーズ等の情報を担当店舗等から収集し、店舗運営や商品購買等、担当部門の責任者の立場として業務を遂行するために必要な能力水準 ・安全・安心を常に顧客に提供できるようリスク管理を行い、必要時の対応等、担当責任者の立場で業務を遂行するため必要な能力水準 ・担当地域の店舗運営や担当分野の商品購買など、担当部門における運営業務を遂行するために必要な能力水準 ・自店舗の管理運営業務を遂行するために必要な能力水準 	<p>担当責任者 （店舗のマネジメント） （本社中規模組織の マネジメント）</p>
レベル2	<ul style="list-style-type: none"> ・担当売場の中心メンバーとして、創意工夫を凝らして自主的な判断、改善、提案を行いながら業務を遂行するために必要な能力水準 ・自己の担当売場において顧客の意見を吸い上げ、ニーズを発見・整理し、売場環境の改善等を上申するなど、積極的な業務を遂行するために必要な能力水準 ・自己の担当売場を中心に、安全・安心を顧客に提供できるように配慮しながら業務を遂行するために必要な能力水準 	<p>販売部門責任者</p>
レベル1	<ul style="list-style-type: none"> ・担当者として、上司の指示・助言を踏まえて定例的業務を確実に遂行するために必要な能力水準 ・自己の担当売場において、顧客の意見等からニーズを発見し、通常の業務に反映できる能力水準 ・自己の担当売場において、安全・安心を顧客に提供することを通常業務で配慮できる能力水準 	<p>販売担当者</p>

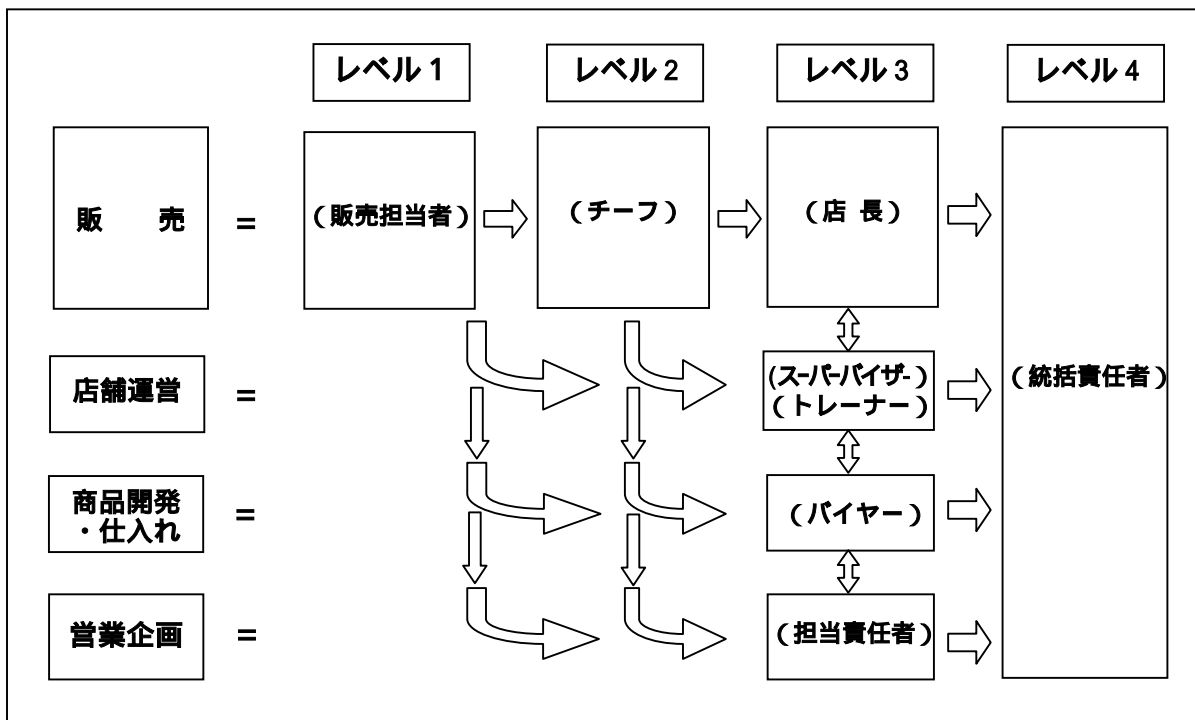
注) 社員・パートタイマー等雇用形態を問わず、上記業務を担っている人を想定している。

(3) 職業能力評価基準におけるキャリア形成の例示

また本基準では、労働者のキャリア形成の参考として、当業界で一般的と思われるキャリア・パスを例示している。

スーパーマーケット業では、特定の狭い領域に特化してキャリアを深める場合もあるが、人事異動を通じて相互に関連するいくつかの職務を経験しながらキャリアの幅を広げていく場合、すなわち、店舗における販売担当者（レベル1）として現場での経験を積んだ上で各職務を経験していくルート为例示した。

図表 4-4 キャリア・パスの例示



注):()内の職務名は例示であり、実際とは異なる場合がある。

(4) 職種別能力ユニット一覧(様式2)

本基準では、個々の企業の職務構成や労働者一人ひとりの職務内容の違いを「能力ユニット」の組み合わせにより反映できるように、「職種別能力ユニット一覧」という形で示している(図表4-5)。

「共通能力ユニット」では、個々の労働者の具体的な担当職務にかかわらず、その職種の仕事を遂行するうえで不可欠となる職業能力を設定している。一方、「選択能力ユニット」は、それぞれの担当職務に応じて異なってくる課業に対応する職業能力を設定しており、これらの中から、個々の労働者の担当職務に応じて1つもしくは複数個の能力ユニットを選択できる仕組みとなっている。

これら共通能力ユニットと選択能力ユニットを組み合わせることにより、個々の労働者の職務内容に応じた職業能力評価基準とすることができる。

また、共通能力ユニットとしては、委員会での議論を踏まえ、「コンプライアンス」、「CS(顧客満足)の推進」、「食の安全・安心」、「地域社会への貢献」などスーパーマーケット業界において重要性を増している課題に対応するために求められる能力についても整理した。

なお、各能力ユニットには、以下のような考え方で固有の番号を付している。

業種	選択区分	能力ユニット	レベル範囲
連番の数字2桁で表記 (スーパーマーケット業: 08)。	英大文字1桁。 C(共通能力ユニット) S(選択能力ユニット)	選択区分内で連番の数字3桁(001~999)。	英大文字Lに続けて、当該ユニットの範囲を数字2桁で示す。 (例1:レベル2)L22 (例1:レベル3~4)L34
<例>			
CS(顧客満足)の推進(店舗)(レベル1,2)		08C004L12	
人事労務管理(店舗)(レベル3)		08C024L33	

図表 4-5 職種別能力ユニット一覧（様式 2）の例示

職種名	販 売
仕事内容	店舗における管理、販売、調理・加工、チェックアウト業務を行う仕事。 業務内容に応じて「販売」、「販売・加工」、「チェッカー」及び「ストアマネジメント」の4つの職務に区分される。

< 共通能力ユニット >

職務	能力ユニット名	L 1	L 2	L 3	L 4
職務共通	コンプライアンス（店舗）	08C001L11	08C002L22	08C003L33	
	CS（顧客満足）の推進（店舗）	08C004L12		08C005L33	
	地域社会への貢献（店舗）	08C006L12		08C007L33	
	食の安全・安心の提供（店舗）	08C008L11	08C009L22	08C010L33	
	接客（店舗）	08C011L11	08C012L22	08C013L33	
	顧客ニーズの把握（店舗）		08C014L22	08C015L33	
	クレーム・トラブル対応（店舗）	08C016L12		08C017L33	
	非常時対応（店舗）			08C018L33	
	コミュニケーション（店舗）	08C019L11	08C020L22		
	人材育成（店舗）		08C021L22		
	業務計画と作業割り当て（店舗）		08C022L22		
			08C023L22		
	人事労務管理（店舗）			08C024L33	
	店舗営業方針の策定と推進（店舗）			08C025L33	
店舗予算の計画と管理（店舗）			08C026L33		

< 選択能力ユニット >

職務	能力ユニット名	L 1	L 2	L 3	L 4
販売	対面販売	08S001L11			
	発注・在庫管理	08S002L11	08S003L22		
	陳列	08S004L11	08S005L23		
	販売促進		08S006L22		
販売・加工	対面販売	08S001L11			
	発注・在庫管理	08S002L11	08S003L22		
	陳列	08S004L11	08S005L23		
	販売促進		08S006L22		
	調理・加工（青果）	08S007L11			
	調理・加工（食肉）	08S008L11			
	調理・加工（水産）	08S009L11			
	調理・加工（水産の生食加工）	08S010L11			
調理・加工（惣菜）	08S011L11				
調理・加工管理		08S012L23			
チェッカー	チェックアウト業務	08S013L11			
	サービスカウンター業務	08S014L11			
	チェッカー業務管理		08S015L22		
	売上金の処理		08S016L23		
ストアマネジメント	対外折衝（店舗）			08S017L33	
	販売促進（店舗）			08S018L33	
	商品管理・売上金管理			08S019L33	
	陳列			08S005L23	
	調理・加工管理			08S012L23	
売上金の処理			08S016L23		

(5) 能力ユニット別職業能力評価基準(様式3)

本基準は、能力ユニット単位で記述されているが、(図表4-6)はその一例である(様式3)。そして、1つの能力ユニットは複数の「能力細目」から構成され、基本的にはPlan-Do-See(PDS)という仕事のサイクルに沿ってそれらを設定している。

また、本基準は「職務遂行のための基準」と「必要な知識」により記述されている。前者は、技能・技術に加えて、いわゆるコンピテンシーを含んだ基準であり、評価の見極めとなるような典型的な職務行動例を列挙している。また後者は、職務遂行の前提として理解しておくべき知識項目を列挙している。

図表4-6 能力ユニット別職業能力評価基準(様式3)の一例

		レベル1	レベル2	レベル3	レベル4		
		ユニット番号 08S001L11				共通	販売
選択 能力ユニット	能力ユニット名	対面販売					
	概要	自店の販売戦略を踏まえ、販売促進施策としての対面販売を遂行する能力					
能力細目	職務遂行のための基準						
対面販売の理解	<p>セルフ販売主体の食品スーパーマーケットにおいて、専門小売店のような臨場感やにぎわいを演出し、販売促進につなげるという対面販売の効果、目的を理解している。</p> <p>対面販売は、顧客との接点セルフ販売に比べ多く、顧客のニーズがより吸い上げられることを理解している。</p> <p>対面販売に係る本部および店舗の販売戦略を理解している。</p> <p>対面販売を遂行する上で曖昧な点があれば、販売部門責任者や商品担当責任者に質問し、解決している。</p>						
対面販売の実行	<p>部門の販売戦略、対面販売の効果・目的を踏まえて、業務を遂行している。</p> <p>にこやかで明るい態度で、かつ接客用語を正しく用いて、接客・販売をしている。</p> <p>顧客に気を配り、場面にあった対応をしている。</p> <p>注文を正しく受け、商品にあった包装を行い、商品の値段を正しく記入(入力)している。</p> <p>定期的に散水するなど、売り場の衛生保持に気をつけ、商品の補充を実施している。</p>						
商品等についての説明	<p>顧客の様子や問い合わせから、顧客がどのような情報を必要としているかの確に判断している。</p> <p>商品毎の産地や特徴、調理方法を理解し、顧客にニーズに応じた提案を行っている。</p> <p>わかりやすい用語を使い、顧客が理解できるように明確に説明している。</p> <p>重点商品のセールスポイントを訴え、顧客の購買意欲を向上させている。</p> <p>提供した情報が顧客のニーズと合致したものであるかどうかを確かめている。</p>						
対面販売の反省と報告	<p>その日に行った対面販売が目的にあったかを反省し、翌日以降の対面販売に活用している。</p> <p>疑問点や改善策、顧客ニーズについて販売部門責任者や店舗責任者に報告している。</p>						
必要な知識							
<p>1. 企業の基本理念</p> <p>2. 自店の販売計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重点商品 ・売上げ目標 ・インスタプロモーションの計画 / など <p>3. 衛生管理</p> <p>4. TPOに応じた会話</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接客用語 ・敬語の使い方 ・話し方・話法 / など 				<p>5. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旬・新物・季節商材 ・用途・産地 ・おいしい食べ方 ・調理方法 / など <p>6. 顧客の視点</p> <p>7. 陳列方法</p> <p>8. マニュアル</p>			
営業企画							

(6) 職務概要書

本基準においては、利用者の利便性を考慮して対象職務ごとに「職務概要書」を作成している。1職務に1枚のシートを作成し、職務概要、仕事の内容、求められる経験・能力、関連する資格・検定等、労働省編職業分類（小分類）との対応を記述している（図表4-7）。

図表4-7 職務概要書の一例

「スーパーマーケット業」(販売・加工/職務)

【概要】

店舗において、主に青果・食肉・水産・惣菜等生鮮食品の販売、調理・加工業務を行う仕事。

【仕事の内容】

販売・加工の仕事は、大別すると以下のとおりである。

商品管理

商品の販売実績や販売見込みに適切に対応した発注・在庫管理を行うとともに、温度管理や衛生的な貯蔵・陳列等により、取り扱う商品を衛生的かつ良好な状態に保つ。

商品販売・加工

販売計画に基づき、各プロモーションなどを活かしながら商品の販売・加工を行う。

接客

お客様の要望等を正しく理解・把握し、好感の持てる態度で対応する。

安全・衛生管理

器具や備品などを安全かつ衛生的に管理する。

売り場やバックヤードの安全・衛生・クレンリネスを実施する。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力が求められる。
また、地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、店舗においてそれらを実行する能力も必要である。
- (2) 上司や同僚と協力しながら業務を進めることが重要なため、円滑に業務を進めるためのコミュニケーション能力や、部下を育てる人材育成に関する能力も求められる。
また、店舗において直接お客様に接するため、感じのよい接客に必要な明るさや、対面販売、推奨販売、セールスプロモーション、インスタプロモーションを通じて、販売促進に寄与できる能力が必要である。
- (3) 職業人としての社会的責任を自覚し、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢が要求される。また、食品中心の商品を取り扱うことから、食品の安全・安心に関する知識が必要であるとともに、クレームやトラブルに誠実に対応できる能力が必要である。
- (4) 店舗における販売や管理を遂行するために、販売計画と作業割り当て、発注・在庫管理、陳列などができる能力が求められる。
- (5) 青果、食肉、水産、生職加工品、惣菜などの担当商品について、清潔かつ正確に加工する能力が求められる。

【関連する資格・検定等】

- ・(社)全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称:S検)
 - S検ベーシック1・2級
 - S検マネージャー3級
 - S検エキスパート2・3級(平成17年以降実施予定)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士2・3級)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

324(販売店員)

第5章 職業能力評価基準の活用に向けた課題

5.1 職業能力評価基準の活用・普及へ向けた取組み

職業能力評価基準が様々な場面で広く活用され、社会的な基盤として機能することが期待されている。

5.1.1 業界における活用～職業能力評価基準に基づく検定制度の拡充等

(社)全国スーパーマーケット協会では業界内資格認定制度として「S検」を実施しているが、現状の課題として、階層別・職種別の習得項目が明確にされておらず一階層のみの実施となっているため、あらゆる階層・職種について、従業員の教育とレベルアップを図りたい企業にとっては取り組みにくく、また、個人にとっても一度検定に合格すると更なるレベルアップを図る機会が得にくいといった点が挙げられる。

このため、職業能力評価基準を活用して、等級を再構築し、実際のキャリアルート・階級に即応した実践的な資格制度に拡充するとともに、S検の学習用として職種・職務、レベル別の能力ユニットや職務遂行のための基準を活用し、より具体的な場面や事例を盛り込んだテキストを整備し、企業内研修や個人の学習用に利用できるようにしていくこととする(下記、5.1.4(3)業界団体を通じたモデル事業として実施)

これにより、S検が、スーパーマーケット業界の実態に即したスタンダードとして、当業界において信頼性の高いものとして通用することが期待される。

5.1.2 企業における活用

職業能力評価基準は、多くの企業で活用されるよう、個々の企業の実情に対応できる柔軟な構成となっている。必要に応じて能力ユニットの削除、追加、組み替え等のカスタマイズを行った上で、次のような様々な活用が考えられる。

- ・ 自社の職務記述書や職能要件書の作成の参考として
- ・ 従業員の採用に当たり、求める人材像を明確化する際の参考として
- ・ 従業員の配置や人事異動の際の判断基準として
- ・ 従業員のキャリア形成や能力開発の指針として
- ・ 従業員の処遇決定の基準として

5.1.3 労働者、求職者による活用

労働市場が流動化し、働き方に対する意識が多様化する中で、労働者は自らのキャリア形成や能力開発を主体的に進めることが求められているが、職業能力評価基準を次のように活用することが考えられる。

- ・ 求職活動などに当たり、これまでの仕事の経験やアピールポイントを整理して、自らの能力を客観的に把握する際の参考として
- ・ 自らのキャリア設計に当たり、行動の目標や能力開発の方向を設定する際の指針として

5.1.4 行政としての政策展開

(1) 職業能力評価ツールの開発とハローワーク等における活用

職業能力評価基準を土台とした職業能力評価ツールを開発・活用し、ハローワーク等の労働力需給調整機関において、能力をベースにした採用活動や求職活動を支援することにより、ミスマッチの解消につながることを期待される。

(2) 公共職業訓練のコース設定への反映

公共職業訓練の対象者の能力レベル表示や修了時の能力評価の際に、職業能力評価基準や上記の職業能力評価ツールを活用することが考えられる。また、公共職業訓練のコースの設定や見直しに際して、産業界の人材ニーズを体系化した本基準の内容が反映されることにより、円滑な就職につながることを期待される。

(3) 業界団体を通じたモデル事業の展開

業界団体に働きかけを行い、職業能力評価基準を募集・採用時の目安、教育研修カリキュラムの見直し、人事評価の際の目安などに活用してもらうためのモデル事業を展開し、好事例を蓄積することにより、広く本基準の活用・普及が図られることが期待される。

(4) キャリア・コンサルティングへの活用等

若年者層におけるフリーターの増加や高い離職率が深刻な問題となっており、こうした若年者に働くことの喜びや意義を理解させ、安定的な就労に導くキャリア・コンサルティングの重要性が高まっている。学校やジョブカフェ（都道府県が設置する若年者のためのワンストップサービスセンター）等において、若年者に対するキャリア・コンサルティング場面などで、「仕事理解」支援等に職業能力評価基準を活用することにより、適職選択、安定就労につながることを期待される。

5.2 業界横断的な能力ユニットの活用

今回作成した基準の一部はスーパーマーケット業のみならずサービス業を中心とした他の業種の職業能力評価基準作成への応用が考えられる。例えば、「接客」や「食の安全・安心の提供」などの能力ユニットは、小売業や外食産業など顧客サービス関連の業種において、一部カスタマイズして応用することも考えられる。

また、将来的には、こうした複数の業種間で共通性の高い能力ユニットを一定のルールで管理することにより、業種を超えたキャリア形成支援など、より高度な基準の活用

が容易になると考えられる。

5.3 職業能力評価基準の維持・管理のための仕組づくり

職業能力評価基準は、その時々経営環境において求められる能力要件を的確に整理したものでなければならない。市場環境が変化すれば、業界の課題や求められる能力要件も変化する。本基準は、スーパーマーケット業界の実情を最大限に踏まえて作成しているが、今後の職務内容の変化に対し、誰が、どのようなタイミング、どのような方法で本基準の内容を点検し、改訂を加えていくのか、活用・普及を図ることと並んで、本基準のメンテナンスの仕組を整備していくことも極めて重要な課題といえる。

5.4 職業能力評価制度構築へ向けた更なる取組み

今回作成した職業能力評価基準は、社会基盤としての職業能力評価制度の整備・構築へ向けた第一歩である。

今後、本基準の幅広い活用と政策への展開を通じて、社会基盤としての職業能力評価制度の整備・構築が図られること、そして、労働者一人ひとりの能力が適正に評価され、将来に向けたキャリア形成の目標が描ける“能力が見える社会”が実現することが切に期待される。

以 上

「スーパーマーケット業」

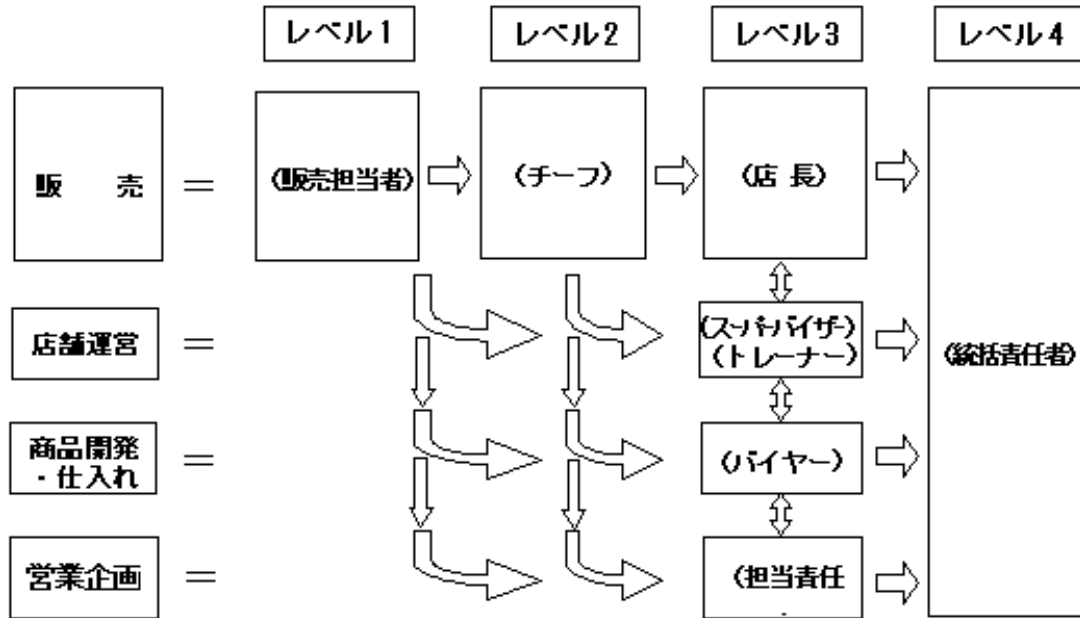
職業能力評価基準

1. 職業能力評価基準におけるレベル区分の考え方

レベル	レベル区分の目安	想定レベル
レベル 4	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全社的な基準や制度の改正等、広範かつ統合的な判断及び意思決定を行い、企業利益を先導・創造する業務を遂行するために必要な能力水準。 ・ 顧客の意見やニーズを企業の政策に反映させ、事業展開や経営方針の企画・立案・決定に参画するために必要な能力水準。 ・ 安全・安心を常に顧客に提供できるようリスク管理を行い、必要時の対応等、統括責任者の立場として業務を遂行するために必要な能力水準。 	統括責任者 (本社大規模組織のマネジメント)
レベル 3	<ul style="list-style-type: none"> ・ 担当責任者として、上位方針を踏まえて管理運営、計画作成、業務遂行、問題解決等を行うことにより、企業利益を創出する業務を遂行するために必要な能力。 ・ 顧客の意見やニーズ等の情報を担当店舗等から収集し、店舗運営や商品購買等、担当部門の責任者の立場として業務を遂行するために必要な能力水準。 ・ 安全・安心を常に顧客に提供できるようリスク管理を行い、必要時の対応等、担当責任者の立場で業務を遂行するため必要な能力水準。 ・ 担当地域の店舗運営や担当分野の商品購買など、担当部門における運営業務を遂行するために必要な能力水準。 ・ 自店舗の管理運営業務を遂行するために必要な能力水準。 	担当責任者 (店舗のマネジメント) (本社中規模組織のマネジメント)
レベル 2	<ul style="list-style-type: none"> ・ 担当売場の中心メンバーとして、創意工夫を凝らして自主的な判断、改善、提案を行いながら業務を遂行するために必要な能力水準。 ・ 自己の担当売場において顧客の意見を吸い上げ、ニーズを発見・整理し、売場環境の改善等を上申するなど、積極的な業務を遂行するために必要な能力水準。 ・ 自己の担当売場を中心に、安全・安心を顧客に提供できるように配慮しながら業務を遂行するために必要な能力水準。 	販売部門責任者
レベル 1	<ul style="list-style-type: none"> ・ 担当者として、上司の指示・助言を踏まえて定例的業務を確実に遂行するために必要な能力水準。 ・ 自己の担当売場において、顧客の意見等からニーズを発見し、通常の業務に反映できる能力水準。 ・ 自己の担当売場において、安全・安心を顧客に提供することを通常業務で配慮できる能力水準。 	販売担当者

注) 社員・パートタイマー等雇用形態を問わず、上記業務を全うしている人を想定している。

2. スーパーマーケット業におけるキャリア形成の例



3. スーパーマーケット業における職業能力評価基準の全体構成(様式1)

職 種	職 務	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
販売	販売				
	販売・加工				
	チェッカー				
	ストアマネジメント				
店舗運営	店舗運営				
商品開発 ・仕入れ	商品開発 ・仕入れ				
営業企画	営業企画				

4. 職種別能力ユニット一覧(様式2)

スーパーマーケット業「販売職種」能力ユニット一覧（様式2）

職種名	販売
仕事内容	店舗における管理、販売、調理・加工、チェックアウト業務を行う仕事。 業務内容に応じて「販売」、「販売・加工」、「チェッカー」及び「ストアマネジメント」の4つの職務に区分される。

＜共通能力ユニット＞

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
職務共通	コンプライアンス（店舗）	08C001L11	08C002L22	08C003L33	
	CS（顧客満足）の推進（店舗）	08C004L12		08C005L33	
	地域社会への貢献（店舗）	08C006L12		08C007L33	
	食の安全・安心の提供（店舗）	08C008L11	08C009L22	08C010L33	
	接客（店舗）	08C011L11	08C012L22	08C013L33	
	顧客ニーズの把握（店舗）		08C014L22	08C015L33	
	クレーム・トラブル対応（店舗）	08C016L12		08C017L33	
	非常時対応（店舗）			08C018L33	
	コミュニケーション（店舗）	08C019L11	08C020L22		
	人材育成（店舗）		08C021L22		
	業務計画と作業割り当て（店舗）			08C022L22	
				08C023L22	
	人事労務管理（店舗）			08C024L33	
	店舗営業方針の策定と推進（店舗）			08C025L33	
店舗予算の計画と管理（店舗）			08C026L33		

＜選択能力ユニット＞

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
販売	対面販売	08S001L11			
	発注・在庫管理	08S002L11	08S003L22		
	陳列	08S004L11	08S005L23		
	販売促進		08S006L22		
販売・加工	対面販売	08S001L11			
	発注・在庫管理	08S002L11	08S003L22		
	陳列	08S004L11	08S005L23		
	販売促進		08S006L22		
	調理・加工（青果）	08S007L11			
	調理・加工（食肉）	08S008L11			
	調理・加工（水産）	08S009L11			
	調理・加工（水産の生食加工）	08S010L11			
チェッカー	調理・加工（惣菜）	08S011L11			
	調理・加工管理		08S012L23		
	チェックアウト業務	08S013L11			
	サービスカウンター業務	08S014L11			
ストアマネジメント	チェッカー業務管理		08S015L22		
	売上金の処理		08S016L23		
	対外折衝（店舗）			08S017L33	
	販売促進（店舗）			08S018L33	
	商品管理・売上金管理			08S019L33	
	陳列			08S005L23	
	調理・加工管理			08S012L23	
売上金の処理			08S016L23		

スーパーマーケット業「店舗運営職種」能力ユニット一覧（様式2）

職種名	店舗運営
仕事内容	店舗の経営指導・監督、調理・加工技術の指導など、店舗の運営管理に関する仕事。

<共通能力ユニット>

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
職務共通	コンプライアンス（本部）			08C027L33	08C028L44
	CS(顧客満足)の推進(本部)			08C029L34	
	地域社会への貢献（本部）			08C030L33	08C031L44
	食の安全・安心の提供（本部）			08C032L33	08C033L44
	接客（本部）			08C034L33	08C035L44
	顧客ニーズの把握（本部）			08C036L34	
	クレーム・トラブル対応（本部）			08C037L34	
	非常時対応（本部）			08C038L34	
	組織と人のマネジメント（本部）			08C039L33	08C040L44
	営業方針の策定と推進（本部）			08C041L33	08C042L44
	店舗予算の策定と管理（本部）			08C043L33	08C044L44

<選択能力ユニット>

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
店舗運営	ES(従業員満足)（本部）			08S020L34	
	店舗の経営指導・監督（本部）			08S021L33	08S022L44
	対外折衝（本部）			08S023L33	
	陳列・販売の指導（本部）			08S024L33	
	生鮮・惣菜の技術指導（本部）			08S025L33	
	チェッカーの技術指導（本部）			08S026L33	

「スーパーマーケット業」職種別能力ユニット一覧(様式2)

職種名	商品開発・仕入れ
仕事内容	商品の調達から顧客に販売するまでの仕事で、商品開発、仕入れ、売価管理、販売促進など、商品のバイイング(仕入れ・買い付け)にとどまらず、商品の販売までの責任を担う、マーチャンダイジングと称される仕事。

<共通能力ユニット>

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
職務共通	コンプライアンス(本部)			08C027L33	08C028L44
	CS(顧客満足)の推進(本部)			08C029L34	
	地域社会への貢献(本部)			08C030L33	08C031L44
	食の安全・安心の提供(本部)			08C032L33	08C033L44
	クレーム・トラブル対応(本部)			08C037L34	
	組織と人のマネジメント(本部)			08C039L33	08C040L44
	商品戦略(本部)			08C045L33	08C046L44
	商品予算の策定と管理(本部)			08C047L33	08C048L44

<選択能力ユニット>

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
商品開発・仕入れ	販売促進(本部開発部門)			08S027L33	
	棚割と陳列(本部)			08S028L33	
	商品の仕入れと在庫管理(本部)			08S029L33	
	仕入システムの改善(本部)			08S030L33	08S031L44
	新商品の導入(本部)			08S032L33	
	生鮮商品の産地開発(本部)			08S033L33	
	PB商品の開発(本部)			08S034L33	

「スーパーマーケット業」職種別能力ユニット一覧(様式2)

職種名	営業企画
仕事内容	顧客ニーズをとらえ、CS(顧客満足)をベースにした販売戦略を策定し、それをブレイクダウンした販売の仕組みづくりや販売促進を実施する仕事。

<共通能力ユニット>

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
職務共通	コンプライアンス(本部)			08C027L33	08C028L44
	CS(顧客満足)の推進(本部企画部門)			08C049L33	08C050L44
	地域社会への貢献(本部)			08C030L33	08C031L44
	食の安全・安心の提供(本部)			08C032L33	08C033L44
	クレーム・トラブル対応(本部)			08C037L34	
	組織と人のマネジメント(本部)			08C039L33	08C040L44
	販売戦略(本部)			08C051L33	08C052L44
	予算の策定と管理(本部)			08C053L33	08C054L44

<選択能力ユニット>

職務	能力ユニット名	L1	L2	L3	L4
営業企画	販売促進(本部企画部門)			08S035L33	08S036L44
	市場調査(本部)			08S037L33	08S038L44

5. 能力ユニット別職業能力評価基準(様式3)

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C001L11

共通 能力ユニット	能力ユニット名	コンプライアンス(店舗)
	概 要	職業人としての社会的責任を自覚し、関係法令やルールを遵守しながら、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①法令・諸規則の内容把握	<p>○職業人としてのプロ意識、社会的責任感、職業倫理を有している。</p> <p>○企業の社会的責任について、知識と自覚を有している。</p> <p>○経営理念、社是・社訓、倫理憲章、行動ガイドライン等の所在とその内容を理解している。</p> <p>○法的・倫理的問題についての具体的事例を理解し、それが自社に及ぼす影響を理解している。</p>
②法令・諸規則の遵守	<p>○公私の区別は明確にしている。</p> <p>○社会道徳的に望ましい行動を率先して示し、日常業務の具体的場面において社是・社訓の理念や行動規範を具現化している。</p> <p>○日常業務の遂行において法的または倫理的な問題に直面した際は、上司や同僚に相談し、よりよい解決策を模索している。</p>

販売

店舗運営

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 社内倫理規定・行動規範 <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念 ・ 社是・社訓 ・ 倫理憲章 ・ 行動ガイドライン ・ マニュアル 2. 就業規則及び関連諸規定 3. コンプライアンス上問題となりやすい主要法令等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商法 ・ 食品衛生法 ・ JAS法 ・ PL法、消費者保護法 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 独占禁止法、不正競争防止法 ・ 景品表示法 ・ 労働法、雇用機会均等法、セクハラ防止関連 ・ 個人情報保護法 ・ 環境関連法 / など 4. リスクマネジメントに関する知識 5. 対処方法の好事例
--	--

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08C002L22

共通 能力ユニット ト	能力ユニット名	コンプライアンス(店舗)
	概要	職業人としての社会的責任を自覚し、関係法令やルールを遵守しながら、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①法令・諸規則の内容把握	<p>○職業人としてのプロ意識、社会的責任感、職業倫理を有している。</p> <p>○企業の社会的責任について、知識と自覚を有している。</p> <p>○経営理念、社是・社訓、倫理憲章、行動ガイドライン等の所在とその内容を理解している。</p> <p>○企業活動全般に関する法的・倫理的問題についての具体的事例を理解し、それが自社に及ぼす影響を理解している。</p>
②法令・諸規則の遵守	<p>○日常の業務に関連する法定または倫理的な問題についての具体的ケースについて、自分なりの見解や意見をもっている。</p> <p>○社会道徳的に望ましい行動を率先して示し、日常業務の具体的場面において社是・社訓の理念や行動規範を具現化している。</p> <p>○部下・後輩の倫理的な相談に対して助言を与えるとともに、解決にむけて一緒になって取り組んでいる。</p>

販売

店舗運営

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 社内倫理規定・行動規範 <ul style="list-style-type: none"> • 経営理念 • 社是・社訓 • 倫理憲章 • 行動ガイドライン • マニュアル 2. 就業規則及び関連諸規定 3. コンプライアンス上問題となりやすい主要法令等 <ul style="list-style-type: none"> • 商法 • 食品衛生法 • JAS法 • PL法、消費者保護法 	<ul style="list-style-type: none"> • 独占禁止法、不正競争防止法 • 景品表示法 • 労働法・雇用機会均等法・セクハラ防止関連 • 個人情報保護法 • 環境関連法等 4. リスクマネジメントに関する知識 5. 対処方法の好事例
--	--

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C003L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	コンプライアンス(店舗)
概要	職業人としての社会的責任を自覚し、関係法令やルールを遵守しながら、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①法令・諸規則の内容把握	<p>○職業人としてのプロ意識、社会的責任感、職業倫理を有している。</p> <p>○企業の社会的責任について、知識と自覚を有している。</p> <p>○経営理念、社是・社訓、倫理憲章、行動ガイドライン等の所在とその内容を熟知している。</p> <p>○就業規則や諸ルールおよびコンプライアンス上問題となりやすい法令の内容を熟知している。</p> <p>○店舗の営業活動全般に関する法的・倫理的問題についての具体的事例を理解し、それが自社に及ぼす影響を理解している。</p>
②法令・諸規則の遵守	<p>○社会道徳的に望ましい行動を率先して示し、日常業務の具体的場面において社是・社訓の理念や行動規範を具現化している。</p> <p>○公共の利益を企業の利益が相矛盾する場合には、企業倫理を踏まえながら公正かつ適切な判断をしている。</p> <p>○不測の事態に面しても冷静な現状分析に基づき、適切な問題解決を行っている。</p>
③コンプライアンス・マネジメントの推進	<p>○本部の支援・指導を受けて、部下への教育・指導など、自店舗におけるコンプライアンス・マネジメントを推進し、倫理規定やガイドラインを徹底している。</p> <p>○過去に発生した問題事例や他社事例等について、その背景や構造を理解している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内倫理規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> 経営理念 社是・社訓 倫理憲章 行動ガイドライン マニュアル <p>2. 就業規則及び関連諸規定</p> <p>3. コンプライアンス上問題となりやすい主要法令等</p> <ul style="list-style-type: none"> 商法 食品衛生法 JAS法 PL法、消費者保護法 	<ul style="list-style-type: none"> 独占禁止法、不正競争防止法 景品表示法 労働法・雇用機会均等法・セクハラ防止関連 個人情報保護法 環境関連法等 <p>4. リスクマネジメントに関する知識</p> <p>5. 対処方法の好事例</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C004L12

共通 能力ユニット	能力ユニット名	CS(顧客満足)の推進(店舗)
	概要	CS(顧客満足)向上を図るための能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①CS施策の把握	<p>○自社のCS施策について自らの職務と関連づけて理解している。</p> <p>○自分が顧客に提供することができるサービス（技術やホスピタリティなど）について理解している。</p>
②CS施策の実施	<p>○自店舗におけるCS施策を理解し、率先して行動している。</p> <p>○顧客のニーズを的確に把握して迅速に対応するなど日常業務の具体的場面においてCS施策の理念や行動規範を実践している。</p> <p>○自分の行為が、顧客にとっての店のイメージを作っていることを理解し、その行為で顧客を満足させ、自店のリピーターとなってくれるよう接している。</p> <p>○顧客満足向上のために、日々顧客の声に耳をかたむけ、顧客の意見、要望を吸い上げている。</p>

販売

店舗運営

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 経営理念、経営方針 <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 ・マニュアル / など 2. 自社の顧客特性 3. CS（顧客満足）に関する知識 <ul style="list-style-type: none"> ・経営戦略としてのCS ・他社の取り組み事例 	
--	--

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C005L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	CS(顧客満足)の推進(店舗)
概要	CS(顧客満足)向上を図るための能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①CS施策の把握	<p>○経営理念、経営方針等の上位方針とともに、本部の策定したCSに関する基本方針や施策を理解し、自社におけるCSの考え方を熟知している。</p> <p>○CSの戦略的展開に果たす自店舗の役割を認識している。</p>
②CS施策の推進	<p>○顧客満足向上のために、本部と連携して、自店舗において定期的にCS調査（「お客様の声」等）を行っている。</p> <p>○本部が行うCS施策の導入・推進のための各種会議の場などを通じて、施策の趣旨や導入手順や必要な対応等を把握・理解し、それを自店舗の従業員に伝達し、施策の導入・推進を行っている。</p> <p>○自店舗におけるCS施策の実施状況を確認し、その定着に向け率先して行動している。</p> <p>○顧客のニーズを的確に把握して迅速に対応するなど日常業務の具体的場面においてCS施策の理念や行動規範を実践している。</p>
③CS施策の評価と改善	<p>○CS調査の結果をとりまとめ、本部に報告している。</p> <p>○本部が策定したCS施策の自店舗での遂行状況や、その実施を徹底するための管理の方法について自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○CS施策に対する顧客の反応や声、CS施策の遂行にあたる担当者からの指摘等を収集、分析して本部に報告したり、改善のための提案を行ったりしている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 経営理念、経営方針 2. 自社の顧客特性 3. CS（顧客満足）に関する知識 <ul style="list-style-type: none"> ・経営戦略としてのCS ・他社の取り組み事例 ・自社のCS基本方針と施策 4. マーケティング知識 <ul style="list-style-type: none"> ・データベースマーケティング ・ワントゥワンマーケティング 	
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C006L12

共通 能力ユニット	能力ユニット名	地域社会への貢献(店舗)
	概要	地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、自部門において遂行する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①地域社会に期待される役割の把握	<p>○企業の社会的責任や地域貢献についての知識と自覚を有している。</p> <p>○本部が策定する地域社会への貢献の方針や施策を理解している。</p> <p>○地域の実情を踏まえ、本部が策定する地域貢献の方針や施策を遂行するための業務計画を理解している。</p> <p>○地域の治安維持・向上のために店舗ができる役割を認識し、店舗が地域の安心スポットとなるような施策を遂行している。</p> <p>○地域のイベントや行事などを把握し、参加している。</p>
②地域社会への貢献の推進	<p>○地域の実情を踏まえ、地域社会への貢献のための業務計画を推進している。</p> <p>○店舗内外について、犯罪の温床となりやすい暗闇や死角を作らないように照明を設置したり、パトロールを行うなど、店舗周辺の治安の維持・向上を図り、地域の安心スポットを提供するための施策を遂行している。</p> <p>○地域の学校や自治会と連携して、青少年が犯罪に巻き込まれたり、非行を防止するための活動に協力している（子供のための駆け込み場所、深夜の若者の集合場所とならないようなパトロール、有害図書の販売排除など）。</p> <p>○地域住民や行政と連携して、容器回収などの環境貢献施策を推進している。</p> <p>○車椅子による買い物や盲導犬、小さなお子さま連れや高齢者に配慮した買い物支援策を検討し、通路の確保や買い物支援を遂行している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 経営理念・経営方針</p> <p>2. 企業の社会的責任に関する知識</p> <p>3. 社内規定、行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>4. 地域貢献の好事例</p> <p>5. 地域や顧客のニーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客の意見（「お客様の声」等） ・住民の意識調査 ・地域の諸団体 ・地域のイベント・行事 ・地域の環境活動 ・地域の防犯マップ / など <p>6. バリアフリー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設のバリアフリー化 ・車椅子介助 ・盲導犬 / など 	<p>7. 安全・衛生管理実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備のあるべき状態の熟知 ・設備環境の安全化 / など <p>8. 防犯対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防犯の方策 ・近隣の警察・病院の位置と連絡先 ・警備体制の確立 ・警備保障システムの把握 / など <p>9. 非常事対応実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・災害時の避難場所 ・応急手当・救急措置の方法 / など <p>10. コミュニケーション</p> <p>11. 各種法令および関連規則</p>
--	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C007L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	地域社会への貢献(店舗)
概要	地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、店舗においてその遂行を管理・監督する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①地域社会に期待される役割の把握	<p>○企業の社会的責任や地域貢献についての知識と自覚を有している。</p> <p>○本部が策定する地域社会への貢献の方針や施策を理解している。</p> <p>○地域の実情を踏まえ、本部が策定する地域貢献の方針や施策を遂行するための業務計画を策定している。</p> <p>○地域の治安維持・向上のために店舗ができる役割を認識し、店舗が地域の安心スポットとなるような施策を立案している。</p> <p>○学校、消費者団体、自治体、警察署、消防署、病院等の地域諸団体・組織を把握し、定期的な訪問や連絡によって良好な関係を構築・維持している。</p> <p>○地域のイベントや行事などを把握している。</p>
②地域社会への貢献の推進	<p>○地域の実情を踏まえ、地域社会への貢献のための業務計画を推進している。</p> <p>○店舗内外について、犯罪の温床となりやすい暗闇や死角を作らないように照明を設置したり、パトロールを行うなど、店舗周辺の治安の維持・向上を図り、地域の安心スポットを提供するための施策を遂行している。</p> <p>○地域の学校や自治会と連携して、青少年が犯罪に巻き込まれたり、非行を防止するための活動に協力している（子供のための駆け込み場所、深夜の若者の集合場所とならないようなパトロール、有害図書の販売排除など）。</p> <p>○地域住民や行政と連携して、容器回収などの環境貢献施策を推進している。</p> <p>○車椅子による買い物や盲導犬、小さなお子さま連れや高齢者に配慮した買い物支援策を検討し、通路の確保や買い物支援を指導し徹底している。</p> <p>○地域社会の一員として、イベントや行事などへの参加・協賛を行っている。</p>
③地域社会への貢献の評価と改善	<p>○地域住民の声などをもとに、自店舗の地域社会への貢献度を評価・分析している。</p> <p>○地域社会への貢献のための施策・業務計画の遂行状況や、それを徹底するための管理の方法について自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○地域社会への貢献のための施策の内容や、実施体制、実施方法に関する問題点や今後改善すべき点などを整理し、社内関係者や関係部門等に対して積極的に提言している。</p> <p>○地域社会への貢献のための施策や実施状況について、地域に報告とPRを行い、地域との連携を深めている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 経営理念・経営方針 企業の社会的責任に関する知識 社内規定・行動規範 <ul style="list-style-type: none"> 行動ガイドライン マニュアル 地域貢献の好事例 地域や顧客のニーズ <ul style="list-style-type: none"> 顧客の意見（「お客様の声」等） 住民の意識調査 地域の諸団体 地域のイベント・行事 地域の環境活動 地域の防犯マップ / など バリアフリー <ul style="list-style-type: none"> 施設のバリアフリー化 	<ul style="list-style-type: none"> 車椅子介助 盲導犬 / など 安全・衛生管理実務 <ul style="list-style-type: none"> 設備のあるべき状態の熟知 設備環境の安全化 / など 防犯対策 <ul style="list-style-type: none"> 防犯の方策 近隣の警察・病院の位置と連絡先 警備体制の確立 警備保障システムの把握 / など 非常事対応実務 <ul style="list-style-type: none"> 災害時の避難場所 応急手当・救急措置の方法 / など コミュニケーション 各種法令および関連規則
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C008L11

共通 能力ユニット	能力ユニット名	食の安全・安心の提供(店舗)
	概要	顧客の安心を高めるような販売を自部門において遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①正しい商品知識での説明	<p>○本部や上司の説明を受けて、商品の「安全」と「安心」の違いを知り、科学的・統計的根拠による「食の安全」を確保した上で、「食の安心」を売ることが重要であること、販売方法や接客を通じて商品の「安全」を顧客に伝えることや、店への信頼感が「食の安心」につながることを理解している。</p> <p>○「安心な商品」の重要性を正しく理解し、パネルなどを利用して、「安心な商品とはなにか」や、安心な商品の販売に対する会社の姿勢を顧客に伝えている。</p> <p>○正しい商品知識での説明を行う上で曖昧な点があれば、販売部門責任者や店舗責任者、商品担当責任者に質問をして解決している。</p>
②器具、備品の維持保管	<p>○器具、備品の取扱い方法、洗浄、消毒方法、保管場所、保管方法を理解し、衛生的な方法で使用、保管している。</p> <p>○衛生維持に関して、常に注意を払い、作業場、排水口、冷蔵庫、蘇生庫、冷凍庫などの器具、備品の清掃などのクレンリネスを定められた手順に従って実行している。</p> <p>○天井・床、オープンケース、 Gondola やレジ、カウンター、サッカー台、買い物カゴ、カートなど担当部門の器具、備品等のクレンリネスに常に注意を払い、自ら清掃と整理を行っている。</p>
③安全・衛生・クレンリネスの実施	<p>○定められた手順に従って手際よくバックヤードや売場の清掃などをしており、売り場を清潔に整頓された状態に保っている。</p> <p>○床が濡れていないよう清掃を指示するなど、店内での顧客の安全確保を徹底している。</p> <p>○自社の手順に従って、要廃棄食品等を処理している。</p> <p>○顧客に不快感を与えない、あるいは商品の清潔性を保つために、自社の基準に従って以下の点を実施している。</p> <ul style="list-style-type: none"> －食品等を扱う前に手と爪を清潔にしている。 －髪を後ろで束ねる、あるいは帽子をかぶるなど、清潔な身なりを確保している。 －常に清潔な衣服を身につけている。 －手洗いを敢行している。 <p>○客用施設（洗面所・休憩スペースなど）やりサイクルボックス、入口周辺のクレンリネスを徹底している</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 会社の経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 ・店舗営業方針 ・マニュアル / など <p>2. 関連法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品衛生法 ・JAS法 ・PL法 / など <p>3. 表示内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・名称 ・原産地、養殖、原材料名 ・解凍の別 ・内容量・消費期限、賞味期限 / など 	<p>4. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機食品 ・遺伝子組み換え商品 ・BSE / など <p>5. 顧客の目線</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊かな生活の提案 / など <p>6. 接客ルール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ / など
--	--

営業企画

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08C009L22

共通 能力ユニット	能力ユニット名	食の安全・安心の提供(店舗)
	概 要	顧客の安心を高めるような販売施策の遂行を自部門において管理・監督し、改善する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①正しい商品知識での説明の徹底	<p>○本部や上司の説明を受けて、商品の「安全」と「安心」の違いを知り、科学的・統計的根拠による「食の安全」を確保した上で、「食の安心」を売ることが重要であること、販売方法や接客を通じて商品の「安全」を顧客に伝えることや、店への信頼感が「食の安心」につながることを理解している。</p> <p>○正しい商品知識で顧客に説明するよう部下に徹底している。</p> <p>○商品の安全・衛生管理に関する会社の方針を正しく理解し、店舗責任者および商品担当責任者と相談しながら部門での基準を作成徹底するとともに、日々の業務の中で、気が付いた改善すべき点を上司に提案している。</p>
②器具、備品の維持保管における確認・指導	<p>○器具、備品の取扱い方法、洗浄、消毒方法、保管場所、保管方法を理解し、衛生的な方法で使用、保管を徹底している。</p> <p>○衛生維持に常に注意を払い、作業場、排水口、冷蔵庫、蘇生庫、冷凍庫、器具、備品等の清掃等のクレンリネスを定められた手順に従って行い、部下に指示・徹底している。</p> <p>○天井・床、オープンケース、 Gondola やレジ、カウンター、サッカー台、買い物カゴ、カートなど、担当部門の器具、備品等のクレンリネスを自ら率先して徹底を図っている。</p>
③安全・衛生・クレンリネスの確認・指導	<p>○売場やバックヤードを清潔に整頓された状況に保つよう自ら行動するとともに、部下に指導・徹底している。</p> <p>○顧客に不快感を与えない、あるいは商品の清潔性を保つため、手洗いの励行敢行や、身体及び衣服の清潔性の確保を指導・徹底している。</p> <p>○床が濡れていないよう清掃を指示するなど、店内での顧客の安全確保を徹底している。</p> <p>○客用施設（洗面所・休憩スペースなど）やりサイクルボックス、入口周辺のクレンリネスを徹底している</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 会社の経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・店舗営業方針 ・就業規則 ・マニュアル / など <p>2. 関連法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品衛生法 ・JAS法 ・PL法 / など <p>3. 表示内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・名称、原産地、養殖・解凍の別、原材料名 ・内容量 ・消費期限、賞味期限 / など 	<p>4. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機食品 ・遺伝子組み換え商品 / など <p>5. 顧客の目線</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊かな生活の提案 / など <p>6. 接客ルール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ / など
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C010L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	食の安全・安心の提供(店舗)
概要	顧客の安心を高めるような販売施策の遂行を店舗において管理・監督し、改善する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①食の安全・安心の提供に係る本部施策の把握	<p>○科学的・統計的根拠による「食の安全」と「食の安心」の違いを理解し、販売方法や接客を通じて商品の「安全」を顧客に伝えることや店への信頼感が、「食の安心」につながることを理解している。</p> <p>○「食の安全・安心」に係る会社方針を踏まえ、本部が策定した食の安全・安心の提供に係る施策の内容や遂行手順を十分理解している。</p> <p>○本部の施策を自店舗で遂行する上で曖昧な点や問題点がないかを予測し、ボトルネックの発見と改善・解消に努めている。</p>
②安心な販売・安全な貯蔵・陳列の実施管理	<p>○各販売部門責任者に、本部が策定した施策の目的や内容、遂行手順を正しく理解するよう説明し、各部門における施策の実行・進捗管理を行わせている。</p> <p>○売場巡回や各販売部門責任者からの報告・連絡・相談(報連相)をもとに、商品の安心な販売(正しい表示、正しい商品知識による説明など)の実施状況をチェックし、販売部門責任者に指示して徹底させている。</p> <p>○売場巡回や鮮度・品質パトロール、チェックシート確認等を通じて、商品の衛生的な貯蔵・陳列の実施状況をチェックし、販売部門責任者に指示して徹底させている。</p>
③安全・衛生・クレンリネスの推進	<p>○販売部門責任者に指示して、手洗い励行、売場や作業所、店舗周辺の衛生・クレンリネスを徹底させている。</p> <p>○QCサークルなど小集団活動を効果的に推進している。</p> <p>○チェックリストに基づき、開店前チェック(開店前の巡回、準備作業、お客様出迎え、テナント営業開始準備完了の確認、POS立ち上げの確認など)、閉店時チェック(売場とバックヤードの安全点検、戸締りチェックなど)を遂行している。</p> <p>○什器・備品の定物定位置管理やBGM作動などの設備点検を行い、部下に指示して、照明・温度・湿度調節、冷蔵ケースの温度チェック等を行っている。</p> <p>○電気、ガス、水道の定期点検が規定どおり行われているかチェックしている。</p> <p>○建物、設備の状況をチェックし、必要があれば本部に連絡してメンテナンスを手配し実施している。</p>
④食の安全・安心の提供についての評価と改善	<p>○本部が策定した施策の自店舗での遂行状況、それを徹底するための管理の方法について自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○売場巡回や各販売部門責任者からの報告・連絡・相談(報連相)をもとに、本部が策定した施策への顧客の反応や、食の安全・安心に対する声を収集し、本部へ報告している。</p> <p>○本部が策定した安心を高めるための販売施策の内容や、実施体制、実施方法に関する問題点や今後改善すべき点などを整理し、社内関係者や関係部門等に対して積極的に提言している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 社内倫理規定・行動規範等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、倫理憲章 ・食の安全・安心に係る管理方針、管理体制 ・全社的品質管理(TQC) ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 関連法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品衛生法 ・JAS法 ・PL法 / など 	<p>3. 表示内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費期限、賞味期限 / など <p>4. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機食品 ・遺伝子組み換え商品 / など
---	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C011L11

共通 能力ユニット	能力ユニット名	接客／顧客ニーズの把握(店舗)
	概要	自部門における売場の接客を行い、CS(顧客満足)向上を図る能力と取り組み姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①接客	<p>○接客マニュアルなどの自社のルールに定められた対応ができ、なおかつその時々状況や顧客のニーズを汲み取って、顧客の立場に立った柔軟な対応を行っている。</p> <p>○顧客に対して、誠意を持って、礼儀正しく、不快感を与えない、感じの良い身振り、立ち居振る舞いを行っている。</p> <p>○明るい笑顔であいさつを行っている。</p> <p>○顧客の様子に気を配り困っているようであれば声をかけるなど柔軟な対応をしている。</p>
②商品に関する知識と説明	<p>○商品毎の特徴(産地・メーカーなど)、調理方法を知っている。</p> <p>○当日の重点商品やセールスポイントをあらかじめ把握し、顧客に説明している。</p> <p>○店舗内売場のレイアウトを理解し、正確に案内している。</p> <p>○顧客からの問い合わせに対して、自ら考え、顧客のニーズに合った柔軟な対応をしている。</p>
③顧客ニーズ等の収集・報告	<p>○日々の業務を通じて、商品の売れ筋動向や顧客ニーズを収集・整理している。</p> <p>○収集・整理した販売情報を販売部門責任者、店舗責任者、商品担当責任者に報告している。</p>

販売

店舗運営

●必要な知識

<p>1. 会社の経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 ・全社品質管理(TQC) / など <p>2. 接客ルール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ ・マニュアル / など 	<p>3. 衛生管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・職場のルール ・正しい手洗い方法 ・髪を整え方のルール / など <p>4. 顧客の目線</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊かな生活の提案 / など <p>5. 自部門で扱っている商品に関する知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・部門ごとの取扱商品 ・季節商品 ・インスタプロモーション / など
--	--

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C012L22

共通 能力ユニット	能力ユニット名	接客(店舗)
	概要	自部門における売場の接客を管理・監督し、改善に取り組むことでCS(顧客満足)向上を図る能力と取り組み姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①接客の指導	<p>○接客のマニュアルなどに定められた対応ができ、なおかつその時々状況や顧客のニーズを汲み取って、顧客の立場に立った対応を徹底している。</p> <p>○顧客から好感を持たれるような、接客を指導し、実行させている。</p> <p>○顧客とコミュニケーションをとりながら、お買い得情報を提供するなど、部下のモデルとなるような適切なサービス推進している。</p> <p>○顧客だけでなく、取引先、外来者、社員間の挨拶を徹底している。</p>
②顧客満足度を高める基礎的事項の指導	<p>○商品に関する知識を持って、顧客の質問に満足のいく回答ができるよう指導し、実行させている。</p> <p>○部門内ミーティング等において接客の好事例や失敗例とその分析、商品ごとの特徴(産地・メーカー等)や調理方法、重点商品のセールスポイント等接客を行う上で必要となる情報の共有化を図っている。</p>

販売

店舗運営

●必要な知識

<p>1. 会社の経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 / など <p>2. 社内ルール・水準</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全社品質管理(TQC) ・身だしなみ ・礼儀作法 ・顧客対応、接客 / など ・マニュアル 	<p>3. 衛生管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・職場のルール ・正しい手洗い方法 ・髪を整え方のルール / など <p>4. 顧客の目線</p> <ul style="list-style-type: none"> ・豊かな生活の提案 / など <p>5. 自部門で扱っている商品に関する知識</p> <p>6. 問題解決に関する基本的な技術・方法</p>
--	---

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C013L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	接客(店舗)
概要	店舗における売場の接客対応を管理・監督し、改善に取り組むことで顧客満足向上を図る能力と取り組み姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①接客対応管理に係る業務計画の作成	<p>○CS（顧客満足）向上のために、接客対応を管理することが重要であると理解している。</p> <p>○会社の方針や接客マニュアルに則って、自店舗の接客対応向上のための体制の構築や部下の指導に関する業務計画の立案を行っている。</p>
②売場の接客対応管理	<p>○販売部門責任者に指示し、各部門において、接客のマニュアルに則り、CS（顧客満足）が高まるような接客態度、挨拶、身だしなみなどの接客対応の実施を徹底させている。</p> <p>○売場を回りながら、接客のマニュアルに則った接客対応ができているか、CS（顧客満足）が高まるような接客対応ができているかをチェック・指導し、販売部門責任者に指示して実施を徹底させている。</p> <p>○接客対応向上に係る意識の高揚を図るための対策を考案し、自らのアイデアを企画としてまとめている。</p> <p>○QCサークルなど小集団活動を効果的に推進している。</p>
③評価と改善	<p>○売場巡回や各部門責任者からの報告・連絡・相談（報連相）を通じて、自店舗における接客対応の状況や課題を把握している。</p> <p>○接客のマニュアルに則った接客対応の遂行に問題があったり、接客対応のさらなる向上のための課題に対処する上で問題点があれば、各販売部門責任者を支援してボトルネックの発見とその改善・解消を行わせている。</p> <p>○本部が策定した作業のマニュアルの自店での遂行状況や、売場における接客対応の実施状況、それを徹底するための管理の方法について自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○接客対応に対する顧客の反応や声、接客のマニュアルの遂行にあたる担当者からの指摘等を収集・分析し、本部に報告したり、マニュアル改善のための提案を行ったりしている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内倫理規定・行動規範等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、倫理憲章 ・全社的品質管理（TQC） <p>2. 自社の接客ルール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>3. 商品特性、事務フロー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取扱商品全般の知識 ・商品の陳列場所の熟知 ・衛生管理の知識 ・店内の業務全般に関する知識 ・労務管理の知識 	<p>4. 接客手法および接客用語</p> <p>5. コミュニケーション、リーダーシップに係る知識とスキル</p>
--	--

営業企画

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08C014L22

共通 能力ユニット	能力ユニット名	顧客ニーズの把握(店舗)
	概要	マーケティングの実務的な知識を身につけて、自部門の販売動向や競合店等調査の実施を管理するとともに、自部門における顧客ニーズを収集・分析し、販売対策に活用する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①売場からの顧客ニーズの収集	<p>○顧客と直接話すことにより、具体的なニーズを収集している。</p> <p>○「お客様の声」など顧客の声を吸い上げる手段を利用して、顧客が今何を望んでいるのか、不満に思っているのかを収集している。</p> <p>○販売の現場から上がってくる数字（POSデータなど）を確認し情報を収集している。</p> <p>○店内での“顧客の動き”（買い上げ状況、部門の主要な売り場への立ち寄り率など）を確認し情報を収集している。</p> <p>○担当部門の品揃えや価格、商品棚の構成、売り場のレイアウトを把握し、顧客の視点に立って、担当部門の販売動向を調査している。</p>
②競合店等からの顧客ニーズ調査	<p>○競合店等調査を行う目的やポイントを理解している。</p> <p>○店舗責任者からの指示に基づき、競合店等の品揃えや価格、商品棚の構成、売り場のレイアウト、客層などの調査を実施している。</p> <p>○顧客の視点に立って、競合店等調査を行っている。</p> <p>○競合店等調査の結果から、競合店等の販売戦略、仕入れ方法、販売方法を推測している。</p>
③顧客ニーズの情報提供	<p>○日々の販売業務を通じて、商品の売れ筋動向や顧客ニーズを収集・整理している。</p> <p>○チラシ特売の効果、重点商品の売価等を分析し、具体的な販売計画に反映している。</p> <p>○収集・整理した顧客ニーズに係る情報に基づき、販売戦略や販売方法の改善策を立案し、店舗責任者および商品担当責任者に提案している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 会社の経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念 ・社是 ・店舗営業方針 / など <p>2. 接客ルール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ / など <p>3. 販売に関する計数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータ ・買い上げ状況 <p>4. マーケティングの実務的な知識</p>	<p>5. 自店の売り場の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品揃え、価格 ・商品棚の構成 ・売り場のレイアウト ・客層 / など <p>6. 計数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客数、客単価、買い上げ点数 ・粗利益 / など <p>7. 対象地域の統計情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世帯数、世帯構成、年齢構成 ・所得額 / など <p>8. マニュアル</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C015L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	顧客ニーズの把握(店舗)
概要	マーケティングの実務的な知識を身につけて、店舗の販売動向や競合店等調査の実施管理を行い、販売対策に活用する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①売場からの顧客ニーズの収集	<p>○顧客とのコミュニケーションに努め、品揃えやサービス等に関する具体的なニーズを収集している。</p> <p>○店内での“顧客の動き”（買い上げ状況、部門の主要な売り場への立ち寄り率など）を確認し情報を収集している。</p> <p>○収集した顧客ニーズを整理・分析し、自店舗の販売対策に活かしている。</p>
②自店の販売動向調査の実施管理	<p>○各販売部門責任者に指示して販売動向を調査し、その結果を集約して自店舗の販売対策に活かしている。</p> <p>○POSから提供される販売計数情報をもとにして、部門の商品カテゴリー別販売実績、季節別商品売上実績等のデータを分析し、自店舗の販売対策に活かしている。</p> <p>○本部からの情報提供や助言を参考に、販売動向調査結果を活かして、売れ筋商品等の把握、フェイス、売価、販売方法の変更等の販売対策を部下に指示して実施している。</p> <p>○部下を指示して、地域催事など地域に関する情報や、地域の顧客の特性についての情報を収集し、それらを分析して、自店舗の販売対策に活かしている。</p>
③競合店等調査の実施管理	<p>○競合店等〔競合店、競争店（異業態）〕調査のポイント、調査ステップ、調査方法等を熟知している。</p> <p>○店舗責任者自らあるいは部下に指示して商圏内の競合店等を調査し、品揃え、価格等の情報を収集している。</p> <p>○競合店等の調査から得られた情報を分析し、自店の品揃え、価格等との比較を行い、自店の対応策を決定し、販売部門責任者に指示して実施している。</p>
④販売動向の把握方策の評価と改善	<p>○実施した販売動向調査や競合店等調査の手順や体制について自己評価を行い、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○販売動向調査や競合店等調査の結果が販売対策に活かされたか、その効果はあったか等について自己評価を行い、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○競合店等調査の結果をまとめ、本部に報告している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. マーケティング知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ストアコンパリズン（店舗比較調査）の意義 ・調査方法（企業・店舗情報、チェックポイント、調査項目、商品構成グラフ作成） ・自店および競合店等のポジショニング <p>2. 商品知識、商品特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重点商品の自店売価 ・関連商品を含む商品知識・特性 <p>3. 地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店・競争店状況 ・地域催事情報 	<p>4. POSデータ解析方法</p> <p>5. 販売対策手法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売促進施策、特売計画 ・フェイスング ・売価変更 <p>6. コミュニケーションに係る知識とスキル</p> <p>7. マニュアル</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C016L12

共通 能力ユニット	能力ユニット名	クレーム・トラブル対応／非常時対応(店舗)
	概要	クレーム・トラブル、万引き等の防止策や対応基準を把握し、自部門においてそれを遂行し、発生時に適切な対応に努めることで顧客満足度の維持・向上を図る能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①クレーム・トラブルの受付・報告	<ul style="list-style-type: none"> ○クレームやトラブルへの対応が店舗経営や会社イメージに与える重要性を理解している。 ○社内のルールに従って自ら対応できるクレームの範囲を理解し、適切に対応している。 ○定められた処理範囲を超えたクレームやトラブルに対しては、勝手な判断で不用意な対応・発言をしたりせず、自社のルールに従って受付を行い、速やかに店舗責任者に連絡している。 ○顧客のクレームを正しく理解し、顧客の立場に立った丁寧で誠意ある対応を行っている。 ○クレームは顧客の店への真摯なアドバイスであると考え感謝の気持ちでの対応を徹底している。 ○対応したクレームやトラブルについて、速やかに店舗責任者等に連絡している。
②防犯	<ul style="list-style-type: none"> ○万引き等発生の際に、上司に速やかに連絡を取り、手順に従って迅速な対応をしている。 ○不審者に対して目を配ったり、声をかけるなど万引き等の防止対策を実行している。 ○レジを離れる時は必ずレジのキーを抜いている。 ○万引き等防止策や防犯対策を現状に照らして見直しを行い、再発の防止やより効果的な方策について上司に提案している。
③非常時対応	<ul style="list-style-type: none"> ○災害(停電、台風、地震、火災、断水等)や犯罪(両替詐欺、窃盗、強盗)等の非常時における社内の体制や、自らの役割、発生時の対応手順を理解している。 ○非難誘導方法や、防災器具の操作方法を把握している。 ○非常時に際して、事態を迅速に把握し、速やかに店舗責任者等への報告・連絡・相談(報連相)を行い手順に従った迅速な対応を行っている。 ○警察や消防に通報する手順などを把握している。 ○避難誘導方法を把握している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 企業の基本理念</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社内ルール ・苦情処理に関する基本的知識 ・処理範囲 ・処理スピード ・事故発生時の処理方法 ・非常時の対応方法 ・マニュアル / など <p>2. 接客ルール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ / など 	<p>3. TP0に応じた会話</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接客用語 ・敬語の使い方 ・話し方・話法 / など <p>4. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売価変更の確認 ・裸売り商品の確認 / など <p>5. 顧客の目線</p> <p>6. 安全確認</p> <ul style="list-style-type: none"> ・警察署や消防などの通報先 ・警備保障システム ・店内の非常口 / など
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C017L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	クレーム・トラブル対応(店舗)
概要	クレーム・トラブル、万引き等の防止と対処のための体制づくりを行い、発生時に適切に対処する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①クレーム・トラブルの防止管理	<p>○クレーム・トラブルの防止・対応が店舗経営や会社イメージに与える重要性を理解し、TQC（全社品質管理）との関係も考慮しながら職務を遂行している。</p> <p>○コンプライアンス上、問題となりやすいクレーム・トラブル対応の内容、発生原因や対応に係る事例、関連する各種法令、社内ルールを理解している。</p> <p>○店舗内外の関係諸機関との連携をとりながら、クレーム・トラブルの発生を想定した自店舗での体制づくり、対応訓練を行っている。</p> <p>○クレーム・トラブルの原因となりやすい事例を理解し、返品、値引き及び交換等の社内ルールの店内での徹底、売価チェックの徹底、投書箱の運用管理、売場担当者の接客対応管理の徹底等、クレーム・トラブルの防止に向けた取り組みを行っている。</p>
②クレーム・トラブルの受付・処理	<p>○クレーム・トラブルが発生した場合は、販売担当者や販売部門責任者から速やかに引き継ぎ、顧客の訴えの内容と状況の理解・判断に努め、本部が策定するクレーム・トラブルの対応基準に則って対処している。</p> <p>○クレーム・トラブルについて、自店対応が可能なものか、あるいは本部対応や異物混入のように全店への連絡が必要なものかなどの判断を行い、本部や保健所、メーカーなど関係諸機関に迅速に連絡を行っている。</p> <p>○クレーム・トラブルの内容に応じて、販売部門責任者や本部商品担当責任者、メーカー社員などを伴い、顧客への誠意ある対応・謝罪を行い、事態の收拾を図っている。</p> <p>○顧客の立場に立った対応を第一としながらも、悪質なクレーム・トラブルには毅然とした態度をとり、場合によっては警察に通報するなどしている。</p> <p>○クレーム・トラブルの処理結果について、警察や保健所、メーカー等関係諸機関への報告を行い、緊密な関係の維持に努めている。</p>
③防犯管理	<p>○マニュアルや手順に従い、万引き防止のための体制づくりを行っている。</p> <p>○マニュアルや手順に従い、部下に指示して、店内の不審者に目を配ったり、声をかけるなど万引き防止の方策を遂行させている。</p> <p>○万引き発生時には、定められた手順に則って迅速に処理を行い、本部や警察など店舗内外の関係機関に連絡をとり、必要な報告・連絡・相談（報連相）を行っている。</p>
④評価と改善	<p>○発生したクレーム・トラブルについて、本部への文書連絡を行っている。</p> <p>○クレーム・トラブルについて発生原因を追求し分析するとともに、関係者からの指摘等を収集して対応方法の妥当性を評価し、自店舗におけるクレーム・トラブルの防止・対応体制の見直しを行うとともに、本部に報告したりマニュアル改善のための提案を行ったりしている。</p> <p>○万引き予防・対応の状況、それらを徹底するための管理方法について自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全社的品質管理（TQC） ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商法 ・食品衛生法 ・JAS法 ・PL法、消費者保護法 ・景品表示法 / など 	<p>3. 基本知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クレーム・トラブル処理に関する基本的知識 ・万引きの予防・対応に関する基本的知識 <p>4. 対処方法の好事例</p> <p>5. 問題解決技法に関する基礎知識</p>
---	---

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C018L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	非常時対応(店舗)
概要	災害や犯罪などの非常時に備えた体制づくりを行うとともに、発生時に適切に対応して顧客と従業員の安全を確保する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①非常時対応準備	<p>○災害（台風、地震、火災、停電、断水等）や犯罪（両替詐欺や窃盗、強盗等）等の非常時に備え、本部が策定する非常時対応策に則り、内外の関係部署と調整を図りながら、自店舗における非常時に備えた体制づくりを指揮・遂行している。</p> <p>○本部が策定する非常時対応策の遂行に問題があったり、準備を行う上で問題点があれば、各販売部門責任者を支援してボトルネックの発見とその改善・解消を行わせている。</p>
②非常時対応管理	<p>○災害や犯罪等の非常事態が発生した場合、部下からの報告・連絡・相談（報連相）を受けて迅速に状況を把握し、顧客の安全確保を第一に考えて冷静に判断を下し、避難路に誘導するなど部下に対応を指示している。</p> <p>○非常時に際して、本部や消防署など店舗内外の関係機関に迅速に連絡をとり、必要な報・連・相を行っている。</p>
③評価と改善	<p>○本部が策定した非常時対応策の自店舗での遂行状況や、非常時への備えの実施状況、それらを徹底するための管理方法について自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○本部が策定した基準の内容や、実施体制、実施方法に関する問題点や今後改善すべき点などを整理し、社内関係者や関係部門等に対して積極的に提言している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 非常事対応実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店内の非常口 ・災害時の避難場所 ・防災機器・設備 ・消防計画届出書等の作成方法 ・応急手当・救急措置の方法 	<p>3. 防犯対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防犯の方法 ・近隣の警察・病院の位置と連絡先 ・警備体制の確立 ・警備保障システムの把握 <p>4. 各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・刑法 / など <p>5. 非常時の対応方法の好事例</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C019L11

共通 能力ユニット ト	能力ユニット名	コミュニケーション(店舗)
	概要	自部門内での意思の疎通を図り、連携しながら円滑に業務を遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①上司への報告・意見交換	<p>○販売業務等を通じて得た情報を整理し、タイムリーに販売部門責任者や店舗責任者、商品担当責任者に報告している。</p> <p>○販売部門責任者等の命令や指示への対応について、中間報告及び結果報告を速やかに行っている。</p> <p>○業務を遂行する上で問題が生じた時は、自己判断せずルールに従って処理し、上司への報告・連絡・相談(報連相)を徹底している。</p>
②部門内の人間関係を良好に保つ	<p>○他人のかげぐちを言わないなど、部門内の人間関係を良好に保つよう心がけている。</p> <p>○意見交換などを積極的に行い、部門の問題点を把握し、上司や同僚と協力して解決を図っている。</p>
③部門ミーティングへの出席	<p>○部門ミーティングに出席し、部門の取組みや方針についての指示を受けたり、質疑応答や意見交換を行っている。</p> <p>○部門内で改善すべき点について、問題提起を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

1. コミュニケーション方法 <ul style="list-style-type: none"> ・5W2H ・情報の共有化 / など 2. 確認事項や問題事項の整理方法 3. 部下の作業進捗状況 4. 自社の動向 <ul style="list-style-type: none"> ・インスタプロモーション ・販売戦略 ・販売動向 / など 	5. 会議運営方法 <ul style="list-style-type: none"> ・開催時間・曜日 / など 6. マニュアル
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C020L22

共通 能力ユニット	能力ユニット名	コミュニケーション(店舗)
	概要	自部門、および自店舗における他部門との意思の疎通を図り、連携しながら円滑に業務を推進する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①上司への報告・意見交換	<p>○販売業務等を通じて得た情報をタイムリーに店舗責任者や商品担当責任者に報告している。</p> <p>○商品担当責任者や店舗責任者等の命令や指示への対応について、中間報告及び結果報告を速やかに行っている。</p> <p>○業務を遂行する上で問題が生じた時は、自己判断せずルールに従って処理し、上司への報・連・相を徹底している。</p>
②部門ミーティングの実施・運営	<p>○部門ミーティングを実施し、ルールの確認、問題点の収集、商品特性の説明などを指導している。</p> <p>○シフトなどの関係でミーティングに参加することができなかったメンバーに対し、連絡ノートなどの伝達手段で必要事項の引継ぎを行っている。</p>
③部門の円滑な運営	<p>○部下が意見や相談をしやすい雰囲気、体制作りを行い、問題の発生やトラブルを未然に防いでいる。</p> <p>○部下に声をかけるなど普段からコミュニケーションを図り、部門内の人間関係に気を配り、良好な関係を保つよう図っている。</p> <p>○部下の健康状態やメンタルヘルスに気を配っている。</p> <p>○部門内で問題が発生した場合は、店舗責任者と共同して事態に対処している。</p>
④他部門との連携	<p>○朝礼や部門間会議などに出席し、店全体および他部門の状況を把握し、自部門の位置づけを確認するとともに、部門を超えた意見交換などを積極的に行っている。</p> <p>○部門をまたがる問題に対しては、店舗責任者と共同して調整を行っている。</p> <p>○朝礼や部門間会議等について、本部通達事項等の必要事項を部下に伝達している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. コミュニケーション方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5W2H ・情報の共有化 / など <p>2. 確認事項や問題事項の整理方法</p> <p>3. 部下の作業進捗状況</p> <p>4. 自社の動向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インスタプロモーション ・販売戦略 ・販売動向 / など 	<p>5. 会議運営方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開催時間・曜日 / など <p>6. マニュアル</p>
--	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C021L22

共通 能力ユニット	能力ユニット名	人材育成(店舗)
	概要	人材育成計画の立案・遂行するとともに、自身の後継者の育成を行い、自部門の人的資源の活用を図る能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①人材育成計画の策定	<p>○人材育成が会社の継続的な発展に重要であることを理解している。</p> <p>○店舗責任者が作成した人材育成計画から担当部門の計画を策定している。</p>
②人材育成計画の実施	<p>○部下の個人別能力や経験を把握し、それを踏まえて目標設定を支援している。</p> <p>○日々の作業の進行状況や売り場状況に応じたOJTやOff-JTを店舗責任者や店舗運営担当責任者の指示のもと実施している。</p> <p>○店舗責任者や店舗運営担当責任者と相談しながら、部下の目標達成の進捗状況の把握、し、アドバイスをを行っている。</p> <p>○人事考課基準に基づいて、公平な評価をし、部下の一次評価結果とその判断理由を、正確に店舗責任者に報告している。</p>
③人材育成計画の検証・改善	<p>○計画と実績を比較し、達成の要因や、未達成の原因を分析して把握し、解決策を導き出すようにしている。</p> <p>○OJTやOff-JTを通して、人材育成計画を見直し、今後改善すべき点などを整理し、店舗責任者と相談しながら次期の計画の改善を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 会社の基本理念</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社是 ・人材育成方針 ・就業規則 ・マニュアル / など <p>2. 人材育成計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・計画達成度の把握とその要因 ・適性な技能水準 ・部下とのコミュニケーション方法 ・問題解決に関する基本的な技術・方法 / など 	<p>3. 目標管理の手順、評価指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・部門の経営計画・目標値 ・目標管理の手順、評価指標 / など <p>4. 部下の技能、適性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個人別の重点作業内容 ・個人別の業務遂行レベル / など <p>5. 教育計画・方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・OJT ・社内研修等の研修機会 ・コーチング / など
---	--

営業企画

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08C022L22

共通 能力ユニット	能力ユニット名	業務計画と作業割り当て(店舗・販売／販売・加工)
	概要	営業方針に従った自部門の販売計画を策定し、その遂行を管理・監督する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①販売計画の策定	<p>○店舗責任者が作成した各種予算から担当部門の販売計画（部門別日割予算など）を策定している。</p> <p>○前年売上実績や、顧客情報および地域情報をもとに、今年度の売上予測を実施している。</p> <p>○販売計画を達成するために、担当部門の戦力等を十分に活かした遂行方法を策定している。</p> <p>○顧客ニーズ等の情報を収集・分析し、販売計画の策定に活かしている。</p> <p>○マージンミックスを利用して、安さを演出し利益をコントロールすることができる。</p> <p>○学校・地域行事、競合店の動向、気象情報等の各種情報を収集・分析し、販売計画に活かしている。</p>
②販売計画の遂行	<p>○部門の販売計画に従い、業務を遂行している。</p> <p>○販売計画をもとに作業スケジュールを作成し、予測作業量をもとに作業割り当てを行っている。</p> <p>○作業割り当てが、販売計画を達成するためにふさわしいかどうか、人時生産性を高められるか常に確認している。</p> <p>○カテゴリ別販売額、販売点数、ロス率、粗利益を常に確認、把握しながら、作業の進捗状況に応じて作業割り当ての修正指示をしている。</p> <p>○自店内他部門や本部と連携して、イベントを企画するなど、販売促進のために部門を越えて協力して業務を行っている。</p> <p>○他部門（例えばチェッカーなど）や自部門で人数不足が発生した場合は、店舗責任者に相談して、顧客に迷惑をかけないよう迅速に対応している。</p>
③販売計画の検証・改善	<p>○現存部下の能力では目標達成できない事態が生じたときは、教育訓練や部下の増強について店舗責任者などに具申したりして解決に努めている。</p> <p>○計画と実績を比較して検証を行い、計画達成の要因や、未達成の原因を分析している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 会社の経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 ・マニュアル / など <p>2. 計数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間および月間の販売計画 ・担当部門の過去の売上げ ・売上げ及び粗利目標 ・人時生産性 / など <p>3. 天候、競合店動向</p>	<p>4. 過去の実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ・季節毎、時間毎の販売数 ・来店客数 <p>5. 季節や地域のイベント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お祭り ・運動会 ・お花見 / など <p>6. システム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LSP ・エクセルなどの表計算ソフト ・自店独自の計画作成ソフト / など
---	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C023L22

共通 能力ユニット	能力ユニット名	業務計画と作業割り当て(店舗・チェッカー)
	概要	自店の販売計画をもとに、稼働計画を策定し、それに基づき作業割当を作成し、計画を遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①年間計画の策定	<p>○会社の販売計画を理解し、会社や自店の計画や方針に合致した年間計画を策定している。</p> <p>○年間計画を実現するために、部門の戦力等を十分に活かした遂行方法を策定している。</p> <p>○地域の行事(運動会などのイベント)を月単位で把握し、計画に反映している。</p> <p>○部下の教育計画を年間計画に盛り込んで策定している。</p>
②稼働計画の策定	<p>○販売計画、会社や店の計画・方針に合致した担当部門の年間稼働計画を策定している。</p> <p>○年間稼働計画からシフト表・レジ配置計画・休暇予定表などを作成している。</p> <p>○客数予測に基づいた人時を確保し、作業割り当てと指示をしている。</p> <p>○部下の個人別の作業能力を把握し、予測作業量をもとに作業割り当てをしている。</p>
③作業の進捗管理	<p>○作業割り当てが、販売目標を達成するためにふさわしいかどうか、人時登録高を高められるかを常に確認している。</p> <p>○稼働状況を確認しながら作業の進行状況を管理している。</p> <p>○稼働の過不足が生じないように、稼働状況に応じて、作業割り当ての修正を行っている。</p> <p>○予め組まれている作業シフトに変更が生じた場合、支障が生じないように関係者に連絡するなどして、速やかに対応している。</p> <p>○現存の部下の能力では目標達成できない事態が生じたときは、教育訓練や部下の増強について店舗責任者などに具申するなどして解決を図っている。</p> <p>○配置計画、チェッカーの不足がわかっている場合は、事前に他部門へ応援を要請している。</p> <p>○他部門が人数不足の場合、迅速に応援を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 会社の経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 ・マニュアル / など <p>2. 計数</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人時登録高 ・人時接客客数 / など <p>3. レジの稼働状況の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・曜日別時間帯別の売上げ ・客数、1人当たりの買上げ点数 ・個人別職務遂行能力の把握 ・1台当たりの平均的処理能力の把握 ・人時登録高の把握 / など 	<p>4. 過去の実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ・競合店動向 ・天候 ・季節毎、時間毎の販売数 ・来店客数 / など <p>5. 他部門の業務</p> <p>6. システム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LSP ・エクセルなどの表計算ソフト ・自店独自の計画作成ソフト / など
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C024L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	人事労務管理(店舗)
概要	人事労務管理の実務に必要な基本的事項を理解し、従業員の満足度向上を意識しながら、店舗における実務を効率的に推進する能力

共通

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

能力細目	職務遂行のための基準
①就業管理	<p>○労働関連法令や自社の就業規則を理解し、部下の労働時間、休憩、休日・休暇などの管理を行っている。</p> <p>○就業管理に関する各種記録の集約を行い、期中の就業管理上の問題点を評価・検討し、必要に応じて販売部門責任者に改善を指導している。</p> <p>○従業員による不正・事故が発生した場合は、定められた手順を踏まえ、必要に応じて本部の指示を仰ぎ、迅速に対処している。</p>
②要員計画、作業割り当ての実施管理	<p>○店舗予算や店舗営業方針との整合性をとりながら、部門毎の必要人員を把握し、効率的な要員計画を立てている。</p> <p>○販売部門責任者に指示して、部門別月別および翌日の作業割当表を作成させ、全体の総人時数等を点検・指導し、部門間の調整を行った上で、承認している。</p> <p>○要員不足に対応して、店舗全体の従業員シフトの組み替えを行い、販売部門責任者に指示して要員を確保し、顧客に不便をかけない要員管理を行っている。</p>
③人材育成とES(従業員満足度)	<p>○販売部門責任者が行う人材育成計画や部下の目標の設定を支援し、本部方針や店舗営業方針との整合性が図られるよう指導している。</p> <p>○将来の店舗責任者候補に対し、計画的な育成を図るとともに、日常業務の中で店舗責任者自らが行動で示すことでOJTを行っている。</p> <p>○育成計画の進捗状況をチェックし、差異がある場合は、改善策を立案・実行したり、計画の見直しを行ったりしている。</p> <p>○店内のコミュニケーションの円滑化を図り、意見交換を通じて、従業員が望んでいる職場環境を把握し、改善のための対応を行っている。</p>
④パートタイマー・アルバイトの管理	<p>○要員計画に従って部門ごとの必要人員を明確にし、採用計画を立てている。</p> <p>○効果的な募集媒体・方法を活用し、面接などを通じて自店舗にあった人材を採用している。</p> <p>○雇い入れ・雇い止めについて、法令や就業規則に則った手続きをしている。</p> <p>○販売部門責任者からの報告を受けて、勤怠状況や能力開発の進捗状況をチェックし、販売部門責任者に指示して改善を行っている。</p> <p>○勤怠状況や職務遂行状況を定期的に評価し、その結果を本人にフィードバックし、処遇への反映や契約更改の判断を行っている。</p>
⑤人事労務管理の評価と改善	<p>○期初の方針や目標に照らして、就業管理や人材育成など人事労務管理に関する業務の達成状況を自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p> <p>○人事労務管理上の問題点や今後改善すべき点などを整理し、本部に対して積極的に提言している。</p>

●必要な知識

<p>1. 会社の基本理念</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会社および店舗の運営方針 ・人材育成方針 / など <p>2. 就業規則、労働協約、労働契約</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働時間と就業管理 ・休日と休暇 ・福利厚生の概要 ・ガイドライン、マニュアル <p>3. 労働関係法令と就業管理(労働基準法、パート労働法、男女雇用機会均等法、育児・介護休業法、労働安全衛生法 / など)</p> <p>4. 小売業経営法規</p>	<p>5. 人材育成計画立案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・計画達成度の把握とその要因 ・適性な技能水準 <p>知識とスキル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーション、リーダーシップに係る ・問題解決に関する基本的な技術・方法 / など <p>6. 部下の技能、適性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個人別の重点作業内容 ・個人別の業務遂行レベル / など <p>7. 教育計画・方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・OJT ・社内研修等の研修機会 ・コーチング ・追指導 ・カウンセリング / など
--	---

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C025L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	店舗営業方針の策定と推進(店舗)
概要	上位方針に基づき、店舗の営業方針を立案し遂行するマネジメント能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①店舗営業方針の立案	<p>○本部で行われる店舗責任者会議に出席し、経営方針や店舗運営方針、年間営業計画等の本部の方針・施策を理解し、自店の位置づけを把握している。</p> <p>○本部方針との整合性を保った上で、前年実績、会社方針、部門別動向、競合状況並びに経済環境等を考慮して、店舗オリジナルな営業方針を立案している。</p> <p>○地元商圏内における自店の位置付けや顧客に求められているサービスを明確化している。</p>
②店舗営業方針の遂行	<p>○年間営業計画に基づいた店舗営業を行っている。</p> <p>○店舗営業方針に基づいて、月単位、部門単位の販売計画としてそれを具体化し、本部に報告・相談しながら確定している。</p> <p>○各販売部門責任者に販売計画を伝え、実践のための指導・助言を行うことで、各部門での実践を遂行させている。</p> <p>○年間営業計画、店舗営業方針、販売計画を店舗責任者が自ら現場の動作レベルで具現化し、全従業員が一丸となって販売戦略の目標数値を達成できるように、リーダーシップを発揮している。</p>
③販売目標管理	<p>○POSデータ等に基づく販売可能計画書、財務資料等に基づく必要売上高予測書等を総合的に検討して、店舗および部門別の販売目標を設定している。</p> <p>○販売部門責任者に指示して、季節変動を踏まえた部門別の週間月間販売計画および催事、特売計画を作成させ、その内容をチェックし承認している。</p> <p>○全部門のPOSデータ管理、仕入・売上データの確認、重点商品・売り込み商品実績の確認、全部門の廃棄登録の確認を行っている。</p>
④店舗営業方針の評価と改善	<p>○各販売部門責任者からの報・連・相をもとに、営業方針の実践や販売計画の達成が行われているかチェックし、問題点があれば販売部門責任者を支援してボトルネックの発見とその改善・解消を行っている。</p> <p>○年間営業計画や店舗営業方針の実践状況、それを徹底するための管理の方法について自己評価し、次期に向けた改善点を抽出している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営方針、店舗運営方針、店舗営業方針</p> <p>2. マニュアル</p> <p>3. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売上高・粗利益高・粗利益率予算、実績推移(店別全体・部門別、カテゴリー別、品目別) ・年間経費 ・労働生産性、在庫高、ロス、値下げ率の目標値、今年度・前年度実績(店舗全体・部門別、カテゴリー別、品目別) ・月次予算、日割予算 ・個々の数値の算出方式と関連の理解 	<p>4. 販売促進に係るデータ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客データ ・年間販促計画、年間商品計画 ・商圏・客層データ ・地域社会行事 ・競合店等調査 <p>5. コミュニケーション、リーダーシップに係る知識とスキル</p>
---	---

営業企画

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08C026L33

共通 能力ユニット	能力ユニット名	店舗予算の計画と管理(店舗)
	概要	店舗の業務予算策定や業績管理など、資金面での経営資源を適切にマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①予算計画	<p>○本部から示される店舗の年間業務予算（売上高、粗利益高等）について、経営方針や部門別動向、競合状況、経済環境を考慮して検討し、本部と調整をして確定している。</p> <p>○店舗の年間業務予算に基づいて、部門別の年間業務予算、月次の店舗日割予算を作成し、各販売部門責任者に指示して部門別日割予算案を作成させている。</p> <p>○日割予算に基づいて、月次販売計画表（販売促進計画・店舗行事・地域行事重点商品等）、翌月の売上日割予算を策定している。</p> <p>○店舗の財務諸表を作成し、店舗の経営分析に活かしている。</p>
②予算管理	<p>○予算と実績の差異を把握し、前年実績や部門別月次損益計算書、客数・客単価・取引点数・部門構成比等の数値等をもとに原因分析を行っている。</p> <p>○経費のコントロール等を行い、定められた人員で業務予算（売上高、粗利益高、粗利益率等）を達成している。</p> <p>○本部から指示される店舗人件費比率目標を達成するため、具体的な人時予算計画を立案している。</p> <p>○店舗全体および部門別の状況を把握して人時分析を行い、人時予算計画と実績の差異を明らかにし、業務プロセスの改善等により人時をコントロールし、計画を達成している。</p>
③評価と改善	<p>○目標と実績の差異を把握し、実績の推移や前年度実績に基づいて原因分析し、計画の修正など達成のための対策を立案・実行している。</p> <p>○予算の進捗状況や結果を記録し、本部に報告を行っている。</p>

販売

店舗運営

●必要な知識

<p>1. 経営方針、店舗運営方針</p> <p>2. 予算策定プロセス</p> <p>3. 経営管理数値</p> <p>・売上高・粗利益高・粗利益率 予算／実績推移（店全体・部門別、カテゴリ別、商品別）</p> <p>・年間経費</p> <p>・在庫高・ロス・値下げ率 目標値／実績推移</p> <p>・M/H計画表・人時売上高・人時販売点数・人時接客客数・労働生産性・賃金分配率</p> <p>4. 財務諸表の基礎知識</p>	<p>5. 販売促進に係るデータ</p> <p>・催事展開指示書</p> <p>・セールスプラン・インプロ（インスタブROMーション）計画書</p> <p>6. 店舗地域特性</p> <p>・競合店動向</p> <p>・他社出店計画</p> <p>7. 労務管理</p> <p>・公休表・稼働計画表・作業割当表</p> <p>・労働時間一覧表・有給休暇消化一覧表</p> <p>8. 商品知識、商品特性</p> <p>9. 売価設定（値入）</p>
---	--

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C027L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	コンプライアンス(本部)
概要	職業人としての社会的責任を自覚し、関係法令やルールを遵守しながら、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①法令・諸規則の内容把握	<ul style="list-style-type: none"> ○職業人としてのプロ意識、社会的責任感、職業倫理を有している。 ○企業の社会的責任についての知識と自覚を有している。 ○経営理念、社是・社訓、倫理憲章、行動ガイドライン等の所在とその内容を熟知している。 ○就業規則や諸ルールおよびコンプライアンス上問題となりやすい法令の内容を熟知している。 ○企業活動全般に関する法的・倫理的問題についての具体的事例を理解し、それが自社に及ぼす影響を理解している。
②法令・諸規則の遵守	<ul style="list-style-type: none"> ○社会道徳的に望ましい行動を率先して示し、日常業務の具体的場面において社是・社訓の理念や行動規範を具現化している。 ○公共の利益を企業の利益が相矛盾する場合には、企業倫理を踏まえながら公正かつ適切な判断をしている。 ○不測の事態に関しても冷静な現状分析に基づき、適切な問題解決を行っている。
③コンプライアンス・マネジメントの推進	<ul style="list-style-type: none"> ○過去に発生した問題事例や他社事例等について、その背景や構造を分析し、本部主管部門と連携して、担当部門の倫理規定や行動ガイドラインの立案を行っている。 ○倫理規定やガイドラインの店舗への指導など、コンプライアンス・マネジメントの運営管理に関する中心的役割効果を果たしている。 ○コンプライアンス・マネジメントの効果を費用対効果の観点から評価している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ul style="list-style-type: none"> 1. 社内倫理規定・行動規範 <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念 ・ 社是・社訓 ・ 倫理憲章 ・ 行動ガイドライン ・ マニュアル 2. 各種法令および関連規則 3. コンプライアンス上問題となりやすい主要法令 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商法 ・ 食品衛生法 ・ JAS法 ・ PL法、消費者保護法 ・ 独占禁止法、不正競争防止法 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 景品表示法 ・ 労働法、雇用機会均等法、セクハラ防止関連 ・ 個人情報保護法 ・ 環境関連法 4. リスクマネジメントに関する知識 5. 対処方法の好事例
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C028L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	コンプライアンス(本部)
概要	職業人としての社会的責任を自覚し、関係法令やルールを遵守しながら、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①法令・諸規則の内容把握	<p>○職業人としてのプロ意識、社会的責任感、職業倫理を有している。</p> <p>○企業の社会的責任についての知識と自覚を有している。</p> <p>○経営理念、社是・社訓、倫理憲章、行動ガイドライン等の所在とその内容を熟知している。</p> <p>○就業規則や諸ルールおよびコンプライアンス上問題となりやすい法令の内容を熟知している。</p> <p>○企業活動全般に関する法的・倫理的問題についての具体的事例を理解し、それが自社に及ぼす影響を理解している。</p>
②法令・諸規則の遵守	<p>○社会道徳的に望ましい行動を率先して示し、日常業務の具体的場面において社是・社訓の理念や行動規範を具現化している。</p> <p>○法令違反等が発生した場合には、マスコミ、行政対応等を迅速に行うとともに、再発防止に向けた対策を徹底している。</p>
③コンプライアンス・マネジメントの推進	<p>○担当部門に係る倫理規定や行動ガイドラインの方針を決定し、必要に応じて本部主管部門に改訂を要請している。</p> <p>○倫理規定やガイドラインの店舗への指導など、コンプライアンス・マネジメントの運営管理を統括している。</p> <p>○自社のコーポレート・ガバナンスの仕組みに応じたコンプライアンス体制のあり方等に関して、トップマネジメントに提言や助言を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内倫理規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 経営理念 ・ 社是・社訓 ・ 倫理憲章 ・ 行動ガイドライン ・ マニュアル <p>2. 各種法令および関連規則</p> <p>3. コンプライアンス上問題となりやすい主要法令</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商法 ・ 食品衛生法 ・ JAS法 ・ PL法、消費者保護法 ・ 独占禁止法、不正競争防止法 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 景品表示法 ・ 労働法、雇用機会均等法、セクハラ防止関連 ・ 個人情報保護法 ・ 環境関連法 <p>4. リスクマネジメントに関する知識</p> <p>5. 対処方法の好事例</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C029L34

共通
能力ユニット

能力ユニット名	CS(顧客満足)の推進(本部)
概要	自社のCS方針を理解し、担当部門の各種施策として立案・推進する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①CSの内容把握	<p>○国内外・他業態も含むCS施策の実施事例を収集し、CSの考え方や効果等について確認している。</p> <p>○経営理念、経営方針等とともに、CSに関する基本方針や施策を理解し、自社におけるCSの考え方を熟知している。</p> <p>○CSの戦略的展開に果たす担当部門の役割を認識し、CSに関する基本方針や施策の策定に際して本部主管部門をはじめとする他部門等との調整を行っている。</p>
②CSマネジメントの推進	<p>○担当部門における各種施策の立案・推進に際して、常に自社のCS基本方針の観点からチェックを行っている。</p> <p>○CS調査結果等を担当部門における諸施策に反映させるための仕組みづくりを行っている。</p> <p>○店舗巡回時やCS調査（「お客様の声」等）結果等を通じて、店舗におけるCS施策の浸透を確認し、本部主管部門に報告を行っている。</p> <p>○CSの推進における施策の問題点や改善点をまとめ、上司・本部主管部門等に報告を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営理念、経営計画、経営方針、店舗運営方針</p> <p>2. CS戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自社ビジネスにおけるCSの定義 ・ CS戦略 ・ CSの把握手法と実施方法 <p>3. 経営戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自社の経営戦略（ドメイン、コアコンピタンス / など） ・ 競合他社の動向 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 戦略分析手法（SWOT分析、ポートフォリオマトリックス / など） 4. マーケティング知識 <ul style="list-style-type: none"> ・ データベースマーケティング ・ ワントゥワンマーケティング 5. 小売業の情報システム <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客管理システム ・ FSPサポートシステム ・ ナレッジマネジメント 6. 一般消費動向、社会経済のトレンド 7. 統計分析の知識
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C030L33

共通
能力ユニット
ト

能力ユニット名	地域社会への貢献(本部)
概要	地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策などを企画・立案し、それを推進する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①地域社会 貢献の 施策の立案	<p>○企業の社会的責任や地域貢献についての知識と自覚を有している。</p> <p>○地域の治安維持・向上のために店舗ができる役割を認識し、店舗が地域の安心スポットとなるような施策を立案している。</p> <p>○各店舗と協力して、学校、消費者団体、自治体、警察署、消防署、病院等の地域諸団体・組織を把握している。</p> <p>○地域のイベントや行事などを把握している。</p>
②地域社会 貢献の 施策の推進	<p>○店舗内外について、犯罪の温床となりやすい暗闇や死角を作らないように照明を設置したり、パトロールを行うなど、店舗周辺の治安の維持・向上を図り、地域の安心スポットを提供するための施策の遂行を支援している。</p> <p>○地域社会への貢献に向けた店舗独自の取り組みを盛り込んだ業務計画の策定を支援している。</p> <p>○地域の住民や行政と連携して、容器回収や簡易包装などの環境貢献について、店舗における施策の遂行を支援している。</p> <p>○施設のバリアフリー化を推進している。</p>
③地域社会 貢献の施策 の評価と改善	<p>○地域住民の声や店舗からの報告などをもとに、各店舗の地域社会への貢献度を評価している。</p> <p>○店舗からの報告などを分析し、地域社会への貢献のための施策の内容や、実施体制、実施方法に関する問題点や今後改善すべき点などを整理し、社内関係者や関係部門等に対して積極的に提言している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営理念・経営方針</p> <p>2. 企業の社会的責任に関する知識</p> <p>3. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>4. 地域貢献の好事例</p> <p>5. 地域や顧客のニーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客の意見（「お客様の声」 / など） ・地域のイベント・行事 ・地域の環境活動 ・地域の防犯マップ / など <p>6. バリアフリー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設のバリアフリー化 ・車椅子介助 / など ・設備環境の安全化 / など 	<p>7. 安全・衛生管理実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備のあるべき状態の熟知 <p>8. 防犯対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防犯の方策 ・近隣の警察・病院の位置と連絡先 ・警備体制の確立 ・警備保障システムの把握 / など <p>9. 非常事対応実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・災害時の避難場所 ・応急手当・救急措置の方法 / など <p>10. コミュニケーション</p> <p>11. 各種法令および関連規則</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C031L44

共通
能力ユニット
ト

能力ユニット名	地域社会への貢献(本部)
概要	地域社会の安全や繁栄に貢献するための基本方針などを企画・立案し、それを推進する能力と取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①地域社会貢献の基本方針の立案	<p>○企業の社会的責任や地域貢献についての知識と自覚を有している。</p> <p>○地域の治安維持・向上のために店舗ができる役割を認識し、店舗が地域の安心スポットとなるような基本方針を立案している。</p> <p>○各店舗と協力して、学校、消費者団体、自治体、警察署、消防署、病院等の地域諸団体・組織を把握し、定期訪問や連絡によって良好な関係を構築・維持している。</p> <p>○施設のバリアフリー化を推進するための基準を立案している。</p>
②地域社会貢献の基本方針の推進	<p>○店舗周辺の治安の維持・向上を図り、地域の安心スポットを提供するための基本方針を基にした施策の立案を支援している。</p> <p>○地域の住民や行政と連携して、容器回収や簡易包装などの環境貢献についての基本方針を推進している。</p> <p>○地域社会への貢献のための基本方針及び実施状況について、地域にPRを行い、地域との連携を深めている。</p>
③地域社会貢献の基本方針の評価と改善	<p>○地域住民の声や店舗からの報告などをもとに、各店舗の地域社会への貢献度を評価し、必要に応じて改善を行っている。</p> <p>○店舗からの報告などを分析し、地域社会への貢献のための基本方針の内容や、実施体制、実施方法に関する問題点や今後改善すべき点などを整理し、社内関係者や関係部門等に対して積極的に提言している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営理念・経営方針</p> <p>2. 企業の社会的責任に関する知識</p> <p>3. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>4. 地域貢献の好事例</p> <p>5. 地域や顧客のニーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客の意見（「お客様の声」 など） ・地域のイベント・行事 ・地域の環境活動 ・地域の防犯マップ など <p>6. バリアフリー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設のバリアフリー化 ・車椅子介助 など ・設備環境の安全化 など 	<p>7. 安全・衛生管理実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備のあるべき状態の熟知 <p>8. 防犯対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防犯の方策 ・近隣の警察・病院の位置と連絡先 ・警備体制の確立 ・警備保障システムの把握 など <p>9. 非常事対応実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・災害時の避難場所 ・応急手当・救急措置の方法 など <p>10. コミュニケーション</p> <p>11. 各種法令および関連規則</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C032L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	食の安全・安心の提供(本部)
概要	食の安全・安心を高めるための施策などを企画・立案し、それをマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①安全・安心を高めるための施策の立案	<p>○食の安心・安全に対する顧客の関心の高まりを受けて、安全・安心を高めるための商品開発・仕入れの重要性を理解し、関連法規等の必要な情報を継続的に収集している。</p> <p>○食の安全・安心を高めることに役立つ業務について、関連法規等の情報を基に、社内外の関係者と調整して課題や優先事項を検討し、基準立案をしている。</p> <p>○産地調達、製造工程から店舗販売に至るまでの各プロセスにおいて、可能な商品からトレーサビリティの導入をはかるなどの取り組みを行っている。</p>
②安全・安心を高めるための施策の推進	<p>○食の安全・安心を高める自社の基準を理解して、実施と改善を行っている。</p> <p>○食の安全・安心を高めるために取引先と取り決めた基準に則って、商品開発・仕入れを行っている。</p> <p>○店舗において、顧客が安心して商品を購入するために必要な点について定期的に助言・指導を行っている。</p> <p>○検査部門と連携して、自社の安全・衛生に係る基準が守られているかチェックしている。</p> <p>○メーカーの工場実査や物流業者の配送体制を安全・衛生面の観点からチェックを実施している。</p>
③安全・安心を高めるための施策の評価と改善	<p>○食の安全・安心を高める自社の基準に照らし合わせ、定期的に評価を実施している。</p> <p>○担当業務に関する問題点や改善点をまとめて上司に相談したうえで、業務プロセスの見直し等を定期的実施している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAS法(生鮮食品品質表示基準、加工食品品質表示基準) ・食品衛生法(残留農薬基準、食品添加物、アレルギー物質を含む食品に関する表示、遺伝子組換え食品に関する表示) ・食品リサイクル法 ・容器包装リサイクル法 ・労働安全衛生法 	<ul style="list-style-type: none"> ・景品表示法 ・有機食品の検査認証制度 ・特別栽培農産物に係る表示ガイドライン ・環境関連(エコマーク、グリーンマーク) <p>3. トレーサビリティ・システム</p> <p>4. 食の安全に関する知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内分泌かく乱物質(環境ホルモン) ・カドミウム、水銀 ・BSE(牛海綿状脳症) ・ウイルス(0157、鳥インフルエンザ) ・遺伝子組換え食品、クローン牛 / など
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C033L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	食の安全・安心の提供(本部)
概要	食の安全・安心を高めるための施策などを企画・立案し、それをマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①安全・安心を高めるための基本方針の立案	<p>○経営方針上での食の安全・安心を提供するための自社のあり方について方針の策定を行っている。</p> <p>○食の安全・安心に対する顧客の関心の高まりを受けて、安全・安心を高めるための商品開発・仕入れの重要性を理解し、関連法規等の動向を踏まえ、商品開発や仕入れ、販売に関する基本方針を示している。</p> <p>○商品の安全・安心を高めることに役立つ業務について、関連法規等の情報を基に、社内外の関係者と調整して課題や優先事項を検討し、基本方針の立案に反映させている。</p>
②安全・安心を高めるための基本方針の推進	<p>○食の安全・安心を高める自社の基本方針を基に、それぞれの業務が行われているか、定期的に把握できる体制を構築している。</p> <p>○食の安全・安心を高めるための基本方針に則って、商品開発・仕入れの実施について管理を行っている。</p> <p>○部下に対して、顧客が安心して商品を購入するために必要な点について、定期的に助言・指導を行っている。</p>
③安全・安心を高めるための基本方針の評価と改善	<p>○食の安全・安心を高める自社の基本方針に照らし合わせるとともに、定期的に評価を実施している。</p> <p>○担当業務に関する問題点や改善点をトップマネジメントに報告し、業務プロセスの見直し等を定期的実施している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAS法（生鮮食品品質表示基準、加工食品品質表示基準） ・食品衛生法（残留農薬基準、食品添加物、アレルギー物質を含む食品に関する表示、遺伝子組換え食品に関する表示） ・食品リサイクル法 ・容器包装リサイクル法 ・労働安全衛生法 	<ul style="list-style-type: none"> ・景品表示法 ・有機食品の検査認証制度 ・特別栽培農産物に係る表示ガイドライン ・環境関連（エコマーク、グリーンマーク） <p>3. トレーサビリティ・システム</p> <p>4. 食の安全に関する知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内分泌かく乱物質（環境ホルモン） ・カドミウム、水銀 ・BSE（牛海綿状脳症） ・ウイルス（0157、鳥インフルエンザ） ・遺伝子組換え食品、クローン牛 / など
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C034L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	接客(本部)
概要	接客向上に向けた方針や施策を立案・実行し、その評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①接客向上施策の立案	<p>○サービスの改善や標準化など、スーパーマーケット業の業務全体における接客向上の重要性を把握している。</p> <p>○自社の接客向上の基本方針を理解している。</p> <p>○接客向上に関する他社の優良事例についての情報収集を行っている。</p> <p>○経営理念および方針に基づいて、接客マニュアルの作成を行っている。</p> <p>○社内外の関係者との報告・連絡・相談(報連相)を行い、接客向上の施策を立案している。</p>
②接客向上施策の推進	<p>○自社の小集団活動(QCサークル等)を活用するなど、接客向上を全社的に浸透させる社内の仕組みを通して、店舗における接客向上施策の実現を支援している。</p> <p>○店舗巡回時に、接客向上について必要な助言・指導を行っている。</p> <p>○店舗における接客の優良事例を発掘し、店舗間での情報共有を支援している。</p>
③接客向上施策の評価と改善	<p>○自社の接客向上基本方針に照らし合わせて、接客向上施策の定期的に評価を実施している。</p> <p>○店舗巡回や部門責任者からの報告・連絡・相談(報連相)を通じて、店舗における接客対応の状況や課題を把握している。</p> <p>○顧客の立場に立って店舗における接客対応を評価し、さらなる向上のための課題を把握している。</p> <p>○具体的な情報やデータに基づき担当業務に関する問題点や改善点を分析、検証し、上司に報告、提案を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 自社のサービス品質管理方針、サービス品質管理体制</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 自社の接客ルール</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接客マニュアル(作成方法) <p>3. 接客手法および接客用語</p> <p>4. 全社的品質管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質管理の意義等 ・品質管理発展の歴史 ・全社的品質管理の導入と推進 ・QCサークル 	<p>5. 社内標準化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社内標準化の意義 ・社内標準化の実施方法
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C035L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	接客(本部)
概要	接客向上に向けた方針や施策を立案・実行し、その評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①接客向上基本方針の立案	<ul style="list-style-type: none"> ○スーパーマーケット業の業務全体における接客向上の重要性を把握している。 ○接客向上に関する他社の優良事例を熟知している。 ○企業ビジョンに則って、自社の接客向上のあり方についてトップマネジメントと意識の共有を図っている。 ○社内外の関係部門からの意見を聴取し、接客向上の基本方針を示している。
②接客向上基本方針の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○自社の小集団活動（QCサークル等）を活用するなど、接客向上を全社的に浸透させる社内の仕組みを構築・管理している。 ○接客向上の実施について、全社的な進捗管理を行っている。 ○部下に対して、全社的な接客向上の基本方針の徹底を指示している。
③接客向上基本方針の評価と改善	<ul style="list-style-type: none"> ○自社の接客向上基本方針に照らし合わせ、定期的に評価を実施し、関係部署に改善の助言を行っている。 ○担当業務に関する問題点や改善点を、トップマネジメントに報告し、改善を実施している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ul style="list-style-type: none"> 1. 自社のサービス品質管理方針、サービス品質管理体制 <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル 2. 自社の接客ルール <ul style="list-style-type: none"> ・接客マニュアル（作成方法） 3. 接客手法および接客用語 4. 全社的な品質管理 <ul style="list-style-type: none"> ・品質管理の意義等 ・品質管理発展の歴史 ・全社的な品質管理の導入と推進 ・QCサークル 	<ul style="list-style-type: none"> 5. 社内標準化 <ul style="list-style-type: none"> ・社内標準化の意義 ・社内標準化の実施方法
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C036L34

共通
能力ユニット

能力ユニット名	顧客ニーズの把握(本部)
概要	店舗の販売動向や競合店等調査の実施管理を行い、必要に応じて的確な販売対策を企画・実施するとともに、それらの評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①販売情報の収集・分析	<p>○POSシステムから提供される販売計数情報をもとにして、担当部門におけるカテゴリー別・地域別販売実績、店舗別売上実績、季節別売上実績等のデータに加工し、顧客ニーズの動向を分析予測している。</p> <p>○店舗責任者、販売部門責任者等と積極的にコミュニケーションを図り、部門の販売動向に関する定性的な情報を収集している。</p> <p>○データ分析結果や定性的販売情報は迅速に上司及びトップマネジメントに報告するとともに、各種会議等において本部他部門、店舗責任者、販売部門責任者等関係者間でリアルタイムに共有できる体制を構築している。</p>
②販売対策の推進	<p>○店舗訪問や店舗からの報告・提案に基づき、売れ筋商品等の分析を行っている。</p> <p>○定量的・定性的販売情報等に基づいて、予算達成に向けて全店または個別店舗における販売対策の企画・実施を店舗責任者等に指示している。</p> <p>○販売対策の企画・実施に際しては、本部他部門等の協力を最大限引き出し、店舗責任者等が行動しやすいように配慮している。</p>
③販売対策の評価と検証	<p>○実施した販売対策の効果を測定し、評価を行っている。</p> <p>○店舗責任者会議等を通じて顧客ニーズをとらえた販売対策事例を紹介し、ストアマネジメントの参考に供している。</p> <p>○販売対策の問題点や改善点をまとめ、上司に報告している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売上高・粗利益高予算／実績推移一部門別、カテゴリー別、品種別、店別（年度、半期、月次、週次） ・人時生産性、労働分配率等の計画・実績推移／など <p>2. POSシステム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・機能 ・解析方法 <p>3. 分析手法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ABC分析 <p>4. 商品知識、商品特性</p>	<p>5. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 ・地域イベント <p>6. 販売対策手法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売促進施策 ・売価変更 / など <p>7. コミュニケーションスキル</p> <p>8. 一般消費動向</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C037L34

共通
能力ユニット

能力ユニット名	クレーム・トラブル対応(本部)
概要	クレーム・トラブルの防止策や対応方針について企画・立案し、それを実施する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①クレーム・トラブルの防止策・対応基準の立案	<p>○他社のクレーム・トラブル管理の優良事例について定期的に情報収集を行っている。</p> <p>○クレーム・トラブルの防止・対応が店舗経営や会社イメージに与える重要性を理解し、TQC（全社的品質管理）との関係も考慮し、職務遂行している。</p> <p>○クレーム・トラブル防止策・対応のための明確な推進体制と管理体制を敷いている。</p> <p>○クレーム・トラブル防止・対応業務について、社内外の関係者と意見交換を行い、対処方針の立案を行っている。</p>
②クレーム・トラブルの防止・対応	<p>○例えば「異物混入」など本部対応や全店への連絡が必要なケースについて、保健所、メーカーなど関係諸機関に連絡をとるとともに、各店舗と連携し迅速に商品回収などの措置を講じている。</p> <p>○必要に応じ店舗責任者やメーカー社員などを伴い、顧客への誠意ある対応・謝罪を行い、事態の収拾を図っている。</p>
③評価と改善	<p>○発生したクレーム・トラブルについて、各店舗と文書連絡を行っている。</p> <p>○クレーム・トラブルについて発生原因を追求・分析し、関係者からの指摘等を収集して対応方法の妥当性を評価し、各店舗におけるクレーム・トラブルの防止・対応体制の見直しを行い、各店舗向けのマニュアル改善を行っている。</p> <p>○万引き予防・対応の状況、それらを徹底するための管理方法について各店舗の実情を踏まえて整理・評価し、その内容を全社的に共有し、改善につなげる体制を整備している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全社的品質管理（TQC） ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商法 ・食品衛生法 ・JAS法 ・PL法、消費者保護法 ・景品表示法 / など 	<p>3. 基本知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クレーム・トラブル処理に関する基本的知識 ・万引きの予防・対応に関する基本的知識 <p>4. 対処方法の好事例</p> <p>5. 問題解決技法に関する基礎知識</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C038L34

共通
能力ユニット

能力ユニット名	非常時対応(本部)
概要	災害や犯罪など発生の非常時の対応策を企画・立案し、それを遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①非常時対応の基準立案	<p>○非常時対応に関する好事例などの情報収集を日頃から行っている。</p> <p>○災害や犯罪などの非常時対応について、各店舗ごとの実業を踏まえ関連法規等の情報を基に、課題や優先事項を検討し、基準立案をしている。</p> <p>○想定される非常時に対応した具体的な対応・管理体制を敷いている。</p> <p>○店舗において非常時対応策が理解されているか、定期的にチェックしその浸透を図っている。</p>
②非常時対応の基準推進	<p>○非常事態の発生に際し、店舗の状況を速やかに把握し、本部としての支援措置を迅速に講じている。</p> <p>○各店舗や警察、消防署など内外の関係諸機関と連絡をとりつつ、事態の収拾に最善を尽くしている。</p>
③評価と改善	<p>○非常時対応策の各店舗での遂行状況や、非常時への備えの実施状況、それらを徹底するための管理方法について評価し、次期に向けた改善を行っている。</p> <p>○策定した基準の内容や、実施体制、実施方法に関する問題点や今後改善すべき点などを各店舗の実情を踏まえて整理・評価し、その内容を全社的に共有し、改善につなげる体制を整備している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 社内規定・行動規範</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行動ガイドライン ・マニュアル <p>2. 非常事対応実務</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店内の非常口 ・災害時の避難場所 ・防災機器・設備 ・消防計画届出書等の作成方法 ・応急手当・救急措置の方法 	<p>3. 防犯対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・防犯の方法 ・近隣の警察・病院の位置と連絡先 ・警備体制の確立 ・警備保障システムの把握 <p>4. 各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・刑法 / など <p>5. 非常時の対応方法の好事例</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C039L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	組織と人のマネジメント(本部)
概要	担当組織の人的資源を適切にマネジメントしながら、業務目標の達成に向けて組織を統率する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①組織のマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ○組織内のメンバーに対し、目標達成に向けた明確なビジョンと道筋を示している。 ○目標達成のための人材要件を明確化し、組織の要員計画を作成している。 ○部下の専門性、経験、性格等を勘案し、その役割分担と人員配置の最適化を図っている。 ○定期的にミーティングを行いメンバーに発言の機会を与えるなど、組織内の議論の活性化やコミュニケーションの増大に向けた取組みを行っている。 ○チーム内メンバーの仕事量のバランス、達成期待等を常にチェックしている。 ○組織内に蓄積された知識やノウハウを組織内で共有化するための試みを行っている。
②人材のマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ○部下の仕事振りを常時把握し、過労防止や安全衛生の観点から時宜を得た助言や指導を行っている。 ○ルールに則って公正な人事考課を行っている。 ○叱った方が伸びる部下、褒めた方が伸びる部下など、部下の個性を把握したうえで状況に即した指導・助言を行っている。 ○マナー違反や遅刻・欠勤など、部下が規律違反を行った場合には、曖昧にすることなくその都度注意している。 ○緊急でない案件については敢えて細かな指導は行わず部下の自主性に任せるなど、部下の長期的な能力向上を念頭においた育成手法を採っている。 ○部下の能力や適性を把握し、各人のキャリア・プランに沿った能力開発策を助言している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ul style="list-style-type: none"> 1. 組織文化の機能 2. 組織構造の長所・短所の把握 <ul style="list-style-type: none"> ・機能別組織 ・事業部製組織 ・マトリクス組織 3. 要員計画の作成 <ul style="list-style-type: none"> ・メンバーの選出 ・メンバーの人材ポートフォリオ（専門、経験等） ・役割分担と人員配置 4. 人的資源管理の知識 <ul style="list-style-type: none"> ・モチベーションの与え方 ・人事考課の仕組みとルール <ul style="list-style-type: none"> ・目標管理の理念と方法 ・人事考課の内容と考課ルール 	<ul style="list-style-type: none"> ・労務管理の知識 <ul style="list-style-type: none"> ・労働時間管理 ・労働安全衛生管理 ・男女雇用機会均等法 など ・面談と指導のスキル 5. リーダーシップの基本と原則 <ul style="list-style-type: none"> ・リーダーの条件 ・リーダーシップのスタイル ・リーダーシップの適合条件 など 6. コーチング、メンタリングの意義と方法 7. ナレッジマネジメント 8. 学習する組織
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C040L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	組織と人のマネジメント(本部)
概要	部門の人的資源を適切にマネジメントしながら、業務目標の達成に向けて組織を統率する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①組織のマネジメント	<p>○部門全体に対し、事業の将来像に関する明確なビジョンとその実現に至る道筋を示している。</p> <p>○慣習や前例にとらわれることなく、適材適所の観点から戦略的に人員の選定や人材配置を行っている。</p> <p>○分権化やフラット化を推進するなど、事業内容や人員構成に即した組織開発を行っている。</p> <p>○部門全体を統括する立場として、部下の個性を把握し、自ら進んで部下とコミュニケーションを図りながら組織の士気を向上させるとともに、開放的で闊達な組織文化を育んでいる。</p> <p>○部門内の知識やノウハウを体系的に管理するなど、中長期的な組織業績向上を実現するための仕組みづくりを行っている。</p>
②人材のマネジメント	<p>○自分を超越する将来のリーダーを計画的に育成している。</p> <p>○部下の能力を見極めたうえで、適当な場合には情報や経営資源を提供したうえで大幅な権限委譲を行なうなど、部下のモチベーションを高めるための工夫を行っている。</p> <p>○公正・公平の観点から部下の人事考課を行い、部下の個性に応じて次期に向けたアドバイスをを行っている。</p> <p>○自ら継続学習を行い模範を示すことで、部下の学習・成長意欲を喚起している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 組織文化の機能</p> <p>2. 組織構造の長所・短所の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> 機能別組織 事業部製組織 マトリクス組織 <p>3. 要員計画の作成</p> <ul style="list-style-type: none"> メンバーの選出 メンバーの人材ポートフォリオ（専門、経験等） 役割分担と人員配置 <p>4. 人的資源管理の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> モチベーションの与え方 人事考課の仕組みとルール <ul style="list-style-type: none"> 目標管理の理念と方法 人事考課の内容と考課ルール 	<ul style="list-style-type: none"> 労務管理の知識 <ul style="list-style-type: none"> 労働時間管理 労働安全衛生管理 男女雇用機会均等法 など 面談と指導のスキル 5. リーダーシップの基本と原則 <ul style="list-style-type: none"> リーダーの条件 リーダーシップのスタイル リーダーシップの適合条件 など 6. コーチング、メンタリングの意義と方法 7. ナレッジマネジメント 8. 学習する組織
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C041L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	営業方針の策定と推進(本部)
概要	上位方針を受け、店舗営業を展開するための方針や施策を立案・実施し、その評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①営業計画の立案と管理	<p>○経営環境、競合他社動向等を勘案し、経営方針や販売戦略、営業方針を踏まえ、営業日、営業時間、年間行事等を反映した年間営業計画及び販売目標を立案している。</p> <p>○年間営業計画の立案に際しては、上司、本部他部門、従業員組合、取引先など関係者との交渉をまとめあげ、必要な協力を最大限引き出している。</p> <p>○策定した営業計画について、店舗責任者会議などを通じて関係者に指示・徹底し、その実施を管理している。</p> <p>○外的要因等により計画の変更を余儀なくされた場合、上司、従業員組合、本部他部門、取引先などの関係者と協議・調整を行い、変更による影響を最小限にとどめている。</p>
②店舗営業方針の立案指導と管理	<p>○経営方針や営業戦略、商品戦略、商品計画、営業方針等の上位方針や施策を熟知している。</p> <p>○店舗ごとの商圈特性を把握し、商圈内における自店の位置づけや顧客に求められているサービスを明確化するように指導している。</p> <p>○本部方針との整合性を保った上で、前年実績、部門別動向、競合店状況および経済環境を考慮して、店舗オリジナルな営業方針の立案を指導している。</p> <p>○店舗巡回時に、販売部門責任者等に対して、店舗営業方針の理解やそれに基づく指示事項の実施状況についてチェック・監督を行っている。</p>
③評価と検証	<p>○営業方針に基づく成果を評価・検証し、各店舗から問題点や改善点の報告を受けるとともに、それらを取りまとめ、迅速に上司に報告を行っている。</p> <p>○各店舗のPOSデータ、仕入・売上データ、重点商品・売込み商品の実情など具体的なデータに基づき実績を評価・分析し、営業計画の策定に反映されている。</p> <p>○問題点や改善点については、次期に向けた具体策を講じている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、販売戦略、商品戦略、商品計画、営業方針 <p>2. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予算／実績推移—店舗別、部門別—(年度) ・人時生産性、労働分配率等の計画・実績推移 ・季節(月別)指数 <p>3. 財務諸表・管理会計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・固定経費、流動経費及び損益分岐点 <p>4. 販売促進施策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・FSP、インスタプロモーション、チラシ など <p>5. 労務管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働時間管理 	<p>6. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 ・他社出店計画 ・商圈調査、競合店等調査結果 ・地域イベント <p>7. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C042L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	営業方針の策定と推進(本部)
概要	上位方針を受け、店舗営業を展開するための方針や施策を立案・実施し、その評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①営業方針の立案	<p>○経営方針、販売戦略を受け、前年実績、部門別動向、競合店状況および経済環境を考慮して営業方針を立案している。</p> <p>○地域や業界における自社の位置づけや、顧客から求められているサービスを明確化し、顧客の期待に応えられる店舗運営を目指している。</p> <p>○経営方針や販売戦略、営業方針を踏まえた年間営業計画の立案を部下に指示している。</p> <p>○本部他部門、取引先など利害関係者との交渉をまとめあげ、予算などの実現に必要な協力を最大限引き出している。</p>
②営業方針の徹底	<p>○店舗責任者等の参加する各種会議の場で営業方針を説明し、店舗における徹底を指示している。</p> <p>○営業方針に基づき、営業計画や個別店舗の営業方針などの策定を統括し、マネジメントしている。</p>
③評価と改善	<p>○各店舗の販売実績をはじめ経済環境・消費動向、他社動向等を勘案し、営業方針に基づく各種施策の成果を具体的なデータに基づき評価・検証している。</p> <p>○とりまとめられた店舗運営に係る問題点や改善点を評価、検証し、トップマネジメントに報告を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、販売戦略、商品戦略、商品計画 <p>2. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予算、実績推移—店舗別、部門別（年度、月間、週間） ・人時生産性等の各種生産性指標の実績推移 ・季節（月別）指数 <p>3. 固定経費、流動経費及び損益分岐点の理解</p> <p>4. 販売促進施策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・FSP、インスタプロモーション、チラシ など <p>5. 労務管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働時間管理 	<p>6. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 ・商圈調査結果 ・競合店等調査結果 ・地域イベント <p>7. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C043L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	店舗予算の策定と管理(本部)
概要	担当部門の予算策定や業績管理など、資金面での経営資源を適切にマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①予算の策定	<p>○会社の収益構造、予算策定プロセス、担当職務に期待されている役割等を正しく把握している。</p> <p>○前年実績、会社方針、店舗営業方針、部門別動向、競合状況並びに経済環境を考慮して、担当店舗の予算（売上高、粗利益、人件費、物件費、営業利益）を店舗責任者と調整のうえ策定している。</p> <p>○本部他部門、上司などとの交渉を行い、予算面での協力を最大限引き出している。</p>
②業績管理の推進	<p>○店舗ごとに、店舗全体および部門別の現状を把握・分析して、予算の実行を管理している。</p> <p>○担当店舗別の予算・実績推移（売上高、粗利益、人件費、物件費、営業利益等）を把握し、予算との差異分析を行い、差異の発生要因について上司、店舗責任者等と認識を共有している。</p> <p>○複雑な状況を観察分析して、予算達成に向けた問題点を究明し、解決に向けた合理的判断に結びつけている。</p> <p>○担当店舗における予算目標達成のため本部他部門と調整を行い、店舗責任者、販売部門責任者等に各種対策を提案し、その実施を指示している。</p>
③評価と検証	<p>○担当店舗別の計数実績、消費動向、競合店動向等を把握し、当該年度における予算差異の発生要因を把握している。</p> <p>○予算差異の発生要因や各種対策の実施等について上司に報告している。</p> <p>○予算達成のために実施した各種対策の効果を測定し、効果的な対策を見極めるとともに次期の対策に活かしている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、営業方針 <p>2. 予算策定プロセス</p> <p>3. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予算／実績推移－店舗別、部門別（年度、半期、月次） ・人時生産性、労働分配率等の計画・実績推移／など <p>4. 財務諸表・管理会計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・損益計算書、貸借対照表、キャッシュフロー計算書 ・各種生産性、効率性指標 ・損益分岐点分析、コスト分析 / など 	<p>5. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 ・他社出店計画 <p>6. 商品知識、商品特性</p> <p>7. 一般消費動向</p>
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C044L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	店舗予算の策定と管理(本部)
概要	担当部門の予算策定や収益管理など、資金面での経営資源を適切にマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
① 予算の策定	<p>○会社の財務状況、過去の予算・決算状況等を勘案しながら、全店ベースの収益・経費等の予算策定方針を決断し、担当部門内への浸透を図っている。</p> <p>○担当部門内の業務内容を正確に把握し、店舗群ごとの収益・資金配分の優先順位を、経営方針・店舗営業方針と関連づけながら慎重に検討し、意思決定を行っている。</p> <p>○経営方針、店舗営業方針、経済環境等を考慮して、全店舗予算（売上高、粗利益、人件費、物件費、営業利益）および担当部門経費予算を策定している。</p> <p>○トップマネジメント、本部他部門、店舗責任者などとの交渉をまとめあげ、予算策定に必要な協力を最大限引き出している。</p>
② 業績管理の推進	<p>○部下に対して、店舗ごとに、店舗全体および部門別の現状を把握・分析させ、予算の実行を管理している。</p> <p>○店舗別の予算・実績推移を把握し、予算との差異分析を行い、差異の発生要因について部下、店舗責任者等と認識を共有している。</p> <p>○複雑な状況を観察分析して、予算達成に向けた問題点を究明し、解決に向けた合理的判断に結びつけている。</p> <p>○予算目標達成のため、時機を逃すことなく部下に効果的な対策の実施を指示するとともに、本部他部門の協力を最大限引き出している。</p>
③ 評価と検証	<p>○消費動向、競合店動向等を勘案し、当該年度における店舗別の計数実績を把握し、各種生産性等の指標を用いて評価している。</p> <p>○報告された店舗別の予算差異の発生要因や各種対策の実施等について、その妥当性を検証している。</p> <p>○店舗ごとの会社利益への貢献度を検証し、次期に向けた対応策を講じている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、店舗運営方針 <p>2. 予算策定プロセス</p> <p>3. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予算／実績推移－店舗別、部門別－（年度、半期、月次） ・人時生産性、労働分配率等の計画・実績推移／など <p>4. 財務諸表・管理会計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・損益計算書、貸借対照表、キャッシュフロー計算書 ・各種生産性、効率性指標 ・損益分岐点分析、コスト分析 / など 	<p>5. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 ・他社出店計画 <p>6. 商品知識、商品特性</p> <p>7. 一般消費動向</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C045L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	商品戦略(本部)
概要	商品戦略策定方法について理解し、戦略目標達成のために具体的施策へのブレイクダウンを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①商品計画の立案	<p>○個人消費動向をはじめとする経営環境、自社の強み・弱み等を勘案して中長期的視点で策定された商品戦略を熟知している。</p> <p>○商品戦略を具現化する商品計画の考え方と役割の重要性を認識するとともに、計画立案のプロセスを理解している。</p> <p>○会社の経営方針、商品戦略を踏まえ、店舗の性格、売場スペース、商品動向、重点商品の位置づけ等を考慮して、当期の重点目標を盛り込んだ部門商品計画〔年間、季節の商品構成(品群・品目)〕を立案している。</p> <p>○商品計画の立案に際しては、顧客のニーズ動向を予測したデータを参考にして新しいアイデアやコンセプトを提案し、斬新な企画を打ち出している。</p>
②商品計画の推進	<p>○各店舗の顧客特性、売場陳列スペースに応じた部門の商品構成と価格ゾーンを設定し、その実施を指示している。</p> <p>○各店舗の販売方法、販売実績等を確認し、指示した担当部門の商品構成の実施をフォローしている。</p> <p>○店舗責任者、販売部門責任者等に、新商品、重点販売商品、育成商品等の特性やセールスポイントを教育・指導している。</p>
③成果の検証	<p>○商品構成のマトリックス分析を行い、顧客のニーズにあった品揃えの観点から評価・検証している。</p> <p>○当期の目標を達成できなかった場合には、慎重に原因分析を行い、次期に向けた具体策を講じている。</p> <p>○市場調査(競合店等調査を含む)データや販売実績をもとに、次期の商品構成の改善に活かしている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営計画、経営方針、販売戦略 <p>2. 経営戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の経営戦略(事業ドメイン、コアコンピタンス/など) ・競合他社の動向 ・戦略分析手法(SWOT分析、ポートフォリオマトリックス/など) <p>3. 商品計画の考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーチャンダイジングサイクル(仕入-在庫-販売サイクル) 	<p>4. 商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存商品構成 ・重点商品等の社内のポジショニング ・商品知識、商品特性 ・カテゴリー別・品種別/売上・粗利益構成 <p>5. 品目別販売動向、売れ筋等の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POS解析データ ・ABC分析 <p>6. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・店舗規模、立地 ・競合店等動向 <p>7. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C046L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	商品戦略(本部)
概要	商品戦略策定方法について理解し、戦略目標達成のために具体的施策へのブレイクダウンを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①商品戦略の立案	<p>○個人消費動向をはじめとする経営環境、自社の強み・弱み等を勘案し、経営理念、経営方針を具現化するために、商品戦略を立案している。</p> <p>○5～10年後の長期的な「あるべき姿」、2～3年後の中期的な「あるべき姿」を明確化したうえで、当期の重点目標を設定している。</p> <p>○戦略の実現に向け、商品戦略に基づいた商品計画の策定を部下に指示している。</p> <p>○トップマネジメント、本部他部門等との交渉をまとめあげ、商品戦略策定に必要な協力を最大限引き出している。</p>
②商品戦略の推進	<p>○商品戦略を具現化するために、部下の策定した部門商品計画をとりまとめ、自社の商品計画を立案している。</p> <p>○部下に商品戦略に基づいた商品開発、仕入システム改善、商品計画の実施や、各担当部門予算を策定させている。</p> <p>○戦略目標の達成に向けて、社内関連各部門の連携を調整・統括している。</p>
③成果の検証	<p>○商品戦略の推進による業績成果を定量的・定性的に把握し、評価・検証している。</p> <p>○当期の目標を達成できなかった場合には、慎重に原因分析を行い、次期に向けた具体策を講じている。</p> <p>○トップマネジメントに対し、担当組織の業務成果について説明している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営計画、経営方針、販売戦略 <p>2. 経営戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の経営戦略（事業ドメイン、コアコンピタンス／など） ・競合他社の動向 ・戦略分析手法（SWOT分析、ポートフォリオマトリックス／など） <p>3. 商品計画の考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーチャンダイジングサイクル（仕入－在庫－販売サイクル） 	<p>4. 商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存商品構成 ・重点商品等の社内のポジショニング ・商品知識、商品特性 ・カテゴリー別・品種別／売上・粗利益構成 <p>5. 品目別販売動向、売れ筋等の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POS解析データ ・ABC分析 <p>6. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・店舗規模、立地 ・競合店等動向 <p>7. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C047L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	商品予算の策定と管理(本部)
概要	担当部門の予算策定や収益管理など、資金面での経営資源を適切にマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
① 予算の策定	<p>○会社の収益構造、予算策定プロセス、担当職務に期待されている役割等を正しく把握している。</p> <p>○経営方針、販売戦略、商品戦略等を踏まえ、自社の売価設定の基本的考え方を理解している。</p> <p>○担当商品部門の販売動向、地域特性、競合店状況等を把握し、担当商品部門の売上高・粗利益高予算案を策定している。</p> <p>○担当商品部門の粗利益・値入率予算に基づきカテゴリー（品群）別売上構成比、仕入原価、価格政策等を加味し、値入ミックスにより、カテゴリー別の値入率を策定している。</p> <p>○担当商品部門予算、販売計画、販売動向、仕入価格等を踏まえ、定番商品の売価を決定し、または店舗の標準売価を設定している。</p> <p>○本部他部門、上司、取引先などとの交渉を行い、予算面での協力を最大限引き出している。</p>
② 予算管理の推進	<p>○担当商品部門におけるカテゴリー別・店舗別の売上高・粗利益高等の実績推移を週単位等で把握し、予算との差異分析を行い、差異の発生要因について店舗責任者、販売部門責任者等と認識を共有している。</p> <p>○担当商品部門における予算達成のため、他部門関係者と調整を行い、店舗責任者、販売部門責任者等に各種対策を提案し、実施を指示している。</p> <p>○競合店価格、仕入価格、販売動向等を踏まえ、スポット商品、インスタプロモーション商品および特売商品の売価を決定している。</p> <p>○売れ行き、相場、競合店、特売実施状況、天候、在庫等を考慮し、店舗責任者、販売部門責任者に対して売価変更の助言・指導を行っている。</p> <p>○店舗責任者等からの売価変更の要請に対して迅速な対応を行っている。</p>
③ 評価と検証	<p>○担当商品部門におけるカテゴリー別・店舗別の売上高・粗利益高実績、競合店等動向、消費動向等を把握し、当該年度における予算差異の発生要因を把握している。</p> <p>○売価変更に伴う部門予算への影響を予測し、販売上の諸条件（品目別販売動向、仕入原価、競合店動向等）を考慮して必要な販売対策等を実施するとともに、上司に迅速に報告している。</p> <p>○予算達成のために実施した各種対策の効果を測定し、効果的な対策を見極めるとともに、次期の施策に活かしている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、商品戦略、販売戦略 <p>2. 予算策定プロセス</p> <p>3. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・財務諸表 ・売上高・粗利益高予算／実績推移一部門別、カテゴリー別、品種別、店舗別（年度、半期、月次） ・人時生産性、労働分配率等の計画・実績推移／など 	<p>4. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店動向、他社出店計画 <p>5. 商品知識、商品特性</p> <p>6. 商品ミックス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・値入ミックス、値入率 ・相乗積（マージンミックス） <p>7. 取引先（メーカー・仕入先）動向</p> <p>8. 一般消費動向</p>
---	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C048L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	商品予算の策定と管理（本部）
概要	担当部門の予算策定や収益管理など、資金面での経営資源を適切にマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①予算の策定	<p>○会社の財務状況、過去の予算・決算状況等を勘案しながら、全社売上高、粗利益高等の予算策定方針を決断し、担当部門内への浸透を図っている。</p> <p>○担当部門内の業務内容を正確に把握し、商品部門ごとの収益・資金配分の優先順位を、経営方針・商品戦略と関連づけながら慎重に検討し、意思決定を行っている。</p> <p>○販売動向、地域特性、競合店状況等を把握し、部下の策定した担当商品部門ごとの売上高・粗利益高予算案をとりまとめ、全社売上高・粗利益高予算案および担当部門経費予算を策定している。</p> <p>○トップマネジメント、本部他部門、取引先など利害関係者との交渉をまとめあげ、予算の実現に必要な協力を最大限引き出している。</p>
②予算管理の推進	<p>○商品部門別に売上高・粗利益高等の実績推移を把握し、予算との差異分析を行い、差異の発生要因について部下と認識を共有している。</p> <p>○複雑な状況を観察分析して、予算目標達成に向けた問題点を究明し、解決に向けた合理的判断に結びつけている。</p> <p>○予算目標達成のため、時機を逃すことなく部下に効果的な対策の実施を指示している。</p>
③評価と検証	<p>○消費動向、他社動向等を勘案し、各種指標を用いて売上高・粗利益高等の収益実績を評価している。</p> <p>○商品部門ごとの会社利益への貢献度を検証し、次期に向けた対応策を講じている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営方針、商品戦略、営業戦略</p> <p>2. 予算策定プロセス</p> <p>3. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・財務諸表 ・売上高・粗利益高予算／実績推移－部門別、カテゴリー別、品種別、店舗別（年度、半期、月次） ・人時生産性、労働分配率等の計画・実績推移／など <p>4. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店動向、他社出店計画 	<p>5. 商品知識、商品特性</p> <p>6. 商品ミックス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・値入ミックス、値入率 ・相乗積（マージンミックス） <p>7. 取引先（メーカー・仕入先）動向</p> <p>8. 一般消費動向</p>
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C049L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	CS(顧客満足)の推進(本部企画部門)
概要	CS向上を図るために、方針・施策を立案・推進する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①CS施策の立案	<ul style="list-style-type: none"> ○自社ビジネスにおけるCS(顧客満足)の重要性を理解している。 ○国内外・他業態も含むCSの実施事例を収集し、CS基本方針立案の前提や実施による効果等について確認している。 ○経営理念、経営方針をもとに、CSを向上させるための基本方針に則った自社の実情に沿った効果的なCS施策の立案を行っている。
②CS施策の推進	<ul style="list-style-type: none"> ○顧客満足向上のために、自社の実情に沿った効果的なCS施策を計画的に実施している。 ○CS施策の導入のために、上司、社内他部門、店舗責任者、部門責任者等に各種会議の場などを通じて、施策の趣旨や導入手順、必要な対応等を説明し、その推進を図っている。 ○店舗巡回等によりCS施策の実施状況を確認し、その定着に向け行動している。
③CS施策の評価と改善	<ul style="list-style-type: none"> ○定期的にCS調査を実施し、CS施策の推進による成果の定量的・定性的とりまとめを行い、CS施策の進捗状況を評価・検証するとともに、上司に報告を行っている。 ○店舗責任者等からのCSに関する報告・提案を参考に、CS施策の問題点や課題を抽出し、改善を行っている。 ○当初の重点目標を達成できなかった場合には、慎重に原因分析を行い、次期に向けた具体策を講じている。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ul style="list-style-type: none"> 1. 経営理念、経営計画、経営方針、店舗運営方針 2. CS戦略の知識 <ul style="list-style-type: none"> ・自社ビジネスにおけるCSの定義 ・CS戦略 ・CSの把握手法と実施方法 3. 経営戦略の知識 <ul style="list-style-type: none"> ・自社の経営戦略(ドメイン、コアコンピタンス / など) ・競合他社の動向 ・戦略分析手法(SWOT分析、ポートフォリオマトリックス / など) 	<ul style="list-style-type: none"> 4. マーケティング知識 <ul style="list-style-type: none"> ・データベースマーケティング ・ワントゥワンマーケティング 5. 小売業の情報システム <ul style="list-style-type: none"> ・顧客管理システム ・FSPサポートシステム ・ナレッジマネジメント 6. 一般消費動向、社会経済のトレンド 7. 統計分析の知識
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C050L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	CS(顧客満足)の推進(本部企画部門)
概要	CS向上を図るために、方針・施策を立案・推進する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①CS施策の立案	<p>○自社のビジネスドメインを分析し、経営戦略においてCS(顧客満足)の重要性を熟知している。</p> <p>○国内外・他業態も含むCSの実施事例を収集し、CS基本方針立案の前提や実施による効果等について熟知している。</p> <p>○経営理念、経営方針をもとに、CSを向上させるための基本方針の立案を行っている。</p> <p>○トップマネジメント、本部他部門等との交渉をまとめあげ、CS基本方針策定に必要な協力を最大限引き出している。</p>
②CS施策の推進	<p>○顧客満足向上のため、CS基本方針に基づき、具体的なCS施策の立案と実施を部下に指示・監督している。</p> <p>○戦略目標の達成に向けて、本部他部門との連携を調整・統括している。</p> <p>○社内他部門、店舗責任者、販売部門責任者等に各種会議の場などを通じて、基本方針の説明と意見聴取を定期的に行っている。</p>
③CS施策の評価と改善	<p>○CS調査の結果などを基に、CS基本方針および施策の実施による効果について部下より報告を受け、自社のCSに対する取り組みを短期的視点および中長期的視点で評価している。</p> <p>○CS基本方針および施策の問題点や改善点をまとめ、トップマネジメントに報告し、改善を実施している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営理念、経営計画、経営方針、店舗運営方針</p> <p>2. CS戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社ビジネスにおけるCSの定義 ・CS戦略 ・CSの把握手法と実施方法 <p>3. 経営戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の経営戦略(ドメイン、コアコンピタンス / など) ・競合他社の動向 ・戦略分析手法(SWOT分析、ポートフォリオマトリックス / など) 	<p>4. マーケティング知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データベースマーケティング ・フントゥワンマーケティング <p>5. 小売業の情報システム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客管理システム ・FSPサポートシステム ・ナレッジマネジメント <p>6. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p> <p>7. 統計分析の知識</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C051L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	販売戦略(本部)
概要	販売戦略策定方法について理解し、戦略目標達成のために具体的施策へのブレイクダウンを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①販売施策の立案	<p>○販売促進の機能（集客促進、購買促進、顧客維持・囲い込み）と対応する施策（チラシ・広告、インスタマーチャンダイジング、FSP等）およびこれらの施策をサポートする情報システムを理解している。</p> <p>○販売における5～10年後の長期的な「あるべき姿」、2～3年後の中期的な「あるべき姿」およびそれらを踏まえて設定された当期の重点目標について上司と認識を共有している。</p> <p>○経営方針、販売戦略を熟知するとともに、販売戦略の実現に向け、自社オリジナルな個別施策（CRM・FSP、インスタマーチャンダイジング、チラシ・広告等）を立案している。</p> <p>○他社のFSP等の内容、導入・改善コスト、損益面への影響を把握するとともに、施策の導入・改善による費用対効果を慎重に検討し、導入・改善方法（ステップ）の選択を行っている。</p> <p>○本部他部門との交渉をまとめあげ、販売施策の策定に必要な協力を最大限引き出している。</p>
②販売施策の推進	<p>○FSP等の販売施策のねらい、実施方針、手順、必要な対応等について本部他部門、店舗責任者等の理解と協力を得るとともに、その徹底を図るため、各種会議の場で十分な説明を行っている。</p> <p>○FSPを中心とするCRM施策の実施・展開状況について個別に進捗管理を行い、上司に報告している。</p> <p>○具体的施策を裏付けとした担当部門予算の策定を行っている。</p>
③成果の検証	<p>○個別施策の推進による業績成果を可能な限り定量的・定性的に把握し、評価・検証している。</p> <p>○当初の重点目標を達成できなかった場合には、慎重に原因分析を行い、次期に向けた具体策を提案している。</p> <p>○担当職務の業務成果についてとりまとめのうえ、上司に報告している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営計画、経営方針、営業方針、商品戦略、商品計画 <p>2. 経営戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の経営戦略（ドメイン、コアコンピタンス／など） ・競合他社の動向 ・戦略分析手法（SWOT分析、ポートフォリオマトリクス／など） <p>3. CSIに関する知識</p> <p>4. 販売促進の機能（集客促進、購買促進、顧客維持）と対応する施策（チラシ・広告、インスタマーチャンダイジング、FSPなど）</p>	<p>5. CRM（顧客との関係構築手法）と考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・FSP（会員制度） ・カルチャー講座等のイベント開催 ・顧客からの意見募集（「お客様の声」／など） ・個人情報保護法 / など <p>6. マーケティング知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データベースマーケティング ・ワントゥワンマーケティング <p>7. 小売業の情報システム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客管理システム ・商品管理システム ・FSPサポートシステム / など <p>8. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C052L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	販売戦略(本部)
概要	販売戦略策定方法について理解し、戦略目標達成のために具体的施策へのブレイクダウンを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①販売戦略の立案	<p>○個人消費動向をはじめとする経営環境、自社の強み・弱み等を勘案し、経営理念、経営方針を具現化するための販売戦略を立案している。</p> <p>○5～10年後の長期的な「あるべき姿」、2～3年後の中期的な「あるべき姿」を明確化したうえで、当期の重点目標を設定している。</p> <p>○販売戦略の具体的展開方法となる施策体系を策定するとともに、個別施策の策定を部下に指示している。</p> <p>○トップマネジメント、本部他部門等との交渉をまとめあげ、販売戦略策定に必要な協力を最大限引き出している。</p>
②販売戦略の推進	<p>○販売戦略の実現に向け、CRM・FSP、インスタマーチャンダイジング、チラシ・広告等)の個別施策の策定を部下に指示している。</p> <p>○FSP制度を中心とする各種販売促進施策の実施・展開状況について個別に進捗管理を行い、必要な対策を部下に指示している。</p> <p>○戦略目標の達成に向けて、本部他部門との連携を調整・統括している。</p> <p>○具体的施策を裏付けとした部門予算の策定を部下に指示している。</p>
③成果の検証	<p>○営業戦略の推進による業績成果の定量的・定性的とりまとめを部下に指示し、営業戦略の進捗状況を評価・検証している。</p> <p>○当初の重点目標を達成できなかった場合には、慎重に原因分析を行い、次期に向けた具体策を講じている。</p> <p>○トップマネジメントに対し、担当組織の業務成果について説明している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営計画、経営方針、営業方針、商品戦略、商品計画 <p>2. 経営戦略の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社の経営戦略（ドメイン、コアコンピタンス／など） ・競合他社の動向 ・戦略分析手法（SWOT分析、ポートフォリオマトリクス／など） <p>3. CSに関する知識</p> <p>4. 販売促進の機能（集客促進、購買促進、顧客維持）と対応する施策（チラシ・広告、インスタマーチャンダイジング、FSP等）</p>	<p>5. CRM（顧客との関係構築手法）と考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・FSP（会員制度） ・カルチャー講座等のイベント開催 ・顧客からの意見募集（「お客様の声」／など） ・個人情報保護法／など <p>6. マーケティング知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データベースマーケティング ・ワントゥワンマーケティング <p>7. 小売業の情報システム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客管理システム ・商品管理システム ・FSPサポートシステム／など <p>8. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C053L33

共通
能力ユニット

能力ユニット名	予算の策定と管理(本部)
概要	担当部門の予算策定や費用管理など、資金面での経営資源をマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①予算の策定	<p>○会社の収益構造、財務状況、予算策定プロセス、担当部門に期待されている役割等を正しく把握している。</p> <p>○FSP等の販売施策プロジェクトについて導入コスト、メンテナンスコスト等の情報を収集・把握している。</p> <p>○広告、チラシ等媒体別の販促コスト（印刷費・折込料等）を把握している。</p> <p>○予算に関する上位目標を踏まえ、プロジェクトや販促種類別（インスタマーチャンダイジング、チラシ広告、マスメディア等）、店舗別、媒体別の予算策定作業を行った上で部門予算案をとりまとめている。</p> <p>○本部他部門、上司、取引先などとの交渉を行い、予算面での協力を最大限引き出している。</p>
②予算管理の推進	<p>○プロジェクトや販売促進計画の進捗状況および販促費の実績推移を把握し、予算との差異分析を行い、差異の発生要因の把握を行っている。</p> <p>○全社ベースの予算・実績推移（売上高、粗利益、人件費、物件費、営業利益等）を把握し、全社予算目標達成のため、本部他部門と調整し効果的な販促面の対策を実施している。</p> <p>○複雑な状況を観察分析して、予算目標達成に向けた問題点を究明し、解決に向けた合理的判断に結びつけている。</p>
③評価と検証	<p>○プロジェクトや販促費の効果を測定する手法の開発・向上に努め、販促施策の費用対効果について種類別、店舗別、媒体別等の区分ごとに測定し、評価を行っている。</p> <p>○販促施策の費用対効果の測定手法や測定結果について上司や本部他部門等に報告し、次期に向けた改善策を講じている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、商品戦略・商品計画、販売戦略、販売促進計画 <p>2. 予算策定プロセス</p> <p>3. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売促進費予算／実績推移（販促種類別） ・予算／実績推移－店舗別・部門別売上高、粗利益、人件費、物件費、営業利益等（年度、半期、月次） <p>4. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店動向、他社出店計画 	<p>5. 取引先（メーカー・仕入先）動向</p> <p>6. CRM（顧客との関係構築手法）と考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・FSP（会員制度） ・カルチャー講座等のイベント開催 ・顧客からの意見募集（「お客様の声」／など） <p>7. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08C054L44

共通
能力ユニット

能力ユニット名	予算の策定と管理(本部)
概要	担当部門の予算策定や費用管理など、資金面での経営資源をマネジメントする能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
① 予算の策定	<p>○会社の財務状況、全社ベースの予算、過去の販促費予算・決算状況、進行中のプロジェクト動向等を勘案しながら、担当部門における予算総額および予算策定方針を決断し、部門内への浸透を図っている。</p> <p>○担当部門内の業務内容を正確に把握し、プロジェクトや各販売促進施策における経費配分の優先順位を経営方針・販売戦略と関連づけながら慎重に検討し、意思決定を行っている。</p> <p>○トップマネジメント、本部他部門、取引先などとの交渉をまとめあげ、予算の実現に必要な協力を最大限引き出している。</p>
② 予算管理の推進	<p>○FSP等のプロジェクト動向、販売促進計画の進捗状況および販売促進費の実績推移を常時把握し、予算差異の発生要因の把握を部下に指示している。</p> <p>○部門の経費支出動向を常時把握し、問題が発生する前に先手を打って対策を指示している。</p> <p>○全社ベースの予算・実績推移（売上高、粗利益、人件費、物件費、営業利益等）を把握し、全社予算目標達成のため、本部他部門と調整し効果的な販促面の対策の実施を部下に指示している。</p> <p>○中長期的なコスト低減を念頭において、仕事の進め方そのものを見直しを行っている。</p>
③ 評価と検証	<p>○販売促進施策の費用対効果の測定手法や測定結果についてとりまとめ、トップマネジメントや本部他部門等に報告を行っている。</p> <p>○担当部門の会社利益への貢献度を検証し、次期に向けた対応策を講じている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、商品戦略・商品計画、販売戦略、販売促進計画 <p>2. 予算策定プロセス</p> <p>3. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売促進費予算／実績推移（販促種別別） ・予算／実績推移—店舗別・部門別売上高、粗利益、人件費、物件費、営業利益等（年度、半期、月次） <p>4. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店動向、他社出店計画 	<p>5. 取引先（メーカー・仕入先）動向</p> <p>6. CRM（顧客との関係構築手法）と考え方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・FSP（会員制度） ・カルチャー講座等のイベント開催 ・顧客からの意見募集（「お客様の声」／など） <p>7. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S001L11

選択
能力ユニッ
ト

能力ユニット名	対面販売
概要	自店の販売戦略を踏まえ、販売促進施策としての対面販売を遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①対面販売の理解	<p>○セルフ販売主体の食品スーパーマーケットにおいて、専門小売店のような臨場感やにぎわいを演出し、販売促進につなげるという対面販売の効果、目的を理解している。</p> <p>○対面販売は、顧客との接点がセルフ販売に比べ多く、顧客のニーズがより吸い上げられることを理解している。</p> <p>○対面販売に係る本部および店舗の販売戦略を理解している。</p> <p>○対面販売を遂行する上で曖昧な点があれば、販売部門責任者や商品担当責任者に質問し、解決している。</p>
②対面販売の実行	<p>○部門の販売戦略、対面販売の効果・目的を踏まえて、業務を遂行している。</p> <p>○にこやかで明るい態度で、かつ接客用語を正しく用いて、接客・販売をしている。</p> <p>○顧客に気を配り、場面にあった対応をしている。</p> <p>○注文を正しく受け、商品にあった包装を行い、商品の値段を正しく記入（入力）している。</p> <p>○定期的に散水するなど、売り場の衛生保持に気をつけ、商品の補充を実施している。</p>
③商品等についての説明	<p>○顧客の様子や問い合わせから、顧客がどのような情報を必要としているかの確に判断している。</p> <p>○商品毎の産地や特徴、調理方法を理解し、顧客にニーズに応じた提案を行っている。</p> <p>○わかりやすい用語を使い、顧客が理解できるように明確に説明している。</p> <p>○重点商品のセールスポイントを訴え、顧客の購買意欲を向上させている。</p> <p>○提供した情報が顧客のニーズと合致したものであるかどうかを確かめている。</p>
④対面販売の反省と報告	<p>○その日に行った対面販売が目的にあったかかを反省し、翌日以降の対面販売に活用している。</p> <p>○疑問点や改善策、顧客ニーズについて販売部門責任者や店舗責任者に報告している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 企業の基本理念</p> <p>2. 自店の販売計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重点商品 ・売上げ目標 ・インスタプロモーションの計画 / など <p>3. 衛生管理</p> <p>4. TPOに応じた会話</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接客用語 ・敬語の使い方 ・話し方・話法 / など 	<p>5. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旬・新物・季節商材 ・用途・産地 ・おいしい食べ方 ・調理方法 / など <p>6. 顧客の視点</p> <p>7. 陳列方法</p> <p>8. マニュアル</p>
---	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S002L11

選択 能力ユニット	能力ユニット名	発注・在庫管理
	概要	自部門の販売計画に基づき商品の発注、在庫を遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①商品発注	<p>○商品の在庫数の確認をしている。</p> <p>○発注品目と発注量の指示を受けて、正確に商品発注を行っている。</p> <p>○商品の発注にあわせて、付随する消耗品（箸など）の発注を行っている。</p>
②商品受け入れ・検品・検収	<p>○発注した商品の数量や形状を予め把握して、保管スペースを確保している。</p> <p>○発注商品の商品特性を理解し、直射日光が当たらないなど、商品特性にあった荷下ろし場、保管スペースを確保している。</p> <p>○保管する場所が清潔で整頓されているかを確認し、それらを常に維持している。</p> <p>○受け入れ商品の品目、品質、数量が発注書通りかを確認し、正確に納品されているかを検収している。</p> <p>○誤納品や不良品があった場合は、決められた手順に従って返品などの処理をしている。</p> <p>○受け入れた品数に対応し、在庫数の更新を正確に行っている。</p> <p>○商品を安全に、衛生的に取扱っている。</p>
③伝票記入・報告	<p>○手順に従い各種伝票の記入を正しく行い、遅滞なく伝票を回付している。</p> <p>○担当業務の遂行に際しての問題点や今後改善すべき点などを自分なりに整理し、上司に意見具申している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 発注に関する社内ルール 2. 最低在庫量 3. 調達期間 4. 平均販売数 5. 販売予測 6. 年間の行事 <ul style="list-style-type: none"> ・お中元 ・お歳暮 / など 7. マニュアル 	
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S003L22

選択 能力ユニット ト	能力ユニット名	発注・在庫管理
	概要	自部門の販売計画に基づき商品の発注管理、在庫管理を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①商品発注指示	<p>○本部から毎日送付される仕入情報や前年実績、販売計画、天気予報、テレビの情報番組の影響等を総合的に判断して、販売予測などから発注品目と発注量を決定し、部下に指示して商品発注を行っている。</p> <p>○前年実績や販売動向、本部の指示及び販売計画に基づき、季節商品の対応をしている。</p> <p>○品切れ、売れ残りを出さないよう、発注量をコントロールし、商品の売れ行き状況を判断して、品目や数量の修正を臨機応変に行っている。</p> <p>○商品の発注にあわせて、それに付随する消耗品（箸など）の発注を部下に指示している。</p>
②伝票管理	<p>○手順に従い、各種伝票の記入が正しく行われているかを確認し、徹底し、遅滞なく伝票を回付している。</p> <p>○マニュアルに従い、発注システムを正確に操作している。</p> <p>○通常棚卸しと帳簿上棚卸しの数字を確認し、粗利益などを算出している。</p> <p>○算出した結果などを、在庫管理やロス管理などの業務改善提案につなげている。</p>
③在庫量のコントロール	<p>○在庫商品の鮮度を維持し、および品切れや過剰在庫を起こさないような発注を行い、在庫量を適正水準にコントロールしている。</p> <p>○商品特性に合わせた取扱いおよび保管を指示・徹底している。</p> <p>○過剰在庫の改善、鮮度確認の徹底、納品時の検品徹底、売り残しのない品出し、誤値札の改善など、ロス改善策を立案し、店舗責任者に相談して実施している。</p> <p>○鮮度・品質のパトロールを行い、自社のルールに沿った廃棄商品の見極め及び見切りを行い、店舗責任者と相談しながら決定し、部下に指示をしている。</p>
④商品受け入れの監督・指示	<p>○受け入れ準備（荷下ろし場所、保管場所の確保とその整理整頓）がなされているか確認している。</p> <p>○受け入れ商品の品目、品質、数量が発注通りか確認するよう指示し、報告を受けている。</p> <p>○誤納品や不良品があった場合は、決められた手順に従って返品などの処理を指示・徹底している。</p> <p>○受け入れた品数に対応し、在庫数の更新を正確に行うよう指示・徹底している。</p> <p>○商品を安全に衛生的に取扱うよう指示・徹底している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 発注予測</p> <ul style="list-style-type: none"> ・再発注期間内平均売上数量 ・商品回転日数などの商品特性 ・店の販売計画（年間、月間、週間） ・顧客の嗜好 ・料理番組に取り上げられる料理の影響 ・天気予報の影響 / など <p>2. 補充発注</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適正在庫を維持することの重要性 ・在庫日数予算 ・品目別適正在庫量 ・品目別品質保持期間 ・在庫管理システムの操作方法 	<p>3. 商品の受け入れ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品受け入れ手順 ・不良品の返却等の異例処理方法 ・商品の品質を確認するポイント ・事務処理 <p>4. マニュアル</p>
--	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S004L11

選択 能力ユニ ット	能力ユニット名	陳列
	概要	部門の販売促進に資するような陳列と商品補充を遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①陳列	<p>○指示に従って、顧客の注意を引き、販売促進効果があるような棚割・フェース取り、陳列を行っている。</p> <p>○指示に従って、商品の特性を理解し、平台・エンドなどを有効に活用した陳列を行っている。</p> <p>○指示に従って、時間帯ごとの顧客特性に合わせた商品の種類や量での陳列を行っている。</p> <p>○スーパーマーケットの販売方法の基本であるセルフ販売の特性を理解し、顧客の立場に立って、見やすく、分かりやすく、清潔で、商品を手に取りやすい売場づくりを行っている。</p> <p>○販売重点商品が目立つような陳列を行っている。</p> <p>○商品特性を活かした関連陳列を行っている。</p> <p>○陳列棚を清潔に保っている。</p>
②POPと ショーカ ードの作 成・取 り付け	<p>○POPやショーカードの役割や重要性を理解している。</p> <p>○決められた規格に則って、目的に合ったPOPやショーカードを作成している。</p> <p>○目的にあったPOPやショーカードの取り付けをし、商品の説明を行っている。</p>
③商品の補 充	<p>○決められた場所に、見やすく、取り出しやすくなるように商品の補充を行っている。</p> <p>○先入れ先出しとなるように商品の補充を行っている。</p> <p>○商品補充時に、売り場整理を含む商品管理（パックの汚れ、商品のドリップチェックなど）を行っている。</p> <p>○陳列商品、在庫商品の日付、品質をチェックし、上司の指示を受けて不良品を除去している。</p> <p>○商品補充時に廃棄商品の見極め及び見切りを指示に基づき実施している</p> <p>○天候などに応じて、売り方、売り切り方を指示に基づき実施している。</p> <p>○指示に基づいて、売価変更に係るストアコンピュータの処理を正確に実施している。</p> <p>○指示に基づいて、値付けが正確に行えているか、売価チェックを実施している。</p> <p>○商品の手直し・整理を行っている。</p>

販売

店舗運
営

商品開
発・仕
入れ

●必要な知識

<p>1. 自社の陳列基準</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空間の利用法 ・カラーコントロール ・清潔性 / など <p>2. 陳列の効果的な演出方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・棚割表 ・棚割、フェース取りの好事例 ・縦型陳列 ・フック陳列 ・ボリューム陳列 ・効果的な空間の利用法 ・プライスカード ・演出資材の活用 / など 	<p>3. POPやショーカードに書き込むべき情報項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報の入手先 ・レイアウトの基礎知識 / など <p>4. 時間帯ごとの顧客特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・時間帯ごとの陳列量の割り出し方 / など <p>5. 品切れ基準、在庫量</p> <p>6. マニュアル</p>
--	--

営業企
画

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08S005L23

選択 能力ユニット	能力ユニット名	陳列
	概要	部門の販売促進に資するような陳列と商品補充を部下に指示して遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①棚割・フェースの管理	<ul style="list-style-type: none"> ○本部からの棚割やフェース取りの指示に正確に従っている。 ○棚割、フェース取りが売上げに及ぼす影響を理解し、顧客の注意を引くような位置や場所を設定している。 ○販売計画、重点商品、商品構成、商品特性等を理解して、販売促進効果のある棚割、フェース取りを行っている。 ○陳列棚を清潔に維持する必要性を理解し、陳列棚が清潔に保たれていることをチェックしている。
②平台・エンド陳列などの指示	<ul style="list-style-type: none"> ○棚割、フェース取りに合わせた陳列を指示し、実施させている。 ○陳列に関し以下について指示し、実施させている。 <ul style="list-style-type: none"> －商品の特性を理解し、平台・エンドなどを有効に活用した陳列 －商品の特性を理解し、時間帯ごとの顧客特性に合わせた商品の種類や量の陳列 －販売動向を見ながら販売重点商品が目立つような陳列
③POPとショーカードの取り付けの指示	<ul style="list-style-type: none"> ○POPやショーカードの役割や重要性を理解し、部下に説明している。 ○決められた規格に則って、目的に合ったPOPやショーカードの作成を指示・監督している。 ○目的にあったPOPやショーカードの取り付けを指示・監督している。
④商品の補充指示	<ul style="list-style-type: none"> ○曜日ごと時間帯ごとの販売動向を予測し、時間帯ごとに必要な量の陳列の指示や、天候などに応じて、売り方、売り切り方を店舗責任者と相談しながら決定している。 ○商品の特徴を勘案しながら、在庫や陳列品の劣化状況（日付、品質など）を常にチェックし、見切りのタイミングを決定し、廃棄ロスを削減している。 ○商品の補充の際に、売価チェックを行い、正しい値付けを徹底している。 ○決められた場所に、見やすく、取り出しやすく、先入れ先出しとなるように補充を指示している。 ○商品の手直し・整理を部下に指示し、実行している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 自社の陳列基準 <ul style="list-style-type: none"> ・空間の利用法 ・カラーコントロール ・清潔性 / など 2. 陳列の効果的な演出方法 <ul style="list-style-type: none"> ・棚割、フェース取りの好事例 ・縦型陳列 ・フック陳列 ・ボリューム陳列 ・効果的な空間の利用法 ・プライスカード ・演出資材の活用 / など 	<ol style="list-style-type: none"> 3. POPやショーカードに書き込むべき情報項目 <ul style="list-style-type: none"> ・情報の入手先 ・レイアウトの基礎知識 / など 4. 時間帯ごとの顧客特性 <ul style="list-style-type: none"> ・時間帯ごとの陳列量の割り出し方 / など 5. ピークタイムの売り場陳列量 <ul style="list-style-type: none"> ・ピークタイムの売り場補充量の算出法（ABC分析など） <ul style="list-style-type: none"> ・比較販売 ・関連販売 / など 6. マニュアル
---	---

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08S006L22

選択 能力ユニット	能力ユニット名	販売促進
	概要	本部からの情報を踏まえ、自店の販売を促進するセールスプロモーションを遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①セールスプロモーションの準備	<p>○セールスプロモーションの特性や販売に与える効果を理解している。</p> <p>○本部から協力を得られるセールスプロモーション情報を正確に入手している。</p> <p>○店舗責任者と協力し、店内の他部門と連携をとりながらセールスプロモーションを準備している。</p> <p>○セールスプロモーション開催時期にあわせた人員計画や作業計画をたてている。</p> <p>○本部からの指示に従った売場の演出、陳列を行っている。</p> <p>○セールスプロモーションを実施する上で曖昧な点などがあれば、店舗責任者や商品担当責任者に相談して解決している。</p>
②セールスプロモーションの活用	<p>○店内の他部門と連携をとりながら、セールスプロモーションを展開している。</p> <p>○セールスプロモーションを通じて、商品のおいしい食べ方や調理方法などを顧客に提案している。</p> <p>○「季節メニュー」「話題になっているメニュー」「体にいいメニュー」等を知り、顧客に提案している。</p> <p>○顧客の反応を見ながら、説明方法や販売方法を変えるなど柔軟に対応している。</p> <p>○販売員が不在のときでも、顧客が支障なく商品の購入ができたり、商品の概要がわかるように、説明的なPOPなどを取り付けたりしている。</p>
③セールスプロモーションの活用方法の検証・改善	<p>○本部企画のセールスプロモーションの実施結果を正確に把握し、その結果と要因について分析している。</p> <p>○セールスプロモーションの改善提案を店舗責任者や商品担当責任者に行っている。</p> <p>○セールスプロモーションに対する顧客の反応を収集・整理し、店舗責任者や本部に報告している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 会社の販売計画</p> <p>2. 会社のセールスプロモーション情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・時期 ・期待する効果 / など <p>3. セールスプロモーションの種類</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インスタプロモーション ・売り出しセール ・プレミアムの提供 ・サンプル配布 ・行事利用型催事 / など <p>4. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旬・新物・季節商材 ・おいしい食べ方 ・調理方法 ・応用調理方法 ・効果的な盛り付け方法 / など 	<p>5. 季節の行事や地域のイベントの情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お花見 ・お祭り ・運動会 ・年末年始 / など <p>6. TPOに応じた会話</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接客用語 ・敬語の使い方 ・話し方・話法 / など <p>7. コミュニケーション方法</p> <p>8. 顧客の視点</p> <p>9. マニュアル</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S007L11

選択
能力ユニット

能力ユニット名	調理・加工(青果)
概要	青果部門において、定められた手順に従い、安全かつ衛生的、効率的に、商品作りを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①加工準備	<p>○安全かつ衛生的、効率的に作業ができるように、作業場と道具、器具を準備し、処理すべき青果と処理方法を確認している。</p> <p>○包丁の状態、まな板の洗浄、調理台、作業台の清掃、備品類、床面、冷蔵庫、保管庫の清掃などを行い、作業場や器具を衛生的に保っている。</p> <p>○賞味期限切れや傷んだものを見つけた場合は、手順に従って廃棄を行い、責任者に報告している。</p> <p>○指示にしたがって、加工アイテムに合わせた品質・鮮度の劣化防止処理（蘇生、余冷など）を行っている。</p> <p>○定められた手順に基づき、トリミングなどの下準備を行っている。</p>
②商品化	<p>○指示に従って、採取後に熟成を要する青果（バナナ、キウイ、メロンなど）の追熟処理をしている。</p> <p>○指示に従って、商品特性に基づき、選果選別作業（値入・用途など）をしている。</p> <p>○指示に従って、価格と大きさにより相応しい青果のカッティング（1/2切、1/4切など）をしている。</p> <p>○指示に従って、カットフルーツのアイテム作り（1/2、1/4、1/6等のスライス・カット、ブロック、ポート等）をしている。</p> <p>○指示に従って、量目を設定している。</p> <p>○定められた手順に基づき、商品別に歩留り計算を行っている。</p> <p>○定められた手順に基づき、パッケージ作業（袋・テープ結束を含む）を正確迅速に行っている。</p>
③ラッピングとラベル付け	<p>○作業指示に従い、自動包装機やハンドラッパーを使いラッピング作業を行っている。</p> <p>○商品の計量を正確におこなうとともに、ラベルを決められた位置に正確迅速に貼付けている。</p>
④贈答用セットづくり	<p>○指示に従って、フルーツの贈答用セット（カゴ盛り、詰め合わせ）を作っている。</p> <p>○慶弔等の目的に合った贈答用セットの包装や表書きを行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 鮮度管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質保持 ・スピード ・青果の商品知識 / など <p>2. 追熟処理</p> <p>3. 商品目的にあった切り方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・青果の種類毎に適したカット方法 ・カットフルーツのアイテム作り <p>4. 商品にあった盛りつけ方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・盛り合わせ ・かざり付け / など 	<p>5. ラッピング方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自動包装機の使い方 ・計量機、ラベラーの取扱い方法 ・加工用器具の用途と取扱い方法（シーラー、たばねら等） ・包装資材 / など <p>6. 包丁研ぎ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・砥石の種類と扱い方 ・包丁の種類と研ぎ方 ・包丁の扱い方 / など <p>7. 慶弔の知識（用語など）</p> <p>8. マニュアル</p>
--	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S008L11

選択
能力ユニット

能力ユニット名	調理・加工(食肉)
概要	食肉部門において、定められた手順に従い、安全かつ衛生的、効率的に、商品作りを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①加工前準備	<p>○安全かつ衛生的、効率的に作業ができるように、作業場と道具、器具を準備し、処理すべき食肉と処理方法を確認している。</p> <p>○包丁、スライサー、チョッパーなどの器具の状態を良好に保つとともに、まな板の洗浄、調理台、作業台の清掃、備品類、床面、冷蔵庫、保管庫の清掃などを行い、作業場や器具を衛生的に保っている。</p> <p>○賞味期限切れや傷んだものを見つけた場合は、手順に従って廃棄を行い、責任者に報告している。</p> <p>○指示にしたがって、その日に加工する食肉のカット（一次加工）や冷凍肉の解凍処理を行っている。</p>
②商品化	<p>○食肉のカテゴリーの部位別に、除去すべき部分を除去し、必要があれば小割作業を実施している。</p> <p>○食肉のカテゴリーの部位別に、仕様にあったカッティングを行っている。</p> <p>○半調理品などについて、商品の目的にあった食肉別の味付け調理・加工を行っている。</p>
③ラッピングとラベル付け	<p>○作業指示に従い、自動包装機やハンドラッパーを使いラッピング作業を行っている。</p> <p>○商品の計量を正確におこなうとともに、ラベルを決められた位置に正確迅速に貼付けている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 鮮度管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質保持 ・スピード / など <p>2. 商品目的にあった切り方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・チョッパー、スライサーの扱い方 ・加工肉の調理記述 / など <p>3. 商品にあった盛りつけ方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・盛りつけ ・カテゴリー別の商品知識 / など <p>4. ラッピング方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自動包装機の使い方 ・計量機、ラベラーの取扱い方法 ・包装資材 / など 	<p>5. 包丁研ぎ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・砥石の種類と扱い方 ・包丁の種類と研ぎ方 ・包丁の扱い方 / など <p>6. 機器のメンテナンス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スライサー ・チョッパー ・ハンドテnderライザー / など <p>7. マニュアル</p>
---	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S009L11

選択
能力ユニット

能力ユニット名	調理・加工(水産)
概要	水産部門において、定められた手順に従い、安全かつ衛生的、効率的に、商品作りを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①加工前準備	<p>○安全かつ衛生的、効率的に作業ができるように、作業場と道具、器具を準備し、処理すべき魚種と処理方法を確認している。</p> <p>○包丁の状態、まな板の洗浄、調理台、作業台の清掃、備品類、床面、冷蔵庫、保管庫の清掃などを行い、作業場や器具を衛生的に保っている。</p> <p>○賞味期限切れや傷んだものを見つけた場合は、手順に従って廃棄を行い、責任者に報告している。</p> <p>○指示にしたがって、加工アイテムに合わせた品質・鮮度の劣化防止処理を行い下準備を行っている。</p>
②商品化	<p>○大衆魚（サバ、アジ、カレイ、イワシなど）及びそれらに相当する魚種を特徴にあった仕様に捌くことができ、販売のための商品づくりをしている。</p> <p>○魚種毎に適した卸し方の知識と、技術（2枚おろし、3枚おろしなど）を持ち、販売のための商品づくりをしている。</p> <p>○ハマチ、カツオタタキ、タコ、サーモン、生イカなどの単品スライスができ、単品盛用の刺身を作ることができる。</p> <p>○殻付アワビ、ミル貝、ホタテ貝などの貝を捌くことができる。</p> <p>○タイ、ヒラメなどの姿造りができる。</p>
③ラッピングとラベル付け	<p>○作業指示に従い、自動包装機やハンドラッパーを使いラッピング作業を行っている。</p> <p>○商品の計量を正確におこなうとともに、ラベルを決められた位置に正確迅速に貼付けている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 鮮度管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質保持 ・スピード / など <p>2. 商品目的にあった切り方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・魚種毎に適した卸し方の知識 ・鱗、はらわた等の処理方法 / など <p>3. 商品にあった盛りつけ方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・盛り合わせ ・かざり付け / など <p>4. ラッピング方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自動包装機の使い方 ・計量機、ラベラーの取扱い方法 ・包装資材 / など 	<p>5. 包丁研ぎ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・砥石の種類と扱い方 ・包丁の種類と研ぎ方 ・包丁の扱い方 / など <p>6. マニュアル</p>
--	---

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S010L11

選択
能力ユニット

能力ユニット名	調理・加工(水産の生食加工)
概要	水産部門において、定められた手順に従い、販売促進に資する生食加工の商品作りを遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①セットものの調理・加工	○季節の鍋のセット(タラ鍋、タコしゃぶなど)やバーベキューセットなど旬のタイミングをとらえた商品化を行っている。 ○他の部門の商品と組み合わせてセット商品をつくり、商品化を行っている。
②味付け加工	○歩留まりロスを抑えることを念頭におきながら、まぐろのづけなど味付け加工を行い、商品化を行っている。 ○味付け、たれ漬け商品や完成製品の調理・加工を行っている。
③その他の調理・加工	○顧客の幅広いニーズをつかむために、寿司、ちらし寿司、どんぶり物などの商品化を行っている。 ○新しい食べ方の提案を念頭におきながら、商品化を行っている。

販売

店舗運営

●必要な知識

<p>1. 鮮度管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質保持 ・スピード / など <p>2. 商品目的にあった調理方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・料理方法 ・味付加工技術 ・調味料知識 / など <p>3. 商品にあった盛りつけ方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・盛り合わせ ・かざり付け / など 	<p>4. ラッピング方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自動包装機の使い方 ・計量機、ラベラーの取扱い方法 ・包装資材 / など <p>5. マニュアル</p>
--	---

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S011L11

選択
能力ユニット

能力ユニット名	調理・加工(惣菜)
概要	惣菜部門において、定められた手順に従い、安全かつ衛生的、効率的に、顧客から支持される商品づくりを行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①加工前準備	<p>○安全かつ衛生的、効率的に作業ができるように、作業場と道具、器具を準備し、処理すべき材料と処理方法を確認している。</p> <p>○包丁の状態の確認、まな板の洗浄や、調理台、作業台、備品類、床面、冷蔵庫、保管庫の清掃などを行い、作業場や器具を衛生的に保っている。</p> <p>○賞味期限切れや傷んだものを見つけた場合は、手順に従って廃棄を行い、責任者に報告している。</p>
②商品化	<p>○作業手順書に従って、調理済仕入商品（煮物、サラダ、中華類等）について、所定時間内に指示された数量の詰め替えを行っている。</p> <p>○作業手順書に従って、素材の加工を行い、天ぷら、フライ類（フライ、カツ、コロッケ、唐揚げ等）、焼き魚、焼き鳥、ローストチキン、ハンバーグ等を調理している。これらの調理に際しては、使用機器の特徴を理解し、油温、衣の量や硬さ、パン粉、揚げ時間・焼き時間等を確認して、見栄えのよい商品に仕上げている。</p> <p>○作業手順書に従って、炊飯器・スチームコンベクションオープン等の機器を操作し、おにぎり、弁当、丼物等についてそれぞれ調理を行っている。</p> <p>○作業手順書に従って、寿司ネタ用に魚貝類等の加工を行うとともに、炊飯器・寿司ロボット等の器具を操作し、各種の寿司（巻き寿司、にぎり寿司、押し寿司等）として仕上げている。</p> <p>○作業手順書に従って、サラダ類、煮物類、中華惣菜類について、スチームコンベクションオープン等の機器を操作し、調理・加工を行っている。</p> <p>○盛り付けの基準に従って、見栄えのよい盛り付けを行っている。</p> <p>○所定時間内に指示された数量の調理・加工を行っている。</p>
③ラッピングとラベル付け	<p>○作業指示に従い、自動包装機やハンドラッパーを使いラッピング作業を行っている。</p> <p>○商品の計量を正確におこなうとともに、ラベルを決められた位置に正確迅速に貼付けている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 作業手順書（マニュアル）</p> <p>2. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・天ぷら、フライ類 ・焼き魚、焼き鳥、ハンバーグ等 ・米飯類（おにぎり・弁当・丼物等）、米飯類（寿司：巻き寿司、にぎり寿司、押し寿司等） ・煮物類 ・サラダ類 ・中華惣菜類 <p>3. 使用材料、調味料等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・野菜、食肉、鶏卵、魚貝類等の素材 ・使用する油や調味料の種類とその特性 ・衣やパン粉のつけ方 <p>4. 油の温度をはじめとする調理加熱温度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・天ぷら類、フライ類、焼き魚 / など 	<p>5. 惣菜商品ごとの調理所要時間</p> <p>6. 鮮度管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質保持、スピード / など <p>7. 調理機器・器具等の操作</p> <ul style="list-style-type: none"> ・炊飯器、フライヤー、包丁 ・スチームコンベクションオープン、ロティサリーオープン、上火式魚焼き機、焼き鳥機 ・寿司ロボット（シャリ玉、巻き寿司） / など <p>8. 商品にあった盛りつけ方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・盛り合わせ、かざり付け / など <p>9. ラッピング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自動包装機、計量機、ラベラーの操作 ・包装資材 / など
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S012L23

選択
能力ユニット

能力ユニット名	調理・加工管理
概要	各部門において、定められた手順に従い、部下に指示してロスを最小限に抑え商品づくりを遂行するとともに、部下の技術指導を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①調理・加工の指示	<ul style="list-style-type: none"> ○廃棄によるロス、加工ロス、管理ロスなど、発生原因別にロスを正確に把握し、ロス減少の対策を行っている。 ○商品特性を理解し、ロスの最小限化を追求するために、売体変更や造りの企画変更（例えば大量パックを少量パックにするなど）の指示を出している。 ○当日仕入れた商品の調理・加工の手順を指示している。 ○作業の平準化を念頭におきながら、誰がいつ・何の作業するか作業計画を策定し、実施している。 ○顧客の要望を理解し、付加価値の高い商品をつくっている。
②調理・加工の技術指導・監督	<ul style="list-style-type: none"> ○調理・加工に関する自店の作業方法、手順の洗い出しを行っている。 ○個々人が部門で果たすべき役割とその期の目標を本人と話し合いながら明確化し、目標達成までの期間を設定している。 ○教育スケジュールを作成し、部門内での技術の統一化をはかっている。 ○教育効果をあげるために、同じ作業を反復して集中的に行わせている。 ○期間内に目標が達成できなかった場合、本人と問題点を確認し、改善策を立てながら指導を行っている。 ○調理・加工に係る個人ごとの技術レベルを把握し、本部技術担当責任者と連携してレベルに応じた指導を行っている。 ○部下が調理・加工を行った商品について店頭に出せるレベルかをチェックし、問題があれば本人に伝えて改善を指導し、技術レベルの向上をはかっている。
③調理・加工の技術評価・改善	<ul style="list-style-type: none"> ○その日に行った調理・加工の指示が目的に合っていたかを反省し、翌日以降の調理・加工の技術指導・監督に活かしている。 ○調理・加工の技術指導・監督を行う上での疑問点や改善策について店舗責任者等に報告や相談を行っている。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> ロスが経営に与える影響 <ul style="list-style-type: none"> ・ロスが発生するメカニズム ・単品別・時間帯別販売数量の把握 ・開店時棚割と最低陳列量の固定 ・閉店時品揃えの固定 ・ロスの種類 / など ロスの発生原因別対策 <ul style="list-style-type: none"> ・過剰在庫の改善 ・鮮度チェックの徹底 ・納品時の検品徹底 ・誤値札の改善 / など 	<ol style="list-style-type: none"> 加工処理手順 <ul style="list-style-type: none"> ・種類別の取扱い方法 ・商品知識 ・商品知識や加工処理手順書の入手先 / など 品目別調理・加工のスキル <ul style="list-style-type: none"> ・商品知識 ・正確さ ・見栄え ・所用時間 / など 個人別スキル、知識達成度の把握 マニュアル
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S013L11

選択 能力ユニット	能力ユニット名	チェックアウト業務
	概要	自社の基準に従ったチェックアウト業務の遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①レジの精算業務	<ul style="list-style-type: none"> ○自社のチェックアウト業務の手順を熟知しており、読み上げ登録を行うなどして、正確さや信頼性を訴えている。 ○スキヤニングのスピードを定められた基準内で実施している。 ○売上金額に基づき、金銭の授受を行い、つり銭を間違いなく渡している。 ○違算率を自社で定めた基準値以下に抑えている。 ○金券（商品券、ビール券など）の処理を手順に従って実施している。 ○自社のカード払い（クレジットカード、デビット・カードなど）の手順を知っており、手順に従って対応し、入金処理をきちんと行っている。 ○釣り銭を準備し、金種別にレジの引き出しへ格納している。 ○レジ誤差がでた場合は、速やかに部門責任者や店舗責任者へ報告している。
②価格・商品の確認	<ul style="list-style-type: none"> ○売場を巡回しながら生鮮品、特売品、単品売りの商品と価格をチェックし、PLU登録（キー登録）の際に間違えないようにしている。 ○値引きシールを見落とさず、値引きをしている。 ○同じ商品を複数購入する顧客に対し、商品と個数を確認し、バンドル商品の数が足りない顧客に対して、数の確認をしている。 ○買上商品に汚れや破損等がないか確認し、汚れや破損があった場合は、商品を交換している。
③サッカー作業	<ul style="list-style-type: none"> ○買上商品に見合った袋を選択し、商品が傷まぬように、また袋が安定するように袋詰めを行っている。 ○揚げ物などの温かい商品や水のでそうな商品、保冷剤が必要な商品は、別の袋を用意して、袋詰めしている。
④発注・在庫管理	<ul style="list-style-type: none"> ○レジで必要な消耗品の在庫量を確認し、来店数などを考慮して適切な発注を実施している。 ○消耗品納入時の検品検収をし、誤納品や不良品があった場合は、上司の指示もしくは決められた手順に従って処理している。 ○消耗品、備品の整理整頓をし、ムダ使用の防止を実行している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 会社の経営方針 <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 / など 2. 衛生管理 <ul style="list-style-type: none"> ・職場のルール ・正しい手洗い方法 ・髪の毛の整え方のルール / など 3. 顧客の目線 <ul style="list-style-type: none"> ・豊かな生活の提案 / など 4. 接客ルール <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ / など 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 売場のレイアウト 6. 自店で扱っている商品に関する知識 <ul style="list-style-type: none"> ・部門ごとの取扱商品 ・季節商品 ・インスタプロモーション ・チラシ特売商品 / など 7. チェックアウト業務の手順 8. 年間の行事および周辺地域のイベント <ul style="list-style-type: none"> ・お中元 ・運動会 ・お祭り ・お歳暮 / など 9. 定物定位 10. 環境配慮
---	---

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08S014L11

選択 能力ユニット	能力ユニット名	サービスカウンター業務
	概要	自社の基準に従ったサービスカウンター業務を遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①受付業務	<ul style="list-style-type: none"> ○各種受付（ポイントカード、宅配便、写真等）を行っている。 ○インストアプロモーションや店舗独自企画（「お客様企画」など）の説明および受付を行っている。 ○商品券などの販売処理を行っている。 ○贈答品の受付をし、各部門へ発注している。 ○贈答品などについて、商品や目的に応じた包装技術を習得し、商品、目的、顧客の要望にあった包装（斜め包み合わせ包み、円筒型の包装、一升ビン2本吊り、果物のカゴ包装など）を行っている。 ○領収書の発行を行っている。 ○紙幣の両替を行っている。
②案内業務	<ul style="list-style-type: none"> ○店内放送の効果・目的を理解して実施している。 ○親切な売り場案内の実施をしている。
③迷子・忘れ物などの対応	<ul style="list-style-type: none"> ○自社の記録方法（忘れ物帳への記帳など）と自社の保管方法を理解しており、お客様からの問い合わせに対して対応している。 ○自社のルールに沿った迷子や落とし物への対応をしている。
④販売情報の収集・報告	<ul style="list-style-type: none"> ○日々の業務を通じて、商品の売れ筋動向や顧客ニーズを収集・整理している。 ○収集・整理した販売情報を販売部門責任者や店舗責任者に報告している。
⑤発注・在庫管理	<ul style="list-style-type: none"> ○サービスカウンターで必要な商品（商品券など）や消耗品の在庫量を確認し、来店数などを考慮して適切な発注を実施している。 ○消耗品納入時の検品検収をし、誤納品や不良品があった場合は、上司の指示もしくは決められた手順に従って処理している。 ○消耗品、備品の整理整頓をし、ムダ使用の防止を実行している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 会社の経営方針 <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 / など 2. 衛生管理 <ul style="list-style-type: none"> ・職場のルール ・正しい手洗い方法 ・髪の毛の整え方のルール / など 3. 顧客の目線 <ul style="list-style-type: none"> ・豊かな生活の提案 / など 4. 接客ルール <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ ・のし等の知識 / など 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 売場のレイアウト 6. 自店で扱っている商品に関する知識 <ul style="list-style-type: none"> ・部門ごとの取扱商品 ・季節商品 ・インストアプロモーション ・チラシ特売商品 / など 7. 各種受付に対する規定・手順 <ul style="list-style-type: none"> ・返品、返金規定 ・領収証の発行手順 / など 8. 店内放送技術 9. 定物定位 10. 環境配慮
--	---

営業企画

レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
------	------	------	------

ユニット番号 08S015L22

選択 能力ユニット	能力ユニット名	チェッカー業務管理
	概要	自社の基準に従ったチェッカー業務の遂行を管理する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①レジ全体の把握	<ul style="list-style-type: none"> ○稼働レジ全体のピーク時間帯および閑散時の運営管理をおこなっている。 ○曜日別必要レジ台数を把握している。 ○夜間の作業と開店前準備の指示をしている。
②レジ操作の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ○レジ機能や基本操作を熟知し、自社のルールに従った登録方法を徹底している。 ○間違いのない金銭授受ができ、部下を指導している。 ○違算発生の原因を追求し、チェッカーの再教育をするなど違算率のコントロールを実施している。 ○チェックアウト業務および接客について、部下の対応をみながら指導している。
③チェックアウト作業指示・監督	<ul style="list-style-type: none"> ○作業割り当て表に基づいて、チェックアウト作業を指示・監督している。 ○顧客の入店動向により、レジに顧客を自社で決めた基準人数以上並ばせないような作業変更の指示をしている。
④サービスカウンター業務の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ○部下の接客レベルを常に確認・把握した上で、サービスカウンター業務を指導している。 ○店内放送の効果を伝えながら、部下を指導している。
⑤発注・在庫管理	<ul style="list-style-type: none"> ○前年度実績、商品動向、販売予測、本部の指示及び販売計画に基づいた発注品目と発注量を決定し、商品発注を指示している。 ○商品の品切れや過剰在庫を起こさないよう発注を行い、在庫量を適正水準に保っている。 ○部下に指示して受入商品の品目、数量が発注書通りかを確認し、正確に納品されているか検収し、数量ミスがあった場合の対応方法を指示している。

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 会社の経営方針 <ul style="list-style-type: none"> ・企業理念 ・社是 ・就業規則 / など 2. 衛生管理 <ul style="list-style-type: none"> ・職場のルール ・正しい手洗い方法 ・髪の毛の整え方のルール ・部下の体調 / など 3. 顧客の目線 <ul style="list-style-type: none"> ・豊かな生活の提案 / など 4. 接客ルール <ul style="list-style-type: none"> ・礼儀作法に関する社内ルール・水準 ・顧客への対応についての社内ルール ・ホスピタリティ ・慶弔語の使い方 ・のし等の知識 / など 	<ol style="list-style-type: none"> 5. 売場のレイアウト 6. 自店で扱っている商品に関する知識 <ul style="list-style-type: none"> ・部門ごとの取扱商品 ・季節商品 ・インスタプロモーション ・チラシ特売商品 / など 7. レジの稼働状況の把握 <ul style="list-style-type: none"> ・曜日別時間帯別の売上げ ・客数、1人当たりの買上げ点数 ・個人別職務遂行能力の把握 ・1台当たりの平均的処理能力の把握 ・チェッカー人時生産性予算の把握 / など 8. 各種受付に対する規定 <ul style="list-style-type: none"> ・手順・返品、返金規定 ・領収証の発行手順 / など 9. 定物定位 10. 環境配慮
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S016L23

選択
能力ユニット

能力ユニット名	売上金の処理
概要	自店の売上金処理に係る基準等を把握し遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①売上金集計及び金種別日報作成	<ul style="list-style-type: none"> ○レジ及びそれに関連する什器・備品の保安全管理をしている。 ○レジ売上げ登録に関連したレジの現金（売上金・つり銭・金銭・返金等）および違算の管理をしている。 ○レジの精算処理、レシートの上巻の回収、補完、自動精算機の管理をし、1日の売上げをまとめ、売上げ日報の整理を行っている。
②つり銭準備と両替作業	<ul style="list-style-type: none"> ○店内両替、日々の現金の点検（誤差発生時の原因究明と改善）を行っている。 ○金種別の売上金の集計、及び金種別日報への記入（入力）を行い、売上金誤差を計算している。 ○日々の点検と両替金の金種別必要量の確保をしている。
③売上金の処理	<ul style="list-style-type: none"> ○現金を回収し、金庫へ収納している。 ○商品券、ビール券などの金券の管理を行っている。 ○店頭業者の売上げ管理、テナント、自動販売機などの売上金の管理をしている。 ○銀行入金、小払いの入出金などの出納管理を行っている。

販売

店舗運営

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. つり銭の金種毎の準備額 <ul style="list-style-type: none"> ・1日の来客人数の予測 ・過去の実績 / など 2. 自社のルール <ul style="list-style-type: none"> ・日報の記入方法 ・現金回収のタイミング ・返金方法 / など 3. マニュアル 	
--	--

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S017L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	対外折衝(店舗)
概要	円滑な店舗運営のために、地域の諸団体や所轄官公庁などと連携し、関係を維持していく取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①地域諸団体・組織との関係維持	<p>○学校、商工会議所、商工会・消費者団体、自治体、取引銀行等の地域諸団体・組織を把握している。</p> <p>○地域諸団体・組織を定期的に訪問したり連絡を取るなどして良好な関係を構築・維持している。</p> <p>○地域諸団体・組織を通じて、地域行事への参加や地域催事等の情報の収集、自店のPR活動を行い、地元密着を図っている。</p>
②所轄官公署との連携	<p>○自治体、警察署、消防署、病院、保健所など自店舗を所轄する官公署を把握している。</p> <p>○所轄官公署を定期的に訪問したり連絡を取るなどして良好な関係を構築・維持し、店舗運営への協力を要請している。</p>

販売

店舗運営

●必要な知識

<ol style="list-style-type: none"> 1. 社内倫理規定・行動規範 <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念 ・経営方針 ・行動ガイドライン ・マニュアル 2. 企業の社会的責任に関する知識 3. 店舗運営に係る関係法規 <ul style="list-style-type: none"> ・JAS法（農林水産省各種告示を含む） ・食品衛生法 ・消防法 ・労働法 など 4. コミュニケーションに係る知識とスキル 	
---	--

商品開発・仕入れ

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S018L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	販売促進(店舗)
概要	店内外との連携・調整を図り、販売促進活動の企画・遂行を支援し、販売目標の達成や顧客満足の上向上に取り組むマネジメント能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①本部企画のセールスプロモーションの活用管理	<p>○本部から協力を得られるセールスプロモーション情報を正確に入手している。</p> <p>○店内の関連部門間の連携・調整を図りながら、セールスプロモーションを展開している。</p> <p>○本部企画のセールスプロモーションの実施結果を正確に把握し、その結果と要因について分析している。</p> <p>○旬や行事との関連についての知識があり、セールスプロモーションの改善提案などを行っている。</p>
②店内販売促進の企画管理	<p>○地域催事、地域の顧客の特性、競合店の状況、顧客動向などの情報を収集・分析している。</p> <p>○販売部門責任者と協力して、タイムリーな販売促進、効果的なインスタプロモーション・イベント・行催事・試飲試食プロモーションの企画、効果的なチラシ作りなどを支援している。</p> <p>○販売部門責任者が立案する部門別の週間月間販売計画等をチェックし、承認している。</p> <p>○販売促進スケジュールの確認と変更の承認を行っている。</p>
③店舗内のテナントの管理	<p>○テナントとのコミュニケーションを図り、営業上の諸問題についての調整を行っている。</p> <p>○テナントと協力して店舗全体としてのイメージアップを図っている。</p> <p>○店舗内のテナント管理について、本部に報告を行い、必要に応じて指示を受けている。</p>
④地域顧客管理	<p>○顧客の顔、名前をできる限り覚えるよう努力し、コミュニケーションの円滑化・活発化を図るとともに、顧客ニーズの収集を行っている。</p> <p>○顧客ニーズに応える種々のサービスを提供することにより、顧客との関係強化を図っている。</p> <p>○地域の祭りやイベントなどに協力するなど、地元調整を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 会社および店舗の基本方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針 ・店舗運営方針 ・店舗営業方針 ・行動ガイドライン ・マニュアル / など <p>2. 会社の販売計画</p> <p>3. 会社のセールスプロモーション情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・時期 ・期待する効果 / など <p>4. セールスプロモーションの種類</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インスタプロモーション ・行事利用型催事 / など 	<p>5. 商品知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旬・新物・季節商材 ・おいしい食べ方 / など <p>6. 販売促進に係る情報・データ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・催事展開指示書 ・セールスプラン・インプロ計画書 ・季節の行事や地域のイベントの情報 ・地域顧客特性 ・競合店動向 ・販売動向調査結果 / など <p>7. コミュニケーションに係る知識とスキル</p> <p>8. 顧客の視点</p>
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S019L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	商品管理・売上金管理
概要	売場とバックヤードを橋渡しする役割を認識し、販売部門責任者を支援して商品の発注・在庫管理および売上金管理を適切に行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①品出し・欠品のチェック	<p>○売場とバックヤードの橋渡しを行う役割を認識した上で、売場巡回を行い、売場商品の欠品、品出しタイミング・遅れ、品薄商品をチェックしている。</p> <p>○売場商品の欠品、品薄の状況をバックヤードに伝達し、改善を指示している。</p>
②発注・返品チェック	<p>○在庫数と発注数の確認、発注数と発注台帳の照合、発注・返品が商品の売れ行きや在庫数に応じてできているかの確認を行い、差異があれば販売部門責任者に指示して改善させている。</p> <p>○発注に必要な情報（天気、競合店、地域催事、販売数など）を販売部門責任者に提供し、発注業務を支援している。</p>
③在庫管理	<p>○棚卸の実施（半期毎、月次）と確認（週次）、バックヤード在庫の管理状況のチェック（日次）を行っている。</p> <p>○部下に指示して棚卸の準備をさせ、バックヤード在庫品の整理、必要な備品の準備、棚卸人員の確保・作業割り当て等を確認し、棚卸が正確に定刻内に完了するよう準備状況の改善を指導している。</p> <p>○棚割がマニュアルどおりに正確に行えているか、棚卸表に付け漏れや二重記入がないか等を確認し、問題があれば部下に指示して改善を行わせている。</p> <p>○自店に合った在庫高と実態を把握し、差異があれば原因分析して改善策を立て、必要に応じて在庫の過多過小の改善を指導している。</p>
④店舗仕入れ管理	<p>○店頭販売予定表と取扱商品により店舗仕入れ業者を選定し、販売場所の指示、賃料計算と代金領収を行っている。</p> <p>○仕入れ伝票のチェックと本部への送付を滞りなく行っている。</p> <p>○店間部門間振替伝票の管理を行っている。</p>
⑤売上金管理	<p>○開店前に金庫を確認し、両替、残高分の金銭をチェックしている。</p> <p>○売上日報の確認およびチェックアウト販売部門責任者からの報告・連絡・相談（報連相）によって、日々の売上金および違算を把握し、管理している。</p> <p>○レジに現金過不足、違算が出た場合、対処方法を指示するとともに、販売部門責任者に指示して原因究明と改善策の立案を行わせ、再発を防止している。</p> <p>○チェックアウト販売部門責任者が行う銀行入金、小払いの入出金などの出納管理を監督している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 棚卸し</p> <ul style="list-style-type: none"> ・棚卸と決算数値の関連の理解 ・部門別アイテム数の把握 ・棚卸の効率的進め方 ・棚割り方法 / など <p>2. 仕入れに関する知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種伝票の記入方法 ・伝票の流れ ・発注システムの操作方法 ・流通コストの把握 / など 	<p>3. つり銭等の準備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1日の来客人数の予測 ・過去の実績 / など <p>4. 売上金管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日報の記入方法 ・現金回収のタイミング ・返金方法 ・商品券の販売手続 <p>5. マニュアル</p>
--	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S020L34

選択
能力ユニット

能力ユニット名	ES(従業員満足)(本部)
概要	CSを高めるために、店舗従業員の労働環境を改善することによりESを向上させ、人的資源を最大限有効に活用する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①店舗労働環境の把握	<p>○CS（顧客満足）を高めるうえでのES（従業員満足）の果たす役割の重要性を理解している。</p> <p>○本部主管部門の策定したESの向上に関する基本方針や店舗別の労働環境の改善に向けた施策を把握している。</p> <p>○店舗巡回時や店舗責任者等からの提案・要望等をもとに、店舗別に設備機器等に関係する作業環境を把握している。</p> <p>○店舗巡回時やES調査結果等を通じて、経営方針、人間関係、処遇などに関する店舗従業員の意識を把握している。</p>
②店舗労働環境の改善の推進	<p>○ESの観点から店舗運営上の課題を見極め、店舗責任者等に対してその解決に向けた改善提案と指導を行い、労働環境改善につなげている。</p> <p>○店舗責任者、販売部門責任者、本部他部門に対して、従業員の健康管理や作業環境改善に資する設備機器の導入・更新等を助言している。</p> <p>○本部他部門に対して、店舗の従業員意識に関連した改善要望および改善に資する提案等を行っている。</p>
③店舗労働環境改善に係る報告	<p>○店舗ごとの労働環境改善に向けた問題点や改善点をとりまとめ、迅速に本部主管部門に報告を行っている。</p> <p>○コストのかかる案件については、本部主管部門、本部他部門と調整し予算措置を講じるなど、店舗の労働環境改善に向けた取り組みを行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 企業理念・経営方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念 ・経営方針 ・店舗営業方針 <p>2. CS、ESに関する知識</p> <p>3. ES調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査・分析手法 <p>4. 店舗別の労働環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売場・バックヤード作業環境 / など ・人材ポートフォリオ（専門、経験、スキル / など） 	<p>5. 関連法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働基準法 ・労働安全衛生法 / など <p>6. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗別予算／実績推移 ・人時生産性等の各種管理数値の推移 / など <p>7. その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メンタルケアの基礎知識 ・コミュニケーション、リーダーシップに係る知識とスキル
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S021L33

選択
能力ユニット
ト

能力ユニット名	店舗の経営指導・監督(本部)
概要	上位方針に基づき、担当店舗の経営指導全般を企画・遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①指導計画の策定	<p>○経営環境、全社経営課題を踏まえて打ち出された経営方針、営業戦略、営業方針および店舗別に策定された営業方針を熟知している。</p> <p>○当期の重点目標を盛り込んだ店舗経営指導方針を踏まえ、担当店舗について、店舗別に具体的指導項目を明確化した経営指導計画を策定している。</p> <p>○店舗におけるあるべき作業標準と、標準化の進め方を熟知している。</p> <p>○作業能率向上を図るため、標準化推進計画を立案するとともに、担当店舗について、店舗別の売場、バックヤードにおける設備、作業内容を把握し、標準化の観点から店舗別の課題を設定している。</p>
②指導・監督の推進	<p>○店舗責任者、販売部門責任者の個性、職務遂行能力を把握し、店舗経営指導計画に基づいて、店舗内での部門別に管理方法等を指導している。</p> <p>○担当店舗について、店舗別・部門別予算を熟知し、その達成に向けた指導を実施している。</p> <p>○担当店舗ごとに運営上の課題を見極め、その解決に向けた改善提案と指導・監督を行っている。</p> <p>○店舗責任者や販売部門責任者に対して作業の改善提案を行い、十分な理解を得るよう努めている。</p> <p>○作業改善の定着に向け、問題点や課題を把握して、その解決に向けた指導を行っている。</p> <p>○店舗巡回時に本部方針や指導内容の定着状況をチェックし、店舗責任者や販売部門責任者に対して必要な指示を行っている。</p>
③指導・監督状況の報告	<p>○担当店舗の経営指導・監督の実施状況について定期的に上司に報告を行っている。</p> <p>○作業改善（標準化）に伴う効果を測定し、問題点や課題をとりまとめ、上司に報告している。</p> <p>○成功事例を各種会議等で紹介し、作業改善（標準化）の普及を図っている。</p> <p>○店舗の経営指導・監督を踏まえた店舗運営の改善策について検討し、次期の施策や計画策定に役立てている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、販売戦略、営業方針 <p>2. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗別予算／実績推移一部門別、カテゴリー別一（年度、半期、月次、週間） ・人時生産性等の各種管理数値の推移 <p>3. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 <p>4. 店舗別の人材ポートフォリオ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗責任者等の個人別プロフィール ・専門、経験、スキル等 	<p>5. 労務管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働時間管理、労働安全衛生管理／など <p>6. IE（インダストリアルエンジニアリング）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動作分析 ・マテリアルハンドリング <p>7. 各種業務マニュアル</p> <p>8. 店舗巡回のチェックポイント</p> <p>9. コミュニケーションスキル</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S022L44

選択
能力ユニット

能力ユニット名	店舗の経営指導・監督(本部)
概要	上位方針に基づき、担当店舗の経営指導全般を企画・遂行する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①店舗経営指導方針の策定	<p>○経営環境、全社経営課題を踏まえて打ち出された経営方針、営業戦略、営業方針等を熟知している。</p> <p>○店舗別の外部環境、経営課題、人材ポートフォリオ（専門、経験、スキル等）を踏まえ、当期の重点目標を盛り込んだ店舗経営指導方針を策定している。</p> <p>○店舗経営指導方針に基づき、具体的指導項目を明確化した店舗別経営指導計画の策定を部下に指示している。</p>
②店舗経営指導の推進	<p>○店舗別経営指導計画に基づいた指導の遂行を部下に徹底している。</p> <p>○各店舗の経営状況を把握し、店舗訪問時に自ら店舗責任者に経営指導を行っている。</p> <p>○店舗別・部門別予算および実績推移を熟知し、部下にその達成に向けた指示を行っている。</p> <p>○部下からの報告等をもとに店舗運営上の課題を見極め、その解決に向け報告された改善提案、指導・監督状況の確認を行っている。</p>
③店舗経営状況の報告	<p>○店舗の経営状況についてとりまとめ、定期的にトップマネジメント、本部他部門に報告を行っている。</p> <p>○店舗経営指導方針などについて、トップマネジメントに報告を行い、次期に向けて改善策などを講じている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営方針、販売戦略、営業方針 <p>2. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗別予算／実績推移－部門別、カテゴリー別－（年度、半期、月次、週間） ・人時生産性等の各種管理数値の推移 <p>3. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 <p>4. 店舗別の人材ポートフォリオ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗責任者等の個人別プロフィール ・専門、経験、スキル / など 	<p>5. 労務管理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・労働時間管理、労働安全衛生管理 / など <p>6. IE（インダストリアルエンジニアリング）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動作分析 ・マテリアルハンドリング <p>7. 各種業務マニュアル</p> <p>8. 店舗巡回のチェックポイント</p> <p>9. コミュニケーションスキル</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S023L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	対外折衝(本部)
概要	円滑な店舗運営のために、地域の諸団体や所轄官公庁などと連携し、関係を維持していく取組姿勢

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①地域諸団体・組織との関係	<p>○店舗地域の商工会議所、商工会、消費者団体等を把握している。</p> <p>○店舗地域の諸団体・組織と良好な関係を構築・維持している。</p> <p>○店舗運営において、諸団体・組織との取り決め事項及びその実施方法について理解し、実行している。</p>
②所轄官公署との関係	<p>○自治体、警察署、消防署、病院、保健所など各店舗を所轄する官公署を把握している。</p> <p>○自治体、警察署や消防署、保健所など各店舗を所轄する官公署と良好な関係を構築・維持している。</p> <p>○店舗運営において、所管官公署との取り決め事項、手続き等を理解し、実行している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営理念・経営方針</p> <p>2. 企業の社会的責任に関する知識</p> <p>3. 店舗運営に係る関係法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ JAS法（農林水産省各種告示を含む） ・ 食品衛生法 ・ 消防法 ・ 労働法 / など <p>4. 店舗運営に係る行政手続</p> <p>5. コミュニケーションスキル</p>	
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S024L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	陳列・販売の指導(本部)
概要	担当店舗の地域特性、商品特性を踏まえ、顧客の視点に立った陳列・販売方法のあるべき姿を迫及し、指導する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①棚割、陳列、販売方法の指導	<p>○自社の商品戦略、商品計画および各商品部門の商品計画（カテゴリー数・品目数、重点商品等の販売方針）を把握している。</p> <p>○本部主管部門により作成された店舗ごとの基本棚割表を確認している。</p> <p>○商品構成、商品特性等を考慮した、効果的な陳列・販売方法を理解している。</p> <p>○店舗別の顧客特性、販売動向等を考慮した売場の改善案を提示し、本部主管部門と調整を図りつつ、棚割の変更を指導している。</p> <p>○販売部門責任者等に品目別の効果的な陳列・販売方法を指導している。</p>
②棚割、陳列、販売方法の指導報告	<p>○店舗別の顧客特性、販売動向等を踏まえて実施した棚割、陳列、販売方法の指導の成果をとりまとめ、上司や本部他部門に報告している。</p> <p>○次期の基本棚割表作成等への反映にむけて、各販売部門の棚割・陳列の変更実績等をもとに、本部主管部門に助言している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 棚割に関する知識</p> <p>2. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗タイプ（規模、立地） ・顧客特性 <p>3. 商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品目別商品知識、商品特性 ・定番商品、スポット商品 ・重点商品、季節商品 / など <p>4. 陳列の効果的な演出方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・棚割、フェース取りの好事例 ・縦型陳列 ・フック陳列 ・ボリューム陳列 ・効果的な空間の利用法 / など 	<p>5. 温度管理</p> <p>6. 年間販売計画</p> <p>7. 店舗別・品目別売上推移状況</p> <p>8. 販促計画、特売計画</p> <p>9. 競合店販売動向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品構成 ・特売商品 ・販売価格 / など
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S025L33

選択
能力ユニ
ット

能力ユニット名	生鮮・惣菜の技術指導(本部)
概要	生鮮・惣菜部門における調理・加工技術レベルを維持向上するため、技術指導を計画・実施し、その評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①技術指導計画の立案	<p>○経営方針をもとに、生鮮・惣菜部門の調理・加工に関する技術レベルの維持向上に向け、技術指導計画（年間、月次）を立案している。</p> <p>○効果的な教育訓練を行うため、集合研修とOJTを組み合わせた指導体系を作成している。</p> <p>○店舗の繁忙度等や他部門を考慮した日程を設定し、複数の技術レベルに対応した集合研修の企画を行っている。</p>
②技術指導の推進	<p>○店舗における生鮮・惣菜部門担当者ごとの調理・加工技術の向上と多能化を図るため、人材マップ等を作成するなどして、店舗担当者ごとの技術レベルの把握を行っている。</p> <p>○技術レベルに応じた技術指導を集合研修で実施・運営するとともに、店舗巡回時に受講者の事後フォローを行っている。</p> <p>○生鮮・惣菜販売部門責任者等にOJTの進捗状況を確認するとともに、店舗巡回時にフォローを行っている。</p>
③評価と改善	<p>○生鮮・惣菜部門の調理・加工技術を評価し、問題点や改善点をとりまとめて上司に報告し、次期の指導計画等への反映を図っている。</p> <p>○顧客ニーズ、商品動向、機械設備の更新等に基づき、生鮮・惣菜部門作業マニュアルの作成と改定を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営方針、商品戦略、商品計画</p> <p>2. 店舗別・部門別人材ポートフォリオ（専門、経験、スキルレベル / など）</p> <p>3. 加工処理手順</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品知識 種類別の取扱い方法 加工処理手順書（作業マニュアル） / など <p>4. 品目別調理・加工のスキル</p> <ul style="list-style-type: none"> 正確さ、見栄え、所要時間 / など 	<p>5. 教育指導方法</p> <ul style="list-style-type: none"> OJT、Off-JT コーチング 追指導 / など <p>6. コミュニケーションスキル</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S026L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	チェッカーの技術指導(本部)
概要	チェックアウトの技術レベルを維持向上するため、技術指導を計画・実施し、その評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①技術指導計画の立案	<p>○経営方針をもとに、チェッカーの技術レベルの維持向上に向け、技術指導計画(年間、月次)の立案を行っている。</p> <p>○効果的な教育訓練を行うため、集合研修とOJTを組み合わせた指導体系を作成している。</p> <p>○店舗の繁閑度等や他部門を考慮した日程を設定し、複数の技術レベルに対応した集合研修の企画を行っている。</p> <p>○チェッカーコンテストなど技術レベルの向上の目標となるイベントを企画している。</p>
②技術指導の推進	<p>○会社の経営方針をチェックアウトで実現するための技術指導を行っている。</p> <p>○店舗における担当者ごとのチェックアウト技術の向上を図るため、人材マップ等を作成するなどして、店舗担当者ごとの技術レベルの把握を行っている。</p> <p>○チェッカー採用時に新人の集合研修を行っている。</p> <p>○技術レベルに応じた技術指導を集合研修で実施・運営するとともに、店舗巡回時に受講者の事後フォローを行っている。</p> <p>○販売部門責任者にOJTの進捗状況を確認するとともに、店舗巡回時にフォローを行っている。</p>
③チェックアウトの技術の評価と改善	<p>○チェックアウトの技術を評価し、問題点や改善点をとりまとめて上司に報告し、次期の指導計画等への反映を図っている。</p> <p>○問題点や改善点を整理しマニュアルを作成・改定している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 経営方針</p> <p>2. 社内ルール(マニュアル含む)</p> <ul style="list-style-type: none"> 接客 チェックアウト <p>3. 計数</p> <ul style="list-style-type: none"> 店舗ごとの人時登録高 店舗ごとの人時接客客数 店舗ごとの違算率 / など <p>4. 店舗別チェッカー人材ポートフォリオ(経験、スキルレベル等)</p>	<p>5. 教育指導方法</p> <ul style="list-style-type: none"> OJT、Off-JT コーチング 追指導 / など <p>6. コミュニケーションスキル</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S027L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	販売促進(本部開発部門)
概要	商品担当責任者の立場から販売促進を実務的に計画・実施し、それらの評価を行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①販売促進計画等の立案支援	<p>○担当商品部門の店舗別、品目別販売動向（販売量、販売価格）を熟知している。</p> <p>○プロモーションの4要素（広告・PR・人的販売・SP）の内容・機能を正確に把握したうえで、販売促進担当責任者による各種販促計画（販売促進計画、催事・キャンペーン、特売計画等）の立案を支援している。</p> <p>○担当商品の年間販売動向や年間行事・地域催事および競合店動向をはじめとする店舗別地域特性を把握するとともに、自社の催事・キャンペーン等の実施計画を熟知し、特売計画等がそれらと整合性を持つように助言している。</p>
②販売促進の展開	<p>○POP、カラーコントロール、コーナー、エンド、平台などを利用した演出効果を熟知し、店舗の部門責任者等にそれらを利用した商品の陳列方法の改善指導を行っている。</p> <p>○各種会議の場で担当商品部門における販売方法や好事例の紹介、他部門との関連販売等の提案を行い、あるべき姿の共有化を図っている。</p> <p>○メーカー、仕入先および販売促進担当責任者と連携し、競合店等販売価格などを参考にして、特売商品の選定と売価を決定している。</p> <p>○担当商品部門販売目標の達成に向け、特売などに要するコストと効果を算定のうえ、特売等の効果的な活用を図っている。</p> <p>○特売計画を実施するための技術や提供方法（陳列・販売方法）を、店舗の販売部門責任者等に指示している。</p> <p>○売場レイアウト、棚割・陳列を踏まえ、販売に係る什器・備品・機械器具の改善提案を行っている。</p>
③評価と改善	<p>○対象商品をはじめ催事や特売などによる販売促進施策の効果を測定・分析し、販売促進担当責任者、店舗の販売部門責任者等と効果の認識を共有化している。</p> <p>○催事や特売等の販売促進施策の実施について、担当部門における問題点や改善点を、上司・関係者に報告している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 売場レイアウトの基礎知識</p> <p>2. ボリューム陳列方法</p> <p>3. プレゼンテーション技法</p> <p>4. セールスプロモーションの種類</p> <p>5. 経営管理数値 ・売上高・粗利益高予算／実績推移一部門別、カテゴリー別、品種別、店舗別一（年度、半期、月次）</p> <p>6. 商品計画 ・商品知識、商品特性 ・カテゴリー別・品種別／売上 ・粗利益構成 ・重点商品等の社内ポジショニング</p> <p>7. 販売促進計画</p>	<p>8. 特売計画 ・特売対象商品の特性 ・販売動向</p> <p>9. 競合店等販売動向 ・特売商品 ・販売価格 / など</p> <p>10. 取引先（メーカー・仕入先）動向</p> <p>11. 不正競争防止法</p> <p>12. 景品表示法関係 ・不当景品類及び不当表示防止法 ・ガイドライン ・告示、運用基準 / など</p>
---	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S028L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	棚割と陳列(本部)
概要	各商品部門における商品特性を踏まえ、顧客の視点に立った陳列方法のあるべき姿を追及し、指導する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①棚割表・陳列表の作成	<p>○自社の商品戦略、商品計画を把握するとともに、特に担当部門の商品計画（カテゴリー数・品目数、重点商品等の販売方針など）を熟知している。</p> <p>○店舗規模、担当商品部門の商品計画を踏まえて、新店舗を含む各店舗における担当商品部門の基本棚割表および陳列表を作成している。</p> <p>○自社の商品戦略、商品計画を把握するとともに、特に担当商品部門の商品計画（カテゴリー数・品目数、重点商品等の販売方針）を熟知している。</p> <p>○地域の顧客特性、顧客動線を踏まえ、重点販売部門・カテゴリーを意識した新店舗・改装店舗の売場レイアウトづくりを支援している。</p>
②陳列方法の指示	<p>○商品構成、商品特性等を考慮し、担当商品部門の品目別の効果的な陳列方法を理解している。</p> <p>○基本棚割表・陳列表に基づき、顧客の視点に立った陳列の実施を店舗責任者や販売部門責任者に指示している。</p> <p>○販売部門責任者等に担当商品部門の品目別の効果的な陳列方法を指導している。</p> <p>○店舗の棚割変更に伴う売場移動を支援している。</p>
③陳列方法の改善	<p>○店舗別の顧客特性、販売動向等を考慮した担当部門の売場の改善案を提示するとともに、その実施を指示している。</p> <p>○店舗の販売部門責任者や本部他部門からの棚割・陳列の変更等の要請を検討・実施するとともに、次期の基本棚割表作成等に反映させている。</p> <p>○店舗別の顧客特性、販売動向等を踏まえて実施した陳列方法の指導の成果をとりまとめ、上司や本部他部門に報告している。</p> <p>○新店舗・改装店舗の顧客特性、販売動向等を踏まえて新たに導入した棚割、陳列方法等の成果をとりまとめ、上司や本部他部門に報告するとともに、次期の基本棚割表作成等に反映させている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 棚割の考え方と自社の既存棚割類型</p> <p>2. 店舗別地域特性（新店舗・改装店舗を含む）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗タイプ（規模、立地） ・顧客特性 <p>3. 商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品知識、商品特性 ・重点商品、季節商品 ・定番商品、スポット商品などの商品類型 <p>4. 陳列の効果的な演出方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・棚割、フェース取りの好事例 ・縦型陳列、フック陳列、ボリューム陳列 ・効果的な空間の利用法 / など 	<p>5. 温度管理</p> <p>6. 什器</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ Gondola、平台、ショーケース ・ 陳列補助用具 <p>7. 年間販売計画</p> <p>8. 販売促進計画、特売計画</p> <p>9. 店舗別・品目別売上推移状況</p> <p>10. 競合店販売動向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品構成 ・ 特売商品 ・ 販売価格 / など
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S029L33

選択
能力ユニット
ト

能力ユニット名	商品の仕入れと在庫管理(本部)
概要	担当商品部門の仕入計画の策定・実施と、在庫管理を適切に行う能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①仕入計画の立案と推進	<p>○担当商品部門のすべての取扱商品について、顧客に説明できるレベルの商品知識を有している（または商品情報を即時に入手可能な状態にしている）。</p> <p>○取引先（市場、中卸、メーカー、卸売業者等）担当者との良好なコミュニケーションにより形成されたネットワークを利用して、あらゆる機会に商品関連情報を収集している。</p> <p>○経営方針、商品戦略、販売動向を踏まえるとともに、取引先や産地の特徴を熟知し、重点商品・育成商品等を明確にした担当部門の仕入計画（年間、月間、週間）を立案している。</p> <p>○商品関連情報の収集・分析を行い、仕入業務に活かすとともに、当該情報を迅速に店舗に提供し、発注業務の参考に供している。</p> <p>○販売動向や販売促進計画等を考慮して、定番の重点商品、季節商品の仕入れを行うとともに、店舗にスポット商品の仕入情報の提供を行い、必要量の仕入れを行っている。</p> <p>○計画と実績に差異が生じたときは、店舗責任者や販売部門責任者と連携して原因分析を行い、迅速に上司に報告するとともに、対策を実施している。</p>
②発注実務の指導	<p>○各店舗における売れ行き、在庫内容、発注内容をチェックするとともに、店舗の販売部門責任者等に商品特性を考慮した発注計画作成のアドバイスを行っている。</p> <p>○各店舗において売れ行き動向、商品特性を考慮した陳列量の指導を販売部門責任者等に行っている。</p>
③商品の在庫管理	<p>○店舗の販売部門責任者等に品切れや過剰在庫を防止するための助言を行っている。</p> <p>○物流センターを活用し、センター在庫にする商品を明確化することで、仕入原価の低減に努めている。</p> <p>○センター在庫の管理を行うとともに、店舗において基準在庫量をもとにした在庫管理の指導を行っている。</p> <p>○必要に応じて店舗間移動等による在庫調整を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 商品知識（産地情報を含む）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品特性、栽培作柄、漁獲高、飼育量／など <p>2. メーカー、市場特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・メーカー・卸売業者の特徴 ・市場取引構造（卸売、中卸、売買参加者） ・取引方法（相対、セリ） ・市場取引システム <p>3. 売上・仕入実績推移</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品カテゴリー別（年度・月間・週間） ・取引先別（年度、月間） <p>4. 部門予算（商品カテゴリー別、店別）</p> <p>5. 店舗別・品目別売上／在庫状況</p>	<p>6. 自社の発注・在庫管理システム</p> <p>7. 販売促進計画、特売計画</p> <p>8. 部門商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品目別商品知識、商品特性 ・定番商品、スポット商品 ・重点商品、季節商品 / など <p>9. 在庫管理の知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基準在庫量、物流センター ・物流コスト <p>10. 関係法令</p> <ul style="list-style-type: none"> ・卸売市場法
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S030L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	仕入システムの改善(本部)
概要	商品の仕入れに係る全般を管理し、最適な仕入システムを追求・構築する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①仕入システム改善の立案	<p>○商品別仕入流通ルート、店舗立地、販売額、物流コスト等の仕入システム全体を把握している。</p> <p>○経営環境、財務面への影響等を踏まえて、新規仕入先の開拓も視野に入れながら、商品戦略に基づき流通ルートの短縮化やロット取引拡大、物流センターの設置など仕入システムの改善策を立案している。</p> <p>○メーカーや仕入先と取引実績、取引条件等をもとに、仕入システムの改善に向けた交渉を誠実にかつ粘り強く行い、双方にとって一定の満足のいく結果を導いている。</p> <p>○店舗立地、商品別仕入流通ルート、販売額、物流機能等をもとに、新規仕入先候補の供給体制、取引条件等を総合的に勘案して、新規仕入先を選定している。</p> <p>○新規仕入先候補とは取引上の諸条件の交渉を粘り強く行い、新規取引に伴うメリットを引き出している。</p> <p>○仕入システムの変更に向けて、本部他部門（情報、物流等）の協力を最大限引き出している。</p>
②仕入システム改善の推進	<p>○新たな仕入システムの定着に向け、店舗責任者、物流関係者等に十分説明するとともに、自ら店舗や物流センター等に出向くなどして実施状況を管理している。</p> <p>○店舗展開、物流システム等を踏まえた仕入チャネル計画の最適化を実現している。</p>
③評価と改善	<p>○商品別販売額、仕入原価を把握し、仕入システム改善による効果を評価・検証している。</p> <p>○仕入システムのさらなる改善に向け、継続的取り組みを行っている。</p> <p>○新規仕入先の取引状況を確認し、新規取引に伴う効果の確認を行っている。</p> <p>○仕入システム改善による効果を、上司に報告している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営方針、商品戦略 <p>2. 商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品構成 ・重点商品等の社内のポジショニング ・商品知識、商品特性 ・カテゴリー別・品種別／売上・粗利益構成 <p>3. カテゴリー別・品種別仕入流通ルート</p> <p>4. 仕入先別販売情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗別（数量、販売額） ・カテゴリー別・品種別（数量、販売額） <p>5. 物流コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・委託物流、自社物流 	<p>6. 情報システム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品管理システム ・物流システム <p>7. 仕入先情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業情報 ・仕入先取引経緯 ・仕入先別のカテゴリー別・品種別取引実績 ・取引条件 / など <p>8. 取引先（メーカー、仕入先）の商品戦略・販売戦略</p> <p>9. 契約関係法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商法、民法 ・独占禁止法（優越的地位の乱用） / など
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S031L44

選択
能力ユニット

能力ユニット名	仕入システムの改善(本部)
概要	商品の仕入れに係る全般を管理し、最適な仕入システムを追求・構築する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①仕入システム改善の立案	<p>○商品別仕入流通ルート、店舗立地、販売額、物流コスト等の仕入システム全体を把握している。</p> <p>○経営環境、財務面への影響等を踏まえて、新規仕入先の開拓も視野に入れながら、商品戦略に基づき流通ルートの短縮化やロット取引拡大、物流センターの設置など仕入システムの改善策を立案している。</p> <p>○取引先との交渉に際しては、条件の厳しい折衝においても粘り強く交渉し、双方にとって一定の満足のいく結果を導いている。</p> <p>○店舗立地、商品別仕入流通ルート、販売額、物流機能等をもとに、新規仕入先候補の供給体制、取引条件等を総合的に勘案して、新規仕入先を選定している。</p> <p>○部門を代表する立場として、新規仕入先候補と折衝を行い、交渉をまとめている。</p>
②仕入システム改善の推進	<p>○新たな仕入システムの定着に向け、部下、物流関係者等に必要な施策の実施を指示し、その進捗を管理している。</p> <p>○店舗展開、物流システム等を踏まえた仕入チャネル計画の最適化を実現している。</p>
③評価と改善	<p>○品目別販売額、仕入原価を把握し、仕入システム改善による効果を評価・検証している。</p> <p>○仕入システムのさらなる改善に向け、継続的取り組みを行っている。</p> <p>○新規仕入先の取引状況を確認し、新規取引に伴う効果の確認を行っている。</p> <p>○仕入システム改善による効果を取りまとめ、トップマネジメントに説明している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営方針、商品戦略 <p>2. 商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品構成 ・重点商品等の社内のポジショニング ・商品知識、商品特性 ・カテゴリー別・品種別／売上・粗利益構成 <p>3. カテゴリー別・品種別仕入流通ルート</p> <p>4. 仕入先別販売情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗別（数量、販売額） ・カテゴリー別・品種別（数量、販売額） <p>5. 物流コスト</p> <ul style="list-style-type: none"> ・委託物流、自社物流 	<p>6. 情報システム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品管理システム ・物流システム <p>7. 仕入先情報</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業情報 ・仕入先取引経緯 ・仕入先別のカテゴリー別・品種別取引実績 ・取引条件 / など <p>8. 取引先（メーカー、仕入先）の商品戦略・販売戦略</p> <p>9. 契約関係法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商法、民法 ・独占禁止法（優越的地位の乱用） / など
--	--

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S032L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	新商品の導入(本部)
概要	上位方針、消費動向等をもとに、顧客の支持を得られる商品を導入・販売し、定番化するまでの能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①新商品等の導入	<p>○商品戦略・商品計画に基づき、産地、取引先情報、競合店調査、顧客ニーズ動向及び店からの提案を参考にして、新商品等（新商品、未取扱商品）の導入を行っている。</p> <p>○メーカーの工場実査を行うとともに、物流業者の配送体制を安全・衛生面の観点などから多面的にチェックを行っている。</p> <p>○取扱量、価格、支払条件等についてメーカー、仕入先など関係者と交渉し、必要な協力を最大限引き出している。</p> <p>○導入スケジュールを踏まえたプロセス管理を行い、計画にあわせて新商品等を導入している。</p> <p>○各種会議や店舗訪問時を利用して、新商品等の特性やセールスポイント、販売方法を周知・徹底している。</p> <p>○新商品等の導入に係る販売促進について、メーカー、販売部門責任者、本部他部門等と調整を行い、実施支援を行っている。</p> <p>○新商品等の店舗販売を展開し、販売実績を把握するとともに、販売計画との差異分析を行っている。</p> <p>○差異分析等をもとに販売方法や価格等の必要な変更を行うとともに、定番化に向けた条件を検証している。</p> <p>○新商品等の評価結果や今後に向けた対応についてとりまとめ、上司に報告を行っている。</p>
②商品取扱いマニュアルの作成	<p>○新商品等の商品特性を踏まえた商品取扱いマニュアルの作成と改定を行っている。</p> <p>○商品取扱いマニュアルの改定実施について各種会議等で店舗責任者、販売部門責任者等に趣旨説明をするとともに、その徹底を要請している。</p> <p>○店舗において商品取扱い状況をチェックし、マニュアルに従った取扱いを指導している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営方針、商品戦略 <p>2. 顧客ニーズ動向</p> <p>3. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 <p>4. 商品知識、商品特性</p> <p>5. メーカー動向</p> <p>6. 取引先別の商品取引条件</p> <p>7. 販売見込数量・粗利益高の算定方法</p> <p>8. 食品関連各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAS法（生鮮食品品質表示基準、加工食品品質表示基準） 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品衛生法（残留農薬基準、食品添加物、アレルギー物質を含む食品に関する表示、遺伝子組換え食品に関する表示） ・景品表示法、有機食品の検査認証制度、特別栽培農産物に係る表示ガイドライン ・トレーサビリティ・システム / など <p>9. 食の安全に関する知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内分泌かく乱物質（環境ホルモン）、カドミウム水銀、BSE（牛海綿状脳症） <p>10. 契約関係法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商法、民法 ・独占禁止法（優越的地位の乱用） / など
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S033L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	生鮮商品の産地開発(本部)
概要	上位方針、消費動向等をもとに、顧客の支持を得られる生鮮商品を導入し、販売、定番化するまでの能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①産地開発計画の立案	<p>○経営方針、商品戦略を受け、産地開発のねらいと意義を理解するとともに、産地開発による効果を予測し、産地開発計画を立案している。</p> <p>○生鮮商品の品目別に産地情報、流通ルート、市場動向を把握し、産地、取引先情報、競合店等調査および店舗からの提案を参考にして、産地の開発を行っている。</p> <p>○産地の実査を行い、栽培・飼育状況、収穫高、漁獲高状況等を確認し、取扱量、価格、支払条件等について関係者と交渉し、必要な協力を最大限引き出している。</p> <p>○産地調達から店舗販売に至るまでの各プロセスについて、安全・衛生面の観点から重点的にチェックを行うとともに、仕入コスト、供給量の把握等の詳細な調査を行っている。</p>
②産地開発商品の導入と販売推進	<p>○産地開発スケジュールを踏まえたプロセス管理を行い、計画時期に合わせて開発商品を導入している。</p> <p>○各種会議や店舗訪問時を利用して、産地開発商品の特性やセールスポイント、販売方法を周知・徹底している。</p> <p>○産地開発商品の店舗販売促進施策（催事・キャンペーン等）を展開するとともに、販売動向を把握している。</p>
③評価と検証	<p>○産地開発商品の販売実績を把握し、計画との差異分析を行っている。</p> <p>○差異分析等をもとに販売方法や価格等の必要な変更を行うとともに、定番化に向けた条件を検証している。</p> <p>○産地開発商品の評価結果や今後に向けた対応についてとりまとめ、上司に報告を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営方針、商品戦略 <p>2. 顧客ニーズ動向</p> <p>3. 商品開発プロセス</p> <p>4. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 <p>5. 商品知識、商品特性</p> <p>6. 産地特性（海外含む）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産地事情 ・品種別主要産地と産出量 ・旬の時期 <p>7. 品目別販売量、粗利益状況</p>	<p>8. 食品関連各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAS法（生鮮食品品質表示基準、加工食品品質表示基準） ・食品衛生法（残留農薬基準、食品添加物、アレルギー物質を含む食品に関する表示、遺伝子組換え食品に関する表示） ・景品表示法、有機食品の検査認証制度、特別栽培農産物に係る表示ガイドライン ・トレーサビリティ・システム / など <p>9. 食の安全に関する知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内分泌かく乱物質（環境ホルモン）、カドミウム、水銀、BSE（牛海綿状脳症） <p>10. 契約関係法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商法、民法 ・独占禁止法（優越的地位の乱用） / など <p>11. セールスプロモーションの種類・機能</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S034L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	PB商品の開発(本部)
概要	上位方針、消費動向等をもとに、顧客の支持を得られるPB商品を導入し、販売、定番化するまでの能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①開発計画の立案	<p>○経営方針、商品戦略を受け、PB商品開発の意義とねらいを理解するとともに、PB商品開発の効果を予測し、PB商品開発計画を立案している。</p> <p>○PB商品開発のための市場分析を行うとともに、商品特性を熟知し、開発商品を選定、仕様書を作成している。</p> <p>○品質、供給量、価格等の条件交渉により、メーカー、流通ルートの選定を行い、仕入原価を設定している。</p> <p>○メーカーの工場実査や、物流業者の配送体制を安全・衛生面の観点からチェックを実施している。</p> <p>○パッケージおよびデザインをメーカー等と調整するとともに、パッケージに記載すべき表示項目を熟知し、それを反映させている。</p>
②開発商品の導入と販売促進	<p>○開発スケジュールを踏まえたプロセス管理を行い、PB商品を計画時期に導入している。</p> <p>○各種会議や店舗訪問時を利用して、開発商品の特性やセールスポイント、販売方法を周知・徹底している。</p> <p>○PB商品の店舗販売戦略、価格戦略を展開するとともに、販売動向を把握している。</p>
③評価と検証	<p>○PB商品の販売実績を把握し、計画との差異分析を行っている。</p> <p>○差異分析等をもとに、PB商品の定番化に向けて販売方法、価格など必要な変更を行っている。</p> <p>○開発PB商品の評価結果や今後に向けた対応についてとりまとめ、上司に報告を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営方針、商品戦略 <p>2. 顧客ニーズ動向</p> <p>3. PB（プライベート・ブランド）商品開発のメリット・デメリット</p> <p>4. 商品開発プロセス</p> <p>5. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性 ・競合店等動向 <p>6. 商品知識、商品特性</p> <p>7. パッケージデザイン</p> <p>8. メーカー動向</p> <p>9. 品目別販売量、粗利益状況</p>	<p>10. 食品関連各種法令および関連規則</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAS法（生鮮食品品質表示基準、加工食品品質表示基準） ・食品衛生法（残留農薬基準、食品添加物、アレルギー物質を含む食品に関する表示、遺伝子組換え食品に関する表示） ・景品表示法、有機食品の検査認証制度、特別栽培農産物に係る表示ガイドライン ・食品リサイクル法、容器包装リサイクル法 ・トレーサビリティ・システム / など <p>11. 食の安全に関する知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内分泌かく乱物質（環境ホルモン）、カドミウム、水銀、BSE（牛海綿状脳症） <p>12. 契約関係法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商法、民法、独占禁止法 ・下請法 / など <p>13. セールスプロモーションの種類・機能</p>
---	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S035L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	販売促進(本部企画部門)
概要	販売目標を達成するために、販売促進計画を立案し・展開し、その効果を検証する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①販売促進計画の立案	<p>○販売促進の機能（集客促進、購買促進、顧客維持・囲い込み）と対応する施策（チラシ・広告、インスタマーチャンドライジング、FSP等）を理解している。</p> <p>○取扱商品全般の年間販売動向、年間の行事・地域催事および店舗別地域特性等を把握している。</p> <p>○経営方針、販売戦略、商品戦略を熟知し、売上高等の重点目標を達成するための年間販売促進計画を立案している。</p> <p>○本部他部門（商品担当責任者等）、店舗責任者、取引先等と連携して、販売促進計画に基づき予定された催事・キャンペーン、特売等の具体的な実行計画を立案している。</p>
②販売促進計画の展開	<p>○催事・キャンペーンや特売計画の実施についてその徹底を図るため、各種会議等を通じて本部他部門、店舗責任者等に対して十分な説明を行っている。</p> <p>○販売促進計画の実施状況を確認し、上司に報告するとともに、店舗において個別施策の具体的な展開方法の指導を行っている。</p> <p>○販売促進会議を運営し、本部他部門の意見等を吸収し、販売促進計画の変更案等を策定している。</p> <p>○店舗が企画するインスタプロモーションについて、企画段階から実施に至るまで支援を行っている。</p> <p>○実演販売や景品付商品による販売促進について、メーカー、店舗、商品部門の関係者と調整を行い、実施支援を行っている。</p> <p>○特売計画に基づき、特売商品の選定に係るアドバイスを仕入責任者に行うとともに、特売チラシの作成および商圏における配布先の調整を行っている。</p> <p>○店舗の販売部門責任者等にPOP、ショーカードや販売促進補助用具等の活用に係る教育・指導を行うとともに、それらの活用状況を確認している。</p>
③成果の検証	<p>○催事や特売等の実施による業績成果を可能な限り定量的に把握するとともに、それらを短期的・中長期的視点で評価し、施策の有効性について検証作業を行っている。</p> <p>○個別販売促進施策の問題点や改善点についてまとめ、上司に報告するとともに、施策の改善を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営計画、経営方針、販売戦略 <p>2. 商品戦略・商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重点商品、季節商品等の商品知識、商品特性 <p>3. 販売促進の機能と施策（チラシ・広告、インスタマーチャンドライジング、FSP等）</p> <p>4. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売促進費予算／実績推移（販促種別別） ・予算／実績推移—店別・部門別売上高、粗利益、人件費、物件費営業利益等（年度、半期、月次） 	<p>5. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性、競合店等動向 <p>6. マーケティング知識</p> <p>7. POP広告</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レイアウト、コピー、色彩に関する知識 <p>8. 販売促進効果測定技法</p> <p>9. 取引先（メーカー・仕入先）動向</p> <p>10. 関連法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不正競争防止法 ・不当景品類及び不当表示防止法およびガイドライン、告示、運用基準 / など
---	---

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S036L44

選択
能力ユニット

能力ユニット名	販売促進(本部企画部門)
概要	販売目標を達成するために、販売促進を計画的に展開し、その効果を検証する能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
①販売促進計画の立案	<p>○取扱商品全般の年間販売動向、年間の行事・地域催事および店舗別地域特性等を把握している。</p> <p>○経営方針、販売戦略、商品戦略を熟知し、売上高等の重点目標を達成するための年間販売促進計画の策定を部下に指示している。</p> <p>○催事・キャンペーン、特売等の具体的な実行計画の策定を部下に指示するとともに、策定に際して本部他部門、取引先等の協力を最大限引き出している。</p>
②販売促進計画の展開	<p>○催事・キャンペーンや特売計画の実施に際し、その徹底を図るため各種会議等を通じて本部他部門、店舗責任者等に対して十分な説明を行っている。</p> <p>○販売促進会議を主宰し、業績推移と販売促進計画の実施状況をフォローするとともに、本部他部門の意見等を吸収し、部下に対して販売促進計画の変更案等の策定・実施を指示している。</p>
③成果の検証	<p>○催事や特売等の実施による業績成果を可能な限り定量的に把握するとともに、それらを短期的・中長期的視点で評価し、施策の有効性について検証している。</p> <p>○施策の問題点や改善点についてまとめ、トップマネジメントに報告し、施策の改善を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. 上位・関連方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経営理念、経営計画、経営方針、販売戦略 <p>2. 商品戦略・商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重点商品、季節商品等の商品知識、商品特性 <p>3. 販売促進の機能と施策（チラシ・広告、インスタマーチャンダイジング、FSP等）</p> <p>4. 経営管理数値</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販促費予算／実績推移（販促種類別） ・予算／実績推移—店別・部門別売上高、粗利益、人件費、物件費営業利益等（年度、半期、月次） 	<p>5. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・顧客特性、競合店等動向 <p>6. マーケティング知識</p> <p>7. POP広告</p> <ul style="list-style-type: none"> ・レイアウト、コピー、色彩に関する知識 <p>8. 販促効果測定技法</p> <p>9. 取引先（メーカー・仕入先）動向</p> <p>10. 関連法規</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不正競争防止法 ・不当景品類及び不当表示防止法およびガイドライン、告示、運用基準 / など
--	---

営業企画

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S037L33

選択
能力ユニット

能力ユニット名	市場調査(本部)
概要	マーケティングリサーチ(商圈調査、競合店等調査)により顧客特性や顧客ニーズを把握し、その活用に向けて組織的推進を図る能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
① 商圈調査	<p>○ 商圈調査手法を理解し、調査目的に沿った商圈調査手法を選択している。</p> <p>○ 商圈特性を組織的に把握するために、商圈調査の実施計画を立案するとともに、本部他部門、店舗責任者等と連携して計画的に調査を行っている。</p> <p>○ 家計調査、購買動向調査等の統計資料の前提を理解したうえで、それらを加工し、商圈内購買力の推定を行っている。</p> <p>○ インフォーマルな人的ネットワークを持ち、独自に情報収集を行っている。</p> <p>○ 商圈調査結果をはじめ収集した各種の顧客関連情報をもとに、商圈内の顧客特性、顧客ニーズ、購買特性に関する分析を行っている。</p>
② 競合店等調査	<p>○ 競合店等〔競合店、競争店(異業態)〕調査のポイント、調査ステップ、調査方法等を熟知している。</p> <p>○ 商圈内の競合店等における各種情報を収集・整理し、調査ポイントとチェック事項を明確にした調査計画を立案している。</p> <p>○ 競合店等調査のポイントとチェック事項に基づき、本部他部門、店舗責任者等の協力を得て競合店等の調査を実行している。</p> <p>○ 競合店等における品揃え、価格、販売方法等の情報を収集し、商品構成グラフなどにより分析を行っている。</p> <p>○ 競合店等および自店の品揃え、価格、販売方法等を比較し、顧客の視点に立って競合店等を分析・評価している。</p>
③ 評価と検証	<p>○ 顧客や店舗責任者等との接触のなかで、生の情報を入手しながら調査の妥当性を検証している。</p> <p>○ 調査・分析結果をとりまとめ、上司、本部他部門、店舗責任者等に迅速に報告を行っている。</p> <p>○ 調査・分析結果に基づいて、本部他部門に商品計画等への反映に向けた助言を行っている。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

営業企画

●必要な知識

<p>1. マーケティング専門知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商圈調査方法(商圈モデル、来店客調査、訪問調査等) ・ ストアコンパリズン(店舗比較調査)の意義と調査方法(企業・店舗情報、チェックポイント、調査項目、商品構成グラフ作成) ・ 自店および競合店等の商圈ポジショニング <p>2. 自社の商品戦略、商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 重点商品等の商品知識、特性、社内ポジショニング 	<p>3. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客特性 ・ 競合店等動向 ・ 地域イベント <p>4. POSデータ解析方法</p> <p>5. 調査・統計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 家計調査 ・ 購買動向調査 / など <p>6. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
---	--

レベル1

レベル2

レベル3

レベル4

ユニット番号 08S038L44

選択
能力ユニット

能力ユニット名	市場調査(本部)
概要	マーケティングリサーチ(商圈調査、競合店等調査)により顧客特性を把握し、その活用に向けて組織的推進を図る能力

共通

能力細目	職務遂行のための基準
① 商圈調査	<p>○ 商圈特性を組織的に把握するために、商圈調査の実施を決断し、実施計画の策定とその実施を部下に指示している。</p> <p>○ 商圈調査手法を理解し、調査目的に沿った商圈調査手法の採用を部下に指示し、関係する本部他部門との役割分担を調整している。</p> <p>○ 社内外の業界キーパーソンとの交流の機会を大切にし、必要な人脈を深耕するとともに、重要な人脈・ネットワークについては発展・強化を図るなど、独自に情報収集を行っている。</p> <p>○ 商圈調査結果をはじめ収集した各種の顧客関連情報をもとに、商圈内の顧客特性、顧客ニーズ、購買特性に関する分析を行っている。</p>
② 競合店等調査	<p>○ 競合店等〔競合店、競争店(異業態)〕調査について、関係する本部他部門との役割分担を調整している。</p> <p>○ 競合店等調査のポイント、調査ステップ、調査方法等を熟知し、競合店等調査の実施計画の策定とその実施を部下に指示している。</p> <p>○ 部下より報告された競合店等の品揃え、価格、販売方法等の分析結果をもとに、競合店等の戦略把握を行っている。</p>
③ 評価と検証	<p>○ 部下より報告された商圈調査結果を、自社および競合店等の販売動向や一般消費動向などと比較検討を行い、その妥当性を検証している。</p> <p>○ 商圈調査や競合店等調査結果について、本部他部門に情報提供を行い、商品戦略や店舗営業方針等への反映に向けた助言をしている。</p> <p>○ 商圈調査や競合店等調査結果について、トップマネジメントに説明している。</p>

販売

店舗運営

商品開発・仕入れ

●必要な知識

<p>1. マーケティング専門知識</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商圈調査方法(商圈モデル、来店客調査、訪問調査等) ・ ストアコンパリズン(店舗比較調査)の意義と調査方法(企業・店舗情報、チェックポイント、調査項目、商品構成グラフ作成) ・ 自店および競合店等の商圈ポジショニング <p>2. 自社の商品戦略、商品計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 重点商品等の商品知識、特性、社内ポジショニング 	<p>3. 店舗別地域特性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客特性 ・ 競合店等動向 ・ 地域イベント <p>4. POSデータ解析方法</p> <p>5. 調査・統計</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 家計調査 ・ 購買動向調査 / など <p>6. 一般消費動向、社会経済のトレンド</p>
---	--

営業企画

6. 職務概要書

【スーパーマーケット業】

職種：販売 職務：販売

【概要】

店舗において、主にグロスリー・日配品等の販売業務を行う仕事。

【仕事の内容】

販売の仕事は、大別すると以下のとおりである。

①商品管理

商品の販売実績や販売見込みに適切に対応した発注・在庫管理を行うとともに、温度管理や衛生的な貯蔵・陳列等により、取り扱う商品を衛生的かつ良好な状態に保つ。

②商品販売

販売計画に基づき、各プロモーションなどを活かしながら商品の販売を行う。

③接客

お客様の要望等を正しく理解・把握し、好感の持てる態度で対応する。

④安全・衛生管理

器具や備品などを安全かつ衛生的に管理する。

売り場やバックヤードの安全・衛生・クレンリネスを実施する。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力が求められる。
また、地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、店舗においてそれらを実行する能力も必要である。
- (2) 上司や同僚と協力しながら業務を進めることが重要なため、円滑に業務を進めるためのコミュニケーション能力や、部下を育てる人材育成に関する能力も求められる。
また、店舗において直接お客様に接するため、感じのよい接客に必要な明るさや、インスタプロモーションを通じて、販売促進に寄与できる能力が必要である。
- (3) 職業人としての社会的責任を自覚し、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢が要求される。また、食品中心の商品を取り扱うことから、食品の安全・安心に関する知識が必要であるとともに、クレームやトラブルに誠実に対応できる能力が必要である。
- (4) 店舗における販売や管理を遂行するために、販売計画と作業割り当て、発注・在庫管理、陳列などができる能力が求められる。

【関連する資格・検定等】

- ・(社)全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称:S検)
 - ① S検ベーシック1・2級
 - ② S検マネージャー3級
 - ③ S検エキスパート2・3級(平成17年以降実施予定)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士2・3級)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

324(販売店員)

【スーパーマーケット業】

職種：販売 職務：販売・加工

【概要】

店舗において、主に青果・食肉・水産・惣菜等生鮮食品の販売、調理・加工業務を行う仕事。

【仕事の内容】

販売・加工の仕事は、大別すると以下のとおりである。

①商品管理

商品の販売実績や販売見込みに適切に対応した発注・在庫管理を行うとともに、温度管理や衛生的な貯蔵・陳列等により、取り扱う商品を衛生的かつ良好な状態に保つ。

②商品販売・加工

販売計画に基づき、各プロモーションなどを活かしながら商品の販売・加工を行う。

③接客

お客様の要望等を正しく理解・把握し、好感の持てる態度で対応する。

④安全・衛生管理

器具や備品などを安全かつ衛生的に管理する。

売り場やバックヤードの安全・衛生・クレンリネスを実施する。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力が求められる。
また、地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、店舗においてそれらを実行する能力も必要である。
- (2) 上司や同僚と協力しながら業務を進めることが重要なため、円滑に業務を進めるためのコミュニケーション能力や、部下を育てる人材育成に関する能力も求められる。
また、店舗において直接お客様に接するため、感じのよい接客に必要な明るさや、対面販売、推奨販売、セールスプロモーション、インスタプロモーションを通じて、販売促進に寄与できる能力が必要である。
- (3) 職業人としての社会的責任を自覚し、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢が要求される。また、食品中心の商品を取り扱うことから、食品の安全・安心に関する知識が必要であるとともに、クレームやトラブルに誠実に対応できる能力が必要である。
- (4) 店舗における販売や管理を遂行するために、販売計画と作業割り当て、発注・在庫管理、陳列などができる能力が求められる。
- (5) 青果、食肉、水産、生職加工品、惣菜などの担当商品について、清潔かつ正確に加工する能力が求められる。

【関連する資格・検定等】

- ・(社)全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称:S検)
 - ① S検ベーシック1・2級
 - ② S検マネージャー3級
 - ③ S検エキスパート2・3級(平成17年以降実施予定)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士2・3級)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

324(販売店員)

【スーパーマーケット業】

職種：販売 職務：チェッカー

【概要】

店舗において、主にチェックアウト業務を行う仕事。

【仕事の内容】

チェッカーの仕事は、大別すると以下のとおりである。

- ①チェックアウト
レジ精算など、正確なチェックアウト業務を行う。
- ②接客
お客様の要望等を正しく理解・把握し、好感の持てる態度で対応する。
- ③安全・衛生管理
器具や備品などを安全かつ衛生的に管理する。
レジ・店舗入り口周辺や客用施設の安全・衛生・クレンリネスを実施する。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力が求められる。
また、地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、店舗においてそれらを実行する能力も必要である。
- (2) 上司や仲間と協力しながら業務を進めることが重要なため、円滑に業務を進めるためのコミュニケーション能力や、部下を育てる人材育成に関する能力も求められる。
また、店舗において直接お客様に接するため、感じのよい接客に必要な明るさや、常に安全・衛生・クレンリネスなどに気を配り、清潔な環境を維持する心構えが必要となる。
- (3) 職業人としての社会的責任を自覚し、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢が要求される。また、クレームやトラブルに誠実に対応できる能力が必要である。
- (4) 店舗におけるチェッカー業務を効率的かつ正確に遂行するために、チェックアウト業務、発注・在庫管理、作業割り当て、売上金の処理、サービスカウンター業務などができる能力が求められる。

【関連する資格・検定等】

- ・(社) 全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称：S検)
 - ① S検ベーシック1・2級
- ・(社) 日本セルフ・サービス協会(チェッカー技能検定試験1・2・3級)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士3級)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

261(現金出納事務員)

【スーパーマーケット業】

職種：販売 職務：ストアマネジメント

【概要】

店舗における労務管理、接客販売管理、売場管理、計数管理など、店舗全体のマネジメントを行う仕事。

【仕事の内容】

ストアマネジメントの仕事は、大別すると以下のとおりである。

- ①接客販売管理
従業員が、お客様の要望等を正しく理解・把握し、好感の持てる態度で対応出来るように指導・監督する。
- ②商品・売場管理
従業員が、温度管理や衛生的な貯蔵・陳列をするなどして、商品を衛生的かつ良好な状態に保つよう指導・監督する。
- ③計数管理
店舗の予算管理をするとともに、経費のコントロール等を掌握しながら、店舗の販売目標(売上高・粗利益)を達成するためのマネジメントを行う。
- ④販売促進
商品の販売動向を常に把握し、必要に応じて的確な販売対策を企画・実施するとともに、販売促進については、販売促進担当責任者と連携して実務的に計画・実施し、それらの評価を行う。
- ⑤店舗労務管理
店舗における従業員の人材育成・評価、労務管理、パートタイマーやアルバイト社員等の採用管理を行う。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力が求められる。
また、地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、店舗においてそれらを実行する能力も必要である。
- (2) 従業員の協力を得ながら業務を進めることが必要のため、ES(従業員満足)を高めるための工夫や、人事労務管理などができる能力が必要である。
また、感じのよい明るい接客ができることはもちろん、対外折衝、調理加工、陳列など、幅広い能力が求められる。
- (3) 職業人としての社会的責任を自覚し、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢が要求される。また、食品中心の商品を取り扱うことから、食品の安全・安心に関する知識が必要であるとともに、クレームやトラブルに誠実に対応でき、非常時の対応も管理できる能力が必要である。
- (4) 店舗におけるトータルの管理を行うために、店舗予算の計画に基づいた、商品管理、売上金の処理と管理をする能力が必要であると共に、店舗営業方針の策定と販売促進などができる能力が求められる。

【関連する資格・検定等】

- ・(社)全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称:S検)
 - ① S検マネージャー2級(平成17年以降実施予定)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士1級)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

321(小売店主・支配人)

【スーパーマーケット業】

職種：店舗運営 職務：店舗運営

【概要】

店舗の経営指導・監督、調理・加工技術の指導など、店舗の運営管理を行う仕事。

【仕事の内容】

店舗運営の仕事は、大別すると以下のとおりである。

- ①営業方針の策定
店舗営業を展開するための方針や施策を立案・実施し、その評価を行う。
- ②店舗予算の策定・管理
担当部門の予算策定や業績管理など、資金面での経営資源を適切にマネジメントする。
- ③店舗の経営指導・監督
企業方針に基づき、担当店舗の経営指導全般を企画・遂行する。
- ④販売動向管理
商品の販売動向を常時把握し、必要に応じて的確な販売対策を企画・実施するとともに、それらの評価を行う。
- ⑤調理・加工技術の指導
調理・加工を要する商品について、お客様に支持される商品づくりを推進するための技術指導等を行う。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力が求められる。
また、地域社会の安全や繁栄に貢献するための施策等を把握し、店舗においてそれらを実行する能力も必要である。
- (2) 従業員の協力を得ながら業務を進めることが必要なため、ES(従業員満足)を高めるための工夫や、組織と人のマネジメントなどができる能力が必要である。
また、対外折衝などについて高い能力が求められる。
- (3) 職業人としての社会的責任を自覚し、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢が要求される。また、食品中心の商品を取り扱うことから、食品の安全・安心に関する知識が必要であるとともに、クレームやトラブルに誠実に対応でき、非常時の対応も管理できる能力が必要である。
- (4) 店舗運営に関するトータルの管理を行うために、店舗予算の策定と管理、店舗の経営指導・監督、営業方針の策定、販売動向管理などについて、高い能力が求められる。
- (5) 店舗における従業員に対して、陳列・販売の指導、生鮮・惣菜の技術指導、チェッカーの技術指導など、現場部門の技術を指導できる知識と経験が必要である。

【関連する資格・検定等】

- ・(社) 全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称：S検)
 - ① S検マネージャー1級(平成17年以降実施予定)
 - ② S検エキスパート1級(同上)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士1級)
- ・(社) 中小企業診断協会が制定している制度(中小企業診断)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

025(食品技術者)、209(他に分類されない専門的職業)、281(営業・販売事務員)

【スーパーマーケット業】

職種：商品開発・仕入れ 職務：商品開発・仕入れ

【概要】

担当商品について、商品開発から、仕入れ、売価管理、販売促進など顧客に販売するまでの仕事。したがって、単なるバイイング(仕入れ・買い付け)にとどまらず、商品の販売までの責任を担う仕事で、マーチャンダイジングと称される仕事。

【仕事の内容】

商品開発・仕入れの仕事は、大別すると以下のとおりである。

- ①商品開発
企業方針や消費動向等をもとに、お客様の支持を得られる商品を導入し、販売、定番化する。
- ②仕入れ
担当部門の商品仕入れ計画を策定することを始め、商品仕入れに係る全般を管理し、最適な仕入れシステムを提案するとともに、コストを踏まえて在庫管理を適切に行う。
- ③売価管理
商品販売のための売価を管理し、販売目標(売上高・粗利益)を達成するためのマネジメントを行う。
- ④販売促進
商品の販売動向を常時把握し、必要に応じて確かな販売対策を企画・実施するとともに、販売促進について他部門の担当責任者と連携し、実務的に計画・実施し、それらの評価を行う。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力が求められる。
また、効率的なマーチャンダイジングを行うための、組織と人のマネジメント能力や、対外折衝などについて高い能力が求められる。
- (2) 職業人としての社会的責任を自覚し、誠実かつ公正に職務を遂行する能力と取組姿勢が要求される。また、食品中心の商品を取り扱うことから、食品の安全・安心に関する知識が必要であるとともに、クレームやトラブルを管理する能力が必要となる。
- (3) 商品の調達から顧客に販売するまでの責任を担うことになるため、生鮮商品の産地開発、PB商品の開発、商品戦略、予算策定と管理、販売動向管理、販売促進などに関する幅広い能力が必要となる。
- (4) 担当商品について、店舗における販売方法まで指示・指導することから、棚割と陳列、商品の仕入れと在庫管理、仕入れシステムの改善、新商品の導入までの幅広い知識と能力が必要となる。

【関連する資格・検定等】

- ・(社)全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称：S検)
 - ① S検バイヤー(平成17年以降実施予定)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士1級)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

025(食品技術者)、209(他に分類されない専門的職業)、327(商品仕入・販売外交員)

【スーパーマーケット業】

職種：営業企画 職務：営業企画

【概要】

顧客ニーズを捉え、CS(顧客満足)をベースにした販売戦略を策定し、それをブレイクダウンした販売の仕組みづくりや販売促進を実施する仕事。

【仕事の内容】

営業企画の仕事は、大別すると以下のとおりである。

- ①マーケットリサーチ
商圈調査や競合店等調査により顧客特性や顧客ニーズを把握し、全社の経営戦略策定の手助けを行い、その活用に向けて組織的推進を図る。
- ②販売戦略の遂行
企業方針による販売戦略を、戦略目標達成のために具体的施策へブレイクダウンし実行する。
- ③販売促進
販売目標の達成に向け、本部における他部門の担当責任者と連携して、販売促進に係る施策の立案と推進を図り、それらの評価を行う。

【求められる経験・能力】

- (1) 顧客のニーズに応える商品を提供するため、情報をタイムリーに幅広く収集し、CS(顧客満足)を高めるための情報探求力と、それらを反映した販売戦略を策定できる能力が求められる。
- (2) 従業員の協力を得ながら業務を進めることが必要なため、ES(従業員満足)を高めるための工夫や、組織と人のマネジメントなどができる能力が必要である。
また、対外折衝などについて高い能力が求められる。
- (3) CS(顧客満足)をベースとしつつ市場調査等を実施し、それらを販売促進につなげていける能力が必要である。
- (4) 予算の策定と管理を行ない、それらを効率的に遂行する高い能力が求められる。

【関連する資格・検定等】

- ・(社) 全国スーパーマーケット協会が制定し推進する資格制度(スーパーマーケット検定 略称:S検)
 - ① S検マネージャー1級(平成17年以降実施予定)
- ・全国商工会連合会及び日本商工会議所が制定している制度(販売士1級)
- ・(社) 中小企業診断協会が制定している制度(中小企業診断)

【平成11年度改訂・労働省職業分類(小分類)との対応】

231(会社の管理職員)、252(企画・調査事務員)、281(営業・販売事務員)