

接客の基本はやはり笑顔



博多区中洲にある本社ビル。1階の店舗は明るく入りやすいイメージ



お客様にもてなすお茶とお菓子。冬はホット、夏はアイスで出すという



正社員は全員が販売士の有資格者。そのノウハウが店の隅々に行きわたる

福岡

ふくや

資格取得による社員の満足度アップで  
「おもてなしの心」を込めた接客を実践

# 特集 エキスパートが 中小企業を支える

営業や渉外において「社長一人の力」が会社を支えていると例えられることが多い中小企業。少数精鋭の経営を強いられるゆえんだが、社員の實力と士気をいかに高めていくかは、中小企業の経営者にとって大きな悩みだ。今号は社員に各分野の資格を取らせ、彼らがエキスパート集団として現場を支える好例を取り上げた。

取材・清水 高  
山田清志  
関根利子

昭和23年に福岡市博多区中洲で創業した「ふくや」は、日本で初めて「味の明太子」の名で全国に知られる老舗である。創業してからの60年間、元祖を名乗らず、売り上げ至上主義をとらず、よいものをより安く、をモットーに自社生産と直営店による販売にこだわっている。そこには、生ものである明太子の品質と鮮度管理を行き届かせ、お客様の手に渡るまで責任を持ちたいという徹底した消費者志向がある。同社は、顧客満足度を高めるには、まず社員の満足度を高めることが大事との考えを打ち出しており、社員が育つ社内環境の整備に力を入れる。その具体的な方策の一つが資格取得の奨励である。

「おもてなしの心」を  
取り戻すために

博多区中洲にある「ふくや」本

社ビル1階の店舗に入っていくと、販売員が笑顔でお茶とお菓子を出してくれた。お客様にお茶を出すのは、創業当時から続く習慣だそうである。

昨年、創業60周年を迎えた同社は、親族で経営する食料品店としてスタートした。創業者の川原俊夫氏が「この店にしかない新商品」との思いから製造に乗り出したのが、日本初の明太子である。しかし、当時の日本人は唐辛子の辛さに舌が慣れておらず、発売してもなかなか売れなかった。そんな時代に、店へ足を運んでくれた人に感謝の気持ちを込めて、お茶を出したのが始まりだという。

10年にも及ぶ味の改良を経て、しだいに地元の人々の食卓に、いつものおかずとしてのぼる食材となっていた明太子は、昭和50年の山陽新幹線の博多乗り入れにより売り上げを飛躍的に伸ばす。しかも俊夫氏は製造法に特許を取らず、「教えてほしい」と言ってきた人にはつ