

「ニュー・シーズンズ・マーケット 地元で最もフレンドリーなお店だ」

経営のヒント250の続きです。

店に入ると、左の壁一面に大きな看板がかかっている。そこには次のように記してある。

細かい方針

ニュー・シーズンズ・マーケットを地元で最も素晴らしい買い物の経験にするために、何でも致します。もちろん細かい方針がります。

「次のレジを開ける」の方針＝ふたり以上の行列になれば、即刻次のレジを開けます。

「スタッフ雇用」の方針＝「良い一日を」と言う時、真心よりそれを言う人を雇うようにしています。そして、あなたに接して欲しいのと同じように彼らに接するようにしています。

「見つける手伝い」の方針＝その場まで案内致します。

「商品返却」の方針＝理由はどうあれ、その品物がぴったり望んでいたものでなかったら、返品して下さい。笑顔で、それを取り替える、もしくはお金を返金します。約束します。

「店の中で食べる」の方針＝どうぞ！楽しんで下さい。お帰りの際にレジで支払って頂ければ幸いです。

「シニア割引」の方針＝毎週水曜日に、65才以上のお客様のために、ほとんどすべての商品が10%割引になります。

「軍人割引」の方針＝退役軍人、現役軍人、およびその家族に対して、感謝の意を表すために、毎週の火曜日、ほとんどすべての商品が10%引きになります。

「壊してしまった」の方針＝私たちは、問題解決を持っています。見つけます。作り出します。店の前方にあるソリューションズ・カウンターを訪れてみてください。

「特別なリクエスト」の方針＝イエス

「キーキー音」の方針＝ショッピング・カートは音を立てたり、車輪が回らなかつたりすることがないように、よく保全し、油を差します。

方針は、すべてフレンドリーなのだ！

それは、様々な形で、スタッフの行動に現れる。

例えば、卵を買う時、カウンターで店員が箱を開けて、壊れている卵がないかを確認している。そして、壊れた卵を発見すると、違う店員が走って取り替えるようにしている。

先日、ポートランドの水道水に汚染が発見されたという報道があった。大変珍しい事態である。

すると、街中の人々が店に走って、水を買って溜めするのは容易に想像できるだろう。

その日、マーケットに行ってみると、ボトルの水の箱を二階の駐車場の前まで運んであって、車に運び易くしている。

店で食べてもいいという方針があるので、そのためのカウンターを用意している。

フォークやナイフも用意して、後片付けはすべて店員がやってくれるようになっている。又、面積の広い店舗になると、クッキング・スクールまで用意し、店の中で食べる機会を増やすようにしている。

雇用のシステムはどうだろうか？

この店で働く第1の条件は？

そう！フレンドリーであること。

ミッションや価値観は、採用や人事考課まで落とし込まないと、結局維持できない。

環境に対するフレンドリーを実現するシステムはどうだろうか？

従業員の自転車通勤を応援するためのシステムを作っている。また地元で車を所有せずに、メンバーがそこにある車に乗り、行き先に乗り捨てて、違うメンバーが利用できるというシステムはありますが、従業員のために、その会員となっている。

すべての店にグリーンチームの組織が出来ている。その役割は、再利用や堆肥を推進し、無駄をなくしていくことである。

その結果、ニュー・シーズンズが、スーパーで初めて「廃棄物ゼロ」の認定を受けている。

地元栽培の食品を店の中で表示することで、それを買いやすくしている。それもシステムである。

また、店内に、地元の企業がニュー・シーズンズと取引を開始するためのプロセスの説明や応援の体制を敷いている。

カウンターの所に、地元企業応援キットが置いてあって、小さな段ボール箱と申込用紙が入っている。

その用紙に、企業のプロフィールと商品の説明を記入し、商品と一緒に箱に入れ、カウンターに戻す。

すると、一週間以内取引の可能性についての返事がもらえるという簡単なシステムになっている。

肉や卵、牛乳などについても、有機栽培で、成長ホルモンや抗生物質は使用していないものを仕入れて、わかりやすく表示している。

そして、魚については、漁のやりすぎで魚の量が減っている海域で捕られたものを一切仕入れていない。この店で買い物をするだけで、環境に貢献しているという意識になれる。

コミュニティに対してフレンドリーであるために、利益の10%を地元のNGOや学校に寄付している。

360度の情報については、どうだろうか？

まず、顧客のコメントをよく集めるようにしている。

コメントカードは用意されているし、従業員も聞いてくれたり、書いてくれたりする。

しかし、それだけではない。この情報は、お客様ともシェアしている！

今までのお客様のコメントカードと店からの返事はすべて掲示板に掲げてみんながその答えや情報を共有できるようにしている。

こういう会社になっているから、強い個人的なミッションを持つ人ほど、そこで働きたがる。

また、強い個人的なミッションと価値観を持つお客様は、ほかでは買い物をしたくないと思う。

地元で最も成長する企業であり、お客様から愛され、大きな忠誠心を勝ち取る会社である。

そして、他所から来ている人にポートランドの観光案内をするとき、一番に言われるのは、

「このスーパーがうちの地元にもあったらいいな・・・」という言葉になっている。

それもスーパーマーケットという、最も競争が激しく、利益の幅が小さい、価格設定以外に差別化がほとんどできないとされている業界の中で出来たことなのである！

原則中心リーダーシップのパラダイムに沿って経営する結果はどうだろうか？

「信頼」という強い絆で結ばれていると感じます。