

私達の探究課題は「明るく工夫した接客をすることで去年よりも利益を得る事ができるか」です。この探究課題を達成するために主に次のことをしてきました。

まず「①販売場所のリサーチ」です。私達B組は”ファミリー向け”のかりんとうを制作してきました。主にファミリーが利用する場所を調べ、その場所で売ったときに”どのような利益を得ることが出来るか”を大切にリサーチをしてきました。各自、場所を調べ、共有し、なぜ利益を得ることが出来るかを販売部全員で理解してきました。また、マーケティング部と協力して「30分間で何人通るか」を調べ、私達の考えだけでなく、本当にファミリーが利用するのか調べてきました。（写真1）

2つ目は「②販売のプロにお話を聞くこと」です。私達はどのように販売をするか右往左往しているときに”働く大人の話聞く会””都内めぐり”を行いました。”働く大人の話聞く会”では様々な仕事をしている大人の方々にお話を聞くことができました。販売の仕事をしている大人の方々にもためになるお話をさせていただきました。また”都内めぐり”でも全国各地のアンテナショップや東京の銘菓のお店を訪ねながら、各お店の工夫を教えてくださいました。「商品が見やすいように段に並べること」「商品の良さが目立つようにステッカーを作ること」など今後の活動に役立つような工夫を教えてくださいました。

3つ目は「③販売の心得の習得と特典の作成」です。かりんとう一つ1000円は価格としては決して安いとは言えません。そんなかりんとうを「買いたい」と思ってもらうために私達販売部は何が出来るかを話し合ってきました。そんな中、「笑顔が多い接客をしたほうがしなかったほうより 同じ立地でも約6倍も販売利益が異なる」という実験結果を発見しました。（グラフ2）

グラフ2



写真1



このことから「笑顔」というものがとても大切ということがわかります。笑顔以外にも工夫出来る点がないかも話し合いました。中広告やパッケージの良さを伝えられるように「どんな気持ちをこめたのか」「どんな効果をねらったのか」などをお客様に伝えられるようにするなどの工夫をしました。

また、' '買いたい' 'と思ってもらうために、販売部で特典の作成をしました。去年の夏に明保中学校で育てたひまわりの種を特典としてかりんとうに同封しました。狙いは主に2つあります。1つ目は”小さい子供に楽しんでほしいから”です。私達は始めに言った通り「ファミリー向け」のかりんとうの作成をしています。固いかりんとうが食べられない小さいお子さんも楽しんでほしいという思いを込めました。2つ目は' '阪神淡路大震災のことをわすれないでほしいという思いがあるから' 'です。去年のひまわりは「阪神淡路大震災の記憶を風化させてはいけない」という思いが込められて育てられました。この思いを色々な人に伝えるためにも今回特典として、かりんとうに同封しました。その思いをしつかりとお客様に届けるためにすべて手作業で梱包作業を行いました。

そしてこれらのやってきたことを元に店頭販売を行いました。受注100個、すべて売ることができました。私達の探究課題である「明るく工夫した接客をすることで去年よりも利益を得る事ができるか」を達成することもできました。しかし、改善すべき点も多く挙げられました。

まず売り場の立地についてです。私達は「明保中学校西門前」「スポーツセンター1階」の2箇所で販売を行いました。「明保中学校西門前」は大通りから一本入った道にあり、大通りに比べてあまり人通りが多くありません。また、「スポーツセンター1階」では、窓際で販売していたのですが、窓にマジックミラーが使われていて、外から中を見ることができません。この2つの理由から、あまり目立たないため通りかかった人が声をかけなかったときに気づいてもらうことはできませんでした。これらのことの改善点は、「西門よりも大通りに近くにある正門前で売ること」や「スポーツセンターの前の広場で売ること」などのことが挙げられます。

次に、売り場についてです。買っていただいた方にしてもらったアンケートで「受付と会計が分かりにくかった」という意見がありました。各クラスで使っていた受付の机は、中学生4人が並んだらすこしきついと思うくらい大きさでした。また当日分のかりんとうを売るために通りかかった人に話しかける必要があったので、机付近が人や物が乱れ放題になってしまっていました。このことの改善点は、「各自役割をしっかりと決めておくこと」「机をもうひとサイズ大きなものにする、または机の数を増やすこと」などのことが挙げられます。

また、スポーツセンターでの机の並べ方にも改善しなければならない点がありました。どのクラスの机でも4クラス分買うことが出来るので、入口に近いクラス（今回はA組）の受付に人が固まってしまって、B、C、D組の受付に来る人が少なくなっていました。このことの改善点は、売り場の立地と同じように「スポーツセンターの前の広場で売ること」などのことが挙げられます。

様々な改善点がありましたが、良い点も多くありました。根拠として買っていただいた方にしてもらったアンケートは次のような結果になり、（グラフ2）こんな意見も寄せられました。（写真2）

グラフ2

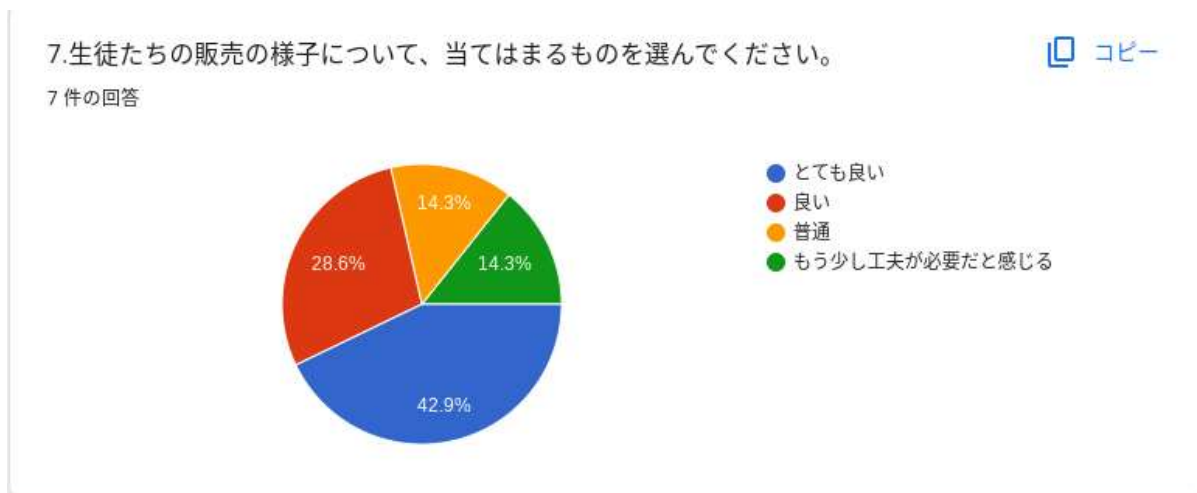


写真2

偶然かりんとうを買いに来たら見かけた。学生さんの接客が、慣れないながらも真剣にやっていて興味深かったです。

グラフ1から71.5%の人が接客態度がとても良いまたは良いと感じてくださっています。私達が行ってきた活動③の「販売の心得の習得とおまけの作成」が結果として表れていることがわかります。また写真2から私達の「かりんとうを販売しています！」という呼び込みを聞いて買ってくれた人がいるという事がわかります。呼び込みだけでなく外で生徒が持っていた旭製菓の旗や手作りポスターなどのものを見て、興味を持ってくださった方もいらっしゃいました。また写真2からも私達の接客態度をよいと思ってくれていることがわかります。この2点から良い点が多くあったことがわかります。

この活動を通して、お客様の視点から自分たちの接客やポスター、チラシなどを見て、どのような接客なら心地よいか、どのようなポスターなら分かりやすいかなどを考えることで、多面的な視点から物事を見る力を付けることができました。しかし、実際にポスターやチラシなどを見てかりんとうを買いに来た人は少なかったという結果になりました。だからこそ、販売部が人を呼び込むことが大切ということも知ることができました。したがって、次回は改善点としてあげたことをしっかりと行っていけば、私達の探究課題以上の課題も達成することができ、もっと利益を出すことができると思われれます。