

# 販売士ハンドブック（基礎編）

## 下 巻

### 一 目 次 一

はじめに

## 第3編 ストアオペレーション

### 第1章 | ストアオペレーションの基本 3

ストアオペレーションの概要	4
<b>第1節 開店準備の業務</b>	5
1-1 クレンリネス	5
1-2 レジ操作の準備	7
1-3 朝 礼	10
1-4 服装、身だしなみ	11
<b>第2節 日常の運営業務</b>	14
2-1 荷受・検品	14
2-2 値札の貼付	15
2-3 補 充	16
2-4 前出し	19
2-5 補充発注	19
2-6 店舗内表示物のメンテナンス	20
2-7 ミーティング	22
<b>第3節 チェックアウト業務</b>	23
3-1 レジ業務の役割	23
<b>第4節 接客の基本</b>	26
4-1 接客とは	26
4-2 敬語の基本	29

<b>第5節 クレームや返品の対応</b> .....	34
5-1 クレームの把握と対応.....	34
5-2 フィードバックと改善.....	35
5-3 返 品.....	35

## **第2章 包装技術の基本** 37

<b>第1節 包装の意義と目的</b> .....	38
1-1 包装とは.....	38
1-2 包装の目的.....	39
1-3 包装の心構え.....	40
<b>第2節 包装の種類と方法</b> .....	43
2-1 包装の基本.....	43
2-2 慶弔時の包装.....	47
2-3 特殊な形の商品の包装.....	47
<b>第3節 ひものかけ方、リボンのつくり方</b> .....	50
3-1 ひものかけ方.....	50
3-2 リボンのつくり方.....	52
<b>第4節 和式進物包装</b> .....	54

## **第3章 陳列の基本** 59

<b>第1節 陳列の目的と役割</b> .....	60
1-1 陳列とは.....	60
1-2 陳列の評価基準.....	60
1-3 ゴールデンライン.....	65
<b>第2節 陳列の方法</b> .....	67
2-1 基本的な陳列.....	67
2-2 演出効果を重視した陳列.....	80
2-3 関連陳列.....	82
<b>第3節 衣料品の陳列</b> .....	83
3-1 空間のコーディネート.....	83

3-2	グラデーション	86
3-3	衣料品の陳列什器	86

## 第4章 店舗照明と色彩の活用 89

<b>第1節</b>	<b>店舗照明の基本</b>	90
1-1	LED照明の導入	90
1-2	小売店の照明計画	90
1-3	照度	91
1-4	演色性	92
1-5	色温度	93
1-6	グレア	94
1-7	目的別分類	94
1-8	配光による分類	95
1-9	商品にあてる照明	98
<b>第2節</b>	<b>色彩の活用</b>	100
2-1	色の3要素	100
2-2	無彩色	101
2-3	色の感じ方	101
2-4	色相環	103
2-5	配色の活用	104

## 第4編 マーケティング

### 第1章 マーケティングの基本 109

<b>第1節</b>	<b>マーケティングの基本</b>	110
1-1	マーケティングのコンセプト	110
1-2	ニーズとウォンツ	111
1-3	市場環境の分析	112
1-4	PEST分析	112
1-5	ファイブフォース分析（5F分析）	114

1-6	SWOT分析	115
1-7	STP分析	117
1-8	メーカーの4P分析	121
1-9	小売業者の4P分析	122
1-10	統合的なマーケティング	124
1-11	マーケティング管理	124
<b>第2節</b>	<b>商品政策の基本</b>	126
2-1	商品の特性	126
2-2	ブランド	127
2-3	プライベートブランド	128
2-4	ナショナルブランド	129
2-5	開発輸入	129
<b>第3節</b>	<b>価格政策の基本</b>	130
3-1	需要の価格弾力性	130
3-2	差別価格	131
3-3	サブスクリプション	131
3-4	損益分岐点分析	132
<b>第4節</b>	<b>立地政策の基本</b>	134
4-1	店舗の立地	134
4-2	商圈の基本	135
4-3	商圈の分類	136
4-4	分断・交差・重複	139
4-5	商圈の把握	140
4-6	目視調査	141
<b>第5節</b>	<b>プロモーション政策</b>	143
5-1	統合型マーケティング・コミュニケーション	143
5-2	広告の分類	144
5-3	セールス・プロモーションの分類	147
5-4	パブリック・リレーションズ	148
5-5	販売員活動	148
5-6	口コミ	149
5-7	プル戦略とプッシュ戦略	149

**第2章 観光マーケティングの基本** 151

<b>第1節 観光マーケティング</b> .....	152
1-1 観光.....	152
1-2 ニューツーリズム.....	153
1-3 観光業と経済波及効果.....	153
1-4 観光マーケティングの基本.....	154
1-5 マーケティング・ミックス.....	155
1-6 受入環境の整備.....	157
1-7 マーケティング管理.....	158
1-8 地域活性化と観光.....	158
1-9 持続可能な観光.....	159

**第3章 消費者行動と市場調査** 161

<b>第1節 消費者行動</b> .....	162
1-1 心理的要因.....	162
1-2 文化的要因.....	162
1-3 社会的要因.....	163
1-4 消費者関与.....	163
1-5 バリエーションシーキング.....	164
1-6 認知的不協和.....	164
<b>第2節 市場調査の基本</b> .....	165
2-1 目的の明確化と仮説の立案.....	165
2-2 定量調査.....	165
2-3 定性調査.....	166
2-4 無作為抽出法.....	167
2-5 ヒストグラム.....	167
2-6 平均値・最頻値・中央値.....	168
2-7 分散と標準偏差.....	169

## 第5編 販売・経営管理

### 第1章 小売業に関する法令 173

第1節 小売業に関する法令	174
1-1 公法と私法	174
1-2 一般法と特別法	175
1-3 強行規定と任意規定	175
1-4 民法の規定	176
1-5 消費者法	178
1-6 商品の安全性などに関する法令や制度	179
1-7 小売業に関連する社会法	185
1-8 許認可に関する法令	189
1-9 個人情報保護に関する法令	191
第2節 環境問題と消費生活	192
2-1 環境基本法	192
2-2 循環型社会形成推進基本法	192
2-3 容器包装リサイクル法	193
2-4 家電リサイクル法	195
2-5 食品リサイクル法	196

### 第2章 組織のマネジメント 199

第1節 組織のマネジメント	200
1-1 組織の3つの要素	200
1-2 マネジメントの原則	200
1-3 機能別組織	201
1-4 事業部制組織	202
1-5 カンパニー制組織	203
1-6 マトリックス組織	203
第2節 リーダーシップ理論	204
2-1 資質論（特性論）	204

2-2	行動理論	204
2-3	条件適合理論	206

### 第3章 小売業の計数管理 207

第1節	小売業の計数管理	208
1-1	財務諸表とは	208
1-2	損益計算書	208
1-3	利益の区分	211
1-4	貸借対照表	213
1-5	財務諸表分析の基本	214

### 第4章 店舗管理の基本 219

第1節	事業継続マネジメント	220
1-1	事業継続マネジメント	220
1-2	在庫管理の見直し	222
1-3	チャネル政策の見直し	222
1-4	要員確保の対策	223
第2節	盗難対策の基本	224
2-1	長期的な動向	224
2-2	現状の把握	224
2-3	誘発要因の減少	225
2-4	抑制要因の増加	226
第3節	衛生管理の基本	228
3-1	衛生管理の基本	228
3-2	細菌性食中毒防止の3原則	228
3-3	食中毒の分類	229
3-4	HACCPによる衛生管理	230

**補章 | 小売業に関する統計** 233

第1節 小売業に関する統計…………… 234

**索引** 239