

笑顔は商品

新緑（しんりょく）とは春から初夏にかけて、冬枯れの木々が芽吹き鮮やかな緑色になる現象のことをいいます。町の街路樹の木々の緑が疲れた目と気分を癒してくれます。5月は気候的にはそんなに暑くもなく、さりとて寒くもなく、すがすがしく私の好きな季節です。しかし、1年で最も紫外線が強いのもこの時期です。

紫外線とは。太陽の光には目に見える光の可視光線と目に見えない紫外線・赤外線があります。暑さを感じるのは赤外線であり、いわゆる日焼けは紫外線によって起こります。紫外線は多く浴びるとシミやシワの素となり、ひどくなると皮膚ガンにつながることもなります。最近では有害な紫外線の強さは真昼より午前9時頃と午後2~3時頃がピークになり、紫外線を長年浴びると乱視や視力低下になる恐れがあるとの研究結果も発表されています。日焼けは一見健康的ですが、人体には有害であると考えられます。うす曇りの日でも紫外線の80%は地上に届きますので、この時期帽子や日傘だけではなく、サングラスによるケアも必要ではないでしょうか。

さて、日本の労働生産性は外国に比べて低いとの新聞記事がありました。日本人は勤勉でよく働く、との認識があるので、この記事には少し意外性を感じました。労働生産性が低いということは、単純に言えば「仕事の効率が悪い」といえます。特に非製造業である、卸・小売業、サービス業などでその傾向があるとのこと。これらの業種は比較的小規模でやっているところが多く、最近よく言われる「企業間格差」とも無縁ではないと思われまふ。

「労働分配率」というのは、企業が稼いだ付加価値に占める人件費の割合のことをいいます。この数値が高ければ、人件費の割合が大きいの効率が悪いということになります。ただ人件費というのは固定費ですから売上に関係なくかかってきます。売上が下がれば相対的に人件費の割合も上がるということになります。特に人件費の割合が多い労働集約型の業種では、いかに効率よく人を使うかが大きく経営を左右します。

大阪商人は、赤札〇割引で商品を買った時「又、損したわ！」と冗談っぽく言われることがありますが、損をしてまで売る方はまずいないと思います。ところが、固定費までなかなか意識はいきません。というのは、固定費は商品を買ったそのつど発生するものではないからです。売った商品の利益を積み重ねていった結果が人件費などの固定費を超えれば最終利益になりますが、固定費まで届かなければ赤字となります。ですから利益を出す為には売上を上げる、又は利益率を上げる、もしくは固定費を圧縮するかのいずれかしかありません。売上は予測しにくいのですが、固定費の発生は確実です。リストラという真っ先に固定費を圧縮するのはそういう意味からです。トヨタなどは2兆円もの利益を計上しているにもかかわらず、賃上げはわずか1,000円です。いかに固定費上昇に神経質かがわかります。その代り、ボーナスはうんとはずんでいます。業績に応じた形で人件費として還元し、固定費を変動費化しているものといえます。

労働生産性に話を戻しますが、サービスの質との両立が重要との見方もあります。単に効率性を追求するだけでは、顧客満足度が低下する恐れもあるとの見方です。大手ファーストフード店ではスマイルをマニュアル化するために相当なコストをかけているそうです。実際マクドナルドはメニューに「スマイル0円」と表示している店もあります。「コストもかからず、客の購買意欲を引き出し、自分も客もハッピーになれる。それは笑顔だ」という有名な言葉もありますが、実際にはコストがかかっていますが・・・。又、スマイルは「お持ち帰り」出来ませんので念の為。

最近外食して気がつくことですが、仏頂面で注文を聞きに来る、食事を差し出す時に「どうぞ」の一言がない、「ありがとうございました」と一見愛想のよさそうな声で見送ってくれるのですが、声だけで顔を見るとまるで能面のように無表情であるなど。仲間内では笑顔で雑談しているのに・・・。こういった感想をお持ちの方も多しいと思います。笑顔はサービス業の基本といわれつつ、実際は減っているように思います。事実「笑顔研修」を行ったお店が売上増になった事例もありますので、笑顔は苦戦する小売・飲食・サービス業が向上するカギになるかもしれません。