SUPERMARKET COORDINATE COLLECTION

# サミット

## “街で一番愛される店を目指して”食品スーパー「サミットストア」を首都圏1都3県で111店舗展開

サミット株式会社 人事部 宮島宏さんに、スーパーマーケットにおけるユニフォームの重要性についてお話いただきました。

取材協力店舗

取材特集 現場に学ぶ。

**サミットストア 羽衣いちょう通り店**

〒190-0021 東京都立川市羽衣町 1丁目19番12号　営業時間 9:00~23:00 TEL.042-540-6531

## わくわくするお買い物を実現する、サミットの店舗づくり。

今回取材させていただいたのは、これからのサミットを象徴する店舗のひとつ。店内に入るとまず、青果とカット野菜・フルーツコーナーが迎えてくれます。これは、**“健康的な食生活をお手伝い”**したいという思いから。旬の野菜や果物は、店頭での季節感の演出にもつながります。またモニターでは、産地直送の日替わり商品なども紹介。献立を決めずに来店されるお客さまに対して、モニターでのアピールは購買に大きく影響します。総菜のラインナップや人気のベーカリーコーナーも充実させ、イートインコーナーも設置。**ただ「買う」だけでなく、情報やメニューの提案、くつろぎや憩いなど、たくさんのわくわくや楽しみを提供しています。**

サミット株式会社
人事部 宮島さん

# ユニフォームは企業イメージを担う、重要なブランディングツールです。

### 2013年、創業50周年の際にユニフォームをリニューアルされ、現在のデザインをお選びいただきました。どんなところを重視されたのでしょうか？

スタッフは着心地や動きやすさなどの機能性を、お客さまはデザインや清潔感を意識されます。そして会社側としては、コストも軽視できません。着る人、見る人、そして会社が求めるものを、すべて満たしていることが重要でした。

### リニューアルに際して、社内でもさまざまなご意見があったと伺っています。

「新しいユニフォームに変える時期ではない」という意見もありました。全スタッフのユニフォームを刷新するには非常に多くのコストがかかりますから、慎重な意見が出るのはもっともです。しかし50周年というタイミングで「これからのサミット像」を明確にするために、ブランディングの一環としてユニフォームを新しくすべきだと考えました。

### 当時はご自身でも百貨店などで、さまざまなユニフォームをご覧になったそうですね。

今後の展開を見据えて、作業着っぽくなく、なるべくおしゃれなものを、と考えていたので、色々なところに足を運びました。ユニフォームは企業ブランドのイメージを担うものですから、これからのサミットにふさわしいものにしたいと思い、自分でもスケッチを描いたり、色紙を切り貼りしながらデザインを考えました。

### 選考の際に、サンプルのユニフォームを実際に店舗でお使いになったと聞いていますが。

ご提案いただくデザイン画は8頭身体型ですが、実際に30～50代のスタッフが着たときにどう見えるのか、そこが気になりました。また店舗空間との相性も合わせて検証したかったので、これから展開していくイメージに近い店舗に持ち込んで実際に着用しました。

### ユニフォームと空間のマッチングも意識されたということですか？

やはりユニフォームも空間を構成する要素の一部ですから、内装やインテリアとの相性が重要です。めざす「サミット」像を表現するために、空間とユニフォームのコーディネートは非常に大切だと考えています。

### 今日伺っている店舗（羽衣いちょう通り店）も、インテリア、空間演出にこだわっておられますね。

毎日のお買い物を楽しんでいただけるお店づくりがモットーですので、内装やインテリアにはこだわりました。また見た目だけでなく、お客さまの動線や、スタッフが効率よく動ける工夫も随所に凝らしています。

### ユニフォームは、コーポレートカラーのロゴやあしらいがとても印象的です。

お客さまがレジを通られる際に、まず目に留まる右肩部分にロゴの刺繍を入れるなど、お客さまからどう見えるかを意識しました。

### リニューアル後、お客さまから何か反応はございましたか？？

いくつかうれしいお声をいただきました。「一新されましたね！」「まわりのママたちから好評ですよ！」など、お客さまのお声は励みになりますね。

### スタッフの方のご意見を参考にされた部分もあるのですか？

着る人の意見は重要ですから、デザインや仕様にはなるべく現場の声を取り入れています。各部門にリサーチをかけて、パンツの色やペン差しの位置、ポケットのサイズなど、細かいところまで工夫しています。

### 見た目にも機能にも、こだわりがいっぱいなんですね。

デザインだけでなく、耐久性や扱いやすさ、異物混入の防止など、さまざまな部分に気を配りました。実は、裏側のネームタグの仕様にもけっこうこだわっているんですよ。表からはまったく見えませんが…（笑）

### スタッフさんのモチベーションも、上がるのではないでしょうか。

私個人としては、弊社がテレビで取り上げられる際に、自分がこだわったユニフォームが映るとうれしいですね（笑）。「サミット」は東京を中心に100店舗以上ありますから、スタッフ全員が満足するものを作るのはなかなか困難です。それでも、なるべく現場の意見を大切にしていきたいと思っています。

### 店内BGMを社員の方が作詞されるなど、働いている方が楽しくお仕事されている印象があります。

創業50周年の記念式典を「さいたまスーパーアリーナ」で開催したのですが、その際に、社内で歌詞を募集してオリジナルソング「サミットファンの歌」を作りました。社員が踊る動画もあるんですよ（笑）。やはり働いている人が楽しくなければ、お客さまを喜ばせることはできませんし、いい人材も集まりません。おしゃれなユニフォームを作ることが、弊社を志望する動機のひとつになればという狙いもあります。

### なるほど、ユニフォームは人材確保の一端も担っているんですね。

「あの制服が着たい！」と思ってもらえたら、うれしいですね。気に入ったユニフォームを着ることで、楽しく働いてもらえるのではと思います。

### また今後、新たなユニフォームの展開も視野に入れておられますか？

「サミット」ブランドの印象を決める重要なものですから、今後もブランドの方向性に合わせて変化していくと思います。ユニフォームは舞台衣装。ステージである店舗が変われば、当然衣装であるユニフォームも変わります。これからも目指すイメージに合わせて、どんどんブラッシュアップしていければと思います。

私たちもユニフォームを通じて、
お店のイメージアップのお役に
立ちたいと思っております。
今日は本当に、ありがとうございました！

## 見て美しく、着て快適。デザインと機能にこだわったオリジナル。

ユニフォームは、見た目も機能もこだわりが満載です。襟の裏側は汚れが目立たないグレーにし、袖口はゴムを入れて腕まくりがしやすい仕様に。実際に着用されているベーカリー担当のスタッフさんは「パンツはグレーで粉飛びしても目立たないので、清潔感がありますね。上着は作業中、ずっと袖をまくっているので、ゴム仕様なのも便利です。」とお気に入りのポイントを語ってくださいました。