

# ダイリキ株式会社

## やる気を引き出す仕組みで 「自ら考える人財」を育成する

### モチベーションに焦点を当てる

ダイリキ株式会社は食肉小売という業態において、20年前からお客さま目線、QSSCの徹底を意識し、FL（フィールドレイ）を導入。毎週全店を回り問題を指摘する仕組みをつくっている。現在、FLは23名が選出されており、毎月1回目はコンプライアンス、2回目はQSSCに関して計2回のチェックを行っている。

かつて、BSE事件を皮切りに食肉業界は苦境に追い込まれ、当時は同社



FLの厳しいチェックの結果が、本部スタッフによるピンポイントの指導、教育につながり、お客様をベストな状態でお迎えする為の、緊密な協力体制を構築している。

でもやっと減収を止めることが出来た状態であった。しかしその厳しい状況下でも、FLのコストだけは削らなかった。日本では食肉業界の社会的ポジションが海外ほど高くなく、創業者の取締役会長 高橋健次氏は「従来の食肉小売業のイメージを払拭したい」「他にはない、綺麗で清潔な店がつくりたい」という思いを根底に持っていた。同社の原点はここにある。

元々、お客さま目線を重視する風土ではあったが、トップからのメッセージとFLや顧客満足度を知るために2010年にミニステリーショッピングリサーチ（以下、MSR）を導入。しかしMSRによるチェックだけでは改善に限界がみえてきた。そこで同社では、社員のモチベーションに焦点を当て、MSレポートの輝いているスタッフを全店で見える化するため、毎月ブロック長が自ブロックからスタースタッフを選出し、全店からナンバー1を決定し、表彰している。さらに、本社員、店長からも各1名「スタースタッフ」を選出。半期に一度の経営計画

# Dairiki



FLは食の安全・安心・満足につながる根本的な部分に携わり、お客様が安心して商品を購入していただける為に、徹底したチェック、調査を行なう。

発表会で活動内容の発表を行ない、参加者全員の投票により半期のナンバー1を決め、表彰を行なっている。

### 「考える」スタイルの教育へ

また、接客力と技術力は食肉小売業の両輪であるという考えのもと、技術カコンテストを定期的に開催している。原料に対し、技術でいかに付加価値をつけるかが生命線である。同じ肉でも同社の店舗で買つと質が良いのは、肉についての専門知識を新入社員に最初から叩き込んでいるからである。

店舗では、ミーティングを定例化（現在、パート・アルバイトの参加率は95%）し、必ず議事録を提出する。議事録の内容から、テーマ設定や内容、人間関係の問題までチェックし、必要があれば直接スタッフにフォローをするこ



同社は、牛肉トレーサビリティ法定化以前からその準備に取り組み、現在では、安全・安心・正直なメニューのご提供を支えるトレーサビリティ管理システムを確立している。



1988年、同社は対面販売型の専門店として初めて全履歴を把握できるPOS管理システムを導入。リスクマネジメントにも応用できる情報システムで商品管理に取り組む。

とで、店舗の状態を改善していく。

同社の社員はほぼ100%新卒採用であるが、今期から独自の人材教育の柱として「ダイリキ大学」をスタートした。意識「知識」「実践」教育のため、ディスカッション形式で、社員自らが考える力を高めるための研修を行なう。営業現場ですぐに役立つノウハウを身につけ、社員としても、社会人としても成長できる体制を整えている。

## 会社概要

- ・代表者：高橋 真二 取締役社長
- ・所在地：大阪市西区新町1-27-9 YOTSUBASHI DAI BLDG
- ・設立年月：2008年10月
- ・ホームページ：http://www.dairiki.co.jp
- ・事業内容：食肉小売業
- ・展開するブランド：ダイリキ、ミートファクトリー
- ・社員数：正社員106名、パート・アルバイトなど416名