

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

图解服务的细节

042

すぐわかるスーパーマーケット 日配の仕事ハンドブック

生鲜超市 日配篇 工作手册

海量图解日本生鲜超市先进管理技能



「日」《食品商业》编辑部 编
孙传玲 译

人民东方出版传媒
People's Eastern Publishing & Media
东方出版社
The Oriental

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

图解服务的细节

042

すぐわかるスーパーマーケット 日配の仕事ハンドブック

生鲜超市 日配篇 工作手册

海量图解日本生鲜超市先进管理技能

「目」《食品商业》编辑部 编

孙传玲 译

人民东方出版传媒

People's Oriental Publishing & Media



東方出版社

The Oriental Press

图书在版编目 (CIP) 数据

生鲜超市工作手册. 日配篇 / 日本《食品商业》编辑部 编; 孙传玲 译.

—北京: 东方出版社, 2016.5

(服务的细节; 042)

ISBN 978-7-5060-9052-0

I. ①生… II. ①日… ②孙… III. ①超市—商业服务—手册 IV. ① F717.6-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 115499 号

SUGUWAKARU SUPERMARKET NIPPAI NO SIGOTO HANDBOOK

© SYOKUHISYOUYOU HENSYUBU 2014

Originally published in Japan in 2014 by THE SHOGYOKAI PUBLISHING CO.,LTD.

Simplified Chinese translation rights arranged through TOHAN CORPORATION, TOYKO, and
BEIJING HANHE CULTURE COMMUNICATION CO.,LTD.

本书中文简体字版权由北京汉和文化传播有限公司代理

中文简体字版专有权属东方出版社

著作权合同登记号 图字: 01-2016-3390

服务的细节 042: 生鲜超市工作手册日配篇

(FUWU DE XIJIE 042:SHENGXIANCHAOSHI GONGZUOSHOUCHE RIPEIPIAN)

编 者: 日本《食品商业》编辑部

译 者: 孙传玲

责任编辑: 吴 婕 高琛倩

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区东四十条 113 号

邮政编码: 100007

印 刷: 北京汇林印务有限公司

版 次: 2016 年 6 月第 1 版

印 次: 2016 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 1-7800 册

开 本: 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张: 10.375

字 数: 195 千字

书 号: ISBN 978-7-5060-9052-0

定 价: 38.00 元

发行电话: (010) 85924663 85924644 85924641

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场

如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 85924602 85924603

前言

生鲜超市的工作基本上以女性、临时工为中心，相信他们以后还会继续作为对职场来说必不可少的重要部分而努力。

但不得不提的是，关于如何将大家的能力发挥到最大程度，企业所做的工作还远远不够。

尽管目前已经有些企业会将临时工提升成为部门负责人或转正成为正式工，甚至有些企业会积极地倾听女性的声音，采纳女性的提案以扩大消费者的支持。

但是，这类企业绝非多数。

只有将“正确教导，并给予正确的评价”这一企业方面的努力与“好好学习，全心全意为顾客服务”这一工作人员方面的积极性相结合，企业才能发展得更好。只有培养并提高大家的积极性，企业才能繁荣。

本书便是为生鲜超市的一线员工的现场工作提供指导及进行自我学习而编著的一本教材。

本书在之前的“生鲜食品教科书系列”《蔬果教科书》《水产教科

书》《肉禽教科书》《日配教科书》的基础上进行了重新编辑整理，并新增加了各部门共通的卫生管理知识、标识规则等新内容。

超市正面临人才短缺的困境。

所以，我们必须将企业的正确教导及评价机制与各位工作人员的自学及积极向上相结合，摆脱目前的这一困境。

我们坚信各位都会拥有一个辉煌的未来！

2014年春

株式会社商业界《食品商业》编辑部

前言001

第 1 章

日配部门“工作”的基本内容001

日式与西式日配部门的基础知识002

日式、西式日配品的商品分类006

第 2 章

关于日配部门“商品”的基础知识015

商品特征及生产方法016

豆腐、油豆腐 / 魔芋、魔芋丝类 / 纳豆 / 腌菜 / 生面 / 甜烹海味 / 煮豆 / 鱼肉熟食 / 鸡蛋 / 冷冻食品 / 各国食品 / 牛奶（加工奶、牛奶饮料等） / 乳制品 / 冷藏饮料 / 冷藏甜点 / 日式、西式点心 / 面包 / 冰淇淋

第 3 章

陈列与展示085

关于展示的基本知识	086
陈列的顺序、安排	091
补货工作及其注意事项	093
图示：陈列的类型	095

第4章

提案及店内促销

制订销售计划	098
如何制订销售计划书	101
有效的销售及其注意事项	105
店内促销及正确下单的要点	113
从收货到检货、验收、收货、退货	116

第5章

日配部门的“工序”

图示 陈列作业（基本篇）	122
图示 陈列作业（应用篇）	123
正确的库存管理及合适的库存	130
现场盘货	134
打折、限时特卖处理	138

第6章

卖场及商品的“卫生”管理145

个人的健康管理和仪容仪表146

后备间的卫生管理154

卖场与后台的清洁160

交货时验货的重要性164

第7章

法令遵守及“标识”的原则167

日配品标识相关法律及其原则168

标识相关法律基础知识171

主要标识事项及其与法律目的的关系176

各类食品的标识182

对个别标识事项的解说197

食品标志及法律213

第8章

12个月的“每周”销售计划217

1月年初首次销售、日式/西式点心展销会及其他218

2月“节分”日餐特辑及其他223

3月白色情人节“白色食品特辑”及其他228

4月为社会新人准备的早餐及便当特辑及其他	233
5月“儿童节”的日餐派对特辑及其他	238
6月梅雨季的热销菜单特辑及其他	243
7月清凉食品特辑及其他	248
8月盂兰盆节的招待美食、家乡的味道及其他	253
9月新学期大促销及其他	258
10月秋季米饭、汤菜美食节及其他	263
11月冬季美食、吉利食材市场及其他	268
12月圣诞节、年末用品展销会及其他	273

第9章

“家计”的支出及每月支出数据

豆腐/油炸豆腐/魔芋/纳豆/其他豆制品(冻豆腐、黄豆粉、豆腐渣等)
 /生乌冬面、荞麦面/腌萝卜/腌白菜/梅干/其他腌菜类(红姜丝等)
 /鱼类腌制品(醋腌青花鱼、醋腌草鱼等)/甜烹海带/甜烹海鲜/
 其他蔬菜、甜烹海藻类(海苔等)/鱼糕/鱼卷/油炸鱼糕(炸胡萝卜
 卜鱼肉饼等)/其他鱼类熟食(鱼肉山芋饼、伊达卷等)/其他蔬菜、
 海藻加工食品(蔬菜罐头、金针菇等)/其他鱼类加工食品(腌鱼肉、
 乌贼丝等)/鸡蛋/黄油/奶酪/其他乳制品(生奶油等)/牛奶/酸
 奶/布丁/果冻/蛋糕/蜂蜜蛋糕/其他西点/日式点心/羊羹/其他
 日式点心(铜锣烧、大福等)

第 10 章

营业额、利润, 卖场及商品“数字”297

有关超市“数字”的基础知识298

营业额及顾客数、顾客单价、购买数量301

基于 ABC 分析的卖场管理304

利润的管理与数值308

损耗率及其控制312

第 **1** 章

日配部门“工
作”的基本内容

日式与西式日配部门的基础知识

日配部门的特点及其定位

(1) 销售额及销售收入构成比高

不同范畴的部门设定会有些差异，但日配部门的销售额及销售收入构成比位居榜首。所以，日配部门的强弱直接影响着整体的销售额及营业总额。

(2) 总营业额高

尽管在总营业额比率上日配部门比不上熟食及生鲜部门，但总的销售量位居榜首。日配部门直接影响着商店的利润，所以对日配部门的日常利润管理非常重要。

(3) 利润贡献度最大

日配部门的总营业额约占整个商店的四分之一，是贡献利润最大的部门。销售收入构成比与毛利润率的乘积有助于商店的预算设定及销售战略的筹划。

(4) 商品购买比率高

不仅是特卖商品，主要的日配品每天都是定量变动的。特别是购买比率较高的“八白”食品（豆腐、熟乌冬面、生鱼卷、腌白菜、牛奶、酸奶、切片面包、鸡蛋），这些日配品作为“每日低价”（Every day Low Price =EDLP）食品，与来店的顾客的多少直接相关。

(5) 低成本、高效率

因为日配部门没有像生鲜三部门、熟食部门中的店内加工环节，所以在人工费方面有很大的优势，是人工费比率较低的“人力生产性 NO.1 部门”。但冷藏、冷冻等需要一定的管理费，所以平日的除霜等维护管理工作必须严格执行。

各部门销售收入构成比、毛利润率、相乘积比较(例)

部门	销售收入构成比	毛利润率	相乘积
蔬果	15.3%	20.0%	3.1%
肉禽	12.2%	27.2%	3.3%
水产	16.3%	25.3%	4.1%
日配	21.4%	25.5%	5.5%
家常菜	7.1%	38.0%	2.7%
加工食品、点心	20.4%	16.0%	3.3%
杂货	7.1%	21.0%	1.5%
总计	100.0%	----	23.8%

※ 销售收入构成比 = 部门销售额 ÷ 店销售总额 × 100

※ 总营业额率 = 部门总营业额 ÷ 部门销售额 × 100

※ 相乘积 = 销售收入构成比 × 毛利润率

日配部门的商品特征

(1) 饭桌上必不可少的商品

基本可以说，日配品是饭桌上的一日三餐所必不可少的东西。种类广泛，涉及日式料理、西式料理、中式料理、其他亚洲料理等。

(2) 商品的周转率高

日配品几乎是每个家庭每天都会消费的，是消费者购买频率较高的商品。所以保证货架上有足够的货物、不发生断货是非常重要的。

(3) 保存性差、对新鲜度要求高

日配品的保存性较差，且保质期短，无法一次性大量购买。所以对日配品每天进行新鲜度管理、日期管理是非常重要的。

(4) 健康食品、热卖食品

电视、杂志等“健康特辑”中经常会提到大豆蛋白（豆腐、油豆腐、豆腐皮、豆奶等）及乳酸菌（泡菜、酸奶、乳酸菌饮料等）。

这类节目在电视上播出后，有时甚至会出现相关商品断货的情况，所以要注意收集必要信息，多储备此类商品。

(5) 自有品牌（Private Brand=PB）商品

所谓自有品牌（Private Brand），是指连锁商店自己开发生产的商品及商标，并致力于销售的商品。与此相对，大型生产

商生产的商品被称为全国品牌 (National Brand=NB)。

(6) 当地品牌商品较多

像豆腐、魔芋、腌菜、生面、牛奶、鸡蛋等均属于地域性较强的商品。这些商品也是区别于其他店的重要的特色商品。

(7) 单价低的商品多

由于日配品的保存性较差，所以大包装、大容量等商品不容易卖出去。

100 日元 (相当于人民币 5 元左右) 左右的商品比较容易卖。日配品的平均单价 (一件商品的价格) (日配品的销售额 \div 日配品的总销售数量) 在 100-130 日元。

应注意与其他店比较，认真确认自家店商品的特色、商品种类、价格、销售方法等。

日式、西式日配品的商品分类

如果把商店比作是森林，那部门就是“树木”。“树木”（部门）分为几根“树干”（中部门），然后再分为“树枝”（大分类）。

“树枝”又可分为“小树枝”（中分类），“小树枝”上又有“叶子”（小分类），还会开出无数的“花朵”（商品项目）。而“花朵”又由“花瓣”（SKU）组成。

“花朵”（商品项目）中，既有季节性的，又有常年盛开性的。然后还会有“花骨朵”（成长期商品）、“盛开之花”（鼎盛时期商品）、“开始凋落之花”（衰退时期商品）之分。

超市销售的商品（花朵）亦是如此。虽然有句话叫作“只见树木（部门）不见森林（商店）”，但在商品被分配到各部门后，还是需要我们偶尔离开“树木”来看一下“森林”，这样也许能意外地发现我们平时看不到的东西。

日式日配品分类一览表

中部门	大分类	中分类	小分类
日式日配品	日式日配	(1)豆腐、油豆腐	①豆腐
			②加工豆腐
			③油豆腐
			④轻炸豆腐

续表

中部门	大分类	中分类	小分类
			⑤零售
			⑥烹调品
			⑦调味品
			⑧其他
		(2) 魔芋丝	①魔芋
			②魔芋丝
			③凉粉类
			④零售
			⑤烹调品
			⑥调味品
			⑦其他
		(3) 纳豆	①粒纳豆
			②碎纳豆
			③烹调品
			④调味品
			⑤其他
		(4) 生面	①乌冬面
			②日本荞麦面
			③炒面
			④拉面
			⑤意大利面
			⑥亚洲面
			⑦调味套装面
			⑧汤汁
			⑨其他