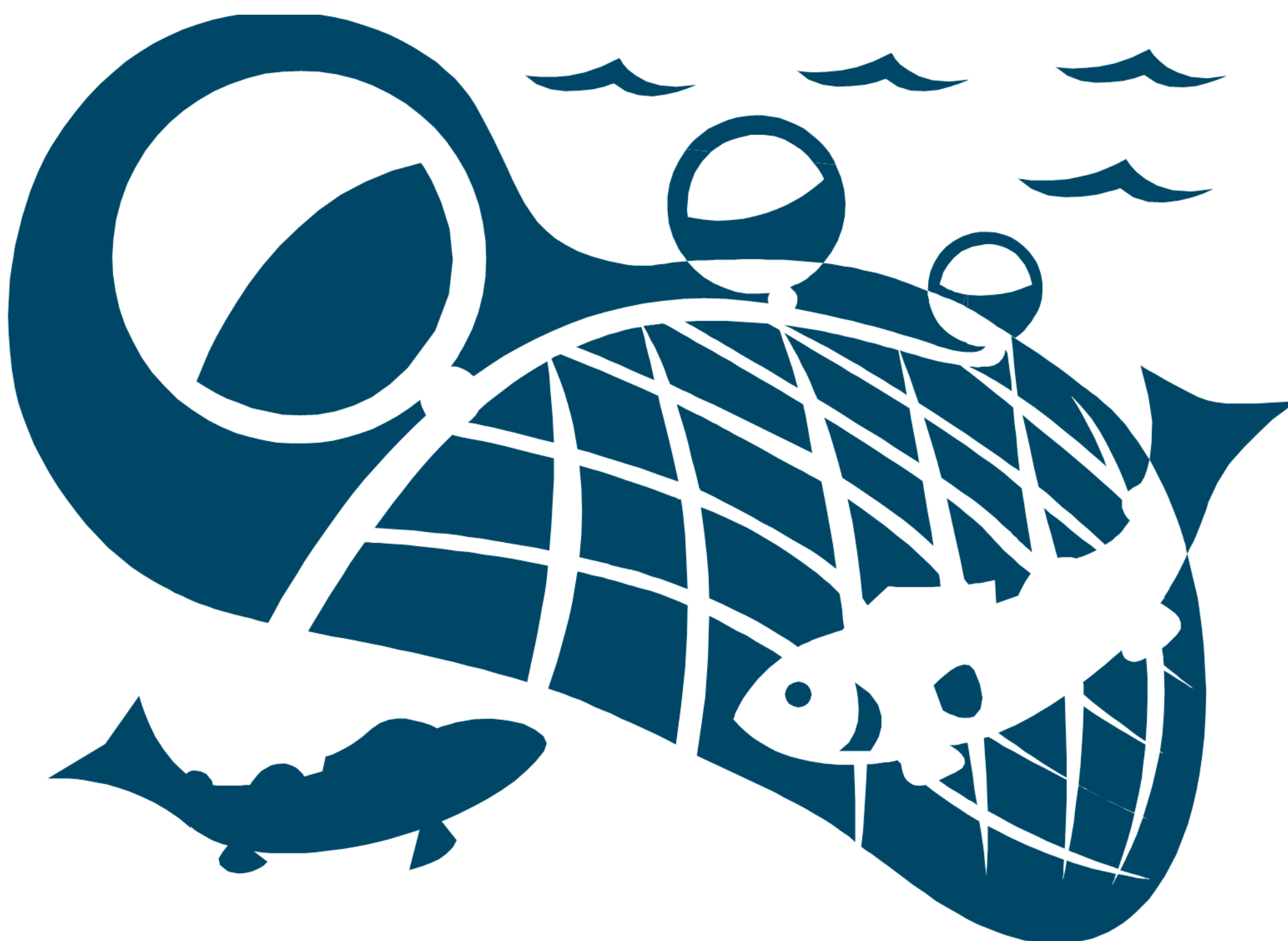


ネオ・エモーション社内報

Neo・Emotion MAGAZINE



創刊号

2012/9

開催！ネオ・エモーション顧客招待バスツアー

初の試みにお客さまの反応は

ツアーの概要

8月24日、ネオ・エモーション

では初の試みとして顧客招待バスツ

アーが開催された。ツアーは半日

かけて三崎恵水産の工場付近でも

ある城ヶ島をめぐるというものだった。

朝十一時ごろ渋谷や横浜で集

合し、バスで工場前に到着すると、

法被姿のスタッフや解体職人が参加

者を待ち受けていた。ツアーはここ

でのまぐろ解体ショーから始まり

工場内の見学、城ヶ島公園の散策、



①まぐろの解体ショー

解体職人のよるまぐろの解体ショーは迫力満点！
大人も子供もショーにくぎ付け！！

まるか食堂での昼食、そして恵総本店での土産購入という流れであった。また帰るまでの道中では横須賀市の農産物直売所「すかなごっそ」にも寄った。

ツアー開催のきっかけ

いつも食べているまぐろがどのような

にして私たちのもとにたどり着く

のかを知ってもらうことが今回のツ

アーの狙いである。まぐろ問屋をは

じめとした水産業のことは、消費者

は勿論それを扱う飲食店の従業員

ですら知らない人が多いのが現状で

ある。ツアーを通じ、いつもご利用

して頂く消費者の方々に、まぐろの

加工のされ方や流通についてなど水

産業に少しでも関心をもってもら

うというのが今ツアーで期待されて

いたことだ。7月から8月上旬まで



②工場内見学

まぐろの加工場を見学！！
切られているまぐろを見て「痛そう…」という声も

各店舗で募集をしたところ、応募数は二百人を超え、その中から十五組が当選し、うち二十三名がツアーに参加した。

お客さまの反応は

普段の生活では知ることのできな
い世界を体験できるだけでなく、ま
ぐろ問屋ならではのと言える食事を
無料で味わえたことが参加者の心
をグツとつかんだ。

まぐろ解体ショーでは誰もが夢中
になっており、見学においては子供た
ちだけでなく大人も興味を持って

工場内を見ていた。

特にまるか食堂での昼食は、まぐろ
のあらゆる部位を使った料理ばか
りであり、これを楽しみにツアーに
参加していた人もいた。

帰っていく参加者は満足そうな表
情をしており、ツアーは見事成功を
収めたといえよう。

反省と今後について

しかし、今回は初めてのツアーと
いうこともあり反省点も多い。

③城ヶ島公園
当日は快晴だったので伊豆半島から
房総半島まで一望できました★
そもそもツアーの準備期間が短か
ったために予想していたより参加
者が少なく、予定より早くツアー
が終了してしまった。まるか食堂
での昼食以降、参加者たちは若干
持て余した感じがしていたのは否



④まるか食堂・恵総本店

まぐろの刺身だけでなく、まぐろの照り焼きなどまぐろ尽くし！
まぐろ問屋ならではのツアー限定メニュー。

今後は子供も参加するというこ
とも予想したツアーの企画が必
要と思われる。

今回の反省を活かし、今後は
子供や社員を対象としたり見学
する場所を増やしたりなど内容
をより充実させ、参加者が楽し
く水産業のことを学べるツアー
を実施したいと本部では考えら
れている。

めない。

また折角のバスツアーであったに
も関わらず、工場に行くまでの道中
にガイドどころかツアーの流れの説
明もされなかったことも改善すべき
点である。あまり三崎口に寄らない
人も多いのだから、ツアーで三崎口
の魅力を消化してもよかった。
ツアーには家族で参加した人も多
く、それに伴い子供も多かった。



ご協力ありがとうございました！



ネオ・エモーションの1号店であるワールドポーターズ店が開店してからちょうど10年経とうとしている。本社が飲食店経営を展開して10年目という節目を機会に、石橋代表取締役社長に改めてネオ・エモーションについてどのように思っているのか話を伺った。

人は出会いで大きく変わる

ることができました。

基本的なものは「人との出会い」です。

ワールドポーターズ店を

始めたのは取引先から推薦

されたのがきっかけでした。

当初は飲食のノウハウなんて

全く知りませんでした。

様々な方からアドバイスを受

け、お客様から支持を得、

その後もどんどんお店を作

情熱がなければ夢を持つこともできない

一番大切なことは、すべての物事におい

て「情熱を持つこと」です。情熱がなけ

れば働き続けることも、夢を持つ

こともできません。情熱というもの

は人にとって非常に大切なことだと思

います。だから社員が情熱を持って働ける

会社づくりを、社員が明るく働きやすい

職場づくりをしていくべきだと思います。

す。

またいつも従業員に分け隔てなく接す

ることを心がけています。店長であれ

アルバイトさんであれ、みんな自

分を支えてくれる人たちです。

従業員の皆さんがいるからこそ、自分が

「社長」としてあることができることを

いつも念頭に置いています。

「ありがとう」と言われるお店を目指して

ネオ・エモーションの目指しているものに

は、「感謝していただけるお店」というの

もあります。お金を払ってくださる

お客様に「ありがとう」と言ってい

ただける。これはサービス業とし

て最高の喜びではないでしょうか。

そのためにもお客様をお迎えする心、送

り出す心を表現することが必要です。

外食産業が様々な形で発展している現

在、どれだけ好印象を残すことができる

かということがお客様がお店を選ぶとき

に大きく影響を与えます。勿論お客様に

よっては求められる程度は違いますが。

食べ終わったお客様に「ありがとう」と

言っていただけのお店づくりを各店舗目

指していくべきだと思います。

店長の心がまえ

まぐろ問屋三浦三崎港

横浜ワールドポーターズ店

基幹店舗としての在り方を目指して

横浜ワールドポーターズ店(以下WP店)
の池田店長に一番意識していることを尋
ねたところ、「当たり前前のレベルアップ」と
答えられた。

お客様全員が容易に注文をしたり、目の
前のほしいものを手に入れたりという環
境を作り出すことが困難であるという
ことがWP店の特徴である。

観光地にある店舗のためにお客様からの
期待度が高いことに加え、広い店内故に

だからこそ、社員一人一人の基礎でもあ
る「目配り／気配り」、すなわち「当たり
前のレベルアップ」が重要なものとされて
いる。

お客様の变化に気づき、時には声をかけ、
来店してくれたお客様に満足して帰って
いただけるよう努めることが大切だと
池田店長は語る。

週に一度の本まぐろ解体ショーや一日に数回の
鮮魚解体ショーといった「非日常」の演出も
お客様に満足してほしいという店長の組み
みだ



今回は 三浦三崎港十代目彌左工門 横浜クロスゲート店にお話を伺います

Q. 店長に質問です！！
おすすめの社員は誰ですか？

A. 西谷さんです。

もうすぐ50歳となる方ですが、常に笑顔で
あるだけでなく握りの速さはWP店最速と
いう実力もあります。
接客も握りもすごい方です。



基幹店舗として「当たり前前のレベルアップ」
を心がけ、お客様への目配りや気配りを
重んじる姿勢といった接客の模範なるも
のを他の店舗へ発信することも池田店長
は考えている。

「当たり前前のレベルアップ」を意識したWP
店の有り方はまさに基幹店舗の有り方
と言えます。

ネオ・エモーション に大学生が入社？

―社内報の作るにあたっての「挨拶―

初めまして。

八月下旬よりインターンシップとしてネオ・
エモーションのお手伝いをさせていただいてお
ります横浜市立大学の秦明加と申します。
現在は営業本部広報課に配属されております。

広報活動を通じ、社内の繋がりを深めてい
きたいと思い、その1つとして社内報作成を
担当させていただきました。

この「まぐろ問屋通信」はまだまだ始まった
ばかりのプロジェクトです。

「こんなことが知りたい」、「この情報をぜひ載
せてほしい」、「こうしたレイアウトの方がい
いのでは？」など思ったことがありましたら
ぜひご連絡ください。

従業員全員が楽しくネオ・エモーションの
ことを知ることのできる社内報を作ってい
きたいと思います。

宜しくお願い致します！



名前：秦 明加（はた はるか）
住んでいるところ：横須賀市
E-mail：h.hata@neo-emotion.jp
FAX：[045-290-6816](tel:045-290-6816)

次号の予告

特集： 『業者さんを大切に』 AM 渡邊の男奮闘記！

店舗紹介：ダイニング第1号店「10代目彌左エ門クロスゲート店」に
インタビュー！！

新年度開始！今期に向けて皆さんの心意気は？

And more...



COMING SOON...

第1号 2012年9月 発行 毎月15日発行(予定)

担当：ネオ・エモーション営業本部広報課（秦）

E-mail: h.hata@neo-emotion.jp