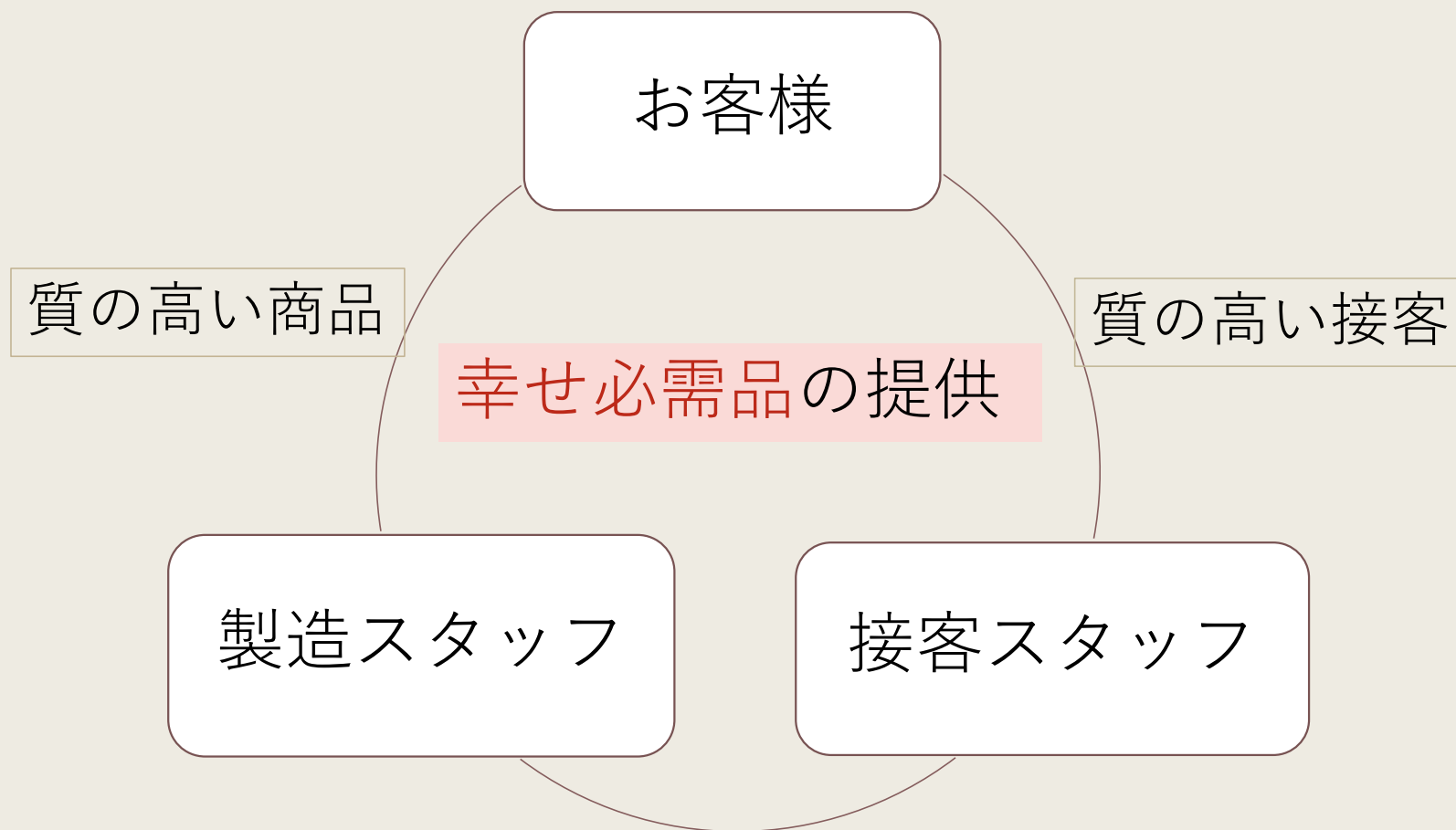




魅力発信レポート 株式会社ロマンライフ様

現代社会学部2年
武村真依

「喜びをリレーする」



商品へのこだわり

お客様のニーズ

+

ロマンライフらしさ

素材、配合、焼き方、風味
パッケージのデザイン・・・
全てにこだわっている。

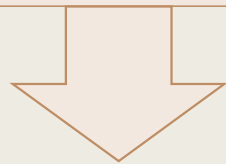
→試作やリニューアルを重ねる。

京のほんまもん



お客様に寄り添ったお店作り

店舗の地域の特性、お客様のニーズに合わせた店構え・接客



目の前のお客様を大切にすることに徹底している。
人同士の接客でしか届けられない素敵な思いやり。

異なる店舗経験による接客スキルアップ



教育制度

BS制度

- 集団教育ではなく、1対1での教育で信頼関係の構築も。

トレーナー研修

- 早いうちから教育係になり、新人により寄り添った教育。

フォロー研修

- 不安な時期に新人同士で話し合える場。

社員自ら高みを目指せる場

自主性・向上意欲の尊重

個人の意見や行動を大切にし、自由な場。

- 店舗ごとで考えたこだわり
- よりよいお店づくりへの貢献

チャレンジ精神を全力でサポートしてくれる場。

- ツアーやコンテストへの参加
- 技術を磨く場の提供

コミュニケーションが図れる場

縦横斜めの関係でつながる

デイリーレポート

- 日々の気づきや思い出の記録。
- 従業員皆が閲覧可能で、社長からのコメントも。

コミュニケーション会・同好会

- 部署内外で繋がれる交流の場。

社内での
交流の広がり

業務がスムーズになり
より良い職場環境へ

皆に愛されるロマンライフ

地域にはもちろん、県外・海外にまでマールブランシュを愛する、お客様がいる。

成長意欲が強く、お客様を大切に考える人たちが集まる職場。

たくさんの従業員との交流の中で、刺激を受けられる。

働く場としての魅力

誇りをもって、仲間と高みを目指しながら働けられる場

私の感じた魅力

接客の奥深さ：お客様に応じた接客、
次に繋がる接客

→簡単に真似られるものでない。

真にお客様のことを考得ることを従業員皆が
心掛けているから、

自然にお客様のことを幸せにできる。

岸 沙織 様

本社の皆様

製造スタッフ、

販売スタッフの皆様

ご協力本当に

ありがとうございました。