

UNIVERSAL SERVICE
コーナー⑥

ユニバーサルサービスの原点 オリオン堂洋品店に学ぶ (その1) ～暗いところを明るく～

山口 勝治

(社) 公開経営指導協会 サービス科学研究室

●喜多村実の市民精神

昔、東京・目黒にオリオン堂洋品店という店がありました。

この店主が、のちに商業運動家として活躍し戦後、公開経営を創立した喜多村実でした。彼は商店主というより、自らの商店経営を通して、消費者の立場にたった小売業の在り方、存在意義を問い続けた思想性の強い人だったと思います。

その片鱗は、戦後の混乱期に吹き荒れた税金問題への取り組みに表れています。彼は自分たちの仲間と一緒に実験店舗を作り、そこでの取引高の正確な帳簿を基礎にして、公正・公明な税金の在り方を納税者の側から提案したことは多くの人に知られています。それが青色申告制度の成立につながっていきます。

店の売上高を記帳して、それをすべて明るみに出し、実際の経営数字に基づく偽りのない納税主義の考え方を実践で示しました。これが“ガラス張り経営”、公開経営理念の基になっています。

現在の産業界のみならず政界、行政機関に蔓延している隠された経営実態は、ガラス張り経営の精神から見れば、許されるべきではなく、もし喜多村実が生きていたら、この混

迷する社会、経済の状況を見てどう思うでしょうか。

●素朴な疑問から

前回、ユニバーサルサービスは、オリオン堂が最初だと書きました。では、オリオン堂のどこがユニバーサルなのでしょう。店主の喜多村実には、ユニバーサルな精神が一倍強かったからだと思います。

それを示すたくさん逸話があります。

『オリオン堂繁盛記』の中から、次の一節をご紹介します。

・・・・・・暗いところを明るく・・・・・・

大正12年の11月開店して間もなく、雨のそぼ降る晩のことでした。当時私の店を手伝ってくれていた従兄のSと二人で真っ暗な行人坂を下りたときのことです。鼻をつままれても解らないようなこの坂道を、片手に買も袋をさげて探り足に下りはじめました。

「実さん、ずいぶん真っ暗な坂道だね。危なくて歩けやしない。電燈ぐらい点けたらよさそうなもんだね」「まったくだね、これが目黒の関門なんだから恐れ入るなあ。これじゃ夜なんか女子供は歩けないじゃないか、こんなことで目黒の発展など考えられないよ」

こんなところにサーチライトをつけたら
どんなに明るくて助かるだろう・・・」

それで喜多村実は行人坂にサーチライトの電燈を建ててしまいます。「その効果はその何十倍何百倍の広告効果をもたらしたばかりでなく、到底お金で見積ることの出来ないお客様の好感と感謝とを得たことは想像以上のものでした」と、述べています。

だれもが暗くて不便だと思っていた道に街頭を設置する。暗いところなら明るくしようという、ごく当たり前のことだが、これを実行してしまうところに喜多村実の面目があります。身近な町を何とかしたいという、一市民としての素朴な問題意識と行動力にパワーを感じます。

●市民の共生と小売業

もう一つ、喜多村実のサービス精神が表れた話が載っています。買物のときお客様はどのような心理が働くのか、“店頭心理学者”だった喜多村実は、いつもお客様のことを考えていたようです。

・・・・・・・・お取替え・・・・・・・・

お客様がいったん買物されて持ち帰られた品を、お取替えに来られたとき、私はありがとうございます、を三度言え、三度言う気持ちで接しよ、と店員に言っています。

これはよくあることです。お客様はその場で気に入って買ってお帰りになるのですが、家へ持ってお帰りになって奥様やお子さんに色が悪いとか柄がおかしいなどと批評されて取替えにおいでになる場合、また、家へ帰ったらちょうど同じようなものを家の方が買って帰られたのでお取替えに来られる、という場合などあるものです。

そんな時、お客様はきっと店員が何とか言やしないか不安な気持ちで来られます。どうぞお取替えするものならいやいやお取替えしても、気持ちよくお取替えしても同じ結果です。それなら気持ちよくお取替えすべきでしょう。

私の店ではお買物の後、必ず「お気に召しませんときはいつでもお取替え申し上げますから」という言葉を申させていましたが、この言葉は、そうした意味で、さっきお買上げいただいた感謝にいったんお持ち帰りになって、またわざわざお取替えにお越しいただいたお手数に対する感謝を添えて、ありがとうございます、を三度言え、三度いう気持ちで接しよ、と言っているのです。

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

前号にも書きましたが、高齢社会では、お客様をサポートする現場のサービスシステムを柔軟にすることが大切になり、公共性の重視という面で、あらゆる入店者への社会的配慮が求められます。

これはお客様に対する、オープンな姿勢、態度の表明でもあります。店を開いているからには、お客様には自由なショッピング権というものがあり、それに協力する責任があります。商人である以前に、その町、そのストリートに共生する、同じ市民としての気持の共有が大事なのではないでしょうか。

今、全国各地に進出している大型チェーン店。その土地の風土や文化などお構いなしといった、売るためだけの目的でドカドカと土足で踏み込んで来て、売れなくなれば黙って去って行く、無節操さを感じます。大手流通企業として“地域や市民との共生”をどう考えているのでしょうか。

今回は、オリオン堂洋品店の「店員教育」について紹介します。