

UNIVERSAL SERVICE
コーナー⑦

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2) ～経営は人格なり～

山口 勝治

(社) 公開経営指導協会 サービス科学研究室

●人間としての基礎をつくる

喜多村実はオリオン堂洋品店を“人づくりの実験場”だと思っていたようです。

彼の考えは、次のようなことでした。

- ・ 店員は物を売る機械ではなく、店の代表者である。
- ・ 店員である前に、ひとりの人間として考える。店員を店の都合を考えるのではなく、将来ある人間として希望を与えること。いつまでも店員であるはずはない、やがて独立してお店を経営するだろう。
- ・ 先々ぶつかる人の扱い方、そういうことを仕事の中で研究してほしい。仕事のなかに希望を発見してほしい。毎日の仕事が将来の基礎の一石であることを。
- ・ そして社会人として責任感のある人になること。そのための常識、教養、観察力を身につけた人を育てる。

喜多村実は人間としての基礎をつくることが、自分としての店主の務めだと考えた。

そこから、“経営は人格なり”と主張しました。

このように真摯に人を育てようとしている経営者は、今いるのでしょうか。時代だった

とはいえ、ヒューマニスト、喜多村実の一面でもあったようです。

●共生の時代は「人間」を育てること

“ユニバーサルサービス”は、誰もが同じ人間同士であることの認識の上に立っています。お客様も、町を歩いている子供たちも、そこで共生するすべての人々を考えた場合、商業者としてどんなことを提供すればよいか。売れるとか売れないとか言う前に。

オリオン堂洋品店の考え方がユニバーサルである、という理由は、前号でも書きましたが彼の経営観に公共的、社会的精神があったからです。当然のこと、商いですから利益を生まなくてはならない。しかし利益のことだけを先に考えていたなら“経営は人格なり”という考えには至らなかったでしょう。社員の将来を思い、人間として立派に育ててほしい、と思う余裕も起こらなかったのではないのでしょうか。

ここに、オリオン堂洋品店から、私たちが汲み取る意味があるようです。

いまや、過去の市場環境とは異なり、今後とも競争的なマーケティングが可能であるとする環境はなくなっています。

むしろ、地域を「市場」と見るだけではない

「共生領域」としての場、社会利益(ソーシャルベネフィット)を視野に入れる必要があると思われます。その町での最適規模、ふさわしい生活者サービス、住民参画など。共生事業(ソーシャルビジネス)への基軸の転換です。

●地域と共生できる事業への転換を

大量、画一なチェーンストア展開でのコモディティストア(日用品・必需品)は「競争事業」であるため、飽くなき淘汰のマーケティングに終始することになります。

誰がやっても、どこでやっても可能な事業、例えば食品スーパー、ドラッグストアは「競争事業」です。この種のビジネスは利益創出のために徹底した効率化が前提となります。経営者にとっては数値管理が欠かせません。

一方、得意な分野でいきいきした活動を行うことができるビジネスが「共生事業」であり、この事業は地域社会との融合・密着が前提となります。社員の共感が必要で、経営者はむしろ働くことへの動機付けが重要な任務となります。売上高は結果的であり、むしろ最適利益を求め、そのための必要な売上高でよいとする、いわば“逆算的な経営”となります。

例えば、本誌今号のインタビュー記事に登場した「セオグループ」に代表される、地域社会との融合に特化した専門店、などです。

●アタマの知識より、日常の常識が大切

ここまできて、小売業の“人づくり”はどのようであるべきか、ようやくハッキリしてきます。

小売業にとって、それも地域共生型の小売業にとって人の育成とは、何が大事なのかで

ようか。

それは、余計な経営知識よりも、必要な人間の常識を育てること。人の気持ちやユーモアを理解できる心、生活者としての日常知識、つまり常識豊かなビジネス人を育成すること。

頭でっかちな経営管理論を学ぶ必要はありません。それよりもテレビで話題の食材がいち早く並べられる。きれいな洋式トイレを作る。日常必要な調味料だけは充実させる。年配客の履いている靴をみる。店頭でのお客様の気持ちの理解、意識的観察こそが大切でしょう。

オリオン堂洋品店から私たちが学ぶとするなら、これからの地域小売店は、システム社会のなかで埋もれている人間らしさを取り戻し、お店という人と人とが交わる場を、活気ある愉しきで満たすことではないでしょうか。

“経営は人格なり”

社員が、潤いのある人間として、社会人として、研究心のある人になってくれればよい。

～ 喜多村実 ～



公開経営はユニバーサルサービスを推進しています

これからは「ユニバーサルサービス」の時代です。

ご来店されるお客さまは千差万別です。障害のある方も「買物などを楽しみたい」という思いは同じです。そこで、どのようなお客さまでも不便なく、気持ち良い時間を過ごしていただくべく対応するのが私たちサービス業に携わる者の務めです。健常者のみならず、障害をお持ちの方、ご高齢の方、あらゆる方にやさしい接客を目指して下さい。