

湯川 日出男 委員

情報委員の眼？



お客様は満足されるか？ 充分気を付けているつもりであるが、ふと気がつくところルミネという立場で状況を捉え判断している自分に気づくことがある。お客様のご要望、ご意見に対し、いつの間にか二つも三つも言い訳を用意している自分に呆然とすることもある。

ひるがえって、本誌「SC JAPAN TODAY」や協会の情報を発信する情報委員の一人である私の「眼」は、常に情報を受け取る会員の方々の立場に立っているだろうか？ 反省しきりである。

昨年、小田実さんが亡くなった。75歳だった。小田さんがフルブライト留学生となってアメリカに渡った後、アメリカ全土から、メキシコ、ヨーロッパ、中近東、アジアまでの貧乏旅行を綴った著書「何でも見てやろう」は1961年のベストセラーとなった。「トリスを飲んでHawaiiに行こう！」という壽屋(現サントリー)の新聞広告が衝撃的だったほど、まだ海外旅行が憧れだった頃の本だ。いわゆるお仕着せのパック旅行でない小田さんの旅のスタイルは、この本に接した若者の指針となり旅のバイブルとなった。その後バイブルは藤原新也さんの「印度放浪」になり、ここ20年ばかりは若者はもちろん中高年の方々まで「地球の歩き方」を片手に世界を闊歩している。

この小田さんが生涯こだわりを持ち続けたのは「市民」という姿勢、「市民」という眼差しだった。ひとりの「市民」として考え、判断し、行動

することだった。それまでも、またその後も、多くの日本人は会社や学校、地域など何らかの組織に属し、その立場で物事を見、判断することしかできなかった。だから、小田さんの言う「市民」という言葉、視点はとても新鮮だった。視点を移すことで物事がまったく違って見えることが驚きだった。私たちの仕事の現場でもこれは同様に言えることだ。

ルミネでは「わたしらしくをあたらしく」というメッセージをお客様にご来館されることで、お客様がわくわくし、自分では気がつかない自分らしさを発見し、新しい自分に変わっていくお手伝いをしたいという思いで創った言葉である。「わたしらしくをあた

らしく」を実践するために何より大事なものは、お客様の立場でものを考え、お客様の目線でルミネを見ることだ。何をいまさら分かったこととを、と言われそうだが、これが意外と難しい。どうすればお客様に感動していただけるか、何をすればお

わたしには、わたらしいがいっぱいある。

わたらしい、着こなし。
わたらしい、言葉づかい。
わたらしい、仕事。

今日、あたらしいワンピースを買った。

いつもはジーンズが多いわたしだけど、
そでの感じとか、色あいとか、
意外にわたらしいと思ったから。

こうやって「わたらしい」を冒険したり、
少しずつ「わたらしい」が変わっていくことを、
だれより楽しめるわたしでありたいと思う。

わたらしいをいっぱいみつけるひとは、
もしかしたら、
わたしにあさひとかもしれない。

わたらしくをあたらしく
LUMINE

湯川 日出男 (ゆかわ ひでお)

ルミネ本社営業部で1997年より始まった中期経営計画「ニュールミネ計画」を推進。その間「ルミネのルミ姉」や蜷川実花さんのポスター展開など販促も手掛けた。2006年より大宮店・川越店店長、フロアマスターを活用した館運営に努めている。