

機関誌 「専門店」創刊七〇年

まごころ商人の金字塔

日専連名誉講師 富山短期大学名誉講師 川中 清司

■「私の商人人生は誇らしくすばりしかった」

もし、もう一度生まれ変われるのなら、商人に生まれ変わりたい。日専連第二代理事長の岩城二郎さん（一九〇一〜一九九六）の言葉だ。九四歳で死去された。

新潟県から上京し、腕一本でイワキメガネを築いた、立派な商人だった。

お客さま一人ひとりの眼にぴたり合ったメガネを作って差し上げる。どうしたら良いメガネが選べるか、お客様の身になって考える。店員の知識と技術が専門店の絶対基盤となる。その鉄則を守って、パリにも店を出し、現地教育で店員の能力を磨いた。



第二代日専連理事長
岩城二郎さん

■商業の目標は人間の幸せ実現

幸せは、ココロとモノの豊かさであり、豊かさは、選択の自由にある。

価値観、ライフサイクルなど、自分のものを作りあげる時代。新しい生活価値と、心動かすようなものを提供する。それが専門店の使命なのだ。

お客の求めるものは、時代とともに変わる。昔は物財や機能を、大量に安く提供されることにあった。

今は、「快さ」と「楽しさ」と「感動」を追求する。モノからココロへと無限に広がる。お客は一〇〇%の満足に喜び、一五〇%で感動し、二〇〇%で信者となる。

■商人の姿をお客さまは見ている


その道一筋に取り組む、まごころ商人の美学が、店舗に商品として現れる。その真剣な生きざまを通じて、お客の信頼が得られる。

「新しい需要と創造が、顧客をつくる」と、ピーター・ドラッカーは言った。

■「全日本専門店会聯盟」が心結成される

店は客のためにある。企業は市場の中に生きる。これがマーケティングの原則である。どんなお役立ちができるか、それを追求して、自己革新を積み重ねることだ。機関誌「専門店」は、その商人たちがステージで演じた、見事なプレーを記録してきた。

七〇年前の新聞、中外商業新報には、「岡山、徳島、小樽、仙台、四谷、静岡、金沢、小倉の八専門店会を発起人として発会、明治神宮に参拝結成報告をなし、目黒雅叙園で懇親会」と、日専連の船出と同志たちの意気軒昂ぶりが報じられている。



全日本専門店会聯盟

けふ愈々結成さる

豫定を變更し東京で

「全日本専門店会聯盟」は、昭和十一年七月に、東京で創立された。その目的は、全国の専門店を組織し、互いに協力し、消費者の利益を謀ることに在り。その組織は、各都府県に支部を設け、各支部は、その都府県の専門店を組織し、互いに協力し、消費者の利益を謀ることに在り。その組織は、各都府県に支部を設け、各支部は、その都府県の専門店を組織し、互いに協力し、消費者の利益を謀ることに在り。

明るく暮らしていよう 社会をつくる

これが、小売業と日専連の究極の目標だった。日専連の創始者たちは「寂光浄土を作ること」を組織目標に掲げた。

「理想社会の姿を、小売業者のなかのモデルケースとして作り上げようと、志あるものが集まって小社会を作っているのが日専連です」と角南九八さん(第五代会長)は述べている(「専門店読本」・昭和二八年)。

大正末期から昭和のはじめ、農村まで巻き込んだ大恐慌。娘の身

売りや女工哀史の時代。自殺や夜逃げが流行った。そんな中で、中小小売商の進むべき道を模索し続けた。

志ある商人たちが「赤ちゃん会」を組織して、みんなして連帯して真商道を進むことを模索し始め、ついに日専連が結成されたのだ。

「商励」や、日専連レポートの発行。昭和一二年にその活動が始まった(大鬼優造氏著「専門店会の沿革」)。こうして今の『専門店』誌に繋がれている。

戦中は別として、戦後、モノ不足の中でも、休刊だけは絶対させないと、櫻井輝隆機関誌委員長の必死の努力が、その火を燃やし続けてきた。脈々と流れるまごころ商人たちの熱い志が伝わってくる。

哲学のない団体は「ごんごん」

日専連は、まごころ商人の団体だ。商人は、何のために在るのか。この古くて新しいテーマを絶えず問いたださねばならない。

哲学なんて言わなくても、何のために日専連があるのか、はっきりとした理念と目標を持っていること。時代に合った方針を持つことだ。



櫻井機関誌委員長と筆者(右)
(平成18年全国大会にて)

日専連信条を守り、機関誌を活用する。会費を納め、会合に参加し、行動する。役員がリード力を持ち、統治機能が働く。構成員が活動内容を理解し、一人ひとりが生きた経営に全力を尽くす。

この理念を守るために、教育活動を続けねばならない。もしそれを止めたなら、間もなく組織は消えてなくなるだろう。

『専門店』七〇年間の記録は、日専連が確かに強く生き抜いた歴史であり、商業者を教育し、日本にその理念と主張を訴え続けてきた証しなのだ。これからも金字塔「専門店」を磨き続けよう。

「期待すべからず 希望は持つべし」

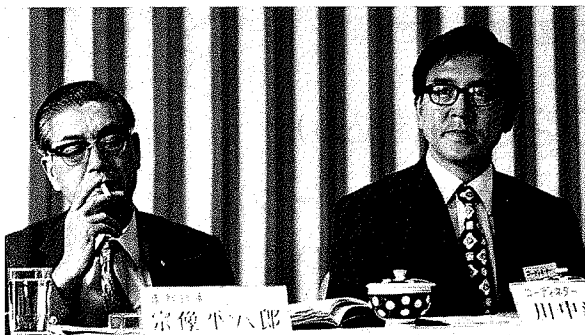
日専連専務理事であり、商業指導家だった宗像平八郎さん(一九〇六―一九七九)が、いつも連盟

職員に語っていた言葉だ。私たちは、これを心に刻んで歩んできた。あわてず、焦らず、そして休まず。

決して成功を期待せず、だけど希望だけは捨てないで、一步一步、たゆまず進んでいこうと。

会館建設。消費税問題。クレジツト取扱総額が五〇〇億円到達。消費者金融問題。中心市街地の復活対策。どれも厳しく重大な課題だった。それらを乗り越え、そして今も戦っている。

頭打ちと絶望感にうち沈むか。限らない可能性を信じて挑戦する



宗像平八郎元日専連専務理事と筆者(右)
昭和30年代の日専連セミナーで

か。選択は前進あるのみ。

小売商運動は、決して平坦な道ではない。苦勞が多く、報われるモノは少ない。しかし、着実に歴史は刻まれていく。商業政策は徐々に進んできている。歩みはこれから続けねばならない。

■大企業が転落する 流通業界

大きい店が安泰なわけでは決していない。モントゴメリーワード、Kマート、日本の長崎屋、そう、マイカル、ダイエーなど、会社更生法、民事再生法、産業再生機構支援、私的整理などの実質破綻に陥った事例は多い。

商業の世界は、お客の支持を失ったものが亡びていく。大きい店も小さい店も、その道理は同じだ。世界の流通業界の歴史は、企業の転落のエレジーと言って良い。新規参入の障壁が低く、たえず新しい業態が出現し、いつも生存競争は厳しい。だからこそ、研鑽を積み、時代の動向と顧客志向の変化を敏感にキャッチする。柔軟で、したたかな経営ができる能力を磨かねばならない。

特にこれからは、経済、政治のいずれについても組織力が欠かせ

ない。志ある商人同士の固い結束が求められる。

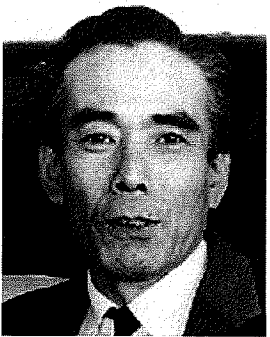
■小売店、まがじん店こそ 繁栄する

小さくて真心いっぱいのお店が栄えている。

生活に密着した商売で、地域になくしてはならない店として、小商圏の住民の根強い支持に支えられているからだ。

「小さな店であることを恥じることはないよ。その小さなお店を人の心の美しさで満たそうよ」

岡田徹さんの言葉が活きている。



岡田徹さん(1904~1957)
商業指導者・詩人

商店街のなかで、ピカッと光り輝いている店がいっぱいある。これは日本の宝だ。ここで人びとの心が癒され、生活のゆとりを養う。仕事に自信を持つとう。明るく商業の理念に生きていこう。小売店こそが、まちの潤いと市民生活のゆとりの源泉になれるのだ。