

平成27年5月11日
日本百貨店協会

電子書籍『ヒト・コト・モノ語り』の配信について

当協会の広報委員会(委員長：木本 茂 (株)高島屋社長)で作成しました電子書籍『ヒト・コト・モノ語り』の第5部(*Episode 5*)を配信(無料配布)しましたことをお知らせします。

『ヒト・コト・モノ語り』は、百貨店のおもてなしを支えるプロフェッショナルを紹介することで、業態の魅力をご理解いただくことを目的としており、昨年9月より不定期(約2か月間隔)で配信しております。

第5部(*Episode 5*)は、東急百貨店本店の 渡辺俊江さんと 鈴木孝枝さん ～心と心をつなぐ橋渡し～ をご紹介しました。

本誌を通じて、数値では表せない百貨店業態の魅力をご確認いただけますと幸いです。

『ヒト・コト・モノ語り』は、Google Books および

Apple の Newsstand(ビジネス/投資)にて検索して下さい。

※ お問い合わせは、日本百貨店協会 広報担当(佐藤、森、西田)まで

TEL 03-3272-1666

FREE

百貨店のおもてなしを支えるプロフェッショナルたち

日本百貨店協会

ヒト・コト・モノ語り

～しあわせの百貨店 ハートウォーミング・ストーリー～

Episode 5

東急百貨店本店

渡辺俊江さん 鈴木孝枝さん

～心と心をつなぐ橋渡し～

「一步踏み込んで
お客様の声を聞くことで、
新たな気づきがありました」

2014年に創業80周年を迎えた東急百貨店。フラッグシップストアである本店のコンセプトは「親子孫三世代に愛される百貨店」。そこでお客様の要望に耳を傾け、お買いものサポートからイベントの立案までを引き受ける“マルチプレイヤー”がコンシェルジュだ。二人の女性コンシェルジュにそのおもてなしの秘訣を聞いた。



お客様の困ったを解決する
接客のプロ集団

旗の立つたお子様ランチや屋上
遊園地、エレベーターを操るキレイ
なお姉さん、ピカピカに磨き上げ
られたショーウィンドウ……。子ど
もの頃、休日に少しでもそ行きの
洋服を着て家族で出かけたデ
パートの思い出を呼び起こせば、い
までもワクワクと心が弾む。あの
ときのデパートは、いつも家族の休
日の特別な場所だった。

Concierge

Toshie Watanabe
Takae Suzuki



全館で扱っている商品の知識が必要
その分責任も重大です。(鈴木)

コンシェルジュ
ギフトアドバイザー

ヒト・コト・モノ語り

百貨店でのショッピングは、
心浮き立つものであつてほしい。(渡辺)



東京の三大副都心のひとつ渋谷にある東急百貨店本店は、そんな「家族のデパート」の姿を大切に守る百貨店である。「親子孫三世代に愛される百貨店」をコンセプトに、日ごろからさまざまなサービスやイベントを企画している。その中心的な役割を担っているのがコンシェルジュたちだ。

「わたしたちは、お客様の買い物の困ったを解決するためのサポート役です。お客様のご要望をうかがい、各階のスペシャリストと連携して、お客様にぴったりに合った品物をご提案いたします。これを東急百貨店ではヘゲストソリューションズと呼んでいます」

そう語るのは、東急百貨店にコンシェルジュが登場した2004年から、コンシェルジュとして活躍している渡辺俊江さん。10年以上婦人服売り場の最前線で丁寧に接客をしてきたその実績を買われ、初代スタッフとして、一からコンシェルジュの仕事を

積み上げてきた。そのなかで、なによりも大切にしてきたのが、買い物における顧客心理だ。たとえば、「いつも同じような服を選んでしまう」「自分のセンスに自信がなく、なにを選んでいいかわからない」「忙しく時間がないので、短時間で効率よく商品を見て、選びたい」などと、百貨店を訪れるお客様は、さまざまな困りごとを抱えている。子どもの頃、ワクワクしながら訪れた百貨店なればこそ、そこでのショッピングはやはり、心浮き立つものであつてほしい。そんな願いから、現場の声、お客様の要望などを分析し、どんなサービスが求められているかを徹底的に洗い出した。

「こうした顧客心理から、コンシェルジュサービスのさまざまなメニューをつくっていきました。一歩踏み込んでお客様の声を吸い上げることによって、新たな気づきもありました」と渡辺さんは語る。

かゆいところに手が届く おもてなしの秘訣

現在、コンシェルジュサービスにはおもに5つのメニューがある。洋服選びの悩みを解決する「婦人・紳士ファッションコンサルティング」、眠っている洋服に新しいアイテムをプラスして再び活躍する「一着へと生まれ変わらせる」「お手持ちアイテムにプラスワン！アドバイス」、TPOに合ったフォーマルウェアを提案する「婦人・紳士フォーマル&セレモニアドバイス」、小学校お受験のご家族の装いを提案する「面接スタイルアドバイス」、お客様がイメージするアイテムを案内する「ピンポイントアイテムお探しサービス」、マナーやしきたりを守りながらセクスの光るギフト選びをサポートする「ギフトコンサルティング」だ。こうしたかゆいところに手が届くメニューができあがるまでには、1年半の時間を要し、また、時と共にお客様ニーズも変化し新しいメニューも生まれたという。



「わたしたちコンシェルジュは、お客様と売り場の橋渡しをする窓口です。売り場のスタッフ、スペシャリストと密な連携を取り合っておりよいご提案ができるよう努めています。コンシェルジュサービスという、コンシェルジュがメインと思うのがちですが、あくまでも百貨店のスタッフ全員で取り組んでいるサービスなのです」

控えめにこう語る渡辺さんだが、自身もフィッティングアドバイ

ザー、フォーマルスペシャリストの資格を有している。

「婦人服売り場だけの担当と異なり、コンシェルジュは売り場をまたいでの商品知識が必要となります。トータルでコーディネートしてほしいというご提案も多く、最初は不安でいっぱいでした」

しかし、渡辺さんの落ち着いた語り口に耳を傾けていると、「この人に任せておけば大丈夫」「この人を選んでもらいたい」という気持ちになってくるから不思議だ。そう感じさせるのは、人を和ませる独特の雰囲気の中に、確かな腕を感じとれるからなのだろう。

ときには勇気をもって 提案することもある必要

2004年にスタートしたコンシェルジュサービスだが、11年後の現在は8人が活躍している。鈴木孝枝さんは、特選洋食器の売り場から8カ月前に着任したばかりのフレッシュなコンシェルジュだ。

「ギフト選びでコンシェルジュデスクにご相談にみえるお客様のなかには、家庭用品だけではなく、紳士用のギフトを探されている方もいらっしゃるわけですね。これまでの特選洋食器の売り場では、その売り場にある商品への深い商品知識が必要とされてきました。でもコンシェルジュには、全館で扱っている商品への知識が必要になります。その分責任も重大だと感じています」

鈴木さんはコンシェルジュになるまでに、国産・輸入食器の売り場で17年の経験をもつ。ギフトアドバイザーの資格をもつこちらもベテランだ。そんな鈴木さんは、コンシェルジュになってから、よりお客様の声に耳を傾ける大切さを実感したという。「先日、70代のお客様がご相談にいらつしました。お嫁さんのお母様がお病気で入院されているので、御見舞いの品を選びにいらしたので、贈られるお母様は顔も広くて、いいものをよくご存じな方。最初は、フランスのブランドの香水を選ぶうとしていらしたのですが……」



選んでいただきました。非常に気に入ってくださったので、ギフトアドバイザーとしても、とても嬉しかったです」

香水を求めるお客様にプランケットを提案する――。そこには想像以上の勇気が必要だろう。ただ、それはお客様の商品に託す気持ちをも十分に聞き取る能力があつてこそ初めてできること。粹に収まらないコンシェルジュという仕事の自由度と深さ、そして難しさが鈴木さんの言葉にはある。

子どもたちの夢を 紡ぐ百貨店で あり続けるために

東急百貨店本店のコンシェルジュは、こうしたお客様のお買い物サポートだけでなく、もう一つ重要な仕事がある。それが「東急百貨店のファンになつてもらうため」の企画やイベントの立案だ。そのなかで伝説々ともなつたイベントがあつた。2014年、創業80周年を



機に「親子孫三世代に愛される百貨店」を目指して開催された「デパートガール&ボーイわくわく体験教室」だ。これはコンシェルジュの仕事の一つである「おもてなし」の気持ちを少しでも伝えられたらという想いから生まれたという。この企画には予想を上回る応募があり、当日は女子6名、男子2名の子どもたちがデパートガール&ボーイとしてデビュー。この日、10時の開店と同時に、エントランス

では、可愛らしいちびっ子デパートガール&ボーイが、練習の成果を見事に発揮し、美しいおじぎでお客様を迎えた。お客様の間には驚きとともに、またたく間に笑顔の花が咲いた。ドキドキしながらも店内放送に挑戦した子どもたちの声は、しつかりと売り場に届き、買い物を楽しむお客様の顔をさらにほころばせたという。

休日には、輸入食器の展示会や美術館にできるだけ足を運び、新しい知識の吸収を怠らない鈴木さん。





美しいおじぎでお客様をお迎えしたデパートガール&ボーイたち。

「クロックを担当してくれた男の子からは、将来、クロックの人になりたいー」というなによりもの感想を聞くことができました」そう語るのは、当時コンシェルジュとしてこの企画を立案した金子雅子さんだ。1年前のイベントのことを、昨日のことのようにキラキラとした笑顔で語ってくれる。

このイベントでの実りは、当日参加した子どもたちだけのものにと

どまらない。実は応募者が多数になつたため、落選してしまった子どもたちもいた。そんな子どもたち一人ひとりに、金子さんはお詫びの手紙を出していたのだ。そしてある日、コンシェルジュデスクを母親とともに訪れた少女がいた。

「デパートガールにはなれなかったけれど、初めて自分宛ての手紙が来たことをとても喜んで、娘がぜひコンシェルジュのお姉さんにお礼をしたいと言うので……」

そう話す母親の隣で少女は、千代紙で丁寧に折られた折鶴を、金子さんに差し出した。その後もその少女と金子さんの交流は続いている。

さまざまな形態のショップができ、インターネットの通信販売でも即座に欲しいものが手に入る時代となった現在。それでもデパートは、子どもたちのあこがれの場所であり続ける力を秘めている。真新しい商品が並ぶだけでなく、その売り場の中心には、心と心が通うやりとりが、必ずあるから

東急百貨店本店



営業時間：各フロアによって異なる
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂2-24-1
TEL 03-3477-3111
<https://www.tokyu-dept.co.jp/honten/>

昭和9年、東京横浜電鉄株式会社（現・東京急行電鉄株式会社）の百貨店部として、東横百貨店（現・東横店）創業。昭和42年に商号を株式会社東急百貨店に変更し、同年本店を開店。お客様にとってなくてはならない存在を理念に掲げ、昨年2014年、創業80周年を迎えた。企業理念のスローガンは「hug everyone.」。誰よりもお客様の近くで、誰よりも深くお客様を想い、誰よりも情熱をもってお客様の力になる——。そんな百貨店を目指している。



「デパートガール&ボーイわくわく体験教室」を企画した金子さん。

だ。奇しくも渡辺さんも、鈴木さんも「子どものころ、デパートで働く女性の店員さんの颯爽と歩く姿にあこがれた」という。小さな

ころの夢を叶えた二人のコンシェルジュはしっかりと前を見据え、「わたしたちのコンシェルジュサービスがきっかけとなって、ご家族で足を運んでいただく開けた百貨店になつていければと願っています」と語る。そんな彼女たちの姿は、次世代の子どもたちの目にあこがれの存在として映っているのだろう。心あるサービスの種は、いつしか必ず大きな実を結ぶ。

GUEST SOLUTIONS
GUEST SALON ONLY

Profile

1990年、東急百貨店入社。スモールサイズ、セーターブラウス、ハイブランドの販売を経て、2004年よりコンシェルジュとなる。

Toshie Watanabe

Profile

1987年、東急百貨店入社。服飾小物、キッチン、特選洋食器の販売を経て、2014年よりコンシェルジュとなる。

Takae Suzuki



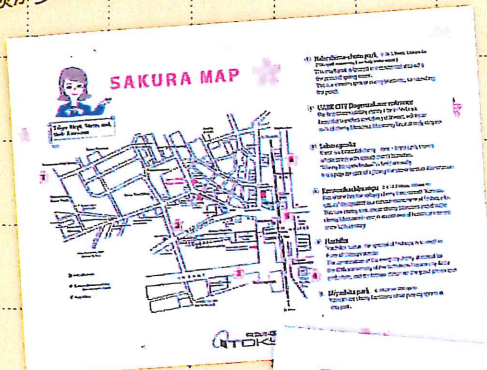
「男性のお客様からは、休日ファッションのご相談が多いです」と渡辺さん

GUEST SOLUTIONSを超えた コンシェルジュの真心サービス

年間約3000件に上るといふコンシェルジュへの問い合わせ。多くのお客様から厚い信頼を寄せられている秘密とは？



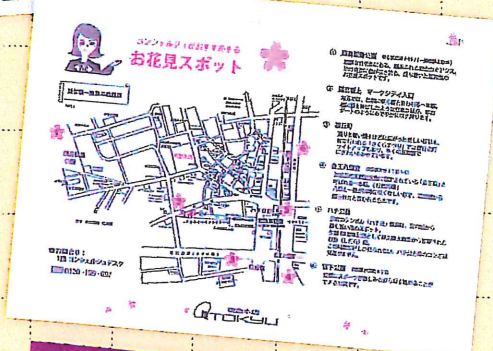
免税担当者などからも意見を聞き、外国人のお客様の興味をリサーチ。



4月は渋谷近隣のお花見スポットを特集。日本語のほか、英語、中国語、ハンゲルの4か国語で制作した。



お客様に館内をより知ってもらいたいという想いから生まれた企画「イースターエッグハント」。



日本語のお花見スポット紹介を見て、近隣に住むお客様から「〇〇公園もお勧めよ」と教えてもらうことも度々あるとか。お客様との距離が近づく嬉しい瞬間だ。



体験した子どもたちも周りの大人たちも皆笑顔になった創業80周年の特別企画。

日本のおもてなしの
心を伝える
手づくりポップ

東急百貨店本店は、近隣の住民が気軽に立ち寄る、地元密着型の百貨店でもある。一方で、近年は外国人観光客の姿も多く見られる。そんな百貨店でひそかな人気を集めているのが、コンシェルジュの手づくりインフォメーションだ。たとえば、5月には百貨店内の和食処を紹介したり、6月にはかき氷をはじめとした和のサマースイーツを紹介する予定だ。

「4月には百貨店からさらに一歩外へ出て、お花見スポットをご紹介します。近隣にお住まいのお客様がアドバイスしてくださることもあるんです」。コンシェルジュの鈴木さんは笑顔でそう語る。

東急百貨店を選んでいただいたことへの感謝とともに、日本のおもてなしの心を伝えたい――。そんな温もりにあふれるポップは、毎月内容を変えて、店内6カ所に掲示されている。