

平成29年9月5日  
日本百貨店協会

## 電子書籍『ヒト・コト・モノ語り(第19部)』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19部(*Episode 19*)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、平成26年9月から隔月(奇数月)で配信しております。

第19部(*Episode 19*)は、鶴屋百貨店の 鶴屋ラララ大学～楽しく役立つ鶴屋の講座～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 政策部(佐藤、高橋)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 19*

鶴屋百貨店

鶴屋ラララ大学

～楽しく役立つ鶴屋の講座～



## Profile

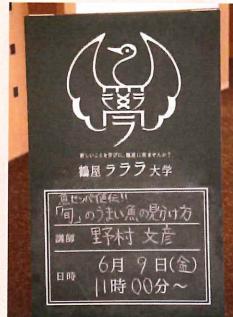
1983(昭和58)年6月、熊本県生まれ。2002(平成14)年3月、(合)古閑鮮魚入社。2008(平成20)年3月に株鶴屋百貨店入社、鮮魚売場スタッフとして勤務。

# 「小顔の魚を選ぶと間違いないです」

2015年11月、熊本市内に店舗を構える鶴屋百貨店主催の「ララ大学」が開校した。社員の知識やスキルを楽しく役に立つ形でお客様に還元していく講座である。そんなララ大学でこの日、初めて講師に挑戦する野村文彦さんの「『旬』のうまい魚の見分け方」講座にお邪魔した。

## 今日から即、実践できる 「魚愛」あふれる講座

スクリーンに映し出されたのは、「くまもと田崎市場」の競りの様



講義会場入り口の看板。ララ大学のマークが印記。

子。見るからに活きのいい魚が、威勢のいい掛け声とともに競り落とされていく。なかなか見ることのできない競りの様子に会場からは「ほお」という声が漏れる。

この日、熊本市内に店舗を構える鶴屋百貨店の東館7階の鶴屋ホールで開催されていたのは、鶴屋ラララ大学「『旬』のうまい魚の見分け方」講座。16人の参加者の前で、少々はに



を見学することにした。

この日が、初めての講義という野村さん。しかし、魚尾の選び方や切り身の選び方を、実際に魚を手にしながら説明していく様子は、じつに自然体だ。

「タイは目が濁っていないものを選ぶといいです。青魚はお腹を触って、ハリのあるものを選んでくださいね。それから、小顔の魚を選ぶと間違いないです(笑)。魚体に栄養が回っている証拠ですから」

時折、笑いを混ぜながらも、参

かんだ表情を見せるのが、今回の講師で鮮魚売り場担当の野村文彦さんだ。前掛け姿が板についているのは、さすが魚ひと筋15年というキャリアの賜物なのだろう。

鶴屋ラララ大学は、もちろん本当の大学ではない。教室は鶴屋百貨店の中。そして、先生は従業員で、生徒はすべてお客様。百貨店がなぜ学びの場を? という疑問はひとまずおいて、授業



真剣な眼差しでノートをとる参加者(上)。野村さんが魚をさばく様子をモニターで確認(下)。



加者の目を見て、ひと言、ひと言丁寧に話す。現場で経験を積んできた人特有の説得力のある話しぶりに、参加者からも活発に質問が飛ぶ。

講座の後半はお楽しみの試食タイム。タイ、マグロ、タコそれぞれの、天然ものと養殖ものの食べ比べに、参加者の口もとがほころんだ。

初講座を終えたばかりの野村さんには話を聞いた。

「緊張しました。準備は大変で

したが、これまで魚屋をしてきた経験から得た知識をお客様に伝え、役立てていただきたいと思つて臨みました」

講座内容はどれも今日から即、使えるものばかり。野村さんは、田崎市場で5年マグロの仲卸を経験した後、鶴屋百貨店に転職。それから10年の月日が過ぎた。

「市場も活気があり、自分には合っている場所でしたが、やはり接する対象が限られています。一般のお客様を対象に魚の小売をしていきたいと思ったのが転職した大きな動機です。魚屋は、店頭で旬の魚をお勧めしたり、お客様とのコミュニケーションがとても大切な仕事ですから、やり甲斐

があります」

今回、ラララ大学の講師に初挑戦するにあたって、15年のキャリアをもつ野村さんも準備の段階で、魚の奥深さ、難しさに改めて気づいた。

「天然ものにこだわる鶴屋百貨店で魚を買ってくださるお客様

は、魚好きの方が多い。売り場に立つ側も知識が必要です。これからも僕が知っていることはお伝えしていくとともに、もっと勉強しなくちゃとも思いました」

ラララ大学の講師を終えたばかりの野村さんは、新たな目標を手にした充実感に包まれていた。



「天然の魚は顔つきが違う」と野村さん。

# 100% 熊本百貨店

Presented by TSURUYA

**「100%熊本百貨店」のしくみ**

- ▶ 100% 熊本百貨店で 熊本の 产品を 買う。
- ▶ 熊本県外から ご注文いただいた 場合<sup>(※1)</sup>、 お買い上げ金額の 10%<sup>(※2)</sup>を 被災地に 寄付。
- ▶ 寄付金は 被災地の 復興に 使われる。
- ▶ 熊本が 少しづつ 元通りの 姿に戻る

※1) 注文主の住所に基づく。 ※2) 鶴屋百貨店利益から。

**[はちべえとまと]**  
トマトケチャップ

日本一の冬春トマトの産地・熊本県八代の「はちべえトマト」から作られたケチャップ。さわやかなトマトの風味と旨味で、たくさんかけても食べやすい。子どもから年配者まで幅広い年代にオススメ。

**熊本が誇る  
おすすめの  
県産品 (一例)**

**肥後だより**  
**くまモンパッケージセット**  
思わず笑顔になる、くまモン尽くし。熊本の名物がギュッとつまつたグレメセット。

**[新町]森からし蓮根(3本入)**  
江戸時代から継承される、熊本伝統の味「からし蓮根」。ツーンとくる辛さがヤミツキになる。

**[100%熊本百貨店限定]**  
復興応援ふるさとギフト  
むかしなつかしセット

健康を願う県産品の詰合せ。味噌などの発酵食品を中心に、熊本の自然由来の美味しさと健康をお届けする。いつまでも元気でいて欲しい人への贈り物に。

**[那須酒造所]**  
鴨の舞 古酒(750ml)

栓にワインと同じ良質なコルクを使用することで、独特の熟成効果がある。まろやかな口当たりが特徴。

**[みなとしょうゆ]**  
一番しょうゆ甘露

濃厚で甘みのある味わいは、さしみ醤油として最適。上品な香り、甘さ、旨みが多くの方に愛されている。お刺身、豆腐、山海の幸に。



営業時間:本館・東館・WING館・New-S  
月～木、日:午前10時～午後7時  
金、土:午前10時～午後7時30分

TEL:096-356-2111(代表)  
<http://www.tsuruya-dept.co.jp/>

1952(昭和27)年オープン。鶴屋の商号は付近の鶴屋敷に由来。1971(昭和46)年、坪当たり売上高日本一に。1973(昭和48)年、大幅改装工事完成。日本初のルックイン・エスカレーター登場。1993(平成5)年、WING館オープン。2002(平成14)年、鶴屋東館グランドオープン。2006(平成18)年、WING館全面改装。2015(平成27)年、事業所内保育施設「スマイルア保育園」開設。2017(平成29)年7月、第2保育園として「エンジニア保育園」開設。



**こんな講座 が人気です!**

## 藤森愛理の独断と偏見による、 20代女子のための日本酒のススメ



本館5階  
陶器売場

場担当で入社一年目の藤森愛理さん。

## テテテ大学に新風を 吹き込んだ成功例

代ワイン初心者へ贈る「飲みながら樂く学ぶワイン講座」なども、好評につき続々と誕生。ワインは難しいんじゃないか……といつ腰が引ける若い世代の人たちも「初心者」と銘打たれていることから気軽に足を運べるラララ大学の名物講座である。「知識はあくまでもワインをより楽しむためのもの。知識がないから飲んではいけないなんてことはありません。まずは飲むところから始めていただきたい。飲んだ経験値が上がれば上がるほど、楽しみが広がっていくのがワインですからね」

お酒がまるで弱くないといふ藤森さんだつたが、社会人になつてから日本酒に少しづつ目覚めていた。

「これまで、日本酒はお酒に強い人が飲むものであつて、しかも、おじさんが飲むものという印象があつたんですが……（笑）。懶祭という日本酒に出会つて、あまりの美味しさにこれまでもつっていたイメージがガラリと変わつたんです」

そんな自分のような思いを抱いている同世代の女性は多いのではないか？ そう考えた藤森さんが企画したの

この講座は、ラララ大学に新風を吹き込んだ成功例となつた。

「去年はお酒を贈られる際のラッピングをご紹介しました。手帳にできるものをアレンジして皆さんに作っていたとき、それをお土産として持ち帰りいただきました」と村本さん。

## 贈答マナーを学ぶ

友の会サロンに勤務する寺本美穂さんとギフトサロン勤務の村本美和さんは、贈答マスターをテーマにした講座を担当する。お歳暮時期を前に

ともに多くのお客様が足を運んだ。  
一覇斗の体裁や贈答マナーは、今さら過ぎてなかなかお友だちにも聞けないとお困りのお客様も多いようです」と語るのは寺本さん。1時間の講座の前半部分を担当し、

炳広く親子連れやリピートなど  
たという。ララ大学の講師を務め  
ることで、「これまで百貨店  
に勤めている自分たちに  
とつて、常識だと思っていた  
ことが、お客様の知識にな  
ると知った」と語る寺本さ  
んと村本さん。これからは、

ギフト関連の売り場に勤務する販売員だけでなく、広く社内の人たち向けにもギフトの知識を学ぶ場を作りたいと思っているそうだ。ラララ大学での経験は、お客様だけでなく、自社に対する責任感にもつながっていいる。

ともに多くのお客様が足を運んだ。  
一覇斗の体裁や贈答マナーは、今さら過ぎてなかなかお友だちにも聞けないとお困りのお客様も多いようです」と語るのは寺本さん。1時間の講座の前半部分を担当し、

「どうしても固い内容になるので、クイズなどを取り入れて、出来る限り参加者の皆さんに楽しんでもらえるように気を配りました」

そして後半は村本さんにバトンタッチしてラッピングの

「講座」というより女子会のノリでした。わたしが好きな日本酒ランキングも紹介するなど、本当に独断と偏見に満ちた内容。でも皆さんとても楽しんでくださって、その後、酒器をご購入しに売り場に来てくださった方もいらしたんですよ」

代ワイン初心者へ贈る飲みながら樂く学ぶワイン講座

だつた。ワインは難しいんぢやないか……とい腰が引ける若い世代の人たちも「初心者」と銘打たれでいることがら気軽に足を運べるララ大學生の名物講座である。

「知識はあくまでもワインをより楽しむためのもの。知識がないから、飲んではいけないなんてことはありません。まずは飲むところから始めて、い

講座では、まずスパークリングワインで乾杯してから、白2種類、赤2種類、計5種類のワインを試飲してもらつた。実際に飲んでもらつたうえで、「選べる」ようになる簡単なコツを糞田さんが伝えるという、実践的なもの。講座後、すぐに売り場にいらしてワインを購入してくださったお客様もいたという。人前で話すのが苦手という糞田さ  
んだが、ワインのこと話をす

「講座」というより女子会のノリでした。わたしが好きな日本酒ランキングも紹介するなど、本当に独断と偏見に満ちた内容。でも皆さんとても楽しんでくださって、その後、酒器をご購入しに売り場に来てくださった方もいらしたんですよ」



鶴と「ラララ」を組み合わせたラララ大学のマーク。「鶴屋♪ラララ」は、昔から地元で親しまれているCMソング。

### これまでの講座のラインナップ

- ◎日本のお正月再発見
- ◎聴いて学ぶ胎教と音楽♪
- ◎音楽とともにだらになろう
- ◎鶴屋のデバ地下だけでつくる極上のフルコース
- ◎Dr.フルーツが伝授する! 春のフルーツ大解剖!
- ◎野菜専門バイヤー“Mr.ベジタブル”がお伝えする目利きの3つのポイント
- ◎直接で差がつく! 大人の身のこなし
- ◎新社会人向け大人のアイテムお手入れ術
- ◎30代からのフォーマルの悩み解決セミナー
- ◎自転車に乗る親子が知っておきたい3つの話
- ◎知らずに後悔したくない! 結婚を前にした大事な話～リング選びと結納について～
- ◎6年後もハッピーなランドセルの選び方講座
- ◎すべらないホリデーを過ごせるボードゲーム5選
- ◎自分のマーク道具でもっと愛され社会人に!
- ◎今日から始めるオリーブオイル生活
- ◎鶴屋式「美ウォーク」講座



日々、新しい試みに挑戦する事務局スタッフのみなさん。

## 思わず♪ラララと歌いたくなる 楽しくて、ちょっと役立つ講座を

### 社員が蓄えた 知識をお客様へ

学というアイデアの発端でした」

1年目は12組の講座のうち半分

が講師自ら手を挙げて実現した

2015年に始動した「鶴屋ララ大学」の仕掛け人で現在、講師となる社員のサポートに心を碎いている富山裕司さんは、立ち上げの背景をこう語る。

「わたしは中途採用で3年前に鶴屋百貨店に入社しました。百貨店に来て、売り場の販売員がもつている専門知識に驚いたんです。でも、残念ながらそれを十分発信できていなかった。そうした知識をお客様に役に立つ情報として表に出していきたいと思ったのが、ラララ大

担うのは、ハードルが高いと感じる社員も多く、自薦はまだまだ少ないのが現状。そんななか、富山さんははじめ、ラララ大学の事務局のスタッフは、社内の情報をを集め、特技や深い知識をもつ社員に声をかける。「百貨店も今や単に物を販売すればいいという時代ではありません。お客様との時間の共有という、目に見えないサービスも大切な使命だと感じています」

その言葉にうなづく事務局スタッフ4人の表情は頼もしい。

「講師を経験した社員一人ひとりがどんどん伸びていているのを感じます」

そう語るのは、今年の4月からララ大学事務局のスタッフに加わった人事部教育グループ長の松本晃世さんだ。

「人材育成としても力を發揮しています。各人が店頭接客で培い、無意識のうちに蓄えた知識やスキルを顕在化していきたい。そして、深層にあつたものが顕在化した後

は、それを言語化していくことが

「誰から買うか」の価値——。ネット通販が一般化した現在、つい忘れがちなこの価値觀こそが、百貨店の原点であり、強みである。その価値を真摯に追究しながらも、自由で革新的な企画を次々に生み出している鶴屋ラララ大学は、百貨店の「希望の星」のように輝いて見えた。

### 一人ひとりが 特別な存在に

大切。そうすれば、その人自身に付加価値がついてきます。それが、鶴屋百貨店の考える『接客』である」と考