

Story

人のよろこびを大切に

人にしかできないことがある。

あなただからこそ生み出せるよろこびがある。

「人のよろこびを大切に」

つながり合うすべての人へ。



好きの先にあるよろこびのために

食器・調理用品担当 M.A
2008年入社

「好き」を仕事にするって、とても大事なことだと思うんです。私は自分自身に「好き」を問い続けた結果、お客様のライフスタイルに寄り添う“百貨店”に行きつきました。そして就職活動を通して触れた、京王百貨店で働く社員の表情や姿勢、考え方。それに強く共感できたことが、入社決定打となりました。

今、売場責任者として常に心掛けていることは、部下の成長を後押しし、社員が生き生きと働く環境を作ること。社員が生き生きと働いているからこそ、

お客様の満足やよろこびのお手伝いができるんだと思います。

私が管理している売場は、社員が商品の仕入から販売までを行う、いわゆる平場です。この平場では、百貨店の独自性を生み出すとともに、お客様のニーズに素早く対応することが求められます。お客様のニーズやライフスタイルは時代とともに常に変化していくので、常にアンテナを張り、その変化を確実にキャッチするためには、社員一人一人が自分の仕事にやりがいと愛情を持ち、充実感を感じながら

働けていることがとても重要なんです。これからも、社員が生き生きと働ける「温かで楽しい売場」を作り続けます。きっとそれが、お客様のよろこびの実現につながるものだと思うから。



充実が引き起こす充実の連鎖

婦人雑貨担当 R.J
1998年入社

出産、休職を経て短時間勤務として復職をした私の勤務時間は午後4時まで。そんな私にとって通勤時間は大切な時間なんです。時間が短い分、濃密な時間にするために入社後の行動をあらかじめ整理するからです。そう聞くと、育児との両立は大変だと思われるかもしれませんが、復職に迷いはありませんでした。私にたくさんのしあわせを感じさせてくれる大好きな仕事だからです。靴売場で勤務していた時に接客したお客様から「選んでもらった靴のお陰で、快適に歩くことができ、旅を楽しんでいます。」というお葉書を頂いたことがありました。

好みを伺い靴選びを始めましたが、会話の中で旅行で履かれることを知りました。何か一つでも不快なことがあれば旅を楽しめなくなってしまうかもしれません。どんな季節に行かれるのか、どんなところに行かれるのか、どの位歩かれるのか、いろいろなことに思いを巡らせ会話を進めながら商品をご提案したお客様でした。旅先で私を思い出して下さいとのこと、何より楽しい旅になったことがうれしく、この経験が今でも仕事のやりがいの基盤になっています。時間がすべてではありません。お客様のよろこびに貢献できているという実感が、日々、私に充実感を与えてく



れます。帰りの電車は母親へと戻っていく時間です。まるでシンデレラみたいです(笑)。「ママ、今日も何かいいことあったの？」息子のうれしそうな言葉は、魔法が解けた後も私をしあわせな気持ちにしてくれるのです。

Story 02



情熱の先に見えた世界

食品担当 S.U
2012年入社

他店のイベントで自分が企画したお弁当が売られているのを見つけました。入社3年目に北海道展で企画したパフェスイーツに見立てた「ミルフィーユ弁当」です。自分の提案が世の中に受け入れられた気がしてすごくうれしかったですね。物産展には女性も多くご来場されるのに、そこに目が向いていないと感じ取り組んだ商品企画でした。女性が食べやすい量やスイーツのようなかわいいパッケージ、スプーンで食べる工夫もしたのですが、当時はお弁当

は味が勝負という観念も強く、まだまだ例のない取り組みだったこともあって、お取引先から賛同を得ることがなかなかできませんでした。女性や若い方のご来場が多いというデータ、SNSの影響の広がりを感じながら何度も丁寧に説明したのを覚えています。先輩も未熟な私の提案を後押ししてくれました。熱意に折れ、信頼して力をかしてくださったお取引先のお陰で実現に至り、広報の協力もあって多数のメディアに取り上げてもらえることもできました。

多くのお客様にお買い上げいただいたこと、更にお取引先によるこんでいただいたことは自分にとっての大きなよろこびでした。私のような若手にはどんどん挑戦して、壁を乗り越えていくことが期待されていると感じた経験でしたし、それが様々なよろこびを生むことを知りました。ですので、尻込みなんてしてはいられません。情熱を持って必死に取り組み、成長して、もっとたくさんのよろこびを創り出していきたいと思っています。



Story 04

思いやる心に引き出された思い

婦人靴担当 N.K
2017年入社

甘 かったですね(笑)。
同じ靴でもパンプスにスニーカー、サンダルやブーツといった季節商品も様々。商品知識はもちろんフィッティング技術などの違いもあって、勉強しなければならないことも想像以上。
お客様のご要望は多種多様で、基本を覚えてもどう提案すればいいのか試行錯誤する毎日、悩んでばかりでした。
そんな時、キャリア層に向けた「こんな売場だったら行きたい、こんな商品があればうれしい」を考える若手中心の「おしゃれ女子プロジェクト」に参加してみないかと言われたのです。

まだ入社して半年、不安でいっぱいでしたが、「冒険して欲しい」と上司が背中を押してくれたのです。
ミーティングでは、自分の意見に「お客様の期待はそれなのか」「こうした方がいいのではないか」といった質問やアドバイスをいくつももらい、お客様の期待に応えるために、どういった視点でどのようなことを考える必要があるのかを学びました。そして自分も関わったコスメイベントの企画が実現していく楽しさは、悩んでいる暇はない、こういう仕事がたくさんできるようになりたいと思わせてくれました。
若手の感性を活かし成長も支援してこういう環境、お互いにアドバイス

し合うチームワークは、助け合うことで自分も活かされているということも感じさせてくれました。
まだキャリアはスタートしたばかりですが、共に働く仲間を活かし、多くのお客様に価値を提供できる人材へと早く成長していきたいと思っています。



前へと突き動かすエネルギー

販売促進担当 Y.N
2007年入社

多 くの親子で賑わい、笑顔と笑い声に溢れていました。ゴールデンウィークの屋上での光景です。うれしかったですね。
休みの日に自分の子供をどこかに連れて行こうとすると、近くて気軽に楽しめる場所って意外と少ないんです。お客様がご来店されるきっかけを創り、ご来店されたお客様の楽しかったを生み出す担当として、屋上の空スペースをうまく使えないかと考えていたこととつながったのです。
時間をかけて下準備を進め、ロボットに乗って操縦ができるイベントや走り方教室など、子供や親子で楽しめる体験型の「プレイパーク」を企画し

ました。自信を持って提案したのですが、思いがけないことに直面したのです。上司から「暑さ対策は大丈夫か」「怪我に繋がらない対策はとれるのか」といった様々な質問を浴びせられたのです。
ハッとしました。楽しんでもらうためには絶対に欠いてはならないことが抜け落ちていたのです。
簡単に解決できない問題も多く、心が折れそうになったこともありました。でも、実現できたら絶対によるこんでもらえる。その思いで一つひとつ課題をつぶしていき、何とか実施までこぎ着けることができました。
お子様が楽しむ姿、それを見つめる



保護者の方のうれしそうな姿を目にした時、言葉では言い表せないくらいの達成感と、自分も一人の親として何か誇らしさのようなものを感じました。たくさんの笑顔と笑い声は、ここに来てよかった、楽しかったをもっと創り出したいというエネルギーになっています。

Story 05



Story 06

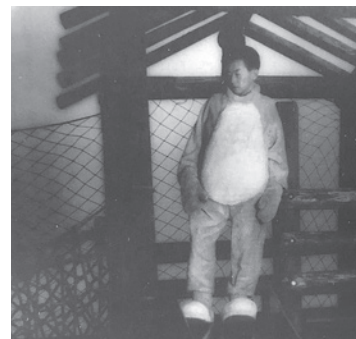


多くの出会いが広げる「もっと」

広報担当 M.S
1990年入社

着ぐるみの写真は入社後に勤務した聖蹟桜ヶ丘店のイベントでのものです。楽しかったですよ。自分がイメージしていた百貨店の仕事とは違いましたが(笑)。でも、多くのお客様に囲まれ、百貨店への期待というものを肌で感じさせてくれた体験でした。それが私の原点です。お客様の期待に応えたい、よろこんでもらえることをしていきたい。これまで営業部だけでなく経営企画や販売促進など様々な部署も経験してきました。多くの人と出会い、それぞれがどんな思いを持ってどんな仕事をしているのかを知りました。社内をよ

く知っているだけに、お客様に知っていただいたら面白いだろうなと思うことに気づくこともたくさんあります。今は自分の伝え方次第で社内外に影響を与えることができる広報の仕事についています。メディアに取り上げられれば、取材された売場やメンバーが自信や誇りを感じてくれたり、お客様からも「テレビで見て来たのよ」と声を掛けていただくこともあります。そんな時は、もっとよろこばれたいと考えてしまいます。この思いは当社のみんなで乗り越える社風がよりそういう気持ちにさせるのだと思います。放っておけない性格の人が多いのか、お互いに協力



常識の向こうに広がる未来

営業政策担当 Y.W
2004年入社

様々な違いに直面することは想像していましたが、状況に応じた提案ができる自信もありました。京王電鉄に向向していた際に経験した海外の商業施設検討プロジェクトでの話です。ですが、展開店舗の構成やレイアウト、商品の品揃え、価格設定といったMDの議論が噛み合わず話がなかなか進まなかったのです。例えば、飲食スペース。明らかに広すぎるのです。日本とは違い、朝食も外で食べる外食の文化があることは分かっていたのですが、施設全体の

面積の使い方として効率が悪いということを繰り返し伝えました。それでも妥協点すら見い出せません。何度も何度も話し合ううちに一つの論点でしか意見が出せていない自分に気づかされたのです。百貨店の商売、日本の商業施設での当たり前、いわば自分の成功体験や常識という基準に固執していたと。それでは発想は広がらず、相手の心を動かすような提案をできるわけがなかったのです。現担当の役割の一つである当社の10年、15年先の将来像を描いてい

く上で、この経験は私に大切なヒントを与えてくれました。百貨店業界は厳しいというのが一般的な見方かもしれませんが。でもそれは今の常識で考えるからだ。小売業は大きな変化の時を迎えています。むしろそこにはチャンスが広がっているのだ。先入観に捉われることなく、社会の変化から未来を想像し、ありたい姿を創造していく。今は楽しみでしかありません。やってやるぞという気持ちとやりがいに満ち溢れています。

Story 07





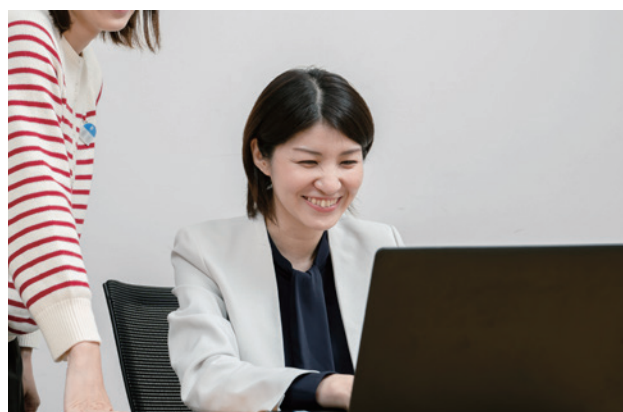
よろこびとはこうすれば生み出せるというものではない。

でも、これだけは言える。

よろこびのないところに本当のよろこびは生まれないのだと。

あなたらしく生き生きと輝くからこそ溢れ出るよろこび、
それこそがつながり合うすべての人のよろこびを色鮮やかに彩る。

色とりどりのよろこびを実現するフィールドがここにはある。
あなたのよろこびに満ちたしあわせなストーリーはここから始まる。



株式会社 京王百貨店