

長崎北病院 伝言板 5月号

令和4年5月1日発行

5月。皐月（さつき）。「目には青葉山ほととぎす初鯉」（山口素堂）の季節。抜けるような青空、萌え出る新緑、染み渡るほととぎすの声。ちなみに「ホーホケキョ」はウグイス。ほととぎすは「テッペンカケタカ」や「トッキョキョカキョク（特許許可局）」と表記されます。あまり風情はありませんね。



当たり前のことを誰よりも徹底してやる

コロナの話ばかりで面白くない。時には気になる記事から少し。駐車場に県外ナンバーが並ぶ“奇跡のスーパー”が山梨にあるという。「ひまわり市場」。八ヶ岳の麓の小さなローカルスーパー。県外からも買い物客が多く、売り上げは年々増加している。こんな素晴らしいスーパーがあるのならと移住を決めた人が70組以上はいると言う。交通の便は悪く、170坪と小さい。それでも遠方からわざわざ買い物にくるお客さんでごった返す。なぜでしょうか。特徴①圧倒的な商品力：商品が良いと言うのは当たり前だが、各部門に「圧倒的1番単品」が存在する。圧倒的1番単品とは数量も金額も他を圧倒するほど売れる単品のことです。例えば土日限定50個の「歴史的メンチカツ」(税込486円)は数百人が殺到するので抽選(4月30日、5月1日は道路が渋滞して迷惑がかかるため販売中止)。特徴②仕入れに対する哲学：「自分が食べたいと思うかどうか。それと作り手の情熱を感じたら買ってしまいます」。まさにシンプル。バイヤーの本質。さらにどうしたら商品の価値を伝えることができるのだろうかと日々考えているとのこと。特徴③やる気を出させる人材育成方針：スタッフはみな楽しそうに仕事をしています。お客さんとも笑顔で



会話し手を振ってあいさつしています。生産者だけでなく、お客さんとの距離も近い。ひまわり市場の最大の魅力は、こうした人材なのでしょう。魅力的な人材が育っているからこそ、魅力的な商品が集まり、お客さんが集まる。それは同社の経営理念、3つのお約束に表れている。「お客様を大切に作る心」「食材を大切に作る心」「人を大切に作る」。20年前、「店は暗い、品質は悪い、そして人もだめだった」そうです。新しく店長となった那波社長は、まずは10%の社員をやる気にさせ、20%、30%と上げていき、やる気のある社員が51%を超えたときに売り上げが飛躍しました。部下のマネジメントの基本は「放っておく」。仕入れも販売も、値付けさえも各担当に任せています。わたしからは何も指示していないのと同じ。実際、各売り場担当は自分で生産者と話し合い、商品を見て、触って、味わって、仕入れているそうです。放っておく→すると自分で考えざるを得なくなる→自分でいい商品を探す→売れると楽しくなる→また探す→売れる物が増える→楽しさが倍増する→仕事に行くのが楽しくなる。だから主体的に仕事をする社員が育ち、店には質の高い商品が並び、お客さんが何度も来店する繁盛店になるのです。スタッフからは、自分の思うようにやらせてもらえる。「社長が社員を信頼してくれているから、仕事が楽しい」と話す社員の言葉が印象的でした。ひまわり市場は広告もチラシも一切入れません。お客さんがクチコミで広げてくれるので集客にお金を使う必要がないのです。お客さんを魔法のように引き寄せる奇跡のスーパーは、人と商品を何よりも大切にする地方の小さなスーパーでした。当たり前のことを誰よりも徹底してやりきっていくと、そこに奇跡が生まれる。私はそれを体感しましたとのこと。記事の筆者の言葉です。 当院も地方の小さな病院。



当たり前のことを徹底的にやるしかない。人材が育つ、そして各部門で「圧倒的1番単品」：得意技ができる。自分で考えて主体的に仕事をするのは難しい。しかし、そうありたいものです。PS: 放っておいたら誰も来なくなったのは困るが。(S.A.)

