

春

vol.1 / 2022.03

ノジマは“いろいろな人”でできている

# I am nojima

楽しむ者は、誰より強い。  
笑顔で“買い場”に立つ、74歳。

佐藤 正



74歳、現役。  
長く、深く、そして楽しく働く。  
ここで自分を活かし続ける。



ノジマは、人でできています。  
「多様性」の大切さが叫ばれる以前から、  
年齢や性別、雇用形態などに一切関係なく、  
さまざまな人材が、それぞれの能力を発揮して活躍しています。  
そんな多彩な個性を紹介する「I am nojima」。  
第一回は、74歳の販買スタッフ、佐藤正さんをご紹介します。

### 冷蔵庫メーカーからノジマへ 買っていただけずに苦悶した日々

藤沢店の家電フロアに、「さあ、いらっしゃいませ」という、良く通る声が響く。声の主は、佐藤正さん74歳。キビキビと動き回る姿は、まったく年齢を感じさせない。56歳でノジマに入社して18年。今ではエースコンサルタントとして、お客様からも会社からも厚い信頼を寄せられている佐藤さんだが、その“新人”時代は悪戦苦闘の日々を過ごしていたという。

「家が貧しかったので、中学を卒業して16歳で冷蔵庫の製造工場に就職しました。そこで40年を過ごしたので、冷蔵庫や機械の知識については自信がありました。それとメーカー時代、販売支援で秋葉原の家電量販店へ出向いて、本職顔負けの売上をあげたことがありますね。入社すると、若い社員たちから『冷蔵庫の知識を教えてほしい』とせがまれて、何となく優越感も持っていたのですが、いざ店頭に立つと、まったく買っていただけなのです。『なぜだろう』と、真剣に悩みました。成績の良い仲間とは、どんなやり方をしているのかと観察してみると、最大のコツは『話しかけるタイミング』だとい

うことがわかりました。私は、ただやみくもに声をかけていました。けれども買っていただけ。スタッフは、ご家族連れに「可愛いお子さんですね」と話しかけたり、傘を持ったお客様がいると「おや、雨が降ってきましたか？」と声を掛けたり、実に自然に会話を始めます。私はそれができていなかったのです」

### 販買スタッフとして成長するために ノルマのない会社で自ら目標設定

話しかけられるのを嫌うお客様のお気持ちは、もちろん尊重する。しかし、お客様から声がかかるのを漫然と待っていたのでは、販買チャンスを

### 若い頃にはミュージシャンを目指した自由人

20代の前半には職場の仲間とグループサウンズのバンドを組み、ドラムを担当。レコード会社からプロへの誘いを受けるほどの腕前でしたが、安定した仕事を優先して、きっぱりと断念。今の趣味は、工場時代の仲間と週一回楽しむ将棋と麻雀、そしてジム通い。クロールで250m泳いだら、ジム内のサウナでたっぷりと汗をかくのが健康法とのこと。70歳を越えた今でも体も心も若々しいのは、そんな背景があるのです。



■ノジマの言葉 ■『“販売”ではなく“販買”』  
ノジマはお客様に“買っていただく”という想いを込めて「販買」と言っています。

佐藤正(さとう・ただし)さん 昭和23(1948)年、秋田県生まれ。中学入学と同時に神奈川県藤沢市へ転居。昭和39(1964)年、松下冷機(現パナソニック冷蔵庫)入社。冷蔵庫の製造現場で働きながら定時制高校を卒業する。平成16(2004)年、工場の移転に伴う早期退社に応じて退社。56歳でパートナー(アルバイト)としてノジマ入社。鎌倉店の家電スタッフとなる。平成21(2009)年12月、藤沢店へ異動。平成25(2013)年、エースコンサルタント※(家電部門)就任。平成26(2014)年、海外研修メンバーに選ばれる。74歳となる現在も週に3日藤沢店の家電フロアに立ち、若手顔負けの販買実績をあげ続けている。※販買のプロフェッショナルという社内役職

佐藤さん手描きの似顔絵メモの一部。「家族構成とか趣味など、参考になることはすべてメモします」。今もページは増え続けています。



逃してしまおう。声かけのタイミングは、すべての販買スタッフが悩むところだ。佐藤さんは試行錯誤を繰り返しながら、少しずつその呼吸を学習。それと同時に、自分なりの「3つの取り組み」を進めていった。

「ノジマは従業員にノルマを課さない会社ですが、私は自分で『月商1000万円』という目標を設定しました。当時は月に20日間勤務していたので、1日50万円。冷蔵庫ならだいたい3台買っていただければ、目標を達成できる計算です。すると気持ちの前向きになり、『今日は2台だったから明日頑張ろう』とか、『あのお客様には、こんな話をしたら買ってもらえたのでは』など、毎日考えて動くことができるようになりました」

「似顔絵メモ」を作成  
常連のお客様が少しずつ増える

そうして意識的に動くようになると、さらにいろいろなことがわかってきた。そのひとつが、

には頭に入らない。そこでおお客様の似顔絵や特徴を記したメモを作って、声をかけるようにしました。すると『名前を覚えてくれたんだ！』と非常に喜ばれましたね。『知り合いが家を新築するからよろしく』なんてご紹介までいただけたりして、一気にお客様が広がっていきました」

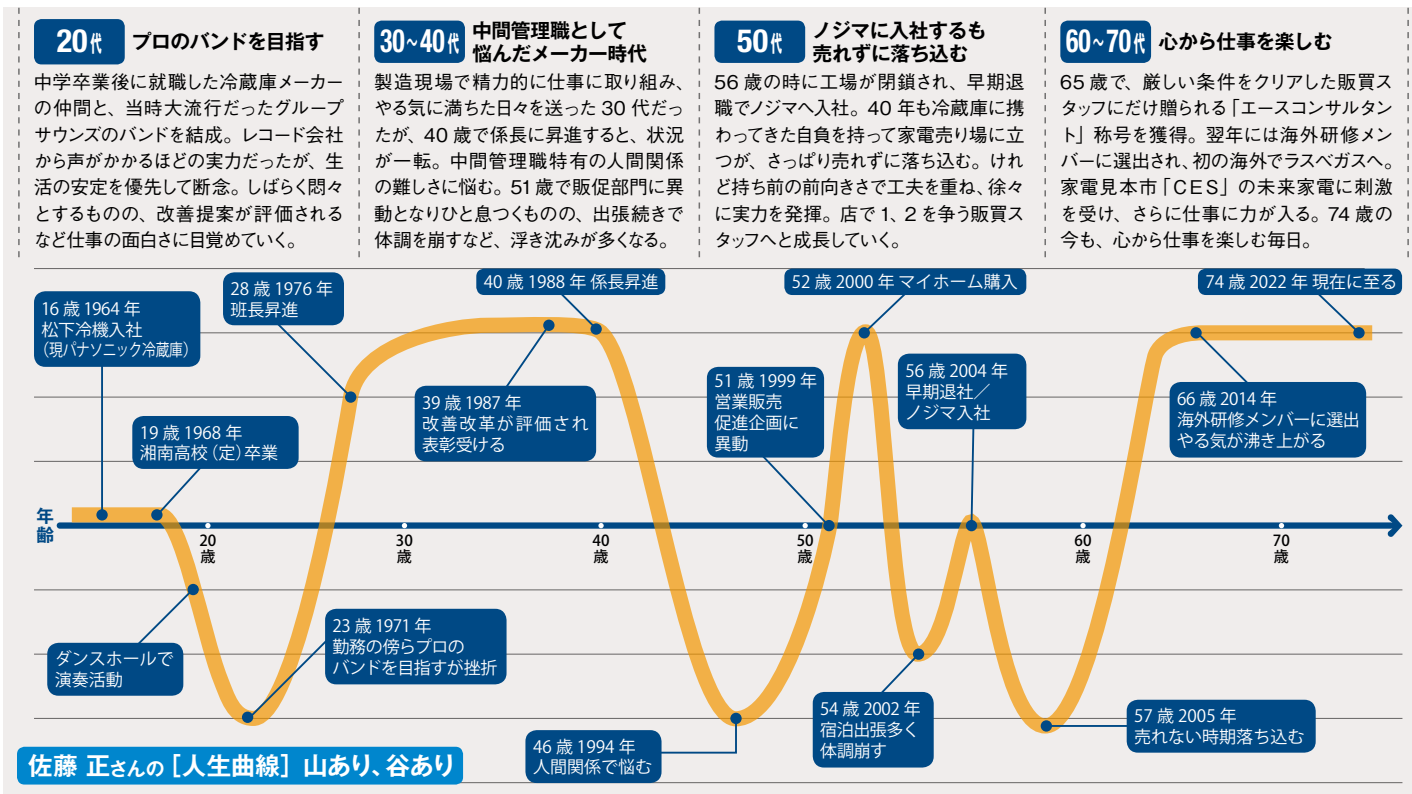
販買の極意は、売らないこと  
聞き役に徹して信頼を高める

声かけのタイミングを体得し、常連のお客様もできてきた。そこで課題になってきたのが、「買っていただく決断をしてもらうにはどうすべきか」ということだ。現在、佐藤さんの出勤は週に3日。一生懸命接客しても、「いったん帰って検討します」と言われてしまうと、次の機会はないかもしれない。

「私は知識があるものだから、つい説明をしてしまいます。けれど各商品の特徴を並べ立てても、お客様は迷うだけです。冷蔵庫や洗濯機などの家電は生活の必需品ですから、お客様だって『早く決めて、早く買ってしまいたい』と思っ

「買っていただけの販買スタッフは、常連のお客様が多い」ということだ。佐藤さんも、自分を指名してくれる常連のお客様を増やそうと考える。そのとき、ふと思い出したのが、工場勤務時代の経験だったという。

「当時は、毎晩のように仲間たちと飲みに行っていました。ある日、友人に指定された店にひとりで先に入ると、店主が『いらっしゃい、佐藤さん。今日はおひとりですか？』と声をかけてきたのです。『えっ、この人はなぜ自分の名前を知っているのだろう』と不思議に思い、たずねてみると、『前にいらつしやった時の会話から、顔と名前を覚えさせていただきました』と言います。それ以来、その店へしょっちゅう通うようになったことを思い出して、『名前を呼ばれると、人は親しみを感ずるものだ。自分もお客様の名前を覚えよう』と決意しました。しかし年齢が年齢ですから、簡単



的にうかがうことが重要なんですよ。今では接客は聞くのが8割、説明は2割」と心に決めて、お客様が話し疲れるくらいまで、言いたいことを全部言っていたできます。子どもが独立

朝出社したら、まず店内にゴミや汚れがないかをチェックし、商品の陳列を整える佐藤さん。  
「自分の家にお客様を迎えるときには、だれだって掃除をする。店だって同じです」。



最初は60歳で辞めるつもりだったという佐藤さんも、気づけばノジマ歴が18年となった。

フです。たとえば冷蔵庫などは、10年に一度の買い物でしょうか？ お客様にとっても私にとっても、その1台は一期一会なのです。いい加減な気持ちでは売れないし、いい加減な説明もできません」

「メーカーから販売店に転職したから特に強く感じるのですが、店頭には並ぶ数多くの商品ひとつひとつを作るのに、何千何万という人々が携わっています。彼らの想いや苦勞が形になった商品を、本当に必要なとしているお客様にお届けする最終工程を担当しているのが、私たち販買スタッフ

【編集部より】

「I am nojima」は、ノジマで働く仲間たちの姿を通して企業の姿勢や取り組みをお知らせする広報誌として創刊されました。創刊号は、シニア代表として佐藤 正さん取材しましたが、感激の連続でした。佐藤さん自身の経験から生まれる接客や製品に対する深い考えに触れ、私たち若手ももっと努力していこうと考えさせられました。今後も活躍するノジマパーソンにスポットを当て、従業員全員が向上していけるような広報誌を作っていきます。

広報担当  
中村 ゆり



広報担当  
守谷 美穂



「毎年、『今年で終わりにしよう』と思ってるのですが、妻には『まだまだ働いてね』と言われます（笑）。常連のお客様にも『辞めないで、いつまでもこの店にいて』なんて言われると、体の続く限り頑張ろうと思ってしまう。私は『天才は努力する者に勝てず、努力する者は楽しむ者に勝てない』という言葉が好きなんです。私も仕事を楽しんでるから、長続きしているのでしょうね」

佐藤さんは、今日も笑顔で売り場を走り回る。その姿を若いスタッフが見て、負けじと成長する。ノジマイズムは、こうして受け継がれていくのだろう。

お客様の邪魔にならない距離を保ちながら、声をかけられる前に声をかけます。「ご年配のお客様も多く、私のような年代のほうが話しやすいという方も少なくありません」。



お客様の暮らしぶりや使い方をしっかりと把握した上で、ベストと信じる商品をお薦めする。そう心がけていても、今も失敗はあり、常に勉強中だと言う。

「以前、『この炊飯器なら、おいしいご飯が食べられますよ』とお勧めしたお客様が、翌日『全然おいしくなかった』と言って来られたことがありました。もしかしたら、お客様の炊き方や水加減に問題があったのかもしれない。けれども私は、自分のミスだと反省しました。味覚は人それぞれで、私の『おいしい』とおお客様の『おいしい』は違います。それを『おいしく食べられる』と断言

最後まで責任を持つ覚悟で  
最善の商品を買っていただく

したとか、2階に置きたいけど階段の幅が狭いとか、いろいろうかがっていると、頭の中で機種がどんどん絞り込まれていきます。その上で『お客様にぴったりの商品は、これです』とお薦めすると、高確率で即決していただける。それはお客様にとっても良いことで、ネットショップで買うのとは違う。販買スタッフがいる意味が、そこに生まれるはずですよ」

したのが間違いでした。私を信じて買っていたからには、最後まで面倒を見る覚悟が必要だと、私は思っています。お客様からのご意見やご指摘があれば、しっかりと話を聞いて、きちんと対応する。そうすれば、『佐藤さんから買って良かった』と、それまで以上に信頼していただけますから」

ものづくりの最終工程を担う  
その想いを胸に、仕事を楽しむ

佐藤さんには、ひとつの強い想いがある。それは、『販買スタッフは、ものづくりの最終工程を担っている』という信念だ。

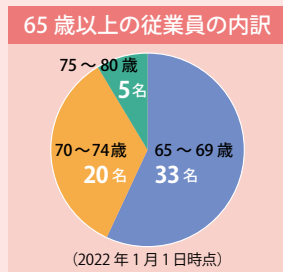
# We are nojima

## 80歳までの雇用

### 働きたい人が、いつまでも自分らしく働ける会社へ

ノジマは2020年7月、65歳の正社員の定年後に再雇用された嘱託社員や、パートナー（アルバイト）の雇用上限の年齢を80歳と制定しました。2021年4月に施行された「改正高齢者雇用安定法」では、「70歳までの就業確保の努力義務」が規定されていますが、それを大きく先取りした形です。

元々ノジマには、すべての従業員が年齢に関係なく生き生きと働ける風土がありました。実際に65歳以上の従業員に聞いたところ、「仕事は生き甲斐」「必要としてくれる場があると元気でいられる」といった声が数多く集まりました。そこで、何より



もまず働く場を提供することにより、心身共に健康でいてほしい。そして若いスタッフに刺激を与え大きく育ててもらいたいと考え「働きた

い人が、自分のスタイルで、働きたいだけ働ける制度」を採用したのです。

労働時間や出勤日数は、個人の意向と事情を最優先に決定します。仕事内容や勤務日数・時間が同じなら、賃金も変わりません。もちろん有給休暇や社員旅行などの福利厚生も同一です。ノジマを自分らしく生きるための場所として活用してもらいたい。そして、そのエネルギーを会社にも還元してもらえような、双方によって良い関係を築いていきたい。

一人ひとりの活力が、ノジマの推進力になると信じています。

他にも多くのシニアが活躍しています。



1 イオンモール川口前川店  
熊谷 恵美子さん 80歳

2 イオンモール座間店  
河島 幸三さん 68歳

3 新静岡セノバ店  
杉本 順一さん 69歳

2022年3月1日発行

発行元 / 株式会社ノジマ 〒220-0005 神奈川県横浜市西区南幸 1-1-1 JR 横浜タワー (26階)

編集 / 株式会社ノジマ 人事総務部 総務グループ 広報チーム

Nojima