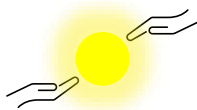




2023年度日本橋本店で取り組んだ営業部横断プロジェクトではチーム毎にさまざまな取り組みが行われました。昨年度を振り返り新オケージョンプロジェクトメンバーにインタビューしてまいりました！

プロジェクトに取り組んだ時の想いを藤澤さんと上林さんにお話を伺いました！

営業統括部第1営業部本館BF
(和洋総菜・フードコレクション)
バイヤー 藤澤 龍生さん



営業統括部第2営業部商品担当
AM 上林はるかさん

Q 企画から具現化に至るまでにやりがいと感じたことを教えてください



「新オケージョンプロジェクト」という名の通り、新しいオケージョンを作ること、つまり新しい価値創造をすることであると自分では認識し、しかもそれを自分だけでなくメンバーと協力して全館規模で取組むことに大きな可能性を感じました。

各営業部や日本橋店のMD計画、統括部長に説明をして、少しずつとはいえ、前進していることを実感しながらの取組みはやりがいを感じました。

通常の業務の中だと1つの企画について多数のメンバーで何度も何度も議論し1年をかけて全館施策を形にしていくという機会は意外とありません。

今回は何もないところから作り上げるという醍醐味を味わうことができ、とても貴重な体験をさせていただきました。

プロジェクトメンバーだけでなく、全館の皆さまにご協力いただいた「ちああっぷ」企画が次年度も継続して取り組む施策になれば嬉しいです。

Q 企画から具現化に至るまでに大変だったことを聞かせてください



全館企画であり、社員はもちろんのこと、IMPDやIMIFの皆さん、更にはお取組先のスタイリストにまで、本企画の主旨や取組み内容を浸透させることは大変でした。

企画にご協力いただく部内のメンバーに対し丁寧に時間をかけてプロジェクトの意義を共有したりコミュニケーションを取りより良いものを作りたいと思う一方で、業務に追われなかなかその時間を捻出できないことにジレンマを感じました。

Q 営業部横断メンバーと一緒に取り組んでよかったと感じたことを教えてください



プロジェクトがなければ、恐らく一緒に仕事をする事はなかったかもしれない、今回知り合えたことは自分の財産になりました。

他部署・他営業部と一緒に取り組むことで、全館規模で企画を具現化でき、大きな発信力を持って、価値創造の規模も大きくできる可能性を感じました。

普段なかなか他営業部の方と繋がる機会がないので、店内に顔見知りのメンバーが増えたことが一番嬉しかったです。

新お買場帳場のお客さまからご用命をいただいた際に第一営業部の飯岡さんに助けていただいたり、実は同期だった第一営業部の藤澤さんとは一緒にお取組先さまとの商談を行ったり、第三営業部の杉原さんに逸品会の方向性のご相談をしたり、実際にその後の業務において営業部の垣根を越えてコミュニケーションが取れるようになりました。

2024年3月6日(水)～19日(火)「#ちああっぷ～女性を想い、エールを送るウィーク～」

2024年3月10日(日)
産婦人科医・産業医 高尾美穂先生講演会

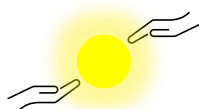


当日の運営に携ったメンバー

3月8日は国際女性デー🌸
新オケージョンプロジェクトメンバー(15名)を中心に
日本橋本店の全館メンバーで新たなイベントに
取り組んだうさね!



三越日本橋本店
営業統括部
越智 伸之 統括部長



第2MDグループ
呉服営業部
吉澤 章 営業部長

Q 営業部横断メンバーとプロジェクトに取り組む中で気にかけていたことを教えてください

自分でいろいろ課題を見つけて取組先を探し、アイデアを検討する事は楽しいことですが、メンバーの中には実際に「アイデアの具現化」を経験したこと無い方もいらっしゃいました。よって、プロジェクトメンバーには自由に発想し、発言し、議論して頂く事、そして自らアクションして頂く事を意識しました。

実際に具現化することは簡単では無く、苦勞される場面も見受けられました。意見を言うだけでなく実際に社内外のいろんな人を巻きこんで商談して説得するプロセスや、自身が出したアイデアについては「言いつ放し」ではなく、自ら責任を持って取り組んで頂く。そこを意識しながら、私は全体の進捗管理に徹していました。

プロジェクトは役職や立場に関係なく、みんなの意見を出し合って形にするってところがポイント。

ゴールに向けて取り組むという目的は同じなので、どこの所属なども一切意識することもなかったし、する必要もありませんでした。

新オケージョンは、今はまだ小さい兆し、かもしれないけど今後華の開くようなものを見つけて全館で盛り上げた時にどうなるんだろうというところにチャレンジしたいというプロジェクトでした。

何をゴールにするかを話すMTGが一番大事だと思っていました。

Q 企画から具現化に至るまでのことを聞かせてください

大きなスケジュール感は私と吉澤さんである程度決めていたのでスケジュールは想定通りでした。

店として一貫通貫した統一感・規模感のある形で成果を出すには、施策の仕込みに結構な時間がかかります。

そのため最初何のオケージョンを取り上げるかという議論にすごく時間をかけました。アイデア出しをしたら20も30も出てくるわけです。最終的に「時間をかけて良い施策に結実しよう。その為に、年度末である3月の国際女性デー/ミモザの日の施策具現化に集中しよう。」とメンバー全員で議論して決めました。

私がバイヤーの頃の話ですが、例えば9月に海外出張で買い付けた商品が店頭に出るのは翌年の2月3月になるので、買い付けて終わりではなく、訴求計画、動員計画と連動させて買い付けたものをインパクトのある状態でお客様にお披露目する事をいつも考えていました。入荷した時にお客さまに感動してご購入頂くには、このリードタイムがとても重要なのです。

ターゲットとするオケージョン決定後メンバーは本来業務とお中元・お歳暮の応援もフル稼働の中でプロジェクトにも取り組むので、業務の割り振りも含めて負荷がすごい高かったと思います。

その中でもメンバーの『やるんだ』『やりたい』という意識がエンジンになり自分たちで企画・商談・スケジュール管理に至るまで取り組んでくれていました。

各領域・異なる職種のメンバーが集まっていたことで相談したり、自分の本来業務で知っている知識をお互い助言しながら進められたおかげで開催できたと感じます。

いい意味でリーダーとか関係なくメンバー同士が勝手にちょっと話したりという姿を12階で見るともよくありました。

Q 営業部横断メンバーと一緒に取り組んでよかったと感じたこと

&日本橋本店メンバーにメッセージをお願いします

1番は仲間が増えたことです。メンバー同士仲がすごく良く距離感がどんどん近くなり、プロジェクトを通じて新しい仲間を増やす事が出来ました。

みなさんが能動的に自らの領域を横断し、小さくていいから何らかのプロジェクトを自分で立ち上げて欲しいです。すると結果的にそれがマルチタスク・マルチスキルになり、大きな成果を出す事に繋がります。領域を超えてたくさんの仲間を作り、その中で自らがリーダーシップを発揮し、挑戦をなさってください。

取り組みを通して日ごろ顔と名前が分からない、どんなことをやっているか分からない人たちが、気軽な相談相手となりコミュニケーションが取れる仲間が増えたことが自分の、メンバーの財産だと感じています。

自分の領域以外の商品や社内のルールなど全部の知識を全て自分で網羅することは無理ですが社内に詳しい人はいて、お店の中で何かやろうとなった時に顔と名前できれいに声をかけられるネットワークが広がることはすごく重要です。色々な施策や領域から学んだり、様々な領域と連携してやっていくことは皆さん自身の財産にも繋がると思います。