



高山 俊三

TAKAYAMA Shunzo

高島屋常務取締役
関西代表 大阪店長

談論



風発

INTERVIEW

発展のカギは、 「いつも、人から。」



高島屋は、江戸時代の1831年に京都で呉服の古着木綿商として創業しました。以来、店是^{てんぜ}である「确实なる品を廉価にて販売し、自他の利益を図るべし」「正札掛値なし」「商品の良否は、明らかにこれを顧客に告げ、一点の虚偽あるべからず」「顧客の待遇を平等にし、いやしくも貧富貴賤に依りて差等を附すべからず」を、従業員の基本的心構えとしています。こうした創業の精神を実践し続けてきたからこそ、多くのお客さまに親しみを持っていただき、200年近く事業を続けることができたのだと確信しています。

このようなバックグラウンドを持つ高島屋グループでは、1991年からグループ経営理念として「いつも、人から。」を掲げました。誠実な企業活動を通じて、ステークホルダーの皆さまに対して、信じ、愛し、つくすところを大切にすることで、人々が輝き続けられる社会に貢献していくという思いを込めています。

特に百貨店事業はお客さまそして従業員など「人」がいて初めて成り立つ商売ですから、人は財産であるという思いは強いです。そこで、お客さまはもちろんのこと、従業員を大切にするという意味で、全員が活躍し成長できる土壌づくりに向けた取り組みを続けています。

こうした考え方は、私が関経連で副委員長を務めている労働政策委員会の活動方針とも合致していると認識しています。委員会では、「関西ビジョン2030」に掲げる「ヒトを惹きつける舞台」の実現に向け、多様な人材が能力を発揮できる環境整備をサポートする活動を進めています。30年近く経済が停滞し、人口減少に転じた日本では、人材の量的確保と質の向上が企業に求められています。これを実現するには、各社員には、自らのキャリアに関する考察を

深め、継続的かつ主体的に学ぶ「キャリア自律」の意識が一層必要となりますし、企業には、社員の自律を促すとともに、「会社と共に成長したい」という思いや「働きがい、やりがい」を見いだせるような、エンゲージメントを維持・向上させる制度や企業風土の醸成が求められます。“言うは易し行は難し”ですが、挑み続けることが大切です。

高島屋グループもコロナ禍を経験するなかで、経営と現場のダイレクトな社内コミュニケーションをめざし、よりフラットな組織体制を導入しました。さらに、意欲のある若手を積極的に登用し、周囲のベテランたちがサポートすることで成長を促して能力を発揮できるようにする仕組みも整えました。こうした取り組みにより「働きがい」と「働きやすさ」の双方を実現し、将来の成長に向けて基盤を強化しています。

企業も人も個性を発揮している関西は、「人にパワーがある」とよく言われます。関西の人が持つ旺盛なサービス精神、バイタリティーがそう映るのでしょう。加えて関西には、豊かな食文化、歴史遺産、多彩なミュージアムやテーマパーク等、多様な魅力が集積していますし、少し足を延ばせば、島々の風景が美しい瀬戸内海に日帰り観光も可能です。そのような大阪・関西で開催されるのが「2025年大阪・関西万博」です。

1970年の大阪万博開催時、大阪府池田市に住んでいた私は会場に10回も通いました。当時のワクワクした気持ちを今も鮮明に覚えています。今回の万博でも、一人でも多くの人にキラキラした体験をしていただきたいと思っています。高島屋グループとしても、そのお手伝いができるよう貢献したいと考えています。(談)