

つもりになってるんじゃないわよ！CMは誰に向けられているか？

ワ

八八本舗の柴田理恵が出演している「am/pm」のTVコマーシャルをご存じでしょうか。柴田が演じるのはコンビニのお客様。店員とのやりとりは次のようなもの。

- | | |
|-------------|---|
| 【ハンバーグ篇】 | お客様「エーエム・ピーエムのハンバーグ弁当ってほーんとにありきたり！」
店員「コンビニですから、こんなものかと…」
お客様「つもりになってるんじゃないわよ！！」 |
| 【お弁当篇】 | お客様「エーエム・ピーエムって普通のお弁当が少ないんじゃない？」
店員「十分にそろえているつもりなのですが…」
お客様「つもりになってるんじゃないわよ！！」 |
| 【パスタストリート篇】 | お客様「ちょっと！アルデンテのスパゲティがあるなんて知らなかったわよ！」
店員「お知らせしていたつもりなのですが…」
お客様「つもりになってるんじゃないわよ！！」 |
| 【ゲーサンド篇】 | お客様「井みたいなごはんできたサンドイッチがあるって本当？」
店員「お伝えしていたつもりなのですが…」
お客様「つもりになってるんじゃないわよ！！」 |

株

株式会社レイズインターナショナルは平成16年7月9日付のIR(投資家向け広報)情報でam/pm社を子会社化し、経営権を取得することで合意に至ったことを報告しています。コンビニエンスストアのam/pm社はレイズ社の子会社として、今まさに経営改革を進めている真っ最中なのでしょう。このようなタイミングでのこのTVコマーシャルには何か意味深長なものを感じざるをえません。「つもりになってるんじゃないわよ！！」のセリフが誰に向けられたものなのでしょうか。

邪

推にすぎませんが、これはam/pm社の社員と各店舗に向けられたセリフなのではないかと思えます。「コンビニですから、こんなものかと…」と何の疑問もなく漫然と仕事をする事への警告、情報発信しっぱなしで顧客ニーズの受信を疎かにしてきたことへの警告が含まれているように思えてなりません。顧客の視線に立った新しい経営者は、am/pm社の社員らに対して「つもりになってるんじゃない！」と叱咤激励しているのだと思います。そして、さらに憶測すれば、すべての国民、すべての企業、すべての行政と政治に対する痛烈な警告なのではないかとすら感じるのです。レイズ社は1995年に三軒茶屋(東京都世田谷区)に17坪の焼肉店(外食)を出店して以降の10年間に、外食全店舗数1,370店舗以上にまで成長しているベンチャー企業です。2004年にはam/pm社(中食)と成城石井(内食/スーパーマーケット)の経営権を取得し、「外食」「中食」「内食」を総合的に展開する「食」ビジネスの雄となっています。代表取締役社長である大内勇一氏は36歳。昨年9月1日に代表取締役・最高執行責任者(COO: chief operating officer)に就任しました。

こ

のような会社ですから、新たに経営に乗り出したam/pm社のCMにも、その経営哲学がにじみ出ているのだらうと思います。三浦市の行政革命の“哲学”は「管理から経営へ」。果たしてこれはわかりやすいメッセージだらうか。取り組みのスピードが落ちてはいないだらうか。常に自らの足下を見直す。それができてこそその“革命”です。テレビCMに、そんなことを感じさせられました。