

点描くんま経済

日銀支店長

見聞録

55

「お客様は神様です」。これは昔、ある演歌歌手が頻繁におっしゃっていた言葉だ。申し訳ないのだが、子どもの頃は当たり前のことだよなあと思っていたが、この言葉の重さを最近痛感した。

それは、県内の有名な酒蔵にお邪魔した時だった。その酒蔵は、ある有名な銘柄を製造されているのだが、その漢字の読み方が2種類あるのだ。以前から私の周囲でどちらの読み方が本当なのだろうか、と少し論争になっていたのだ。インターネットで調べてみると、「○○○」だという説もあれば、「×××」という説はたまたまど

「お客様は神様です」

ちらでもよいのだ」という説まであった。なので、酒蔵にお伺いするのがこの論争に決着をつける絶好の機会と思っていた。

って想像していなかった。

今は、国内産のみならず海外産のものを含めて、多種多様な商品が出回っているのので、

広告を見ると、その商品の読み方だけでなく、その特徴や効用を大々的に宣伝していることが多い。このため、私は「いやーそいう

うことではなく、「お客様」がどのよう呼んでいるかということだ。これこそ、「お客様は神様です」の本髄ではないのか。

その後、いろいろなことをお話を伺いました。①大事な原料のお米については高品質の銘柄の中でも最も品質の高いものを使用②お米の65

％は削っている③製造過程において温度を24時間管理—などなど。杜氏の方が「いろいろ酒蔵で働きました。が、ここほど良い品質にこだわっている酒蔵は見つかりませんでした。」

酒蔵見学で重み痛感

酒蔵にお邪魔した日、最初に簡単に「あいさつ」をさせていた。早急、その酒蔵の会長に「この銘柄は、○○と×××の読み方が2種類あると思うのですが、本当はどちらでしょうか」と聞いてみた。

質問が多いのですが、○○○に決まっています」という断定的なお答えが返ってくるものとばかり思っていた。

「お客様は神様です」と。私がいる組織にとって「お客様」は誰だろうということ。そして、「お客様は神様です」と。頑張らないといけないと思つた。

そこでいただいたお答えは「お客様は○○○とお呼びです」。このお答えははっきり言



岡山和裕（おかやま・かずひろ） 1969年7月生まれ。兵庫県出身。東京大学法学部卒。92年日本銀行に入り、業務局統括課長、決済機構局業務継続企画課長、情報サービス局総務課長などを経て、2018年4月から現職。

こうした経験をさせていただいて思つたこ