

ファッション業界人物列伝

— 「あの時、私は…」 —

File.10

IMA代表取締役/
元西武百貨店社長

水野誠一

Seichi Mizuno

第2話

※プロフィールは3月7日号参照

西武入社のきっかけは 渋谷西武「カプセル」との出会い

三浦: 水野さんはどういう感じで西武百貨店に入られたんですか？

水野: 高校は開成(西日暮里)だったんですが、帰りは池袋経由で帰って、始終西武で遊んでいました。元祖アイビー小僧だったのですが、当時東京の百貨店で一早く「VAN」を扱ったのが池袋西武でしたから。有楽町の「テイジンショップ」などでは扱っていましたが、まだ新宿・伊勢丹には「VAN」の影も形もなかったですね(笑)。当時から西武のファッション感度の高さには注目していました。

三浦: 水野さんの高校時代というと1962、63年ごろ、東京オリンピック(64年)直前ですね。日本チームの公式プレイヤーは「VAN」でしたね。

水野: 大学は慶應でした。勉強せずに遊んでばかりいたんですが、68年に渋谷西武がオープンしました。なぜか内見会に招待されたら、伝説の売り場として今も語りつがれる「カプセル」という売り場があったんですね。今で言うセレクトショップのハシリですが、かなり前衛的な内装デザインと品ぞろえで面白かった。しかもBGMが当時最新のジミ・ヘンドリックスの曲だった。それで「あ、ジミヘンだ」なんて言っていたら、「君よく知ってるね」なんて声をかけてきた人物がいました。三島彰さんでした。西武のファッション戦略を推進していた人で、その売り場「カプセル」の生みの親でした。それでしばらく話していたら「君、よかったら西武に入らないか？」って。その時は冗談みたいな感じだったんですが、この出会いから「西武に入るのもいいかもしれ



前列：右から朝潮太郎、作家の志賀直哉、時津山仁一、仏文学者の辰野隆、後列：右から作家の尾崎一雄、水野氏の父である水野成夫、産経新聞社長(当時)、作家の尾崎士郎。朝潮に抱かれているのが小学校時代の水野氏

ない」という気持ちになってきたんですね。いろいろな選択肢があったんですが、結局一番引かれたのが堤清二の西武百貨店でした。いよいよ就職活動が始まって、ゼミの教授にそう言ったら、「君、西武って三流百貨店だろ？百貨店に行きたいなら三越でも伊勢丹でも推薦状書けぞ」と言われました。「僕は百貨店に就職したいわけじゃないんです。西武は今後ただの百貨店だけで終わる会社じゃないと思うし、堤清二に興味があるからです」と答えたら、教授は「それなら、好きにしろ」とあきれ顔でした。そんなわけで私が西武に入社したのは70年です。当時、堤さんのコネで西武百貨店に入社する人が結構いたらしいんですが、「試験をちゃんと通って入社したのは君だけだ」と現在クレディセゾンの社長で当時西武にいた林野宏さんに言われましたよ(笑)。ちなみに卒論は「西武百貨店の人事制度研

究」ですから、相当気合が入っていました(笑)。

三浦: 水野さんのお父上は産経新聞社長で、その後フジサンケイグループを築いた水野成夫(しげお、1899-1972)さんですね。何でお父上の仕事を継がなかったんですか？

水野: 父は、フジサンケイグループのオーナー経営者ではなかったのですが、公私のけじめはハッキリしていました。生前から「お前には仕事も財産も何も残さないから、そのつもりでいろ」が口癖でしたから、その選択肢は全く考えなかったですね。実際、見事に何も残さないで逝きましたけど(笑)。

三浦: 本当に「怪物」と呼ぶにふさわしい人物ですね。それで、西武百貨店入社には賛成されましたか？

水野: 最初はしぶしぶという感じでした。百貨店の仕事を理解したわけではない

けれど、堤清二という革新的な経営者には、大きな可能性を感じていたようです。

三浦: 西武百貨店に入社して、最初はどんな仕事をなさっていたんですか？

水野: 最初の配属は渋谷西武の婦人服売り場です。それもボリュームゾーンの平場でした。しかも担当商品が「ジョナサン ローガン」という、当時ミカレデイがやっていたライセンスブランドでした。何せ総ポリエステル製の裏なしという日本では全くウケないブランドでした。「カプセル」に代表されるような感度の高い渋谷西武とは対極的な存在ですから、これを「売れ」と言われても、なかなか売れないわけですよ。西武に期待して入社したけどしょせんはこんなものか、辞めて海外に留学でもしようかと思いましたが、教授の反対を押し切って入った手前、このままシッポを巻いて逃げるのもイヤなので、なんとか成果を出してみようと思い立って、「どんな顧客がこのブランドを買っているのか」など調べ始めました。すると、美容師のスモック代わりに買われたりしているんですね。そこでドレスをチュニック風に着るレイヤードの着方を提案してみたら、急速に売れ始めたんです。なるほど、小売業というのはいろいろ知恵を絞るものなんだと分かりました。売れないものを売れるようにするという醍醐味も味わいました。そこで一段落したし、「よし、これで辞められるぞ」と思っていたら、本部の営業企画への異動を命じられました。マーケティングの面白さも体験したので、営業企画でもう1年頑張ってみようかと思ったら、これがなかなか楽しかったんです。

(次号に続く。編集委員 三浦 彰)