



L'Oréal、マーチャンダイザーとマーチャンダイジング

その晩、指定された住所に時間ぴったりに着くと、私と同じ手順を踏んでいる人が20人ほどいた—学ぶために、そして最後に受講証明書を持ち帰るために来ているのだ。多くの者にとって、それは肩書と点数を意味する。

初日は自己紹介で一巡した—自分は何者で、どこから来たのか—そこにいたのは、Standaの人間、Upimの人間、国鉄の人間、地方テレビ局の人間、眼鏡屋、果物売り、経営コンサルタント、チーズの販売代理人、そして私。

いったい何に首を突っ込んでしまったのかと思ったが、金はまだ払ってあった。馬鹿な私は、オウンゴールを決めてしまったと思った—少なくとも最初のうちは。成り行きを見届ける前のことだ。

講師は3人、女性が2人に男性が1人、平均年齢は35歳前後。履歴書の上では見栄えがするが、本物の技量を意味するとはかぎらない、そういう種類の経験の持ち主だった。

AmazonやLinkedInで集められた人たちで、多国籍企業の環境の一員であること、私たちはここで教えているんです、と言えることは、彼らにとって大きな誇りであり箔だった。

2日目にはPowerPointのスライドが映されはじめた—Gilletteの会議に戻ったような気分だった—だが私は落ち着いて、まず理解し、判断はあとにしようと決めた。

3日目には学校の役員のひとりが現れ、私を名指しして皆の前で質問攻めにするのが名案だと考えた。まるで私を窮地に立たせようとするかのように—なぜなのかは見当もつかなかったが。

彼はかつてBIC FRANCEの管理職だった。そしてGilletteと、直接であれ間接であれそれにつながるすべての人間を軽蔑していた。

4日目、彼はひとりの女性を連れて戻ってきた。学校と講座を運営する多国籍企業のCEOである。彼女は私の机まで来ると、スツールを引き寄せ、隣に腰を下ろした。何も言わず、私がノートに取っているメモをただ見つめていた—三角形ばかりで、メモらしいメモなどひとつもない。

講座の締めくくりまで、まだ2日残っていた。誰もが満足し、やる気に満ちていた。順番に意見を述べていく討論が私に回ってくると、どう思うかと訊かれた。

何も、と私は答えた。教室じゅうが静まり返った。

最終日は、締めくくりの署名をして受講証明書を受け取るようになっていた—正式な修了証は郵送で届く—署名を済ませると、私は別れの挨拶をして出ていった。

ある教会の前で足を止め、中に入った。満員で、ミサの最中だった。そしてあの講座は、私の知らなかったことを教えてくれていた。マーチャンダイジングの真の達人は司祭たちだったのだ。誰にも気づかれることなく売り、しかもそれが上手かった。まさに、商品を陳列することすらしなかったからである。

結構な金を使ってしまった。父が勧めてくれたとおり、歴史を読むだけで足りたというのに。言うことを聞かなかったとは、何という過ちだろう。

フェルディナンド