



「自然の力で健康を取り戻す」方法を伝える仕事

第6回 様々な店舗が入浴剤「CLAYD」の取扱開始！

2015年6月1日

LOFTのバイヤーさんがブース前に集合

東京ビッグサイトでの「健康博覧会」当日。私たちのブースは人でごった返していましたが、皆が足を止め、大混雑。インターンの3人が話す説明を、お客さんはその場を立ち去ることなく真剣に聞いてくれました。商品を扱いたいというデパート、サロン、店舗、問屋などから300枚近い名刺をいただきました。



■ 健康博覧会における弊社のブース

熱く繰り広げてくださいました。一度買ってくださいましたお客さんのリピート率も非常に高く、SNS上でも多く話題にしてくださっています。

博覧会開催3日目の最終日。私たちのブースの前に、10名くらいの方達が携帯で連絡を取り合いながら集まってきました。なんだろう？ と思っているとLOFTのバイヤーさんでした。

「バイヤー全員一致で御社の商品を扱いたい。あとは詳細を担当の問屋さんと相談してください」とその場で問屋さんを紹介してくれました。

実際の販売スタートは、2014年6月上旬でした。六本木ヒルズにある洗練されたショップ「ESTNATION」から販売がスタートしました。バイヤーさんが、デザインの良さと体感を非常に気に入ってくださり「どこよりも早くスタートしたい」と言ってくくださったからです。

初回納品分は、2日で売り切れ、最初の週に再納品を4回行いました。最初の月の売り上げは、ESTNATIONの担当者の予想の10倍以上になりました。

店員さん全員にサンプルを使っていただいたところ、すぐに大ファンになって下さり、店員さんたちが独自の体感トークを

バーニーズのバイヤーさんとアポが取れた日

ESTNATIONでの実績をお話すると、LOFTさんでは、大型店舗の渋谷店や、有楽町店、横浜店など、全国の店舗で、エスカレーター前の2メートル程の大きなテーブルでの展開開始をその月中に決めてくださいました。LOFTではなかなか使用されない900mmワイドの巨大POPを用意してほしいとも依頼されました。

この実績を携え、私が次に提案に行きたかったのは、思い出が詰まったニューヨーク5番街に本店がある百貨店「バーニーズ・ニューヨーク」でした。ただ、コネクションは全くありませんでした。

まず、バーニーズの売り場の傾向を調べました。生活雑貨のバイヤーさんは、オーガニックでナチュラルなものが好きなのではないか？ と予想をしました。オシャレさだけでなく、ナチュラルで健康志向であることを前面に押し出していこうと決めました。

バーニーズのウェブサイトには問い合わせの電話番号は掲載されていませんでした。そこで、唯一番号がわかったお客様コールセンターに電話しました。瞬間に手短に、ライバル店で非常に売れている新しい人気商品である旨と、バイヤーさんへの伝言をお願いしました。ラッキーなことに、その場でバイヤーさんに電話をつないでくださりアポが取れたのでした。

後から聞けば、紹介なしでは新しい取引先は入れないと噂されているバーニーズ。バイヤーさんにすぐにお会いし、このナチュラルな商品の素晴らしさを熱く語り、「とにかく今夜、お風呂に入れてみて下さい」と商品を手渡しました。

なんと、次の日にバイヤーさんからお電話がありました。「すごい体感がありました。早速取り扱いたいです」と。受話器を持った逆の手でガッツポーズをした瞬間でした。

商品は非常に好調な売れ行きで、クリスマスシーズンにはバーニーズのためだけの限定デザインのボックスを依頼いただき、カタログの巻頭ページには特選商品として掲載していただきました。今年2015年の夏からは引き出物セットにも選んでいただきました。

商品の提案に行くときの心がけ

その後、伊勢丹新宿店、玉川高島屋、モデルの梨花さんのショップや、THE CONRAN SHOP、東急ハンズ、ACTUS、高級化粧品セレクトショップ、高級ファッションブランド、インテリアショップ、ライフスタイル提案型雑貨店などで、取扱いを次々と決めていただきました。

営業は私と営業担当者の2名です。皆さんにお取扱いを決定していただくために工夫していることは、下記の3つです。

1.提案に行く先の厳選。

弊社の商品とコンセプトや雰囲気、ターゲット顧客がマッチするところのみに絞っています。提案に行く時は、必ずお店の傾向を調査しそのニーズに合う切り口を決め、お話をしています。

2.この商品が、他にはないオンリーワンの商品であることを伝えること。

CLAYDは、海外では高級ホテルのスパなどで使用されていますが、ほとんどの国では入浴の習慣がありません。入浴が大好きな日本で、モンモリロナイトクレイという素材を入浴剤として一包にしてしまったアイデアは世界初です。

3.商品への自信と想いを伝えること。

「今の日本にはどうしてもデトックスが必要である」といても立ってもいられなかった気持ちが出発点です。私の20年以上の自然療法の学びを集結させた独自の使い方や、お客様のたくさんの声、商品説明トークにはどうしても熱がこもります。それゆえ、みなさんが話を聞いて下さるのだと思います。

10年以上前には、全く自信がなかった私ですが、今のような小さな自信ですら、持つことができ始めるには、長い長い時間がかかりました。自信とは、人と比べて勝つことによってではなく、また他人の評価によって得るものでもありません。人と自分の物差しは全然違うものです。人はそれぞれが唯一の存在。誰もがそれぞれの独自の分野でオンリーワンになれるのです。また他人の評価は一時的ですぐに消えてしまう、はかないものです。

私がたどり着いた、本当の自信をつける方法とは、「自分で決めた小さな約束を一つひとつ、後回しにせず、必ず行動を起こして、やり遂げていくこと。こうして自分に対して約束を果たし、信頼をつけていくこと。私はできた！という、小さな一つひとつの自分への信頼を積み上げること」です。これが少しずつ自分にしみ込んでいき、そして、それが人に伝わり始めたということかも知れません。

私自身の能力はまだまだですが、少なくとも「大自然の力を借りたこの商品たちが、世の中の人を幸せにできる！」と、何より私自身が揺るぎない自信を持っています。

すべての命を大事に、循環する社会を推進する

自然と人間が蝕まれていく大量の農薬や、過度な添加物、体の常在菌まで殺してしまう殺菌剤、遺伝子組み換えや、過度な薬品使用、健康を脅かす危険なエネルギーシステム…。これらは、一部の人々が利益を得るため、ひたすら安さを求める市場の要求のために続けられています。

私達が将来のために進むべき方向は、「何億年の間、循環してきた大自然の流れに沿うこと。効率や利益のために目先だけの利をとることなく、続いていく様々な命を大事にすること」だと思っています。

活動を達成していくために利益を求めるのはもちろん大切です。ですが愛や理念なしで利益だけを求めると、社会は「命」をおろそかにし始めます。

尊敬するノーベル賞受賞者、女性と貧乏な人だけにお金を貸し出したグラミン銀行総裁ムハマド・ユヌス氏の日本での講演を聴きに行った時に、ノートにメモした言葉があります。

『「経済を動かす大事な動機」が「利益」だけではないことを、経済学者達は忘れがちだ。人は「誰かに喜んでもらいたい」という気持で、行動を起こすことができるのだ。人類を悲観せず、もっと信頼していいと思う』

世の中の大きな流れを信頼しながら、私もその流れの一つを作っていこうと思います。



■「自信をつけるには、自分で決めた小さな約束を一つひとつ、後回しにせず、やり遂げていくこと」

Copyright © 2017 Nikkei Business Publications, Inc. All Rights Reserved.

日経BP社

このページに掲載されている記事・写真・図表などの無断転載を禁じます。

掲載している情報は、記事執筆時点のものです。