アイスタイルキャリア

第3回化粧品業界人事セミナーを開催

経営理念を自分事化し、目標立てを行うことが重要

アイスタイルキャリアは2月27日、化粧品メーカーや小売各社の人事採用担当者を対象とした「第3回化粧品業界人事セミナー」を本社オフィスで開催した。

松　橋　氏

当日は、ユナイテッドアローズ(以下、UA)経営戦略本部人事部教育チームの松橋和久氏が「採用から教育へ、いきいき働ける社員教育のありかた」をテーマに、約3300名の販売員を擁する同社の実践的な教育事例やノウハウを紹介した。

「店はお客様のためにある」を社是とするセレクトショップ大手のUAでは、全ての販売員を正社員で採用し、本社勤務スタッフの70%が店舗出身者で占め、店舗を起点に全社が一丸となって顧客満足の創造を目指している。

販売員の教育においては現在、社内接客ロールプレイングコンテスト「セールスマスター制度(束矢グランプリ)」や、エデュケートリーダー・エデュケーター・ステューデントの3階層からなる教育プログラム「ES制度」など、経営理念を実践するための独自制度を数多く導入している。

毎年100名を超える新入社員研修を担当する松橋氏は、教育現場における昨今の変化として「売り手市場はファッションも化粧品も一緒で、以前は洋服が好きで『絶対にUAで働きたい』という学生が多数を占めていたが、ここ2~3年は洋服へのこだわりがなく、むしろ『人のために何かをしたい』という思いの強いメンバーがUAの社是に共感し、志望するケースが増えている」と説明した。

こうした状況下において、UAでは、販売員の新人教育に関して従来のようなトップダウン型の指導ではなく、店舗での接客と同様にまずは相手を知ることを重視した研修を強化している。特に、教える人(エデュケートリーダー・エデュケーター)と教わる人(ステューデント)が互いの価値観を共有したうえで、相手の視点や立場に立った指導を心掛けているという。

「人に何かを教えようとしても、まずはお互いを知るところから始めていかなければそこで弊害が生じてしまう。互いの価値観を共有する際は、自分の人生を4つのカテゴリー(幼少期、小・中学校、高校・大学、社会人)に分類し、それをクレヨンで絵に描いて相手に説明する。互いの人となりを知れば、アドバイスも受け入れられやすくなる」(松橋氏)

最後に、松橋氏は今後の販売員教育のあり方について持論を展開。「色々な価値観や考え方を持つ人が、入社後に企業や組織との結びつきを強めるために経営理念があると考えている。自分の夢や目標を実現するために重要なテーマだ」と締め括った。

iDA

販売員をEC担当者に育成する新講座がスタート

ファッション・コスメ業界に特化して人材採用や育成、店舗コンサルティングなど総合的にサービスを展開するワールド・モード・ホールディングス傘下で、主に販売員の人材採用をサポートしているiDAは、3月下旬より新講座として「デジタルカレッジ」を開講する。

同講座は、ファッション・コスメの販売員が、各ブランドの通販事業の運営に携われるよう、基本的なPCスキルや受注管理・出荷処理などのEC担当者としてのスキルを養成する。

通販サイトでの購入が一般化している中、最近はチャットやLINEなどでEC担当者とやりとりをしたうえで購入を決める消費者が増えており、オンラインにおいても店頭販売員と同等の商品知識や販売スキルを持った担当者が求められている。

加えて、オフィス勤務を希望する販売員や、何らかの事情で店頭に立つことは難しいが自身のキャリアを続けたい販売員などは以前から多く、近年の「働き方改革」の推進によりブランド側もこうした販売員のセカンドキャリアをサポートする動きが活発化していたという。

しかし、PCスキルのない販売員も少なくなく、販売員からオフィスへ転向するには時間とコストがかかり、ブランドの課題にもなっていた。

こうした状況を受け同社では、新たな「デジタルカレッジ」を通して、基本的なPC操作から受発注・出荷処理といったEC担当者に必要な基本スキルを販売員に習得してもらうことで、販売員とブランド双方のニーズを満たしていく。

講座はまず全6日間を予定しており、その後、回数や時間を増やすなどして対応していく方針という。

ゼロからの奇跡 vol.3

～メゾンレクシアの研究開発力を探る～

五感の旅へといざなう、独創的なフレグランス開発

「私の香りの旅は現在も続いています」(著書151頁)。磨き抜かれた真の上質を女性に届けるために。メゾンレクシアのコンポーザー(処方開発者、調香師)である木下麻純氏は、化粧品開発の中で、「香り」を肌と心に響く大切な要素として追求し続けている。その想いが稀少な天然香料を主体とした唯一無二の香水の誕生をもたらし、独自の歩みを続けるブランドに欠かせない領域となっている。連載最終回では、コンポーザーならではの香りの考え方と、それを伝承していく後継者への想いを紹介する。

第2回(3月12日発行号)で触れたように、木下氏は植物の真価を引き出す処方開発の中で、その天然の香気が生体にもたらす神秘的な働きに着目。安定性に優れた合成香料による賦香が一般的な化粧品にも、厳選した約200種の天然香料を目的に応じて調合している。天然香料ならではの奥深い香りがもたらす、女性を芯から美しくするような豊かな感覚。これも独自の歩みを続けるメゾンレクシアならではの魅力だ。

この香りへの探究心が、2014年の香水1作目「エッサンス オードトワレ」誕生につながるのだが、この調香も通常とは異なる。多くの香水が合成香料を主体とし、ごくわずかに天然香料を加えている中、メゾンレクシアは、上質な天然香料を主体とすることで、五感のすべてをも刺激し、「使う人自身が優雅な心になれる」新しい香りを追求している。

歴史ある天然香料に、現代の智恵と技術を調和させた独創的な香りは、顧客を虜に。今年1月に発売された4作目「エレガンスオードパルファム」は、シトラスやフレッシュローズからなる、今を生きる女性の感性に心地よくフィットする香りだ。

調香は厳選した約200種の天然香料から

■感性豊かな開発者だけが生みだせるもの

著書・第4章では、自身のキャリアから感じた香りの価値を、より専門的かつ実践的に紹介している。

木下氏は、イメージを香りで表現する作業は、画家や音楽家のような「創作的な活動」であると説き、自分の世界を表現するには、「美しいものを知る目や感性」が必要であるとの考えを示す。同時に、「香料を正しく理解し、確かな技術と正確な知識の積み重ね」が重要であるとも語っている。

ブランドの世界観を広げるフレグランスライン

さて、冒頭に戻ろう。コンポーザーとして生涯現役宣言ともとれる言葉である。そして木下氏は、これからも続く香りの旅の中で、「夢や美のある製品を作りたい」という強い信念と志を持つ、魅力的な研究開発者との出会いを心待ちにしているようだ。