

商品とともに、作り手の思いを伝えていく。

松田 広樹
販売促進、広報



もっと生の声

Q & A

—— この会社で働く魅力は何ですか？

日本のジーンズを生んだ業界のトップランナーとしての誇りを胸に、ジーンズのスペシャリストに囲まれて、ジーンズにまみれて仕事ができるのはもちろんです。また、社員が発信したアイデアが即実行されることが多々あります。年齢や経験に関係なく、「良いコト」「面白いコト」を発信、実行できることだと思います。

—— やりがいを感じるときはどんなときですか？

自分の携わったモノやコトにより、消費者、販売いただく方、社員、すべてが笑顔になってくれたときでしょうか。お客様からの「いい製品！」「おもしろい！」「すごい！」「楽しい！」というお言葉をいただいた時も嬉しいですね。

—— 将来繊維業界に従事する人へのメッセージをください。

どんな仕事でも同じだと思いますが、“好き”だと考えることが一番大切です。何かが「好きだ」と突き抜けている人がこれからは必要になってくるのではないのでしょうか。特に若い人たちには突き抜けて何かをしてほしいですね。様々なオタクな人間が集まることによって、いろいろな角度から物事を見れるようになって、面白いものができていくのではと思います。

広報・PRが主な業務という松田さん。看板やパンフレットの作成、店頭キャンペーンの企画・実施、WEB・SNSの運用や各種メディアへの対応を通じて、ビッグジョンの魅力を伝えることに日々力を注いでいます。「広報として、精一杯会社のことをアピールする中で、謙虚さはいつも忘れないようにしている」という通り、忙しい時でも一つひとつ丁寧な発信を心掛けているようです。

仕事の醍醐味は、「SNSや広告が売上に直結した時や、お客様からの反応が数字で表れた時の手応え」という松田さん。常に効果的な宣言手法を模索しており、商品の良さを消費者に伝えるため、Youtubeを使って品質の良さや、コーディネート提案などを動画で発信することにも挑戦しています。その徹底した顧客目線は、入社後4～5年経験した営業で養われたそうで、「お客様への提案、訪問、回収など基本的なことを学び、広報には、消費者の気持ち、お得意先様の気持ち、自社の思い全てを考えることが重要だと感じる事ができた」といいます。

最近では、商品のみならず、ジーンズ文化の魅力を広めることも力を注いでいるそう。「今は、裏方で働いている人にスポットを当てた商品紹介を考えています。具体的には、消費者に知られていない縫製、加工、仕上げ、ミシンの修理をする人など、ものづくりを陰で支える人を紹介することでBIG JOHNの商品の良さを伝えていきたいと考えています。」日本を代表するジーンズメーカーとしての矜持を胸に、松田さんの次なる挑戦は続きます。

