



カタログが持つ「無限大の情報」を丁寧に伝えていく。

小畑美和

(企画グループ / 企画)

小畑さんが担当するのは、商品カタログの校正、ユーザー向け商品案内資料の作成、新商品展示会の構成考案など。企画担当が広報も兼ねているため、これまでにWeb用広告の作成も担当されていました。元々デザイン関係の仕事を探していて、自分のスキルが活かせると思い、この職を選んだといいます。「企画の仕事は、デザイナーやメーカー、お客様との調整が大変ですが、その分みんなが納得のいくものが完成した時にはやりがいを感じます。」

カタログでは、立体の服を平面で表現するので、思い通りにいかず難しい面もあるそうです。「カタログの第一印象で、商品イメージが一人歩きすることもあります。以前、自分が思っていたイメージとは異なるイメージを持たれてしまったこともありました。」以来、小畑さんは商品の良さを丁寧に伝えるために、構成を工夫し、伝わりやすい資料作りを心掛けるようになりました。お客様から「商品の長が分かりやすいね」と褒めてもらったときは、大きな喜びを感じるそう。「一冊のカタログを通してお客様にお伝えできる情報は無限大！」と語る小畑さん。今日も自社ユニフォームの良さをお客様にいかにか伝えるかを使命に、新たな商品企画に励んでいます。



もっと生の声

Q & A

—— 商品の良さを伝えるために工夫していることは何ですか？

カタログに掲載する商品を、実際に着てみることでですね。毎日着用していると、商品の良いところ分かるので、お客様にもお伝えしやすいです。また、改善点にも気づくので、ポケットなど商品の仕様にも生かされています。

—— 商品企画でこだわっていることを教えてください。

見る人に安心・信頼・好印象を与える上質なデザインと、着る人を笑顔にする快適な着心地を両立させることです。ユニフォームはカジュアルウェアとは違って、会社の顔となるものです。きちんと感、フォーマル感は必須です。その反面、ユニフォームを着ると、どうしても緊張感が出てしまうことがあります。私たちの作ったユニフォームを着られた方が笑顔になって、より輝いて働いてもらえたらいいですね。

—— どのような人と一緒に働きたいですか？

失敗を恐れず、前向きに新しいことにチャレンジできる、明るく元気な人と一緒にお仕事したいです。お客様に笑顔になっていただくものづくりをするためには、不可欠なことだと思います。作り手も笑顔でいれたらいいですね。

