

# 多士済々

今月号では、山口県内で化粧品専門店を営まれている株式会社わたなべの代表取締役社長の金原史直氏にお話を伺いました。

**Watanabe**  
Beauty & Health

## 株式会社わたなべ

所在地	山口市中市町1-18
連絡先	TEL 083-922-1566 FAX 083-925-1818
H P	<a href="http://www.watanabe-cosme.jp/">http://www.watanabe-cosme.jp/</a>
代表	金原 史直



WATANABE\_GROUP.COSME



ホームページ

### ●会社沿革

- 1958年 創業
- 1986年 ラ・セサミ山口店をオープン
- 2008年 市外初進出、ラ・セサミ防府店とラ・セサミおのだ店オープン
- 2016年 ビューティ&ヘルス わたなべ オープン
- 2018年 ラ・セサミイオン防府店を移転拡大オープン
- 2020年 ラ・セサミおのだサンパーク店 拡大リニューアルオープン



ビューティ&ヘルスわたなべ

### ●県内随一の化粧品専門店、サービス先行でお客様の幸せづくり

株式会社わたなべは、県内で化粧品専門店を展開しており、山口市中心商店街に「ビューティ&ヘルスわたなべ」、山陽小野田市に「ラ・セサミ おのだサンパーク店」、イオン防府店内に「ラ・セサミイオン防府店」の3店舗があります。私は2代目社長で、義父の渡邊裕高が創業しました。道場門前商店街に自分の店を開いたのが始まりで、社名は先代の姓から取ったものです。

私たちは「幸せづくり・人づくり」という経営理念のもと、お客様へのサービス先行を心掛けて、わたなべの守備範囲である美と健康の分野でお客様の幸せづくりに貢献することを目指しています。当店に通っていただくうちに、より綺麗になって幸せ感を得られることで、その身近な人にも幸せが広がっていくと考えています。

そして、「人づくり」として、お客様や仲間の幸せづくりを応援できる、誰かのための役に立てる人を育てることも目指しています。幸せづくりを進めていくことにより、成長していける循環を生みたいと考えています。



購入された商品の使い方レッスンも実施

また、売上が優先するあまり、お客様が「買わされた」と感じて、「2回目は行きにくい…」と思われまいようにしたいと考えています。悩まれている方や、気になる商品がある方には、まずはサンプルで試していただいて、「良かったらまた来てね」と来店しやすい環境づくりを心掛けています。

そのほかサービスの 일환で、肌の水分・油分バランスや、ハリ・シミの状態、肌年齢が分かる機械を使って、最適なスキンケア商品の提案や、購入した商品の使い方をお伝えする簡単なメイクレッスンも行っています。



ラ・セサミ おのだサンパーク店



ラ・セサミ イオン防府店

### ●いつもお客様目線で、楽しく自由に見て回れる店づくり

現在「ビューティ&ヘルスわたなべ」がある場所には、メーカーの垣根を取り払って様々な商品を販売する「ラ・セサミ山口店」がありました。自分の好きなように店内を見て回れる「誰にでも扉が開かれたお店」ということで、店名は魔法の言葉「開けゴマ(オープン・セサミ)」をイメージしたものです。

化粧品だけでなく、アクセサリやぬいぐるみなどの雑貨まで幅広く取り扱っていました。かつて、化粧品は自由に選ぶというよりは、薬と同じように勧められたものを買うという方が一般的でした。しかし、お客様目線で見た「こんなお店が欲しい」という想いを具現化し、商品を自由に見て楽しく選ぶことができ、入ったときにワクワクできるお店を目指して作り上げたと言っています。当時、山口市内にはなかったバラエティショップの先駆けと言えるような形態の店舗で、かなり繁盛したようです。

同店は2016年、ザ・ビッグ大内店にあった薬局「ハートファーマシー」と、道場門前にあった「わたなべ本店」、駅通りにあった「美顔教室ブリティ」の計4店舗と統合して、「ビューティ&ヘルスわたなべ」として生まれ変わりました。店舗面積は当初から3倍以上の120坪に拡大。全国的に見ても、100坪を超える化粧品専門店は多くありません。



店内に造られた壁や入口



楽しく店内を回れるよう設計された店内



同店を開くにあたり、楽しさを感じられる工夫を凝らしました。店づくりでは奥まで見渡せるようにするのが定石ですが、あえて店内に壁をつくったり、入口を数カ所設けたりしました。先に進むと次が見えてくる仕組みで「奥に何かあるんだろう」というワクワク感を醸成する狙いです。

そして、私たちの一番の財産は「人」です。人が中心の組織なので、店の真ん中には商品ではなく人を置きたいため、カウンセリングコーナーを中央にしています。

また、「入店すると高いものを勧められそう」「何も買わずに出にくい…」と思われる方も少なくないと思います。店舗の大型化によって、その恐れを払拭し、入店への敷居を低くすることもできたと思います。



店内中央に設けられたカウンセリングコーナー

## ●サラリーマンから転身、今にも生きるマーケティングの学び

元々、私は製薬会社に勤めていたのですが、当社には約30年前に入社しました。異なる業界にいましたが、前社ではマーケティング部に所属していたので、小売業に入ってから「何か新しいことができないか」「何かいいアイデアはないか」と、改革をしながら進められてきたと思います。

特に、前社で実践していた、小さな市場でも「その中でナンバーワンの大きな存在になる」という意味が込められた「小さな池の大きな魚」というマーケティングの方針が今でも生きています。

私が後を引き継いで最初に取り組んだことが、然るべき時に投資できるようキャッシュフローを改善させることでした。数年はあえて積極的な投資を控え、十分に投資ができるようになってから店舗の統合や大型化、取扱ブランドの増加に取り組みました。その結果、7店舗あった時よりも、半分以上の3店舗になった今の売り上げ規模の方が大きくなりました。つまり1店舗あたりの存在感が大きくなったということで、まさに「山口という限られた市場で、大きな魚になる」ことができたと言えるのではないかと思います。

## ●山口で取扱いのない商品の導入、希少価値を高める

私の重要な仕事のひとつが、新しいブランドやメーカーを見つけて、店舗で取り扱えるよう交渉に行くことです。特に、山口にまだないものを先駆けて取り入れたいと思っています。商圈規模の条件などでなかなか難しいところがあり、断られたところもあれば、極端な例では10年越しで実った交渉もあります。

直近では、今年9月からPOLAの取り扱いを開始しました。エステをしながら販売する代理店を中心に展開されているのですが、当社への導入で、POLAの化粧品専門店への出店は全国で5〜6番目の例となりました。

そのほかにも、JILL STUARTとPAUL & JOEは県内では当社のみ、KANEBOも下関以外では当店のみです。県内では希少で、いずれも好調に売れています。

このように私がブランドを引っ張ってくることによって、都市部に行かなければなかなか試せなかった商品を山口の方にも気軽に試してもらえるようにしたいと思っています。「わたなべに行ったら色々ある」と思ってもらえるようにしたいです。



ビューティ & ヘルスわたなべに新設されたPOLAコーナー。おのだサンパーク店にも導入。

## ●健康という土台を整えて内面から美しく

外面美容や内面美容とありますが、両面から美しくなることをサポートできるよう「ビューティ&ヘルスわたなべ」には、医薬品部門を設けています。薬剤師2人が在籍しており、女性特有のお悩みや、アレルギーなど健康に関するご相談を受けています。

毛細血管スコープや血流計などを使って健康状態を確認して、体質改善をしたり、抵抗力を上げたり、自然治癒力を上げていくような方向の健康食品やサプリメントを取りそろえています。

そして、楽しくダイエットをしながら、必ず結果を出すことを目指した「山口ダイエット塾」も実施しています。全国の薬剤師仲間で作案されたダイエット法で、1対1で丁寧にカウンセリングをしながら、最適なサプリを提案するなどし、リバウンドしない体になるサポートをしています。



内面美容をサポートする医薬品コーナー ダイエットカウンセリングの様子

## ●定期的な代謝、店内には常に変化を

トレンドは変わり、新しいブランドが生まれ、新たな商品も続々と出てきます。常にアンテナを張って、そのような変化に注目し、すぐに動いて交渉して、様々な商品を提供できるようにしっかり投資し、代謝していくことが大事だと考えています。

大規模な店舗改装や新ブランド導入ももちろん大切ですが、店内のプロモーションを変えることも大切です。旬のものをドンと前に出してみたり、季節を先取りした保湿や美白対策を提案したり、身近なところから変化をつけて、来店される度に新鮮さを感じて頂けるように努めています。

昨年には、全国の有力な化粧品店18社で（一社）日本化粧品専門店協会を設立しました。化粧品メーカーとタイアップしたイベントや勉強会、情報交換会、店舗見学会など様々な取り組みをしています。私は理事兼人材委員長として、今夏は会員企業の社員向けにお客様心理や紹介ポイントを学べるメイクセミナーを開催しました。今後も、このような取り組みで、「幸せづくり・人づくり」に繋げていきたいです。

また、社員の努力に報いるため、数年前から取り組んでいる目標達成インセンティブを含めた給与面や労務面の改善も続けて参ります。今後も丁寧なカウンセリングやお客様との絆づくりを大切に、「人」を強みにできるようなお店でありつづけたと考えています。