

① 珈琲職人のひとり言 ②

嗜好品を販売するということ

小川珈琲に入社以来、主にスーパーや百貨店などに卸す食品問屋への営業に携わり、5年前から紙容器に入った液体のリキッドコーヒーを販売するチルド部門の営業専任となりました。商談の際、提出する資料には何の商品かという登録が必要で、例えば、「牛乳・デザート・果汁飲料」などの区分があります。私が販売するリキッドコーヒーは「嗜好品飲料」の区分に該当することが多くあります。

そこで、「嗜好品の販売とは何か？そもそも嗜好品は生活必需品じゃないよね？」と考え、「嗜好品を販売する営業マンとは一体？」と原点に立ち戻り、自問自答することがあります。考えをめぐらせ思ふことは、「コーヒーを飲む人たちが笑顔になって欲しい。コーヒーを通じてその空間や周りの人たちまでも幸せになつてもらいたい。それが嗜好品を販売することだ。」と言葉にすると恥ずかしいのですが、本当にそう思うのです。

コーヒーは生活必需品ではないかもしれませんが、人の生活や人生を潤す飲み物だと思えます。例えば、地球の裏側にあるコーヒー産地の人たちが何年もかけて丁寧に育てたものを正当な価格で取引したり、生活支援をすることで、産地の生活が豊かになり、一つでも多くの笑顔に繋

がっているかもしれません。また、産地からお客様の手元に届くまでには、多くの人々の知恵や様々な努力と全力な努力があり、時にぶつかり、励まし支え合い、成功した時の笑顔があります。環境の事を考えたやさしいコーヒー栽培も子供たちの未来を笑顔にしているかもしれません。

そんなストーリーを経て、カップに注がれるコーヒーは、とても味わい深いもので自慢の一杯になるのです。そして、その一杯からまた家族や友人たちへと笑顔の輪へと広がります。

私がワーキングマザーで子供に沢山の時間をかけられないまま、気づけば娘も9歳になりました。小川珈琲を喫茶店やスーパー、広告で見つけると「ママの会社のコーヒーやん！」と笑顔で嬉しそうに言ってくれ、その度に私自身も笑顔になります。

たくさん笑顔と幸せが繋がって人の生活や人生を潤しているとても魅力的な飲み物。だからコーヒーは嗜好品なのだと思います。そして、嗜好品を販売する営業マンは、そんなストーリーをどれだけの人たちに語り、共感を得て、一緒に買って販売いただけるかということが大切だと思います。コーヒーも人も環境も大切に、ストーリーを大事にして丁寧に販売するのです。

文・谷口加代子
第二営業部
西日本流通課

代々の先輩方に「営業の数字（売上）は後からついてくるよ。」とよく言われていました。ちゃんと小川珈琲のものづくりの共感を得られると自然と売上が上がっていくことです。あれから時代も変わり、競合も増え、消費者の生活スタイル・価値観や社会環境も変化しましたが、小川珈琲が持つ笑顔のループの根本は変わっていないように思います。

さて、この2019年春に主力となるアイスコーヒー「炭焼珈琲」のリニューアルを迎えます。私たち営業マンは腕まくりをして、たくさんの人に笑顔になつて貰おうという意気込みでいっぱいです。そして私もそんなストーリーを誰かに伝えたくて日々営業に回っていきます。

