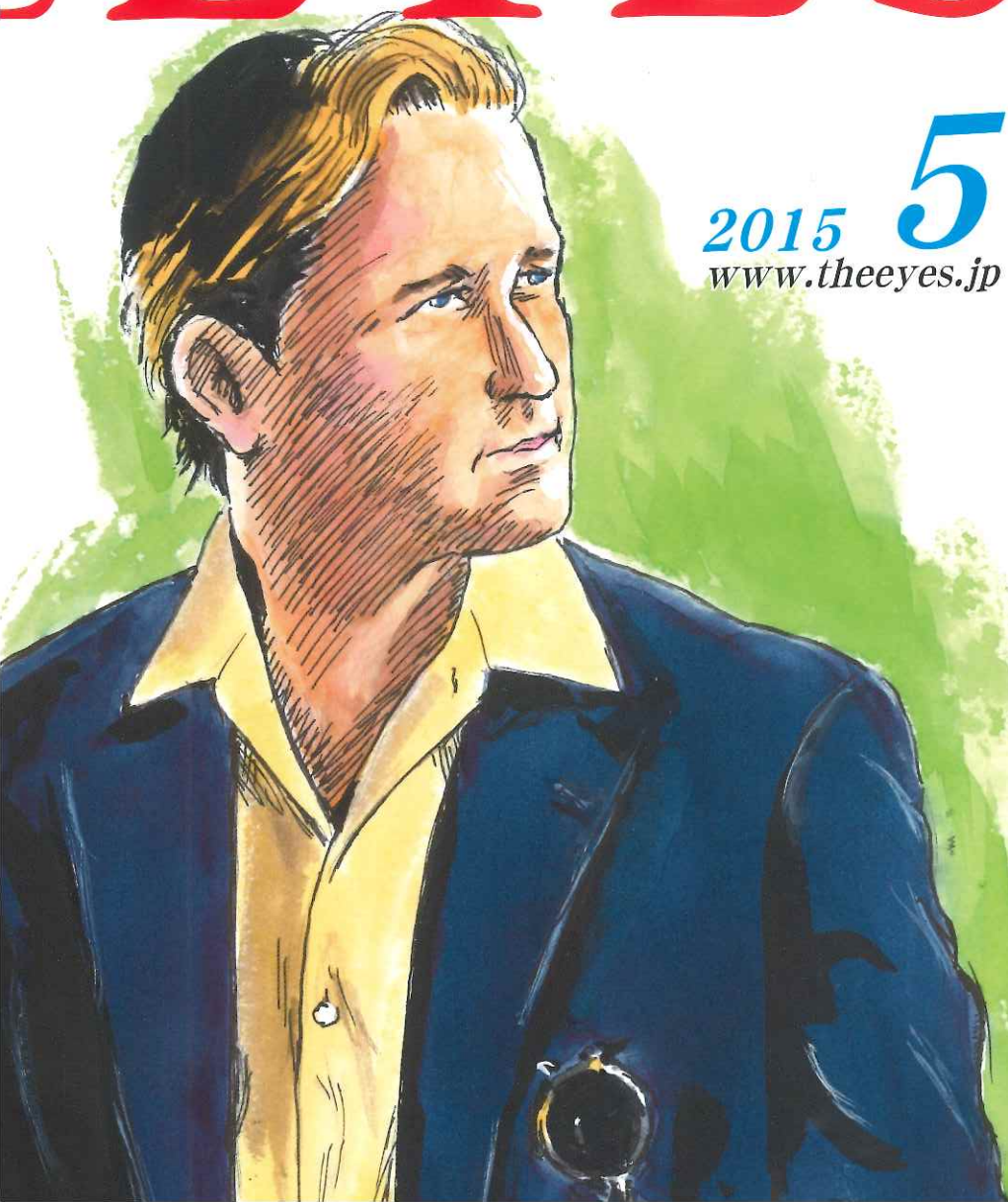


の
誌

EYES

2015 **5**
www.theeyes.jp



眼鏡人専科



ジャパンオプティカル(株)

スイスフレックス事業部 次長

みさわ あきよ
三澤 明誉

ラグビーで鍛えた頑健な身体と精神 仕事もチームプレーにより目標突破

ジャパンオプティカル(株)スイスフレックス事業部がマーケティング強化のため、今年1月に人材を募集。これに応じて入社、事業部次長に就任した。1976年生まれ(39歳)、北海道遠軽町の出身。上背はそれほど高くないががっしりした体躯なのは、ラグビーの伝統校北見北斗高校から中央大学へ進み合計7年間ラグビー部に所属していたため。大学4年時には100人以上いた部員の中から15人のレギュラー枠を勝ち取ったという努力家である。北見北斗は現在、進学校としても知られているそうで、三澤氏も外国語を学びたいということから入学。大学時代には3カ月間イギリスに留学、卒業後は広告代理店に勤務。ここでも会社の制度により6カ月間ニューヨークに研修赴任を体験した。同社では「GABAマンツーマン英会話」という英会話スクールのマーケティング支援を担当、外国語関連の仕事にも就き、希望通りの人生を歩んできている。

を活用したいと思っていたところでもあり、それと広告代理店時代に培ったマーケティング力をいかせるならばなおよし、としていたので両者の要望がタイミングよくマッチングしたことになる。

三澤氏は3月にスイスフレックス本社を訪問し、具体的な打ち合わせを既に済ませてきている。今後のスイスフレックスの世界戦略について、「本社はホームページなどで、バイジュアル面を世界的に統一して、同社製品が軽く、掛け心地よく、快適なメガネであることを訴求していきたい」ということのようにであると、三澤氏。関連して4月21日からスイスフレックス事業部は日本市場向けにYouTubeで動画を公開し、消費者にスイスフレックスは「1円玉3枚より軽い」「子どもに安全」「カラーパリエーションが豊富で、しかも着せ替えができる」と強調するとともに、販売店向けの質問にも答えている。本社を訪問したときの印象について、「スイス人は国民性、文化、生活スタイルなどで日本人と似ているところがあり、やりやすそうだ」と穏やかに話す三澤氏。ラグビーで鍛えられた闘志はうち秘められているようにみえた。

今後、営業の仕事も含めて全国の取引先を本格的に訪問することになる。前職とは取り扱いアイテム、営業スタイルなどで大きな違いがあるが、同氏は、その違いをわかまえていけば問題ない、と述べる。ラグビーは「One for All, All for One」の精神を大切に思うぞうだ。ジャパンオプティカルというチームにとけこんでいくのも早いのではないだろうか。