

# 底流

インテリアだけでなく、さまざまな産業で、しかも世界的に景況感が悪化している。これだけ厳しい状況になると、悲観的なことばかりが頭に浮かんでくる。

しかし、そんなときだからこそ、前向きに、これから先に良くなるために、すべきことを考えていきたい。三年後も十年後も、今何もしなければ何も変わらない。逆に将来を見据えて今から手を打っておけば、違った十年後を迎えることが出来るだろう。未来の自分が悔やまないように、いま

出来ることを考えたい。

インテリア業界には、昔から言われ続けている課題がたくさんある。インテリアは「モノ」ではなく「コト」

## 「コト」売りの再考

を売れ、というのもそうした課題の一つだ。つまりインテリア商品という「モノ」から生み出される癒しの空間や上質な暮らし、安らぎのひとときの提供といった「コト」を提案すべきという

「コト」が主体になれば、例えばカーテンは季節ごとの掛け替えも促進されるし、壁面に色をつけたというニーズも出てくる。そうした空間にはお洒落な小物や家具も必要だ。企業間の競争も「価格」から「提案」に代わり、単価の下落も止

まる。こうしてインテリアの可能性は無限に広がっていくことになる。ところがバブル期を経て、失われた十年、十五年が過ぎても壁紙、カーペットは建築資材として扱われ、カーテンは効率販売を重視し、

もう一度「コト」を売るということをはじめめるべきではなからうか。誰がそれをするのか。これは「モノ」を供給するメーカーの仕事ではない。「モノ」を組み合わせる「コト」を提供するのは、やはり専門店の仕事である。ある有能なコーディネーターが、部屋に合わせてコーディネートするのが「モノ」売り、住む人に合わせてコーディネートするのが「コト」売りであると教えてくれた。

## シリーズ最前線 営業戦略



（株）高野では本年十月一日付けで卸部門の大幅な組織変更を実施、建築資材営業部とルート営業部を新設し、二

どおりの卸販売を専門に行う部門で、その下に東京営業所、池袋営業所、城南営業所、横浜営業所、千葉営業所の五営業所がつく形になります。

ります。今回の組織変更は、従来のエリア別から機能別に組織を再構築したという事です。そうすることで営業しやすい環境をつくり、またお客様へのサービス向上も図れると

現在では、まだまだ混在している状況が続きますが、下半期がスタートする四月までには明確に体制を整えるつもりです。

## エリア別から機能別へ卸部門を組織変更 将来見据え若手社員のスキルアップを図る

株式会社 高野 卸部営業本部 営業本部長 川村純市氏

これまでは首都圏1、首都圏2、神奈川とい

現状では、まだまだ混在している状況が続きますが、下半期がスタートする四月までには明確に体制を整えるつもりです。

後に向けた勉強の時期と位置付け、社員教育を徹底的に行っているところだ。

ページもリニューアルし、こうした新商品情報などの情報発信も積極化していきます。

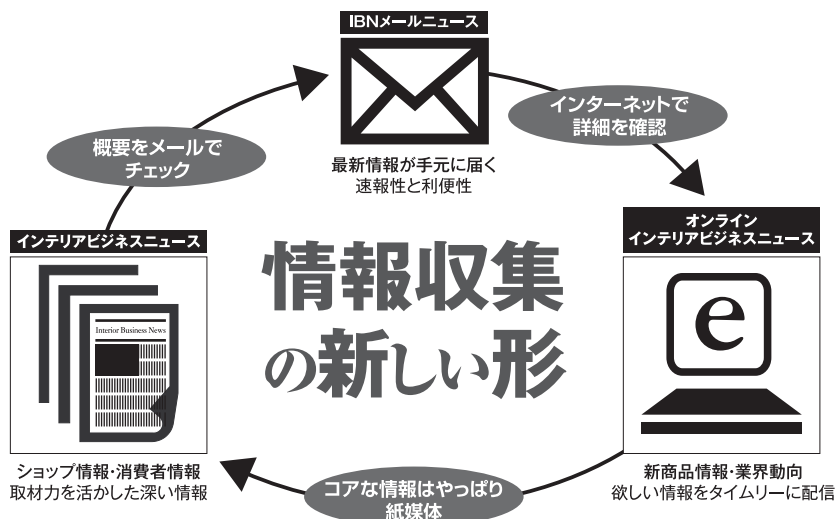
ルート営業部は、従来

求められる役割が異なる

積極的に行っています。

はどのメーカーの資

### インテリアビジネスニュースの情報発信は3段階



まずは「IBNメールニュース」(完全無料)へご登録ください。情報共有の第一歩、スタッフ全員の登録をおすすめします。申込み▶<http://www.ibnewsnet.com> (有)インテリア情報企画

INTERIOR MESSAGE

# Tea Time

## 参加店募集

顧客アプローチに最適なツール。  
「四季折々の風をあなたのお店から」

詳しくはWEBで  
<http://teatime.inbnewsnet.com/>

有限会社 インテリア情報企画  
Tel 03-5686-3188 Fax 03-5686-2888