底流

専門店アンケートより①

インテリア専門店の厳しい現状が浮き彫りになった今年の「専門店アンケート調査」。しかし、厳しい中にも、必ず活路はあるはずである。調査結果を細かく見ていくことで、何とかそれを探っていきたい。

まずはQ2「専門店の営業環境における問題点」についてだが、総合結果を振り返ると、一位「客単価の下落」(六四・〇%)、二位「客数の減少」(五〇・四%)、三位「大型店との競合」(三六・八%)、そして同率四位が「同業者との競合」と「商圏需要の縮小」(二七・一%)であった。「客単価の下落」と「客数の減少」が飛び抜けて高い数値を示しており、専門店経営の二大問題となっているのが分かる。

これを景況感別に分類すると、さらに分かりやすい特徴が表れる。「衰退している」だけを見ると、「客単価の下落」が七七・三%、「客数の減少」は七二・七%と極めて高い数値を示しているが、特に大きな要素といえるのが品揃え、商品構成であろう。競合他社と似たような品揃えでは、どうしても価格競争に陥る。差別化が出来なければ、客単価の下落は避けられない。

しかし、商品での差別化には限界もある。実際に、Q3の「改善・活性化策について/商品構成の見直し・変更」の結果では、「衰退している」という専門店も、「行っている」「一部行っている」を合わせて七割以上が商品の見直しを実行している。それでも下落が止まらないのが現状だ。

おそらく、単一品目で客単価の下落を食い止めるのは困難だろう。それでも、新しい商材を組み合わせて販売することで、総合的に客単価を上げていくことは可能ではなかろうか。

そこで注目したいのが、カーペット販売の拡充である。カーペットは一昔前まで専門店の花形商品だったが、例のダニ問題以降、住宅用途でのニーズが減り続け、取り扱いを減らす専門店が増えていた。それが今回のアンケートでは、Q4の今後注力する分野として「カーペット・ラグの販売」が四割以上に高まっていた。しかも景況感が良いほど取扱率が高く、単価下落を総合的に食い止める役割を果たしているようだった。

もともとカーペットは専門店との相性も良く、セット販売には最適な商材である。客単価アップの具体策として取り組んでではどうか。

シリーズ最前線 営業展開

デリバリーと来客に便利な新営業所 お客様から満足して頂けるのが一番

株式会社高野　ルート営業部　城北営業所　所長　**新藤俊行 氏**

念願の営業所の移転が決まり、九月上旬から新営業所で業務を開始しました。東京・JRの板橋駅から徒歩四～五分。近くに都営三田線の新板橋駅、東上線下板橋駅があり、3路線が使える非常に便利なロケーションにあります。

お客様のニーズに即応してきた結果、年々、自社配送あるいは小口配送の頻度が高まり、車に商品を積みおろしするのにも、従来のオフィスビル5階では何かと不便でした。そこで、新所在地の一階フロアに営業所を構えたわけです。

車の利便性が格段に良くなり、お客様が気軽に立ち寄って頂けるようになりました。既に何組かのお客様が頻繁にお見えになっておられます。ここを拠点に、情報交換等、より地域に密着したフォローや営業展開をしていきたいと思っています。メーカーの方々も来社しやすくなったのではないでしょうか。

営業所のテリトリーは、都内(荒川・北・足立・文京・豊島・板橋・練馬の区部、三多摩、八王子)と埼玉地域です。三多摩・八王子方面は、新しい高速道路が開通したのでかなり便利になりました。

商品別売上構成比は、床材が六〇%、クロス二〇%、窓まわりが一〇%、その他OAフロアー、パーティションなどです。市場の動きを見ると、床材は、繊維系より塩ビ系が若干伸長。医療施設関係の需要でしょうか。特にビニル床シートの汎用品が健闘。防滑性の取扱量が増えてきましたが、窓まわりはいまひとつの感じです。

今後、業績向上を図るには、従来の代表的な商材だけでなく、別の取り扱い関連商材に力を入れていかなければなりません。たとえば、ガラスフィルムや硬質塩ビタックシート、木質系フローリング、設備関係などです。現在も相応の売上はありますがまだまだ伸ばしていけると思います。

また、城北営業所の特徴である施工面での協力も床だけではなく多くの商材でもどんどん協力していくつもりです。

積極的営業で売上目標の二けたアップをクリアするため、営業社員に対しては、各種取扱い商品の講習会、説明会、施工研修など行いスキルUPを図り、常に積極的営業を心がけ、「お客様から満足して頂ける」を一番に考えております。

他方では、月単位でお客様とのコンタクトをどのくらい取れるか具体的な数値目標をもって取り組み、多く仕事を持っているお客様を見逃さないために営業マン個々にタイムスケジュールをつくり、お客様と打ち合わせを密にして対応させて頂いております。

とても分かり易い場所にありますので是非一度お立ち寄り頂ければと思います。(談)

テーマ「Good day, Good style」
おもてなしの心と自分らしさの発見!
■主催:社団法人日本インテリアファブリックス協会
■後援:経済産業省、日本貿易振興機構(ジェトロ)、日本国際貿易促進協会、出展国駐日大使館

国内外のインテリア関連企業・団体が集結するアジア最大級のインテリア総合展示会

The 28th JAPANTEX2009 INTERIOR TREND SHOW

●開催日時:2009年11月11日(水)～13日(金)10:00～18:00(最終日は17:00)
●会場:東京国際展示場(東京ビッグサイト)西展示ホール　●入場料:1000円(税込)

アトリウム共同企画　テーマ「ふくらみ つながる Happy Air」　HOTPOiNT
何かを感じてもらう自由な空間に、"おもてなし"の気持ちを表現した仕掛けで来場者をお迎えします。

第6回インテリアデザインコンペ2009　審査&展示
テーマは「Good day, Good style」おもてなしの心と自分らしさの発見!で募集。会場で展示・審査。

クリエーターズタウン
「俯瞰と仰視 2009 : Sphere of Textile」をテーマに、豊かな想像力を発揮した、学生たちの作品を展示します。

社団法人日本インテリアファブリックス協会　創立30周年企画
(社)日本インテリアファブリックス協会・30年の活動を振り返り、インテリアデザインの歩みを辿ります。

憩いの場として商談の場として アーキテクトカフェ
見学・商談の合間に、ちょっとひと息入れられるコーナーとして憩いの場、商談の場。

■同時開催:IPEC-2009/インテリアフェスティバル2009/第31回ジャパンホームショー2009

お問合わせ 社団法人日本インテリアファブリックス協会
〒105-0013 東京都港区浜松町2-3-23 フクダビル6階 TEL.03-3433-4521 FAX.03-3433-7860
詳しくは http://www.japantex.jp

JAPANTEX2009が発信する充実した情報ラインナップ

11月11日(水) 13:15～14:15　レセプションホール〈無料〉
社団法人日本インテリアファブリックス協会 創立30周年記念 基調講演
「日本経済の見通しとインテリア産業の未来」
講師:間宮淑夫(経済産業省製造産業局繊維課長)

11月11日(水) 15:00～16:00　レセプションホール〈無料〉
社団法人日本インテリアファブリックス協会　創立30周年記念 スペシャルトーク
「グッディ・グッドスタイル マイエコライフ」
出演:益戸育江(高樹沙耶)(女優・ナチュラリスト)
進行:生駒芳子(ファッションジャーナリスト・元「マリ・クレール」編集長)

11月12日(木) 14:30～15:30　アーキテクトカフェ(西1)〈無料〉
インテリアの各分野で最先端を走る4人が集結　インテリア・トーク・セッション
「欧州3大インテリア展示会のトレンドを最先端のプロフェッショナルの目線で語る」
MC:クリス智子(ラジオパーソナリティJ-WAVE-DJ)　メインコメンテーター:西垣ヒデキ(デコレーターズ代表)
コメンテーター:南村 弾(ハイムテキスタイルトレンドセッター2009)
木田隆子(ELLE DECO編集長)　本田純子(テキスタイルデザイナー)

お申し込み方法
●JAPANTEX2009のホームページhttp://www.japantex.jpにて、事前にお申込みください。お申込み後にE-mailにて確認証をお送りいたします。●当日、受付にてお名前をお申し出ください。●満席になり次第締切りとさせていただきます。●都合により講師、及びテーマに変更がある場合はご了承ください。●ホームページからお申込みができない場合、及びお問合わせはインテリアセミナー事務局までご連絡ください。
JAPANTEXインテリアセミナー事務局　〒102-0083 東京都千代田区麹町5-1 弘済会館ビル6F　TEL.03-3512-5672　FAX.03-3512-5680

11月11日(水)～11月13日(金)　需要開拓委員会WTP ブース〈無料〉
専門店の元気が業界の未来をつくる!
お客様に信頼される専門店のためのWTP ミニセミナー
①循環型インテリアビジネス(カーテンクリーニング)のすすめ
②環境にもやさしくコスト削減にもなる専門店の店舗照明(LED)計画
③インテリアリフォームに活路を見出す経営(インテリア専門店・内装工事店)
④顧客の心に響かせ魅了するウィンドーディスプレイのテクニック
⑤専門店の集客・販売に威力を発揮するネット活用とSEO対策
●お問い合わせは左記(社)日本インテリアファブリックス協会へ