

EX建材本部の職場理念

遠慮無く意見が言える、
自由に闊達で明るい雰囲気職場

マーケットを直視し、原点に戻って発想できる
マーケットイン思考の職場

曖昧な妥協をせず、物事をやり切る、
達成感の得られる職場



んです。ですからわれわれも営業マンのレベルを上げ、人間的な人をいかに育てるか。同時に販工店様も代理店様も人を育てる。みんなで研鑽を重ねていかないと、なかなか完結しないんです。「人材育成」は今後の大きなキーワードになってくると思います。



製造現場をぜひ見てほしい

——本部長は、席を温める暇もなく動いておられると聞きますが。
事務机に座るのが似合わなくて(笑)。私は営業畑で30数年やってきましたが、営業に特効薬はありません。しっかり1軒1軒まわってお客様と話す、この繰り返ししかありません。仕事は現場にあるんです。
現場といえば、われわれメーカーは生産工場を持っております。この工場の製造現場をぜひ、販工店の営業の方、コーディネーターの女性の方も含めて、われわれの商材に関わるすべての方に見ていただきたい。工場を見れば、アルミがどんなふうに見えるかを理解し、安心していただけます。そして販工店様がお客様と折衝するときに、「実際に工場に行って見てきたからお勧めできますよ」と言っていれば、エンドユーザー様は商品に対しても安心しますし、「ああ、この人は遠い工場まで行くほど熱

心なんだ」と、販工店様にも信頼感を持つのではないかと思います。

商材も人材も「信用」が大切

——メーカーの役割はどんなところにあると思いますか？

「信用」ですね。安心して永続的にお使いいただける商材を提供する。これがわれわれメーカーの一番の役割だと思います。モノだけでなく人もそうで、優秀な営業マンなどを始めとする人材を、どれだけ育てられるかも重要です。

——最後に、今後の抱負を語ってください。
メーカー単独では販路は広がっていきません。各地域に根付いた信用ある販売代理店様、販売店様とともに、これからも一生懸命販売網を広げていきたいと思っています。また、これからいろいろな販路が出てくるでしょうから、あらゆるビジネスチャンスのある販売網と一緒に探していきたいと思っています。一般的には、まだまだエクステリアという言葉は認知されていません。ですから、この業界をもっと大きくしたい。パイを大きくすれば、それぞれの会社が需要を創造して、その結果さらに市場が広がりますから。わが社だけでなく、エクステリア業界全体をみんなで押し上げていきたいと思っています。



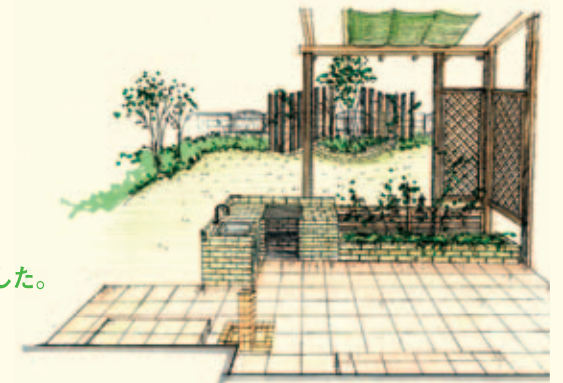
全社をあげて邁進します！

厳しさを増す市況ですが、イエナカ消費時代到来はエクステリアにとってはチャンスであり、展開次第では大きな可能性を秘めています。元気な大森本部長を筆頭にお客様満足向上に開発と提案を一層強化してまいります。

イエナカ消費時代の アウトドアリビング

～差別化をはかる十人十色の庭提案～

昨年秋、第25回施工コンテスト東海地区表彰式にて、
ガーデンデザイナー・中尾さきこ先生の記念講演が行われました。
その内容の一部をここにご紹介します。



'08年6月11日の日経新聞に、『外出より家派が台頭』と題し、家の中にくつろぎを求め、そのための消費傾向が出てきたという記事が掲載されました。これは「巣ごもり」ではなく、「家の中でお金を使おう」という傾向です。エクステリア業界としては、この機にぜひ、そのお金を「アウトドアリビング」に使ってもらえるように働きかけたいものです。

「イエナカ消費時代」のお客様は、海外旅行・おしゃれ・グルメなどの経験が豊富。「夢」を求め、商業施設やリゾート地で見た非日常の世界をイエナカに再現したいと思っています。お客様から好みと要望を聞き出し、その「夢」を与える提案ができれば、「イエナカ消費時代」は業界にとっては大きなチャンスになると思うのです。



中尾さきこ
アトリエ彩 代表

関西学院大学卒。インテリア職種を経て、エクステリア&ガーデンの専業企業へ。エクステリアと園芸を融合し緑を活かしたガーデンデザインを目指し、'02年「アトリエ彩」を設立。戸建住宅のエクステリア&ガーデンデザインの他、街並み設計、集合住宅、屋上庭園、ホテル・店舗、老人ホームなど施設の外構造園デザインを手がける。

育てて食べる「フーデニング」をキッチンガーデンで楽しむなど最新のアウトドアリビングの提案例を、いくつかご紹介しましょう。

- 友人を招いて楽しむパーティガーデン
- 団塊オヤジの青空キッチン
- 南イタリアセレブマダム庭
- 波打ち際デッキのあるリゾートガーデン
- 夫婦二人の夕涼み縁側
- 壁泉のあるトムソーヤの庭
- ピアノコンサート・テラス

など、ライフスタイルによって十人十色に。そんななか、ワンランクアップの差別化提案は、「食」をキーワードにした空間づくり。

'08年5月1日付日経新聞や、たけしの番組でも紹介された「フーデニング」ブームに即し、庭にミニ野菜園などをつくって植物を育て、それを食べる「キッチンガーデンやアウトドアキッチン+リビング」の提案です。

たとえば団塊世代の男性向けには、庭でわさびを摘んでお茶漬けサラサラの「オトコの庭料理」を促すなど、暮らし方や好みに合わせたこだわりの空間をどんどん提案し実現していきましょう。

