



## ☆手塚社長インタビュー☆

### ◆私たちがこちらのテーマについて聞きました！

#### 📖ダイジェスト目次📖

1. これまでのキャリアで最も印象に残っている仕事は何でしょうか？
2. 今のメンバーにどのような経験を積んでもらいたいと考えていますか？
3. 座談会を開催しての感想を聞かせてください。
4. お客様とコミュニケーションを取る上で、どのようにしてご要望を探っていくのがよいのでしょうか？
5. 「川上の仕事を取っていく」を掲げていますが、現状この部分はどのように感じられていますか？
6. 新たな事業所を用意した中で、人が就いていない理由は、時間が要するからなのでしょうか？
7. どのような人財をどのように増やしていくのか？10年ビジョンを達成するためにはどのような人財が求められるのでしょうか？
8. IMPDの強みはどこであると思いますか？
9. 新たに強みにしていきたい部分は何でしょうか？
10. 先を見据えたグローバルな人財の採用をどうお考えでしょうか？
11. 最後にメンバーの皆さまへメッセージをお願いします。



### 1. これまでのキャリアで最も印象に残っている仕事は何でしょうか？



私も若かりし頃から、百貨店の増改築、新規出店の仕事をしてきました。業務は主に設計をおこなっており、知識やスキルは、再開発の物件を通じて学ぶ場が多かったと記憶しています。

その当時は、ひたすらコミュニケーションをとっていたおかげで、外部の取引先の方々も「私という人物」を知っていただき、建設事業が始まる際には「インテリアだったらIMPDPにたのんでみよう！」となる関係性を築けたと思っています。

当時は1人に任される仕事量が膨大で責任も大きかったので、建築に関する知識を自分でも感じ取れるくらい、「建築の基礎」を1から学べたことを思い出します。時代が変わったので、私が経験してきたことをみなさんの働き方に合わせていくことはできませんが、仕事の関係者や同僚との信頼関係をどう作っていくかは今にも通じることだと思っています。



### 2. 今のメンバーにどのような経験を積んでもらいたいと考えていますか？



今は一昔前とは異なり「降って湧いた仕事をとにかくやれ！」という時代ではありません。まずは会社の責任として目標と計画を立てることが、私たち経営の責任だと思っています。みなさん各個人が自分の考えを持ち、仕事を進めていく仕組みをつくっていかねばなりません。コンプライアンスやガバナンスという言葉をよく聞くようになりましたが、働く環境も含めて時代は様変わりしてきているので、次の時代をどういう手段を用いて取り組んでいくか、皆さんが主となって進めていただきたいと思っています。自分で考えたプロセスを実践することを経験として踏んでいただきたいと考えています。経営側が全てを決めるという手法もあるかもしれませんが、10年後の未来即ち中長期計画は、皆さんと一緒につくっていくべきであると思っています。そして経営としては、それをいかにしてサポートしていくかが重要と考えています。



### 3. 座談会を開催しての感想を聞かせてください。



座談会では、主にこれからの会社を支えるみなさんのスキルアップを考える上で重要な「教育」について、意見を伺うことができ、とても有意義な時間となりました。

既に、会社として取り組んでいる施策としては、三越製作所の2階に、物の作り方や仕事の手順を実際に直接見られる機会をつくっています。

今進めているものでは、スキルマップを作り、「今後の成長の見える化」も計画しています。

会社としては、みなさんに具体的な「成長の見える化」のサポートをすることが大事だと考えています。

また、自分がわかる範囲だけの業務しかやらないと、自分が知っている知識のなかでしか動けなくなってしまうことが多いので、新たな挑戦をして引き出しを増やすことなどを座談会ではお話しさせていただきました。

チャレンジをして今まで「できなかったことができるようになる」というのはみなさんにとっても「やりがい」になると考えています。

また、コミュニケーションの取り方の話題もよく出てきました。自分で考えたことがあっているのか、先輩に相談して確認をしたり、お客様と深く話し合い半歩先の提案することも重要です。

コミュニケーションを欠いては、我々が顧客にとって大切な存在とならなくなってしまいます。

お客様も、欲しい商品のイメージを持っていますが、お客様からのイメージを聞いた上で、プロとしてお客様が考えつかなかった提案をすることこそ信頼を得られると思っていますので、まずはお客様とのコミュニケーションを大切にさせていただきたいと感じています。

# ☆手塚社長インタビュー☆



4.お客さまとコミュニケーションを取る上で、  
どのようにしてご要望を探っていくのがよいのでしょうか？



最初は信頼を得るために、お客さまの言っていることを1から10まで全て聞きます。

そして、その内容10個全てに対して質問するようにしてみてください。

例えば、お客さまが「赤いソファがいい」とおっしゃられるのであれば、「なぜ赤がいいかの？」と質問したり、赤にも、様々なカラータイプや素材があります。我々は細かいところまで知っているプロとしてお客さまが気がつかない部分へも気配りをしていくことが大切です。

お客さまの真のご要望を読み取る傾聴や提案を繰り返し続けることにより、お客さまも心を開いてくれます。

また、入社1年目など若手のみなさんは、引き出しがお客さまと同じくらいしか持っていない場合もあるかと思えます。

とは言え、お客さまの話を、聴くことはできます。その場では、しっかりと聴いていただき、分からないことは即答しなくてもかまいません。内容を持ち帰って、引き出しをたくさん持っている先輩や上司の方に聞いたり、次回の商談に先輩と参加したり方法は色々あります。

その時お客さまが見るのは、その先輩ではなくみなさんです。質問をした本人が、会社に戻って試行錯誤してきてくれたことをお客さまはよく見ているので、注文は先輩ではなく、みなさんに連絡がきます。

若手であっても、現場でのやり取りの中で学ぶことや、仕事に対しての向き合い方が大切であると私は思っています。



5.「川上の仕事を取っていく」を掲げていますが、  
現状この部分はどう感じられていますか？



現場で頑張ってくださっている方々としては、実際の肌感覚からしてまだ足りていないと感じられているかもしれません。

今は準備段階で、会社組織としてその成果が目に見えて表れていないのは仕方がないと思います。

今後は、各事業所において企画やデザイン・コンセプト提案などを強化して、お客様の課題を早い段階から把握して川上の仕事に繋げていくことを考えておりますので、皆さんもお客様から課題を相談される関係性を持つように意識してください。



6.新たな事業所を用意した中で、人が就いていない理由は、  
時間が要するからなのでしょう？



人員を配置すること自体は時間がかかることではないので、そういう訳ではありません。

この業界の有効求人倍率は6倍と、とても高いので絶対人数が少ないということもあるのですが、

三越伊勢丹の「暖簾に合う働き方」が出来る人財が中々採用できないのが理由の1つになっていると思います。この課題は、HDSとも共有していて、1か月に1回打合せをして進めていっています。



7.どのような人財をどのように増やしていくのか？  
10年ビジョンを達成するためにはどのような人財が求められるのでしょうか？



人財を増やしていく計画については今、業務フローをある程度分割して分析しているところです。

現状でも建築やPM事業や総務のなかには、グループから出向してくる方々も大勢います。今後もグループからの出向者も増やしていき、営業力の拡大や会社基盤などの整備などをしていきたいと考えております。ここは、まさにグループ連邦の考え方に繋がっています。

また、設計や製作などを主業務にしているテクニカルな人財は、キャリア採用で募集したり、新卒で勉強してきた人々を技術者として補充していきたいと思えます。

一方で営業力の拡大といったことを考えると、専門知識だけでは成り立たないと考えており、お客さまの要望を引き出したり、お客様が考えている予算配分を聞き取ったり、お客さまの感覚を知っていないとできません。したがって、増員していく方々の特性を見極めて事業の拡大をしていきたいと思えます。

当り前の話ですが、会社は皆さんが主体となり考えていかねばならないと思っておりますので、みなさんと一緒に力を合わせて10年ビジョンの実現を考えていきたいと思っています。



8.IMPの強みはどこであると思えますか？



仕事が終わるまでのプロセスが他社に比べて強みだと感じています。

図面の書き方1つをとっても、たとえば1つのテーブルでも、

他社は1枚、当社は3枚描いています。（+全体、構造図）

特に、構造図については、お客さまが知らなくても、説明を受けると、

「さすが三越伊勢丹！」となっています。

できあがるまでのプロセスもお客さまに伝えているからこそ、お客さまとの信頼にも繋がっているところです。



9.新たに強みにしていきたい部分は何でしょう？



自社工場（三越製作所）を持っていることをさらなる強みにしていきたいと思えます。すでにこれは当社の強みではあるが、この製作所の活用の仕方を新たなものにしていかなければならないと感じています。

百貨店が持っている優良なお客さまに商品の作成工程を理解いただくために、いろいろ工夫を考えています。

例えば、外商やユニフォームの担当者に工場見学をしてもらうことや、新宿店の婦人服、紳士服担当のスタイリストに見学をってもらうことなども考えてきました。

三越伊勢丹グループの力も活用していきたいと考えており、こちらはグループ連邦の考え方の一つと捉えています。

もう一つ強みを考えていることは、海外向けの発信を行いたい、特にアジア圏のエリア開拓も進めていきたいということです。この業界では、デザインはヨーロッパが強いが、日本製の良さにはクオリティがあります。

良いものをつくっている自負があるからこそ、世界に発信できる機会があると思っています。

## ☆手塚社長インタビュー☆



多くの人とたくさんの  
コミュニケーションを  
取っていただきたい



10.先を見据えたグローバルな人財の採用をどうお考えでしょうか？



今、海外事業本部と組んで、東南アジア（主に伊勢丹ブランド）のお客さまに対して、家具等売っていくスキームを考えています。その紹介については、動画なども作っていて、「こういう日本のデザインをご自宅に入れませんか？」という内容を検討しています。  
フェーズ3の内容なので、まだ先の話ではありますが、種まきは始めています。  
今の仕事の延長線上にあると考えており、そのような仕事に挑戦したい人もいらっしゃるだろうと思います。10年ビジョンでもお伝えしましたが、今まではBtoBに偏っていましたが、BtoCでは攻め方が違うので、百貨店と繋がりのある富裕層をターゲットに種をまいており、今後はそれを仕事化させていく考えです。例えば、今手掛けている中東の案件は、お客さまが日本製を求めているので、材料も日本で用意して、職人も現地に送っています。色々なものが成果として目に見えてくるのは3～4年後でしょうが、このような取り組みもを行っています。



11.最後にメンバーの皆さまへメッセージをお願いします。



社長就任以前の環境創造事業部にいたころより、8年、時代は大きく様変わりしたと思っています。コロナ禍ということもありますが、その中で足りなくなってきたものもあると感じています、それはコミュニケーションです。  
リモート含めてコミュニケーション方法がどんどん変わってきています。当社事業は、コミュニケーションを大切にしないと成り立たない商売です。自ら、どのようにコミュニケーションを取れば、より多くの人と情報共有し、新たな考え方にふれられるか、皆さんなりに考えていただきたいと思っています。1 on 1 や座談会などはこれからも開催していきますが、みなさんが本気でコミュニケーションを大切だと思わないと儀礼的になり、効果は薄くなってしまいます。  
どういう風にコミュニケーションを取っていくのかを考えていけば、この10年ビジョンは達成です。自身の成長のためにも多くの方と出会い、たくさんコミュニケーションを取っていただきたい。これが切なる思いです。

## ～労働組合からのお知らせ～

三越伊勢丹グループで働く皆さんへ 組合・共済会からのお得な情報をリアルタイムでお届け！

好評につき！  
期間延長

# LINEお友だち登録 キャンペーン実施中！

IMGU労働組合公式LINEへ『お友だち登録』をいただいた方に、（既にお友だち登録済の方も）  
2023年  
「**イングちゃんステッカー（3枚入り）**」をプレゼント！【期間は、3月31日（金）まで】

組合LINEに登録し、自動返信されるアンケートの在籍企業名を選択後「送信」するだけの簡単操作♪ ↓↓

**【イングちゃんステッカーのプレゼント方法】**  
LINEお友達登録をした画面を、組合スタッフに見せてください♪確認後、お近くの組合事務所または組合スタッフよりお渡しします♪

お友達登録は  
こちらから

嬉しい3枚入り♡

詳しくはHPへ

キャンペーン期間中に LINEお友だち登録をして イングちゃんステッカーを Get しよう♪