

る（佐藤社長）戦略だ。また、営業マンのモチベーション向上のため、社員同士の競争を促して

いる。会社では、昇降格は導入することで、社員同士に競争意識が生まれ、会社全体の業績拡大につながる。徹底した成果主義を

もろうことで、購買意欲を喚起する。

池田社長は、「高額商品なので慎重になっている顧客が多い。購入を迷っている顧客には、実際に使ってもらうことで利便性を実感してもらえ」とメリットを話す。

### ネットで反響営業

同社の主な営業方法は、インターネットのホームページ（HP）からの反響営業で、全体の集客の約半数を占める。09年1月に京セラFCに加盟してからは、京セラのHPから同社のHPにアクセスする消費者が増えているという。

## 横浜環境デザイン

# 3期連続で売上高倍増

### 販売会社

横浜市を中心にオール電化と太陽光発電システムを販売・施工する横浜環境デザイン（本社横浜市、池田真樹社長、☎045-91010671）の、09年5月期決算における売上高は5億円を越え、3期連続で倍増する見通しだ。

同社は06年6月に法人として登記。それ以前は池田社長が個人事業主として太陽光発電システムの販売・施工を10年以上行ってきた。売上高は、法人設立後初めて決算を迎えた07年5月期が1億2000万円、08年5月期が2億5000万円、09年5月期の見込みが5億円と、急成長を続けている。



池田真樹社長

今年3月の月間販売台数は、太陽光発電システム、オール電化ともに約20台だという。

### ショールームが強み

同社の特徴は、横浜市都筑区の事務所にショールームを併設していること。太陽光発電システムやエコキュート、IH調理器などが展示されている。

体験の要望が多いというIH調理器は、4社の製品を揃え、実際に揚げ物などの調理を体験して

ショールームには平均して週に3〜4組が見学にくるといふ。太陽光発電システムやオール電化は、高額な上になじみの薄い商品であることから、実際に見てみたいという消費者の要望は多いという。

「国による補助金再開のタイミングと重なったこともあり、問い合わせ件数は昨年の倍以上、週に10件ほどに増えた」といふ。

ホームページの反響営業の他、ホームセンターでの展示販売なども行っている。

日本流通産業新聞

2009年4月30日・5月7日 合併号

オール電化・太陽光発電システム特集