

新業態と空間時間価値発信へ

リビングハウスが家具産業の進路拓く

各地の老舗店活路にコラボ

モノ売りからソフト販売

真のインテリアライフ志向

いま、コロナ禍で苦しむ日本経済ひいては国民生活のなかで注目され、その事業性と存在が再評価されてきているのが家具インテリアだ。不要不急の外出自粛は、コロナ感染の人流を止める手段として政府から求められてきた。また、それ以前から三蜜が初期に打ち出された。

密接、密封、密集だ。生活や仕事を密封した住

空間で完結せよ。すれば感染が防げよう、という専門家の進言をもとにテレホーム、テレワークを政府が推奨した。その最中、世界規模のコロナまん延の今年6、7月に快

進撃の出店攻勢をかけた。時流をフォローしているインテリアライフの新業態店が日本の家具業界にあって、かねてから革

代、環境の時代が革新店を創出したのだ。リビングハウス（大阪本社・大阪市西区堀江、東京本社・東京都港区南青山、北村常明会長、北村甲介社長）がそれだ。

北村会長が業界の産業航路を新たに描き、社長と共に在来老舗店、専門店の未来に二石を投じた。

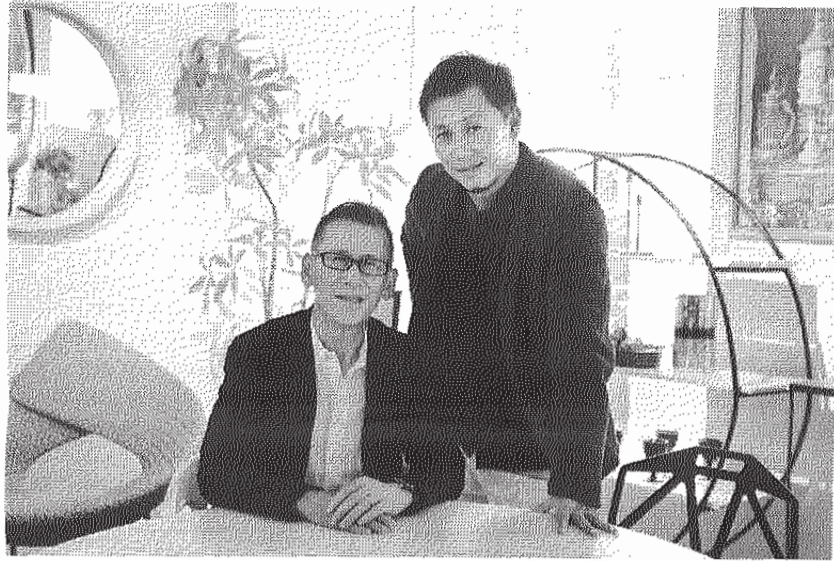
（長島）

同社の北村常明会長は、今年NHKで放映されている「幕末から明治日本の近代資本主義、諸産業、金融、保険など全てにわたって国家経済、民間産業の創設に尽くした。著名な言葉の「論語と算盤」は栄一らの理念だが、リビングハウスの北村甲介社長は同社紹介の資料冒頭、この感言を掲げている。

同社の北村常明会長は、今年NHKで放映されている「幕末から明治日本の近代資本主義、諸産業、金融、保険など全てにわたって国家経済、民間産業の創設に尽くした。著名な言葉の「論語と算盤」は栄一らの理念だが、リビングハウスの北村甲介社長は同社紹介の資料冒頭、この感言を掲げている。

同社の北村常明会長は、今年NHKで放映されている「幕末から明治日本の近代資本主義、諸産業、金融、保険など全てにわたって国家経済、民間産業の創設に尽くした。著名な言葉の「論語と算盤」は栄一らの理念だが、リビングハウスの北村甲介社長は同社紹介の資料冒頭、この感言を掲げている。

同社の北村常明会長は、今年NHKで放映されている「幕末から明治日本の近代資本主義、諸産業、金融、保険など全てにわたって国家経済、民間産業の創設に尽くした。著名な言葉の「論語と算盤」は栄一らの理念だが、リビングハウスの北村甲介社長は同社紹介の資料冒頭、この感言を掲げている。



（左）北村常明会長、北村甲介社長

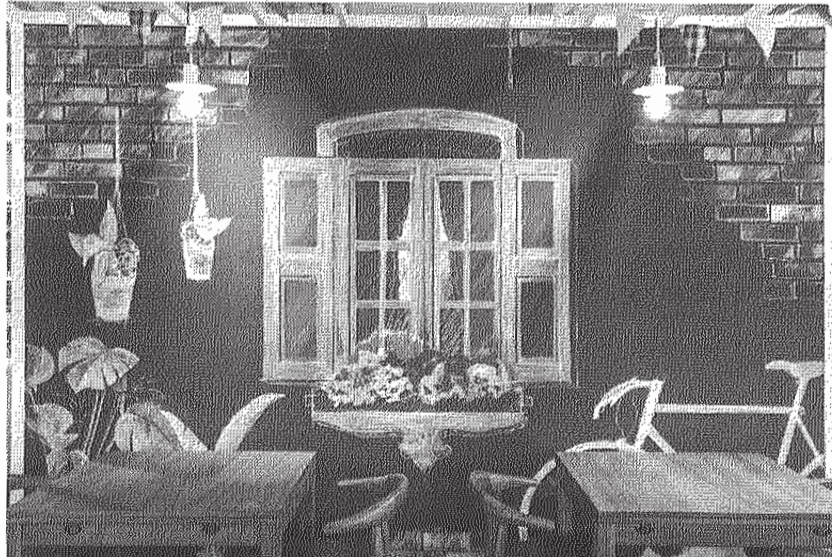


パートナーショップ廣見家具（LIVING HOUSE 和歌山店）

家具販売業界の「経営革新」を説いた。みずから「FIA」という家具販売店の後継者経営者のグループを主催、これからの家具店の近代経営と財務、つまり渋沢栄一の説く「算盤」の重要性を基に、ビジネスの新たなルールを定期的に研修してきた。

さらに10年に近く、二世、三世の家具販売店主、幹部を対象に、専門講師を招いたセミナー、実践研修会も開催した。「家具店の成功はひとえに人材教育にかかって

いる」がモットーで、老舗家具販売店の再生、活性化へ後継者のやる気がいかに大事かを口に、同時に、既存の業態店の低迷には自ら関与、新しいマーケティング手法と、コロナ禍以前から変革してきた市場構造・ニーズに即した新しい暮らしの新業態店の創出に取り組んできた。



LIVING HOUSE. 和歌山店



LIVING HOUSE. 和歌山店

新ブランドで市場訴求

モダンライフを深化

手腕が注目される。コンテンツとして①業界の枠を超えた新たな取り組み（業界への危機感が生む多角的事業・空間時間価値を創る）。②ニューノーマルで生まれた新たな生活文化（インテリア業界の刺激剤）。③分岐点を活かしたチャレンジだ。ポストコロナの国民の暮らしは、反面では欧州型に近い。「石造りの高層建築物内部の専有部分を代々に亘って住み続ける空間を自己完成型の暮らし創出へ」。「家族構成の変化によるライフスタイルの変遷対応」「テレホームが生み出した暮らしとワークの融合の場」などへ志向変化していくと思われる。

リビングハウスは、刷新を伴うだろう。時代には適合したものが生き残る時代はベースにしても、半歩または一歩先駆けたものが栄える。日本の流通業が常に学ぶアメリカの西海岸の都市で、路面形成またはロケーションやエンターテインメント要素を強めた家族連れで賑わうショッピングモールは、かつて基幹店を主に構成した状態から、時の人気の流行チエーン店をコアにした集客ゾーンへ変化した。全国の主要都市で、歴史を持つ家具インテリアの暮らし業態店の活路と発展は、まずは自主自らの努力とパートナーシップ形成にかかるとい



インハウス久永 with LIVING HOUSE イオンモール鹿児島店



インハウス久永 with LIVING HOUSE イオンモール鹿児島店



LIVING HOUSE Bazar Box マリノアシティ福岡店



LIVING HOUSE. 和歌山店



LIVING HOUSE. 和歌山店



LIVING HOUSE コクーンシティ店



インハウス久永 with LIVING HOUSE イオンモール鹿児島店



インハウス久永 with LIVING HOUSE イオンモール鹿児島店



LIVING HOUSE. ららぽーと EXPOCITY 店



LIVING HOUSE. ららぽーと EXPOCITY 店

リビングハウス今年6、7月集中出店 革新業態で4店とも好調スタート

リビングハウスの出店 店舗運営コンサルタントを展開を写真でとった。グをリビングハウスで継承。のち店舗業績も順調に推移していることかリビングハウス初のアウトレット店を福岡にオープンした。特徴は店舗内でオンライン上の「ライブラリー」(生中継で動画配信を週に数回行い、福岡以外のエリアの顧客にもアウトレット品の購入機会を提供した。また「LIVING HOUSE

USE Bazar Box マリノアシティ福岡店は6月18日オープン。リビングハウスの初のアウトレット店を福岡にオープンした。特徴は店舗内でオンライン上の「ライブラリー」(生中継で動画配信を週に数回行い、福岡以外のエリアの顧客にもアウトレット品の購入機会を提供した。また「LIVING HOUSE

周辺地区にアクタス、フク「観葉植物」「キッズライティング」が並び、インテリア集積エリアになっている。「LIVING HOUSE」は7月22日オープンした。大阪の北摂エリアに位置する商業施設。リビングハウスの商業施設内店舗としては最大級で大阪では4店目になる。同店は雑貨スペースをこれまでの4倍ほどとり、「スリープテック

「観葉植物」「キッズライティング」とこれまでのM Dになかった商品群を取りそろえた。

6、7月で出店した4店舗共に、もともとファッショントラフィックが豊富であった区画での立地であり、コロナ禍でアパレルが苦戦するなかでの流れを受けた出店で、各商業施設内でも一等地に位置することからコロナの追い風が起きている。