



アルファヴォイス倶楽部

VOL.103 2003.12

発行責任者: アルファヴォイスコンサルティング株式会社 代表取締役 野村 敬一
〒102-0074 東京都千代田区九段南4-7-20 TEL: 03-5215-8711

《INDEX》

1. 営業リーダー行動綱領 **代表取締役 野村 敬一**
2. ライトを感じて **取締役副社長 若林 信孝**
3. 第5回 アルファヴォイスコンサルティング海外視察研修報告
最新のアメリカ住宅・賃貸マンション視察
4. A V Cセールスカレッジ開講のお知らせ

1. 営業リーダー行動綱領

代表取締役 野村 敬一

来春、新人の採用を予定されている企業も多い事と思います。営業マンの育成には上司(リーダー)が重要な役割を果すことは間違いありません。特に新入社員に対しては、社会人として、営業マンとして一生を左右する影響力を持っています。リーダーは個人に対しても会社に対しても重要な役割を担っているのです。

リーダーを中心としたチームを強化し、受注目標達成に向かい邁進するためのリーダー育成が、事業拡大において不可欠です。

アルファヴォイスコンサルティングでは、営業リーダーの育成を来年の重点課題の一つとして挙げています。「営業リーダー行動綱領」は、営業リーダーとして必要な内容をまとめました。リーダー教育、中間管理職教育にお役立ていただければ幸いです。

- 内容 【1】営業リーダーの役割
【2】営業リーダーの三つの管理責任
【3】営業リーダー心得(18か条)
【4】受注の為の6大営業管理項目

【 1 】 営業リーダーの役割

営業リーダーの役割は、メンバーに日常的に『関わり』ながら、『メンバーの意欲を引き出し、勇気と自信と信念を持って仕事をさせ、目標（チーム・個人）を実現すること』にある。

【 2 】 営業リーダーの三つの管理責任

目的を達成する手段として、三つの管理（業務管理・育成管理・保護管理）があることを認識すること。

【 3 】 営業リーダー心得（ 18 か条 ）

- 1 . 企業の組織目標や方針を、メンバーの個人目標と一致させ、メンバーの目標に対する達成意欲を引き出すこと
- 2 . リーダーは、メンバーの誤った行為、行動、態度、発言に対し、勇気を持って強制力を発揮すること
- 3 . 行動で示すだけでなく、勇気と自信と信念をことばで与える。例えば、「君ならできる」と言い続けること
- 4 . メンバーの不振の要因を発見すること。不振の要因を発見するためには、メンバーの行為、行動、営業活動を客観的に観察すること。客観的に観察するために状況に応じ同行訪問を励行すること
同行訪問の目的は、メンバーの目標達成の援助と教育である
- 5 . 管理は「やって見せ、言ってみせて、させてみて、誉めてやらねば、人は動かじ」の精神で進めること
- 6 . メンバーの成功事例は、本人の自信と意欲、能力を強化する好機である。さらに、他のメンバーの刺激になる。メンバーの成功事例は、その成功要因を具体化し、本人のスキルとして強化し、メンバーには、その方法を展開、浸透させること
- 7 . メンバーの失敗事例は、本人の能力を強化する好機である。失敗事例の失敗要因を具体化し、本人のスキルとして育成すること
- 8 . 自分に対する強い動機づけと強い信念がないと、他者に対して強い動機づけができない。営業リーダーは、企業の方針を現場を動かして展開させねばならない。企業の方針を現場へ伝える時は、報告・連絡レベルのコミュニケーションでは機能しない。「トップ方針を自分で咀嚼し、自分がやりたい、何としてでもやり抜く」という強い信念に基づいた現場への動機づけをすること
- 9 . 単なる仲良しの関係や単なる仕事上の関わりでなく、共通の目標に向かって進めるパートナーとしてメンバーと関わること
- 10 . 積極的肯定的言語習慣を体得すること。「いやだ」「みじめだ」「悲しい」「難しい」「元気ない」「仕方ない」などという、否定的で消極的な言語は使わないこと
「元気だ」「明るい」「きれいだ」「いい感じだ」「はい喜んでやります」「あ

- りがとう」という、積極的肯定的な言語を使う習慣をつけること
11. 傾聴の技術を体得すること。上司やメンバー、顧客のことばを聴く時に、自分の内なることばを沈黙させること
 12. メンバーの意見を尊重していることを態度で示す。例えば、メンバーから即座に意見が出なくともしっかり待つことである。メンバー自身に考えさせる習慣をつけること
 13. メンバーから曖昧な形で出たアイデアは、日常の仕事の中で実行可能なレベルまで落とし込むことである。「そのためにどうする」を繰り返せば、アイデアが具体化できる
 14. 結果が未達でも、そこに至る過程で行動していたら、行動したことについて賞賛すること
 15. リーダーとメンバーの人間関係を高めるために、リーダーが日常の中で仕事に関することだけではなく、私的なことも含めてメンバーに関わること
 16. メンバーに仕事上で何らかの問題が発生した時、リーダーは自分の問題として、正面きってぶつかることをメンバーに宣言することである。自分のメンバーに発生した問題の原因は、究極的にはリーダーにあることを認識することである。決して逃げてはいけない
 17. ある仕事を進めていく上でリーダーはメンバーに対し、進め方のアウトラインまでは一方向的に指示命令を下すことは許される。進め方の詳細は、現場で実行するメンバーの考えやアイデアを引き出しながら、自由裁量を持たせて決定するのがよい
 18. メンバーの中に「できない奴はいない」と認識することである。レッテルはリーダーの思い込みから貼られている。すべてのメンバーに良い点がある。レッテルを貼ることは、メンバーの良い点を発見できないという、リーダーの観察能力の不足によるものである

【 4 】 受注の為の 6 大営業管理項目

受注を獲得していく上で営業マンの行動と顧客情報を管理することは大切であることは言うまでもない。

営業リーダーの重点管理項目を列挙した。

(1) マーケティング計画管理

4つのマーケティング戦略の実行計画

ネットワークマーケティング

イベントマーケティング

ダイレクトエリアマーケティング

マスマーケティング

(2) 件数管理 (T B S 件数管理)

営業マン個人の顧客保有件数と会社全体もしくはチーム別顧客保有件数を1ヶ月単位で把握することは当然の管理である。会社全体で賃貸マンションや住宅を

将来建てそうな顧客数が何件あるか把握していない、もしくは営業マンが何人の顧客を追っているのか会社が把握していないようでは、営業管理など程遠いのである。管理項目を解説するので管理表を作り実践していただきたい。当然であるが営業マンごとに「顧客管理台帳」を作成しないと件数管理はできない。

- ・ T (探客) : 新規発生件数、1ヶ月間で何人の顧客数が増えたかを管理する。
毎月チェックすることによりマーケティングデータとして貴重である。
- ・ B (培養客) : 営業マンの手持ちの顧客数である。中長期で追客できる顧客数を管理する。
- ・ BS (有望見込み客) : 短期的に追客することにより商談にランクアップできそうな見込み客数を管理する。
- ・ S (商談客) : 「敷地調査のアポイント」がとれたら商談開始である。「敷地調査報告書」の提出、「事業企画書」(概算の予算と概算収支計画)「資金計画書」の提出、「建築計画スケジュール表」の提出によるテストクロージング、問題発見と解決(土地/時期/資金/収支/管理/税金/キーマン/競合)、「プラン、見積り」「事業計画書の提出」「請負契約」までのプロセスにある顧客数の管理をする。プロセスにおける内容管理は別途SPSシートを使い管理する。
- ・ J (情報客) : エリアマップにより空地調査をし、地主データを作成した顧客件数である。潜在見込み客数である。

(3) 行動予定管理(日報、週報、月報)

一般的に日報と呼ばれているものであるが、結果報告の日報は単なる営業マンの結果報告になり、管理上あまり効果を発揮しない。むしろ大切なのは「翌日の行動予定」である。前日に翌日の行動予定をたて訪問の作戦をたてるのである。また週単位、月単位の行動予定を立てることが重要である。訪問結果の対策はSPSシート(顧客カルテ)で管理すべきであろう。日報などに訪問結果をかいてもほとんど見直すことがなく顧客への対策もその場限りの応急対策になり、真の対策を立てることが難しいのである。日報だけで営業マンの管理をしている会社があるとすれば時代遅れもはなはだしい。早急に管理手法を代えなければならない。

(4) 培養行動管理(B行動管理)

賃貸マンションや住宅営業において中長期におけるB(培養)客を管理しBS,S客にランクアップすることが重要である。そのためには営業マンの培養行動を管理する必要がある。1ヶ月間のDM件数、TEL件数、訪問件数(商談為の訪問件数ではない)を30日間で何件、培養行動したかを管理しなくてはならない。培養行動管理がされていない為、BS.S客がコンスタントに増えてこないのである。

(5) 進捗状況管理 (契約前・着工前)

商談客を管理する為に組織全体で進捗状況を管理する必要がある。「進捗状況管理表」や「進捗管理ボード」(ホワイトボード) を使用し受注に対する意識を明確に持たせる為に必要になる。また商談プロセスを明確にすることで営業効率をアップさせることができるのである。予定と実績を把握、管理しなければならない。商談プロセス項目は以下のようにするとよい。商談プロセスを確実にまもり実行することが重要である。いきなりプランや事業計画書を提出する営業ではとても受注増加は見込めない。事業計画書を提出したときは契約の時期であることを認識しなくてはならない。事業計画書の提出が商談開始だと思っている管理者や営業マンがいたら猛反省していただきたい。

市場環境調査提出[賃貸マンションのみ]

税金シミュレーション提出[賃貸マンションのみ]

敷地調査アポイント

敷地調査、役所調査、法務局 (公図 / 謄本)

敷地調査書提出

資金計画書の提出[住宅のみ]

事業企画書提出 (基本企画、概算予算と収支) [賃貸マンションのみ]

建築計画スケジュール表提出

プラン提出

見積書提出

事業計画書提出[賃貸マンションのみ]

現場・案内

契約 (仮契約 / 業務依頼 / 設計契約 / 申し込み等、調印と入金の伴う行為)

契約後、着工までの進捗状況管理も行うのは当然である。

(6) 内容・問題解決管理 (S P S 管理・顧客カルテ)

顧客情報管理のなかでもっとも大切なのが S P S 管理である。S P S 管理とは、顧客カルテを作成し、顧客プロフィール、問題解決項目のチェック、折衝記録を顧客ごとに作成し商談ごとに作戦を立てるのである。S P S マニュアルやシートを使い管理していただきたい。(2) から (5) の管理ができなくても S P S 管理だけは実践していただきたい。

以上

2. ライトを感じて（第5回海外視察研修報告記）

取締役副社長 若林 信孝

2 度目のライト

シカゴは事前に聞いていたほど、寒くはありませんでした。市民は軽装なコートをはおり、市内を軽快に歩いていました。あいにくの雨模様で、上空には雲がかかり、シカゴ名物の摩天楼を実感することはできませんでした。世界第2位の高さを誇るシアーズタワーからの眺めも白い雲に街が覆われていました。雲の切れ目からシカゴの街を少しだけ感じることができました。それでも、雨模様の摩天楼は情感があり、心が揺さぶられました。

今回の海外視察は2003年11月2日に成田を出発し、シカゴとニューヨークの住宅、マンション、リフォーム物件を視察し、7日に帰国するという強行軍でした。参加者は20人、会社の代表から営業や設計、インテリアコーディネーターまで、建設業界といえども様々な方にご参加頂きました。今回のメインはシカゴのオークパークにあるフランク・ロイド・ライトの住居と彼の設計した25棟の住宅を見学することです。私は5年ほど前に一度見学したことがあり、今回の再会を楽しみにしておりました。

ライトが私達に何を語るのか、2度目なので最初の感動は得られないのかといった不安と期待を持ちながら、オークパークに向かいました。結論から述べると、ライトは私達に期待以上のものを与えてくれたようです。初めてライトに触れた時の感動とは異なる感動を得ることができたのです。

癒しの空間

11月初旬のオークパークは小雨模様で、楓は赤く、銀杏は黄色く、美しく色づいていました。雨水に当たり、原色が目にまぶしいほどの輝きを放っていました。落葉樹と落ち葉、さらに曇り空と小雨の中でライトの建築設計事務所併用住宅の外観と環境が見事に調和されています。

濃いグレーの外壁と鋭角に切られた切り妻の妻側に玄関があります。築100年以上と言われてもにわかには信じがたい外観は、落ち着いた中にも確かな主張を感じることができます。玄関を入ると階段スペースと来客用の居間があります。ライトはここで、親しい友人との語りを楽しんだのでしょう。外から入るとホッと一息つける癒しの空間です。アメリカの家なので派手な装飾をイメージするかもしれませんが、派手とは縁遠い色使いをしています。

ライトは日本建築、特に神社仏閣建築に大きな影響を受けたときいています。どちらかということ、神社の本堂へ向かう通りにある小庵というイメージかもしれません。見事なのはどの空間も細部にこだわっているということです。余程注意しないと、見落とししてしまうようなところにまで装飾彫りをしています。

外と内を完全に遮断するというのではなく、外部の雰囲気や内部空間で心地よく感じ

ることができます。それは、外部に向かい安易に大窓や掃き出し窓を設計するのではなく、人の行為、動作に応じほどよいバランスで外を感じることができるように設計されているのです。例えば、居間の出窓から外を感じてみましょう。出窓から外部空間全体を見ることはできません。しかし、外部の一部を内部に取り込むような感覚になるのです。京都の源光庵にある「悟りの窓」や「迷いの窓」はご存知でしょうか。JR東海の広告で有名になったあの窓です。あの窓の感覚に通じるものがあります。

居間から食堂への動線が圧巻です。10帖スペースほどの食堂に行くのに食器棚のある小部屋を通ります。天井も低く圧迫された感じさえ持つような空間です。この空間から、食堂に入ると視野が大きく開放され、気持ちまで解き放たれた感じを得ることができます。この手法は2階のプレイルームでも味わうことができます。狭い空間から広い空間に行くと、実際の面積よりも広く体感できるという感覚的な錯誤をたくみに活用しているのです。

心を感じる設計

100年前にこの食堂において家族団欒で食事をしていた様子をイメージすることができます。ライトの席は窓の前だろう。妻のキャサリンはライトの席の対面だろう。ライトの右側から年長の子供が座り、一番年下の子供はキャサリンの隣に座る。6人の子供が行儀良く並んで座り、ライトのお祈りで食事が始まる様子を想像することができるのです。玄関から二つの居間を通り、小部屋から食堂に至るところで、すでに私達はライトの世界に入り込んでしまったようです。

指導会で展示場接客の訓練をするために、私はよく大手住宅メーカーの展示場に出向きます。下記はそこで感じる正直な気持ちを羅列したものです。

- ・ 人の生活を簡単にイメージできる空間を創っていない
- ・ 設計に対する意図や意味といったものを感じることができない
- ・ 凝ったデザインや、流行のガーデニングは充実している
- ・ 置いてある設備もトップメーカーで、最新式のデジタル対応のキッチンセットだったりする

《要するに、住まいの展示場ではなくメーカーが主催している家電製品の展示会のような趣である》

実際に住まいを見学に行く顧客は自分の生活とズレを感じ、失望して帰宅することが多いのではないのでしょうか。住まいは「人が主」と書きます。物が主ではないのです。人の心を感じられない住まいは単なる「家」なのでしょう。ちなみに家はうかんむり、つまり、屋根に豚と書きます。「家」という文字は屋根があり、雨露をしのげる構造のことを言っているようです。だから、接客も物中心になるのです。接客トークから人の生活をイメージすることはできません。それは、展示場が物中心に作られているからです。自分や家族がもしここに住むとしたら、どのように住まうのかと想像できないでしょう。大手住宅メーカーの展示場はほとんどの場合、探客、集客が目的で設計されているので、人が住まうという観点が欠けているようです。

ライトの住まいはある空間に佇むだけでライトと家族の生活の様子を想像できます。それはライトが家族に多くの愛情を注ぎながら設計したということでしょう。居間、食堂、子供部屋、2階の30帖ほどのプレースペースなど、すべての空間にライトの心を感じることができます。私達は時空を越えて100年前のライトの心に触れたことができたのです。

子供部屋ではライトの子供達が私たちを向かえてくれます。15帖ほどのスペースを真中で二つにわたった設計です。間仕切りの上部が空いており、子供達がいつもお互いを感じられるようになっています。

音楽、自然、宗教、美術、そして、家族への愛情

さて、圧巻なのは2階のプレイルームです。このプレイルームではライトの設計思想のすべてを感じることができます。音楽、自然、宗教、美術、そして、家族への愛情といったライト設計の主たるコンセプトがすべて表現されています。

音楽の要素ではグランドピアノの鍵盤部分だけを部屋に入れてあります。おしりの部分は何とプレイルームの壁を突き抜けて、1階に下りる階段に出しているのです。この設計はライトの大胆さを物語っています。この階段では、グランドピアノのおしりに頭をぶつけないように緊張しながら降りなくてはなりません。

背の低い子供達に外部の自然を感じさせるために子供の視線に開口部の高さを合わせています。私達大人がこの開口部から外を見るためには、かがむ必要があります。子供は成長します。当然、背も高くなるでしょう。普通なら、この時点における子供の視野の高さなどは無視して窓の高さを決めるはずですが、ここにライトの子供への教育上のこだわりを感じることができます。恐らく、5歳から8歳前後の子供の視線に合わせていると思われます。つまり、この年頃の子供には感性を育成することが大事だとライトは感じたのでしょう。このような点からも、ライトは家族を大切にしていたことがわかります。

宗教を感じたのは、このプレイルームの造りが日本の神社、仏閣の本堂の造りとオーバーラップしたからかもしれません。これは私の勝手な解釈なので、間違いかもしれません。例えば京都の神社、仏閣がひらめくのです。源光庵の丸い「悟りの窓」や四角の「迷いの窓」から見られる外部のいとなみと内部空間との繋がりや、詩仙堂や宝泉院の内部空間と外部空間の繋がりとの共通性を感じるのです。ライトのプレイルームも京都の神社仏閣も共に宗教的な精神の安定性から生まれた美ではないでしょうか。ライトが敬虔な宗教家かどうかは問題ではなく、精神的安定がこの作品を生み出したのではないかということです。そうでなければ、源光庵、詩仙堂や宝泉院に佇んだのと同じような心の平静さをライトの空間で感じることはできないでしょう。ライトの設計した空間は時間という概念を忘却させるような落ち着きを感じさせるのです。

照明を始め、家具、調度品、各美術品まで含め、日本的なアイデアを細部に見ることができます。ライトは先祖、もしくは前世が日本人ではなかったのかと感じるほどです。

アトリエの内部も感動です。各空間で人がどのような行為、行動、さらに思索をするのか考慮に入れて設計されています。また、人と人との関係を大事にし、家族間の信頼は基より、友人や仕事の仲間も大事にしたのでしょう。20代でこの住まいとアトリエを設計したということは人格的にも成熟されていたのでしょうか。

アトリエは八角形の空間で囲われています。机上には当時の設計図面が置かれていました。ライトの弟子達がライトの指導のもとにここで設計図を引いていたのでしょう。八角形の各窓からは、光の表情が朝、昼、晩と変わります。窓は天井に近いところにあるので1日の光の変化をすべて享受できるのです。光が回るという表現がいいのかもしれませんが。

ライト個人のデスクのある部屋を真中にして八角形のアトリエとシンメトリーの位置にあるのがやはり、八角形の書籍室です。この書籍室でライトは学習や思索をしていたようです。曇りガラスによるトップライトと天井近くにある開口部が学習や思索にはほど良い明るさを確保してくれます。ここでライトは多くのひらめきを得たのではないのでしょうか。素晴らしいひらめきは素晴らしい空間から生まれるようです。

異文化による相乗効果

さて、ライトに再会し、さらに大きな感動を得ることができました。それは明らかに5年前とは異なるものでした。自分のものの見方が変化したのでしょうか。今回、全体を通して気になったのは、このような設計ができたライトのスキルと人格がどのような人生経験から、形成されたのかということです。また、この住まいの図面を元に実際に建築した監督や職人、各工種の業者のことです。

偉大なる設計者と建築家のコラボレーションにより、この作品が生まれたのでしょうか。恐らく、現場ではライトと職人の間に様々な葛藤があったのではないのでしょうか。何しろ、100年前では未知のことに挑戦しているのです。

ライトが現場の職人に説得します。信頼関係が構築されます。現場の意見を取り入れます。このような過程で設計と現場、それぞれ違う立場の見方を取り入れ、完成されたのではないのでしょうか。図面を渡され、単に図面通り作ればいいというのではなく、職人もその住まいに住む住まい手に愛情を感じながら、建築を進めていったのではないのでしょうか。そうでなければ、100年後の現在、世界中のファンがこのオークパークに来ることはないでしょう。

さらに、各空間設計からライト設計の根本にあると思われる二元論的なバランスの存在を知ることができました。外部と内部、光と影、新しいものと古いもの、西洋と東洋、大胆さと繊細さ、人と物、狭い空間と広い空間、静と動、行為と思索、仕事と家族など。違いを対立させるのではなく、調和させること。さらに、各要素が一つ一つ存在する以上に大きな効果、つまり相乗効果を感じさせるような設計思想を各空間に感じたのです。ライトはこのバランスを意識的に取り入れたのでしょうか。100年前の時代背景を考えると驚異的でさえあります。異文化と異文化が敵対するのではなく、お互いの違いを理解し、さらに調和させ、相乗的な効果を挙げるといふ現在の世界的なテーマを100年

前に建築で実現していたのです。

私達は建築や設計上の技術、つまり、単にテクニックを学習したのではなく、まさに「匠の技」、つまり、高貴なスキルを感じることができたのです。さらにそのスキルの背景にあるライトの人格に触れ、貴重な経験をしたのです。

さて、3度目のフランク・ロイド・ライトは私達に何を語ってくれるのでしょうか。楽しみです。

以上

3. 第5回 アルファヴォイスコンサルティング海外視察研修報告 最新のアメリカ住宅・賃貸マンション視察

2003年11月2日から11月7日の6日間、シカゴ・ニューヨークの視察研修が行われ、約20名の方々にご参加いただきました。ハードなスケジュールでしたが、アメリカの建築・文化・風土に触れ、多くの感動と発見のあった意義深い視察になりました。ご参加いただいたの方々より感想をいただきましたので、ご紹介させていただきます。

- (視察内容)・旧帝国ホテルなどを設計し、建築業界に多大な影響を与えたフランク・ロイド・ライトのアトリエ、住宅(オークパーク)等の視察
- ・シカゴ市内の再開発により計画されたタウンハウスの視察
 - ・ビル、倉庫のリニューアルにより計画された分譲マンションの背景とコンセプト、企画についてのレクチャー及び視察

アルファヴォイスアメリカ視察研修に参加して

株式会社 ジョー・コーポレーション
専務取締役 中岡成起

11月2日から8日間、アルファヴォイス主催のアメリカ住宅・マンション視察研修に参加してニューヨークへ行って来ました。今回の研修は、天才建築家フランク・ロイド・ライトの住宅を新興住宅街の視察に加え、現地の優秀な建築会社のトップとお話する事ができた事が魅力です。シカゴ到着後、郊外へ車で一時間ほど走り、ライトの自邸とスタジオのあるオークパークへ行きました。ここにはライトの初期の作品である個性的で優雅な住宅がたくさんありました。フランク・ロイド・ライトは建築界にもっとも大きく影響を及ぼしたアメリカ人建築家と言われています。好奇心のままに様々な形と素材を組み合わせ、建築が及ぼす環境の性質や目的に関する従来の考えに挑戦し続けました。彼の生涯変わらぬ自然への愛着がインスピレーションを生み、個性的でいてなお自然と一体となった素晴らしい作品を数多く残しています。ここシカゴにはライトの作品が世界中でも数多く存在しています。ライトはここでプレーリースタイル(平坦な大草原の土地を想起させ、地面を抱え切るような思い切ったデザイン)を開発しました。それは生まれ育った故郷の風景に根を持っていたから開花した才能なのでしょう。人間の才能とはこんなに素晴らしいものかとドキドキしてしまいました。また、チェルシー地区では、中古ビルの改装事業を見学させて頂きました。この物件はニューヨークの不動産コンサルティング会社のJK社長が建物所有者から15億円で購入し、10億円の改装費を投入して40億円ほどで販売したものだそうです。結果は10分で即売。尚且つ申込条件を厳しくする事により一つのキャンセルもなかったとのこと。これこそ不動産土地活用

の手本であり、高付加価値提案事業といえるでしょう。日本では建物が古いと、資産価値が下がるのが一般的ですが、欧米では古きを価値と考えている人が多く、古さを活かす事によって新築以上の付加価値を提案できるのだそうです。

今回の研修を通して、新しい自分のありたい姿にたくさん出会いました。いつの日かまたここに来る日がくるでしょう。そのときはしっかりと地に足を据えたビジネスマンとして来たいと思います。

以上

アルファヴォイスアメリカ住宅マンション視察研修を終えて

西野建設株式会社 建築営業課

ゼネラルマネージャー 都馬雅彦

私自身が今回初めての海外でしたし、テロの心配も重なり、正直言ってかなりの緊張感で日本を出発致しました。

まず到着しましたのは、小雨のシカゴ...やはり日本よりも少し寒い感じがしました。翌日にはシカゴ市内にありますフランク・ロイド・ライト設計による住宅と自邸を視察することが出来ました。現地ガイドの方に案内説明をしてもらいましたが、特に自邸は内部までしっかりと見学できたと思います。ライト自身が最も意識したとされる「建物と自然との調和」と建物随所に施された画期的なアイデアや工夫は当時とても新鮮であったと思われまます。また20歳でこの建物を設計したと聞き、さらに驚かされました。フランク・ロイド・ライトは最も影響を及ぼしたアメリカ人建築家というのも頷けます。更に、その建物があるオークパークの景観の美しさ！！季節が秋ということもあり、一枚の絵画のようでした。持っていったデジタルカメラで何枚も写真を写してしまいました。帰国してから会社の人たちや私の家族・友人にも見せびらかしてしまいました。改めて感じましたが、私たち建築に携わる者として、建物建設において周りの環境への配慮という点で、非常に大切な仕事をしているのであると思いました。その後同じくシカゴにおいて、新興住宅地「タウンハウス」を訪ね、アメリカの住宅事情を見ました。話には聞いていましたが、工事中の建物を実際に見てみると、躯体の簡素なものには驚きました。

また自由視察では、シカゴにおいて本場のジャズを聴き、ニューヨークブロードウェイで、ミュージカル鑑賞をし、食事は全てダイナミックで吃驚^{びっくり}し、アメリカの空気に触れることが出来ました。現実の世界ですが、日本から離れて夢のような6日間であったと思います。今の自分を見つめ直す良い機会でもありました。また、来年はスペインの予定だそうで欲張りかもしれませんが、是非行けるように営業実績を残し、頑張ろうと思います。私の人生の中でも、とても大切な思い出に残る6日間でありますし、参加させて頂いた会社と企画運営をして頂いたアルファヴォイス野村社長様をはじめ、スタッフ皆様に感謝しております。本当に有難うございました。

以上

アルファヴォイスアメリカ住宅マンション視察研修を終えて

西野建設株式会社 富山支店 建築営業課

チーフ 山田雅美

このたび、11月2日から7日にかけてアルファヴォイスコンサルティング株式会社主催の「アメリカ住宅・マンション視察研修」に参加させて頂きました。終わってみれば本当にあっという間に時間が過ぎてしまい、毎日がとても楽しくとても充実した4泊6日の研修でした。

今回の研修では見るもの聞くもの初めてなことから、学ぶことばかりでしたが、まず率直な感想として、“その空気に触れること、自分の足でその地に立って、自分の肌で感じる”ということがいかに大切か！ということをおもいました。百聞は一見にしかかずというのは本当です。

実は今回は、営業成績の報奨として会社から行かせていただきました。当社からは社長と、都馬さんと三人での参加でしたので、出張ということで責任や使命感も強く感じていましたから、個人で行く旅行だったらもっと気軽に気構えも無く、こういった視点で物事を感じることが出来なかつたろうと思います。

また、今自分における環境や年齢と言った影響で、感じることも変化するのだろう...と自分自身を見つめ直したりも出来ました。

今回の研修の案内書を見たときに、恥ずかしながら私はフランク・ロイド・ライト氏を良く知らず、部長にどんな人なのかを教えていただいた程無知でした。その後専門書の本屋へ行き、フランク・ロイド・ライト氏に関する本を読んで研修に参加しました。懇親会の間で他社の方々が「ライトの自邸を見れると聞き、飛びついて参加しました」と口々に言われるのを聞いて恥ずかしかったです。中途入社で建築の勉強を専門にしていないう私が建築の仕事をしているのだ...ということに改めて考えさせられる良い機会でした。今後はもっと興味を持って見聞を広げなければならないと思います。

シカゴでは、まずその綺麗な街並みに感動しました。街全体が絵葉書のように、ずっと天気が悪く雨が降っていたのですが、雨に濡れた街路樹や建物がくっきりと這えて、それがまた綺麗でした。100年経つ住宅街も歩きましたが、古さを感じさせない、手入れの行き届いた美しい建物ばかりで驚きました。

自分で思い描いていたニューヨークと、現実のニューヨークも随分と違い、それは自由時間に街を歩いたり、地下鉄に乗ってみたりして感じました。夜はブロードウェイで本場のミュージカルを見て、本物に触れるというだけで何だか豊かな気持ちになり...入社して5年が経ちますが、私の人生において野村先生をはじめとするアルファヴォイスの先生方と社長と一緒に、ニューヨークの夜の街でお酒を飲むなどは夢にも思いませんでした。

今回の旅を通じて私は思いました。入社して5年間、本当にたくさんの勉強をする機会恵まれて、自分の人生も大きく変化をしてきたと思います。またアルファヴォイスコンサルティング株式会社の先生方を通じて、全国で頑張っているたくさんの人に出逢い

良い刺激を受ける。こんな幸せなことは無いといつも思います。この年末の忙しい時期、1週間もアメリカへ行かせていただくことが嬉しいけど心苦しくて、でも上司、同僚皆が「仕事のことは一切忘れて楽しんで来い」と気持ち良く送り出してくれました。周りの人達への感謝の気持ちを忘れること無く、この経験を活かし、会社に貢献できる人間になりたいと思います。そして、お客様の夢を実現する大きな仕事に携わらせてもらっているのだから、もっと色々なことを経験して、豊かな人間になりたいと思います。

最後になりましたが、この貴重な勉強をさせて頂いた事を心から感謝を申し上げます。有難うございました。



ライト事務所（シカゴ・オークパークにて） ライトの作品（シカゴ・オークパークにて）



ニューヨークにて

シカゴ・タウンハウスにて

写真提供：株式会社 小林住宅工業 代表取締役 小林康雄 様

【次回予告：予定】

日 時：2004年10月30日（土）～11月6日（土）

視察先：スペイン

テーマ：アントニオ・ガウディと世界遺産

サグラダ・ファミリア、グエル邸 他

アルハンブラ宮殿

詳細が決定次第、詳しいご案内をさせていただきます。（来年6月頃）

4. A V Cセールスカレッジ開講のお知らせ

本年もいよいよ残すところ、あと数日となりました。

来年度に向かって、営業マン教育などの方針を策定されている企業も多くあることと思います。

アルファヴォイスコンサルティングでは創業以来、営業強化をテーマにセミナーを年に3～4回、公開で開催してまいりました。しかし昨年は、各社の個別コンサルティング活動に追われ、残念ながら公開セミナーを開催することができませんでした。

大変嬉しいことに、アルファヴォイス倶楽部会員の皆様のみならず一般の皆様からも、『営業マン向けの公開セミナー』開催を望む声が多く寄せられました。

皆様の声を大別すると、

- ・定期的かつ、計画的、体系的にセミナーを開催してほしい。
- ・営業マンの数が少ないため、コンサルティングを受けるまでにはいたらないが教育は受けさせたい。
- ・中途入社社員向けのフォローアップ研修がほしい。
- ・他社の営業マンと交流させたい。
- ・知識研修はないか。

等でした。

これらの皆様のニーズを受け、来年3月よりアルファヴォイスコンサルティング事務所移転に伴い、常設研修会場を設置することと致しました。来年は計画的に年間公開セミナーを開催する事が決定しましたので、基本計画をお知らせいたします。日程、詳細については、決定次第ご案内させていただきます。

米国ハーバードビジネススクールにはセールス講座がありますが、日本では本格的なセールスカレッジはほとんど存在していません。将来の営業専門スクールを目指しながら「A V Cセールスカレッジ」と称し、僅かながらも一歩を踏み出したいと考えています。

皆様のご協力、宜しくお願いいたします

【セミナーテーマ（予定）】

1. 賃貸マンション営業マン向けセミナー
 - ・顧客の探し方（優良な土地を持つ地主を探す）
 - ・賃貸マンション提案のポジショニングと考え方（賃貸年金、ライフプラン他）
 - ・賃貸マンション営業に必要な税金の知識（固定資産税、相続税 他）
 - ・確定申告について
 - ・賃貸マンション契約に必要な7つの問題軸
2. リーダー(管理者)向けセミナー
 - ・プレイングマネージャー（リーダー）行動原則
 - ・O J T指導の重要性と方法

- 3 . 経営者向けセミナー
 - ・次世代建設業経営者講座
 - ・活力を生み出す賃貸マンション営業、住宅営業の給与体系の作り方(最新版)
- 4 . その他
 - ・効果的な現場見学会の開催方法と接客の実例
 - ・賃貸マンション営業ツール(アプローチブック)の作成と優良企業の実例

以上