



# アルファヴォイス倶楽部

VOL.122 2005.09

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**
2. **川田竹也先生の 賃貸マンション営業のための知識  
ワンポイントアドバイス  
～贈与税について(2)相続時精算課税による贈与～  
コンサルタント 川田 竹也**

### 営業リーダー行動綱領

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。また、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。

「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て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、言ってきかせて、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、企業の方針で現場を動かして展開させなければならない。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 (TBS 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。「敷地環境調査報告書」の提出、「事業計画書」(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(商談の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）

敷地環境調査報告書提出

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/申し込み等、調印と入金に伴う行為）

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（SPS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SPS管理である。SPS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。SPS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SPS管理だけは実践していただきたい。

以上

川田竹也先生の 賃貸マンション営業のための知識  
ワンポイントアドバイス

～ 贈与税について ( 2 ) 相続時精算課税による贈与～

コンサルタント 川田 竹也

前回は「一般の贈与」について解説をしました。今回は「相続時精算課税による贈与」について解説します。

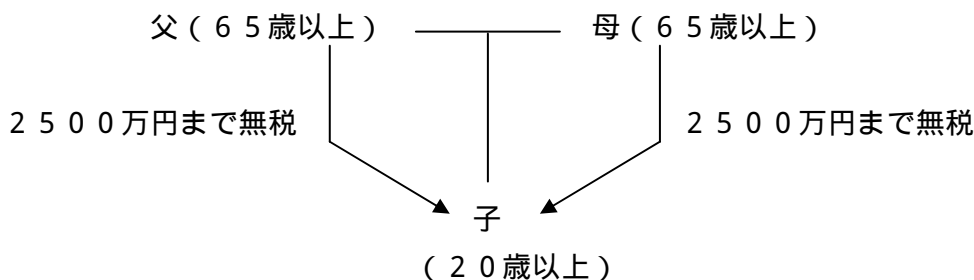
相続時精算課税制度の状況

平成15年1月以降の贈与からこの制度を選択できるようになりました。導入の趣旨は、滞っている高齢者の資産(預貯金等)を流動させることにより、経済を活性化させることでした。年始のワンポイントアドバイスでも書きましたが、平成15年度の確定申告調査では、相続時精算課税制度の利用者は7万8千人、資産の移転効果は1兆1620億円でした。特に住宅の取得に対して優遇されているので、1/3(約3900億円)が住宅取得資金だったといわれています。住宅1棟を2500万円とすると約1万5600棟がこの制度を利用した計算です。親からの援助のおかげで住宅取得者が増加したことが考えられます。

相続時精算課税制度のポイント

- ・ 親から子への贈与であること
- ・ 親は65歳以上であること(住宅取得目的の場合は65歳未満でも適用されます)
- ・ 子は20歳以上であること
- ・ 2500万円までは無税(住宅取得目的の場合は3500万円まで無税)
- ・ 数年にわたり贈与できる
- ・ 贈与税率は2500万円を超えた金額の20%
- ・ 親の財産である
- ・ 相続税評価額は贈与したときの評価額

相続時精算課税制度による贈与のイメージ



\* 条件が満たされている両親からであれば、5000万円までの贈与は無税。

### 相続時精算課税制度の注意点

この制度を利用する場合は、「一般の贈与」が使えなくなります。またこの制度を利用するときは、決められた期日に申告しないと大変なことになります。

- \* 「相続時精算課税選択届出書」を贈与税の申告書に添付する。
- \* 贈与を受けた翌年2月1日～3月15日厳守で申告する。

もし1日でも申告が遅れると「一般の贈与」と扱われて多額の贈与税を払うことになります。

### 相続時精算課税制度と相続税対策

相続時精算課税による贈与は、贈与する側（親）の財産だから贈与税はおまけしますよ！その代わりに相続税で払ってもらいますからね。という考え方です。相続税対策が必要な人がこの制度を利用する場合、相続が発生すると贈与した時の評価額で相続財産に加算されるので、現金で贈与しても意味がありません。将来、価値が上がると予想されるもの（土地、有価証券、美術品？など）や、現金と比べて評価が下がるもの（建物など）を生前贈与することで節税効果が上がることになります。

営業マンがこの制度をお客様にすすめる場合、贈与するものは何が適切なのかをアドバイスできることと、お客様がこの制度を利用したときには必ず申告までフォローするようにしてください。

【問題】路線価の評価額2500万円の土地を、相続時精算課税制度を利用して子供に贈与しました。しかし、申告が期日に間に合わず「一般の贈与」として扱われてしまいました。この場合の贈与税はいくらでしょうか？

解答はホームページにて <http://www.alpha-vc.co.jp>

以上

アルファヴォイス倶楽部のメール配信を行っています。ご希望の方は会社名、お名前、メールアドレスを[info@alpha-vc.co.jp](mailto:info@alpha-vc.co.jp) またはFAX03-5215-8717 まで。