

アルファヴォイス倶楽部

VOL.144

2007.11

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4-7-10 TEL: 03-5215-8711

《INDEX》

1. これからの土地活用営業【1】

代表取締役 野村敬一

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 ~相続人について(1)~

コンサルタント 川田 竹也

これからの土地活用営業【1】

代表取締役 野村敬一

(1) 土地活用営業に活路を見出す

日本の建設業は、かつて経験したことのない危機に瀕している。とりわけ地方ゼネコンの危機が本格的に到来している。

その危機を乗り切る一つの策は、土地活用事業を軌道に乗せ営業を強化することである。

土地活用営業を強化するには、マーケティング戦略構築と営業パーソンの育成の二点が重要課題である。本誌での連載は、まず土地活用事業におけるマーケティング戦略を具体的に解説する。ここで言うマーケティング戦略とは、狭義の意味で顧客情報の蓄積と活用(探客・集客)、商品戦略の二点に絞る。実践の営業活動で活用できるものであると確信している。

<顧客は誰か?>まず、この答えを明確にしておく必要がある。P.F.ドラッカーは「顧客は必ず二種類存在する」と言っている。

土地活用事業の顧客においても二種類存在する。

第一の顧客は「地主」、第二の顧客は「入居者・テナント」である。この二

種類の顧客情報を的確に収集・蓄積・共有化・伝達すなわち管理することである。その情報は営業パーソンの個人財産ではなく会社の財産として管理することが重要である。ベテラン営業パーソンの経験と実績は評価するが、彼らの個人的情報として埋没させてはならないのである。ベテラン営業社員の記憶にある情報を、会社の財産として活用しなくてはならない。また新たな情報を蓄積する効率的な方法を模索しなくてはならない。

二種類の顧客情報の収集と蓄積をどのようにして行なうのか、具体的行動レベルで解説すること、ならびにその情報を駆使して受注を効率アップする方法を解説するのが本連載の趣旨である。

これから解説する土地活用営業は、地方ゼネコンが実行すべき土地活用事業に絞っている。土地活用には多くの商品が存在するが、建設業にとってメリットのある賃貸マンション・アパート、高齢者施設、商業建築に限定している。

土地活用営業の基本は地主営業である。公共工事（第一市場）が減少するなか、民間営業を推進するのが、地方ゼネコンの生きる道である。

民間の建築市場は二種類に分類して戦略構築する必要がある。ひとつは民間法人市場（第二市場）、もう一方が民間個人市場（第三市場）である。第三市場はあくまでも個人から受注をとるスタイルであり、第二市場とは営業手法が異なる。第三市場でマーケティング戦略構築と営業力育成が可能になってこそ、第二市場でも強みを発揮できるのである。土地活用事業に限定するならば、賃貸マンション・アパート事業の営業手法、すなわち地主営業が強化されれば、おのずから第二市場も強化されていくのである。別の言い方をすれば、土地情報と入居・テナント情報を蓄積・活用することが、地方ゼネコン生き残りの唯一の戦略と捕らえて真摯に取り組むことであろう。

（２）土地活用営業のマーケティング手法

地主開拓営業のマーケティング戦略（探客・集客）を四種に分類した。

ネットワークマーケティング イベントマーケティング

マスマーケティング ダイレクトエリアマーケティング

ネットワークマーケティング

ネットワークマーケティングとは不動産業や税理士、協力業者、知人、友人からの紹介及び口コミ・OB 客のリピートオーダーである。しかし残念ながら近年極端に紹介情報が少なくなっている。もちろん紹介をとる活動は、常時必要なのであるが、それぞれ努力はしているものの決定打に欠ける。これだけに頼ると、土地活用営業は受注が安定しないのだ。

ネットワークマーケティングで有力であり、注力しなくてはならないのがOB客のリピートオーダーである。ある大手賃貸住宅メーカーでは、OB客のリピートオーダーが3割以上も占めている。一度建てていただいたお客様をきちんと管理し、まだ活用できる土地所有のOB客を的確にアタックすることが大切

である。単に OB 客を営業担当ごとに振り分け管理するのではなく、年に二回程度アタックする月を決め組織全体で、いっせいにアタックするほうが、効果は高い。賃貸マンションのオーナー会なども組織し、旅行やパーティーなども積極的に開催し、OB 客と積極的にお付き合いすることも必要である。

イベントマーケティング

イベントマーケティングとは税金や土地活用セミナー、現場見学会などのイベントで、顧客を開拓することである。これらのイベントは顧客にアタックする有効な手段であるが、残念ながらイベント参加者も限られてきている。かつては現場見学会なども、かなりの集客が見込めたが近年、来場者は減少している。イベントの新規集客方法に腐心するよりも、手持ちの管理客の動機付けとしてイベントを活用すべきであろう。新規集客数を競うよりも、セミナー参加者や見学会参加者を効率よく商談に上げる面談能力を高めるほうに注力すべきであろう。

マスマーケティング

マスマーケティングは新聞やチラシ、TV やラジオ、看板、ホームページなどであるが、ブランド構築のために弛まぬ露出を要求される。すぐに効果を発揮するものは少なく、広告宣伝費の費用もかさむ。やらないよりはやったほうがいいが、その効果はボディブローでしか効き目がない。そのことを承知の上、計画的かつ継続的に予算を計上して実行していかなければならない。また、ホームページの活用も重要であるが、それとてもマーケティングの決定打にはならない。土地活用を検討しようと思いついた顕在顧客にはそれも有効であるが、残念ながら顕在顧客で受注がとれるよき時代は既に終わった。積極的に土地活用を考える地主（顕在顧客）は全体の 20%程度と捉えるべきなのである。要するに地主の 80%は自ら積極的に土地活用で動こうとしない潜在顧客なのである。

ダイレクトエリアマーケティング

土地活用営業は潜在顧客に対し、いかなる方法で顕在化させるかが最重要課題なのである。その為には、受動的な紹介やイベントなどの安易な集客に主力をおくのではなく、直接地主にアタックする攻めの営業を行なわなくてはならない。

つまり土地活用営業のマーケティングの基本は、直接地主にアタックする、ダイレクトエリアマーケティングなのである。このマーケティング行動を習得することが、土地活用営業の基本営業戦略なのである。次回より具体的なダイレクトエリアマーケティングの手法を解説する。

以上

全国賃貸住宅新聞掲載記事より

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

コンサルタント 川田 竹也

相続人について（１）・・・法定相続人

前回までは土地や建物の相続税評価額について話をしてきました。今回からは亡くなった人の財産を受け継ぐ人“相続人”について話をすすめていきます。

法律で決まっている相続人・・・法定相続人

【法定相続人とは】

民法で決められた、被相続人（亡くなった人）の財産を受け継ぐ権利を持っている親族のことです。法定相続人は下記の親族になります。

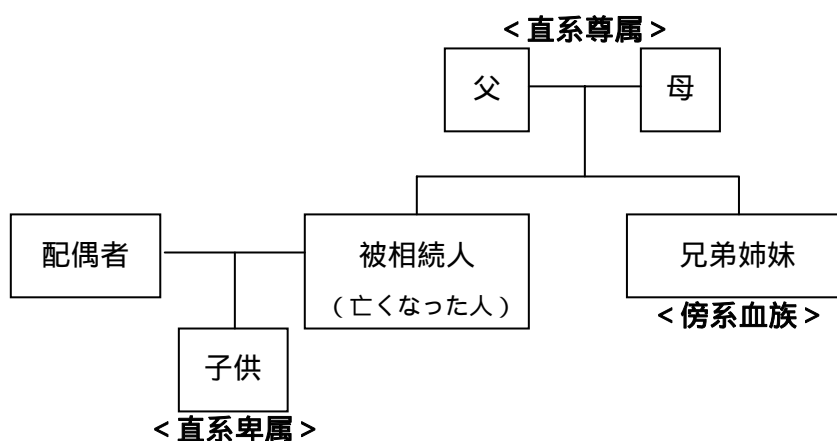
配偶者・・・法律上の夫、または妻です。（婚姻届を出していること）

子供・・・直系卑属（チョウケイヒゾク）とといいます。

父、母・・・直系尊属（チョウケイソゾク）とといいます。

兄弟姉妹・・・傍系血族（ホウケイケツゾク）とといいます。

法定相続人を証明するには戸籍謄本を使います。

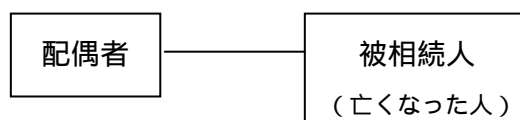


【相続人の順位】

法定相続人には優先順位があります。優先順位が高い法定相続人がいる場合、優先順位が低い親族は相続する権利がなくなります。相続権がなくなると法定相続人にはならないのです。

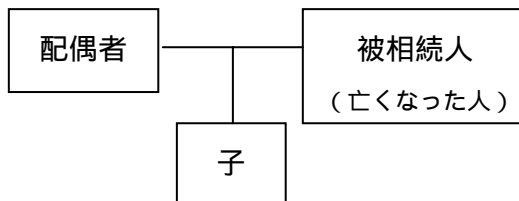
配偶者・・・必ず法定相続人になります。

必ず法定相続人



子 供 . . . 第 1 順位の法定相続人です。被相続人に子供がいるときは配偶者と子供に相続権があります。

必ず法定相続人

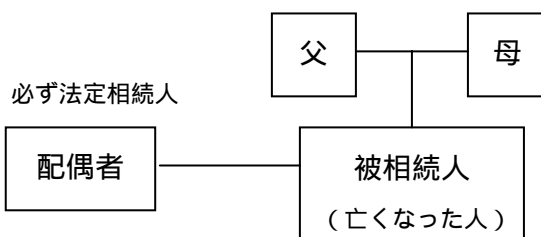


第 1 順位の法定相続人

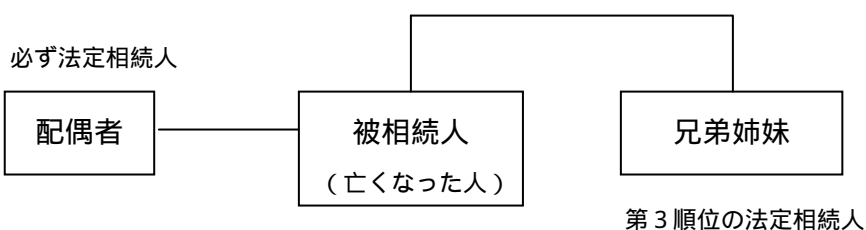
- 子供の範囲
- ・胎児（生まれる前の子供）
 - ・離婚した夫（妻）との子供
 - ・非嫡出子（結婚相手以外で生まれて父親が認知している子供）
 - ・養子
 - ・養子に出した子供（普通養子の場合） など

父、母 . . . 第 2 順位の法定相続人です。被相続人に子供がない場合に配偶者と親に相続権があります。

第 2 順位の法定相続人

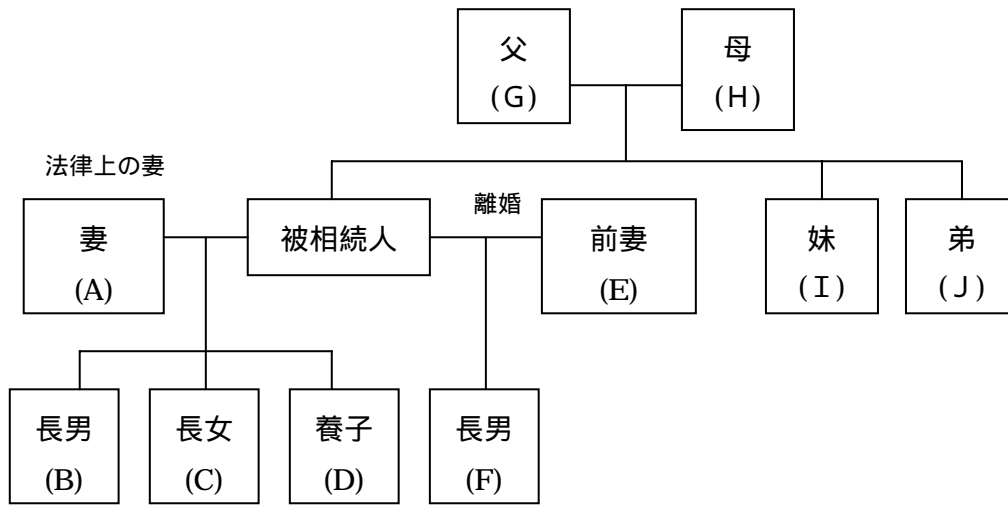


兄弟姉妹 . . . 第 3 順位の法定相続人です。被相続人に子供も親もない場合に配偶者と兄弟姉妹に相続権があります。



法定相続人の人数によって相続税の基礎控除額が決まります。法定相続人の情報は相続税を計算する上で大変重要になりますので、顧客の法定相続人については必ず把握して下さい。

問題 下記の家計図から、法定相続人が誰になるかを教えてください。



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

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 またはFAX03-5215-8717まで。