

アルファヴォイス倶楽部

VOL.161

2009.6

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. 建設業進化論 2009

代表取締役 野村 敬一

2. 川田竹也先生の土地活用営業のための知識

ワンポイントアドバイス～住宅瑕疵担保履行法～

コンサルタント 川田 竹也

建設業進化論 2009

代表取締役 野村 敬一

なんという建設市場の変化であろう。私は住宅産業に携わって35年、地方建設業とお付き合いして20年以上が経過した。コンサルティング業を生業として、毎日のように地方建設業、ホームビルダーを飛び回っている。変な自慢話になるが、20年間で飛行機の搭乗回数はJALだけでも1000回、ANAは600回を超えている。新幹線は記録がないので計算できないが間違いなく1000回を超えている。要するに全国を毎日のように飛び回り、建設営業の第一線の状況に直接、生で接しているのである。

その私（傲慢な言い方で恐縮するが、建設市場を肌で熟知していることに関してはかなりのものと自負している）がこの半年間、いや3ヶ月間で、今までに体験したことのない急激な市場の変化を感じているのである。

今までも、高度経済成長からオイルショック、バブル、そしてバブル崩壊、平成不況等、多くの市場の変化を体験してきた。しかし今回の市場変化は今までとは全く違うのである。今までの市場の変化（ある意味での経済危機）は、新たな市場創設の為のバネとして機能してきた。市場が変化するたびに新しい技術を創出させ、創意工夫と努力により新商品を市場に生み出してきた。

努力とアイデアで、新しい市場を開拓できたのである。しかし今回の市場変化は、今までのそれとは根本的に違うような気がする。

今、報じられている米国発の世界同時不況とは全く異質の市場変化が日本には起きているのである。日本が抱えているもっとも深刻な状況は、人口が減っているということである。統計学的に見れば、人口が増加している沖縄を除いて、日本民族はいつか消滅するということである。日本民族誕生以来、初めて経験する深刻な変化が起きているのである。日本国の根本的な課題は政治家に任せるとして、我々は、人口減少を与条件として新しいビジネスモデルを構築して行かなければならないのである。政治家にはもうほとんど絶望しているが、我々には企業を存続させる責任がある。なおかつ市場の建設ニーズに応える社会的責任がある。冷静に市場を分析し、的確に次の一手を打たなければ、企業は滅亡するのである。『最も強いものが生き延びるのではない、賢い者たちが生き延びるのでもない、変化した者達のみが生き延びるのである』ダーウィン進化論と同様である。

我々が生き延びるには、良くも悪くも変化を恐れてはいけない。

企業進化論は『変えてはいけないものと、変えなくてはいけないものとを区別し、速やかに実行することである』この判断が難しい。客観的かつ冷静な分析力と洞察力が必要になる。そう簡単なことではない。アルファヴォイスコンサルティング(株)は、その変化のお手伝いができなければ存在価値はないと認識している。

アルファヴォイスコンサルティング(株)には長年蓄積した営業スキルがあり、それを賃貸マンション、戸建賃貸住宅、注文住宅、リフォーム&リノベーションのテキストとしてまとめている。しかし、昨年改訂したテキストが、すでに今年も改訂せざるを得ない状況になっている。それもかなりスピードアップしないと、市場の変化についていけそうもないのである。

これらの営業テキストは、第一線の営業マンの成功・失敗事例がもとになっている。すなわち、「誰が」「何を」「どのようにして」受注できたのかを、統計学的に考察した結果のテキストなのである。簡単に言うとアルファヴォイスコンサルティング(株)のテキストは、クライアントの営業の皆様が『受注確率の最も高い営業行動の成功事例集』なのである。大げさに言えば、何万人かの営業の涙と汗の結晶がこれらの営業テキストなのである。このように実践から学んだテキストを今までに私は見たことがない。

テキストの内容、カテゴリーは大きく3つある。

マーケティング(探客・集客)編

営業プロセス編

セールス コミュニケーション スキル(SCS)編

以上のカテゴリーで、最も改訂が必要なのはマーケティング編である。マー

ケティングとはその名の通り、マーケット（市場）+ING、すなわち市場が動いているということなのである。市場の変化を敏感にとらえその手法を考察し、一手を打つことなのである。まさに今、建設業が求められているのは、急激な市場の変化に対してマーケティング戦略をどのように構築するかなのである。従来のビジネスモデルはすでに崩壊した。受注の減少、すなわち売れないということは、マーケティング戦略の再構築が必要なのである。市場の変化をとらえ、商品と探客・集客方法を抜本的に見直さなければならない。実際、すでに先見の明がある企業は、敏感に反応し受注拡大をしている。

私が見ている建設市場別変化とその対応について、テーマのみを列挙する。ご案内のセミナー【2009年7月23日(木)、24日(金)に東京にて開催】に参加していただければ幸いです。

建設業進化論 2009 テーマ

【賃貸住宅市場】

都市型賃貸マンションへの移行
少額投資案件への変化
未活用地とは

【住宅市場】

顧客ニーズの大幅な変化
住宅商品の二極化
どうしたら売れるのか(変わらない原則と変えなければいけないマーケティング戦略)

【リフォーム&リノベーション市場】

新たな営業の育成
本格的リフォーム&リノベーション市場に備えて

【これからの建設業の姿】

古くて新しい、新たな建設業の姿は『建設業と不動産業の融合体』
新たなマーケティング戦略を実行できる会社が生き残る

以上

川田竹也先生の土地活用営業のための知識 ワンポイントアドバイス

コンサルタント 川田 竹也

住宅瑕疵担保履行法

住宅瑕疵担保履行法により新築住宅の供給するしくみが大きく変わります。新築住宅を供給する事業者は、平成21年10月1日以降に引き渡す新築住宅から、10年間の瑕疵担保責任を実現するための資力確保措置が義務付けられました。この法律により新築住宅の購入者は、住宅の欠陥に対して適切な保証を受けることができるようになります。

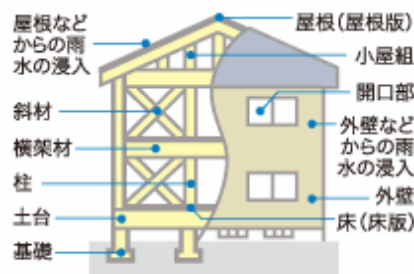
正式名称は「特定住宅瑕疵担保責任の履行の確保等に関する法律」といいます。

【特定住宅瑕疵担保責任】

新築住宅を供給する事業者は、構造耐力上主要な部分と雨水の浸入を防止する部分に欠陥がある場合、10年間は補修や欠陥による損害を賠償する責任があります。

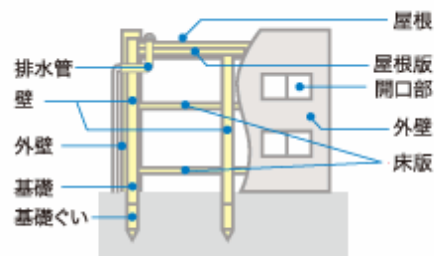
< 瑕疵担保責任の範囲 >

木造：在来軸組工法の戸建住宅の例



2階建ての場合の骨組み
(小屋組、軸組、床組)等の構成

R C造：壁式工法の共同住宅の例



2階建ての場合の骨組み
(壁、床版)等の構成

国土交通省ホームページより

しかし、新築住宅を供給する事業者に10年間の瑕疵担保責任を義務付けたとしても、事業者が倒産した場合には欠陥部分の補修や損害賠償ができなくなります。そこで事業者が倒産した場合でも、10年間の瑕疵担保責任を履行できるように住宅瑕疵担保履行法がつけられました。この法律により事業者は瑕疵担保責任を履行するための資力の確保を義務付けられることになりました。

住宅瑕疵担保履行法の対象になる新築住宅

戸建住宅、分譲マンション、賃貸住宅など住宅として使う新築建物の全てが対象になります。店舗や事務所併用住宅は住宅部分と共用部分が対象になります。

事務所や倉庫など住宅以外の建物は対象になりません。

【資力確保の方法】

資力確保は「保険」と「供託」の2つの方法があります。事業者は2つの方法を併用して利用することができます。

保険による資力確保

住宅1棟ごとに国土交通大臣が指定する住宅瑕疵担保責任保険法人と保険契約を結び、瑕疵担保責任の履行の費用を保険金で払う方法です。保険料は掛け捨てタイプの10年間の一括払いとなっているので、支払った保険料は戻ってきません。

保険による資力確保は工事中に保険法人の検査員による現場検査があり、検査で問題がなかった場合に保証を引き受けるようになっています。

もう一つのサービスとして、もし事業者と住宅購入者が住宅の瑕疵について紛争が生じたときに、専門の紛争処理機関による紛争処理体制を整えています。

住宅瑕疵担保責任保険法人は国土交通省のホームページで閲覧できます。

< 保険料の目安 >

| | 保険料の目安 |
|---|-----------------------|
| 戸建住宅（床面積 120 m ² の場合） | 67,000 円～92,000 円 |
| 共同住宅（20 戸 4 階一戸当たり 75 m ² の場合） | 820,000 円～1,340,000 円 |

供託による資力確保

法律で定められた保証金を供託所に預けて、瑕疵担保責任の履行の費用を供託された保証金で払う方法です。10年間の瑕疵担保責任を保証するため、平成21年10月1日以降の10年間に供給した新築住宅の戸数に応じて保証金を供託します。

供託する保証金は供託所に預けているので、将来取り戻すことができます。

< 供託する保証金の額 >・・・抜粋

| 供給戸数の合計 | 乗ずる金額 | 加える金額 |
|--------------|--------|----------|
| 2 戸～10 戸 | 200 万円 | 1,800 万円 |
| 10 戸～50 戸 | 80 万円 | 3,000 万円 |
| 51 戸～100 戸 | 60 万円 | 4,000 万円 |
| 101 戸～500 戸 | 10 万円 | 9,000 万円 |
| 501 戸～1000 戸 | 8 万円 | 1 億円 |

例えば、供給戸数100戸の場合 100戸×60万円+4,000万円=1億円になります。

住宅購入者から見ると保険による資力確保の方が、工事中の検査や紛争処理体制があるので安心できる内容といえるでしょう。お客様に安心して住宅を購入していただくためにも、住宅瑕疵担保履行法について説明できるようにして下さい。

営業ツール（住宅瑕疵担保履行法の解説）をホームページに記載していますのでご利用下さい。

<http://www.alpha-vc.co.jp>

掲載内容・公開セミナーについてのご質問・ご意見、また、アルファヴォイス倶楽部のメール配信をご希望の方はご連絡下さい。info@alpha-vc.co.jp / FAX03-5215-8717