



# アルファヴォイス倶楽部

VOL.114 2004.12

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

## 《INDEX》

### 1. 営業スキルの真の目的を考察する

代表取締役社長 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 ~ 建物によって変わる住宅用地の範囲 ~

コンサルタント 川田 竹也

### 営業スキルの真の目的を考察する

代表取締役社長 野村 敬一

『営業にはルールがあり定石がありプロセスがある、すなわち営業スキルが存在している』

Alpha Voice Consulting の使命は、この営業スキルを開発する事である。この17年間で曲がりなりにも営業スキルは確立してきたような気がする。

Alpha Voice Consulting が開発してきた営業スキルとは簡単に解説すると大きく以下の4つに分けられる。

#### (1) マーケティングスキル

狭義の意味で、探客・集客を指す。探客・集客の方法をさらに4つに分類してスキル化した。

ネットワークマーケティング

イベントマーケティング

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) 商談クロージングスキル

商談を初期面談、ランクアップ、クロージングのプロセスに分解し、各プロセスに

おける面談事項をマニュアル化し標準化した。

### (3) マネジメントスキル

営業管理者が行うべきマネジメントを、部下労務管理と顧客管理に分けスキル化した。

### (4) セールスコミュニケーション

コミュニケーションには基本とスキルが存在する。セールスにおけるコミュニケーションを基本と原則に則りながら、営業場面の実践に即した形で解説する。

これらの営業スキル開発は何のためにしてきたのであろうか。あらためて最近ふと考えることがある。

もちろん Alpha Voice Consulting が開発した営業スキルを学んだ営業マン、ひいてはクライアント企業が業績を伸ばす。そのお役に立つ。これは当然の目的である。

もう一方で、私も創業者であり経営者であるから、コンサルティング事業の安定と拡大、利益追求を考えてきた。

コンサルティング事業、研修事業を継続発展させる為には、経験則的な、根性論的な営業を、私のつたない経験と知恵で科学し、標準化しスキル化すれば、私以外のコンサルタントでも指導ができる。すなわち事業の発展につながる。傲慢とも自信過剰ととられても仕方がないのだが、私個人のコンサルティングスキルが標準化できれば、Alpha Voice Consulting の事業拡大になると考えた。

お陰様で、営業スキルの開発とコンサルティング活動により、クライアントの皆様からある程度の評価もいただくことができ、なおかつ当社の事業はそれなりに確立でき安定している。

しかしながら、我々はさらなる営業スキルの開発を継続的に、なおかつ精力的に行わなければならないと考えている。

それは何のためなのか。あらためて考察しておかねばならない。営業スキル開発により Alpha Voice Consulting もクライアント企業も一定の成果を収めつつあるからこそ、我々は真摯に考え直さなければならないのである。

今ここで、Alpha Voice Consulting が考えなければならないのは、営業スキルの[真の開発の目的]であろう。

短期的な営業の成績や結果を見ると、そこにはさまざまな要因がある。

あえて受注の成績に関して、その結果の数字に対して異論を唱えるつもりはないのだが『結果が良ければ全て良し』で本当に良いのであろうか。

我々が開発した営業プロセスやスキルが絶対的なものだと思っているわけではない。しかし『結果よければ主義』に私は賛成できない。

受注に至るにはあらゆる要因がある。マーケティング戦略の成果でもあり、ブランド力でもあり、また営業マンの人間力でもある。顧客との偶然の出会いもある。きわめて偶然性の高い場合もある。まして建築の営業は一件あたりの単価が高く、かなり偶然が作用する。また市場条件も左右する。従って受注結果は、他律要因にかなり左右される

こともある。景気変動要因に大きく左右されるのも明らかである。

個人的な受注の成績を追っていくと、安定的に受注をとる人とそうでない人に分けられる。受注実績に大きなバラツキが起こるのだ。

年度毎に受注のバラツキが大きい営業マンには本当のスキルは備わっていないのであろう。なぜなら受注のバラツキの大きい営業マンは、管理者・指導者になっても部下を育成できないケースが多い。営業プロセスなど無視しても結果は出ることがある。しかしその結果は偶然であり、またかなり他律要因であり、その営業マンの個人的人間力によるものである。

営業プロセスを無視して、また意識しないで受注を取ったとしても、その真の成功要因を営業マンは語るができない。成功要因から受注を分析しマニュアル化することはできない。気合と経験、度胸の経験主義的、根性論的な営業指導を部下にすることしかできない。上司よりかなり能力と意欲の高い部下ならそれでも自律要因的に成果を出すであろうが、意欲も能力も普通の部下では、とても育成できないであろう。

我々が目指すべきは『プロセスを大切に良い結果を出す』ことである。そうしなければ部下を指導することなどではしない。長期的な受注の安定などありはしない。

短期的目先の受注と利益に極端に走ったとき、継続的、安定的受注は見込めなくなり、その組織から人材育成の思想は消えていくのかもしれない。

いくら経営理念や言葉で人材育成を唱えても現実との乖離が起こるのである。

『プロセスを大切に結果を出す風土』こそが人材育成につながるのである。

昨今の『利益第一主義、結果第一主義』には私はあえて異論を唱える。

短期的成長は短期的崩壊をもたらす。それは良質な人材と社風が創造できていないからである。バブルの時代に私はそのような企業をいやと言うほど見てきた。

Alpha Voice Consulting が目指す営業スキル開発やコンサルティングは、

『事業 100 年の計を見定めて人材開発と企業風土の醸成に役立つものでなければならない』というものである。

長期的、安定的利益確保には、プロセス重視の結果追求が必要である。

プロセスを重視するからには、スキルすなわちルールや定石、マニュアルが必要になる。営業であるならば良質な営業スキルを修得し、部下へ伝えていかななくてはならない。

部下を指導育成する為に、マネジメントの一環として営業スキルは大切なのである。Alpha Voice Consulting が開発してきた営業スキルとは、人材育成と良質な社風（営業風土）を創造する為にあるのである。

営業スキルを通じてマネジメントが行われなければならない。

経営者から幹部へ、その上司が部下へ、またその部下が新しい部下へ、OJT で指導したマネジメントが、そして営業スキルが、またその部下へ伝えられてこそ、すなわち連鎖してこそ営業風土が醸成されるのであり、社風が創造されるのである。

単なるルールや社是、経営理念のみが社風を創造するのではない。あくまでも人と営業スキルを通じた『マネジメントの連鎖』が起きなければ、良質な安定した社風（営業風土）は創造かつ醸成できないであろう。

『マネジメントの連鎖』により社風を創造、醸成していかなくてはならない。

またそれは一次上司が部下を補完しヘルプする、二次上司が一次上司を補完しヘルプする、すなわち『重畳的マネジメントによる社風創造』が日常で行われなければ人材育成や豊かな企業風土は醸成できない。

Alpha Voice Consulting はクライアント企業と自らの継続的、安定的発展のために、また、豊かな企業風土醸成の為に営業スキルを開発していくことを改めて自らの使命と確信し、来年度もコンサルティング活動を継続していくことを、お約束いたします。

来年も読者の皆様が良いお年を、お迎えくださることを心から祈っております。

**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 ～建物によって変わる住宅用地の範囲～**  
**コンサルタント 川田 竹也**

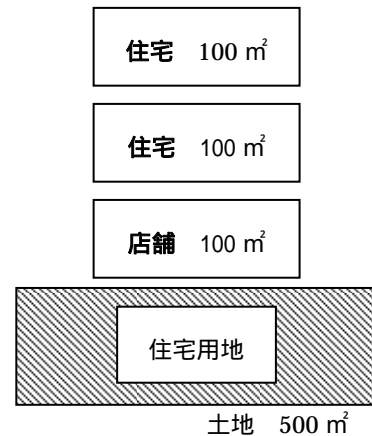
土地の上に住宅があると、その土地は住宅用地となります。住宅とは人が住む目的の建物であり、ワンルームタイプでもファミリータイプでも大豪邸もすべて住宅となり、1世帯当りの面積は関係ありません。マンションなどの場合、建物の全部が居住用であればその土地は住宅用地となりますが、中には店舗付きや事務所付きの併用住宅もあるでしょう。今回は併用住宅の場合に、土地の住宅用地がどのように変わるかについて見ていきましょう。

**4 階建て以下の併用住宅の場合**

例) 建物	3 階建て併用住宅
	建物床面積 300 m <sup>2</sup> ( 1 フロアー床面積 100 m <sup>2</sup> )
土地	500 m <sup>2</sup>

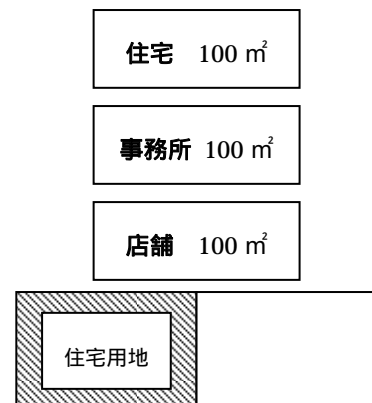
居住部分が 2 フロアーの場合

建物床面積に対して、  
**居住部分が 1 / 2 以上**  
 [ 居住部分 150 m<sup>2</sup>以上 ]  
 であれば、土地は住宅用地となります。



居住部分が 1 フロアーの場合

建物床面積に対して  
**居住部分が 1 / 4 以上、1 / 2 未満**  
 [ 居住部分 75 m<sup>2</sup>以上、150 m<sup>2</sup>未満 ]  
 の場合、土地の 50 % が住宅用地となります。

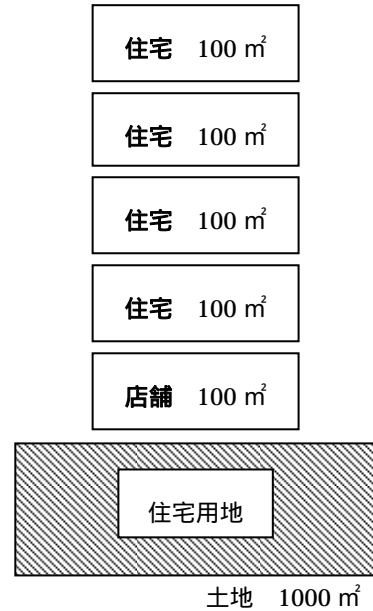


5階建て以上の併用住宅の場合

例) 建物	5階建て併用住宅
	建物床面積 500 m <sup>2</sup> (1フロア床面積 100 m <sup>2</sup> )
土地	1000 m <sup>2</sup>

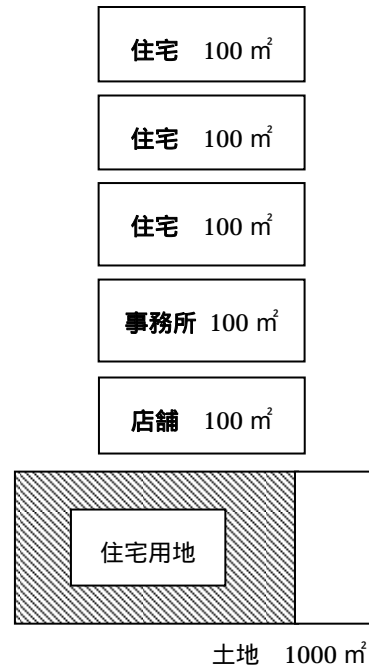
居住部分が4フロアの場合

建物床面積に対して、  
**居住部分が3/4以上**  
 (居住部分 375 m<sup>2</sup>以上)  
 であれば、土地は住宅用地となります。



居住部分が3フロアの場合

建物床面積に対して、  
**居住部分が1/2以上、3/4未満**  
 (居住部分 250 m<sup>2</sup>以上、375 m<sup>2</sup>未満)  
 の場合、土地の75%が住宅用地となります。



\* 750 m<sup>2</sup>までが住宅用地となる

居住部分が2フロアの場合

建物床面積に対して、  
居住部分が1/4以上、1/2未満  
〔居住部分125㎡以上、250㎡未満〕  
の場合、土地の50%が住宅用地となります。

住宅 100㎡

住宅 100㎡

事務所 100㎡

事務所 100㎡

店舗 100㎡



土地 1000㎡

このように建物の居住部分の割合によって土地の住宅用地の範囲も変わります。また、住宅用地の範囲の中で、世帯数によりさらに小規模住宅用地と一般住宅用地に分かれるのです。