

## INDEX

---

### 1. 営業力を極める

#### (20) 手順を示す

代表取締役社長 若林 信孝

### 2. 受注力アップ実践スキル

#### (10) 敷地環境調査 ③お客様立会い

---

### 営業力を極める (20) 手順を示す

代表取締役社長 若林 信孝

#### ■プランニングコンセプトをまとめる

プランニングコンセプト(設計思想)やそのプロセス(設計工程)をプランヒアリング時や商談前に伝えておけば、顧客自身がプランに対する要求や要望について優先順位をつけ、整理することが出来るようになる。「不変化構造、可変住空間」という表現は、現役時代に活用したプランニングコンセプトだ。「外側は地震、火事、台風、そして長期間にわたる風雪に耐えられる不変化構造で造り、内側は可能な限り単純化し、家族の世代交代に応じて間取りを変えられる可変住空間が住いの理想である」という、ある建築家から教わった思想が元になっている。短期的思考の顧客に長期的な視点に立った設計思想とその思想を実現しているプロトタイププランを紹介すると、顧客は自分の家族構成の変化とその変化に応じた生活スタイルの違いを想像するようになる。3人の子供のために独立した部屋を与えようと思っていた親が、もし、将来子供が全員、家を出ることになったら、その部屋をどのような目的で使うべきかを考えるようになるのである。また、「子供と過ごす時間と空間が彼らの人格形成に大きく影響すると言われています。ですので、弊社では家族が自然に集まれるような場を家の中心に置いています」というコンセプトから、8帖の子供部屋を要望していた親がそのボリュームに疑問を持つようになるだけではなく、本来どのような生活をしたいのかという住まい創りの目的を思考するようになるだろう。さて、あなた自身の設計思想はどのようなことばで表現されるのだろうか。「家事楽」「子育て支援間取り」「広がり間取り」「キッチン中心主義」「十分な光、明るさのバランス」「シンプルでコンパクト、廊下を排した間取り」等はプランニングコンセプトに良く使われている

表現の一例である。実際にはこれらの表現をいくつか組み合わせて伝えていることが多い。例えば、次のような表現になるだろう。

「家事動線は短く、生活動線は単純に、対話動線は楽しく絡ませます。可能な限り、廊下を排し、居間食堂台所を住まいの中心にし、その回りを回廊のようにしつらえることにより、家族が自然に集まれるような居心地のいい空間を創ります。窓から見える借景を大切に、階段はインテリアの一部と考え、デザイン性の高いものにします。各個室はシンプルでコンパクトに仕上げ、使い勝手の良い収納をそれぞれの部屋に準備します。ただし、収納はボリュームではなく、質で勝負します。また、将来の家族構成の変化に対応出来るように可変性を取り入れます。そして、内からも外からも陰影を感じる情緒ある住まいに仕上げます」

#### ■「打ち合わせに時間がかかり過ぎました」

私達は、顧客が住まい創りを完成に至る過程も楽しめるように努めなくてはならないと思う。特に間取りの打ち合わせは夢を実現するための大切な要素なので、悩むことさえも楽しんで欲しいと願う。私のお客様も間取りの打ち合わせ中が最も楽しかったと語っていた。設計図を常時携帯し、休日だけでなく、就寝直前、起床直後、勤務中までも四六時中、間取りを考えていたらしい。ところが建築基準法や意匠理論、様々な空間設計理論を学んでいない顧客は、実現不可能な間取り、意匠性の乏しいデザイン、使い勝手の悪い水回りを要求するのである。最初のプレゼンテーションで詳細な設計図を提示すると、開口部やドアの位置、棚割りやパイプの高さなど収納のしつらえ、子供部屋の壁クロスのデザイン、キッチンや水回り収納のボリュームなど、本来は空間計画決定後に打ち合わせすべき詳細な部位に関する要望で、打ち合わせが終始してしまう傾向があった。それでもそれらの要望を固め、次回の打ち合わせに赴くと、顧客の要望に従ったはずの玄関、居間や食堂の位置変更など、空間計画の変更を与儀なくされたのである。自分達で落ち着いて間取りを検討してみたら、生活スタイルを変えたくないの、玄関、居間、食堂の位置を現在の住まいと同じにしたいと言うのだ。完成後に「打ち合わせに時間がかかり過ぎました。実は私達はかなり疲れていたのですよ」とそのお客様からお叱りのことばを頂いた苦い経験がある。的確なストーリーに沿ったプロセスがないために顧客に主導権を握られ、行き当たりばったりの打ち合わせになってしまったと反省した。その時にコンセプトと設計の手順を分かりやすく解説することの大切さを学んだのだ。思考のプロセスを理解すれば、顧客もそのプロセスの中で考え、悩む。トイレに棚をつけたいと思っても、全体の空間計画が固まった後にこちらの要望を言おうと、自分の感情とことばを制御することが出来る。もし、発言したとしても、詳細打ち合わせの場でないことを理解しているので、「ご要望の点はわかりました。空間設計が固まった後で検討しましょう」と対応しても顧客を苛立たせることはないだろう。

#### ■要求条件と制約条件

一般的には敷地環境調査、ヒアリング、ファーストプレゼンテーション、数回に渡るプラン変更といったプロセスを手順と呼んでいることが多いが、この内容は思考プロセスではなく、単純に実務を紹介しているに過ぎない。試しにあなたの設計における思考のプロセスをノートに書いてみて欲しい。私が現役時代に記入したノートでは、資金計画と敷地環境調査、役所調査による建築基準法の確認

から設計プロセスを始めている。初めが大事なのだということを顧客に理解してもらうために設計工程の概略を資料で示しながら、次のように伝えた。

少し長くなるが最後まで付き合って欲しい。

「建築計画は与条件に沿って進めていきます。与条件をしっかりと把握しないと無駄な時間と労力が費やされ、楽しく設計を語り合うことができません。与条件にはお施主様が要求する条件と制約条件の二つがあります。お施主様は要求条件に焦点を当てますが、私達はそれらの要求を制約する条件を大切に考えています。制約条件をしっかりと把握した上で要求条件を確認させて頂ければ、夢の実現により早く近づくことが出来るからです。資金的な制約と敷地環境から発生する制約の二つが建築計画における二つの制約条件です。この制約条件とお客様の要求条件とを調整するのがまさに私達、営業担当と設計担当の役割なのです。

調整作業には空間計画や機能性、予算などに関することがあります。これらの調整を実施するために、お客様の現在と新しい住まいで実現したい生活行為を把握しなくてはなりません。例えば、弊社では、大きさを決めていくときも、空間における生活行為に焦点を当てて設計をしています。単純に居間を12帖にするのではなく、制約条件を把握した上でどのような生活行為をしたいのかを確認させて頂きます。生活行為が把握できれば、必要とされる道具類が明確になります。

例えば、『好きな音楽をライブ感覚でロックのウイスキーを飲みながら、ゆったりとしたソファでくつろぎながら聴きたい』のであれば、オーディオ機器類、CDラック、ソファとサイドテーブルといった道具が必要になります。これらの道具を機能的に使うために、必要な寸法を確認します。例えば、快適に音楽を楽しむために必要なソファとスピーカーとのベストな距離、CDラックからCDを機能的に取り出すための配置などを測り、全体に必要なボリュームを確認していきます。以上のようなプロセスを踏みながら、設計が進んでいきます。実務的な流れは次のようになります。まず、お客様と一緒に敷地を拝見させて頂きます。…」

(次号に続く)

実践に役立つ営業スキルを、「アルファヴォイスコンサルティングオリジナルセールステキスト」より抜粋し、解説します。住宅、土地活用、リノベーションなど、すべての建設営業に活用できるスキルです。

[今回のテーマ]

(10) 敷地環境調査 ③敷地環境調査報告

### 敷地環境調査報告の目的

契約をするには、お客様と信頼関係が構築できていること、お客様の問題が解決できていることが条件になります。そのためにもお客様との面談回数を増やすことが重要です。

敷地環境調査報告による商談は、面談回数の増加、お客様の要望が確認できること、問題を発見することができるなど、重要な場面なのです。

ここでの『敷地環境調査』は、単に土地を対象とした調査ではありません。初期面談において、他社との差別性を明確にし、商談を次のステップに進めるための大切なプロセスです。

#### ■敷地環境調査の目的

- 目的1 今後の商談を進める上で必要な情報の収集  
①敷地境界、境界杭の確認 ②正確な見積り金額  
③敷地の特性を活かすプランニング
- 目的2 顧客セグメント、ランクアップ
- 目的3 他社との差別性を明確にする



#### 敷地環境調査報告のポイント



- 会社の理念・哲学を再度伝えるチャンス
- 不足している顧客情報を収集する
- 営業マン自身が調査の敷地環境調査の内容をよく理解しておく

### 敷地環境調査報告書

それまでに調べた土地情報や役所調査をまとめ、敷地環境調査報告書として作成し、住宅を建築した場合のイメージや土地の環境、建築法規や権利関係などをしっかり伝えることが大切です。

また、地盤や基礎にまつわる特殊工事や設備関連の工事は多額の費用が発生する場合があります、資金計画に大きく影響するため、敷地環境調査の段階で把握しておくことが大切です。

敷地環境調査報告書を説明しながら、顧客の持つ問題を顕在化し、発見することが重要となります。

## 敷地環境調査報告書の目的(目次例)

1. 敷地環境調査の主旨 : 自社の住まいづくりコンセプト、理念、姿勢 等
2. 権利、法規関係 : 所有形態、抵当権 ・ 法規関係
3. 敷地状況 : 現況、既存建物、解体、造成、駐車場、障害物 他
4. 設備関連 : 電気、給水、排水、最終マス、ガス 他
5. 周辺環境/近隣環境 : 道路付け、周辺状況、敷地状況、隣家状況 他
6. まとめ : 計画の方向付け、敷地のメリット、問題になりそうな項目 他



土地の環境（メリットや法規など）など基本情報の収集  
建築した場合のイメージづくり  
特殊工事の発生など費用に関する調査

### >>> トークキーワード

「後から追加工事や追加金額が発生しないようにしっかりと調査しました」

### >>>> Point

- 敷地環境調査報告書の提出は、「仕事の仕方」を見ていただく良いチャンス  
＝お客様に対し始めて提出するプライベートツール

## テストクロージング

敷地環境調査報告と資金計画や建物イメージのプレゼンテーションが終わったら、建築計画スケジュール表を使用して必ずテストクロージングをかけます。

### >>> トークキーワード

「もしお客様のご納得いくプランがご提案でき、ご予算内のご計画ができれば、この計画を具体的に進めたいと思います がよろしいですよね」

テストクロージングにおいては、顧客から「NO」と言われる事を前提としてください。  
「NO」が出た場合、その理由や問題を具体的、かつ明確にすることが大切です。これが「問題発見型営業」の基本です。

テストクロージングはチャンスがあれば何度でも行ってください。敷地環境調査、建築計画スケジュールの説明、見積り提出など様々な場面で行うことが可能です。



### テストクロージングのポイント

- 早期に顧客の「NO＝問題」を引き出す
- 問題点を探り、隠された真のニーズを聴く
- 顧客の反応を観察する(表情・言語・態度)



以上