

ザ・インタビュー

The Interview



株式会社システムデザイン・アクティ

『ルコレ運営ライセンスパッケージ』 の購入を決めた“理由”とは？

住宅・建材販売社 M社長



ー 住宅の着工数が激減しそうで、悩み抜いて出した結論です。ー

■「”地域住民の絆“を重視した顧客獲得の仕組み」は、とても魅力的です。

～どのような理由で購入しようと思われたのですか。

(M社長)

私は、33 年間住宅業界に携わっております。また、起業後は14年間に渡り、建設業向けのソフトを販売すると同時に、受注が増えるようにいろいろな住宅営業の支援をしてまいりました。具体的に言いますと、営業の初期段階で効果を発揮するCADソフトの販売、住宅購入資金や税金の相談をすることで受注を増やす営業支援ソフトの販売、集客力のある工法や資材、あるいは、集客できるチラシの提案等です。そして、多くの成功例も構築していました。

そうした事業をすすめるうちに、住宅建築・営業のノウハウも充実してきましたので、自ら住宅建築の事業に取り組むことを考えるようになりました。

そして、数年前から工務店の経営を行っております。当然に集客方法には自信がありました。開業後、少しずつですが見込客も増え、目標の受注件数を達成できるようになりました。しかし、昨年、全国的な傾向となった住宅着工件数の激減により、今後の顧客獲得に不安を感じる状況に追い込まれてしまいました。

その原因は、昨年の改正建築基準法の影響だけではなく、住宅を考える人たちの生活感や情報収集の文化等が変わってきたことにあると感じています。

過去に効果のあった営業アプローチが、そのままでは通用しなくなったということです。

時代の発展と共に、特に若い人たちへの影響は顕著です。住宅を提供する側からの一方的なアプローチではなく、新築、建替、リフォームを考えている人たちと、“自然に接触できる機会を得る仕組みが必要なのだ”と強く感じていました。

やはり、厭味のない自然なふれあいの中から、見込客に発展させることが、長く安定した受注を確保・維持する営業の基本といえるのでしょう。

そうした中、本パッケージの提案を受けました。最初は、“地域産業の活性化と安全・安心の為の地域貢献が、見込客の獲得に繋がる”という仕組みを理解できませんでした。ですが、じっくりと提案書を読み込み、提供会社のプレゼンを受けることで、これまでにないビジネスモデルであることを確信しました。それは、私が、思い描いた“**人とのふれあいによる自然な営業**”を実現できる仕組みでした。

忽ちは、私の知り合いの飲食店経営者数名に「ルコレ」の加盟店になって頂き、本事業の運営を開始しました。また、私と社員数名で各自が属する自治会に「ルコレ連絡網」を無償で提供して運営を行っています。これまで付き合いのなかった団地の住民の方々とも、確実に日々コミュニケーションが深まっています。

学校、行政、公民館、警察署(交番)、それにクラブ活動や部活の保護者会等に、「ルコレ連絡網」を案内しながら、地元の新聞社、マスコミにも記事として取り上げてもらうことを計画しています。地域貢献をしながら、自社の営業活動を発展させる、その「**“地域住民の絆”を重視した顧客獲得の仕組み**」は、とても魅力的です。

■正直言って、迷いながらの決断でした。

～実際の導入に向けて検討されたことを教えて下さい。

(M社長)

提案を受けて最初に思ったことは、携帯電話を活用した事業の「**ノウハウがないのに運営ができるのか**」ということでした。そこで、どのような問題が想定できるのかということを洗い出してみました。そして、最終的には五つの問題に絞り込んだ上で、購入すべきかどうか悩みました。正直言いつて、迷いながらの決断でした。

想定した問題の一つ目は、「**短期間でシステムを理解し、運営ができるのか**」ということです。これについては、操作性の良い管理ツールを整えたパッケージソフトであるということと、開発会社に充実したサポート体制があるということで問題はないと判断しました。

二つ目の問題としては、「**“加盟店の募集”が思惑通りにいくのか**」ということです。これについては、契約後の導入研修の中で、加盟店募集のノウハウを学ぶことができるので問題はないと判断しました。私は建設業の経営をしておりますが、それ以外に、ソフトの販売会社も経営しておりますので、加盟店募集のノウハウを習得できれば、販促活動そのものには対応できる環境にありました。また、導入当初は、加盟店への提案をサポートしてもらえということも決断理由のひとつになりました。忽ちは、知り合いの飲食店経営者の方々への提案からはじめ、現在数社の商談が進んでいます。

三つ目の問題ですが、それは、「**携帯電話を活用した事業は、“時期尚早”ではないか**」という思いです。総務省の情報白書によると、2010年にはインフラが整備され、携帯電話を活用したサービスも一般化されるようです。

そうであれば、「環境が整った2010年になってから検討したほうがよいのではないのか」と考え、一旦は、本パッケージの導入は見送ることにしました。ですが、この携帯電話を活用したサービスの基本的な仕組みを知り、考えを改めました。その仕組みとは、「**携帯電話を活用したサービスは、会員制を前提としたサービスである**」ということです。

そのとき(2010年)から会員を募集するのでは遅いということです。

携帯電話を活用したサービスは、まだまだ普及していないのが現状です。だからこそ、今始めることが、チャンスと考えました。

また、現実の問題としてこれからの顧客層へのアプローチには、住宅営業スタイル自体を変えなければならない事も事実です。その中で、情報提供手段として、またコミュニケーションをとる手段として、携帯電話を利用した仕組みは、必ず必要になって来ると感じていますので、今のうちに成功ノウハウを蓄積することが必要と考えています。

四つ目の問題ですが、「**競合他社の情報 無料・有料 将来の月額利用料の下落**」の問題です。

同様の携帯電話を活用した情報提供サービスを各社が行なっています。

まずは、そのサービス内容などを比較して、問題は無いかな？

そこには、無料のサービスもあり、有料のサービスもあります。この違いを、自分でも調べましたし、開発会社にも説明を求めました。

無料のサービスについては、使い勝手には大きな問題がありました。しかし、それにも増して問題だったのは、「何故に無料かな？」 実際にやってみました。 目的がはっきりと解りました。

『顧客リストの獲得』 が目的である事が！

個人情報をいとも簡単に入手できるのですから……。 ある日からダイレクトメールが舞い込むようになりました。

有料サービスについては、どこも一長一短で、料金体系も似たりよったりでした。

また、人気のサービス会社の商品は、広告が付いたり、メール会員獲得に対する配慮が欠けていたり・・

いわゆる『ネットワークビジネス』を扱う人達がネットワークを利用して、提案している等の情報が確認できました。

純粋に加盟店へのノウハウ提供や指導が目的ではないものを感じ、私は選択する訳にはいきませんでした。

また、『ルコレ連絡網』を無償で提供する。地域の加盟店と共に「地域の安全安心を守る」という事に共感できました。

最後の問題は、やはり「**運営パッケージの購入価格の問題**」です。正直言って、「**現金で支払う余裕がない**」というのが現状です。それに、「**購入価格に対する投資効果を期待できるのか**」という心配がありました。

そこで私は、リース契約をすることにしました。毎月のリースの支払いは、加盟店から毎月回収する月額料金で賄えます。加盟店の契約数に応じた安定した収益(月額使用料)を確保できれば、請負工事金を回収するまでの将来の収益源になるかもしれないし、「**地域貢献と共に住宅の見込客も獲得できる**」本パッケージに賭けてみようと思いました。

いろいろ情報を確認、分析した結果、当パッケージで充分いけると納得が出来ました。

■地域住民とのコミュニケーションを深めることで、見込客を獲得できる理想的な仕組みです。

～「安全・安心・便利の為の地域貢献」の効果を、どのように理解されましたか？

(M社長)

「ルコレ連絡網」を提供することで、“3つの効果”が得られることを理解しました。

一つ目の効果は、自治会や、子ども会、クラブ活動の保護者に「ルコレ連絡網」を無償提供することで、子供たちや住民の安全・安心を確保し、更に、コミュニケーションを深めるための地域貢献事業に参画できるということです。昔ではあれば、隣近所の様子には良く通じ、冠婚葬祭、あるいは、お店や病院の情報は、人々の口で自然に伝わっていました。ですが近年、特に新しい団地などでは、そのような光景は見られなくなってきているのが実情です。緊急時の連絡体制を構築するうえでも、非常に望ましい仕組みです。

二つ目の効果は、「ルコレ連絡網」を通じて、自治会員、保護者等との自然なお付き合いが増えるということです。自ら「ルコレ連絡網」の管理者として運営することで、親密度は深まります。そうした中から、自治会であれば、リフォームや建替えの相談にのる場面も訪れるでしょうし、クラブ活動の保護者会等では、保護者の方の新築に関する悩み・相談を聞くこともでてくるでしょう。そこから、自然な営業の展開もできてきます。相談される方も運営者が親しい間柄ですので、安心して、本音で相談に応じられることと思います。

三つ目の効果は、自治会員や、子ども会、クラブ活動の保護者等に対して、一斉にメールで様々な情報を届ける仕組みを持てるということです。住宅販売に関する情報も発信できますし、更に地域住民に喜ばれる情報を発信すれば、行政や地元新聞社、マスコミにも注目され、地域で注目される企業になれるでしょう。そこから先は、いろいろと新しい取り組みや展開を想定出来ると思います。

「ルコレ連絡網」を提供することで、安全・安心・便利の為の確保に貢献でき、また地域住民とのコミュニケーションを深めることで、自然な形で多くの方と出会えます。無理なく見込客を獲得できる理想的な仕組みです。

「ルコレ運営ライセンスパッケージ」は、“地域住民の絆”を重視し、人との自然なふれあいという“営業の基本”を重んじた『よく考え抜かれた仕組み』だと思います。そして、住宅着工数の激減による厳しい住宅業界を救ってくれることと思います。

■見込客の獲得と、自社収益の安定化を目指す 理想的な仕組みです。

～「地域産業の活性化」の効果を、どのように理解されましたか？

(M社長)

「ルコレ」を提供することで、“3つの効果”が得られることを理解しました。

一つ目の効果は、店主、店員、あるいは、会社の経営者、社員との“自然なふれあい”を通じ、コミュニケーションを深める中で、店舗修繕、あるいは、住宅に対する思い・悩み・不安に接する機会が見込まれます。その悩み・不安に対する相談にのることで、厭味のない、自然な営業のスタイルが確立できます。出店募集活動自体が住宅営業ではない切り口から入り込み、最終的にはその活動を住宅の見込み客として結びつける事に可能性を感じています。

まずは、運営アドバイス等で再三打ち合わせや実際のサポートを行う事で信頼を得る事になります。本来、住宅営業だけだとお客様に会えるのは、土日や夜が多いのですが、このルコレ加盟店への営業行為はウィークデーになりますので、営業活動で人に会える機会が格段に増えます、

二つ目の効果は、飲食店等のお店、会社等に対して、集客ツール「ルコレ」を提供することにより、売上UPによる地域産業の活性化に貢献できるということです。近年、産官学による地域の活性化プロジェクトも計画・実施されていますが、やはり、基本は地場の中小企業が元気になることが一番です。そうすれば、優秀な人材も自然に集まってきます。「ルコレ」は、特殊なノウハウがなくても早期に取り組める、そして、廉価な集客を目的としたシステムです。携帯電話の普及と環境整備により、今後、益々導入実績は増えていくことでしょう。

三つ目の効果は、「ルコレ」を提供することで、加盟店から回収する月額使用料により、毎月安定した収益を確保できれば、請負金の回収は、工事完成後になりますので、その間の収益補填になるかもしれません。

このように「ルコレ」を提供することで、地域産業の活性化に貢献でき、また見込客の獲得を実現でき、自社収益の安定化を目指す 理想的な仕組みです。

■導入は思った以上に“簡単”でした！

～「現実的には、どのような手順で導入されましたか？」

(M社長)

開発会社から、提案を受けた時に下記のような明確な手順書を渡されました。

<手順書原文>

1. 『ルコレ運営ライセンスパッケージ』を購入する。
2. 研修会を受ける。(自社の携帯サイトを作成する)
3. 連絡網の導入先を決定。
(社長や社員の居住区における、自治会の役員連絡網として試験運用を決定する)
(地域の消防団の連絡網でも良い)

※ **導入の承認などに時間を掛けない事が最優先です。**

4. 新聞にニュースリリースする。(新聞各紙へ取材依頼をする：原稿見本あり)

※ 伝える事は、なぜ、建設会社が不慣れな『携帯コミュニケーション事業』に取り組むのか？

土地や住宅を提供する建設会社が、そこに住まう人々が日々、安全に安心して暮らせるように、配慮する事は当然の事であり、無償でシステムを提供する事で地域に貢献するのが、これからの使命で

ある事を伝えます。(原稿見本あり)

目的は**地域貢献に積極的な会社である事を、広く伝える事です。**

この時の**新聞記事**を**その後の展開**に活用します。(人は新聞記事に対しては信用しやすい)

また、全国津々浦々、『安全・安心』は大切なキーワードであり、地域の安全安心に関わる活動は、新聞社の絶好のネタなのです。**(ネタの提供を求めています)**

私(石本)、自身が新聞社出身であり、実家の新聞販売店の経営を、父母亡き後を引継いで運営する中で地域貢献を実践しその効果を体感しています。自信を持って言えます。

また、地元TV、ラジオにも積極的に取材依頼をする事も重要です。

5. イニシャルコストの回収

3年～5年くらいでコストを回収する必要があります。もちろん、地域貢献事業の目論見通りに事が運べば、一瞬で解決しますが・・・それは先の事として

まず、**社長さん、社員さんの行きつけのお店を10～11店程度選択して下さい。**

その情報を元に、当方で『**提案書**』と『**携帯サイト**』を作成します。

それを持って、契約のお願いに行ってください。打ち合わせ後のサポートもします。

ここでも、**新聞記事が有効**になります。

『**金儲けが目的ではない！加盟店の収入の一部を地域貢献事業に利用させて頂きたい！**』と、名言して下さい。

6. 無償の連絡網を広げていく。(より地域住民に理解して頂く為に)

社員も自宅に戻れば、自治会のお世話をしたり、保護者会のお世話をしたり・・・

連絡網の管理責任者として積極参加すれば、感謝されますし、新たな出会いがあります。

その中で、さり気なく会社の取り組みを伝えれば、なお効果的です。

※ 連絡網のメールメンバーが最終的には大切なお客様です。

自治会はリフォーム、子供会、保護者会(スポ少も含む)は新築の見込み客かも？

保証はしませんが、取り組み次第で高い効果が期待できます。

これで、目的は十分に達成します。

その後に、地域の活性化事業として、あらゆるお店や会社への提案を出来る範囲でやっていけば良いのです。

最後に

建設業から、あまりに異業種への取り組みである事には戸惑いがあるはずです。

大至急に収益を目論む為に、当提案へ向かうのであれば、**お止め下さい。**

また、弊社も仮申込後に審査を行いますので、お断りする場合があります。

従来の顧客獲得法(囲い込み)とはまったく異なります。

熟慮頂いた上で契約頂きますよう、お願い申し上げます。

尚、希望地域で先行契約社がある場合は、ご契約頂けません。ご容赦下さい。

<以上手順書原文>

この手順書に従って、相談しながら進めました。
特段の問題もなく進める事ができました。“簡単”でした！

プレスリリースは、これからですので楽しみです。

～ はい、本日はありがとうございました。