未来への地図

全10回シリーズ

ヴューア・コンサルティング　代表　吉岡　毅氏

建設業の新規事業⑨

顧客タイプの活かし方②

～顧客分類から創造力を働かせる～

「どんなモノサシ（基準）でもいい。顧客のタイプを分類して、組織で議論・検討する共通のモノサシを持つことが、より顧客ニーズを追求することになる」ということが前回までの内容だった。

おそらく個人でも実力のある人は、経験から得たタイプ別の分類が頭にあり、それをベースにして対応をしているはずだ。

組織においては、タイプ別の分類から顧客・市場のニーズをつかみ、創造力を働かせて、戦略的かつ組織的に次の対策を練ることが重要だ。

前回同様事例をもとに、さらに顧客タイプの活かし方について紹介する。

指導先A社で、実績客を一軒一軒「ヒアリング調査」をして、タイプごとに顧客を分類してみると、「勉強熱心、計画的、工夫好き」のこだわり派で、職業は大手企業、公務員などの終身雇用が基本となっている職業のタイプが一番多かった。言い換えれば「A社の強みを発揮できる層」とも言える。しかし、一方では、同タイプなのにA社に発注しない施主達がいることも判明してきた。調査結果をもとに原因を想定してみたところ、やはり地元企業の「認知度」「知名度」「信頼性」が影響している。知人、血縁、地縁、紹介以外の人は、地元企業の実態が分からないため、二の足を踏んでいるのだ。

タイプごとの顧客分類

戦略的に次の対策を

そのため、A社では知人・血縁・紹介以外の上記タイプをメーンターゲットとして、以下のような取り組みを行った。

1　見学会のチラシ、ホームページ、営業ツール、話法の内容をすべて、上記のターゲット用に作成した。売り込みよりも、「こだわり派」にとって家づくりが勉強できる読み応えのある内容と量を盛り込んだ。

2　ダイレクトメールはターゲットの中心となる大手企業や公務員の社宅を住宅地図からピックアップして、限定的に行った（約500軒に配り、5件の反響があった）。

3　他社の完成見学会のチラシは、外観の写真・簡単な間取り・地図を掲載しているだけだが、A社ではターゲットの「こだわり派」が勉強できると感じさせる、完成物件の情報を掲載した（具体的な要望、工夫した理由、施主の意図など）。

4　見学会の会場も完成物件の案内だけではなく、「こだわり派」が勉強できるように建材メーカー、大工などの協力を得て、設備機器、健康素材、防犯、施工方法などの情報提供を具体的に行った。

5　調査結果で判明した、「知名度がないから不安」というA社の弱みを補うために、できる限りの社内情報をオープンにした（施工時の写真、社員の顔、協力業者、詳細な見積書、施工物件に関するエピソード、施主の要望、疑問、失敗など）。

これらの取り組みによって、知人・地縁・血縁・紹介以外の顧客層からの受注が飛躍的に増えた。また、協力会社や身内（紹介・知人）が大半だった完成見学会も、これまで接点のなかった顧客が、土日の2日間でコンスタントに30組～50組が来場してくるようになった。

実施してみて分かったことだが、「こだわり派」の施主は、他の人にも影響力があり「紹介」を得られやすい。

また、「こだわり派」の施主の多くが、ハウスメーカーの展示場に行ったり、プランを依頼しているが、会社や取り組みをオープンにして「信頼」さえ得られれば競合から奪える。さらに、このタイプは「ホームページ、チラシ、パンフレットと、あらゆる情報を調べてから接点を持つ」ため、どれかひとつだけ小手先の打ち出しをしても興味を引くことは難しい。ということが分かってきた。

A社では、県外の人がわざわざ問い合わせをしてくるという、これまで一度もなかったケースも出てきた。

※1～5の取り組みは顧客タイプを分類する「モノサシ」同様に地場ゼネコンが苦手とする「しくみの構築」でもある。

建設業のネット調達で調査

電子商取引取組みは後退

経済調査会

建設会社の電子商取引への取り組みは後退―。経済調査会がまとめた実態調査で、建設資機材・専門工事業者の調達にインターネットを利用している企業が、前年度より減っていることが分かった。同調査会は、「既存格の登録業者との交渉で価格の引き下げが実現でき、新たな電子商取引で見直せる効果が薄れている」と指摘している。

インターネットのホームページ上に、個別の工事物件を提示し、必要な資機材や専門工事業者を募集、見積もりなどを受領、決定するものを電子商取引と定義した。

調査結果によると、15年7月時点で電子商取引を実施している企業数は31社。13年7月の51社、14年7月の42社から2年連続で減っている。

インターネットでの検索結果などから調査リストを作成。

今年7月時点での実施企業31社を知事許可業者と大臣許可業者に分けると、知事許可は、神奈川県の朝日建設の1社のみ。残る30社はいずれも大臣許可だった。

安くなる」などのメリットがある一方、「提示する技術資料や数量表などの準備に手数がかかる」「新規業者の場合は工事実績確認や与信調査などで手間がかかる」などのデメリットが指摘された。また、「小規模工事や工期に余裕がない場合は、公募しない」といった意見もあった。

同調査会は、今後の電子商取引の基盤と環境が整備されることは確実で、あらためて見直され、発展する可能性もある」としている。

調査は、14年7月の調査対象企業に加え、調査会が新たに確認した募集関連情報や、インターネ

震災援で活躍した建設業

16日10時、KTSで放映

「93年鹿児島豪雨災害から10年～」と題するテレビ番組が、16日午前10時から鹿児島テレビ放送（KTS）で放映される。

「その時、災害イトルの番組では、あの8・6水害等の災害救援・復旧にあたった建設作業員にスポットを当て、川畑俊彦県建設業協会長のインタビュー

鹿児島湾沿岸　海岸保全基本計画策定

加治木土木

19日から住民説明会

県加治木土木事務所河川港湾課では、平成12年4月1日の改正海岸法施行に伴い進めている鹿児島湾沿岸の海岸保全基本計画（鹿児島湾沿岸）策定に伴う住民説明会を開く。

日程及び開催場所は次の通り（時間はいずれも午後7時から9時まで）。

19日＝国分市海浜公園体育館▽21日＝加治木町文化会館加音ホール▽22日＝隼人町富隈地区公民館▽25日＝姶良町松原地区公民館▽27日＝福山町福山地区公民館

の意見を反映することを目的に、海岸保全基本計画（鹿児島湾沿岸）策定に伴う住民説明会を開く。

国交省

来月15日まで、道景観の写真募集

ニッポンの道景色を大募集―。国土交通省は「子供たちに残したい&残したくない」道の景観の写真を公募している。

残したいと感じる道の景観と、「見苦しい」「不快」など残したくないと感じる道の景観の写真を募り、考える会の議論の参考とするとともに、道路景観に対する国民の関心を高めていく。

詳細は「日本の道と街並みを考える会」のホームページ（www.nihon-michi.com）で。

きょうの天気

天気	風	降水確率
晴	北西強くのち西やや強く	0％
		0％
晴	北西強くのち西やや強く	0％
		0％
晴	西強くのちやや強く	0％
		0％
晴	西やや強く	10％
		10％

降水確率：上段6時～12時、下段12時～18時

週間天気予報

《概況》向こう一週間は、期間の初めは高気圧に覆われて晴れるが、その後は前線や南からの湿った気流の影響で曇りの日が多く雨の降る日がある。

		鹿児島・種子・屋久地方			奄美地方		
日	曜	天気	降水確率	気温	天気	降水確率	気温
10	日	時々	20％	34°26°	時々	20％	34°27°
11	月	時々	30％	33°27°		40％	33°28°
12	火	一時	50％	32°27°	一時	50％	33°27°
13	水	一時	50％	32°27°	一時	50％	33°28°
14	木		40％	32°27°		40％	33°27°

SPACE HOUSE が鹿児島に
スペースハウス
新登場
・簡単、スピーディーな作業
・安全性、快適性を重視
・コンセント、照明・換気扇付
・運搬時のコストダウン化
ハウス事業部

鹿児島支店
鹿児島市永吉町（アリーナ近く）
☎(099)250-5060番
FAX(099)285-5999番
串木野支店
串木野市さつま山（R3号線沿）
☎(0996)32-2839番
FAX(0996)32-4156番
スペースハウス「エクストラ」
販売・リース 県下総代理店
中央仮設株式会社
☎(099)229-5900