住まいの会社訪問

この人に聞きたい

㈱ABCホーム・代表取締役社長

塩田　雄司　氏

聞き手　有限責任中間法人　日本マンション協会理事長　小木曽忠孝

大手マンションの買い取り再販を先駆け、「お客様は何を求めているのか」を念頭に置いた営業で信用を得たABCホーム。この営業努力が、自社ブランド「ドメイン」シリーズを誕生させた。若い会社だが、勢いだけではなく、地に足の着いた企業を目指している。

物で売るより人柄で売る

塩田　雄司氏
（しおた　ゆうじ）
1966年生まれ
大阪府出身
㈱ABCホーム
代表取締役社長

小木曽　御社は、設立から十数年で急成長なさったようですが、これまでの社歴を教えてください。

塩田　はい。最初は、住宅の仲介業からスタートしました。次に、投資用の分譲マンションの販売代理を手掛け、徐々に金融機関の信頼を得て、6年前くらいから分譲マンションの買い取り再販を行うようになりました。

小木曽　それはどのような形態のマンションですか。

塩田　まずはDINKS向けの都心マンションですね。この買い取り再販は、小社が先駆者だと思います。そこからファミリータイプを手掛け、現在は何とか、自社ブランドである「ドメイン」シリーズが販売できるまでになりました。

小木曽　そのような素晴らしい功績を作るため引き受けて、に、一番努力してきたことは何ですか？

塩田　買い取り再販とは、大手デベロッパーが、販売に苦戦しているのを引き受けて売る訳です。ですから、販売力で信用を付けてきました。

小木曽　ということは、営業の人材確保が主力ですか？

塩田　そうなんです。一番大切なのは、人を育てることです。面接試験には、私が必ずかかわりますし、社員研修も1週間、みっちり時間を取るんです。

小木曽　それはかなりしっかりした社員研修ですね。

塩田　私は最初、機械関係の仕事をしていました。物をいじるのが大好きなんですよ。そんな時、弟（現会長）から「一緒に不動産をやらないか」と誘われ、「ならば」と、投資会社の営業を2社ほど経験してから、小社の経営に参加したんです。

小木曽　塩田社長は関西出身ですから、言葉の壁もあったのでは？

塩田　ありました。関東の方は、関西弁が好きな人と嫌いな人がはっきりしているんですよ。関東で万人受けするためには、関西弁を標準語に直さなければいけない。最初は、人と会話をするのが大変でした。

小木曽　言葉の問題をはじめ、社長自身が営業のノウハウを知っていらっしゃるから、社員教育もしっかりできるんですね。

塩田　電話営業、チラシ、新聞広告、営業の手法は変わりません。物で売るよりも、人柄で売る。特に、買い取り再販の場合はそうです。営業マンがつかんだお客様に忘れられないよう、友の会は発足していませんが、ことある事にダイレクトメールを送ったりして、新しい情報をお知らせしています。

ドメイン越谷ツインヒルズの室内イメージ

信用、信頼、安心を3つの柱に

小木曽　そうした営業努力から生まれた、御社ブランドの「ドメイン」ですが、現在、自社ブランドは年間どれくらい扱っているのですか？

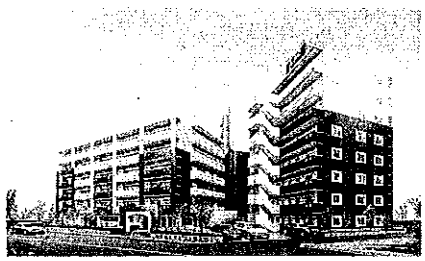
塩田　年間5棟、約200世帯ほどです。まだ、買い取り再販が売り上げの5～6割を占めています。地域密着型の自社マンションを建設、販売し、「ドメイン」シリーズでは、ニーズに合わないお客様には当社の目で選んだ買い取り再販のマンションを販売できるようにしたいんです。

小木曽　「ドメイン」シリーズの一番の特色は何ですか？

塩田　信用、信頼、安心の3つを柱としたマンション作りをしていることです。更に、地域のニーズに合ったマンション作りです。例えば、オール電化が主流と言われても、果たして、どこの地域でも当てはまることなのかどうか、と言ったことを、徹底的に調査します。そのために、建設を予定している地域の住民に、アンケートを取らせてもらって、「何を求めているのか」、「何が必要なのか」という市場調査をきちんと行います。

小木曽　その姿勢が、営業理念や方針にも生かされているのですね。

塩田　はい。営業の根底にあるのは、お客様に納得して買ってもらうことです。マンションは高い買い物ですから、入居後のサポートもしっかり行います。小社のような新興企業は注目を集めますが、勢いだけでは進められません。まだまだ若輩者ですから、いろいろな場所に出向いて、諸先輩の話を伺って、勉強させてもらっています。



只今建設中　ドメイン越谷ツインヒルズ　竣工予定6月30日

小木曽　お若いのに、随分しっかりとなさっていますね。いや、感心しました。では、最後に御社の今後の展望を教えてください。

塩田　デベロッパーとして、更に完成度の高い自社ブランドを目指します。3年後くらいを目標に、上場も考えています。上場となれば、会社内容も問われますから、密度の濃い会社として成長することが不可欠です。しかし、どうしても売り上げが伸びると、人員も確保しなくてはならない。

小木曽　営業マンの人柄ということですね。

塩田　そうなんです。マンションを購入いただいたお客様全員が納得いくように、コミュニケーションを取ることが大切なんです。そのために、常に念頭に置くことは「お客様が何を求めているのか」を知ることが大切です。お客様から「君に任せるよ」と言われるようになることです。私を信用して、弁護士、医者、大手会社社長などから、財産を任せられるんですよ。これが不動産という高価なものを売る営業マンの醍醐味でもある人の力で、会社はどのようにでも変わりますから、人材集めが一番大変です。

小木曽　最近はミニバブルなどと言われ、地価が高くなってきていますが…。

塩田　そうですね。ここ1、2年で不動産は変わっていくような気がします。タワー型マンションが次々に建てられ即、完売していますが、それもいつまで続くのかな？と。まだまだ、課題は山積みですが、日々勉強で頑張っていきたいと思っています。

小木曽　忠孝氏
（おぎそ　ただたか）
1940年生まれ。
東京都出身
日本マンション協会
設立（03年4月1日）
http://www.nmkk.jp

〈会社案内〉
㈱ABCホーム
設立／1994年9月。資本金／6億4335万円（06年5月現在）。グループ会社／㈱ABCハウジング、㈱ABCコミュニケーションズ、㈱ABC債権回収。業務内容／ファミリータイプマンションの企画開発・販売・買い取り。