

多能工 営業マンの 育成方法とは



株式会社 アットハウジング
代表取締役社長 伊藤 元博 氏

「平屋って売りづらい」ってよく言われるじゃないですか。ウチの社員は平屋だろうと、自然素材だろうと、ローコストであろうとどんな商品でも迷わず売ってくるんですよ。



最強の営業マン育成仕組み化セミナー お問い合わせNO. S112152

2024年4月18日（木）

13：00～16：00（受付開始12：30～）

開催場所：TKP 東京駅

カンファレンスセンター

<主催> Funai Soken 株式会社船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください

「なぜアットハウジングだけあんなに調子がいいのか？」

コロナ禍で多くの企業が業績を落としている中、過去最高売上を達成したアットハウジングを見て、全国の住宅会社からいただくご質問です。

アットハウジングが成功した要因は、

“地域に根差した多ブランド展開”です。

しかし、それを裏から支えている最も重要なものは

“圧倒的な営業マン育成の仕組み”です。

育成がうまくいく会社といかない会社は何が違うのか？

アットハウジング取材していく中で、

“営業マン育成の本質”が見えて参りました。

・・・まずは続きをお読みください。

ブランドを増やして、確かに 集客は増えました。しかし… どんどん契約率がおちていったんです

株式会社アットハウジング
代表取締役社長 伊藤 元博氏



ウチは元々10拠点程で展開していたんです。

ただ当時のリーマンショックなどの不況により、営業効率の悪い拠点展開では利益がなかなか取れませんでした。

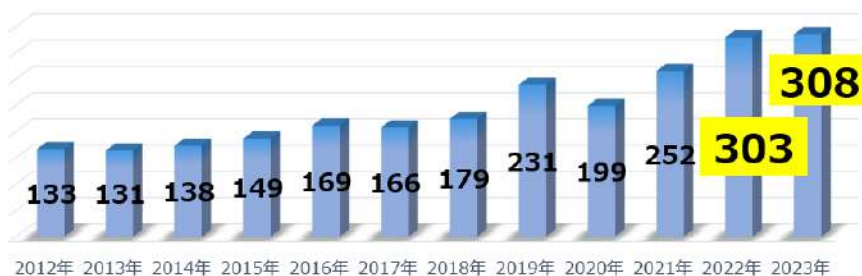
やはり住宅業界は地域密着。

地域を深掘って利益を

しっかり出す経営を

しなければ、と

舵を切ったのが2012年ころです。



2019年からは営業社員が育ってくれてます。
ただ、それまでは契約棟数が伸びていなかったのも事実でした。

その当時の合言葉は「まずは愛媛で一番になろう」。

社長の私自身「いつかは達成できるかな・・・」くらいの気持ちだったのが正直なところ。

まずはニーズの高いローコスト住宅と自然素材系のブランドの2つでスタートしました。



ローコスト住宅は
当時、モデル
オープンする
だけで毎月
20組は安定して
集客できて
おりました。



自然素材の家、
「モミの木の家」
は総合展示場に
出店したのもあり
集客は
大成功でした。

その後、船井総合研究所に流行りのブランドやインパクトのある商品を紹介してもらいながら、とにかく集客の数を上げていくということに注力しました。

ブランドは8つに増えていき、集客もコツコツ伸びていきました。



平屋の
オープン当初
は、月間
37組来場
でした。



デザイン系
ローコスト
住宅も集客数
としては
プラスに
作用しました。

この2～3年は特に平屋の集客が好調でしたね。

デザイン系や建売住宅も始めて、集客は順調だったんです。

ただ・・・私の思っているよりも（というか全然・・・）契約が増えてこない。
それどころか、**契約率はどんどん下がってしまっていたんです。**

営業の流れは特に変えていないのになぜ・・・？

営業部長に聞いても、「お客様の話をちゃんと聞いて対応すれば、とれるはずなんですけどねえ」と要領を得ない答えしか返ってきません。

「これはまずいな」と思い、若手社員に直接聞いてみたんです。

19棟

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
S様	H様	S様			Y様	M様	K様		T様	K様	M様
		N様					I様			W様	T様
		K様								K様	M様
										T様	
										K様	
										K様	



9棟

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
	F様	S様	H様	N様	K様		T様		K様		
	M様				S様						

彼は前年19棟売り上げた若手ホープの一人。

ただ、今年は10か月たった時点で9棟受注と振るわない。

根ほり葉ほり聞いた結果、

「何がおお客様におすすめなのか断言ができません・・・」

「一緒に迷ってしまうんですよね・・・」

なんでも売ることができてしまう多ブランド展開の弊害が出ていたんです。

ひとまず、コンサルティングで毎月お世話になっている船井総合研究所に相談したんです。

その際に、事前に録音した営業マンの商談音声も持参して聞いてもらいました。

音声を聞き終わったコンサルタントの栗原さんはこう言ったんです。

「社長、**まずアットハウジングという会社で家を建てたい！と**思っていただけの流れにしないとですね！」

せっかく多ブランド展開をし、様々なニーズのお客様に対応できるのに、**アットハウジングという会社を気に入ってもらう話をできていなかった**ので取りこぼしていたんです。

今思うと何をいまさら・・・と思いますが、
当時の私としてはかなりショッキングな出来事でした。

それからの私の取り組みは早かったです。

早急に自社を好きになってもらうトーク、アットハウジングにお願いしたい！と共感してもらえるトークを作りました。



共感してもらえるトークを考えました。もともと私も営業畑でしたが、新人でもお客様に伝える営業トークを作成するのは船井総合研究所なしでは難しかったです。

これで大丈夫だ。

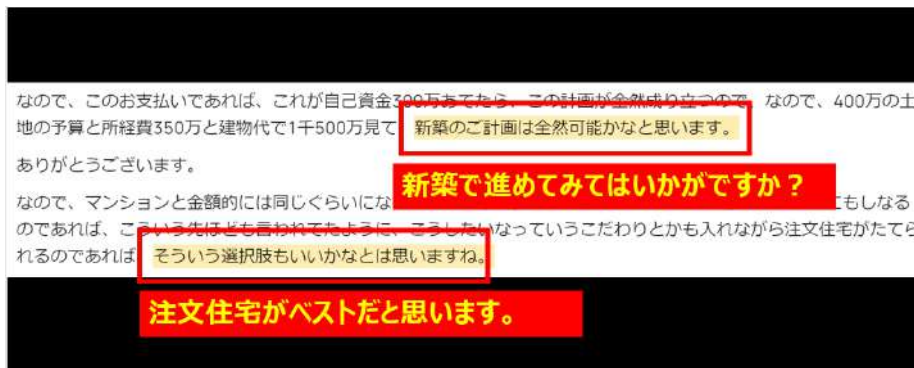
しかしそんなにうまくいくはずもなく。

依然として契約率は振るわない。

営業マンの音声をもう一度聞いてみました。

・・・やっぱりお客様の背中を押しきれていない。

その証拠に結局お客様から「もう少しだけ考えさせて下さい」といわれる始末。



実際の商談
音声を送付
していただき
それを
文字に起こして
確認しました。

再度栗原さんに相談をしてみました。

今回はさらに食い気味に、

「営業マンの方、おそらく背中を押せていないということすらわかっていないと思います」

栗原さんの話だと、具体的にどこが押せていなくて、どうすればよかったのか？が明確でないと、そもそもできていないことを理解できないということでした。

「そうか、だから同じミスばかりするのか・・・」

そう思った瞬間栗原さんから、

「1つ1つの商談について全部指摘してあげると、どんな子でも3か月くらいでできるようになりますよ」

本当に1件1件の商談に対して、マンツーマンで振り返りを行っていました。
それはまるで、あの成果にコミットするトレーニングのよう・・・笑
本当に徹底的にやっていました。



そこから成果が出るまでは本当に早かった。
何より若手の顔つきがまるっきり変わりました。

「自信をもってお客様にベストな提案ができます！」
笑顔で話してくれる営業マンが本当に頼もしく感じました。



「株式会社住宅産業研究所2021,2022年度調べ」

そして昨年、やっと念願の愛媛NO.1の称号をとることができました。
次は四国NO.1を目指します。



今回、この経験談を話してほしいと船井総合研究所に依頼されました。
正直あまりオーバートークは好きではないので、体験したままをお話しさせていただきます。

ただ、1つぶっちゃけてしまうと、「営業研修」って成果に結びつかないものばかりじゃないですか。でも唯一「成果が出た」と言い切ることができます。

当日はご参加される皆様のために頑張ってお話したいと思います。
お会いできることを楽しみにしております。

株式会社 アットハウジング
代表取締役社長 伊藤 元博



数年前までは、新人の8割が辞めてしまう会社でした…

でも、今は、人財育成デジタル化の最先端。「四国NO.1！」が今の合言葉になっています

株式会社 船井総合研究所
住宅支援部 住宅グループ
栗原 北斗

株式会社アットハウジングとのお付き合いは、もう8年以上になります。

急激に業績が伸びた最初の要因は、798万円で家売る「超ローコスト住宅専門店：ニコニコ住宅」が不景気を押しのけ大成功。近年の平屋ブームの先駆け的に約5年前に立ち上げた「平屋住宅専門店：平屋革命」は、幅広い年齢層に人気のブランドになり、エリア内での棟数が1番になりました。デザイン住宅や建売住宅などユニークな取り組みで、マーケティング戦略はいつも大成功でした。

「あとは、人材マネジメントの成果が出ると、愛媛トップ狙えますね」いつもそんなお話を伊藤社長としていました。

そんな中で、伊藤社長から「多ブランド展開でも若手がどんどん受注できる仕組みを作りたい」と声をかけていただいたときは、「これは、絶対に成功してもらわなくてはいけない」本気でそう思いました。

「今のままでは、若手がお客様に対応できていませんね。まずは一定のルールを作りましょう！」

・・・同時にいくつかのお願いをすることから、プロジェクトはスタートしました。

- トップ営業マンがお客様をグリップしているときのコアトーク動画（アットハウジングを好きになるトーク）を新人用にカスタマイズしたものと一緒に作らせて欲しい
- お客様から「買わない理由（阻害要因）」が出てきた時の対応トークパターン4つを整備すること
- これらのトークは、鼻歌を唄うぐらいスラスラ出てくるまでロープレで指導してほしい
- 最低限押さえてもらいたいKPI（初回面談時間・アポ率・毎月5組以上の短期見込み客）は必ずチェックしてもらうこと
- 商談音声へのフィードバックポイント2つに絞ること

社長と営業部長の取り組みへの本気度と徹底度合いは私の想像をはるかに超えていました。その結果が、あまりに見事だったことは、コロナ禍でも過去最高を更新した業績が証明している通りです。

ここで私からは、株式会社アットハウジングと一緒に作った「徹底させる仕組み」の一部を、紙面上、可能な範囲でお伝えしたいと思います。

特に、令和の若手の教育ということで、可能な限り紙の「マニュアル化」のレベルではなく、風化しないデジタル化を強化してみました。

●アットハウジングオリジナル新人用「グリップトーク」と「阻害要因対応トーク」はスマホでも見られるeラーニング化をしました



トークの暗記だけは自己責任で！
という思いで、「使いやすさ」を重視しました。

●ロープレ音声をアップロードすると、自己学習できるように「AI判定」システムの点数化で良し悪しを判定できるように進化させました



キーワード設定すると絶対言わないといけないことが点数になるように設定できるようにしました

●KPIは顧客管理システムからデータを自由に取り出せるようにシステム構築。チェックしやすいダッシュボードに作り変えました

店舗名	担当者	来店	→	着座	→	アポ	→	申込	→	契約	→	申込率
KPI		481	77 %	368	80 %	294	60 %	176	56 %	99		37 %
合計		212	76 %	161	68 %	109	74 %	81	63 %	51		38 %
パナナ住宅	御園和也	39	85 %	33	39 %	13	77 %	10	60 %	6		26 %
パナナ住宅	奥野真平	29	76 %	22	77 %	17	71 %	12	67 %	8		41 %
ぽちっやいます不動産	橋本敦周	6	67 %	4	50 %	2	0 %	0	0 %	0		0 %
ぽちっやいます不動産	渡辺人文	10	60 %	6	83 %	5	80 %	4	100 %	4		40 %
八面堂ちん店	鈴木一真	26	58 %	15	113 %	17	94 %	16	63 %	10		62 %
八面堂ちん店	山本莉奈	25	92 %	23	43 %	10	50 %	5	40 %	2		20 %

スマホでももっと見やすく今後進化させたいと思っています。

●時間のかかる商談音声も自動で文字化ができるようにしました 音声をイチから聴くのに比べると数倍のスピードでチェックできます 実際の商談も、点数化できるように今いろいろデータを集めています。

ロールプレイング音声ファイル一覧 > 文字起こし

2022/09/14 D:57 阿部元香 【0914】旧土地トーク100点ロープレ音声

説話コメント
後半部分のトークにうろ覚えな箇所があるようです。まずはイーラーニングの「100トーク」を見直してください。
また、テストトークロープレがあまりにならなくなっています。言い回しが難しいです。

それでは「100」さん。
そういう通りの流れであれば問題なく進めていけるかとありますが、**始めてみてはいかがでしょうか。**
そうですね。
まあ、土地が売つかわなくて困りますがね。
こっちはもうお楽しみになられてるんですか？
まあちょっとあのペースとかで軽く見たりはしていますね。

フィードバック

検索 重複度 検索

東京北斗
09/14 09:15
この言い回しはグッドです

・・・などなど、まだまだ進化の途中ではありますが、この4年半ほどの取り組みで、「営業テクニク」だけではなく、「育成の仕方」や「見える化」には大きな変化がありました。

企業成長のポイントは「人財育成の仕組み化」

数百社のお手伝いさせていただきながら若手の成長を見る中で、今それは私の確信に変わりつつあります。

それらは、精神論だけでも、徹底力だけでも、ましてやデジタルの自動化だけで解決するものではありませんが、これらをバランスよく取り組むことが大きな成果になることは、株式会社アットハウジングの若手の皆さんや社長との取り組みのなかで痛感しました。

そこで今回、皆さんにも、この成果を少しでもリアルにお伝えしたいと思い、セミナーを企画しました。特別にお願いして今回は伊藤社長より実体験をしっかりと話していただく予定です。

絶対に聴いていただきたい貴重な機会を逃さないよう、セミナーには是非ご参加いただきたいと心から思っています。

株式会社船井総合研究所 栗原北斗

【追伸1】会員企業以外の皆様には、最初で最後の機会となる予定です。大変お忙しい時期かと思いますが、この機会を逃さずご参加ください。

【追伸2】株式会社アットハウジングと交流のある会員企業の声も一部、掲載させていただきました。「本当にすごい！」といつも驚きの声をいただいています。



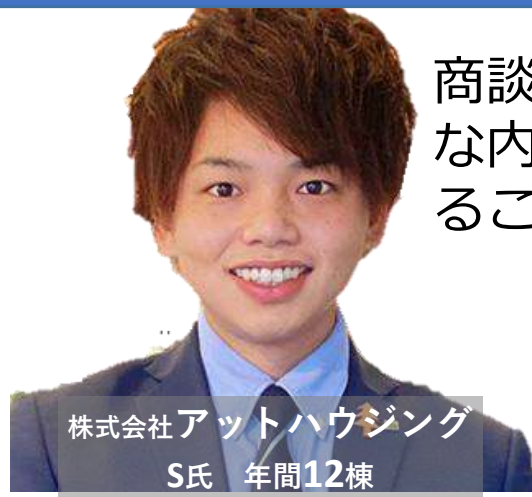
録音した商談音声と一緒に聴いてみると、びっくりするくらいクロージングできていないんですよ。（笑）
クロージングを意識すると、どんどんお客様と深い話ができるようになっていたんです。

ブランドごとに話すべきトークを決めてもらったのでそれを覚え始めたんです。それをお客様の前でやったときは、反応も良くて何件か契約も取れてたんです。しかしどんな家にしようかフワッとしているお客様がくると自分も迷ってしまって、お客様に合うブランドをご提案できないなんてことがよくあったんですよ。

営業部長からは、クロージングができていないからじゃないか。と言われて、商談が間延びしないようにもっと強気でいくようにアドバイスしてもらっていました。ただ正直なところ、重要なタイミングで強気で背中を押しているという自信があったんです。

とはいえ、成績が振るうこともなく社長から集中トレーニングの一環として商談音声の振り返りの時間を設けてもらえるようになったんです。**音声を聞いてみて正直びっくりしましたね。ここまで自分のクロージングが弱かったのかと。（笑）**

出た商談の音声を全部聞いてクロージングができていない箇所をあぶりだして、とにかくクロージングを強くすることだけを意識していきま
した。そうすると、住宅会社を見始めたばかりのフワッとしているお客様でも、刺した質問をしてみると家づくりのヒントになる本音のところが出てきて、私としてもお客様のベストなブランドを提案できるようになりましたね。



商談音声でロープレよりさらに具体的な内容まで学んだことで私でも受注することが出来ました！

「商談音声の具体的な箇所に対して、細かい言葉の言い回しまで上司が教えてくれたので次回アクションが明確になりましたね。」



自分ばかり話していて
お客様のお話全然聞いてないじゃん！
というのが浮き彫りになりましたね。
(笑)

「商談音声の振り返りトレーニングをし続けて、お客様と一緒にゆっくり階段を上るイメージを心がけました。」



商談に出ることが怖くなくなり、
楽しみになりました！

「営業は初めてやることなので、不安なことだらけでした。でも毎回商談音声をもとに丁寧にどう話せばいいかって教えてくれます！言われたことを次は出来るようにしようと思うと、商談に出ることが楽しみになってくるんですね！」

アットハウジングってあれだけブランド展開しているのに若手社員が安定して成績を出せていてすごいですよね、ほんと。(笑)

営業っていろんなお客さんがいて、いろんなパターンが想定できるじゃないですか。それをこういうパターンでいこうって決めることが難しいと思うんです。

それを上手に下の子がわかりやすいように伝えているっていうのはすごいですよね。だから自分の営業の仕方もかなり分析されてるなって印象を受けますね。**なかなか一貫性をもって話されるな**という印象があります。



中央建設 株式会社
代表取締役社長
足立智成氏

アットハウジングの伊藤社長とは某住宅F Cの加盟当初からのお付き合いで、現在ではお互い数社で同じグループ会社をしております。

お互いに情報交換会で毎月お会いしておりますが、**営業の仕組み化を始めた途端にアットハウジングは爆発的に棟数を伸ばし始めました。**

早速、伊藤社長にお願いして弊社もご紹介頂き、同じやり方で仕組み化をはじめました。当初はなかなか棟数が伸ばせませんでした。やっとなんか1、2年で成果が上がって参りました。アットハウジングには感謝！感謝！です。

まだ道半ばではありますが、少しでもアットハウジングに追いつき追い越したいと思っております！



グッドリビング 株式会社
代表取締役社長
永野 武氏



株式会社 アップデート
代表取締役
原山 長之氏

アットハウジングって的確にフィードバックされますよね。

下に伝えるときに気を使っていて、常に一本芯が通った話し方を想定しないと理路整然と営業のことを話せないと思います。

スーパー営業マンの輩出はいい意味でも悪い意味でも営業マンで終わってしまうと思うんです。でもアットハウジングはスーパー育成促進会社になんてなっているなと感じます。

うちもスーパー育成促進会社になろうと船井総合研究所に色々教えてもらっているところです。



久留米建設 株式会社
代表取締役社長
高江 一久氏

育成の仕組みを導入する前のわが社の営業マン育成方針は、スーパースター営業マンをいかに育てるか？というものでした。

当然なかなか人材は育たず、人はどんどんやめていきました。仕組みを導入してからは徐々に社内に育成文化が根付きだし、新卒が受注できるようになっていきました。

また営業の「共有言語」ができたため、それまでバラバラだった上司のアドバイスも統一させることができました。営業部隊全体の生産性を上げることができると、受注を驚くほど安定させることができると実感しています。

これからも若手社員が輝ける場を提供できるようにしていきたいと思います。

以下に当てはまる方
必見！

1つでも当てはまったらご参加ください

- ☑ **トップセールスやベテランに頼る体制を抜け出したい**
- ☑ **今の営業が、トップセールスでなくとも、一般レベルになってほしい**
- ☑ **育成するためのマニュアル・動画等を整備していきたい**
- ☑ **営業社員を育成するにあたり、何かシステムを探している**
- ☑ **育成の仕方がわからない・育成の仕組み化をしていきたい・育成の時間を短縮したい**

**リアル
開催！**

セミナープログラム

4月18日（木）13:00～16:00（受付開始:12:30～）

TKP 東京駅カンファレンスセンター開催

第1講座

ゲスト講師

育成成功ストーリー

**多ブランド展開と育成を両立させて、300棟を達成した
成功ストーリーをお伝えします**



「入社3年目以下の営業社員」が全員12棟契約
出来ている成功ストーリーをお伝えします。
8ブランドを展開する会社の営業戦略を余すことなく
お伝えします。ポイントは、自社を気に入ってもらっ
トーク作りと、成果の出る研修にありました。

株式会社アットハウジング 代表取締役社長 伊藤 元博 氏

第2講座

成功事例とその取り組み



営業社員が必ず育つ育成手法を、第一講座の
育成ストーリーを紐解くかたちで惜しみなく
お伝えします。また、他社育成事例もあますこと
なく、お伝えします。

株式会社船井総合研究所 住宅支援部 栗原 北斗

まとめ 講座

育成成功企業からみえる成功のポイント



あなたの会社が明日から取り組むべき
営業マン育成について、成果を最大化させるための
手法をお伝えします。また、そのうえで
どうデジタルツールを活用するべきかを
お伝えさせていただきます。

株式会社船井総合研究所 執行役員 伊藤 嘉彦

日程がどうしても合わない皆様へ
個別にご対応いたします。下記までお問合せください。
TEL:0120-958-270

平日9:45～17:30対応
担当：栗原 北斗

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

最強の営業マン育成仕組み化セミナー

お問い合わせNo. **S112152**

開催要項

来場開催

TKP東京駅カンファレンスセンターでの開催となります。
オンライン配信はございませんので予めご了承ください。

東京会場

開始 終了

お申込期限：4月14日（日）

日時・会場

2024年 **4月18日**（木） **13：00 ▶ 16：00** 受付開始12：30～

場所：TKP東京駅カンファレンスセンター

〒103-0028 東京都中央区八重洲1-8-16新槇町ビル
（JR「東京駅」八重洲中央口より徒歩1分）

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。
また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払い戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

受講料

一般価格

税抜 7,000円（税込 **7,700円**）／一名様

会員価格

税抜 5,600円（税込 **6,160円**）／一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内（メール）をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内（メール）をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。

●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン（旧：FUNAIメンバーズPlus）へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
または、船井総研ホームページ（www.funaisoken.co.jp）、右上検索窓にお問い合わせNo. 112152を入力、検索ください。

お問合せ



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail： seminar271@funaisoken.co.jp

TEL:0120-964-000（平日9:30～17:30）

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

また、お問い合わせの際は「お問い合わせNO.とセミナータイトル」をお伝えください。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください

お申込みは下記QRコードからお願いいたします

2024年
4月18日（木）
来場開催
申込締切日
4月14日（日）

