

## 不動産の“二大売り物”は／実は「物件」と「ローン」だった

ただの業務だった資金計画をプレゼンテーションに変える  
営業支援ソフト「ローン講座くん」が登場！

Webマーケティングのアイティーレックス(株)が  
不動産会社向けに発売

直撃！  
インタビュー

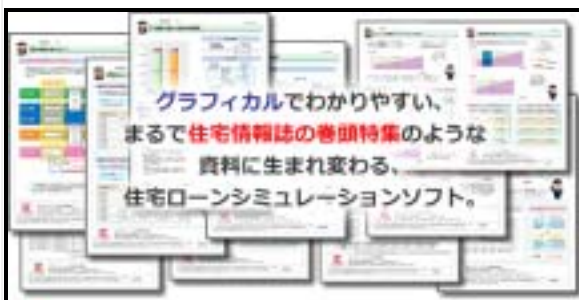
営業マンを後押しする  
「ローン講座くん」

<http://www.loan-koza.com/>



信頼  
創造

プレゼンテーションシステム  
ローン講座くん



グラフィカルでわかりやすい、  
まるで住宅情報誌の巻頭特集のような  
資料に生まれ変わる、  
住宅ローンシミュレーションソフト。



資金計画を  
説明するだけで…

資金計画  
住宅ローン  
シート

成約率  
向上!?

### 成約ドカン！の営業マン・プレゼンテーションシステム／「ローン講座くん」

Webマーケティング事業を行うアイティーレックス(株)(東京都中央区、鳥海 成樹社長)は、不動産会社向け営業支援システム「ローン講座くん」を10月に発売、11月から利用を開始している。

「ローン講座くん」は、簡単操作で素早くローン計算とシミュレーションを行い、表やグラフを表示・印刷できるソフトで、住宅購入者の安全なローン取引を支援するとともに、営業マンの業務効率化と成約率向上をバックアップするもの。これまでのような電卓による簡素な説明でなく、営業マンのパソコンから様々なプレゼンテーションができるのが特徴。グラフィカルな分かりやすいシートを持ち帰ってもらうことができる。ASPサービスで、導入初期コストは3万円。月々9,800円で営業マン5人(増員可能)が利用できる。

「ローン講座くん」の開発にあたっては、不動産の売り物は「物件」と「ローン」だったことに注目！これは凄いぞ！ひょっとするとこれまでの営業スタイルを大変革させるのでは……というわけで、アイティーレックス(株)の鳥海 成樹社長を直撃インタビュー！(聞き手は本誌・編集長/浅見貞男)

アイティーレックス(株) <http://www.it-rex.jp/>

## 「ローン講座くん」発売の鳥海 成樹社長を直撃インタビュー！

「ローン」の先行プレゼンテーションの必要性はデキル営業マンはわかっているのですが  
“先ずは物件ありき”の時代が長く続いてきた中で / 「ローン講座くん」をリリース！

キャッチに「不動産の営業支援 / 成約率を上げる資金計画シミュレーター / 信頼創造プレゼンテーションシステム / 「ローン講座くん」とありますが、またすごいものを開発しましたね。

**鳥海** ありがとうございます。がんばりました（笑）

反響はいかがですか？ 不動産の売り物って、実は「物件」と「ローン」の2つなのですが、これまで“先ずは物件ありき”できましたかからね。「ローン」を前面に打ち出していく営業はそうした流れを変えていくことになりませぬよ！

不動産市況はいま、悪化局面に入っており、適切な「ローン」ガイドによって購入成功（可能性の発見 実現）の物語を作っておけることが必要なのだと思いますが.....。

**鳥海** そうですね。でもなかなか普通の不動産屋さんには理解してもらえません。とくに、「お客と最初に話をする」というプロセスがどうしても理解されにくい。

物件さえみせれば何とかなる（これは、一面で本質なのですが）という時代が長く続いてきましたからね。また、いまでも、そう考えている経営者や営業マンが多いのではありませんか。

**鳥海** 営業マンも本当は物件見せる前にローンなどについて説明しておけばあとあとラクになるんですけど、どうしても、少しでもネガティブな情報はお客さんに伝えたくない！ だから話をする前にまず物件を案内！ という方が多いですね。

よく言われるように、今はインターネットで誰でもどんな情報でも調べられるのですから、お客さんだって来店前にいろいろ調べてきてますよ。僕らだって高い買い物する時はそうじゃないですか？ いろいろ調べていても、営業マンの前では「へえ、そうなんですか」としか言わない。

**鳥海** そうですね、本当は知っていても営業マンの前ではそういうことは言わない。

まして、これもよく言われることですが、不動産の購入は慎重になりますよね。ですから、ネットにはたくさん情報がのっているし、住宅情報誌なんか見ても、家の見方とか、ローンとか必要な情報は全部載っている。なのに.....。

**鳥海** デキル営業マンといわれる方はそのところをちゃんとわかっていて、きちんとリスクも話して、その上でメリットを伝え、物件を探して営業成績を上げているんですけどね.....。

**こっちはプロなんだから、お客さんが知っているという前提で、それ以上の知識を提供してあげれば / 信用と信頼が得られる。**

そう。やっぱりできる営業マンは、もうセールスマンじゃないんですよ。お客さんに信頼されて、パートナーになっちゃう。ある会社の営業現場では、2人の営業マンがペアー（この方が、1人で応接するよりもお客様の希望を見落とさないで幅広い提案ができる）になって、購入者の意向や現状をヒヤリングして、そして借りられる住宅ローンの概要と返済プランを提示した上で、夢だけでなく購入可能な住宅をあらためて一緒に探す という方法で大成功しているところがあります。

昔みたいに、ほっといても売れる時代じゃないし、ゴリ押しの営業ができる時代でもなく、いかにお客さんに自社や自分を選んでもらうかが大事な時代であって、モノはそのあと一緒に探していこうという時代です。

**鳥海** そうなんですよ。提案営業はあたり前ですが、中島みゆきの歌じゃないですが、「めぐるめぐるよ時代は〜」って感じで、ネットの活用が進む一方で営業の現場でかつて言われていた「まず人を売る」ということに回帰している現象も見受けられます。これは、不動産営業だけではなくてどの業界でも同じです。モノやサービスが溢れている時代ですし、競争も激しいですから。

しかし、お客さんがどれだけ「知っている」といっても所詮は素人。こっちはプロなんだから、お客さんが知っているという前提で、それ以上の知識を提供してあげれば信用と信頼が得られます。それでパートナーになれるわけで、そうしたら必然とその人から買うし数字も上がってくる。

ここで、申し上げたいのは、営業マンの役割がここにきて大転換していて〔買えるストーリー作りの手助けをしてあげる〕のが今風の営業マンで、そうしてあげれば、折角案内しても〔するりと逃げてしまう〕というネット営業の隘路をカバーできるかもしれないということなのです。



インタビュー風景 / 右:鳥海社長

**鳥海** 信じて頼られる、だから営業はまず「人を売る」、それが基本ですね。ただ、今の時代気に入ってもらっただけではなくて、専門家としても一目置いてもらって信頼してもらおうということですよね。

今まで、いわゆるトップ営業マンという方をたくさん見てきたんですが、やはりトップ営業の方々が、最初にきちんとお客さんに説明をしているんですね。

もちろんお客さんは物件から問い合わせしてくるわけですけど、案内する前にこの人は買える客か買えない客か、どこまでの客か、というのをしっかりと見極めているんです。

買えないお客さんに買えない物件を案内するよりも最初の段階でしっかりコミュニケーションしてお

くほうがお互いに不幸にならずにすむということですよ。

そう、それが営業の鉄則だと思う。高いものを見せてしまうと買えないお客さんになってしまうからね。買えない物件を見せてもしょうがない。お客様は必ず優先順位を付けた〔購入検討キーワード〕というものを持っていますから、それを整理して尖った営業に入るとクロージングしやすい。けれど、できない営業マンはそうしたことができないで、自分から買える客を買えない客にしてしまうんだな。ただお客さんの要望だけを聞いて走り回る。それが悪いほうに行っているとも気づかずに貴重な集客と貴重な土日を自らダメにしている。考えれば考えるほどもったいない(笑)

**鳥海** 社長や上司の人たちはそういうのを指導しないんでしょうか？

**基本的には何をどうするというのをあらかじめ決めておくも業務も効率化するし / 営業マンもラクになる / 金曜日の夜8時ごろ営業マンから貰う電話にはつらいものが.....**

この業界の取材を長い間続けてきましたが、正直なところそこが一番難しいんだと思いますよ。この業界で独立する人はトップ営業だった人が多いけれど、現場営業ではトップでも指導者として適任かどうかはわからない。「名選手名監督にあらず」ということは、どの業界でも同じだと思います。

店舗を任されていて、どこに出店してもトップクラスの成績をあげるけれども、その人がいなくなるとその店は冴えなくなってしまう というような繰り返しをたくさんみてきました。

自分では当たり前出来ることでも、部下にはなかなかできないってことはよくあること。その伝え方なり教え方なりというのは、これは営業マンの個別の能力とは別次元の社員教育のことですから。

それに、上司がいくら指導しても部下が勝手に動いたりすることもこの業界ではよくあるし、何とか数字を取ろうとして焦って上司の目の届かない現場で変なことになってしまうことも多々あります。

私の知っている例では、〔追客禁止リスト〕を作って成果をあげているところがあります！

個人的なことですが、雨の降っている金曜日の夜8時ごろ、不動産の営業マンから貰う電話にはつらいものがありますよね。

**鳥海** ああ、なんかわかります。焦る営業マンの気持ちが(笑)

私も他業界で営業していましたが、やっぱり数字に焦って勝手にやっちゃったり、上司に見えないところでいろいろ取り繕ったりってありました。一度なんかは勝手なことして3億円の契約を飛ばしそうになって心底焦りました。(笑)

どんな契約かわからないけど3億円が吹っ飛ぶというのはすごいね(笑)

**鳥海** 吹っ飛ぶ前にどうにかなってよかったんですけど、勝手なことはするべきじゃないと心から猛省しましたホント(笑)

勝手にというか、部下が独自の判断で動くというのも時と場合によってはアリなんだけれど、それがいつもいつもでは困ってしまいます。企業として統制も取れないし、全部が行き当たりばったりになってしまって、経営も営業もギャンブルみたいになってしまう。

**鳥海** 経営もシステム化というか、いやパソコン利用の話ではなくて、社内の仕組みという意味でのシステム化をしていかなければいけませんね。たとえば、工場で製品が作られるように、何をしたら何をするというような、一連の流れが決まっていると便利ですね。

場合によっては例外もあるのでしょうが、基本的には何をどうするというのをあらかじめ決めておくも業務も効率化するし、営業マンもラクになる。

**ローンから住宅購入の成功までを営業マンの得意技(プロ)として支援していくのが、これからの基本。しかし、何故かプレゼンテーションツールは / ありそうでこれまでなかった。**

そのためにはツールが効果的で、「ローン講座くん」ということになるのですね(笑)

不動産の“二大売り物”は、最初にも述べましたように「物件」と「ローン」。ともに専門性が求められますが、ローンから住宅購入の成功までを営業マンの得意技(プロ)として支援していくプレゼンテーションツールはありそうでこれまでなかった.....。

**鳥海** はい、がんばって作りました。(笑)

単純にこういったツールがあると「これをもとに話をしていく」だけでいいので、営業マンも営業がかなりラクになります。いつもアドリブで営業するんじゃなくて、ツールに沿ってやっていくだけでいいのでラクですし、内容はプロとしての説明もきちんできます。話すことがないから物件案内ではなくて、最初に軽い資金計画、つまり住宅ローンの説明をして住宅購入について前向きな姿勢を持ってもらって、「こんな説明までしてくれるのは他とは違うプロの不動産屋さんなんだ!」とお客さんに認識してもらおうというプロセスを作ってもらいたいという思いがあります。

もちろん、そこで買えるお客さんか買えないお客さんかを判断するという狙いもあります。さらに言えば、物件力に頼る前に営業マン自身に「プロとして信頼」を得られると、もし案内した物件が決まらなかったとしても、他社に流れずに自社で買ってもらえる可能性が高くなります。「別の不動産屋さんでこんな物件見たけど、さん、紹介してもらえます?」みたいな。

うまく考えたなあって思いますよ(笑) 資金計画っていってもつまり住宅ローンの話だし、それを話し出すと自然に賃貸と売買の比較やら、いま買ったほうがどれだけ得かとかになるわけだから、ある意味で最初からクロージングの予約ができてしまう。しかも、信頼が得られるとお客さんは浮気しない。先に述べた、折角案内しても[するりと逃げてしまう]という悪しき現象も避けられでしょうから、これは強いですね。

**鳥海** システムを使って「人を売る」を実現しています。しかも簡単なので誰でも使えます。パソコンが苦手な人でも簡単です。

**まず、接客したら「ローン講座くん」で話をしておいて、それから案内する。帰ってきたらクロージングする。これだけですから / 営業の底上げになる?**

やらなきゃいけないのは重々承知の上なんだけれど、ローンの説明なんか面倒だから突っ込んでやりたくなし、いままではツール自体がなかったから、電卓を叩いてやるしかなかった。

でも、こういうツールがあるとこれに沿って説明していけば誰でもある程度の話が出来るわけだから、やりやすいですね。計算もしなくていいし、ポンと入力するだけだから。

**鳥海** そうなんです。先ほど上司の方も指導がしにくいというお話が出ましたが、こういう風にやるべきことが決まっていって、話の内容もあらかじめ決まっていると上司も指導しやすいと思うんですね。あとは話術のテクニックを教えてあげればいいわけですからプロセスまでいちいち指導しなくていいですし、やりやすいと思うんですね。

まず、接客したら「ローン講座くん」で話をしておいて、それから案内する、帰ってきたらクロージングする、これだけですから。物件がダメならそれをまた繰り返せばいいだけです。

日本人はパターン化してあげると、よく働きます(笑) ある程度方向性が見えると自分なりに工夫してがんばるのが日本人のいいところだね。

**鳥海** そうですね。みんながバラバラのやり方で動くよりも、同じツールを使ってある程度営業方法もパターンにしておくと業務も効率化して、ノウハウも情報もたまっていきますから。結果が大きく違ってきます。

営業の底上げになる?

**鳥海** まさに、そこなんです狙いは。お客さんのためにもなるし、みんなが幸せになれる、そんな営業システムです。

**アイティーレックス(株)から / 読者への無料プレゼントが届いています(お申込みは下記からどうぞ)**

**無料配布 / 中小不動産会社向けの売上げ向上のための緊急レポート  
「なぜあの会社は儲かるのか? なぜあの営業マンは売れるのか?」**

<http://www.loan-koza.com/mail/form.php>