

6. 脱公共工事の勘所

「脱公共工事の勘所」は以下の4点です

- 第1. 公共工事と民間工事のそれぞれの市場の相違を良く理解することです。
- 第2. 営業力を強化するために、情報収集能力と営業マンのパワーの強化が必要です。
- 第3. 営業力を強化するための自社の技術面や企画面における他社との差別化のポイントが明確にされていることです。
- 第4. 民間工事には公共工事には無い貸倒れリスク等のリスクも多いため、これを回避するための情報収集能力を高める必要があります。

1. 公共工事と民間工事の相違点を良く理解すること

項目	公共工事	民間工事
企画力の発揮	仕様を発注者が決めるため、企画力の発揮が制限される	企画力が重要ポイントとなる
競合関係	同じランク内の競争である	建設企業であれば大小に係らずライバルになり得る
受注金額	予定価格等として一定の幅が示される	受注金額の幅に制限は無く、価格競争はより厳しい
営業マンの能力	人的側面では形式的に技術者のボリュームを揃えることに重点	営業マンの能力次第で受注が大きく左右される
回収の危険性	回収の危険性は無く、売掛債権引当の融資も容易に受けられる	貸倒れやクレームにより回収不能の可能性が常に存在する

2. 民間工事においては、営業力強化のための情報収集能力と営業マンのパワーの強化が極めて重要です

これらの強化のためには以下の取り組みが欠かせません。

- イ. 社長が情報収集の中心となって積極的に対外活動を行なうこと。
特に、良好な人脈作りができれば、「筋」の良い情報が集まってきます。
- ロ. 営業エリアを特定する等して、地域密着で情報収集を行います。
遊休土地の有効利用、資産家の土地有効利用、工場や店舗の移転話、二世帯住宅の建築話、老朽化した建物の改築需要等のニーズ等を発見し、それらを企画・営業にまとめる「量」と「質」両面のパワーが必要です。

ハ. 金融機関との良好な関係を築くこと。

建築需要の話を手に入れることや、建築にあたっての建主の借入を円滑に実行してもらう等のためにも、銀行との良好な関係は重要です。

ニ. 専門家とのネットワーク作り。

税理士、不動産業者、司法書士等の専門家とのネットワーク作りは情報入手と提案力強化の双方に効いてきます。

ホ. 営業マンのインセンティブを高める給与制度の導入。

言うまでもありませんが、インセンティブを高める給与制度の導入は営業マンのやる気を高め、維持するために不可欠です。

3. 営業力を強化するためには自社の建築物の魅力を高めることが基本となる

＜魅力を高めるための取り組み＞

(1) 自社の建造物の特色を分かりやすく表現したネーミングはできていますか。

(2) 自社の建造物の長所が顧客の要望と合致していますか。

(顧客の要望の例)

①. ローコストの建物

②. 省エネの建物

③. 外観、デザインが素晴らしい

④. 地震等に強い建物

⑤. 工期が短い

⑥. 介護等を楽にする住宅

⑦. 買物、通院に便利な住宅

⑧. アパートとしての収益性の高い建物等々

上記①～⑧の向上のためには、技術陣の「売れる建物を磨く」努力が不可欠です。

(3) 自社の顧客の満足度を高めるため、アフターフォローにも力を入れます。

クレームも品質改善のヒントと考え、この解消にも鋭意取り組むようにします。

顧客の紹介がもらえるようになれば、企画営業力は倍増します。

4. リスクへの対応を怠りなく実施する

＜回収リスクへの対応策＞

- (1) 注文主の支払能力を調べるのが最初のポイントです。
職業、勤続年数、現在の住まい等から、支払能力を判断します。
- (2) 建築にあたっては必ず注文主の他に連帯保証人をつけます。
- (3) 必ず、「着手金」、「中間金」をもらうようにします。
- (4) 建築請負契約で仕様等について明確に定めておき、追加工事や変更工事については当初契約外の支払も生じることを了解してもらっておきます。
- (5) 建物の完成引渡しは必ず、残金の支払いと同時に行うようにします。