

3 Column

## リース提案で攻める ヤマダホームズ×TEPCOホームテック

洪水、大雪、雷に地震や噴火…と自然災害の多い日本。2018年には北海道地震による道内全域が停電したことは記憶に新しい。その際に注目が集まつたのが蓄電システムである。

蓄電システムの利便性については、これまでにも本誌で紹介してきたが、大ヒットに至らない理由は導入費用が高いことにある。この問題のネックに対する新たな取り組みについて紹介しよう。

### 初期投資ゼロで蓄電システム導入可能

(株)ヤマダホームズ(旧ヤマダSXL、旧ヤマダウッドハウス)とTEPCOホームテック(株)は、自家消費用の蓄電システム「ZEROレジ」のリースを1月20日に発表した。

従来の蓄電システムは、余剰電力を売電できる仕様となっていることが一般的だ。対して、同システムは完全自家消費となっている。しかも、夜間電力による充電も行わず、太陽光発電だけで蓄電池を充電するというもの。

発電できない夜間に使用する電力は、災害などの緊急時に不足しない程度の蓄電池から貰い、不足分は系統電源を利用する。使用する電源の切り替えはパワコンに内蔵されたAIが制御を行う(第1図)。

そして、このサービスの最大の特徴は、ユーザーが月々のリース料を支払えば初期投資が0円で同システムの導入ができるうことだろう(第1表)。しかも、リース期間が終了すれば無料で引き続き利用が可能だ。



第1図 「ZEROレジ」システムの概要

第1表 ZERO レジのリース料*		
太陽光発電システム	5.36 kW	7.37 kW
オフグリッド蓄電池	10 kWh	16 kWh
利用期間	15 年	
月額利用料(税別)	16,298 円	23,040 円

\*諸条件によってリース料は変動する場合あり

### 「ZEROレジ」のサポート

「ZEROレジ」に採用されているヤマダホームズオリジナル蓄電池の施工には専用IDが必要となるため、各地域の協力会社に施工講習を進めているという。一方、導入後のサポートに関しては、TEPCOホームテック(株)が実施している省エネ機器定額利用サービス「エネカリ」とタッグを組むことで24時間のサポート体制を構築している。なお、「ZEROレジ」の蓄電池は2kWhごとにモジュール化されているため、万が一の故障でも、その部分の交換だけで故障対応が可能という。

品番	GTI-16
容量	16 kWh
寸法	1,444×786×526 [mm]
重量	230 kg
定格電池電圧	320 V
電池電圧範囲	312~456 V
最大チャージ/放電電流	25 A/25 A
最大出力制御	10,000 W/10,000 W
動作温度(入力時)	0~50°C
動作温度(出力時)	-20~50°C
設置場所	屋外
耐久性	IP65
サイクル数(10年)	6,000サイクル、60%

4

## 電気工事業は本当にすごいんです 松本流提案術

リニューアル工事でビジネスとして成立するために重要なのが営業だ。しかし、案件やクライアントによって何が本当の正解なのかがわからにくく、マニュアル化が非常に難しいテーマといえる。ここでは電気工事業における成功モデルとして、松本電工(株)における提案営業の例を紹介しよう。

### あれから10年

今回のテーマである「住宅のリニューアル工事」について、松本電工(株)を紹介するのは2回目である。前回、登場いただいたのは2011年2月号(1月15日発売)。つまり、東日本大震災や太陽光発電ブーム以前のこと。エネルギーに関する社会的な考え方の変化もあった約10年を経て、提案営業スタイルにどのような進化があったのかを伺うことにした。

——震災以降、太陽光発電システムやHEMS、蓄電池システムなど省エネ、創エネなどに関連する製品が多く登場しました。以前と比べて提案内容の変更などがあるように思いますが、いかがでしょうか。

「基本的なことで変化はありません。お客様の悩み、話を徹底的に聞く。そして、ニーズに全力で応えるといったことを心がけています」

### 宣伝効果もあるショウルーム

——ショウルームをリニューアルされましたか、どのような理由からでしょうか。

「ショウルームを初めて開設したのが2006年。前の事務所が手狭になったこともあり、駅に近い土地を購入して新たにショウルームを立ち上げました。前回と比べると展示設備を拡充

して外観、内装、照明デザインにもこだわりました。

旧ショウルーム時代から共通することですが、IHクッキングヒーターへのリニューアルを考えているクライアントがいたとして「想像以上に火力が強いですよ」「タイマー機能が使って便利です」という説明だけでは、やはり伝わりにくいものです。それならば実際に使ってもらったほうが納得いただけます。また、目立ちやすい場所にショウルームがあることで電気工事会社がここにありますよ、という宣伝効果もあると思います」



本社所在地 茨城県小美玉市羽刈344番地  
ショウルーム所在地 茨城県石岡市石岡2523-7  
営業種目 電気工事 電気通信工事  
空調設備工事 内装仕上工事 店舗冷凍設備工事  
オール電化新築住宅 水道設備工事  
オール電化リフォーム工事 OAフロア工事



—確かに、ライティングなどデザイン的にも強いこだわりがあることがわかります。

御社のショウルームを使った営業の成功を横目に真似をする同業者もいたのではないですか。

「オール電化や、その後の太陽光発電ブームのときは、同じようにショウルームを開設したケースも見られましたが、数年以内に閉鎖していましたね」

—撤退されたケースと御社の違いはどこあつたと思いますか。

「撤退した会社によくあるパターンは、売つたら、売りっぱなしという営業スタイルだったようです。特に技術のあると思っている人ほど「自分が施工したから完璧」と考える傾向があります。この考え方ではアフターフォローがおろそかになるため「次の仕事」を逃して失敗してしまったのではないかと思います。厳しい言い方をすれば、来た仕事を消化しているだけだったのでしょう。

◀ショウルームには照明、空調、IH クッキングヒーター、太陽光発電、空調、照明、エコキュートなどの電気設備以外にもトイレなど給排水関連の展示も充実している。電気以外の相談にも乗れることも松本電工の強みといえよう。

また、洗練されたモデルハウスのようなデザインはショウルーム立ち上げの時期にドイツに視察を行っていたため、ヨーロッパのスタイルの影響もあるという。

このような対応になる原因の1つに、元請けになって、軌道に乗らなければ下請けに戻ればいい、という甘えがどこかにあるからなのかもしれません。私たちの場合は、必ずアフターフォローを入れて次につなげるための下地を作るようにしています」

### アフターフォローとDM

—具体的にはどのようなことをされていますか。

「必ずやることはDMです。これについては10年前にも話していますが、1番効果があります。DMにはお礼やあいさつではなく、納入した製品に関する「オリジナル」の説明書を作成して送付しています。例えば、固定電話を購入いただいた方には留守番電話の使い方、IH クッキングヒーターであれば魚焼きグリルを洗うための分解方法と、使用期間に合わせて、つまずきそうな操作を選んでいます。

なぜ説明書なのかというと、しっかり読む人が少ないうえ、機械に弱い人は操作方法を覚えるのが苦手だからです。最近の家電や電気設備は機能がたくさんあるので、みなさんから確実に喜ばれます。クライアントにとって有益なDMであれば、チラシの類とは違って捨てられないため、電気に関して困ったことがあるときは弊社へ連絡がくるというルートができるのです」

—何パターンもDMを作ることは大変そうですね。その手間を惜しまないということが強みなのでしょうね。

「手間といつても、1度作れば流用できるので、そこまで大変ではないでしょう。流用したものでも、クライアントは自分のことを思って

「わざわざ」作成してくれたのだ、と喜んでもらえます。こうした積み重ねも信頼につながっていくのだと思います。

そもそもDMを始めたきっかけは、元請けになろうと舵を切ったときに新聞折り込み広告を打ったのですが、何千枚もチラシを入れても問い合わせは数件ということも珍しくありませんでした。そのようなときに、アパレルショップを経営している知り合いにDMを打つと10%ぐらいの確率で来店があるという話を聞いたのです。すごい確率と驚きましたが、考えてみれば自分の好みを知り尽くした人からオススメですと案内がきたら引きが強くなるのは当たり前。この営業スタイルを電気工事に置き換えるには、と考えたのが松本電工流のDMなのです。理想はDMではなく、クライアント全員にお伝えして回ることができればもっとよいのですが、マンパワー的に限界があるため、このスタイルに落ち着きました」

### 顧客リストを整備すべし

—DM営業を始めようと思ったとき、まず何から始めるべきなのでしょうか。



「まず、案内をするためには顧客リストの作成が必要です。ほかの業種で考えると当たり前のことかもしれません、私の知る限りでは営業に使用できるレベルのリストを持っている会社は少ない印象があります。最低限、リストには、いつ、何を工事して、そのとき納入した製品の型番情報を記載する必要があります。さらに、生活スタイルや家族構成などの情報も追加できると提案の幅が広がります」

### ホームページはオリジナルコンテンツで

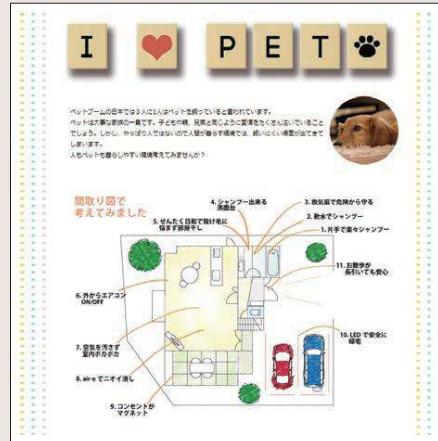
—ホームページにも施工事例や、施工プランなど情報が充実していますが、コンテンツの作成について、どのようなこだわりがあるのでしょうか。

「電気工事業は下請けが多いという理由もあって、ホームページを持つ必要がないと考えている会社も多いと思います。しかし、何か困ったことや、わからないことがある場合、とりあえずスマートフォンで調べるという人も多いので、こういったニーズを取りこぼさないためにもホームページは必要といえます。とはいって、ただ作ればよいというわけではありません。インターネット経由での問い合わせは、大抵検索がヒットしただけの白紙状態からのスタートです。そのような条件で信頼度を上げるにはコンテンツのボリュームと質が重要になります」

例外もあるとは思いますですが、ホームページ制作会社に丸投げで作るとメーカーのカタログを継ぎはぎしたような内容なります。大変ですが、やはり、オリジナルのコンテンツがあるほうがよいでしょう」

—工事を依頼するときに、料金がいくらかかるのかわからないため不安という声はよく耳にします。料金の目安がホームページに提示されているのも安心して問い合わせができるよい仕組みですね。

◀松本電工のDM。ユーザー目線で便利な情報を作成されていることがわかる。なお、オリジナルの説明書やホームページのデザインは内製化しているという。



▲ペットのためのリニューアルなどユニークな提案もあるホームページ。電気以外の工事も請け負えるため幅広く提案できる強みを生かしている。

## 電気以外の資格も勉強する理由

—ホームページを見ると、工事関係とは異なる資格もたくさん取得されています。どのような理由で取得されたのでしょうか。

「きっかけは、太陽光発電システムを納入したクライアントで不動産業を営んでいる方とお互いの仕事の話をしたときのことでした。資格がないと仕事ができないという共通点があるものの、働き方などが畠違いとはいえ、大きく異なることに衝撃を受けました。

その方は1人すべての業務を行っているのですが、電気工事と比べると大きな案件を取り扱うことができることに考えさせられました。そして、不動産業に必要な宅建士とはどのようなものか、ものすごく興味が湧き、すぐに本屋に寄って問題集と参考書を購入しました。そのとき、不動産業にシフトすることを考えたわけではないのですが、とにかく、チャレンジしてみたいという気持ちが強かったのだと思います。

そして、同じようなタイミングで、あるメーカーから公務店のフランチャイズに加盟しないかという話がありました。ただし、加盟条件として2級建築士を社内に置くことが必要というもの。そこで人材紹介派遣会社に相談したところ、紹介料がいくらで、給料でこれぐらい…と、かなりの経費が発生することがわかり、社員で取得しようという流れになりました。そのとき、私は宅建士の勉強を始めましたので、弊社に勤めている弟が2級建築士の取得を目指すことになりました。条件的に厳しかったものもありますが、有資格者を雇う選択肢を選ばなくてよかったのではないかと思います。やはり、建築士レベルの資格を持っている人は知識やプライドもありますので、資格を持っていない経営陣では何もわかつていないと下に見られていたかもしれません。

—電気の本筋からは少し外れる資格もありますが、業務などで何か変化はあったのでしょうか。

「社長の私が毎日勉強して資格取得を実践するようになって社員も次が付いたようです。電気関連以外でも社内で2級管工事施工管理技士、消防設備士甲4類、乙6類、消防設備点検資格者1種・2種、2級建築士、宅地建物取引士、ファイナンシャル・プランニング技能士2級、損害保険募集人、管理業務主任者、賃貸不動産経営管理士の資格を取得しました。資格が増えるにつれて「社長が勉強しない」「資格を持つて人間を雇えばいい」「下請けに投げて利益を取ればいい」という考えでは、他業種も電気業界に入ってきている状況で生き抜くことは厳しくなっていくのではと思いが強くなりました。また、住宅に関わる工事となると費用も大きくなりますので、クライアントは「知識がある人にお金をきちんと払いたい」と考えるでしょう。そのためには知識の研鑽が必要なのです」

—知識が大きな営業ツールになるということですね。それでは、どのような営業パートナーになることが多いのでしょうか。

「漏電遮断器の交換やコンセントの増設工事から、その後につながるケースが多いですね。これは10年前も同じです。工事をしっかりとすることは当然として、ポイントは工事が終わったらあと。工事箇所の使用上の注意点を明確に説明しつつ、家庭内の電気に関する相談にも応じます。そうしてお茶をいただきながら話を聞いていると、クライアントの個性や仕事内容などがわかってきます。例えば、マンションやテナントを持っていて老朽化が進んでいることがわかる。そのようなときは、電気工事や水道工事、消防設備をまとめて発注いただくと安くできますよ、とセールスもできます。また、何度も仕事をいただくうちに知り合いが電気のことでの相談したい、と新たなコネクションも広がります。さらに、電気以外にも相続や贈与、不動産、保険などの話は誰でも抱えている不安なので、ファイナンシャル・プランナーの資格を取ったことが生きてきます。次の仕事をいただくには、何といってもどれだけ信頼をしていただけるかにつきます。さまざまな資格取得も、結果的には相談があれば、その声に応えたいという思いを実現するきっかけなのかもしれません。同業者の先輩のなかにはクライアントの結

婚式の親族席に座るレベルの付き合いをしている人もいますが、ここまで信頼を勝ち取れることが理想ですね。

電気工事業の強みは何といってもクライアントの家に行けば、軒先で終わることがほとんどないことです。家の中に入れるということは他の業種であれば、まず考えられないことではありませんか。このことは絶大なる信用がある職種だからこそ可能なことで、電気工事業は本当にすごいです。しかし、同業の話を聞いていても、この利点に気がつかないことが多いのが残念です」

—クライアントからビジネスにつながる話を引き出すには、どのようなことを心がけているのでしょうか。

「とにかく、話を聞くということでしょうか。こちらから提案するのは話を聞き終えてからで十分です。長いときには仕事後の雑談に2、3時間付き合うということも珍しくありません」

—太陽光発電システムのような大ヒットがない現在。どのような相談が多いのでしょうか。

「太陽光パブルのときは、ブームに乗って儲けに走るのが嫌で乗り気ではなかったですね。住宅は少し関わりましたが大規模なシステムは手掛けませんでした。そのため電気工事に関する営業品目、利益も10年前と大きく変わっていません。このことはブームに頼らなくとも電気工事には人の数だけニーズがあるという強みなのだと思います。

住宅のリフォームというテーマではありませんが、あえて挙げるとすれば水銀条約の影響によるLED照明へのリプレースでしょうか」

—電気工事の提案営業の進化のために次に考えていることを教えてください。

「総務省の統計によると2025年に高齢者が3割になる日本。超高齢化社会が進むことは確実ですので、相続や贈与に関する悩みは深刻なものになるでしょう。そのため、行政書士を目指して勉強を日々頑張っています。そして、この知識を生かして高齢化問題への対策をはじめ、すべての問題を解決できる電気会社として成長していきたいと思います」



「信頼を失うくらいなら、むしろお金を使つたほうがよい」とロバート・ボッシュの格言を地でいく松本尚氏。次に登場いただくときは、どのような提案をしているのだろうか。