

安心計画、小山田隆広の

住空間提案の地平 第四回

住宅版松花堂弁当

「松花堂弁当」というものがある。十字の仕切りがあって、家の間取りを連想させる。今回はこれを教材に話を進めてみよう。あくまでも例え話なのでご了承願いたい。

「当店には仕出し弁当の老舗です。ご要望に応じて何でも召し上がりたい物をお話します。遠慮なくお申し付けください。」「それは、アワビ、カラスミ、フグの白子、伊勢海老。店主は言っています。板前も呼びますから相談してみてください。それから、魚市場に行くと仲買人に本日のおススメを尋ねてみましょう。」「ようやく支度が整い、待ちかねているお客様に向かって店主は言う。」「ご利用ができました。ありがとうございます。お勘定は6万円です。」「……」。気まずい空気が流れる。お客が「あ、もう、予算が」と切り出し、店主は

「(予算が足りない?) 何だ、早く言って欲しいか。」「(たな)と思いつつも気持ちを直して、」それでアワビはカマボコにカラスミはソーセイジに変えましょう。白子はナシ。しめて3000円。これでギリギリです。」「実際のところは30000円の弁当でもそれなりなものなかもしれないが、お客様の夢は崩れ去り、プライドは傷つき、満足感とは程遠い。」「お察しのとおり、この例え話に登場する店主は

前回登場した工務店社長、板前さんはインテリアコーディネーター、魚市場の仲買人はショールームのスタッフ、お客は施主である。」「工務店社長は彼らに依存するのではなく、プランニングについては自らリーダーシップを発揮すべきであり、価格も「早く言って欲しかったな」ではなく、「こちらからプランと価格を同時に提示すべきであった。それも複数のパターンを用意した選択式のクロージングが望ましい。」「価格といえば、今ではトップクラスに登り詰めた某パワビルダーの社長が創業間もない頃、話

してくれたことがある。」「家を建てようとする施主は何社かの工務店に電話をかける。『おたくは坪いくらですか?』たいていの工務店の回答は決まっています。『まあ、イロイロありますよ』そこでウチにかけて来たお客にはきっぱりと答える。『坪25万8000円です』好感度トップなのは安いからじゃない。明快だからです。」「確かにそうだろう。時価の値札が並ぶ船屋より、『茶色の皿は2000円』の回転寿司のほうが安心できる。」「同社長はさらに続ける。『展示場に来た施主にはできるだけ丁寧な説

明します。例えば、『ここは腰壁と言って欧米では弁護士や医者家の仕様ですが、ウチでは標準です。この緑色の瓦は淡路の陶器瓦です。淡路は瓦の三大産地で有名ですね』」「施主が展示場に来た段階で同社は既に他社と差をつけている。次のライバルは工務店クラスではなく、大手ハウスメーカーだ。」「さらに、同社の営業マンは敷地などのヒアリン

グをした後、いくつかのプランをパソコンに表示させ、施主に見せながら言う。『これがお好みですか。このプランは私が作りました。私が完成引き渡しまですべて責任を持ちます。このシステムが当社の特長です。何なりといつでも名刺の携帯へどうぞ。』施主は怪訝な顔で尋ねる。『私がすべて責任を持つのがウチの特長とおっしゃるけど、よそは違いませんか?』(次回は12月25日号掲載)



おやまだ たかひろ
住宅用の設計積算CAD会社を1988年に設立。動画CGやパノラマなどの住空間シミュレーションソフトを開発するほか、バーコードやiPad、デジタルサイネージを活用した店頭支援システムの運用支援や、Web上に展開する建材の共有ショールーム構築などを通じて、生活空間優位の提案を提唱している。