

経済的メ  
すいのだと  
事業では月  
月間500  
00万円を  
に売り上げ  
しており、  
にパナソニ  
扱っている  
営業マンが消費宅宅を  
訪問した際の成約率は約  
5割に達する。アポイン  
ターが電話で消費者の高  
熱費を聞き、オール電化  
に切り替えてメリットが  
出ることを事前に確認し  
て訪問することで、高い  
成約率を保っているとい  
う。アフターメンテナンス

3カ月後、6カ月後に電  
話で状況の聞き取りを行  
うほか、3カ月または6  
カ月後に訪問して点検し  
ている。  
今年4月から太陽光発  
電システムの販売に参入  
し、オール電化を設置し  
た顧客を中心に太陽光発  
電を提案している。

太陽光発電システムは  
製品での差別化が難しい  
こともあり、施工品質で  
消費者にアピールするこ  
とが重要になる。

訪販企業などから太陽  
光発電・オール電化の施  
工を請け負う環境工房  
(本社神奈川県相模原  
市、勝呂晃次社長、(株)04  
2-7401-6368)  
は、一般的に受身のイメ  
ージが強い請負企業であ  
りながら、「差別化でき  
る施工」を実践している。  
顧客目標の施工  
同社では、太陽光発電  
システムの送電ケーブル  
を屋根や外壁に取り付け  
る場合、たとえ工事に手  
間がかかっても、「美観」  
を優先して取付け位置を  
決めるといふ。顧客満足  
を高めるには「細かい気  
くばりを積み重ねること  
が大切」(勝呂社長)と  
考えるからだ。工事担当  
者の服装や挨拶など、基  
本的な振る舞いにも気を  
配る。  
施工時は、消費者に対  
してできるだけ丁寧な説  
明をし、太陽光発電に対  
する疑問や不安を取り除  
いて満足度を高めてい  
る。  
施工の品質以上に重視  
するのが安全面だ。現場  
での朝礼で安全確認や作  
業内容の確認を行うほ  
と、現場では上下関係な  
く気付いたことを指摘し  
おえる環境を作っている  
という。  
社長を含めて7人の体制  
だ。施工の質を高めるた  
め、現場では上下関係な  
く気付いたことを指摘し  
おえる環境を作っている  
という。  
同社は内  
装塗装から  
スタート  
し、約15年  
前に太陽光  
発電の施工  
を開始し  
た。現在の  
施工人員は

教育を美  
成の戦略は。  
佐藤 06年から中途採  
用を大きく減らし、07年  
以降は新卒採用のみにし  
た。今期は103人が入  
社している。新卒者は即  
戦力ではないが、教育や  
研修を充実させれば、将  
来的には中途採用者以上  
に活躍してくれると考え  
ている。  
営業マンの数は、オー  
ル電化専門が約130  
人、太陽光発電システム  
専門が約20人の体制だ。  
施工はグループ会社が  
手がけており、施工人員  
は1000人を超えてい  
る。

立ち会ったりと実践的な  
研修を数週間行い、再度  
本社での研修を経て一人  
立ちすることになる。  
現場に出てから1カ月  
ほど経過すると、営業成  
績の振るわない社員が出  
てくる。そういった社員  
は本社で再度研修を行  
う。

再研修はあいさつや返  
事を徹底することや、行  
動計画の立て方を教える  
など、基本的な振る舞い  
を身につける内容が中心  
だ。  
これまでの経験から、  
あいさつや返事などの基  
本的な礼儀がしっかりと  
身に付いている営業マン  
は実績を上げると考えて  
いる。

来期の人材採用の  
計画は。  
佐藤 最近是人材を募  
集すると非常に多くの応  
募がある。来年度入社  
の会社説明会には全国で約  
7000人の応募があっ  
た。これは業績が好調な

「教育や研修とは具  
体的にどのような内容  
か。  
佐藤 入社直後に本社  
で1週間程度の入社時研  
修を行い、当社の業務な  
ど基本的なことを教え  
る。その後、配属先の各  
支店で先輩社員の営業に  
同行したり、施工現場に

「教育や研修とは具  
体的にどのような内容  
か。  
佐藤 入社直後に本社  
で1週間程度の入社時研  
修を行い、当社の業務な  
ど基本的なことを教え  
る。その後、配属先の各  
支店で先輩社員の営業に  
同行したり、施工現場に

「教育や研修とは具  
体的にどのような内容  
か。  
佐藤 入社直後に本社  
で1週間程度の入社時研  
修を行い、当社の業務な  
ど基本的なことを教え  
る。その後、配属先の各  
支店で先輩社員の営業に  
同行したり、施工現場に

# 環境工房 施工が差別化のカギ 細かい気配りで満足度高める



同社は内  
装塗装から  
スタート  
し、約15年  
前に太陽光  
発電の施工  
を開始し  
た。現在の  
施工人員は

## 販売会社中心に企業間で連携図る

太陽光発電システムの販売  
や施工を行う企業が連携し、  
情報共有や施工技術の向上を  
めざす動きが起きている。  
今年3月3日、一般社団法人  
太陽光発電販売施工協会  
(略称PVA、事務局横浜市  
池田真樹会長、(株)045-5  
901-5470)が発足した。  
将来的には会員社間で業務  
の連携ができる組織にする計  
画で、万一会員社が倒産した  
場合には、顧客のアフターメ  
ンテナンス業務を他の会員社  
が引き継ぐなど、消費者保護  
の体制整備を進めるといふ。  
現在、首都圏のほか新潟や  
福岡、沖縄など全国の企業20  
社が加盟する。太陽光発電シ  
ステムやオール電化の販売、  
施工を行う企業は正会員、周  
辺機器メーカーやシステムメ  
ーカーなどの関連事業者を賛  
助会員としている。  
年会費はどちらとも5万円。  
事業年度は1月から12月で、  
定期的に部会を開催して施工  
技術の勉強会などを行う。  
新規入会企業に対しては信  
用調査や面接を行い、理事会  
で承認する。太陽光発電シス  
テムの販売をこれから始める  
企業も入会可能で、情報や施  
工技術の提供といった支援を  
行うという。  
「会員数を今年中に50社程  
度まで増やすことが目標」(池  
田会長)としている。

### 太陽光発電販売施工協会



池田真樹会長