

Profile

株式会社ヒトカラメディア代表取締役。岐阜出身。名古屋工業大学卒業後、株式会社リンクプレイスにて新規事業開発に携わる。ベンチャー保証会社の立ち上げメンバーを経て、「働き方」を軸にオフィス移転をプロデュースする株式会社ヒトカラメディアを設立。

●好きな言葉（モットー）：
自分の中に毒を持つ



トップセールスの仕事術

vol. 2

Interview With 高井淳一郎さん

株式会社ヒトカラメディア
代表取締役

ポジショニングを明確にして 自社を必要とする企業を探す

オフィスの移転コンサルを行うヒトカラメディアの高井淳一郎さん。ヒトカラメディアは、物件仲介だけに留まらず、依頼主のありたい働き方からオフィスレイアウトや設備に至る総合的なオフィス空間を提案する企業だ。4年前に設立し、現在25名以上の従業員を抱える企業に発展させた高井さん。起業後の転機となった、2年目の実績づくりに注目してみた。

創

業間もない企業は顧客が少な
いため、新規顧客の開拓に必
死になるのは当たり前。しかし、高井
さんに「どのように顧客数を伸ばして
きたのか」と伺うと、「新規活動を積
極的にはやっています。ほとんどが
紹介です。およそ7割が紹介での売上
です」と、意外な一言が返ってきた。

金額にして約7000万円。この業
界では1人あたり1500〜2000
万円の売上が平均といわれる中、3倍
以上の売上を紹介だけでたたき出し
ているという（創立2年目時点）。

だとすると、提供しているサービス
が非常に特殊で、他社にはないものだ
からなのかとも思ったが、高井さんに
よると、同じサービスを提供できる企
業はいくらでもあるとのこと。では、
いったいどのような方法を使い、紹介
だけで顧客を増やしたのだろうか？

大量の顧客接点を 確保する発想

創立2年目のころ、高井さんが新規
開拓を試みる場合、顧客一人ひとりに
接点を取るのではなく、セミナーやイ

③ 機会の可能性

いくら強みと合致して弱みが補完で
きても、需要が発生しない企業であれ
ば意味がない。そこで「オフィス移転
が発生する可能性がある」＝「成長中
もしくは成長意欲のある企業」という
視点で、ターゲットニングを行った。

紹介を誘発する プレゼンテーション

注目するのは、このターゲット設定
だけではない。高井さんは、初めて行
くセミナーや勉強会の自己紹介で実践
していることがある。それは、「会社
のミッション」「現在お付き合いして
いる企業」「紹介がほとんどであるこ
と」を伝えることだ。

① 会社のミッション

まず自社がどのようなこだわりを持
って事業を営んでいるかということ
を話す。会社移転をコストと考えるの
ではなく投資と考え、オフィス空間を最
適なものにする。そして、「人材をよ
り活き活きとさせること」をミッシ
ョンにしていると伝える。この「こだわ
り」を強く話すことで、聞く側に魅力

ペント、勉強会など、自分たちの力を
最も必要とする顧客が、集まりやすい
場を選別して出向いたそう。その必要
とする顧客とは「左記の「強み」「弱み」
「機会」の3つの視点に重きを置き選
別しているようだ。

① 強みとのマッチング

当社は物件の仲介に留まらず、オフ
イスレイアウトや設備を提案する点に
強みを持つ。しかし、オフィス空間に
こだわりを持たない企業の場合、この
強みは活かせない。そこで選別基準と
なるのが「オフィス空間と生産性の関
係を理解している企業」であり、「IT
企業」をターゲットとして設定した。

② 弱みを強みに転化

信用面で創業年数が若いということ
から、商談が不利に運ぶケースもある。
しかし、その弱みを魅力的に感じてく
れる企業はどこか？という視点で考え
たという。そこで出た仮説が「スター
トアップ企業」だ。人は共通項がある
と、急に親近感が湧いてくる。このこ
とから、スタートアップ企業であれば、
置かれている環境が似ているため、興
味を持ってもらえる可能性が高くなる。

を感じさせるのだ。

なぜ、小泉元首相の支持率が高かつ
たのかというと、官僚が用意したメモ
を読むのではなく、自分の信念を語っ
ていたからだ。高井さんの会社のミッ
ション（＝こだわり）を初対面の人に
伝えることで、そのこだわりが安心感
にもつながっているものだと思う。

② 現在お付き合いしている企業

現在、お付き合いしている企業につ
いて、「IT系の企業が多いこと」「ス
タートアップ企業に好まれること」「成
長意欲のある企業であること」を伝え
る。ここで、付き合っている企業の属
性を、こと細かく分類しているところ
が非常にうまい。高井さんのように、
現在お付き合いしている企業をすっか
り分類してあれば、どんな人を紹介す
ればよいかが明確にわかるため、該
当者を検索しやすくなる。そして具体
的に紹介者をイメージしやすくなるの
で、実際の紹介につながる可能性が高
くなるのだ。

③ 紹介がほとんどであること

これは事実を伝えていただけだが、
「紹介がほとんどです」と言われると