

マル ーF Aのスタイルで拡販 オーダーメイド型商品にこだわる

(株)マル(東京都港区、前田隆行代表取締役)はIFA (Independent Financial Adviser)のスタイルで着実に実績を挙げている代理店だ。社名には、生損保、資産運用を「マル」(maru)という意味が込められている。現在、保険会社を含め、40社以上の金融機関の商品を取り扱い、それぞれの顧客に合ったオーダーメイドの商品を提案。年間収入保険料は約4億5000万円、契約件数は個人約900件、法人約100件。前田氏以外の主な営業スタッフ3人は、社会保険労務士、会社経営者、法律顧問の仕事に従事しながら、保険を販売している。事務スタッフは3人。「お客さまの代理店というポリシーのもと、お客さまの状況などを的確に分析、把握し、的確なプランを提案する」と強調する前田氏に現在の事業状況や今後の展開を聞いた。

メーカーの垣根越え、ベストを追求

前田氏は2000年にブルデンシャル生命に入社。在籍中に1週間で3件以上の契約を50週間連続する「3W50週」を達成している。仕事を続ける中で、「今まで以上に、お客さまの立場に立つて、それぞれの条件に合わせながら、メーカーの垣根を越えたオーダーメイドの商品提案をしたい」と考え、03年に同社を退職し、保険代理店を設立した。



前田氏



明るく、働きやすいオフィス

「代理店を設立後、実質一人で営業活動を開始。『お客さまにとってベストな商品をお勧め』ことを経営理念とし、個人向け商品に加え、法人向け商品の販売も手掛けた。

案することに変わりはないので、前向きに取り組むことができた」といふ。法人向けの商品提案には「法人だけで目の回るように忙しい時期があった。生保会社や経理者の紹介によって、法人向け営業が軌道に乗り始めた。」

投資信託入り口に生損保提案

「成約を目標としていた」といふ。

「ただ、この流れがいつまでも続くことはないと考え、個人向けの積み上げのために試行錯誤を開始。さらに、将来の一層の増収増益に向け、(株)井総合研究所の千田琢哉氏率いるチームのコンサルティングを受けることを決め、2006年11月末から07年6月まで、業務改革プロジェクトを実施した。」



各保険会社から数々のタイトルを受賞

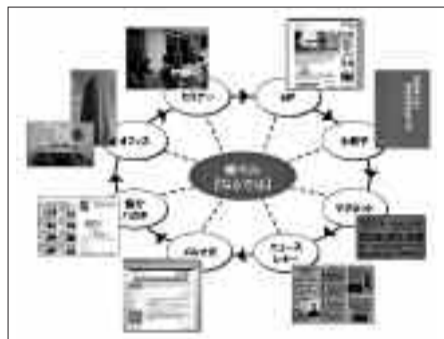
トータルサービスの二環として

「巻く環境などを調査・分析した結果、投資信託を中心とした資産運用・形成に関するトータルなサービスを提供し、その一環として、保険商品を提案することになった。」

「プロジェクトの第一の目的は運、不運、好不況にかかわらず売れる仕組みを構築することだった。」

「現在、一生懸命に営業活動をして、運が味方してくれても、それが10年間続く保証はない。どのようなときでも確実に拡販できるようにすることが必要だった」といふ。

「当時の(株)マルから排除すべきもの、生かしていくもの、そしてどこを目指すのかを明確化し、プロジェクトを推進。従業員との面談、顧客へのインタビュー、会社を取り



マーケティングサイクル

「資産を守るというクライアントとの長期にわたる関係を構築することを前提に、小冊子、ニュースレターなどさまざまに工夫が凝らされたツールを活用し、(株)マルは保険も提供しているという情報を提供。将来、必要な時期が来たときに、保険についても相談してもらえるというスタンスをとっている。」

「東京の南青山に拠点を設け、投資信託やおしやれに、かつよく資産を増やしていくことをアピールする」という戦略のもと、女性向けの投資信託や資産運用に関するセミナーを開催。個別カウンセリングを希望する参加者などに対して、顧客が求めれば、保険商品を提案する。主に医療、年金、がん保険の販売が多い。

「投資信託はあくまで、顧客との関係構築に向けた入り口と位置付けていた入り口と位置付けていた。」

「また、『5億円プロデューサー』には、日本国内の大企業で働くサラリーマンの生涯賃金が約4億円であるため、できるだけ早い段階で、5億円

「投資信託は1年間に100人以上と契約を結んだ。投資信託では、預かり資産総額の0.3%程度が手数料となる。事業が拡大すれば、安定したフィーを毎年確実に得ることができるといふ。『投資信託はお客さまと1年に1回は顔を合わせることができ、長い間、お付き合いしていくことが可能なので、投資信託を入り口にして、生損保を合わせて提案していく』方針。」

「営業力に頼らない組織づくりへ」

「今後の課題は組織をつくること。『投資信託だけで年間100人のお客さまが増えており、保険のお客さまも含めると、アフターフォローも難しくなるほど忙しい』という。

「ただ、むやみに大きな組織をつくることは考えていない。『これからの代理店の組織づくりとは、営業マンをヘッドハンティングするのではなく、入社間もない事務スタッフにもクロージングできる仕組みを構築すること』という船井総研とのプロジェクトで得た理念のもと、自分のカラーに合った組織をつくる方針。『営業力に頼らず

「に、さらに売れる仕組みをつくる」と強調する。前田氏は北海道札幌市出身。高校入学と同時に空手道場に通い始め、空手に没頭。3年生のとき、高校生の空手北海道大会で優勝した。高校卒業後は空手道場に就職。北海道の軽量級、中量級、無差別級(2回)でチャンピオンになった。その後、米国とロシアに留学し、ここでも空手を学ぶ。全米のセミノックダウントーナメントで2回優勝した。

「日本に帰国し、通信会社、不動産会社などを経て、ブルデンシャル生命に入社した。同社を退職し、代理店業が本格化するまでの間にも、北海道の空手大会に出場し、無差別級チャンピオンになっている。『体格はそれほど大きくないが、小さい選手でも、大きな選手に勝てる技術がある』と語る。」

西嶋保険法学の集大成

生命保険契約法の変容とその考察

法政大学名誉教授・弁護士 西嶋 梅治 著

A5判 159頁表紙上製クロス (平成13年10月刊行)
定価 5,775円(本体 5,500円+税) 送料 380円

〒101-0032 千代田区岩本町1-4-7
TEL 03(3865)1401
FAX 03(3865)1431

保険毎日新聞社