大阪府

私たちに関わる全ての人を笑顔にする

株式会社 Fプロフェッショナルズ　代表取締役社長兼CEO 福田 和久氏

株式会社Fプロフェッショナルズ（代表取締役社長兼CEO・福田和久氏）は現在、大阪と奈良に店舗を持ち、それぞれの役割を棲み分けている。大阪はビジネス街の真ん中、大阪市中央区南本町に保険クリニックとの提携による来店型店舗と法人開拓とを営業の中心に置く。一方、奈良は個人客が9割を占める。今年10周年を迎える同社は、人材育成や代理店の受け皿や士業との提携などにより、来年度生損保合わせ10億円の収保を目指す。

来店型と法人開拓で大阪進出

来年度に生損保で10億円の収保目指す

福田さんは元富士火災の内勤社員で平成15年3月末に退職し、4月から代理店を始めた。

「ゆくゆくは独立して代理店になることを考えていました。保険会社の社員は代理店のようにエンドユーザーとは直接対会って生の声を聴いてみたいという気持ちがありました。さらに1社だけの商品を取り扱うのではなくて、本当にお客様に中立・公平にやるのであれば複数社の商品を取り扱い、よりお客様のニーズに適切な商品を提供することが大事ではないでしょうか」

富士火災での最終勤務地が奈良であったこともあり、奈良で代理店を開業した。集客方法の一つとして独立時には代理店事務所と併設で、整備士を雇い整備工場を開業した。富士火災時代に担当の自動車整備業代理店が整備工場を併設することで付加価値を付け、お客様の自動車の修理をしたあとに自動車保険などの契約につなげていくというスタイルがあったためである。日中は代理店の仕事だけでなく、自身で洗車や納車もしており、そうしたところからも顧客開拓のきっかけ作りをした。さらに余ったスペースで夜はカフェバーを開いていたという。周囲が工場地帯であったため、夕方から仕事を終えた人たちにカフェバーを利用してもらえるようにした。店を初めは一人で切り盛りし、仕入れの仕方やなど専門家に教えてもらいながら、自ら衛生管理責任者として料理やお酒を出していた。

「代理店の仕事から カフェバーの仕事まで朝の8時から深夜の2時、3時まで仕事をし、初め2年間は正月ぐらいしか休めなかった」と振り返る。

カフェバーに来るお客様がお酒を飲みながらいろいろな話をする。例えば自動車事故に遭った話などが出たり、保険が話題になったりとか、そういった情報をつかんで、改めてそのお客様の所へ訪問するといった形で徐々にお客様を広げていくようになり、4年目ぐらいには損保一般で700万円ぐらいとなった。今も整備業やカフェバーで築いたお客様が基盤となっている。

平成20年には損保一般収保で1億円超となり、富士火災のNSO（ニュー・セールス・オペレーション）施策にて、総代理店＆地区サポート認定代理店として小規模代理店の受け皿などの役割も果たした。そしてこの間に研修生OBを二人採用した。これまで奈良をメインにしてきたが、昨年1月から大阪市中央区のビジネス街の中心地、南本町にアイリック社と提携の形で来店型店舗も構えた。また大阪進出の最大の目的は法人、中小企業開拓であり、「法人開拓は決まれば効率がいいし、その会社の社員個人もお客様になる可能性がある」からだ。

規模を30人～300人、業種をサービス業やメーカーなどの黒字企業に絞ってリストを作成すると、事務所が所在する中央区南本町だけで30社以上ある。中央区全体では1700社を超える。

個別法人開拓とは別に士業との提携拡大も進め、現在181税理士との提携に成功している。

開拓スタイルは、まず第一回訪問時は「改めて電話でアポイント連絡をさせてもらっていいか」を確認する。承諾を得た会社に、再度連絡を入れて相手先の経営者や担当者などキーマンに会うようにする。その折に、プレゼンをお願いし、OKが出れば次回プレゼンの訪問の日程などを決めるといったきめ細かい丁寧な形の営業スタイルをとった。プレゼンでは、訪問先企業が入っている保険を分析した一覧表やレポートを作成し提出する。

重複する補償（保障）はカットして、足りない補償（保障）をプレゼンする。同じ補償（保障）内容であっても保険会社によっては料率が違う。対象のリスクの状況によっては多くの割引が使えることもあり、その辺もしっかりとヒヤリングする。そうすることで、1000万円ぐらいの保険料を払っている会社が、内容を良くしても最高200～300万円保険料が安くなることがあるそうだ。そうして節約できたお金を生保販売に結び付けていく。これらを一連の流れとして仕組み化していきたいと話す。

また、従業員向けには福利厚生サービスとして保険クリニックの法人コンサルティングサービスの活用によって社内セミナーや個別相談、著名なFPによる情報提供を無料で提供する。こうしたことで法人客だけでなく、法人内個人客の拡大にもつながる。

「既存の法人客にFPの先生や税理士に来てもらってセミナーができると呼びかけ、法人先の会議室などを借りて集客をお願いします。資料などはこちらで手配して1回のセミナーで10人～20人ぐらいが集まります。セミナーではニーズ喚起が中心で、セミナー後に個人面談を受け付けます」

来店型店舗は地域柄、一般客よりも法人からの来客が多く、昼休みの時間や会社帰りの夜7時～8時の来店が比較的多いとのこと。個人客であっても9割はOLらしい。また、個人保険の相談で来たお客様が実は会社の経営者だったといったこともあるという。

お客様の保険顧問に

法人コンサル事業を稼働

ここで、大阪と奈良のそれぞれの特徴を紹介する。奈良は9割が個人客でボリューム（が大きい。保険代理店・募集人プロデュース・FP総代理店センター」と訪問型保険サービス「保険レスキュー事業部」があり、現在、営業担当2名と内務1名がいる。大阪は、来店型保険ショップ「保険クリニック事業部」と法人リスクマネージメント法人事業部」がある。顧客のボリュームでは奈良が上回っているが、単価は大阪のほうが高く、生保販売では奈良を超えている。陣容は営業担当4名（福田さん含む）、内務1名である。大阪と奈良、委任型社員を合わせると陣容は19名になる。両者トータルで損保一般が2億500万円、生保が保有で4億円超である。取り扱い会社は、損保が7社、生保が12社である。「それぞれの地域の特性を活かした方向性が徐々にまとまってきていますので、今の流れを続けていきたい」と自信をのぞかせる。

同社は富士火災ではトップクラスの代理店の名称であるエクセル特級代理店であり、総代理店として認定されている。今後さらに、委託型募集人の受け入れや協業、士業提携による募集、そして大規模代理店との合併も視野に入れている。

「会社である以上、常に成長することが大事です。だから、前向きに真剣に取り組んでいる代理店、成長志向の高い代理店で想いを共有できる代理店と一緒にやっていき、もっと成長した組織にしていきたい」

大学新卒が入社目標にするような代理店、100年続く企業にするためにはブランドの確立が必要とし、それには経営（企業）理念、施策、仕組み作りが重要な要素となる。企業理念は、「Fプロフェッショナルズに関わる全ての人を笑顔にする為に私達は、当事者意識を持ち、謙虚であり、常に自己の向上に努めるプロビジネス選手であり続けます」となっている。また、さきほど述べた、4つのセンター・事業部が施策、仕組み作りの中心となり、今後一層内容を充実させていく。

今後の店舗展開の中では「見える化」を実行するため、駅前や住宅街の中心に店舗を構えたいとも語る。

そして何よりも大切なのが人材育成である。「人を育てる環境を作っているのが当社の強み」というだけあって、しっかりとした育成プログラムを用意している。入社から3か月は基本的には営業には出さず、中での教育になる。4つのステージに分け、一つ一つのステージでテストがあり、それをクリアしなければ次のステップに進めない。そのステップは、①理念や自己紹介から始まって目標や夢を明確にする。②セールストークなどスキルを身に付ける。③目標を達成するための行動管理など営業管理。④実践―となっている。

モチベーションを持ち続けるために、1週間に1回、社員全員でSMI（サクセス・モチベーション・インスチチュート）プログラムをもとに勉強会を開いている。個人個人の思いや会社の方向性を動画でビジュアル化し、個人の目標と会社の目標とを共有化している。モチベーションを維持していくことで、行動意識も高まってくる。

同社は今年春、10周年を迎える。経営計画として来年度中には生損保合わせて収保を10億円に、2年後の平成27年度には同15億円にすることを掲げている。

昨年秋頃より、法人コンサルティング専門事業の独立稼働もスタートし、今春には、本町近郊の大型高級テナントビルへの事務所拡大移転も計画している。

会社名「Fプロフェッショナルズ」のFには、「Face to face＝お客様の想いや声をお聞きします」、「Family＝お客様を家族と考えています」、「私のF＝社員／プランナー各々の想いがあります」という意味がある。

「お客様から『心からのありがとう』をいわれることが何よりうれしいです。一人でも多くのお客様に喜んでいただくために、もっとお客様を増やしていきたい。そのためにはもっと勉強しお客様のニーズに応えられるよう成長していきたい」

43歳の経営者は、お客様のための保険顧問であり続けたいと締めくくってくれた。

代理店登場