



支店長登場

update 2022/02/28

「顧客本位で唯一無二の仲介業者に」

ブロードマインド

代表取締役

伊藤 清 氏

——御社は保険、証券、住宅ローンをカバーする数少ない仲介業者のうちの1社…。

伊藤 我々の特徴として、見込み客の発掘をシステム化している点、コミッションセールス（歩合制）ではなく新卒育成の給与制としている点、他社ではほとんど採用されていないオンラインシステムを活用している点などが挙げられる。また、我々はお客様の相続が発生するまでの長い年月お付き合いをさせていただくことを目標としている。その点、今後想定されるお客さまの収入と現在の資産を有効活用するプランを提供するために、あらゆる方法を活用している。故に生命保険だけではなく、損害保険、銀行代理業、不動産業、証券仲介の資格を取得している。保険にこだわらず、お客様にとって最良となるライフプランを組み立てるために、各種商品を組み合わせで検討し、そして長いお付き合いの中で生じる変化に応じてライフプランの再設計も提案している。銀行や証券会社は富裕層をターゲットとしている一方で、我々は情報量が比較的乏しい中間層をターゲットとしている。情報量が乏しいために正しく判断するのが難しいのも中間層であり、また老後2000万円問題や人生100年時代などと言われているなか、こうした中間層に対して我々が積極的に関わることで、安定・安心した老後を過ごせる人々を増やしていきたい。日本の未来を考えていくうえでもこうした中間層を助けていかなければならないと考えている。

——コミッションセールスではない…。

伊藤 保険会社、IFA、保険代理店のいずれもそうだが、基本的にコミッションセールスとしている。私もコミッションセールス型の保険会社に勤めていたが、見込み客を見つけられない営業員は辞めるほかないなどお客様対応や持続可能性の観点で問題がある。その点、我々は会社全体でマーケティングすることとしている。このマーケティングの仕組みが、コミッションセールス型の他社と大きく異なる点だ。具体的には、大手クレジットカード会社やライフイベント関連会社などの顧客向けサービス（お金にまつわる相談など）をアウトソーシングとして引き受けることで顧客開拓とする仕組みとしており、足元では、月間で1500～2000件程度のご相談をいただいているが、潜在的な需要はかなり大きく、人員増強による対応が急務となっている。また、コミッションセールスでは組織に属さない人が増える傾向がある。その点、我々は組織として対応していく考えで、今日では6割が新卒採用となってきた。新卒育成のための教育体制には自信があり、新卒者は大体3～4年内にミリオン・ダラー・ラウンド・テーブル（MDRT）会員になっている。

——DX化も先行している…。

伊藤 コンサルタントに特化したオンラインシステム「ブロードトーク」を提供している。五輪開催による交通網の混乱を意識して設けたものだが、コロナの発生に伴い、前倒しで運用を開始した。おかげでコロナ禍でも顧客数を減らさず、むしろ増やすことができた。このほかにも独自開発したライフプランニングサービス「マネパス」の運用も開始した。お客様とライフプランニングを共有できるシステムで、お客様がライフプランを作成・変更したことを我々が共有させていただくことで、何を考え、何を求めているのかを考え、継続的にコミュニケーションをとるツールとして活用している。さらに新たな事業として「顧問FPサービス」を開始する。これは、お客さまの財産を管理・活用するサブスクリプションサービス。例えば、毎年BSを作成し、必要なことをご提案する。加えて不動産会社や金融機関からの提案についてともに検討し、必要があれば同席するなどの弊社独自のサービスをサブスクモデルで提供するものだ。

——店頭代理店との連携が増えている…。

伊藤 経営が順調な代理店はあまりないなか、我々が連携している代理店は収益増を達成している。育成によって我が社の社員のコンサルティングのレベルは、業界の中でも高い水準だと自負している。これにより、お客様の大事な資産をあらゆる方法で活かすため、単なる保険販売に留まらず、例えばNISAや住宅ローンの借り換えなど幅広い商品・サービスを提供でき、その結果として単価上昇につながっているためだ。また幅広い商品・サービスに対応していることから来客数も増えてくる。結果として我が社と連携している代理店の収益が向上している。

——老後の備えは必要と言われるが、何をしたいかわからない人も多い…。

伊藤 何が問題であり、何をしなければならないのかと考えている人は、ご相談いただければ必ず問題を解決し、やるべきことを示す自信がある。日本は情報に対して手数料を支払う文化が浸透していない。そのためファイナンシャルプランナーは、保険会社や証券会社に所属し、何か商品を販売しなければ生きていけないという問題が生じている。このため、無料相談を実施しても「何か商品を薦められるのでは」と思い、来店しづらいといった問題もある。この点、新卒育成やコンプライアンス遵守、お客様対応など優良な事業者を評価する政策を期待したい。そうすることでお客様が仲介業者を見分けることができ、安心して相談できる流れが生まれる。現状においてもフルコミッション型の事業者内で統制を取るのは容易ではない。業を営むに当たって供託金制度を設けるなど厳格な規制対応も必要かもしれない。優良な事業者のみが永く事業運営できる環境を整備していただきたい。（X）