



地域に密着した来店型保険ショップとして、この2月2日に“保険アイマーク”という独自ブランドを新たに立ち上げた株式会社ライフ・プラザ・フィナンシャル。既存店との差別化をはじめ、保険そのものへの向き合い方を村松繁代表取締役役にお話ししていただいた。

保険会社のためではなく、 お客様のために。 この意識チェンジから、 新たな来店型保険ショップの チャレンジが始まる。

業界が変わった。意識も変える。

— この20年ほどで、保険業界が大きく変わってきたように思います。

村松 欧米の金融（ワグバン）に続いて1996年頃から日本でも金融制度改革が行われました。あれからでいうね、それ以前は護送船団方式でしたから、経営体力や競争力が弱い企業でも運営・存続できるように、行政官庁などが業界全体をコントロールしていました。しかし、あの政策により銀行業や証券の規制緩和が進み、垣根が取り払われた。保険業界も例外ではありません。以前の保険代理店というのは一般的に損保の代理店を指しますが、それらは一社専属契約でした。それが今では生命保険においても代理店契約を結ぶことができますし、私どものように一社で様々な会社の保険商品を扱うことができるようになっています。

多少時間はかかりましたが、このような変化の中で均一化商品としての保険ではなく、お客様のニーズにお応えできる内容を提供していくという時代になっているわけです。私たちの意識も変えなくてはなりません。

地域に密着した、来店型保険ショップが安心。

— 商品の多様化だけでなく、販売形態も変わってきています。

村松 保険といえはセールスレディなどの外交員が、ご自宅や会社などへ訪問してご相談や契約を行ってききました。もちろん現在でも多いのですが、最近ではショップ型が増えてきています。私どもがこの2月2日に立ち上げた保険アイマークも来店型保険ショップです。訪問では販売側が主導と言ったことになりませんが、来店形式はお客様主導。お客様の都合やペースで相談を進め、ゆとりと保険をお選びいただけるわけ



です。

また私は、保険というものは地域に密着した企業と契約するのが一番だと考えています。契約をかわした人が保険業務を継続的にいき、異動することなく決まったオフィスに居る。この身近な関係性が、保険のような金融商品の場合とても大切です。安心感を与えてくれるのではないのでしょうか。そういう意味でも、地元の人による来店型保険ショップが一番だと思います。

利益と正義のバランスを。

—多くの商品を扱っていますがやはり手数料のよいものを勧めたくないのではない？

村松 いくら保険業界が変わってきたとしても、企業ですから利益を上げなくてはならないのは当然です。問題は、どんな考えで利潤を求めるのかだと思います。以前、私の手元に届いた保険

会社の会報誌に近江商人の話が書かれていました。その話が今も心に残っています。彼ら近江商人の基本は、「買い手よし・売り手よし・世間よし」の「三方よし」というもの。これは明治時代に日本資本主義の父と呼ばれた渋沢栄一の「義利合一論」と通じるもので、利益と正義を併せ持った商売でなければ長続きはできないという考えです。

私たち保険アイマークはこれを手本として考えています。確かにお客様にとって良い条件の商品には利益が薄いものがあります。ですから、利益だけを考えれば普通は扱いたくない。しかし、当社ではこのような手数料の多い少ないだけを判断基準にお客様に商品を勧めることはありせん。まずはお客様が何を求めているのかをよく聞くこと。そして、その方の現状を知り、これから必要な商品を提案しています。また、おすすめする商品を販売している保険会社の経営状態や保険金の支払いに対する認識や早さなど、私ども専門家でなければ知り得ない情報なども収集しながら、最善のものをおすすめしていくと考えています。

最終的に、保険を安く。

—経営が大変になりませんか？

村松 保険というのは正札販売が基本。割引でお売りすることはできません。これは逆に考えればどんな商品にも利潤が含まれていて、それが保証されているということ。つまり、そのようなものをおすすめしても十分経営は成り立つのです。例えば月に3件の販売でトップセールスと言われますが、

当社ではおかげさまで月に15〜25件ほどご契約をいただいています。これだけあれば大丈夫。それ以上のものを求めるから変な具合になるのではないのでしょうか。

私は、段階的にですが、最終的に保険料を安くしていきたいと考えています。そのためには当社のような会社が痛みを抱えながらもがんばっていくしかありません。また、保険会社からの手数料も今後公表・開示していきたいと考えています。と言うますのは、証券など投資性商品には手数料の開示が義務化されていますが、保険は適用外。しかし、これを透明化することで、よりお客様のご理解が得られ、ひいては保険会社のためにもなるのではないかと、思うからです。

保険の道先案内としての灯台に。

—最後に、一新したショップの今後をお聞かせください。

村松 ショップの基本的な考えや社会的使命は、新たに作ったべくにすべて託してあります。もともと「ムアルチペットのアイ」というのは、旅行のインフラ「オムニマーク」を想定していました。たとえば10年ごとに更新するように作られている生命保険に加入している場合、特に50代になると更新に耐えられなくなる方も多いためです。そのようなお客様は、まさに旅先で迷ったのと同じ状態。そのようなことになったら、ぜひ訪ねて欲しいという意味合いでアイマークとしたのです。

また灯台をも意味しています。人生が旅ならば、保険は旅の必須アイテムともいえる大切なもの。その時々、そし

て都度の環境に見合った内容の道具でなければなりません。しかし、誰にでも取り扱えるものでもなく、私どものような専門家が少なからず必要とされます。この地のお客様の実り豊かな人生という航路にあたってその道筋を明るく指し示す役割を果たしていきたい。だから灯台です。無料相談会を随時行っていますので、ぜひ一度お越しください。契約というのでなく、皆様にとって最適なアドバイスをする。ことで灯台役を果たしていけたらと思います。



代表取締役 村松 繁

(株)ライフ・プラザ・フィナンシャル 概要

- 本社所在地 / 〒425-0026
静岡県焼津市焼津4丁目11-7
TEL.054-669-4996
- 設立 / 平成18年3月
- 資本金 / 1,000万円
- 代表者 / 代表取締役 村松 繁
- 事業内容 / 生命保険業・その他保険業・損害保険業