

イーエフピー(株)

# 会社設立10年目

## 花田敬社長に聞く

# 生保営業マンの社会的地位向上目指し着々

イーエフピー(株)(eFP、東京都中央区)の花田敬社長は、同社設立から一貫して「生保営業マンの支援」を軸に事業を展開してきた(男女ともに営業マンで統一)。「営業マンの質の向上」と同時に「消費者教育が重要」との認識もゆるぎない。会社設立10年目を迎えた同氏に、これまでの振り返りや、保険業界の動向、今後の見通し、生保営業マンの社会的地位向上に向けた将来展望などを聞いた。



花田氏

「独立のきっかけは、1993年にソニー生命熊本支社にライフランナーとして入社し、94年以降6年連続でMDRT会員となった。96年4月には、代理店移行資格を取得し、ソニー生命を退社、ソネット九州(株)という保険代理店を設立した。代理店設立のきっかけは、当時の保険業法改正。

乗り合い代理店が可能になり、生保会社が損保を、損保会社が生保を作れるようになるなど、い

わゆる「金融ビッグバン」に乗り遅れないようにという思いがあった。イーエフピー(株)を設立したのは、

花田 保険代理店当時、独立した複数のメンバーで大規模な代理店経営を行っていたが、課題も多かった。

そこで、生保営業支援などを目指してイーエフピー(Electronic Future Planningの略)を設立。代理店として独立した頃からインターネットの活用を意識していた。当時、業界で初めて

生命保険の比較サイト(e-hoken.com)を作った。メイン事業は、生命保険営業マンの支援で、保険営業マン向けのセミナーや講演、CDやDVDの製作、メール配信代行、HP作成支援などを開始した。事業の目的は①営業マンの質の向上の消費者教育の大き

億円で、そのうち保険料として払うお金は3%程度。

保険営業マンは、さまざまな分野の人たちと接しており情報も豊富なため、万が一のとき(3%)

の話だけでなく、残りの97%(その他のお金の使い方や情報)を伝えることが可能。そのことが、消費者から喜ばれるはずなのに、例えば「ガンになる確率」などネガティブな話をしがち。保険営業マンには、暮らしに役立つ話を提供する個人向けの「生活応援団」にな

具体的には、花田 それまで、生保営業は1社専属が主体だった。そのため、生保会社は、「販売」することが第一で、営業マン向けの、アプローチの手法やアフターフォローの仕方などの指導はほとんど行っていなかった。また、消費者のほとんどは「保険には、何となく入っている」でも、内容はよくわからない」といった状況だった。

例えば、大卒の生涯賃金は2億5000万〜3億円で、そのうち保険料として払うお金は3%程度。保険営業マンは、さまざまな分野の人たちと接しており情報も豊富なため、万が一のとき(3%)の話だけでなく、残りの97%(その他のお金の使い方や情報)を伝えることが可能。そのことが、消費者から喜ばれるはずなのに、例えば「ガンになる確率」などネガティブな話をしがち。保険営業マンには、暮らしに役立つ話を提供する個人向けの「生活応援団」にな

る。

現在、保険営業マン支援のために提供しているサービスは、

花田 ①売り上げ拡大のコンサル②ウェブサイトの企画・開発および運用の受託③ASPで、メール配信システムの開発および販売、メールコンテンツの製作および供給④顧客コミュニケーション支援サービスとして、FAX・はがきによる情報配信代行やグリーンカード、フラワ

ン、ダメな営業マン」、保険は「営業マン」で選びなさいという切り口。これまでの経験をまとめ、たもので、保険に関わってきた17年間の集大成と言える。

——約10年間の講演・セミナー内容の変化は、

花田 当初は、テクニクやトークといった内容が多かった。最近では、「営業全体の流れや仕組み」「マーケティングについて」「個々の営業マンが持っている潜在的な可能性をどう出せるか」という方向になってきている。「個人」にはライフアドバイザーとして、「法人」には営業コンサルタントとして接している。最新の書籍は、『生命保険 あな

「コンサルティング」としてやっていたらいいという説明もしている。

——営業マン向けセミナーへの参加者の層は、

花田 入社1、2カ月という人からMDRTトップクラスまで、さまざまな人が来ている。保険会社の担当者も参加することが多い。

——これまでの保険会社の反応は、

花田 当初は、「どんなものかな」といった反応だったが、多くの実績を積んだ最近では、ピンポイントで(このような内容で)話してほしいという依頼が多い。

——今後の予定や計画は、

花田 「会員」はすでに7000人になっている。会員とは、セミナー、営業マンをやめても「コンサルタント」として

保営業マンで、当社のFAX・メール配信サービスなどを利用いただいている人。私の考えに賛同してくれる人でもある。そのうちの、さらに志の高い人は自身でセミナーの講師をしている。

その人たちを「eFPパートナーズ」と呼んでいるがすでに約100人になっている。元気が良く、個人・法人ともにアドバイザーできる人たちだ。パートナーには、e-hoken.comのサイトから相談してくる消費者数と同じくらいの営業コンサルタント・マーケティングコンサルタントを

生保営業経験者から出したい。世の中に元気を提供することが、保険営業マンの地位向上にもつながる。

わが国では、約6万人の税理士がいて税理士事務所は約3万軒。150万社の企業・6000万の

# 損保業界の「今」が分かる1冊

## 主要指標データや資料が満載

### 「日本の損害保険 ファクトブック2009」を作成



損保協会は、損害保険の主要指標データや資料が満載の「日本の損害保険 ファクトブック2009」を作成し、発行部数は2万5000部。

同冊子は「損害保険の概況、データ、資料」を図表、グラフなどで分かりやすくまとめ、一般消費者、全国各地の消費生活センター、図書館などに配布される。

損保協会では、この冊子を希望者に1部に限り無料で配布する。希望者は郵送料として290円分の切手を同封し、「ファクトブック2009希望」と明記の上、郵便番号、住所、氏名、電話番号を記入して、次のあて先まで申し込む。複数希望する場合は、同協会送事務局」係

総合企画部広報室(電話03・3255・112)まで事前にお問い合わせのこと。

なお、同協会内情報スペース「そんぽ情報スクエア」と全国11支部でも入手可能。同協会ホームページから、PDFファイルをダウンロードすることもできる。

《申し込み先》  
〒353-0001 埼玉県志木市上京岡3-15-11(株)毎日ビジネス  
サポーター物流センター内「そんぽ刊行物発送事務局」係

**Homai Web**  
保険毎日新聞社のホームページ  
<http://www.homai.co.jp>