

おもてなしの心に徹した保険ショップ

女性にやさしい
保険と年金の
保険の家

(株)ファーストフィナンシャル 久永 歌代表

扉の向こうに、人を温かく包み込むような笑顔が待ち受けていました。(株)ファーストフィナンシャルの代表取締役であり、保険ショップ「保険の家」(東京都世田谷区)のオーナーの久永歌(ひさな)さんです。親しみやすい雰囲気を出している久永さんですが、その実績たるや、目を覚ますものがあります。2000年に代理店登録をして以来、MDRTに12回連続入会(1001回、COT2回)、2010年からは成績終身会員になっていらっしゃいます。また、取扱会社の一つ、ネットライフアリコ社では、12年連続MVP、ワールドワイド大会3回入賞、E・CLUB会員、さらに世界的な金融ショップが直撃した2008年から2011年にかけての4年間の総実績を表彰するワールドワイドコンテストでは、入賞参加者を対象とした「ニューライフランキンクANP部門で全国3位(コンテスト入賞かつ参加された方の中のランキンク)」という快挙を成し遂げていらっしゃいます。「お金の小さな診療所としてお客様と、一生のお付き合い」をポリシーに掲げる久永さん、多くのお客様から支持を得る秘密に迫ります。

(聞き手: 鬼塚真子 敬称略)

郵便局時代は全国ナンバーワンにも輝く

オープン当初は店づくりにも試行錯誤も

「ニューライフランキンク」全国3位入賞おめでとうございます。法人響はなかつたんですか？

久永 結果的に10年の損れも世界的な金融ショップが直撃した2008年から4年間の総実績の結果です。もう「凄いな」としか言いがたいですね。

久永 ありがとうございます。入賞を目標として活動を行ってきたことは一度もなく、地域のお客様と一生お付き合いをしようと思って、日々活動を行っていました。ですから、連絡を受けた時は本当に信じられないくらいです。先日、表彰旅行で地中海やフランスを回った時、世界のメットライフグループの仲間から祝福を受け、少しずつ実感が湧いてきました。

——ところで、久永さんの前職は郵便局勤務とお聞きしました。そこを拠点に地元の方が来られたり、職員も局から地元の方に出掛けました。いわば、町の基地ともいえる存在です。代理店に転身後も、「郵便局のような町の基地」として、地元の方から親しまれるような存在になりたいと考えています。今の店舗は2代目で、賃貸契約満了の10年になり、隣町から2009年に移転しました。初代のオープン当時、周囲にお手本とすべきショップがなく、試行錯誤の連続でした。

——初代と今の2代目店舗では雰囲気の違いはありますか？

久永 ええ。初代をオープンするにあたり、「ホテルのコンシェルジュ」をイメージして、全体のカラーを茶色にして、壁紙もテールカウンターも重厚なものにこだわりました。お客様に販売しつづける自分自身に疑問を感じなくなったので、お客様と一生のお付き合いをしたいと思っ、転身し、店舗を建て直しました。それが今から12年前のことです。

——開業と同時に店舗を構えられた。当時、保険ショップなど皆無に近かつたにもかかわらず、なぜ、代



全国ナンバーワンに輝く実績を残されたお聞きしました。なぜ、代

クロスアップ

地域の「用聞き」に徹して10年

一度お会いしたらそれは縁 小さなお金の診療所めざす

表記し、全体的に「オーシャ」で落ち着いた雰囲気です。お客様にやさしい保険と年金のショップにしたいです。外から入ったある日、外でご挨拶したクリーニング屋のおばちゃんに、「外から見て、暗くて入るのが怖いよ」と言われて(笑)。

——お客様の印象は違うということですね。

久永 大金を投じてオープンしたのですが、わずか2か月で方向転換、勉強になりました。すぐ前に横幅7メートルの前面ガラス張りにして、照明をたくさんつけて、店内が明るくなるように大改装をしました。店の前に大好きなお花もずっと並べました。すると今度は、お花屋さんと間違えられたり、夜はワインバーと間違えられたり、いろいろありました(笑)。

でも、おかげさまで、休日がとれないほど忙しくなりました。

——決断力の良さが褒められたのですね。2代目のショップづくりのテーマは何ですか？

久永 これは別にもう一店舗、東京都杉並区にも店舗がありますが、ともに南欧風をイメージして、オレンジの香りがほんのり漂うように、男性がいらつしやる時は柑橘系と、香りもつけて楽しんでいただろうにしています。店内にオリーブの木を置き、外には、1年中、お花を飾っています。木やお花のぬくもりを感じていただければと思っています。

平均来店者は月50人週に3回は訪問活動もしています。お客様のお話をじっくり伺いたいので、椅子専門のデザイナーさんに「たのしみ5時間座っててもお尻が痛くならないような椅子を」と注文しました。これには誇りを持っていて、飾ってある絵にも、細心の注意を払ったつもりです。

主役はお客様なので、嫌々なら、派手な色を控えた、品のいい絵柄と色合いを考えた、パリの真通りの絵を選びました。女性のお客が多く来られますから、お手洗いや気が抜けない。無地のピンクの壁紙と書架の横長のピンクの壁紙を組み合わせた内装に仕上げ、オアシスには天使を飾っています。

さらに、横浜のホテルの支配人さんから「香りが大事」とお聞きして、女性が「回、地域訪問活動を行っています。早いもので、もう10年になりました。」

——なぜ、ショップを出したのに、訪問活動をなさっているのですか？

久永 今では保険ショップと聞けば、イメージしていただけたらいいのですが、最初は、お客様からすれば、「何をやるショップだか、分からない」と考えたのです。そこで、地域にご挨拶に伺おうと思っ、たことがきっかけです。当初は一日中、訪問活動をしていました。でも、集客力があつてきたので、お医者様はもともと、私に「最敬礼をしてください」と、涙があふれて止まらなくなりました。

税金のことでも分からない人がいらつしやれば、税務署や国税に一緒に日参したり、病気で悩んでいる人がいれば、医師や看護師に最新の医療情報を伺ったり、就労が不能になった透析患者さんや患者さんとの公的年金受給のために、社会保険年金センターにも同行したり。すべてボランティアでやっています。

——激戦区で信頼を勝ち得る理由が理解できます。

久永 今年も自分自身が、事も自分で全部するし、保育園会長、中学お受験、子供、祖父と両親の使命も加わりました。「介護、4回の葬儀、墓購入、遺産分割作成、自宅購入、不動産投資、アパート経営、倉庫貸し、株歴30年、株式を続けながら、小さな会社設立、嫁姑問題、病気の診療所」でありたいと願っています。

の就活、婚活、エンディングノートまで、経験しています。「保険の事だけでなく、何かお困りのことはありますか？」なんでも聞いて下さいます。と訪問したら、お聞きしています。