おもてなしの心に徹した保険ショップ

地域のご用聞きに徹して10年

クローズアップ

女性にやさしい
保険と年金の
保険の家

㈱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。㈱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（ひさながうた）さんです。親しみやすい雰囲気を醸し出している久永さんですが、その実績たるや、目を見張るものがあります。2000年に代理店登録をして以来、MDRTに12回連続入会（TOT1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、メ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クが直撃した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ピュアライフランキング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でのランキング）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、一生涯のお付き合い」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試行錯誤も

――〝ピュアライフランキング〟全国3位入賞おめでとうございます。法人ではなく個人のお客様、それも世界的な金融ショックが直撃した2008年から4年間の総実績の結果です。もう「凄い！」としか言いようがないですね。

久永　ありがとうございます。入賞を目指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たいと思って、日々活動を行っています。ですから、連絡を受けた時は本当に信じられなくって。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、少しずつ実感が沸いてきました。

――金融ショックの影響はなかったんですか？

久永　結果的に1円の損も出さなかったこともあり、解約はありませんでした。ただ、金融ショックの時は、眠れない日々が続きました。その頃の私といえば、お客様に情報を随時、正直にお伝えすることしかできなかったのです。

「あなたを信頼する気持ちに変わりはないから」と、お客様がおっしゃってくださって、ありがたさに涙する毎日でした。お客様と一生涯のお付き合いをしたいと思っていましたが、この経験を通して、より一層、決意を固めました。

――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。ここでも、全国ナンバーワンに輝く実績を残されたと聞いています。なぜ、代理店に転身しようと考えられたのですか？

久永　郵政省に19年在籍していました。2年ごとに転勤もありますし、管理職になるにつれ、お客様とのやり取りができなくなる。お客様に販売しっぱなしの自分自身に疑問を感じるようになったのです。お客様と一生涯のお付き合いをしたいと思う気持ちを押さえられなくなり、転身しました。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ったにもかかわらず、なぜ出店しようと考えたのですか？

久永　郵便局勤務経験の影響がありました。郵便局は、地域ごとに局があって、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皆さんの元に出掛けますよね。いわば、町の基地ともいうべき存在です。代理店に転身後も、「郵便局のような町の基地となって、地元の皆様から親しまれるような存在になりたい」と考えたのです。今の店舗は2代目で、貸室契約満了の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、試行錯誤の繰り返しでした。

――初代と今の2代目店舗とでは雰囲気が違いますか？

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ェ〟をイメージして、全体のカラーを茶色に統一し、壁板もテーブルカウンターも重厚なものをオーダーしました。絨毯も高価なもの、照明はダウンライト、屋外のプレートには社名を黒に金文字で、first-financialと英語表記し、全体的にゴージャスで落ち着いた雰囲気に仕上げました。確かに、イメージ通りにはなったのですが、2か月間は、誰一人近寄りませんでしたが、3か月目に入ったある日、外でご挨拶したクリーニング屋のおばちゃんに、「外から見てたら、暗くて入るのが怖いよ」って言われて（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、勉強になりましたね。すぐに横幅7メートルの前面ガラス張りにし、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らっと並べました。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と、いろいろありました（笑）。でも、おかげさまで、休みがとれないほど忙しくなって。

――決断力の良さが奏功したのですね。2代目のショップづくりのテーマは何ですか？

久永　ことは別にもう一店舗、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います。ショップの看板に「女性にやさしい保険と年金のお店」と掲げていますから、全面ガラス張りで、外から見ても明るく、女性が入りやすいショップを心掛けました。

店内は黄色とオレンジの中間色の壁紙を使って、柔らかさの中に温かみを感じさせるようにしています。照明にもこだわり、間接照明も多く使っています。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「たとえ5時間座ってもお尻が痛くならないような椅子を」と特注しました。飾ってある絵にも、細心の注意を払ったつもりです。

一度お会いしたらそれは縁
小さなお金の診療所めざす

主役はお客様なので、嫌みにならず、派手さを控えた、品のいい絵柄と色合いを考え、パリの裏通りの絵を選びました。女性のお客様が多く来られますから、お手洗いも気が抜けません。無地のピンクの壁紙と薔薇（ばら）の模様のピンクの壁紙を組み合わせた内装に仕上げ、オブジェ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、女性がいらしたときは、スィートオレンジの香りがほんのり漂うように、男性がいらっしゃるときは柑橘（かんきつ）系と、香りも分けて楽しんでいただくようにしています。店内にオリーブの木を置き、外には、1年中、お花を飾って、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

――来られた方は、癒されますね。毎月の平均来店数は何人ぐらいですか？

久永　平均して月50人程度です。中には、同業者の方が休憩に来られることも（笑）。新規のご契約人数でいえば、約40人です。5年継続率（MOF）99%で、これには誇りを持っています。

――ショップがある世田谷区祖師谷大蔵駅の1日の平均乗降人数は、2011年度で4万2596人と聞いています。地方の方からすれば羨ましい限りです。反面、ショップの5分圏内に他店の保険ショップが6店舗もひしめき合っている激戦区でもあります。来店数が多い理由は、何か特別な宣伝でも？

久永　宣伝は、女性向けのタウン新聞に、毎月1回、広告を出しているぐらいで、特別なことは何もしていません。強いて言うなら、夏季期間を除いて、週に3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、訪問活動をされているのですか？

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るお客様も増えましたが、当時は、お客様からすれば、「何をするショップだか、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、集中力ってそんなに続かない。これではお客様に失礼だと。今では、基本的に、午前中に集中して行っています。話し込んでしまい、1軒でタイムアウトの日もあれば、30軒以上もお伺いする日もあって、訪問数はバラバラです。

――いわゆる飛び込み訪問のスタイルですが、挫折する人が圧倒的なのに、なぜ続いたのでしょう？

久永　保険商品の話を一切するつもりがないからでしょうか？　人が好きというか、困っている人を見ると、ほっとけないというか、超おせっかいなんですよ（笑）。ファイナンシャルプランナーで、働く母、家事も自分で全部するし、保育園会長、中学お受験、子供の留学、祖父母や両親の介護、4回の葬儀、墓購入、遺産分割書作成、自宅購入、不動産投資、アパート経営、倉庫貸し、株歴30年、株式会社設立、嫁姑問題、病気入院、交通事故、子供たちの就活、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せんか？　なんでも聞いて下さいね」と訪問したら、お聞きしています。

――地域のご用聞きみたいですね（笑）。

久永　昨日も、お客様が手術されて、奥様と一緒に付き添い、自宅に戻ったら夜中でした。覚醒まで5時間かかりましたが、手術は大成功でした。お客様は「ありがとうございました」と、お医者様はもちろん、私にまで最敬礼をしてくださって、涙があふれて止まりませんでした。

税金のことで分からない人がいらっしゃれば、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難患者さん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　今年は私自身が、まさかのガンになり、ガンサバイバーとしての新たな使命も加わりました。「一度お会いしたら、それは縁」をモットーに、これからもずっと、この町で地域訪問を続けながら、〝小さなお金の診療所〟でありたいと願っています。