

THE

『 MKG 』

四日市支店

田中 雄介

目次

- 1、FA として ～ The Rich Life with お客様 ～
- 2、FA 職として自身の目指す姿
- 3、FA 職として自分の出来ること
- 4、FA の優位性と問題点
- 5、月間売買 COM 500 万円（除く残 com、除く FW com）の因数分解
- 6、担当顧客 ALL のポートフォリオの把握
- 7、行動計画
- 8、対象先管理
- 9、数字の管理
- 10、エクセル顧客情報
- 11、時間創出
- 12、セールスとしての成長 3 段階 レベル③になると怖いものはない。
- 13、職場 NISA の重大な可能性
- 14、SMA・FW の残 COM について
- 15、案件ドン!!!
- 16、事例共有（一丸）
- 17、年収因数分解
- 18、お客様との関係構築についての 3 段階+自分だったら
- 19、FW の他に計画的に実行していくべきこと
- 20、新規外交について
- 21、時代の変化について
- 22、さいごに
- 23、プロフィール

『 MKG 』 プロジェクト

四日市支店 FA 職 田中雄介

1、FA として ～ The Rich Life with お客様 ～

「人生をより豊かにする」…仕事は楽しく、ワクワク感を。どうせやるなら絶対に稼ぐ。

【 人生における 3 つの宝 】

- 1、家族…人生において家族の幸福を最優先に追及します。
- 2、お金…家族、自身の満足度を高めるためにお金も大切なものの一つです。
- 3、時間…夢（目標）達成について考える時間、家族の時間を自ら創出していきます。

2、FA 職として自身の目指す姿

- 1、永きに渡り、お客様を担当させて頂く上で、お客様満足度を追及すると共に時代の変化に対応し、お客様の潜在ニーズを発掘し、お客様と共に栄えて行くことです。
- 2、そのために現在の時代に対応したストック収入に重点を置いた営業活動を意識し、3 年間で FW の残高を 50 億円にします。また、売買意欲のあるお客様には投信、株式、外国株式、外国債券の残高を 15 億円にし、可動資金を作ります。
- 3、上記より、月間のストック収入 500 万円、売買収入 500 万円、合計 1000 万円の月間収益の土台を 3 年間で作り、更に M&A や事業保険、個人保険、不動産案件、BB 案件、職場 NISA 案件の創出、新規外交による顧客基盤の拡大での案件ビジネスの成約を目指します。

3、FA 職として自分の出来ること

現在の会社の方向性には私自身も納得しており、私自身も FA 職として進化しなければならないと確信しております。

現在の会社の方向性を将来成功させるためには、現在の FC 課も FA 課も変革の時であると感じております。FC で 10 年間学び良かったと思えることを自身を見直しながら四日市支店の FA 課の皆様にお伝え出来たらと考えております。

- ① 仕事に対するモチベーション「何のためにやるのか」
 - ② 野村の本来の強みである「育成」
 - ③ 情報共有（支店内+野村 ALL の事例や、提案アイデア、投資提案など）
 - ④ チーム一丸の精神（達成感、感動、個人の実績+αのモチベーションの創出、共有）
 - ⑤ 稼ぐ意欲の創出とその仕組み創り、結果に貢献します。 → 【 MKG プロジェクト 】
-

4、FA の優位性と問題点

・「お客様との時間軸が無量大」…案件ビジネス（IPO、M&A、保険、BB、事業承継、不動産 etc...）を長期間に渡り継続フォローが可能である。また個人・法人も生涯にわたり、トータル資産管理が可能となる。その為、時間のかかる案件外交や、ストックの積上げ、関係構築による総資産のコンサル営業は FA 職が行うメリットであり、まさに会社の変革における中心的役割を担える可能性を十分に秘めている。

・「高齢者対応」…一方で既存顧客には高齢者が多く、野村 ALL の顧客は 2030 年に 45% が相続を迎えると考えられている。そのためファミリー化や、人間関係構築に問題が発生すると大量出金のリスクが高まる。尚且つお客様が「この担当者とは合わない」と感じた場合、異動がないため稼働せずに待つことが不可能であり、これもまた出金や他社への移管リスクが発生する。逆に関係構築が上手く行けば異動がないメリットから当社移管で一生涯の資産管理を任せていただける可能性も裏にある。

→「高齢者対応」問題点の改善策

- ① 高齢者にはとにかくファミリー化（口座化）
- ② 商品提案は可能な限りご子息と共に（特に 80 歳以上は MUST）→FW、保険、DDB（代）
- ③ ご子息の口座化、面談が困難な場合は少なくとも家族構成をヒアリングし顧客カルテに登録。相続が発生した場合に何方に資産が承継されるのかを把握する。出来れば電話でご挨拶を差し上げる。承継者が納得した商品取引は資産が移っても取引が継続する為。
Ex)お金の置き場所は FW が良い→相続人も納得→相続→再度 FW へ継続の流れ。
Ex)相続人と共に保険提案→相続人と関係構築→相続→FW や保険への流れ。

→「この担当者とは合わない」問題点の改善策

- ① 同伴外交を多く入れる。今までと違った視点や、社員からのヒアリングで関係構築を。
- ② 改めて自分の何がダメなのか、お客様の本当の悩みは何なのか、改善したい旨を伝える。
- ③ 期間を設けシャッフルする。

FC 課のメリット

- ① 3 年から 5 年で結果を出さなければならない。短期間で評価が決まる。
- ② 異動があるため、様々な立ち位置で業務を遂行する経験が養える。
→インストラクターやビジネスリーダー、育成担当者、課長席等
- ③ 移動があるため様々な支店で様々なセールスと深く付き合う。育成や学びの刺激が多い。
しかし、既に変革の時代であり、「FA は」と言う考えはもはや古い。
ビジネスにおいて、FC も FA も違いはない。

5、月間売買 COM 500 万円（除く残 com、除く FW com）の因数分解

項目	投信買付	保険	外債	外株	株	合計
金額	3000	2000	2000	3000	3000	13000
収益	85	150	120	120	40	515

投信純増・買付…お客様のニーズを再確認し、純増提案やポートフォリオの見直し提案。

保険…ファミリー化から配偶者、ご子息、お孫様まで把握し保険の必要性に応じていく。

個人：500 万円の非課税枠の活用、想定相続税の計算、生前贈与 PGF、年金準備

法人：事業保険の必要性（利益圧縮、法人税、自社株評価、BB 等）

外債…ポートフォリオ見直し資産の一部は外債の必要性お伝え。DDB 相続対策、リスクヘッジ。

外株…世界株の長期成長、長期円安期待、大型、好業績、成長性、高配当等、リスク分散。

株…ニーズヒアリングで株式興味ありの方に対し相場状況をお伝えし成長銘柄を提案。

上記のように月間でおお客様の潜在ニーズを引出し、ヒアリングを重ねることで、そう預かり資産の 1.3 億円が稼働することで月間 500 万円（除く残 com）の収益を安定化することが可能になる。

6、担当顧客 ALL のポートフォリオの把握

収益の因数分解を可能にするために、自身の預かり資産のトータルポートフォリオを把握する。エクセルに扱者別の全顧客の資産預かり状況をサクサク検索により抽出する。

Ex)2015.12.01 着任時点 ※引継中のため変更有

口座件数	419件	
総資産	23億9500万円	→件数の割に預かり資産が少ない。眠っている資産はたくさんある。
国内株式	7億2000万円	→塩漬多い→相場上昇期に保険orFW提案要＝相続発生時出金の可能性。
外国株式	770万円	→国内株の比率に対し少ない。円安、世界株成長について行けないので増加させる。
国内債	2億5000万円	→銀行預金よりは金利良いが、インフレ率2%にはついて行けない＝守れない→FWや保険提
外国債券	8000万円	→約24億の預かりで外国債券8000万円は少な過ぎ。円安に対応出来ない。
国内投信	8億2500万円	→ポートフォリオの見直し必要なお客様にはヒアリング、提案を繰り返す。高齢者多い。
外国投信	4200万円	→ポートフォリオの見直し必要なお客様にはヒアリング、提案を繰り返す。高齢者多い。
一任	2700万円	→圧倒的に少ない。現状の国内債やMRFもそうだが、銀行に眠っている資金を取り込む。
MRF(預り金)	2億6500万円	→ペイオフは免れているが、インフレ率2%にはついて行けない＝守れない→FWや保険提案。
保険	1億6400万円	→総資産の6.8%、海外は資産の30%が保険。しかも野村という一部の資産にも関わらず。

それぞれの資産状況を把握することで、全体における提案内容、改善点が見えてくる。

あくまでもトータル資産概要であるが、個人別でも資産保有レポートで提案可能。

7、行動計画（必要であれば原本メール可能）

自身の収益、ストック、現金本券差引や目標を達成するにあたって、長期目標、年間目標、半期目標、月間目標、週間目標、デイリー目標を意識して行動すべきである。その為、月初に自身の月間目標に対し、どう行動するのか計画を立て、実行することが重要となる。左記の対象先は大口対象先や案件対象先。右記はデイリーの収益進捗を完全把握する。年初には1年の目標を仕事、プライベートに別け、書初めをしている。→意識向上効果。

2015年12月											
行動計画											
四日市支店 FA課 田中雄介											
項目	FW・EW	ストック	投信純	投信買	入金	保険	債券	外株	株	残com	収益
金額	20000	200	3000	5000	10000	2000	3000	5000	5000	—	—
収益	250	—	—	143	—	150	180	200	50	30	1003
FW・EW対象先						営業数 22営業日					
・						1					
・						2					
・						3					
投信純増・買付対象先						4					
・											
・											
・											
保険対象先						実 残com FW DDB					
・						7 24+22+12.5+32.5=91					
・						8					
・						9					
・						10					
・						11					
債券対象先											
・											
・						14					
・						15					
外国株式対象先						16					
・						17					
・						18					
・											
国内株式対象先						21					
・						22					
・											
・											
スリープ重点対象先						24					
・						25					
・											
・											
M&A対象先						28					
・						29					
事業保険対象先						30					
・											
不動産売買対象先											
・											
BB対象先											
・											

8、対象先管理（必要であれば原本メール可能）

上記行動計画を作成後、次にやるべき事は、どの対象先で「何を いくら いつまでに」を管理することである。私が行っているのは、電話・訪問・対象先整理などで対象になると下記表に記入。提案した時点で氏名までを蛍光ペンで線。約定でCOMまで線、COM計上でCOM数値を○で囲むといった管理をしている。経験上、月間45件の対象先を回れると目標を超えることが多い。また国内株など日々の売買の対象先は記入不要としている。

日付 _____		----- 対象先 -----				担当者
	口座番号	氏名	商品	経過	進捗	COM
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						
36						
37						
38						
39						
40						
41						
42						
43						
44						
45						

9、数字の管理

数字の管理に対する意識は絶対に高めなければならないと考える。

その為、以下の数字は必ず把握しておくべき項目である。

実数＝自身の汎用集計上の数字。当日時点で汎用集計上の数字はいくらなのか。

予約 com＝約定・契約が決まっていますが、まだ汎用集計に乗っていない数字。≠カラ×

残 com＝投資信託残の日々の com がいくらなのか。残 com/day×1 ヶ月日数＝残 com

FW 残 com＝FW や EW の月末に乗ってくる残 com がいくらなのか。

※約定商品別の com の計算もできなくてはならない。

債券なら按分後のセールス com は？解らなければ金融市場マーケティング部に確認。

投資信託なら金額×手数料率×0.953 が按分後 com となる。

(↑ ex,1000 万円 3%なら 1000 万円×0.03×0.953＝285900 円が按分後セールス com)

外貨の為替 com や、国内株式、外国株式の手数料、保険の手数料等、計算可能にする。

上記 com 計算から

【 実数＋予約 com＋残 com＋FW 残 com＝ホワイトボード or 管理表 】を算出する。

10、エクセル顧客情報

通常の顧客情報では顧客一覧から分析やセグメントすることが困難なため、エクセルで自
分用の顧客情報を作成し定期的に更新することにより、対象先の抽出や、商品別選別、面
談先等、様々なシーンで活用可能。顧客情報を 1 件 1 件見ていくよりも効率が上がる。

さくさく検索で口座、顧客名、年齢、総預り資産、商品別で抽出すると直ぐに作成可能。

電話	手紙	名刺	面談	提案	コメント	口座	顧客名	年齢	総預り資産
○		○	○	ALL	来店提案ALLOK			61	203176203
○		○	○					67	69129042
○		○	○	株	株式保有			44	46881468
○		○	○	ALL	良い方ALL OK			77	41705805
○	○							55	40870585
○		○	○	保険	保険ヒアリングする。			80	40734033
○								75	39294084
○		○						61	38264145
○								95	33781456
○		○	○	債券	ご自宅大きい			61	32911451
○		○						82	32083716
○		○						88	30930831
○		○	○	ALL	朝一なら電話OK			50	29725005
○								55	27658010
○								90	25506033
○		○						82	22117706
○								79	21973377
○		○	○	投信	良い方ALL OK			73	21797289
○		○	○	FW	FWヒアリングする			80	21761356
○		○	○	ALL	良い方ALL OK			60	20564404

11、時間創出

過去、様々なシーンで様々なセールスと会話をさせて頂く機会があったが、その中で仕事が出来ている、実績が出ているセールスは時間の使い方がとても上手かった。確かに知識やスキルもあるが、それよりも対象先のセグメントや効率を考えた行動、お客様への外交も計画性を持って接することで気持ち良く約定して頂くケースが多々あり、自己管理 + 時間管理から結果が出るのだと感じている。

- ① 自分の行動に責任を持つと同時に、自分の行動を日々振り返ってムダを削ぐ。
→誰かが言ったとか、こんな指示があったではなく自身で責任を持つ。
- ② 日々の行動がマンネリ化すると気付かずムダが増えていく。
→朝 8 時出社、事務作業、打合せ、1 日の予定考える、9 時電話外交開始、10 時アポ取り、11 時外交出発、12 時昼食、13 時からアポ開始、17 時帰社、数字計上、解散で終わっていないか。お客様との面談時間はわずか 4 時間しかない!!!
午前=8 時~12 時 4 時間 ex,9 時アポ 10 時アポ 11 時アポ
午後=12 時~17 時 5 時間 ex,12 時アポ 13 時アポ 14 時アポ 15 時アポ 16 時アポ
1 日で 8 件のアポが可能。しかも 9 時間もお客様に割ける時間がある!!! 倍以上!!!
(↑: 訪問→挨拶のみなら既得意顧客 21 件訪問出来た経験から)
9 時間の 1 日の業務時間を有効活用できているかもう一度見直すべきである。
- ③ 少なくとも前日までに、通常は来週までの予定を計画的に立てておく。
→その為には、②→朝 8 時出社、事務作業、打合せ、1 日の予定考える、9 時電話外交開始、10 時アポ取り、11 時外交出発、12 時昼食まで全て見直すべき予定である。朝一からお客様の元へ訪問するには、遅くとも前日、通常なら前週には予定を立てて置き、前日夕方には必要最低限の資料は作成しておくべきである。
- ④ 時間管理を身に着けると外交も効率よくなりお客様にかかる負担や不安も軽減できる。
→「今日」とか「今から」等のアポはくださる方も多いがお客様にとっては急である。飛び込みも同様。特に大切なお話をするならより一層計画的なアポイントを頂く必要がある。
- ⑤ 計画性を持ったスリープ、新規、案件外交が可能になる!!!
→時間管理の最大のメリットはここにある。自ら時間を創出することで今まで出来なかった行動が常習化される。これにより新たな基盤拡大が可能になり、セールスとして息の長いトップセールスになれる。

12、セールスとしての成長 3 段階 レベル③になると怖いものはない。

- ① 開拓・金入れが出来るセールスになる。(1 年目~3 年目)
- ② 預かりに対し、収益を稼ぐことが可能なセールスになる。(2 年目~5 年目)
- ③ 開拓・金入れ・収益を同時進行で出来るようになる。(スーパーセールス)

※よく見られるのは②で成長が停止しているセールス。引継有り、開拓過去の話。

13、職場 NISA の重大な可能性

FA 課には共通して残 com の給与反映率が定められている。以下、残高収入実績率。

例えば FA 職であれば、売買収入実績率が一律 15%である一方で、残高収入実績率は当初 35%からスタートし、前期の実績に基づき±2%の範囲で変動（下限 25%上限 45%）する。

残高収入実績率の変動基準は以下の通りである。

売買収入実績率	残高収入実績率
15%	当初35% 前期実績より±2%の 範囲で変動 下限25%～上限45%

前期(半期)の現金本券差引		
	3億円以上	2%上昇
1億8000万円以上	3億円未満	1%上昇
1億2000万円以上	1億8000万円未満	変更なし
6000万円以上	1億2000万円未満	1%下落
	6000万円未満	2%下落

つまり、最低でも月間平均 2000 万円の現金本券差引が必要となる。

高齢者口座が多い預かり資産体系から考えると、出金も多く厳しい環境が予想される。

そこで注目したのが、職場 NISA の可能性である。

オーナー系企業を開拓していく中で関係構築した際に、社員の投資教育が認められる時代背景から、従業員に対し職場 NISA を用いた外交をする事で計画的に資金導入と投信純増、ストック純増が目指せるシステムである。NISA やファンドるいとうを既存の顧客、特に話を聞いてくれる未収入者に伝えて契約頂いても件数や金額は殆ど増えない。増えないどころか、お客様にしてみれば、なんとなく付き合いでやっている方が殆どではないか。

一方で給与という定期収入がある方を対象として職場 NISA でのファンドるいとうは意義もあり効率も良い。

例えば、NISA 枠は 120 万円であるが、10 万円は難しいとして 5 万円で 400 件（企業数で考えれば数件）の職場 NISA+ファンドるいとうにより、月間 5 万円×400 件＝2000 万円の資金導入と投信純増、ストック収入純増に加え、投信買付 com まで入ることになる。且つ、新規口座件数、NISA 開設件数、NISA 稼働件数も上記内容に加え増加する。

この可能性に着目しない手はない。時間はかかるかも知れないが、どちらにせよ新規開拓はオーナー企業を当たりつくす覚悟で行うので、決まれば一石二鳥である。

14、SMA・FWの残COMについて

特にFWの「やや保守」の残comは年間約1%である事に着目すべきである。

またFA職の売買収入実績率は15%と通常のFAの20%から劣後しており、逆に残高実績収益率はFAの最大32%よりも多い、最大45%まで伸ばすことができるため、ストック純増の重要性は明らかである。

無理をしない売買手数料は除く案件で500万円と考えると、最低でも残高ストック収入は月間500万円は欲しい。500万円という数字から考えるとFW50億円となる。

50億円の年間残comは6000万円、月間に直すと÷12ヵ月＝500万円である。

現在、証券会社＝株屋のイメージは払しょくされつつあるが、それでも証券会社＝リスク高いといったイメージは拭えていない。つまりお客様は総資産の10%～30%以下の資産しか預けて頂いていないことになる。仮に既得意の金融資産が1件2000万円だったとしても、400件あれば80億の資産が眠っていることになる。2000万円が総資産な訳はないが。

つまり本気でフィービジネスに転換すべく今、FW残を50億にすることは、決して過大目標でも何でもなく、いずれはこうなるモノを、時代を先回りしてお客様に訴え、ご理解頂き、お金の置き場所にして頂ければ良いのだ。FA職として道を選んだからにはこのFW50億円は必ず達成させるべき項目であるため、最重要項目として意識し行動する。

※FWのセールストーク、決め方は別紙参照。

15、案件ドン!!!

必ずやりたい仕事である 案件ビジネス外交について。

歴史に残るような新規対象先を自らの手で口座化したい。

長期フォローが可能なFAこそ全国のスーパー大手をお客様にする事が可能なはず。

「ここがお客様になったら人生が変わる」対象先を何件外交できているのか。

最低でも50件のストックを持って外交したい。それこそワクワク、ドキドキ外交である。

紹介が紹介を呼び、担当地区を飛び越えた日本の名士達を起しまくろう。

売買収入が安定し、ストックを積上げ、安定化してきたら遂にもっとも尊く、美しい大口案件ビジネスに長期に渡って取り組むことが出来る。

取り組むべきビジネス内容は山程あるが、主に収益に直結するものとして以下がある。

- ① 担当会社の新規公開（IPO）により目指せ預かり100億円ドン!!!
- ② M&A案件により目指せ1ショットcom2000万円ドン!!!
- ③ 保険案件（終身保険、年金保険、PGF、養老、事業保険）契約でcomドン!!!
- ④ BB案件でドン!!!
- ⑤ 事業承継案件ビジネスでサンキューオーダードン!!!
- ⑥ 不動産売買の仲介でcomドン!!! etc...

わくわく、ドキドキ仕事をしましょうよ。社会貢献、ビッグディールを決めましょうよ。

16、事例共有（一丸）

出来ればFA課のチーム内で気軽に日々の事例共有をしたい。

ホワイトボードに書くだけでも良いので、誰が、いつ、何をいくら、どう約定したのかを共有したい。

単純に投資提案の勉強にもなるが、それ以上に事例を書いて読み上げることでFAフロアや支店全体が一丸となり、未来に向かって走っていきたい。

チェーンメールでも良いし、ホワイトボードでも何でも良いが、何かが決まってもその場にいる人しか解らないのは本人も寂しいと思う。だから皆で称賛して盛り上がっていききたい。「よっしゃー!!!」とか。

18、お客様との関係構築についての3段階+自分だったら

① 初対面でこの人なら安心してお金を預けられるかも…とさせていただく基礎行動

- ・お客様の目を見てしっかりと挨拶、会話をする。
 - お客様は必ず「目」を見て、この人は信用できるのか？と判断される。
- ・ハキハキと話す。
 - 同じ言葉の内容でも、自信があるのか、ないのかを声の出处から判断する。
- ・姿勢を正しく。
 - 営業担当者として、姿勢も自信を表す。自信がないと説得力に欠ける。
- ・お辞儀を正しく。
 - お辞儀は日本の文化。礼に始まり礼に終わるこのメリハリを大切に。
- ・身だしなみを清潔に。
 - 自分がおお客様の立場だったらどんな担当者なら誠実さを感じるか。
- ・髪型、爪、匂いもいやらしくなく清潔感を。
 - 自分がおお客様の立場だったらどんな担当者なら誠実さを感じるか。
- ・チョットした粗品をお持ちする。
 - 例：寒くなってまいりましたので、大したものではございませんが、入浴剤です。
笑：薬局にお持ちしたら「うちで販売しとるがなッ」と粗品に突込まれました。
- ・靴を揃える（お客様の分もそっと）
 - ご自身の靴は揃える方が殆どだと思うが、「そっと」お客様の玄関にある靴も。
派手にやるといやらしいのでササッと。
- ・お客様のところではゴミを出さない（持ち帰る）
 - ストローのゴミや砂糖のゴミなど可能な限り持ち帰りする。
- ・お茶を頂いたら、残さない。お菓子は持ち帰り可「頂いてもよろしいですか？」
 - お客様がお茶を飲まれるタイミングや話題のタイミングを見て最終的に飲み干す。
- ・お茶を頂いたら、失礼する際には「御馳走様でした」と湯呑やコップ端に寄せる。
 - 空になった湯呑やコップはお客様や担当が下げ易いように机の端に移動させる。

同伴の際は、湯呑やコップを端にまとめて寄せて差し上げる。

- ・捺印を頂く際は、捺印マットと朱肉をさっと出し、捺印後はティッシュで拭く。
→意外と大切。お客様が朱肉を探されたり、お客様の朱肉が使いにくいものだと印鑑が滲む事も多々ある。また捺印後「ありがとうございます」のお礼と同時に御印鑑を用意したティッシュで拭き、両手でお返しすると印象も変わる。
- ・扉が閉まるまでお辞儀をする。
→法人、個人宅でも同様、エレベーターや玄関先、門、ドアが閉まりお客様の姿が見えなくなるまでお辞儀をすると、お客様の印象が変わる。
- ・見ていなくても、門先で深くお辞儀を。
→面談後や留守宅、法人など、お客様が見ていないところでも一礼をすると印象が変わる。

昔、社長が窓から最後まで担当者を目で追っている法人があり、〇〇君だけはいつも会社を出たところでも礼をしているねと褒められた事があります。その他にも、いつも門先でお辞儀をしていたら、社章を見た隣人が礼儀正しいね、僕にも話を聞かせてくれなとかと声をかけて頂いたことも事例としてありました。因みにそう言う人ほど大手になったりします。地道な努力ですが、継続すると意外と全て意識しなくても出来るようになる基礎行動です。会社の床にゴミが落ちていたり、自宅をきれいに使ったり、トイレを掃除したり、ちょっとした気配りが仕事の運気を向上させるのかもしれません。

「誰も見ていなくても、お天道様はいつも見ている。」

② 信頼関係の構築。信頼とは何か。お客様を知り、自分を知って頂く。

次に大切なのが、お客様との継続外交による関係構築。外見や見せ掛けだけでなく、中身を見て頂いて、この担当者は「信頼」できるなと思っていただくために。

「信頼」とは何か。

儲けたから信頼されるか。愛想が良いから信頼されるのか。自分がしっかりした担当者だから信頼されるのか。知識があるから信頼されるのか。全て否。

仕事もプライベートも「人間関係」は同じ。

親友は信頼できる＝お互いがお互いを知り、お互いを理解し合っているから親友と言える。彼氏や彼女、配偶者や子供もそうです。一生の友や先輩、上司、後輩、部下も同様。信頼とは、お互いがお互いを理解し合うことだと思う。

お客様だからこう、上司だからこう、友達だからこう、後輩だからこうといろいろな面を持つ人は信頼されにくい。(礼儀は別)

お客様をプライベートから仕事、趣味など幅広く知ることで、自分自身も伝えることが出来、様々な内容の話をすり合わせていくことで「信頼」が生まれる。

10回の外交より、3回の食事会、3回の食事会より、1回のトライアスロン(趣味)因みに緊張感ある面談を一発で雰囲気良くする方法がある。→ 笑だ。必ず入れる。

③ お客様への提案方法 「ろ過話法」

最後にビジネスだ。①お客様に第一印象で懐に入り込む余地を与えて頂き、②信頼を勝ち取り、そして③ビジネスをさせて頂く。命の次に大切なお金を預けて頂くことがお客様の担当者に対する信用である。

ビジネスの方法として、私が実行しているのが、まず自分の考え方を語り、お客様の考え方とすり合わせ、共通点（お客様が頷く事）を見出しそれについて語り合う事だ。これは相場観もそうだし、物事の考え方も、時代の流れや、買い時、売り時の話もそうだ。お客様はその場の雰囲気だけで会社から言われた商品を持って来ているのではないかと、手数料目的で提案して来ていないかをよく見ている。目が¥マークになっていないか。目の前の獲物に食いつこうとしていないか。

そのため最初に自分の考えを語る。そしてお客様とすり合わせることでお客様が本当に自分のために話をしてくれているのだと理解して頂ける。それだけで約定率が向上する。お客様とのヒアリングから商品選定が出来ており、これを持っていただくと決めた場合は一本勝負で良いと思う。

ただ、初回面談→口座開設→商品提案→約定＝ホールインワンと呼んでいる。その為には、同時進行でイメージ、信頼、時代の流れ、自分の考えのすり合わせ、商品提案、理解、約定をしなくてはならないため、「ろ過話法」でお客様と会話をする。

世間話から入り、あらかじめお客様の興味がありそうな話題、商品を紙芝居のように提示していく。お客様の頷きや「そうだよね」の合図を元に商品選定を落とし込んで行く。途中お客様が飽きてきたとか、この商品は駄目だなと感じたら一旦話を変えて再度商品の話に落とし込んで行く。因みに商品→雑談はお客様が飽きるまで何回でも繰り返すことが可能。経験が必要だが、慣れてくれば誰にでも可能で、しかもお客様の様々なニーズをヒアリングできるため、最終的には約定に結びつく確率がとても高い。

注意は商品名や、パンフレットはこれで決めると思った時以外使用しない。それまではデータを使用し、商品名ではなく商品の内容に沿った話題で会話を進めていく。

デメリットは最初から沢山の商品をお持ちするとお客様が悩んでしまうため、これと決めたお客様には使わないほうが良い。＋鏡話法

「ろ過話法」（イメージ）※黄色い線が会話、最終的に目的に落とし込む。



④ お客様の気持ちを考える 「自分だったら」で考える。

上記①～③はとても大切だと思うが、「こうしたらこうなる」とは行かない。人間は千差万別であるからだ。だからこそ、このお客様は今何を望んでいるのか、どうしてほしいのか、何を望んでいるのかを、担当者の立場ではなくお客様の立場から考えることが本当に大切な営業の仕方だと思うし、これが出来ている人は仕事が出来ている。お客様は自分に対しどう思っているのかや、周りからどう見られているのか、信念を曲げるのとは全く違い、その相手の立場になって物事を考えるからこそ、自分の成長が無限大にあると言う事ではないか。

就職活動をする学生がよくこういう質問をしてきた。「御社はどのような学生を採用するのですか」「就職面談ではどんな事を言えば良いですか」「お客様との信頼関係はどうしたら構築できるのですか」等…。

答えは簡単で、自分が就職面談者だったらどう言う学生を採用したいか、またどう言った人と働きたいか、どんな担当者だったら自分の担当になってほしいか、親友や彼氏、彼女との信頼関係は何故あるのか。自らがその立場になって考えることで色々な景色や考え方が見えてくるため、それによって自分がより一層成長できる。オリンピックで金メダルを取った人や、世界最高峰エベレストの登頂をした人の生の景色はそれを達成した人にしか見えないが、自らがその世界をイメージするかしないかでは大きな差が生まれると言う事である。

外交の際はお客様をイメージすると約定しやすい。訪問したら不在だったところから約定するまでのすべてを、事前にイメージしておくとお話が読める様になる。

19、FW の他に計画的に実行していくべきこと

ここで一旦戦略に話を戻す。

FW の買い貯めや、日々の売買収益の因数分解をした上で、投資アイデアを追加する。

① 分配型投信を望まれ、分配金が MRF に貯まっていく方

→PGF や養老保険で毎年、ご子息やお孫様に贈与をしていく。

→終身保険の提案。ある程度分配金がまとまった所で非課税枠の終身保険を契約する。

→NISA+ファンドるいとうの活用（毎月 10 万円）。

→ご子息への贈与で NISA&ファンドるいとう。

→お孫様へのジュニア NISA&ファンドるいとう。

→基準価格が下落していることから再投資へ一旦戻す提案。

② 分配型投信を望まれ、GF されている方

→本当に分配金を GF する必要があるのか、使用されているかをヒアリング。

→MRF の魅力をお伝えする。

→基準価格が下落していることから再投資へ一旦戻す提案。

→やはり保険に落とし込むことも可能。

20、新規外交について

① 新規外交の方法

新規外交の威力は存分にあることは時間創出と案件ドン!!!で記入したので省略する。

新規外交は主に法人、企業オーナー、宗教法人、医療法人、高額納税者、紹介に絞って良いと考える。特に新規の場合は新規外交方法にストーリーを持たせる事で効率を上げられる。私たちからしてみれば、対象先 500 件のうちの 1 件だが、相手からすれば、電話のタイミングや、飛び込みのタイミング、名刺を置いた回数、手紙の内容やタイミング、初面談の会話の内容など全てが繋がっている。これを忘れて外交をしてしまうと「野村さんはしつこいから電話やめてください」となってしまう。1 件 1 件の外交をしっかり記録し、効率の良い外交を実行しなければならない。忘れてはならないのは、法人も全て代表者がいて、人対人の会話からビジネスがスタートすることである。決して難しいものでもなく、決して怖いものでもない。むしろ成功者と会話を交わすことで自分の人生においても、ビジネスにおいても成長できる最高の外交が経験できるのである。

② 対象先選定

対象先の選定は主に 3 つ。

サクサク検索で業種や、売上、利益、地区を絞ったリストを作成し片っ端から電話外交を行う方法である。新人時代 1 日で 400 件電話出来た。100 件電話すると 5 件ペンディングが出来て、1 件のアポが入るイメージだ。(注：規模による)

外交中の企業をメモする方法は、特に四日市のような明らかに資金ストックがありそうな企業が通っただけで選別できるような地区に有効である。徒歩、自転車、自動車外交していると突如「ここ持ってそうだなー」と思える法人が出てくる。その法人は間違いなく持っている。そしてメモでも写真でも良いのでサッと取り、帰社後 OQ と顧客情報を調べ定バンで内容を知る。これでまた対象先にする。これだけでもかなりの件数になるし、会社がわかるので、外交しやすい。

紹介では、既得意や仲良くして頂いているオーナーから紹介して頂くのが効率的だ。

外資系証券や外資系保険会社はほぼ紹介でかなりのスピードで拡大している。実は紹介が一番簡単な方法である。紹介後紹介先が損したら…と言うのが紹介外交を嫌がる担当者の理由だが、そもそも証券会社と付き合うわけなので心配はいらない。絶対儲かる証券会社や担当者がいないことなど、そもそもお客様もわかっていることだ。

③ 新規対象先エクセル管理

サクサク検索でリスト化した新規対象先は効率が命である。全て新規対象先をエクセルで管理する。方法は以下。

過去 10 年間の新規法人電話外交で最も効率が良かったと思える方法である。

	日付	時間	受付	名刺	手紙	社長	社長時間	他証券	コメント	会社名	社長名	年齢	電話番号	住所	売上	利益
1	12月21日	9 a	a	1	1		9		受付OK	aaaa						
2	12月21日	9 b	b				15		繋いでくれない	bbbb						
3	12月21日	9 b	b				13		受付慣れている	cccc						
4	12月21日	9 a	a	1	1 a		9	大和	社長良い方アボ取る	dddd						
5	12月21日	9 c	c						x	eeee						
6	12月21日	9 c	c						x	ffff						
7	12月21日	9 c	c						x	gggg						
8	12月21日	9 c	c						x	hhhh						
9	12月21日	9 b	b	1			19		社長いつも留守	iiii						
10	12月21日	10 b	b				8		28日まで出張	jjjj						
11	12月21日	10 b	b				13		外出	kkkk						
12	12月21日	10 a	a			c	10		10時ならOK	lllll						
13	12月21日	10 a	a	1	1 b		10	無	社長興味ないと。	mmmm						
14	12月21日	10 c	c						x	nnnn						
15	12月21日	10 c	c						受付ひどい	oooo						

上記の様に、リストを編集する。左から、番号、日付、時間、受付、名刺、手紙、社長、社長時間、他証券、コメントを次の法人に電話をしているコール中に入力してしまう。

この入力欄に入力する事で、全てが管理できる。

例えば、日付や時間は電話外交をした日時。

受付は a=繋いでくれる、b=対応良い、c=対応悪い。

名刺、手紙は何通出したか。

社長は a=話を聞いてくれる。b=出てくれる、c=対応悪い

社長時間は、社長が電話に出て頂ける時間を受付からヒアリングする。

他証券は付き合いがあるかどうか。

コメントは、受付や社長の記入すべきコメント。

これらを入力する事で、電話外交をする時間別にセグメントしたり、時間がない時は受付 a のセグメントに電話外交をする事で、社長に繋いでくれる法人のみに絞ったり、時間があるときはあえて受付 c に電話外交し、もう一度精査するなど様々なシーンでセグメントが可能となる。

④ ピストン外交とローラー外交

ピストン外交は、電話→社長出る→雰囲気感じて訪問する→周りも飛び込む→近くの既得意先にも訪問→戻ってきてからもう一度電話外交。

ローラー外交は、ご存知の通り、ひたすらローラー外交で町を絨毯爆撃嵐の訪問。

どちらも良いし経験は必要だが、四日市と言う 1 件 1 件が離れた地区はピストン外交が効率的と考えている。特にここが起きたら人生が変わる対象先 100 件等の外交ではローラーは完全に不向きである。対象先を絞った外交とそうでない外交で使い分けが可能。

⑤ 新規外交の落とし穴

新規外交はとてもわくわくして面白いが、これにハマってしまうとこれしかないセールスも多い。少なくとも営利企業であるわけなので、時間を決めて効率よく。また収益も落とさずにできなければ意味がない。短時間でも継続性が重要。計画的に。
＝時間創出の重要性。

21、時代の変化について

① 時代の流れ、大→個へ 幸せのかたちを自ら創出する。

時代は大きく変わってきている。社会や、組織、個人までも時代は大きく変化している。この変化を肌で感じて、先見の明を養わなければならない。

時代は戦後の日本のためにから会社のために。会社のためから支店のため、支店の為から誰かのため、誰かのためから自分のためへ変化してきた。

コミュニティーも小さなバブルが大量発生し、それぞれが各々の価値観の中で生きていく時代である。何が正しいとか、これが当たり前の時代は既に古い。

価値観や働き方も変われば、教育も変わる。この時代において自分や家族を守り勝ち抜いていく能力を身に付けなくてはならない。

どこかで時代は繰り返し「日本の為に」の先導者が大きく日本を変えていくと思う。

そして今あるものは、戦後「日本の為に」と全身全霊、人生を懸けて来た先人が作り上げたものだ。それを私たちが食い潰さぬよう、進化と創造を継続しなければならない。

② 世の中の流れ ロボット化 労働者減 余暇ビジネス 新たな創造ビジネス

時代はあと 14 年で 2030 年になる。我々が完全に未来だと認識している時代である。

野村総研の発表によると 2030 年には日本国内の労働力の 49%はロボットが代替してできるとあった。人口も減るが、それ以上に自らビジネスを創出し、自ら考え行動していかなければ、生きて行けない（二極化）時代が来る。昔の様に、良い教育を受け、良い大学を出たから、良い企業に就職して安定的な給料を得てと言う時代は我々の子供や孫の時代にはないかもしれない。

一部のビジネスの創造に成功した者が生きていく余裕を手にし、新たにその余暇をどう使うか、余暇ビジネスも今後ニーズが増えて行くだろう。そういった時代が容易に想像される中で、様々なものにチャレンジし、自己成長を絶やすことなく目指し続けることで、決して怖い時代ではなく、夢のある時代が訪れると期待を膨らませる為にも、今と言う時間を大切に過ごさなければならない。

③ ヘンゼルとグレーテル現象に気をつけろ!!!

目の前の仕事ばかりに追われ、日々あれをしなければ、これをしなければと忙しくしている。そして今日も一日が終わってしまう。今一度、本当にそれが自分の夢や目標に

向かっているのかを考えてみるのも良い。目の前の甘いお菓子を拾い続けていると、時間がたつに連れ、「お菓子（おかしな）な家」に辿り着いてしまうかもしれない。

22、さいごに

1、目的意識や意志

私は何事にも常に目標を持つよう意識しています。業務や趣味、人生に於いても明確な目標を持ち、目標達成のために計画を練り邁進します。目標が達成されると次の目標を立て、また進んで行きます。目標（ゴール）を定めることで進むべき道が見え、道が逸れていないか、遠回りをしていないかを確認します。目標を定めているからこそ、その道の途中に意図しない事が起きたとしても目標達成のためには前に進むしかない、加速するしかないと自分自身で納得し突き進んで行きます。何事もポジティブに考える以外、前に進む道はないと確信しています。その意志は、私が生まれてから関わりのあった全ての人や家族、経験に感謝すると共に、現在の自分や未来の自分が、今後関わっていく全ての人を含めて誇りに思ってもらえるよう自身を磨き続けることで、最高の恩返しが出来ると思っています。

2、業務に於ける最も困難な課題と意志

入社3年目の9月、業務時間外に右足を複雑骨折し3ヵ月の入院をしました。その期間にリーマンショックが起き、当時のお客様や支店の皆様には大変な迷惑をかけてしまいました。11月末に退院したものの、杖についての勤務となり、支店長からは暫く店頭業務を行うか考えるとの意見を頂き、12月の月初会ではFC予算発表に私の名前がありませんでした。本当に迷惑をかけてしまった事を深く反省する一方で、ここで結果を出さなければ自分は終りだと感じ、12月の業務に於いて「同期TOPにならなければ会社を辞める」と手帳に書き込み全力で取り組みました。結果は初めての収益1000万円達成と、同期TOP、保険の表彰を獲得し、この事で支店長含め多くの人が喜んでくれました。インストラクターにも任命して頂きました。この経験から私は業務に対する姿勢が変わり、多くの感謝の気持ちから「この人のために仕事をする」と言う新たな意思が生まれました。

3、成功要因はなにか、成功要因が「目的意識、意志」にどう関係しているか

私はまだまだ成功していないと感じているので、成功要因となるとよく解りません。ただ、目標達成のために常に意識しているのは、何事にも背を向けず、前を向いて走り続けることのみです。そのためにどのようなことが起きてもポジティブに捉え、加速していくしか道はないと思っています。その「意志」は先ほど1で記述した通り、自分自身を磨き続けることで周囲の人々に良い影響を与え、関わってきた全ての人に恩返しが出来ると思っているからです。

4、意志の力を高め、ビジョンや夢に向かう人に、どんなアドバイスをするか

- ・目標達成することでどれだけの達成感、幸福感を獲得できるかイメージする。

→その目標達成がイメージ出来るか、出来ないか。出来れば達成可能。

- ・目標達成時の自身が本当になりたい自分と重なっているか確認。

→なりたい自分と重なっていれば、どんな困難が立ちはだかったとしても、全力が発揮出来る。また更に加速することも可能。すべての事象を目標達成のための起爆剤に使える。

- ・目標を定めること、月、週、日に落とし込み実行に移す。

→目標を計画に落とし込むことで、何から始め、どの様に達成するかが明確になる。

- ・目標達成を人生と考え、楽しむ。

→人生は楽しくがモットーであり、楽しくなければやる気も出ない。楽しさの中に真剣があり、真剣だから前を向いて突き進み、突き進むから目標達成と幸福を手に出れると思う。

- ・どんなに頑張っても、どんなに足掻いてもダメな時がある。それを理解する。

→どれだけ気合を入れて足掻いても、ダメな時はダメ。そこで必要なのは結局「気合」だと思います。ダメだったらダメでもう一度気合を込めれば良い。もう一度挑戦すれば良い。そうすればダメだった事が、ダメで良かったことになる。

- ・常に謙虚に冷静に感謝の気持ちを忘れずに日々行動する。

23、プロフィール

田中雄介 平成 18 年入社

2006 年 4 月 さいたま支店 資産管理課→さいたま支店 FC 課

1 年目 100 件 10 億達成

売上 100 億オーナー開拓

開かずの扉 大地主開拓 保険 1 億 3000 万円契約

上場会社オーナー開拓 CASH7 億円導入

入社 3 年目 2009 年 12 月に収益 1000 万円達成、保険地区表彰

2010 年 6 月 岡山支店

スリープ老舗法人より SMA CASH3 億円→CEO 表彰

個人顧客より終身保険 2 億 1000 万円契約→2 期連続 CEO 表彰

長期スリープ優良法人より、CASH1100 万米ドル（10 億円）

2012 年 12 月 本社勤務キャリアサポーター

2013 年 6 月 名古屋駅前支店

2014 年通期収益 1 億 9000 万円

2015 年 12 月 四日市支店 FA 職 転換準備

2016 年 4 月 四日市支店 FA 職 開始