

# セミナーの前にご一読ください

これは以前、弊社代表の宮田と田崎がテレビ出演（2012年）した際に、担当のプロデューサーがナレーションの原稿として、誕生秘話を書き下ろしてくれたものです。セミナーが始まる前に目を通していただき、弊社がどのように誕生したのかということをお聞きいただければ非常にうれしく思います。

戦後、日本人の暮らしを支えた三種の神器。洗濯機、白黒テレビ、冷蔵庫である。しばらくして3Cと言われる新・三種の神器が出てきた。クーラー、自動車、カラーテレビである。そんな戦後の高度経済成長を裏から支えたものの一つに企業の生命保険がある。

日本が無条件降伏をして終了した第二次世界大戦。戦後の経済インフレーションは、急速に進み、敗戦による国民所得の低下を背景に、誰もが寝食を忘れて懸命に働いた。

ご飯さえ食べられれば、いくらでも働きます。まさにそういう時代であった。また、戦争復興期で求人難であったことが、それを後押しした。そして今、社会問題となっているブラック企業のベースが皮肉にも出来上がってしまった。

戦後間もない頃は、なかなか食べ物にありつけなかった。工作中に、おなかが減ってどうしようもなかった。そんな食料不足の時代であった。そして、企業も社員を奴隷のように酷使して利益を出していた時代。会社の屋台骨を支える大切な社員であるにも拘らず。

そんな時代が過ぎて、日本が豊かさを取り戻すにつれ、勢力を徐々に伸ばしてきた企業のひとつに外資系保険会社がある。彼ら営業マンのトークは見事に炸裂していた。「一家の主が病気や事故で倒れてしまったらどうしますか。明日からどのようにして生活していくのですか。」「家族全員が路頭に迷ってしまう。家中が暗くなる。」「ところが、そのような時のための備えが、予めしっかりと出来ていたら、一家の主は何も心配せずに安心して仕事に打ち込むことができる。これは隠れた一家の大きな収入です」

吸い取り紙のようにお客の心を引き付ける。並外れた営業力であった。一家の万が一に備える生命保険は、法人企業の万が一にも備えるものとして、企業防衛に大いに貢献した。企業防衛として使われる生命保険には大きな特徴があったからだ。

企業にとっての生命線はお金の流れが止まることである。いくら借金をしても、どれだけ赤字でも企業は倒産しない。お金の流れが止まると、企業は死亡（倒産）してしまう。生命線であるお金の流れを止めないためにも、企業は経営上必要とされるお金を常にストックしておかなければならない。そのお金をストックするための「仕組み」を生命保険で作るのだ。

そうして企業防衛の仕組みをつくりながら、企業は大きく成長した。しかし、肝心の中身が伴っていなかった。企業が社員を酷使しすぎて、社員は疲れ果てていた。戦後間もない時代はそれでもよかった。でも、豊かな今の日本で、社員を奴隷のように酷使して利益を出す会社があってもいいのか。二人の中に大きな疑問が湧き上がっていた。

そこで彼らは起業した。今までに培った法人営業の知識を駆使して、本当に役立つアドバイスを悩める中小企業経営者にするためだった。そして思った。

「これからはどんなことでも良いから真心のこもった仕事をして、本当の意味でお客様の役に立つアドバイス・提案をしよう。そうすれば、自分も社員も幸せになれる。世間のお役に立つことが出来る」

提案を受けた企業は感謝した。するとみんなに活気が出てきた。一緒に会社を立ち上げた共同経営者の田崎はエネルギーに溢れた豪放磊落な彼を頼もしく思った。この時の宮田もまた人生の再起をこの仕事に賭けていた。

大阪で生まれた宮田は、小さい頃から比較のおとなしい子供だった。しかし内に秘めたる思いは大きく、独立心旺盛な子供だった。大阪では吉本新喜劇や松竹新喜劇を見て育った。特に藤山寛美の大ファンであった。おもしろいことが大好きだった。社会人になってパワハラと入社拒否と挫折、そして広報職を経験し、外資系生命保険会社の営業職に就いた。大きな鞆にパソコンとパンフレットを入れ、札幌、東京、大阪、福岡、那覇へと企業を中心に生命保険を提案して回った。

ノルマのためにお客様に無理に「買ってくれ」と言うな。これが二人の仕事をする上での信念であった。お客様である企業は商品・サービスなどには興味はない。興味があるのは、「会社が成長すること」と「人が成長すること」の二つである。だからこそ、不要なもの売るな。あなたと「付き合いたい」と思ってもらうことが重要なのだ。

時間があると二人は、勉強のためお金を払っていろいろなセミナーに参加した。しかし、そこで二人は愕然とした。多少の差はあるものの、セミナーで教えているのは、業務で必要とされている知識やスキルであった。間違っても人や企業としてのあり方では無か

った。ましてや企業が一番必要としている、リーダーシップのあり方や人を育てる方法でもなかった。

知識やスキルを教わってもあまり役には立たない。ビジネスは世の中を幸せにすることだ。相手企業に価値をもたらすことができなければ、自社の存在意義は無くなる。存在意義が無くなるだけではなく、単なる押し売りになってしまう。そうになると、双方に何もメリットが無くなってしまい、お互いにとってマイナスでしかない。

だったら、法人を対象とする営業マンにとって本当に役に立つ交流会を自分で作るしかないと思った。そこで宮田は共同経営者で社労士である田崎に声をかけた。本当の意味で法人営業をしている人が成功する交流会を作りたいと。田崎も賛同した。コンセプトは「明るく楽しく」、そして一番宴会の多い交流会を目指す！大阪育ちの宮田の意見だった。

そこで一つの方針が決まった。大して役に立たない知識だけを伝えるだけの交流会には絶対にしない。法人営業に必要な知識には大して価値が無い。だったら法人営業に必要な知識はすべて無料で公開する。

加えて、営業マンが関わった企業のお役に立てることは、売上を上げるお手伝いをする、経費削減のお手伝いをするの2つに集約される。ならば、この二つの技術を磨くことを交流会の中心に据える。必要であれば外部講師を招聘して、徹底的にこの二つの技術を磨く。

そして、コンセプトが重要である。営業マン自身の隠れた魅力を再発見して、価値を創造しそれを発信していく。発信しないとお客様に伝わらない。伝わらないものはお客様から選ばれない。

コンセプトというのは「誰に対して何を提供するのか」という定義である。今は、間違いなくお客様の数に対して供給過剰の時代。モノが売れない時代である。このような状況では、単に「生命保険の営業をしています」だけではなく、どのような人に対してサービスを提供したいのか。ということを確認にする必要がある。これがコンセプト。別の言い方をすれば、自分が最も得意とする人たちを選ぶという作業がコンセプトを作る目的である。

営業の世界では、営業とはニーズなのかサイエンスなのかという議論がされることが良くある。当然ながらどちらの要素も必要である。しかし、経営者や個人事業主である限

り、サイエンスを追い続けるべきである。というのは、営業はニーズであると思ってしまった瞬間に、営業の競争力というのは、営業マンの能力とか、お客様の関心度とか、プレゼンテーションのアーティスティックなどという、非常に曖昧な部分に依存せざるを得なくなってしまう。

それとは反対に、サイエンスを追求すればするほど、営業マンは長期的に持続可能な競争力を身に付けられる。つまり究極的には、営業はすべてサイエンスとして捉えるのが、法人営業をする人の目指す姿である。だからこそ、プロセスが非常に重要になってくる。同業他社がどのような戦略で臨むのかわからない中で、成功する確率を高めるには、プロセスを充実させるのが一番である。

さらに、仲間との接触頻度を高めるために、毎月必ずライブのセミナーを開催する。セミナー開催日には必ず宴会をする。その際に必ず、「明るく楽しく！」を叶えられる外部講師を招聘する。一見すると営業に関係のないことが、実は営業に非常に役立つということは多々あることだ。

何をしても明るく楽しくできると二人は断言する。

どうすれば相手を自分の方に引き込めるかを考えるとする。喫茶店でコーヒーを運んでいる人がお客様をどのようにして自分に引き付けるかを考える。単に注文されたコーヒーを運ぶのか、それとも愛想よくして話しかけるのか。いろいろしていると親しくなる。そうするとあの子に会いたいとお客様が来るようになれば、売上アップにつながる。

実はこのようなことを考えていない人のほうが面白い。いつもは考えていないので、ちょっと考え始めると、すごいことが起こってしまう。

営業にこれでいいということはない。いつまでもサイエンスを追求すること。そしてお客様に接する時には、愛情を込めて接すること。それと同時に、真心を込めてお客様の気持ちになって接すること。これが大切である。

積年の修行によって企業に信頼される域に到達した宮田と田崎。本物のコンサルタントにしばし息を呑んだ。経験に裏打ちされた深みのある知識に、座右の銘である“今を大切にしろ”が込められている。