

# 代理店の将来像を探る

## キーストーンアライアンスの活動

2005年5月に設立された「キーストーンアライアンス」全国のプロのFPたちのメンバーでアライアンスを組み多くの英知を結集し、顧客にとって最適なトータルライフサポートを行うライフナビゲータを目指す組織だ。設立趣旨は、メンバー同士の情報交換、ノウハウの共有と汎用化を図り、それによって生まれるシナジー効果で、社会的なブランド価値を見出すこと。現在、メンバーは約35名

設立以来毎月開催している勉強会も44回を超えた。「全国の顧客に対して長期的なフォローと豊かな人生を送る伴走者でありたい」というスタンスは当初から変わっていないが、激変する社会情勢の影響を受けてキーストーンアライアンスの方向性も少しずつ変化してきた。これまでの活動と今後の方向性について、同組織代表である石野毅氏に聞いた。

## メンバーの英知を結集

### シナジー効果生み出す

先ず、「キーストーンアライアンス」の誕生(本紙2281号に掲載)から簡単に紹介しよう。

ソニー生命のエグゼクティブライフプランナーであった石野さんは、2005年に独立。乗合代理店「ホロスプランニング」に所属する。

ソニー生命のLP時代から徐々に顧客との関わりが深まり、同時に貢献意識が高まるにつれ、「顧客のライフプラン上のトータルな問題解決を図るには公正中立な立場で、生命保険の枠を超えて多くの選択肢から最適なソリューションを提案すべきではないか」という思いが高じていたから

独立し、さらにその思いを「ギブ・ギブ・ギブ」

これらは石野さんがLP時代から構築し続けてきたグループで、キーストーンブレインズは弁護士・税理士・公認会計士・司法書士・社会保険労務士等の仕業家たち、キーストーンパートナーは様々な業界の経営者たちや、有益な情報の発信源となる達人たちの集団である。

キーストーンアライアンスの最大の機能は、

メンバーの精神を有する人であることだ。

一方、ネットワークメンバーとして「キーストーンブレインズ」と「キーストーンパートナー」があり、これらのグループの協力を得られることが強みだ。

メンバーの精神を有する人であることだ。キーストーンアライアンスの最大の機能は、メンバーの精神を有する人であることだ。キーストーンアライアンスの最大の機能は、メンバーの精神を有する人であることだ。



月1回の研修会で情報交換し合う

研修会を毎月実施していること(写真下)。顧客の幸せな生き方を夢の実現、豊かな人生を送るためのライフナビゲーターの相互研鑽、情報交換、知識習得を目的

に研修会を毎月実施する。それによって、成功ノウハウの共有化・汎用化を進める。実際、昨今の厳しい社会環境の中で、生き残っていくためには個人の努力だけでは難しい。個々人が成功しているメンバーが成功しているマ

「10名位のメンバーは、実際に証券仲介業第2種の資格取得を果たした。保険販売だけに特化するのではない、ずっと新規顧客を追求しなければ、代理店として生き残っていくと考えたのだ。」

## IFA意識した活動展開 米国のFPオフィス視察

では、具体的にどのようなテーマで勉強会を開催し、どんな活動に繋がってきたのだろうか。設立当初からの方向性の流れと共に、3つのフェーズに分けて紹介しよう。

### ①第1フェーズ (2005年)

#### 「ベース作りの段階」

設立当初のメンバーのほとんどが、ソニー生命のLP出身だった。従って、これまでの

一社専属から数社の保険を扱える代理店として独立したことで、保険商品やマーケティング手法をテーマにB to B(代理店同士の情報発信)の勉強会を実施した。

### ②第2フェーズ (2006~08年前半)

#### 「保険からFP的な展開へ」

「お客さまからの幅広い要望に応えるためには、保険だけでなく十分な

「実際に、米国のFPオフィスへの視察も行いました(写真上)。FPコンサルティングの形で運用商品をメインとし、保険商品やラップ口座も扱え、バックヤードシステムがしっかり構築されていました。お客さまに最適な金融商品を提案できるといふ本来あるべきFPオフィスの先端モデルの見学は我々の方向性を定める上で大変参考になりました」

「一方、「顧客に上質な情報提供を行う」ための取り組みの一環として、B to C(クライアント向け)でホスピタリティをテーマとしたセミナーも行ってきて、リッツ・カールトンホテルの日本支社長やレストランCassitaのオーナー等をゲストに、ホスピタリティ精神の真髄を学んだ。そのセミナーからアマンリゾート体験ツアーへも繋がって、参加者たちに滞在の楽しみ方を満喫してもらった。



「具体的などのよう

「お客さまからの幅広い

「一方、「顧客に上質な