

# 総合コンサルを目指す

(株)インフォランス

企業の成長加速装置であり続ける



(株)インフォランス代表取締役  
佐々木 雅士氏

## 企業成長の加速装置に

「(株)インフォランス(東京都港区)は、「企業の成長の加速装置であり続けたい」ということを理念に掲げて企業の経営側面支援を行っている。保険は19社の商品から、時間をかけて最適なものを提案。佐々木雅士代表取締役は銀行の機関代理店で法人向け提案営業を担当していたが、経営者に対して保険での対応しきれないのがもどかし、顧客の総合的な経営サポートを目的に、31歳で独立した。2000年12月、東京都北区に公認会計士の友人と7坪の共同事務所開設を皮切りに、2年ごとにオフィススペースを倍増、現在は60坪。最終的には、240坪を目指す。採用面は顧客を持っている保険業界経験者でなく幅広い能力を持つジュニアリストを求め、新卒者採用を中心として会社共有の資産としての顧客開拓に取り組んでいる。内定者には社内および海外でのインターン制度を適用するなど人材育成もユニークだ。

経営者は経営全般に強いわけ

でなく、本業集中型が多い。本業が成功していても、本業以外が足かせとなったり失敗要因となり、全体的には会社経営に支障が生じているケースが少なくない。

こうした点にスポットを当て、佐々木氏は「企業にとって、得意分野の本業に資源や知識を集中できる環境づくりこそが、継続的な成長と利益向上には欠かせない」と考え、①顧客の成長のアクセラレータ(加速装置)として、顧客が安心して本業に専念できるよう経営の側面支援②顧客の真のパートナーとして、土業と同等の専門知識と社会的ステータスを持つコンサルタント集団の形成③社会全体の利益貢献のために、公益な

立場で正しい情報を流通させるの三つのミッションを掲げている。

同社の保険アドバイスのメリットは、①19社の商品から、最適なものを提案②損害保険などを含めた広範囲な商品からニーズに対応。自分で調べたり探したりする手間と時間を省略③いつでも相談可能④押し売りはしない⑤相談は一切無料⑥の五つだ。

また、ホームページの制作では、単に綺麗なデザインでなく、その依頼主の戦略を盛り込んだ上で、最適なデザインを追求するのが特色。

「断片的なサービスだけでなく、経営アドバイスなどのソリューション提供をスピン業務に企業の成長とさらなる発展に寄与したい。企業発展に貢献することが、巡り巡って自社の発展にもつながると確信している」と語る。

(2面へつづく)

# オフィス面積は倍々ゲーム

## 社会人一年目から独立志向

(1面からつづく)

### 総合支援を目的に独立

手数料収入目標1000万円に  
対して3000万円を確保、順  
調なスタートを切った。

同氏は大学卒業後、都市銀行  
の機関代理店に勤務して、法人  
向け提案営業を担当した。取引  
先の経営者と親しくなったが、  
保険以外の各種ニーズ(不動産  
や資産運用関係など)を掘り起  
こしても、すべて銀行系列の子  
会社や関連会社へつなぐだけで  
直接対応できず、もどかしさが  
募っていた。

社会人1年目から「いつかは  
独立したい」との思いが強くなり、  
顧客への総合的な経営支援を自  
的に、31歳で独立を決意。夫人  
も「裸一貫になっても大丈夫」と  
エールを送った。

社名は正しい情報が大切とい  
フオランス(インフォメーシ  
ョン・インシチュアランスの合成  
語)と命名。いざ独立したものの、  
飛び込みのスキルはなかった  
が、アポイントを取り付けて  
経営者と面談すれば、説得する  
ノウハウには自信があった。

友人を中心に利益の出ている  
経営者の顧客紹介のネットワー  
クづくりに専念したと、顧客  
の方から飛び込んで来る仕組み  
づくりが奏功。

初年度40人の経営者にアプロ

1子した結果、独立当初掲げた  
手数料収入目標1000万円に  
対して3000万円を確保、順  
調なスタートを切った。

同氏は独立以来、「2年以内  
にオフィススペースを倍増して  
いく」と公言して自らにプレッ  
シャーをかけ続けてきた。

独立時の2000年12月、東  
京都北区に公認会計士の友人と  
7坪の共同事務所開設を皮切り  
に、02年5月港区新橋(15  
坪)、03年11月港区汐留(30  
坪)、05年10月には、港区三田  
(60坪)へとオフィスを移転し  
てきた。

「コンサルタントを行うには  
環境整備が不可欠」との考えの  
下、オフィスはゆとりたらしめた  
空間を確保している。

07年は10人から20人の新卒者  
採用を予定しており120坪  
へ、09年には240坪のオフィ  
ススペースを目指している。

「倍々を続けると港区をすべ  
た事務所にしてしまうので、24  
0坪で当面打ち止め」と笑う。

### 新卒採用で共有 の顧客開拓

同氏は「保険実務経験者の寄  
り合い所帯やノルマ制では、独  
立問題や社内でのあつれきが増  
え市場での前向きな戦いができ

ない。また、個人事業主が大き  
くなっただけでは、所期の企業  
理念を実現できない」との考え  
を強調する。

保険業界出身者は保険に詳し  
いスペシャリストだが、さまざ  
まな角度から顧客に経営アドバ  
イスするには、幅の広いジェネ

ラルリストがベターという。  
従って、顧客を抱える保険業  
界経験者は採用せず、白地の新  
卒者を育成する方針を貫く。

「プロ野球でも新人を育てず  
トレードによる即戦力補強に頼  
り過ぎると必ずしも成功してい  
ない。白地会社として全社員一  
丸となって「私の顧客」でなく  
「会社共有の資産」としての顧  
客」の開拓に注力したい。現在  
は、会社文化とカラーをつくる  
段階」と語る。

同社では、内定者には社内お  
よび米国ラスベガスでのインタ  
ーン制度を適用する。

社内インターン制度は、例え  
ばNFTTの電話帳をベースに、  
電話営業で税理士相談顧客の開  
拓アプローチを行わせる。

アポイントを取り付けるより  
「めげる」ことを経験させるた  
めの自己鍛錬の場という。学生  
は裏付けのない自信を持ってい  
るのでその私しよくが狙いだ。

# ジェネラルリストの育成に注力 ラスベガスでのインターン制度導入

### ユニークな人材育成

「仕事に加えて、社員との懇  
親会やインターン同士の勉強会  
などで仕事の楽しさと厳しさを  
体験してもらい、入社時の即戦  
力化を図り社会人として好スタ  
ートを切らせたい」と語る。

07年度の新卒内定者に対して  
は、同氏の知人が経営するラス  
ベガスの金融会社で1カ月間、  
海外在住インターンの実感を予  
定している。旅費と宿泊費は会  
社負担だ。「新入社員がいきな  
り経営者と面談すると気がおくれ

して、監視をされがただが「海  
外で1カ月働いた経験がある」と  
話せば、会話のきっかけに  
なり人間の幅も示せるはず。社  
員への先行投資の「一つ」と話  
す。

パソコンの社内グループウェア  
ア上の社内文庫には、「人を動  
かす(D・カーネギー)」から  
「金持ちの父さん貧乏の父さん(R  
・キヨサキ)」などの幅の広い  
ジャンルから推薦図書がリスト  
アップされている。

内定者や社員には月2冊の説  
書と感想文(Web記載)を義  
務付けている。各社員が質問や  
意見があれば書き込みを行うの  
で、文字数に制限はないが精読  
することが求められる。狙いは  
ベシシクな知識をそろえての  
社員価値観の共有化だ。そし  
て「考えるより、とにかく動  
け!」断られてからが営業だ」  
の根性論でなく、「売れる仕組  
み作り」に重点をおく。コンサ  
ルタントは、知識・人間力・社  
会的ステータスを高める必要が  
あるという。

「教育がインプットで実践は  
アウトプット」の考えのもと、  
同社では毎月曜日、保険会社の  
社員を講師に招いて、商品知識  
の勉強会を実施している。ま  
た、金曜日には、理論だけでは  
カバーできない実践感覚を養う  
と同時にビジネスの嗅覚と情報  
のアンテナ磨きを目的に、現在  
進行中の案件を題材に論議を展  
開。その後の社内懇親会では、  
コミュニケーションの強化に努  
める。

個人市場は銀行窓口、テレマ  
ーケット、インターネット、D  
M、通販など競争が激しい。同社  
は法人市場がメインターゲット  
で、法人顧客数は約200、コ  
ンサルタント契約先は約20だ。  
現在、代理店手数料とそれ以  
外の収入の比率は8対2、将来  
は4対6にするのが目標とい  
う。

### 代理店のステ ータス向上を

「独立してうれしかったのは  
経営者に総合的なアドバイスが  
提供でき、深く知り合えたこ  
と。逆に辛かったのは日本では  
いまだに保険代理店のステータ  
スが低いことだ。保険会社には  
メーカーに徹しての商品提供を  
期待し、自らは保険代理店の地  
位向上にベストを尽くしたい」と  
話す。平日はほとんど午前さ  
まなので、土日は夫人と二人の  
息子さんたちへの家族サービス  
にあてる。運動をする時間がない  
のが残念という。

# 企業の成長加速装置であり続ける