

《目次》

「トップセールスの指針」発刊にあたり
はじめに

第1章 生命保険セールス35年の軌跡

- ◆ 自分を運命づけてはならない
―ゼロからのスタート―
 - ◆ 大同生命へ入社したきっかけ
 - ◆ 名前の由来
 - ◆ いち早く無線通信を導入
 - ◆ お客さまの拡大
 - ◆ 税理士事務所を軒並み開拓
 - ◆ 商工会へのアプローチ
 - ◆ 「飯島生命」としてお客さまに親しまれる
 - ◆ 信頼を得るために
 - ◆ MDRT入会（昭和59年）と大同分会の立ち上げ
 - ◆ 感謝されるビジネス冥利
- ◎ 1980年2月11日付朝日新聞「ふれあい」から

第2章 生命保険セールス効率アップ
のヒント

- ◆ 企業に喜ばれる情報提供
- ◆ 迅速な対応が自分の付加価値となる
- ◆ 税理士の先生を紹介
- ◆ 初回訪問から「ご提案まで
- ◆ 保険営業は恋愛と同じ

- ◆ 税法、民法に強くなれ
- ◆ 3Fの反論処理の法則
- ◆ 具体的な事例で説得力を高める
- ◆ 気むずかしい相手には
ブレインを持つ
- ◆ 契約先企業の分析
- ◆ 付加価値を高める
- ◆ 名刺の活用法
- ◆ 記念切手の活用
- ◆ 自己PRのテクニク
- ◆ プライドを持って
- ◆ 経営者のタイプ

第3章 めぐり会いを大切に

- ◆ 自己啓発
 - ◆ ローターークラブ
 - ◆ めぐり会いを大切に
 - ◆ 節目に顧客サービス（勤続30周年）
 - ◆ 自分のビジネスが大好き
 - ◆ 印鑑の意義（重要性）
 - ◆ プロセールス養成教室
 - ◆ 融資がらみで惜敗
 - ◆ 心理武装の重要性
 - ◆ とてつもない目標を持つとう
 - ◆ トップセールスの使命
- ◎ 平成17年4月26日に開催された
『大同優待クラブの殿堂モニュメント』除幕式でのスナップから
あながき

◆自分を運命づけてはならない——ゼロからのスタート——

私は『自分を運命づけてはならない』と考えています。保険の世界に勧められた当初は自信がなかったのですが、入社してコツコツと活動するようになってくると『自分を運命づけてはならない』と本当に思うようになりました。

私は話下手で内向的な性格で、本を読んでいるのが好きなタイプでした。保険営業の仕事は、話術が巧みでなければ就けない職業だと思い込んでいましたが、実際に保険会社に入り、営業の仕事をしていくうちに、やはり運命は変わっていくのだ、性格は変わっていくものだ、と実際に体験できました。

学生時代は、スポーツ好きで活発でした。ただ人の前に立ってリーダーシップを発揮するとか、人の面倒をみるとかということとは、あまり好きではありませんでした。ましてや、保険業界に入り、お客さまを相手に保険営業をしよう、そういう職業を選ぼうなどとは夢にも思っていませんでした。それが上田市役

◆企業に喜ばれる情報提供

保険というのは、一番はお客さまに対してどういう商品をお勧めしたら喜ばれるか、また、どういう商品をお勧めしたら企業防衛になるのかということですね。

初めてそのお客さまとお会いしたときから、へ何を欲しているのかあるいはへその企業に対し、何を提供したら会社がよりいっそう発展し、役員の方のためになるのか、ということを考え、資料を長年の統計から抽出し、業種別にサービス業、製造業、販売業などと分類したなかで、お客さまへ保障制度をご提供していききました。

業種別に分けた提案が功を奏していると思います。日本生産性本部で作成した統計データなどを一つの基準材料として、経営者のタイプごとに提供・提案したことが非常によかったと思います。

◆自己啓発

私は、同好のクラブ活動や、各地で開催される郷土のイベント、会社や地区での集まり、PTA活動、趣味の会などに積極的に参加することにしています。そこでいろいろな方と知り合い、交流することで、社会が今どう変化しているのか、人々が関心のあるテーマは何か、を学ぶ社会勉強をさせてもらっています。

ここで大切なことは、仕事の話をオモテに出さないことです。こうした集まりに参加する目的は、あくまで自己啓発であり、仕事の話を持ち出すことは、それが目的で参加しているのではないかと他の方に疑われることにもなりません。ロータリークラブなどでは、活動中に仕事の話をするのは、明文化されていませんが、暗にタブーとなっています。

自己啓発の方法としては、新聞・テレビ・雑誌などから情報を得ることもあ