

# えふびー PROTOCOL

## FP実務スキルシリーズ 人脈を広げ、活かす方法⑥(最終回)

### 人脈の活用方法 —— 業務に活用するための工夫・コツ、次を生むアフターフォロー

精度の高い情報の収集やビジネスの拡大に有効であり、FP業務になくてはならないのが、人的ネットワーク「人脈」。その大切さは、仕事をしていく中で、誰もが実感しているのではないのでしょうか。たとえ豊富な人脈を持っていても、実際のビジネスに活かせるかは別問題。努力して作り上げた人脈だからこそ、有意義に活用し、次のビジネスへとつなげたいものです。最終回の今回は、スキラージャパン株式会社の伊藤亮太さんに、マスメディアとの付き合い方から、インターネットを使ったビジネスの拡大まで、人脈を業務に活かす際のポイントについてお聞きしました。

## マスメディア、インターネット、リアル。人脈とビジネスを理想的に結びつけるには、たしかな戦略と思い切りが不可欠です。

### どこにあるかわからないマスメディアとの出会い

マスメディアの方とは、講演会の場などで知り合うことが多いですが、その他、意外なところでも出会います。例えば私の場合、居酒屋の隣席で年金の話をしている人たちに話しかけたら意気投合し、その方がたまたまマスメディア関係の方でビジネスにつながったことも。そういう意味では、いつもアンテナを張ることが必要かもしれません。

ただ、知り合ったときに名刺交換した以降は、こちらからはアクションを起こしません。自分をアピールし過ぎるとマイナスの印象を持たれるので、相手にいいイメージが残れば連絡がくるというスタンスで待ちます。そしてその後、顔なじみになっても、FPとして中立的な立場を保つため、彼らとの酒席には参加しません。

### PROFILE

**伊藤 亮太** (いとう・りょうた)  
スキラージャパン株式会社 取締役  
CFP®認定者、DCアドバイザー

慶應義塾大学大学院商学研究科修士課程修了。証券会社勤務を経て独立。金融商品を販売せず、FP業務では執筆・講演・相談業務を主としたスキラージャパン株式会社の設立に参画。資産運用や保険の見直し、ライフプランニング等、相談依頼は20~40代からが多い。金融機関等における講演・執筆は多岐にわたる。東洋大学経営学部非常勤講師。著書に「ゼロからわかる金融入門 基本と常識」(西東社)ほか。

▼講演会の風景



伊藤さんが講師を務める講演会。ここでマスメディアの方との出会いがあることも

### マスメディアと付き合い際の大事なポイント

マスメディアの方はFPに新しい企画を期待するので、最新の情報やトレンドを教えると喜んでいただけます。ただ、彼らは専門家ではありません。もちろん、自分の知識がしっかりしていれば問題ないのですが、もし自信がないときは取材や撮影等の前にちゃんと調べておきましょう。影響力が大きい分、もし間違えた情報を話せば、取り返しのつかない事態になりかねません。

そして最も注意すべきなのは、結論ありきの取材を受けるとき。結論が自分の考えと同じなら構いませんが、もし違う場合は断ったほうが賢明だと思います。別の媒体と違う見解になると、信用を失います。もちろん、私も依頼段階で確認しますが、取材時に判明する場合もあります。そういうときは、載せていい

内容かどうかをしっかりと伝えることが大切です。さらに、スケジュールがタイトでも、掲載前に必ず自分で原稿を確認するようにしてください。そうすることで、自分が話した意図と異なる編集をされた場合もトラブルを回避できます。

また、マスメディアに載る際の心構えとして、必ず意見の違う人がいることを頭に入れておきましょう。ネットやセミナーも同様ですが、いただく感想にはいいことばかりでなく辛辣なものもあります。私も初めて媒体に載った際、間違ったことを書いたわけではないのに、私の意見に納得いかない方から抗議を受け、苦い経験をしました。その際、それらを受け止めて耐える力の必要性を知り、今ではいい経験となっています。

### インターネットを活用した、人脈とビジネスの拡大

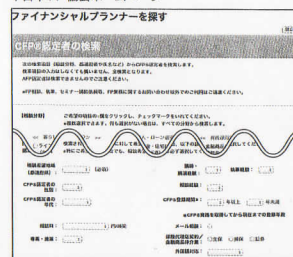
新聞や雑誌以上に反響があるのが、インターネットです。私は、会社のホームページのコラムや個人ブログなどを、ほぼ毎日更新しています。更新頻度を上げることで検索上位になり、それを目にする方が多くなるからです。

取材や講演の依頼は、「ホームページのコラム等を見て」というケースが多くあります。コラムの内容は、ニュースや時事ネタでは埋もれてしまうので、他の人が取り上げないようなネタを書くことがポイント。例えば、私がプロ野球応援預金について書いたときは、その商品を扱う金融機関からお礼のメールがあったほか、野球雑誌からも取材依頼が来しました。こういった記事を書くことで、意外なビジネスにつながることもあるのです。

自分を知ってもらえる個人ブログは、主に個別相談の顧客獲得のために活用しています。若いお客様には同年代に相談したいと思う方が意外と多いもので、私の場合も、自分と同年代以下のお客様が比較的多くいます。独立した若いFPはその存在自体が少ないので、これは大きなアドバンテージ。若い世代はネットを検索する方も多いので、ブログなどを効果的に使ってみてはいかがでしょうか。

そして、日本FP協会ホームページの「CFP®認定者検索システム」

▼日本FP協会ホームページ



任意で登録する「CFP®認定者検索システム」。個別相談をしたい一般のお客様が、相談分野はもちろん、地域・性別・年代ほか様々な項目を選択して、CFP®を探せます

システム」も、ぜひ活用することをおすすめします。私のFPとしての初仕事もここからでした。本の執筆依頼でしたが、無名で実績のない私に依頼がきた理由は、「安くて頑張ってくれそうな人を探していた」というものでした。当時、東京で登録していた20代のFPは2人しかおらず、30代も含め複数人にオファーして先に返事をした私に決めたそうです。登録が任意なので、もし未登録なら非常にもったいないと思います。

### 飛び込み営業などによる、リアルな人脈づくりも

私は前職が証券会社の営業マンだったので、トップにアプローチするという営業目録で飛び込み営業を行ったこともあります。金融機関のトップから、有名なFPの先生まで、いろいろな方にアタックしました。そのほか、マネー系の雑誌を出している出版社、それを請け負っている代理店、同郷の大手企業社長、私の出身地に本社がある会社など、うまく関係をつくれそうなどころにもアプローチし、人脈とともにビジネスの可能性を広げました。大事なことは、しっかり分析して絞ること。飛び込み営業を躊躇する方もいますが、何があるかわかりませんので、ぜひチャレンジしてほしいと思います。

同業のFPとは、ギブ&テイクの関係が大事。仕事を紹介すると恩返しに仕事ももらえたりして、関係を発展させられます。しかし、それだけでは市場が増えないとも感じています。むしろ、まったく違う業界の方のほうが紹介を受けやすいでしょうし、意外な発想も生まれるものです。例えば、私はIT業界でゲームを作っている方と知り合って、マネー系ゲームの話をするうちに、それがビジネスになったこともありました。

### ビジネスを広げる、理想のサイクルを構築

私の人脈づくりは、ネットとリアルでだいぶ異なります。それは、ネットでは相手から依頼されるパターンをつくり、リアルではトップにアプローチするというものです。これが、社会人経験わずか1年の私が人脈のない状態から独立し、今までやってこられた理由だと思います。

最終的には、たくさんのメディアに載ってそれを見た別のメディアから依頼を受けたり、金融機関で行った講演を別の金融機関が知りオファーをいただけるような、次につながるサイクルが構築できればベストでしょう。そして、あとは実力勝負。自分に実力がないと人脈は活かせません。どんなことも負けずに継続すれば道は開けると思っていますので、ぜひ思い切って挑戦してください。