



# 生命保険鑑定士会報

随時発行：令和5年12月号

## (特集)顧客本位な対面募集とは

金融サービスの提供に関する法律改正  
2023年金融行政方針から読み解く

- ・金融行政方針の構成4項目
- ・持続可能な保険募集の姿
- ・顧客本位な保険募集の確保
- ・保険募集の高度化に向けて

平素は資格認定事業へのご理解とご協力誠にありがとうございます。心より感謝申し上げます。

今号では、金融庁から公表された「金融行政方針(2023)」を読み解きながら、保険募集の高度化と、生命保険鑑定士の果たす役割についてお届けします。

## 第212回臨時国会で法案成立

金融庁が法案提出していた「金融サービス提供に関する法律」改正案が、11月20日成立しました。この法案は「顧客本位の業務運営の確保」を目的に、プリンシプルベースの「顧客本位の業務運営に関する原則(FD原則)」の一部を法制化して、保険会社、保険代理店などの金融事業者をはじめとする金融サービス提供者に対し、幅広く「顧客に対する最善利益義務」と「顧客への情報提供の充実」を課す内容となっています。

つまり、今まで当局がプリンシプルベースで事業者の自主性を促してきたFD原則の一部がルールベースに内包される形となります。今後は法令として強制力を持つコンプライアンスの一環として、行政指導されることとなります。従って、今後FD

の重要性は今まで以上に求められ、そして  
認知されることとなるでしょう。

## 金融行政方針の構成 4 項目

2023 年金融行政方針は、今回の法改正を  
視野に入れ構成されています。

- I、経済や国民生活の安定を支え、  
その後の成長へと繋ぐ
- II、社会課題解決と経済成長を  
両立させる金融システムを構築する
- III、金融システムの安定・信頼を  
確保する
- IV、金融行政を絶えず進化・深化  
させる

保険募集に関わる事項は、「III、金融シ  
ステムの安定・信頼を確保する」に記され  
ていますが、ここでは顧客本位の業務運営  
の確保を重点的に掘り下げていくこととし  
ます。

## 持続可能な保険募集の姿

保険募集が持続可能な状態となっている  
かを確認する重要なポイントとして3項目  
が示されています。

- ① 販売・管理態勢等に関する課題を踏ま  
え、顧客本位に基づくビジネスモデル  
であるか。
- ② 保険募集の質につき現場の定着・  
動機付けが有効になっているか。
- ③ 販売実績や苦情に照らして留意すべき  
リスク性商品の販売・管理態勢が整っ  
ているか。

また、顧客の金融リテラシー（知識）の  
向上を、資産所得倍増プランの中でも重要  
な課題と位置づけ、金融審議会の意見とし  
て以下の課題や提言を示しています。

- ① 金融経済教育を受けたことの  
ある者は少数にとどまる、
- ② 金融関係団体等は教育の担い手  
として受け手から敬遠されている、
- ③ 金融経済教育に関する取組は  
調整されておらず非効率的である、

こうした点を踏まえ、国全体として中立的な立場から、金融経済教育の機会提供に向けた取組を推進するための常設組織の構築も提言されています。

さて、生命保険鑑定のプロセスでは、顧客が生命保険の必要性について正しい知識を持てるよう手助けをしながら、ご自身の意向を正しく把握できるようにするものです。これが保障鑑定の正しい姿であり、目の先の商品鑑定とは異なります。

保険優績者は、このプロセスで育まれる顧客からの信認が成功の源であること、そして顧客紹介が無限連鎖して持続できるビジネスになることを理解しています。

## 顧客本位な保険募集の確保

先述の法改正により、金融事業者は顧客本位の業務運営に関する取組の一層の定着と底上げを図り、顧客の最善の利益を勘案した誠実かつ公正な業務遂行が新たな義務となります。

金融庁は、顧客本位の保険募集確保に向

け、高リスクの金融商品の取扱い、顧客の最善の利益に資する金融商品の組成・販売・管理等に関する募集態勢の整備が重要としています。

つまり顧客の最善の利益に資する商品組成・販売・管理等を行う態勢構築がなされ、これらが顧客に対し実践されているかが一段と重要になります。金融庁は法改正に伴い、顧客の最善の利益が確保されているかのモニタリングも検討しています。

## 保険募集の高度化に向けて

人は良く解らない事には慎重になり、避けがちになる傾向があります。つまり生命保険の必要性に関する基礎知識が低い状況では、自ら積極的に保険を購入するような行動は起こしません。そして、このような心理が働いている状態では、商品を売り込む保険募集人に対し警戒心が働く事は想像に難くないと思います。

金融事業者等は、金融教育の担い手として受け手から敬遠される傾向があるようで

す。この心理には、販売者が教育目的と掲げても、実は販売が目的なのではないかという懐疑心が働く事も考えられます。

生命保険鑑定によるアプローチは商品販売とは切り離して行います。商品の分析や鑑定をするのではなく、顧客が生命保険の必要性について正しく理解できるよう、なぜ生命保険が必要になるのか？この考え方や基礎知識を情報提供して手助けすることを目的としています。

このプロセスを一層丁寧に進めるため、生命保険鑑定があるといっても過言ではありません。生命保険鑑定士の在るべき姿とは顧客が自身の意向を正しく把握できるまで、顧客利益の最大化へのFD精神を発揮することです。おすすめ商品からアプローチするセールスタイルとは異なります。

対面募集においてはFDを率先垂範することが重要です。顧客から差別化される、このような優勝劣敗・淘汰の時代はFDの実践度合いに応じて進んで行くと考えま

す。言い換えればFDをいち早く体系的に学び理解し、信念とプライドをもって行動する事が、顧客信認を得た生命保険の専門家としての地位を高めることでしょう。そしてこのような習慣や組織風土創りも、成功が持続するSDGsセールスの実現に資することでしょう。

本会では、生命保険鑑定士資格を顧客本位の業務運営の最前線で、生命保険従事者一人ひとりが顧客に対しFD実践を率先垂範するための資格、と位置付けています。FDマスター認定事業はこのような課題解決に寄与する事を目的としています。

顧客本位に真剣に取り組んでいる多くの方が知る機会となりますよう、FD資格認定案内をご紹介します。

(FD認定案内QRコード)



検索 ⇒ FD マスター資格認定

(次号予告)

私たちは、「誰のため？何のために働くのか？」

## (特集) パーパス・セールスとは

「顧客に対する最善利益義務」

「顧客への情報提供の充実」

の実践を志すこと。

「金融サービス提供に関する法律」改正案が、11月20日成立しました。

対面募集においてFDを率先垂範することがますます重要になっています。顧客から差別化される、優勝劣敗・淘汰の時代はFDの実践度合いに応じて進んで行くことでしょう。

次号では、セールスパーソンの

Purpose=「存在意義」を考えます。

「私たちは、FDの率先垂範者です」と、

お客様に胸を張って伝えています！



発行：一般社団法人 生命保険鑑定士会

東京都千代田区飯田橋 2-6-6

support@lisa-japan.org