



生命保険鑑定士会報

随時発行：令和6年3月号

(特集) パーパス・セールス

あなたのパーパス＝「目的と使命」を顧客や所属組織と共有し、持続するセールス活動を目指す、SDGsスタイルです。

「誰のため？何のために働くのか？」



- ・ 保険営業に高いプライドを持つ
- ・ 顧客本位な FD を率先垂範する
- ・ 常に顧客利益の最大化に努める
- ・ 情報提供で非対称性を解消する
- ・ 社会的地位の高みを目指す

平素は本会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、顧客本位の営業を目指す起点となる、「パーパス・セールス」についてお伝えします。

金融サービス提供に関する法改正

昨年末の国会で法改正案が成立しました。この内容は「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、幅広く金融サービス提供者に対し、「顧客に対する最善利益義務」と「顧客への情報提供の充実」を課すものです。

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

の一部をルールベースにするものです。これにより、コンプライアンスの一環として法的強制力を持つこととなります。

今後はFDの重要性が一段と求められ、そして顧客にも一層認知されることとなります。しかしながらFDの本質的な意義は法規制による受け身の姿勢ではありません。ここで求められること、それはあなた自身のPurpose「目的と使命」を深く見つけ、これを原点にして主体的に組織や顧客と共有するよう努めることです。このように行動する事が「パーパス・セールス」の本質的価値となり、結果にも現れることでしょう。

仕事への使命感が湧き、FDの知識が深まると顧客本位の考えが深まります。考えが深まれば行動が変わります、行動が変われば顧客に対する姿勢も伝わります。そして見えている景色が変わり、素晴らしい結果を得ることが出来るでしょう。

成功が持続する条件

保険募集人は、常に先行き不安な気持ちが拭えない人が多いのはなぜでしょうか。それは未来の姿が見えないからに他なりません、では何故そうなるのでしょうか。

不安はあなたの内面にありませんか、ではこれを取り除くにはどうすればよいのでしょうか。「不」を取り除き、不安を安心に変える、不満を満足に変える、不足を充足に変えることです。「パーパス・セールス」は、このために「目的と使命」を明確にする一つの考えです。

自分にとって仲間にとって、「パーパス」を仕事に取り組む原点とします。専門家による研究では、持続的な発展を遂げている人や組織の共通項が解ってきました。彼らは「目的と使命」を原点として、利害関係者との共有を通じ生み出される、幸せの「設計図」を持っています。

この設計図には次の共通項があります。

- ① 個人と仲間、組織の存在意義
- ② 自分らしい強みを生かす力

③ これらの意思の見える化
企業経営においてもこのような考えを取り
入れ「パーパス経営」に取り組み、業績を
上げる企業があります。

パーパスはじぶん設計作り

私は「誰のため？何のために働くの
か？」、そしてどうなりたいのか自問自答
することが、じぶん設計図の素になりま
す。

- ① 顧客や地域社会のため存在している
- ② 地域でいちばん大切な保険屋になる
セールス活動に入る前に「目的＝存在意
義」としてこのような事を、決めてから行
動することが肝要です。

この決め事を「プリンシプル（原則＝規
範）とありますが、自分のセールス活動の
原理原則となります。設計図はこの上に成
り立つもので、例えば以下のような具体的
な方針と行動を決めるものです。

- ① 意向把握を誰よりも丁寧に行う
- ② 顧客の立場で保障鑑定を行う
- ③ 意向確認できるまで商品案内しない

- ④ 顧客利益の最大化は自分の価値とする
- ⑤ 顧客へ FD 率先垂範を意思表示する
これらを日々の行動で実践します。

持続可能な保険募集の姿

保険の仕事が持続可能なのか、金融庁が
示すポイントは以下の通りです。

- 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
向上は重要な課題と位置づけられます。金
融審議会では、「金融経済教育を受けたこ
とのある者は少数にとどまる。」「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。」「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。」などの指摘があります。

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。これが保障鑑定の目指す姿であり、目の商品比較とは異なります。

FDを率先垂範する者は、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に、気がつきま

フィデューシャリーデューティー

FDは、プリンシプルベース（規範）で、顧客の期待と信認に応えるもの（受託者責任）です。一方でコンプライアンスは、ルールベース（法令など）による行爲です。顧客本位の募集では、これら双方を満たすことが求められています。

一部では、「FD宣言はコンプライアンスの一環で行政指導により行っている」との誤

解があるようです。保険会社や代理店が一斉に宣言をしたことで、FDに関する正しい知識を持たない状態のまま表面的に捉えてしまうことが、誤解の一因と思われます。

FDを体系的に学ぶことで、コンプライアンスは最低限のルールである一方、FDは自分のプリンシプルとしての Purpose「目的と使命」となり、「顧客から選ばれるための差別化要件」でもあることが解ってきます。



FDを率先垂範する生命保険鑑定士・FDマスター

顧客本位は社会的地位の原点

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。

これらを自発的かつ主体的に行う者は、社会からも認められ社会的地位を得ることになるでしょう。つまり、保険募集の高度化とは、このような状態になることを指しているのです。

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商品を売り込むと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か。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か。

FD マスター認定の意義

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。標準教
程を受講して試験解答を行い、合格すると

「1級生命保険鑑定士・FD マスター修了資格」を取得できます。

- ① 手軽な受講料と登録料負担
- ② 受講と試験はWEB通信制
- ③ 受講場所と時間は自由自在
- ④ 試験はテキスト参照可能

FD マスター認定は、あなたの Purpose = 「存在意義」を対外的に提示して、組織や顧客と共有するものです。これは淘汰の進んでいる時代に必要な、持続型SDGsセールスのあるべき姿です。



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、是非 FD 資格認定を、顧客や保険に従事する多くの方々へご紹介ください。

(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・セールスの実践

「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。

これらの実践例を情報提供します。

**** 広報紙「パーパス・セールス」 ****

10部無料でお送りします

ご希望の方は“パーパス送れ”を明記して

下記へメールしてください。

sc@lisa-japan.org

先着順、なくなり次第終了

「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