

わたしたちの提言

Our Proposal

ベストアドバイザー活動の着実な実践に向けて 能力・スキル、意識・モラルのさらなる向上を

わたしたちは、営業職員一人ひとりがベストアドバイザー活動を推進するために、活動に必要な能力・スキルおよび意識・モラルを以下のように捉え、採用・育成・教育などへの取組みを通じて、これらを高めていきたいと考えています。

ベストアドバイザー活動に必要な能力・スキル、意識・モラル

能力・スキル		意識・モラル
お客さま対応力 <ul style="list-style-type: none"> ●お客さまと長期にわたり良好な関係を築くための能力 ●情報収集等を通じてお客さまの多様なニーズを的確に把握する能力 ●最適なコンサルティング・お客さまサービスを提供する能力 	市場・環境対応力 <ul style="list-style-type: none"> ●社会環境の変化に柔軟に対応する能力 ●お客さまを拡げ、生命保険を普及・拡大させる能力 	<ul style="list-style-type: none"> ●生命保険の意義・重要性への深い理解、生活保障を担うことへの強い使命感 ●お客さまや地域・社会への貢献意識 ●働く仲間との協働意識 ●高い倫理観・コンプライアンス意識

高い職業意識に基づき、常に明確な目標をもって、自ら学び成長しようとする意志と行動

お客さまから信頼・支持される販売・サービス活動の推進に向けて 営業職員の教育体制の充実を

営業職員が保険・金融に関する知識を十分に習得し、お客さまから信頼いただけるサービスを提供できるよう、産業全体で営業職員の教育体制の充実に取り組んでいます。

労使が長年にわたり前進・定着させてきた業界共通教育制度に加え、2009年度に継続教育制度（生保各社で継続・反復的に教育する仕組み）が導入されるとともに、2020年度に「外貨建保険販売資格試験」が創設されています。また、税務・相続・金融商品全般に関する国家資格である「ファイナンシャル・プランニング技能士」の取得促進にも努めています。

今後も営業職員が多様化・高度化するお客さまニ

ズに対応し、着実に「ベストアドバイザー活動」を実践できるよう、引き続きこうした取組みを推進していく必要があると考えています。

継続教育制度の標準カリキュラム

- ①コンプライアンス
- ②法令上の禁止行為
- ③適正な保険募集のために必要な知識
- ④保険金等の支払い等アフターサービス
- ⑤高齢のお客さまへの対応
- ⑥募集代理店による保険募集に関するルール
- ⑦銀行等による保険募集に関するルール

業界共通教育制度の概要

名称	履修時期	目的	主な修得内容
一般課程	入社時	生命保険の基礎知識の修得	●募集時等におけるコンプライアンス ●保全・アフターサービスの重要性
専門課程	1年目	保険販売に関連する専門知識・周辺知識の修得 ※「ライフ・コンサルタント」の称号付与	●隣接業界の知識 ●社会保障制度・企業保障制度
応用課程	2年目	ファイナンシャル・プランニング・サービスに必要な 全般的知識の修得 ※「シニア・ライフ・コンサルタント」の称号付与	●税の種類と計算 ●公的年金制度
大学課程	3年目 以降	生命保険や関連知識のより専門的なレベルでの修得 ※「トータル・ライフ・コンサルタント(生命保険協会認定FP)」の称号授与	●ファイナンシャル・プランニング ●企業保険商品研究
変額保険 販売資格	1年目	変額保険の販売に必要な知識の修得	●変額保険の仕組みと約款・税 ●特別勘定の資産運用
外貨建保険 販売資格	1年目	外貨建保険の販売に必要な業務知識や苦情削減に資する コンプライアンス・リテラシーの向上	●外貨建生命保険の概要 ●外貨建生命保険のコンプライアンス

高いお客さま満足度を実現できる 営業職員体制をつくるために



営業職員体制に関する生保労連の考え方

営業職員体制は、フェイス・トゥ・フェイスの活動（お客さまに寄り添った活動）による信頼感・安心感を強みとしています。わたしたちは、この強みを活かした、高いお客さま満足度を実現できる体制づくりをめざし、産業・個別労使において営業職員体制に関する積極的な協議を行い、改革・改善に努めていくことが重要であると考えます。

営業職員体制をめぐる現状

一層求められる多様化・高度化する お客さまニーズへの対応

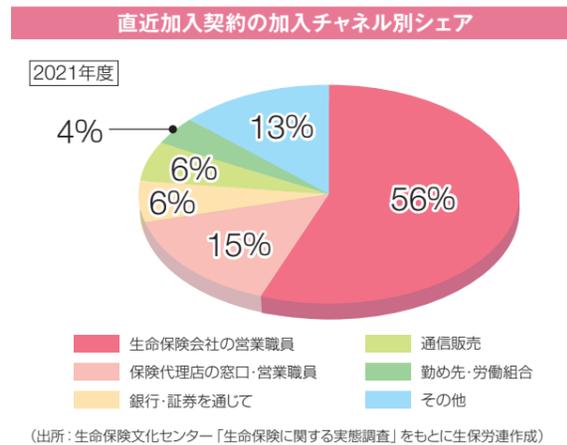
少子高齢化の進行やライフスタイルの多様化により、生命保険に対するお客さまニーズが多様化・高度化する中で、商品・価格・サービスに対する意識は高まっています。また、これに伴い、商品・サービスも多様化・高度化しています。

営業職員には、こうした環境変化を踏まえ、IT化への対応も含め、多様化・高度化するお客さまニーズに適切に対応できる知識・スキルをもって、お客さま一人ひとりに寄り添った保障・サービスを提供していくことが一層求められています。

新たな生活様式の中でも重要性を増す フェイス・トゥ・フェイスの活動

規制緩和や自由化の進展などに伴い、生保販売チャネルの多様化が進んでいます。その一方で、現在も半数以上のお客さまが営業職員を通じて生命保険に加入しています。

コロナ禍を経て、お客さまや社会全体で新たな生活様式が定着する中、今後も営業職員が販売チャネルの基軸としてお客さま



から選ばれ続けるためには、デジタルツールなどを活用したオンラインによる活動も柔軟に取り入れつつ、フェイス・トゥ・フェイスの活動（お客さまに寄り添った活動）による強みを一層発揮する必要があります。

営業職員体制ならではの強み

フェイス・トゥ・フェイス（=お客さまに寄り添った活動）による信頼感・安心感

- お客さまにとって身近な存在であること
- お客さまとの長いお付き合いに基づく信頼関係
- 地域密着性の高さ
- お客さまのニーズの喚起
- 加入からの一貫したきめ細かなサービス提供

ベストアドバイザー活動

コンサルティング活動

- お客さま一人ひとりの意向・ニーズを踏まえ、最適な保障を丁寧かつタイムリーに提案する活動

お客さまサービス活動

- きめ細かなアフターフォロー・サービスの提供を通じて、誠心誠意お客さまに寄り添う活動

コンプライアンス意識に基づく活動

- 常にお客さまの立場に立ち、社会規範を意識した誠実な行動を通じて、信頼関係を深める活動

わたしたちの基本的な考え方

お客さまとともに発展する 営業職員体制の構築に向けて

保障ニーズの潜在性・長期性・モラルリスクの排除の必要性などの生命保険の商品・サービス特性を考慮すると、営業職員がお客さまと長期にわたる関係を構築していくことが重要です。

わたしたちは、お客さま満足度をさらに高め、お客さまからの信頼・支持を一層得ていくために、「営業職員体制ならではの強み」を発揮しつつ「ベストアドバイザー活動」を着実に実践できる営業職員を多く育成していく必要があると考えます。

生保営業の魅力度向上に向けて

生保営業の「職業としての魅力度」を高めるためには、安心と働きがいをもって長く働き続けられるよう、教育・育成体制のさらなる充実や、より魅力ある労働条件の構築などをはかる必要があります。あわせて、お客さまや地域・社会への一層の貢献を通じて営業職員の社会的理解の拡大をはかり、営業職員の働きがいや職業意識を高めていくことが重要です。

わたしたちは、こうした総合的な取組みを通じて、営業職員一人ひとりが「働きがい・生きがい」を実感できる環境整備をはかる必要があると考えます。