

TOWS 分析レポート：金融業（FP 相談・保険代理業）

【S×O 戦略（強みを活かして機会をつかむ）】

- ・顧客との信頼関係を活用し、健康・家族・資産の“統合的ウェルビーイング提案”へ展開。FP を『人生伴走者』として位置づけ、差別化を図る。
- ・多分野に対応できる柔軟性を生かし、教育機関・自治体と連携した金融リテラシー教育プログラムの提供で新たな収益源を創出。
- ・リアル接点の希少性を活用し、AI 時代だからこそ求められる“共感型コンサルティング”を武器にハイエンド市場でのプレゼンスを強化。

【W×O 戦略（弱みを克服しながら機会を活かす）】

- ・DX 遅れを逆手に取り、新しい顧客層向けに『デジタル FP モデル』を一から設計し直す（ノンバンク的な FinTech 連携モデルの導入）。
- ・若年層アプローチの弱さを補うため、SNS・YouTube を活用した『FP パーソナリティ化』で新世代との接点を創出。
- ・属人的営業スタイルから脱却し、顧客データ分析に基づいた“感情知×データドリブン”営業への移行を進める。

【S×T 戦略（強みで脅威に備える）】

- ・信頼ネットワークを活かし、AI 時代でも“人”を軸にしたコミュニティ形成型 FP 事業へ。顧客同士をつなぐ『FP 主催のサロン』を展開。
- ・多様な相談に対応できる強みを生かし、“非金融系相談（介護・住まい・キャリア）”も含めた統合相談窓口として差別化。
- ・既存のリアル営業の信頼性を武器に、AI とのハイブリッド営業（AI で事前分析＋対面で感情対応）を打ち出す。

【W×T 戦略（弱みと脅威に同時に対応）】

- ・業界イメージ改善と同時に、生成 AI の進化を前提にした“人間味・倫理・透明性”を打ち出した FP ガイドラインを自社で制定し、ブランド化。
- ・旧来型の営業手法を脱却し、LINE・音声アシスタントなどを活用した『非対面・非同期型 FP サービス』を開発。
- ・高齢化に伴う契約保全需要の増大に対応し、RPA・AI で契約管理業務を自動化し、人材不足の影響を最小化。