

# News Release

プルデンシャル生命保険株式会社

〒100-0014 東京都千代田区永田町2-13-10 プルデンシャルタワー  
<https://www.prudential.co.jp/>



Prudential

2021年6月30日

プルデンシャル生命保険株式会社

## 「お客さま本位の業務運営に関する方針」の 2020年の取組状況等について

プルデンシャル生命保険株式会社(代表取締役社長 濱田 元房、以下、「当社」)は、「お客さま本位の業務運営に関する方針」(以下、「本方針」)に基づく2020年の取組状況を公表いたしましたので、お知らせいたします。

当社では本方針に基づき、お客さま本位の業務運営状況を定量的に把握するための指標(KPI\*)として、「顧客満足度」と「契約継続率」を設定しております。また、本方針に係る具体的な取組内容である「お客さま本位の業務運営に関する取組内容」(以下、「取組内容」)を定め、取組状況に応じて、定期的に本方針および取組内容を見直し公表しています。

当社はこれからもお客さまから最も信頼される会社となるために、ライフプランナーを通じて、お客さまお一人おひとりに最適な生命保険をご提供してまいります。

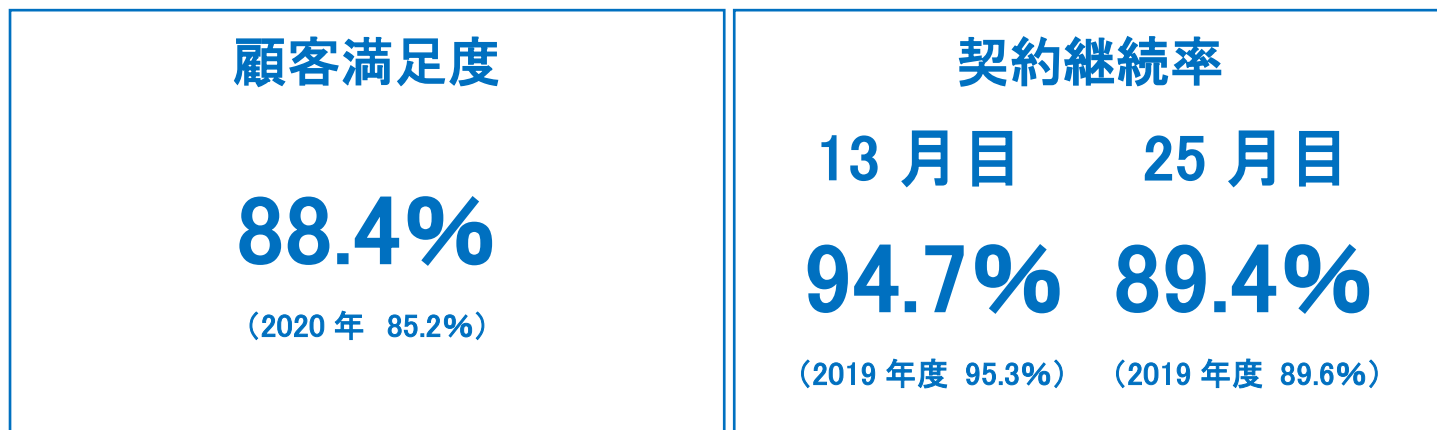
2020年のKPIおよび取組状況の詳細につきましては、次ページ以降をご覧ください。

\*KPIは「Key Performance Indicator」の略です。

以上

## (別紙)

公表 KPI として設定した顧客満足度および契約継続率の具体的な数値については、それぞれ以下の通りとなります。



※回答数:4,205 件

※「契約継続率」は保険金額をベースに算出しています。

### 顧客満足度について…

ご加入いただいたご契約者さまに当社のサービス等に関するアンケートを送付し、ご回答をいただきました。満足度は下記選択肢の 1、2、3 のいずれかであった割合としております。

調査期間:2021/1/30-3/5

ご質問内容:ご契約者として、プルデンシャル生命に全般的に満足していますか。

選択肢:

- 1.とても満足している、2.満足している、3.だいたい満足している、4.どちらともいえない、5.やや不満である、6.不満である、7.とても不満である

(別紙)

## お客さま本位の業務運営に関する取組内容

### 方針 1. お客さまお一人おひとりの経済的な保障と心の平和のために

当社は、「営業活動方針」に基づき、生命保険の真のプロフェッショナルであるライフプランナーを通じて、お客さまお一人おひとりに対してニードセールスを行い、保険金をお届けするまで一生涯に亘りパーソナルなサービスを提供いたします。また、企業理念が社員一人ひとりの心に浸透し、お客さま本位の文化を醸成するための取り組みを推進してまいります。

#### 【取組内容】

##### 〈お客さまにご安心をお届けするための取り組み〉

- ・お客さまお一人おひとりにとって必要な生命保険は異なります。生命保険が必要となった際に真にお客さまのお役に立てるよう、ご契約時から各種のお手続き、保険金のお届けに至るまで、ライフイベントに応じて変化するお客さまの経済的なリスクへ責任を持って対応するプロフェッショナルであるライフプランナーの育成に注力し、お客さまへ質の高いサービスとご安心を一生涯に亘り提供しています。

(2020 年の取組結果)

- ・お客さまのためにオーダーメイドの生命保険を設計し、質の高いサービスと安心をお届けする生命保険のプロフェッショナルとして、ライフプランナーの育成に引き続き注力いたしました。
- ・業界共通試験を原則 2 年間で修了するトレーニングプログラムを定めており、新人研修(入社式)にて意識向上に向けたプログラムを実施しました。2020 年は新たに 291 名が TLC(\*1)に認定され、当社全体の認定者は 3,878 名となりました。
- ・生命保険販売の職業的水準を高め社会的信望を高めようとする MDRT(\*2)の理念は、真に顧客の要望に応え得るプロフェッショナルの育成を第一義とする当社の経営理念とも完全に一致しています。当社は、ライフプランナーが MDRT 会員となることを推奨しており、会員数は日本の生命保険会社の中で 24 年連続第 1 位(\*3)となっています。

\*1…TLC(トータル・ライフ・コンサルタント)とは、生命保険大学課程試験(全 6 科目)に合格し、かつ所定の成績要件を満たしたものが取得できる生命保険協会認定 FP の称号です。2019 年の取組結果では、ライフプランナーの人数を公表していましたが、今回から営業管理職も含めた人数に変更いたしました。

\*2…1927 年に発足した Million Dollar Round Table (MDRT) は世界 70 の国と地域の 500 社以上で活躍する、65,000 名以上(2021 年 5 月現在)の会員を有する、卓越した生命保険と金融サービスの専門家による国際的かつ独立した組織です。MDRT 会員は卓越した商品知識をもち、厳しい倫理基準を満たし、優れた顧客サービスを提供しています。また、生命保険と金融サービス業界の最高水準として世界中で認知されています。新型コロナウイルスの影響により、2021 年の入会基準が緩和されました。

\*3…2021 年 3 月 22 日現在。MDRT 日本会調べ。

#### ■MDRT 会員数

2021 年:2,084 人

2020 年:1,316 人

### 〈お客さまの声を業務改善等に活かす取り組み〉

- ・お寄せいただいたお客さまの声を業務改善やお客さまサービスの向上に取り入れるために、定期的に分析および検討を行い、業務改善策としてお客様の声委員会や執行役員会に審議・報告される態勢を整備しています。これにより、お客さまの満足度を高める業務改善を行うことができるよう、努めています。

(2020年の取組結果)

- ・お客さまに一番近い存在のライフプランナーが所属する支社からの業務改善提案が積極的になされるようにプロモーション活動を実施し、2020年には年始時点の支社数に対して約8割(115支社/144支社)から業務改善提案がなされました。
- ・お寄せいただいたお客さまの声をもとに、さまざまな業務改善策について、お客様の声チーム担当役員、営業本部長等を委員とするお客様の声委員会や執行役員会において審議・報告され、お客さまの満足度を高めることができるよう努めています。

### 〈企業文化の浸透〉

- ・企業理念が社員一人ひとりの心に浸透し、生きたものとなるために専任チームを設置し、年間を通じて様々な施策を実施しています。

(2020年の取組結果)

- ・企業理念の推進施策として、コアバリューを体現した社員をたたえる「全社コアバリュー表彰」や、「本社社員向け企業理念研修」などを実施しました。
- ・全社コアバリュー表彰においては、約2,700通の推薦状が送られ、表彰式はオンラインで開催いたしました。

## 方針2. お客さまにとって大切な情報を分かりやすくご提供するために

当社は、「営業活動方針」に基づき、ライフプランナーによるコンサルティングを通じて、保険商品のご提案の際にはお客さまのニーズやご意向に沿った最適な保険商品であることを正しくご説明いたします。保険商品販売に際しては、お客さまに不利益となる事項や市場リスクを有する保険商品にかかるリスクの内容およびそれに伴い生じるおそれのある結果に加え、お客さまにご負担いただく諸費用等を十分ご理解いただけるようご説明いたします。これら大切な情報のご説明の際には、お客さまにとって分かりやすい情報の提供を行います。

### 【取組内容】

#### 〈ライフプランナーによる十分なコンサルティングと説明〉

- ・ライフプランナーは、お客さまの保険・金融商品に関する知識・経験、およびお客さまの資産・収入・年齢・ご加入の目的等を踏まえ、十分なコンサルティングを実施します。その結果として、当社取扱いの保険商品およびそれらに関連する事項について十分にご説明し、お客さまに最適な保険商品をお勧めしています。

(2020年の取組結果)

- ・お客さまお一人おひとりに十分なコンサルティングを実施し、お客さまに最適な保険商品をお勧めできるように、初期トレーニングにおいては当社独自の研修プログラムを用意し、業界共通の教育カリキュラムとの整合性を図りながら、電子履修簿システムを用いて徹底した履修管理を実施いたしました。
- ・「お客さま重視・法令等遵守」の視点を持ち続けていくために、継続教育制度に基づき、「コンプライアンス、保険金の支払い等のアフターサービス」などを中心とした教育を実施いたしました。

### <重要な情報の提供>

・ライフプランナーがお客さまへ保険商品をお勧めする際には、保険の仕組みや保険商品の特徴を記載した「契約概要」や「商品パンフレット」等を用いて個々の商品の保障内容やお応えするニーズ、商品の特性により生じるリスク等、お客さまが自身にとって最適な商品を選択できるように分かりやすくご説明いたします。また、変額保険および外貨建保険の保険販売に際しては、商品パンフレット等を用いてお払い込みいただく保険料の一部がご契約および資産運用に係る費用等として充てられることなどをご説明いたします。

(2020年の取組結果)

- ・お客さまへ保険商品をお勧めする際には、「契約概要」「商品パンフレット」「設計書」を用いて個々の商品の保障内容等をわかりやすくご説明しております。
- ・特に、お客さまに不利益となる事項や、市場リスクを有する保険商品のリスクや運用に伴う費用等は、十分にご理解をいただけるように丁寧にご説明に努めており、変額保険等については、ご契約状況をお客さまに年1回お知らせしています。

### 方針 3. お客さまお一人おひとりにふさわしい保障とサービスをお届けするために

当社は、「営業活動方針」に基づき、ライフプランナーによるコンサルティングを通じて、オーダーメイドでお客さまお一人おひとりの環境・目的等を踏まえた最適な保険商品と質の高いサービスをお届けいたします。

#### 【取組内容】

##### <お客さまにとって最適な保険商品およびサービスの提供>

- ・当社は、ライフプランナーがお客さまの潜在的なニーズや個々の状況を詳細に把握・分析し、お客さまにとって最適なご提案を行うための保険商品およびサービスを取り揃えております。更なるお客さま満足の上昇のために、ライフイベントに応じて変化するお客さまのリスクに対して適切に保障の提供および見直しができる包括的な保険商品およびサービスの新たな開発に努めています。また、販売する商品については、当社が想定するお客さま層をホームページやパンフレット等で明示し、ご確認できるよう努めております。
- ・生命保険のご加入時、またはご加入後にお客さまのニーズや環境の変化があった際には、お客さまの個々の状況を踏まえ、ライフプランナーによるコンサルティングを通じて最適な保険商品およびサービスを提供します。
- ・お客さまのニーズやご意向を把握し、これに沿った最適な保険商品を販売する態勢を維持・強化するために、変額保険や外貨建保険などの市場リスクを有する商品にご加入する際およびご高齢のお客さまが生命保険にご加入する際などについては、保険のご加入に携わる者以外の者がお電話にてお客さまへご契約内容を確認させていただき取り組みを行っています。

(2020年の取組結果)

- ・当社はお客さまのニーズに沿った生命保険商品の開発に努めております。保険料払込のニーズにお応えするため、2020年4月に米国ドル建リタイアメント・インカム(米国ドル建年金支払型特殊養老保険)の5年払込プランを新たに追加いたしました。
- ・市場リスクを有する商品へのご加入時や、ご高齢のお客さまが生命保険にご加入する際には、ご契約される商品内容や為替リスク等をお客さまが十分に理解されていることを確認するため、保険のご加入に携わる者以外の者がお電話にてご契約の内容等を確認する体制を整備しております。



- ・また、お客さまお一人おひとりのご要望にお応えするために、2020年6月29日より、リモートで申込み手続きが完了できる新しいシステムを導入いたしました。これによりご意向のヒアリングからご提案、お申し込みまで、全てオンラインかつリモートで行えるようになり、お客さまの利便性向上やお客さまにとって分かりやすい販売手続きの整備に努めています。

#### 方針 4. お客さまに保険金を 100%お届けするために

当社は、保険金等のお支払いが、生命保険事業における最も基本的かつ重要な機能であることを十分に認識し、常にお客さまに焦点をあわせ、保険金等の支払業務を適切かつ迅速に行うのみならず、積極的に保険金等のご請求案内を行っていく等、お客さま保護・利便性の向上に向けた品質の確保・向上を図ってまいります。

##### 【取組内容】

###### ＜保険金等を確実にお届けする取り組み＞

- ・保険金等をお届けすることこそが生命保険の重要な機能であることを社員全員が認識し、お客さまが保険金等の適切なお受け取りができるよう取り組んでいます。
- ・経営管理態勢の改善・強化、保険金等支払管理態勢の整備・強化、お客さまに対する説明態勢の整備・見直しを3つの柱として、保険金等を確実にお届けする態勢の強化に取り組んでいます。
- ・お客さまからお預かりした保険料等の運用および確実な保険金等のお支払いのために、ALM(資産負債総合管理)の観点から、中長期的に安定した利息収入が得られる円建債券中心の運用を行っています。また、リスク分散を図りつつ、為替ヘッジを付した外貨建債券への投資にも取り組み、収益の向上を図っています。
- ・お客さまが保険金をお受け取りになる際の利便性を考慮したサービスを提供するとともに、新たな開発に努めています。

(2020年の取組結果)

- ・新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、入院給付金や死亡保険金の請求のお手続きについて、ご契約内容、ご契約の形態によって必要となる公的書類の提出を一部省略可能にする等の特別なお取り扱いを行っています。
- ・お客さまからお預かりした保険料等の運用および確実な保険金等のお支払いのために、より適切なALM(資産負債総合管理)ができるよう、負債の超長期性や低金利環境を踏まえ、デュレーション・ターゲットの見直しを行いました。また、ALMの観点および市場見通し等に基づき投資計画を策定し、実行いたしました。

※資産の運用実績の概況(一般勘定)については、ディスクロージャー誌「プルデンシャル生命の現状」に掲載しております。

#### 方針 5. 利益相反の適切な管理のために

当社は、「利益相反管理方針」に基づき、社内外において競合・対立する複数の利益の存在により利益相反が発生する可能性がある場合、お客さまの利益が不当に害されることがないように、利益相反のおそれがある取引を管理します。

##### 【取組内容】

###### ＜利益相反のおそれがある取引の管理態勢＞

- ・「利益相反管理方針」を取締役会で定め、お客さまの利益が不当に害されることがないように、利益相反のおそれのある取引の把握および管理を行っています。
- ・利益相反管理統括者および利益相反管理部署を定め、他の部署から独立した立場で利益相反のおそれのある取引を一元的に管理するとともに、利益相反管理態勢を定期的に評価・検証し、必要に応じて見直しを行います。また、社内研修を通じて利益相反に関する役員および社員の意識向上に努め、適切な

利益相反管理態勢を構築しています。

(2020年の取組結果)

- ・当社は、利益相反管理方針にもとづき、コンプライアンスチームを利益相反管理部署と定め、他の部署から独立した立場で利益相反のおそれのある取引を一元的に管理するとともに、利益相反管理態勢を定期的に評価・検証し、必要に応じて見直しを実施しております。また、当社が管理する利益相反取引の具体例やその報告手段について解説する等、利益相反に関する社内研修を実施し、利益相反に関する役員および社員の意識向上に努めました。

#### <グループ会社を含む他の金融事業者からの販売委託>

- ・グループ会社を含む他の金融事業者から販売委託を受けて金融商品を取り扱う場合には、当社の商品ラインアップを補完する商品であるか等の受託の必要性を十分に考慮するとともに、お客さまのご意向に沿ったご提案を行うことができる態勢の整備に努めています。

(2020年の取組結果)

- ・2020年は新たに販売委託を受けた生命保険商品はありませんでしたが、ライフプランナーがお客さまのご意向に沿ったご提案ができるよう、当社商品ラインアップを補完するためにジブラルタ生命との代理代行販売契約を継続して締結しております。

### 方針 6. お客さま本位の業務運営を続けるために

当社は、「営業活動方針」に基づき、ライフプランナーを通じて、お客さまお一人おひとりにふさわしい保障と安心をお届けするためのサービスの質にこだわり、最善の努力をいたします。そして、お客さまの一生に寄り添い、支え、歩む存在であり続けます。これらのお客さま本位の行動および態勢を継続していくために、社員の報酬・評価・教育体系等の整備を含む本方針の浸透に取り組んでまいります。

#### 【取組内容】

##### <お客さま本位の報酬制度・評価体系>

- ・社員の行動がお客さまのご満足に資するものとなっているかを評価するため、顧客満足度調査およびアンケート等を定期的に行っています。ライフプランナーが提供する商品・サービスへのお客さまの高い満足度は、新たなお客さまへ商品・サービスを提供する機会へと繋がることから、当社の報酬制度はお客さま本位の行動を反映する仕組みになっています。
- ・本社および支社の内勤社員については、社員の理想的な行動特性のひとつとしてお客さまの最大の利益が出るよう行動することを定め、年次で評価へ反映するとともに、顧客満足度調査の結果が報酬へ反映される体系を構築しています。
- ・お客さま本位の業務運営に繋がる業務改善提案を社内募集しており、優秀な施策を評価・表彰する取り組みを定期的に行っています。

(2020年の取組結果)

- ・ライフプランナーや営業管理職について、保険募集の多寡のみでなく、ご契約の継続状況やコンプライアンス状況等を反映した制度を用いて評価をいたしました。
- ・内勤社員について、お客さまに最大の利益をもたらすべく行動することを目的とし、お客さま満足度調査の結果を賞与に反映いたしました。

### ＜お客さまのご満足に資する教育体系＞

- ・ライフプランナーが生命保険の真のプロフェッショナルであるために、当社に蓄積された豊富な知識・経験に基づく独自の実践的な教育システムを用いて育成に取り組んでいます。

(2020 年の取組結果)

- ・当社に蓄積された豊富な知識・経験に基づく独自の実践的な教育システムを用いて、ご契約時から各種のお手続き、保険金のお届けに至るまでお客さまのお役に立てるよう生命保険のプロフェッショナルの育成に取り組みました。

### ＜お客さま本位の業務運営の浸透＞

- ・当社は、企業理念の浸透にかかる社員研修および浸透度の検証等を通じて本方針の浸透を推進します。また、本方針に基づく取組内容を真にお客さま本位の実効性ある取り組みとして捉え、推進していくために、お客様の声委員会、執行役員会および取締役会への報告を通じて定期的なモニタリングを行い、その結果を公表します。

(2020 年の取組結果)

- ・お客さま本位の業務運営の浸透を推進するため、本方針、取組内容および取組結果を執行役員会および取締役会への報告を通じてモニタリングし、取組結果を公表しました。また、本方針の取り組みを一層推進していくために、2021 年よりお客様の声委員会をお客さま本位の業務運営の所管委員会とする態勢といたしました。

以 上