

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/>



2023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 2022年の取組結果および成果指標(KPI)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 間原 寛、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2022年の取組結果および成果指標(KPI*)についてお知らせいたします。

当社では、本方針に基づき具体的な取組内容とKPIを設定し、お客さま本位の業務運営を推進しております。2022年は、「お客さま本位の業務運営に関する取組結果」(別紙1)の通り、本方針に基づく取組を実施いたしました。KPIについては、「お客さま本位の業務運営に関する方針に係る成果指標」(別紙2)の通り、「顧客満足度」と「契約継続率」を設定し、お客さま本位の業務運営状況の定量的な把握に努めております。また、これらの結果を踏まえて、取組内容についても見直しを実施しております(別紙3)。

当社は引き続き、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対して、一生涯に亘りパーソナルなサービスを提供してまいります。

*KPIは「Key Performance Indicator」の略です。

以上

(別紙 1)

お客さま本位の業務運営に関する取組結果

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。

〔2022 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、一生涯に亘って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、新人研修にて、意識向上に向けたプログラムを実施しました。当社全体の TLC(トータル・ライフ・コンサルタント)認定者は 3,496 名(※1)となりました。
- ・生命保険のプロフェッショナルであるライフプランナーを育成するため、営業管理職に対し、新人ライフプランナーの育成や質の高い営業管理職を輩出するためのトレーニングを行っています。
- ・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 26 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。(2023 年 5 月 1 日現在)

※2 1927 年に発足した Million Dollar Round Table(MDRT)は、卓越した生命保険・金融プロフェッショナルの組織です。世界中の生命保険および金融サービスの専門家が所属するグローバルな独立した組織として、500 社、70 カ国で会員が活躍しています。MDRT 会員は、卓越した専門知識、厳格な倫理的行動、優れた顧客サービスを提供しています。また、生命保険および金融サービス事業における最高水準として世界中で認知されています。

※3 生命保険会社単位の分会として。MDRT 日本会調べ(2023 年 4 月 1 日現在)

MDRT会員とは

■ MDRT 会員

2023 年:1,593 人

2022 年:1,676 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、専任のチームを設置するとともに、顧客満足度調査や顧客ロイヤルティ調査を実施し、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。

[2022 年の取組結果]

- ・お客さまに一番近い存在であるライフプランナーが所属する支社から、お客さまの声を活かした業務改善提案が、積極的になされるようにプロモーション活動を実施いたしました。その結果、2022 年には、前年と同水準である全支社の 81.5%となる 123 支社から業務改善提案がなされました。また、提案に対する対応状況の見える化を行い、業務改善提案制度がより活発に行われるように態勢の強化を行いました。
- ・顧客満足度調査および顧客ロイヤルティ調査(※4)について、専任チームを設置のうえ実施し、当該結果を各支社へフィードバックしています。また、年に一回、控除証明書にアンケートのご案内を同封することで、より多くのお客さまの声を寄せいただけるようにしています。
- ・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を立てています。その上で、お客様の声チーム担当執行役員、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。

※4 顧客ロイヤルティ調査とは、契約者が、友人や同僚、家族にその生命保険や保険会社をどの程度推奨したいか等を調査するものです。

<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。

[2022 年の取組結果]

- ・企業理念の推進施策として、当社における社員一人ひとりの行動指針である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。さらに、企業理念の浸透・継承を目的とした有志の団体を組成し、社員が理念浸透の現状やその重要性を理解するために、企業理念に関する全社的なイベントや情報発信を行いました。

方針 2. お客様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様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、お客様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、お客様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、お客様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、お客様の保険・金融商品に関する知識・経験、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。その上で、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、お客様に最適な保険商品をお勧めしています。
- ・営業活動において、オンラインと対面のいずれにおいても、お客様へ十分に情報提供ができる体制の整備を行っています。

〔2022 年の取組結果〕

- ・お客様お一人おひとりに十分なコンサルティングを実施し、お客様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。
- ・営業管理職をはじめとするトレーナーに対して、研修ビデオやトレーニングをサポートするツールの充実化を行い、お客様に対する十分なコンサルティングと説明を行うための体制を整備いたしました。
- ・ライフプランナーによるお客様への営業活動につきましては、必要に応じて営業管理職が同行し、お客様に対して十分なコンサルティングが行われているかを確認するとともに、ライフプランナーへのフィードバックを行っています。
- ・「お客様重視・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様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」等のご契約に際してお客様にお渡しする資料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、お客様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、お渡しする資料において、個々の商品がどのようなお客様を想定しているかについても明確に記載いたします。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。

〔2022 年の取組結果〕

- ・お客様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います。また、これら資料につきましては、お客さまが最適な商品を選択できるよう、保障内容や各種リスク、注意事項に関する記載内容等の継続的な見直しを行っています。

- ・お客さまへ重要な情報を確実に提供するため、営業社員向けに販売資料に関するトレーニングやコンプライアンス教育を継続的に実施しています。
- ・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な説明に努めています。また、これらの商品の販売に当たっては、商品パンフレットや注意事項をまとめたリーフレット、リスクについて解説した動画等を用いて、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も含め、十分にご説明を実施しています。

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。また、市場リスクを有する商品については、ご加入時に十分な説明が必要であることに加えて、商品毎の保障内容、市場環境の動向によって変化する積立金や解約返戻金等の情報を適時・適切なタイミングでお客さまに提供すること等も重要であることから、社内ガイドラインを制定し、適切なアフターフォローを行うよう努めております。

〔2022 年の取組結果〕

- ・当社は、ライフイベントに応じ変化するお客さまのニーズやリスクに対し、保障の提供や見直しができるよう、生命保険商品の開発に努めています。日帰り入院から入院一時金のお支払ができるよう保障範囲を拡大するとともに、お客さまに必要な保障額を確保していただけるよう入院一時金額の上限も拡大した新入院保険(解約返戻金抑制型新入院保険(一時金給付型))をリリースいたしました。
- ・商品ごとに、販売対象として想定するお客さまの属性について、更に分かりやすく情報提供および公表するため、当社ホームページの改定を実施いたしました。
- ・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、ご契約される商品の内容や為替リスクなどを、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います。ご加入後においても、必要に応じて、お客さまがライフプランナーにご連絡いただけるよう、市場リスクのご案内や契約内容、市場環境の動向によって変化する積立金、解約返戻金等を定期的にお客さまにお送りするなど、長期的なフォローアップのための連絡体制の整備を行っています。また、ご高齢のお客さまに対して、電話や訪問等で、情報提供のご要望を確認し、ご説明しています。
- ・お客さまの世帯構成の変化やリスクの多様化、人生 100 年時代といった時代背景をふまえ、多様なニーズに寄り添うために、お客さまが思い描く人生を見える化し、様々なリスクシミュレーションを行い、多様

な保障ニーズを提示することが出来るシステムを導入しています。また、お客さまごとの異なるご要望に対し、最適なサービスを提供し続けるため、アンケート回答などを参照ならびに管理できるツールを導入しています。

- ・保険証券を電子化し、ペーパーレスによる顧客利便性を高めるサービスの展開を推進しています。

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。

〔2022年の取組結果〕

- ・保険金等のお支払いについては、支払事務におけるミスの未然防止策の実行や支払査定を担当する社員への教育を行い、また、専門のチームを設け、お支払・不払の状況のモニタリングを行うなど、保険金等支払態勢の整備を行っています。
- ・お客さまにお渡しする書類の見直しや、入院給付金や死亡保険金の請求時に他にお客さまにお支払いができる給付金・保険金の有無を確認し、請求の勧奨を実施することで、支払い漏れの防止に努めています。また、お客さまの利便性追求の観点から、請求書類の簡素化を継続的に検討するとともに、各種請求に当たって不備の多いポイントについての注意喚起を行っています。ご高齢の方の契約に関しては、ライフプランナーによる確認の他、郵送による所在確認も併せて実施し、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。
- ・給付金や保険金のお支払い内容にご納得いただけない場合には、外部有識者も含めた専門の審査会を開催するなど、適切な支払いに向けた態勢を構築しています。
- ・社内向け広報誌等で、保険金をお届けすることの重要性を周知しています。
- ・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のためのシミュレーション等を実施しています。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。運用収益向上のため、オルタナティブ資産への投資など運用手段の多様化に努めています。

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。

〔2022 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います。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。

〔2022 年の取組結果〕

- ・2022 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います。

方針 6. お客様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、お客様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、お客様の一生に寄り添い、支え、歩む存在であり続けます。これらのお客様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】

〈お客様本位の報酬制度・評価体系〉

- ・社員の行動がお客様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・サービスへのお客様の高い満足度は、新たなお客様へ商品・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様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様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。
- ・お客様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。

〔2022 年の取組結果〕

- ・ライフプランナーや営業管理職について、保険販売の多寡のみでなく、ご契約の継続状況やコンプライアンス面などを反映した制度を用いて評価いたしました。また、当該評価制度に対しては、お客様の利益をお守りし、必要な時期に適切な保障見直しをご提案するなどのお客様本位の行動が報酬に反映されるよう、継続的な見直しを行っています。
- ・内勤社員について、お客様に最大の利益をもたらすべく行動することを目的とし、お客様満足度調査の結果を賞与に反映しています。
- ・社員より寄せられた業務改善提案につきましては、顧客サービスの向上などに繋がったものから優秀賞を選定し、表彰しています。

〈お客様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。

〔2022 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、お客様のお役に立てる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。また、生命保険のみならず、法律・社会保障制度などに関する幅広い知識を併せ持ったライフプランナーの育成に取り組みました。
- ・ライフプランナーの育成を担う営業管理職にマネジメント研修等のトレーニングを行い、育成品質の向上に努めています。

〈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。

[2022 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モニタリングを行っています。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しています。
- ・本方針の一層の浸透のため、継続的に企業理念の研修を行うとともに、定期的にメッセージの浸透度などの検証を行っています。

(別紙 2)

お客さま本位の業務運営に関する方針に係る成果指標

KPI である顧客満足度および契約継続率については、それぞれ以下の結果となります。

顧客満足度

86.7%

(2021 年 88.8%)

契約継続率

13 月目 25 月目

94.1% **87.6%**

(2021 年度 94.7%) (2021 年度 89.0%)

※回答数: 2,998 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: 2023/2/1-3/13

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

2023 年 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。

〈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、専任のチームを設置するとともに、顧客満足度調査や顧客ロイヤルティ調査を実施し、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。

〈企業文化の浸透〉

- ・当社では、社員の一人ひとりの行動指針として、「顧客に焦点をあわせること」など 4 つの「コアバリュー」を掲げています。
- ・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、年間を通じて企業理念の継承を目的とした研修や、「コアバリュー」を実践した社員に対して、互いに称えあい、感謝を伝えるために「コアバリューレター」を贈り合うこと、また、「コアバリュー」を特に実践している社員に対し、社員相互推薦によるコアバリュー表彰などの施策を実施しています。

方針 2. お客様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様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、お客様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、お客様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、お客様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、お客様の保険・金融商品に関する知識・経験、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。その上で、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、お客様に最適な保険商品をお勧めしています。
- ・営業活動において、オンラインと対面のいずれにおいても、お客様へ十分に情報提供ができる体制の整備を行っています。

＜重要な情報の提供＞

- ・ライフプランナーがお客様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」等のご契約に際してお客様にお渡しする資料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、お客様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、お渡しする資料において、個々の商品がどのようなお客様を想定しているかについても明確に記載いたします。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。

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います。更にお客さまにご満足いただけるよう、ライフイベントに応じて変化のお客さまのリスクに対して適切に保障の提供ならびに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います。
- ・ライフプランナーは、お客さまの多様なニーズをくみ取り、将来を見据えたコンサルティングを行うことに加えて、外部環境やお客さまのライフステージの進展に伴うニーズの変化にもきめ細かく対応し、公的保険等の社会保障制度も踏まえ、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。また、市場リスクを有する商品については、ご加入時に十分な説明が必要であることに加えて、ご契約後もお客さまに適切な情報提供をすることが重要であることから、ガイドラインを制定し、適切なアフターフォローを行うよう努めています。具体的には、商品毎の保障内容、市場環境の動向によって変化する積立金や解約返戻金等の情報を定期的にお客さまに提供しています。また、お客さまの属性等を踏まえ、市場リスクに関するさらなるご説明が必要とされるお客さまに対して、情報提供のご要望確認とご説明を行っています。

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の提供に努めています。

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。

＜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。

方針 6. お客様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、お客様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、お客様の一生に寄り添い、支え、歩む存在であり続けます。これらのお客様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】

〈お客様本位の報酬制度・評価体系〉

- ・社員の行動がお客様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・サービスへのお客様の高い満足度は、新たなお客様へ商品・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様本位の行動を反映する仕組みになっています。更なるお客様本位の業務運営となるよう、お客様への最適な保全対応や保険販売に関する品質を報酬に反映しています。
- ・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様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。
- ・お客様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。

〈お客様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。
- また、公的保険等の社会保障制度を踏まえたコンサルティングが行えるよう、ライフプランナーへの初期教育における講義や継続教育での確認テストを実施しています。

〈お客様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様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。

【注】 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則5―注2、原則6―注2について

当社の商品は、主契約と特約という商品構成となっています。特約は、主契約の保障内容を充実させるもので主契約に付加されるものです。当社では、主契約と特約の内容については契約概要・約款等によってお客様に情報提供しており、複数の商品をパッケージ化して販売することは行っていません。

したがって、当該事項に係る金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則5―注2、原則6―注2につきましては、当社「お客様本位の業務運営に関する方針」の対象としていません。

※金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の具体的な内容は、[金融庁ホームページ](#)にてご確認ください。

以上