

「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる 高度化にかかる着眼点」を踏まえた取組状況について

営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化に向けた2025年度の実践について、生命保険協会が公表している「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化にかかる着眼点（以下「着眼点」※と言います。）」に記載の6項目に沿って、昨年度の報告内容から強化した取組み・追加した取組み等を中心にご報告いたします。

当社はこれからも、お客さまに安心と満足をお届けし、お客さま・社会から信頼される企業として成長し続けるため、「着眼点」を踏まえつつ、営業職員チャネルにおけるコンプライアンス・リスク管理態勢について、継続的にPDCAを回し、実効性を高めてまいります。

（※）「着眼点」掲載 生命保険協会ホームページ <https://www.seiho.or.jp/info/2026/>

1. ライフ・コンサルタントについて

「着眼点」に記載された「営業職員チャネル」には、当社ではライフ・コンサルタント（以下「LC社員」と言います。）が該当します。LC社員は、お客さまに直接生命保険をご提案する社員（生命保険募集人）です。LC社員は「LC営業部」に所属し、LC営業部管下の全国に所在する「LC支社」を拠点として、主に代理店との共同募集に従事しています。なお、LC社員の社員数は365名です（2026年4月現在）。

2. 取組状況について

（1）コンプライアンス・リスク管理態勢

＜「着眼点」の記載内容＞

「コンプライアンス・リスク管理態勢」は、各社の業務運営の基礎となる組織体制の構築や企業文化の形成等を指す。営業職員チャネルの特徴・強みであるお客さまとの強固な信頼関係に応え変わらぬ安心をお届けしていくためには、目指す理念や価値観の共有、実効的な統制策を遂行する強固な組織体制の構築等、健全なコンプライアンス・リスク管理態勢の整備・維持が求められる。

当社では、全社共通の「お客さま本位・コンプライアンス・プログラム」を取締役会の決議によって策定しています。

また、当社では従来から、お客さま本位を活動の原点に、コンプライアンスを経営の根幹と位置づけており、各職場での定期的な意見交換等を通じて、全社員にその重要性の浸透を図っています。

- ・①営業組織等の業務部門（1線）のリスク感度の向上、②営業組織等への牽制・支援等を担当する部門（2線）の取組強化、③1線・2線の有効性に対する監査を担当する内部監査部門（3線）と2線の連携強化および内部監査機能の強化の「3本柱」を軸に、法務・コンダクトリスクに対する「3ラインディフェンス」をさらに強化することにより、リスク管理の高度化を推進しています。
- ・LC営業部では、コンプライアンス責任者であるLC営業部長が、コンプライアンスを重視する組織文化の確立を図るため、自らの言葉でLC社員に研修を実施し、LC社員がお客さま本位・コンプライアンスについて論議・意見交換する機会を設けています。
- ・LC支社長は、年1回の「企業品質」を考える職場ミーティング、月1回以上の「お客さま本位」を考える職場ミーティングを通じ、社内外で発生している不祥事件等を題材に、LC社員が自律的にリスクを認識し、オープンな論議・適切な報告がなされるよう取り組んでいます。

- ・LC営業部（1線）とコンプライアンス部（2線）は、月1回コンプライアンス意識の浸透、不祥事件の未然防止等に関する課題を共有し、コンプライアンス部がLC営業部に対するコンプライアンス指導やモニタリングを行っています。また、内部監査部（3線）はリスク評価に基づき、LC営業部を含む営業組織等に対する監査を実施しています。

（2）コンプライアンス・リスクの評価

＜「着眼点」の記載内容＞

「コンプライアンス・リスクの評価」は、自社の事業における固有のリスクや、防止すべき不適正事象の影響度・頻度等について、適切に評価することを指す。それぞれのリスクに応じた適切な態勢を構築するコンプライアンス・リスク管理の考え方においては、各社にて営業職員チャネルの特徴や自社の特性等に応じたリスクの評価がなされることが求められる。

「お客さま本位・コンプライアンス・プログラム」の進捗状況は、企業品質管理部とコンプライアンス部が定期的に確認・フォローしています。

- ・LC営業部は、全社共通の「お客さま本位・コンプライアンス・プログラム」に基づき、自部の特性や課題を踏まえて「お客さま本位・コンプライアンス実行計画」を策定し、コンプライアンス・リスクを自己評価する態勢としています。

（3）コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施

＜「着眼点」の記載内容＞

「コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施」は、統制環境やリスク評価にもとづく、コンプライアンス・リスク管理上の具体的な統制策に関する取組みを指す。営業職員チャネルにおける不適正行為の防止のためには、前述のリスク評価の結果も踏まえた強固な統制策の整備・実施が求められる。

当社では、「お客さま本位・コンプライアンス実行計画」の実践および評価結果に基づく対応策の実施等を通じて、実効性の観点から見直しを重ねながらコンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施に取り組んでいます。

- ・金銭詐取等の不適正行為につながる機会を防止するため、保険料は原則として現金での領収は行わず、口座振替やクレジットカード払いなどの方法でのお支払いをお願いしています。また、お客さまが被害に遭われることのないよう、当社公式サイトにて特に注意いただきたい詐取の事例を公開しています。さらに、金銭詐取等の未然防止および早期発見のために、2026年8月より、お客さまに年1回発送している「ご契約内容のお知らせ」に「金融犯罪に関する注意喚起チラシ」を同封します。
- ・LC社員に対して、コンプライアンスに関する研修受講、eラーニングによる自習等を義務付け、コンプライアンスに関する意識および知識の一層の定着を図っています。また、LC営業部では、同部作成のコンプライアンステストを実施しています。
- ・LC社員の活動管理に関しては、独自の管理システムに毎日の活動記録を入力することを義務付け、LC支社長等がこれをモニタリングし、必要に応じて指導を行っています。また、LC支社長は活動記録等をもとに、不適正事象等の予兆管理・観察を行っています。
- ・LC社員の日常活動等の変化に関する情報を把握するために、LC支社長等が兆候管理点検を毎月実施しています。
- ・LC社員の報酬制度において、業績への連動性を過度に高めないよう、一部報酬の変動幅を抑制しました。

(4) コンプライアンス・リスクのモニタリングおよび不適正事象の（予兆）把握時の対応

<「着眼点」の記載内容>

「コンプライアンス・リスクのモニタリング」は、自社におけるリスク評価やコントロールの状況を含む、自社のコンプライアンス・リスク管理態勢の整備・機能状況の監視を指す。新型コロナウイルス感染症の感染拡大やデジタル化の進展等に伴うリモート環境下での活動機会の増加等、環境の変化によりリスクの状況や統制策の実効性等も変化しうるものであり、実効的なコンプライアンス・リスク管理態勢の維持のためには、コントロールを通じて得られる不適正事象の（予兆）情報も含め、適切なモニタリングの実施が求められる。

当社では、日常的なモニタリング等を通じて、不適正事象のおそれがある事案やお客さまからの苦情をシステムに登録し、一元的に管理、分析しています。これにより、不適正な募集を防止するための取り組みを行っています。

- ・ L C 営業部では、毎月募集した契約の意向把握シートおよび面談記録を抽出し、点検を行っています。点検の結果、面談記録等の記載が不十分であり、改善が必要と判断した L C 社員には、個別に改善指導を行っています。
- ・ 住所変更や名義変更等、不適正事象につながるリスクのある手続きについて、L C 支社長等がお客さまへ直接連絡し、確認を行っています。
- ・ 優績 L C 社員が保有する契約のうち、高額な保険料をお支払いいただいている契約者に対し、職場上長である L C 支社長等が、加入目的や契約内容をご理解いただいているか等の確認を行っています。2026 年度も、より実効性を高めるために確認対象契約の範囲を拡大する予定です。
- ・ 三井住友海上プライマリー生命から販売を受託している商品を含め、契約者の皆さまに対し、申込内容がご意向に沿っているか等の確認を実施しています。
- ・ 不適正事象のおそれがある事案を発見した際やお客さまから苦情（不満足の表明）を受け付けた際は、コンプライアンス部と企業品質管理部が確認し、速やかに対処します。その後、両部は分析を行い、その結果を踏まえて、再発防止を図っています。

(5) コミュニケーション

<「着眼点」の記載内容>

ここでいう「コミュニケーション」とは、必要な情報が適時適切に、社内外の関係者に伝達されるための管理態勢および日常業務における取り組みを指す。社内環境等の要因によるコミュニケーションの不足は、不適正事象の抑止・発見の阻害要因ともなり得ることから、社内・社外（お客さまや各種ステークホルダー等）との適切なコミュニケーションが行われる環境や態勢を構築することが求められる。

当社では、お客さまの声の収集や社員間の意思疎通の円滑化など、社内外との適切なコミュニケーションを促進するための、環境や態勢の構築に取り組んでいます。

- ・ 当社は、お客さまの声を定期的に分析し、以下のようにお客さま向けのサービス改善に活かしています。

(サービス改善例)

> モバイル決済での保険料支払いを希望する声を受け、引き落としができなかった 2 回目以降の保険料や立替金・契約者貸付の返済時に、これまでの銀行振込、コンビニ決済に加え、スマホ決済（PayPay）、Pay-easy（ペイジー）も選択可能とし、お客さまの多様なニーズに対応できるようにしました。

＞「お客さまWebサービス」※に登録いただいている個人契約のお客さまは、最新のご契約内容をWeb上で確認いただけるほか、住所変更などご利用できる各種手続きの範囲を拡大しました。

※ご契約内容の確認や、ご契約を継続いただくうえで必要となる各種お手続きが、インターネット上でご利用いただけるサービスです。

- ・お客さま本位の業務運営やコンプライアンスを損ないかねない事象に対する社員の感度を高め、声を上げやすい企業風土を醸成するため、定期的な職場ミーティングの実施に加え、社員が日常業務で感じた違和感を発信する投稿BOXの設置など、お客さまの利益を害する可能性のあるリスクの予兆を収集する態勢を構築しています。
- ・LC支社では、定期的に朝礼・会議等を実施しており、LC社員同士が互いに知識や経験を共有し、悩みを相談できる機会を設けています。

（６）監査

＜「着眼点」の記載内容＞

「監査」部門は、三線管理態勢において、営業組織等の業務部門（１線）・コンプライアンス部門（２線）のコンプライアンス・リスクに関する態勢や取組みが適正かつ有効に構築・実施されているかの検証を行い、改善につなげる役割を担っている。営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢が実効的に整備されるにあたり、監査部門が営業職員チャネルの特性や自社を取り巻く環境等を理解し、役割を発揮していくことも求められる。

当社では、内部監査部門として、独立した取締役会直属組織である内部監査部を設置し、実効性ある内部監査を実施する態勢の構築に取り組んでいます。

- ・2025年度は、内部監査部がリスクベースの観点で選定した営業部ならびに課支社に監査を実施し、結果に応じた必要な改善取組みを促しています。なお、LC営業部・支社に対しても、リスク指標の継続的なモニタリングを行い、リスク状況を確認しています。
- ・内部監査結果および改善状況については、取締役会に報告しています。

３．今後の取組み

当社は、社会からの期待に応え、お客さまに安心と満足をお届けするため、引き続き、営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の高度化に真摯に取り組んでまいります。今回ご報告した取組みを含め、様々な取組みにおいて、運営上の課題を見極め、具体的な改善策を講じ、PDCAサイクルを継続的に回すことで、取組みの実効性を高めてまいります。

また、当社は、誠実・公正に業務を行い、お客さまの最善の利益と健全な経営の両立を目指し、コンプライアンスと一体で「お客さま本位」の業務運営を引き続き行ってまいります。「お客さま本位」の業務運営の下で、多様な人生設計や価値観に寄り添った価値提供を行うことで、お客さまから信頼され、選ばれ続ける生命保険会社を目指してまいります。

以上