



**2026年度の「お客さま本位の業務運営に関する方針」および  
2025年度の同方針に基づく取組状況について**

## 「お客さま本位の業務運営」を徹底し、「加入していて良かった」と思っただけの会社を目指します

平素より、三井住友海上あいおい生命に格別のご愛顧を賜り、誠にありがとうございます。当社は今年で創業30年、現社名となって15年の節目の年を迎えることができました。これもひとえにお客さまのご支援とご信頼の賜物であり、深く感謝申し上げます。

近年、日本社会は少子高齢化や人口減少などにより、社会の基本的な構造が変化しており、公的保障制度の領域においても、医療・介護・年金（資産形成）を中心に自助努力の必要性が高まっています。こうした環境変化の中、当社は、「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おります。

具体的には、当社では「お客さま本位の業務運営」を改めて徹底することにより、お客さまに「加入していて良かった」と思っただけの商品・サービスを開発し、安心して加入いただける募集態勢を構築するとともに、保険金・給付金の迅速かつ適切な支払いに努めてまいります。

また、今後も弛まない生産性の向上や資産運用の高度化などによって創出した利益を、優れた商品・サービスの開発や、お客さまとの接点を強化する施策などに投資し、お客さまへの価値提供をさらに高めてまいります。

加えて、最大の経営資源である人財（社員）一人ひとりの力を引き出し、変革を実現する新たな企業風土を創造することで、持続的な成長を目指します。

なお、2027年4月にMS&ADグループにおいては、三井住友海上とあいおいニッセイ同和損保の合併が予定されています。損害保険のお客さまに生命保険を提供するビジネスモデルを持つ当社としても、合併を契機にお客さまへの価値提供を一層強化してまいります。

今後とも変わらぬご支援とご愛顧を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

三井住友海上あいおい生命保険株式会社 取締役社長 **赤木 匡**

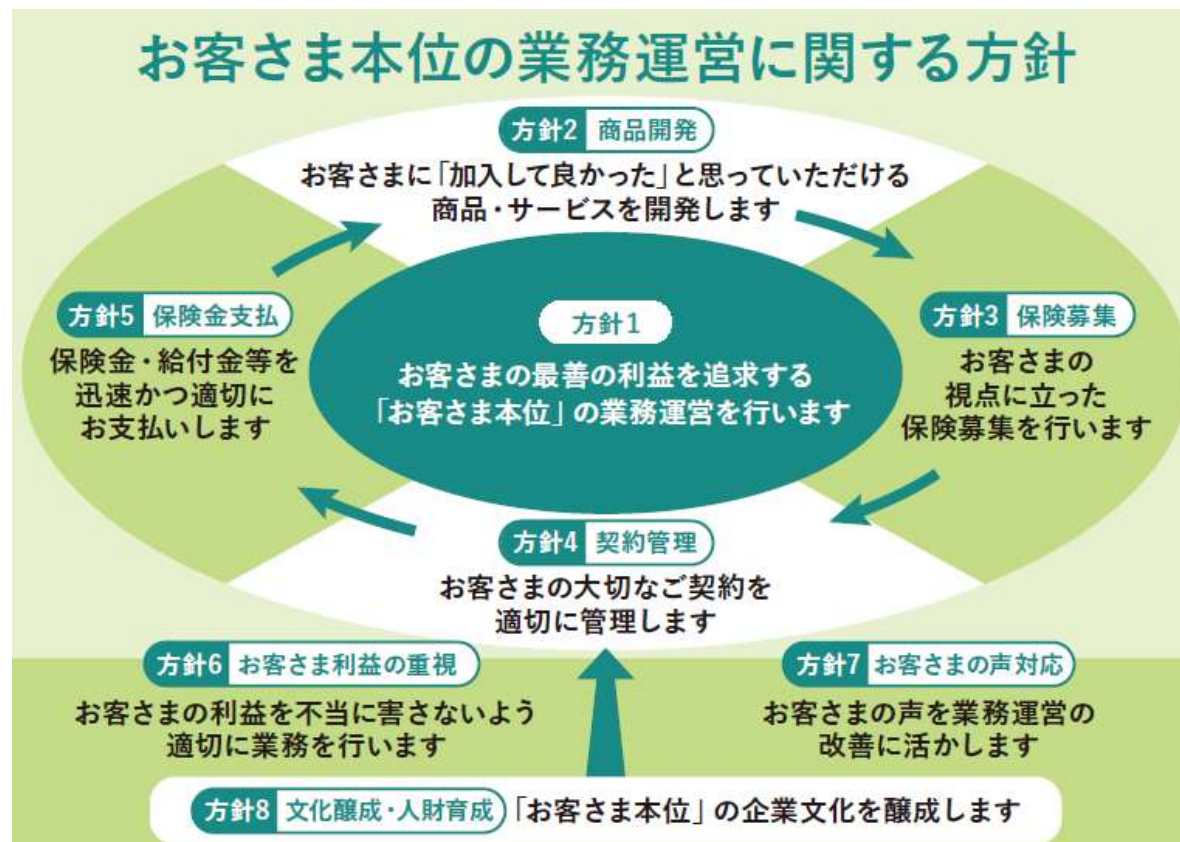


## 2026年度 お客さま本位の業務運営に関する方針について

当社は、金融庁が提唱する「顧客本位の業務運営に関する原則（以下、「金融庁の原則」）」を採択し、2017年6月に「お客さま本位の業務運営に関する方針（以下、「当社方針」）」を策定・公表しました。

当社方針は、社会情勢や当社が認識した課題を踏まえ、毎年見直しを行い、2026年度は主に以下の点を改定しております。

- ・方針1に、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てお客さま本位の業務運営を行うことを、明示しました。
- ・方針2に、過去・未来を含む、全てのお客さまに「加入して良かった」と思っていただけることを目指し、商品・サービスの開発・改善に取り組むことを記載しました。
- ・方針6に、「お客さまの利益を不当に害さない」ことについて、より具体的にわかりやすい記載に変更しました。



# 2026年度 お客さま本位の業務運営に関する方針 1/2

## 方針1. お客さまの最善の利益を追求する「お客さま本位」の業務運営を行います

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」の業務運営を行います。

- (1) 行動指針として掲げる5つのバリュー※を常に意識して行動します。
- (2) 社会環境の変化に対応するとともに、ご高齢のお客さまを含むあらゆる世代のお客さまや障がいのあるお客さま等、一人ひとりのお客さまに寄り添った業務運営を行います。

※5つのバリュー：お客さま第一、誠実、チームワーク、革新、プロフェッショナリズム

## 方針2. お客さまに「加入して良かった」と思っていただけの商品・サービスを開発します

当社は、お客さまに「加入して良かった」と思っていただけの商品・サービスを提供できるよう取り組みます。

- (1) わかりやすく、お客さまのニーズを踏まえた商品・サービスを開発します。
- (2) 社会環境の変化や健康志向の高まり等に迅速かつ柔軟に対応した、社会課題解決に資する商品・サービスを開発します。
- (3) 商品発売後も継続的に、お客さまのニーズや社会環境等の変化を捉え、商品・サービスを改善します。

## 方針3. お客さまの視点に立った保険募集を行います

当社は、お客さまのニーズに沿った最適な商品・サービスを提供できるよう、適正な保険募集を行います。

- (1) 適切な商品をお選びいただくため、ライフプランやご契約の目的、公的保険制度等を総合的に勘案し、ご意向を踏まえた提案を行います。
- (2) 商品内容および投資性商品に関するリスク等を含む商品特性やその商品を提案する理由について、十分理解いただけるよう、わかりやすく丁寧に説明します。

## 方針4. お客さまの大切なご契約を適切に管理します

当社は、お客さまの情報も含め、大切なご契約を適切に管理します。

- (1) ご加入後も、ご契約内容の確認や各種情報提供等のアフターフォローを定期的・継続的に行います。
- (2) ご加入後のお手続きについて、利便性向上に取り組みます。
- (3) お預かりした保険料について、財務の健全性に留意した資産運用を行います。

## 2026年度 お客さま本位の業務運営に関する方針 2/2

### 方針5. 保険金・給付金等を迅速かつ適切にお支払いします

当社は、保険金・給付金等を迅速・適切にお支払いするために、お客さまへのわかりやすい説明と事務態勢の構築・利便性向上に取り組みます。

- (1) 保険金・給付金等をもれなくお支払いするために、ご契約内容について定期的を確認いただくよう取り組みます。
- (2) 保険金・給付金等をわかりやすく簡便な手続きでお支払いできるよう取り組みます。

### 方針6. お客さまの利益を不当に害さないよう適切に業務を行います

当社は、お客さまの利益を不当に害さないことに高い意識と価値観を持ち、適切な業務運営を行います。

- (1) 保険業法だけでなく、業務に関連する法令を十分に理解し、あらゆる場面で遵守します。
- (2) お客さま全体の利益を守るべく、不正請求や過当要求に対して毅然として対応します。
- (3) 利益相反のおそれがある取引を適切に管理します。

### 方針7. お客さまの声を業務運営の改善に活かします

当社は、お客さまの声に対し迅速・適切な対応を行います。

- (1) より多くのお客さまの声を収集します。
- (2) お客さまの声に基づき、真摯に業務改善に取り組みます。

### 方針8. 「お客さま本位」の企業文化を醸成します

当社は、法令遵守にとどまらない高い倫理観のもと、社員・代理店への教育等を通じて「お客さま本位」の企業文化を醸成します。

## 2026年度 お客さま本位の業務運営に関するK P I について

- 当社では、お客さま本位の業務運営に関する取組状況を評価するためのK P I を定め、取組みを進めています。
  - ・2026年度は、契約・支払時に、アフターフォロー時に加え、お客さまとの各接点におけるプロセス全体へのお客さまの評価を表す指標（⑤～⑦）を取り入れるなど、右記の7指標に見直します。
  - \* ②～⑦は当社が実施する「お客さまWebアンケート」の該当する質問の結果を集計しています。
  - \* 「当社のN P S※」は、お客さまWebアンケートの「当社をどの程度ご家族や友人にお勧めしたいと思えますか」の質問に対する11段階の評価結果から、次の算式で算出した指標です。  
[推奨者の割合（9～10評価）] - [批判者の割合（0～6評価）]  
※N P Sは、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

### 2026年度お客さま本位の業務運営に関するK P I

- ① お客さまの数（保有契約件数）
- ② 当社のN P S
- ③ 当社の商品・サービスへの満足度
- ④ 代理店・募集人の対応・サービスへの満足度
- ⑤ ご契約加入時の満足度
- ⑥ 契約後のアフターフォロー満足度
- ⑦ 給付金等お支払時の満足度

## 「お客さま本位の業務運営に関する方針」および取組状況と 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係について

当社方針および当社方針に基づく取組状況と、金融庁の原則2～7および補充原則との対応関係は右表のとおりです。

2026年度以降も引き続き当社方針に基づき、お客さま本位の業務運営に取り組んでまいります。

- 金融庁の原則には、各原則に付されている（注）を含みます。
- 原則5（注2）、原則6（注2）および補充原則4（注3）については、当社において該当する商品・サービスの取扱いがないため、当社方針および取組みの対象としておりません。
- 金融庁の原則の詳細につきましては、金融庁ホームページにてご確認ください。（<https://www.fsa.go.jp>）

金融庁の原則	当社方針および当社方針に基づく取組状況
原則2	方針1、3、4、5、7、8
原則3	方針6
原則4	方針3
原則5	方針3
原則6	方針2、3、4
原則7	方針8
補充原則1～5	方針2、方針4



# 2025年度の取組み

# 2025年度 お客さま本位の業務運営に関する方針 1/2

方針	ページ
<p><b>方針 1. 行動指針として掲げる5つのバリューを活動の原点におき、「お客さま本位」の業務運営を行います</b> 当社は、行動指針として掲げる5つのバリュー※を常に意識し、コンプライアンスと一体で「お客さま本位」の業務運営を行います。 また、社会環境の変化に対応するとともに、ご高齢のお客さまを含むあらゆる世代のお客さまや障がいのあるお客さま等、一人ひとりのお客さまに寄り添った業務運営を行います。 ※5つのバリュー：お客さま第一、誠実、チームワーク、革新、プロフェッショナリズム</p>	P.9~
<p><b>方針 2. お客さまにご満足いただける商品・サービスを開発します</b> 当社は、お客さまにご満足いただけるよう、お客さまのニーズに沿った商品・サービスの開発・改善に取り組みます。 (1) ニーズを的確に把握し、社会環境の変化や健康志向の高まり等に迅速かつ柔軟に対応した、社会課題解決に資する商品・サービスを開発します。 (2) わかりやすく、ご満足いただける商品・サービスを開発します。 (3) 商品発売後も継続的に商品・サービスの改善に取り組みます。</p>	P.11~
<p><b>方針 3. お客さまの視点に立った保険募集を行います</b> 当社は、お客さまのニーズに沿った最適な商品・サービスを提供できるよう、適正な保険募集を行います。 (1) 適切な商品をお選びいただくため、ライフプランやご契約の目的、公的保険制度等を総合的に勘案し、ご意向を踏まえた提案を行います。 (2) 商品内容および投資性商品に関するリスク等を含む商品特性やその商品を提案する理由について、十分理解いただけるよう、わかりやすく丁寧に説明します。</p>	P.15~
<p><b>方針 4. お客さまの大切なご契約を適切に管理します</b> 当社は、お客さまの情報も含め、大切なご契約を適切に管理します。 (1) ご加入後も、ご契約内容の確認や各種情報提供等のアフターフォローを定期的・継続的に行います。 (2) ご加入後のお手続きについて、利便性向上に取り組みます。 (3) お預かりした保険料について、財務の健全性に留意した資産運用を行います。</p>	P.19~

## 2025年度 お客さま本位の業務運営に関する方針 2/2

方針	ページ
<b>方針5. 保険金・給付金等を迅速かつ適切にお支払いします</b> 当社は、保険金・給付金等を迅速・適切にお支払いするために、お客さまへのわかりやすい説明と事務態勢の構築・利便性向上に取り組みます。 (1) 保険金・給付金等をもれなくお支払いするために、ご契約内容について定期的に確認いただくよう取り組みます。 (2) 保険金・給付金等をわかりやすく簡便な手続きでお支払いできるよう取り組みます。	P.21~
<b>方針6. お客さまの利益を不当に害さないよう適切に業務を行います</b> 当社は、お客さまの利益を不当に害さないことに高い意識と価値観を持って、適切な業務運営を行います。 また、利益相反のおそれのある取引を適切に管理します。	P.23~
<b>方針7. お客さまの声を業務運営の改善に活かします</b> 当社は、お客さまの声に対し迅速・適切・真摯な対応を行います。 また、より多くのお客さまの声を集め、お客さまの満足度向上に向けた業務改善に真摯に取り組みます。	P.24~
<b>方針8. 「お客さま本位」の風土を醸成します</b> 当社は、法令遵守にとどまらない高い倫理観のもと、「お客さま本位」の価値観が企業文化としてより一層定着するよう、社員・代理店への教育等を通じて「お客さま本位」の風土を醸成します。	P.26~
<b>&lt;参考資料&gt; お客さま本位の業務運営に関する方針に基づく取組み(詳細版)</b>	P.27~

# 方針1

## 行動指針として掲げる5つのバリューを活動の原点におき、「お客さま本位」の業務運営を行います

### 「お客さま本位」の業務運営 全社的取組みおよび取組状況の公表

- 保険事業の社会性・公共性を原点に、お客さまに安心と満足をお届けするため、MS&ADインシュアランスグループが掲げる「経営理念（ミッション）」「経営ビジョン」「行動指針（バリュー）」のもと、代理店とともに最高品質の商品・サービスを提供することに全社員で取り組んでいます。
- 「お客さま本位の業務運営に関する方針」を策定し、年度ごとに見直しをしたうえで取締役会で決議しています。お客さま本位の業務運営とコンプライアンスの推進・徹底の取組みや課題について「お客さま本位・コンプライアンス委員会」を設け協議・調整を行うとともに、経営会議・取締役会に付議しています。
- 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づいた全社プログラムを作成し、社内の各組織で年度計画を策定して取組みを進めています。取組状況は社内各組織で年2回振り返りを行い、得られた取組みの評価・課題を踏まえ、全社プログラムや各組織の計画を見直しています。



## 行動指針として掲げる5つのバリューを活動の原点におき、「お客さま本位」の業務運営を行います

### お客さま本位の業務運営に関する取組状況を評価するための指標

- お客さま本位の業務運営に関する取組状況を評価するため、次の5指標を定め、取組みを進めました。

指標名	2025年度	2024年度	2023年度	算出方法等
① お客さまの数 (保有契約件数)	407.7 万件	406.3 万件	403.1 万件	
② 当社の商品・サービスへの満足度	96.7%	97.5%	89.1%	お客さまWebアンケートのお客さま満足度4段階の回答選択肢のうち、「満足」「どちらかといえば満足」の回答割合
③ 代理店・募集人の対応・サービスへの満足度	94.9%	91.2%	90.6%	
④ 新契約成立日数	申込日の翌日から契約が成立する日までの営業日数			
※1 ④ ・告知書扱 ・無選択扱 ・上記以外	5.3日	5.1日	5.4日	<告知書・無選択扱> お申込みの際に健康状態を告知いただくだけの場合、または健康状態の告知が不要な場合
	7.6日	7.5日	7.4日	
※2 ⑤ 保険金等 支払所要日数	4.8日	3.3日	3.6日	お客さまから保険金・給付金請求書類を会社・代理店が受け付けた日から着金日までの営業日数の平均値

※1 ④の新契約成立日数は、成立までの工程が多い死亡保障商品の販売件数が増えたため、成立日数は増加しました。こうした状況を踏まえ、迅速な成立処理が可能なペーパーレスでの申込手続の推奨や、申込手続の簡素化等により、所要日数の短縮に努めてまいります。

※2 ⑤の保険金等支払所要日数は、お客さまの多様なニーズや環境の変化に対応するため商品ラインナップを拡充していることに伴い、ご請求件数は年々増加し、お支払手続きにお時間をいただく状況が発生したことにより、支払所要日数は増加しました。こうした状況を踏まえ、支払態勢の強化や、支払業務の自動化に取り組み、現在は改善傾向にあります。今後も引き続き所要日数の短縮に努めてまいります。

## お客さまニーズに沿った商品の開発（1/2）

- 当社は、2011年10月の創立以来、保険募集から保険金・給付金等のお支払いまで、お客さまに安心してご契約いただけるかという点を十分に検証したうえで商品・サービスを開発してきました。具体的には次の取組みを行っています。
  - ・商品開発においては、お客さまにより良い商品・サービスを提供するための理念を明示し、開発方針および手順を定めています。実際の開発は、そうした方針・手順に沿って、経営陣・社内関連部署とも論議を重ねながら進めています。
  - ・開発する商品の販売対象として、加入目的や加入ニーズなどの適切な想定顧客属性を特定したうえで開発工程を進めており、想定顧客属性は商品発売と合わせて研修等で社員・募集人に周知しています。
  - ・商品発売後も実際に加入いただいたお客さま属性の分析やお客さまの声の収集等を継続的に実施し、開発工程段階における想定顧客属性等との比較検証等を行うことにより、お客さまニーズに沿った、より良い商品の開発・改善に取り組んでいます。
- ガン治療の多様化を踏まえて、公的医療保険制度の対象とならない自費診療、セカンドオピニオンおよびガン遺伝子パネル検査にかかる費用の保障などを拡充した「&LIFE 医療保険Aセレクトup」、「&LIFE 医療保険Aセレクトup引受緩和型」を発売しました。
- 企業等の団体のお客さまには、福利厚生制度（弔慰金・死亡退職金等）の円滑な運営を支える死亡保障商品等をご提供しています。



## お客さまの声※

- 保険料や保障内容など、さまざまな選択肢が用意されており、妊娠中でも加入できてとても助かりました。
- 初めて介護保険に加入しましたが、軽度の介護も保障されており、希望に合った商品が見つかって嬉しかったです。



※「お客さまの声」は、アンケート等で実際に当社に寄せられた声から選択して掲載しています。（以下同じ）

# お客さまにご満足いただける商品・サービスを開発します

## お客さまニーズに沿った商品の開発（2/2）

当社主力商品・商品概要

<p>スマート &amp;LIFE ガン保険S セレクト (2022年11月発売)</p>	<p>ケア &amp;LIFE 介護保険C セレクト (2024年3月発売)</p>	<p>ワイド &amp;LIFE 収入保障Wセレクト &amp;LIFE 総合収入保障Wセレクト &amp;LIFE 暮らしの応援ほけんWセレクト (2025年3月発売)</p>	<p>エース &amp;LIFE 医療保険A セレクトup (2026年3月発売)</p>	<p>エース &amp;LIFE 医療保険A セレクトup引受緩和型 (2026年3月発売)</p>
<p>ガン診断給付を主契約とする型やガン保険料払込免除特約を新設し、お客さま一人ひとりの状況やニーズに合った治療方法の選択が重要なガンに対応した商品</p>	<p>多くの方が不安に思う「介護」に対して加入を検討いただきやすいよう、5つの主契約の型から、お客さまごとに必要な保障内容を選択いただける商品</p>	<p>支払事由の改定による保障範囲の拡大およびわかりやすさの向上に加えて、入院・在宅医療による短期の就労不能への備えを充実させる「（短期）継続入院・在宅医療サポート給付金」、メンタル疾病へのリスクへの備えを充実させる「ストレス・メンタル疾病サポート特則」を新設し、幅広い層のお客さまのニーズに対応した商品</p>	<p>従来商品から保障範囲を拡充するとともに、ガンの自費診療やガン遺伝子パネル検査の保障などを新設し、多様化するお客さまのニーズに幅広く対応した商品</p>	<p>健康に不安がある方もご加入いただきやすく、充実した保障内容・特約をご用意した商品</p>
		 <p>&amp;LIFE暮らしの応援ほけんWセレクト</p>		

方針1  
方針2  
方針3  
方針4  
方針5  
方針6  
方針7  
方針8  
参考資料

# お客さまにご満足いただける商品・サービスを開発します

## お客さまのお役に立つサービスの充実（1/2）

- 身近ですぐに役立つ健康情報や最新の医療情報について「わかりやすくお伝えすること」、お客さまが望まれる治療について「備えのお手伝いをする」とは、生命保険会社の大切な社会的使命であると考え、各種情報提供を行っています。



健康情報や医療情報をお伝えする活動	
からだケアナビ	身近な健康情報を閲覧できる情報発信型Webサイトです。
先進医療.net	先進医療や最新の医学情報を閲覧できる情報発信型のWebサイトです。
先進医療ナビ	先進医療の基礎知識、先進医療技術や実施医療機関を調べることができる情報検索型のWebサイトです。
セミナー開催等	健康・医療をテーマとしたセミナーの開催、認知症・介護、がん、循環器病等に関するお客さま向け資料を作成し、代理店や社員を通じてお届けしています。



- 上記に加えて、2026年3月発売の「& L I F E 医療保険 A<sup>エス</sup>セレクトup」「& L I F E 医療保険 A<sup>エス</sup>セレクトup 引受緩和型」の特約である「ガン特定診療特約」専用のサービスとして、特定病院の検索ができるWebサイト「ガン特定病院検索ナビ」、がんの治療に関する情報提供を行う電話相談サービス「ガン特定診療相談デスク」を新設しました。

## お客さまにご満足いただける商品・サービスを開発します

### お客さまのお役に立つサービスの充実（2/2）

- 保障前後の「予防・早期発見」「重症化・再発予防・生活サポート」等を支える先進的なヘルスケアサービス「MSAケア」をご契約加入時やアフターフォロー等の際にお客さまにご案内しています。また、LINE公式アカウントやメール等を用いて、お客さまにMSAケアのサービス等、有効な情報提供を定期的に行っています。例えばMSAケアでは、次のようなサービスをご利用いただけます。



予防・早期発見	撮るだけ健康チェック <sup>プラス</sup>	健康診断結果をスマホ等のカメラにかざすことで、健康年齢や三大疾病・八大疾病入院リスクをチェックできます。
	MCIスクリーニング検査 <sup>プラス</sup>	少量の採血で軽度認知障害（MCI）のリスクを調べることができるスクリーニング検査です。
	マイグナル・スキャン	尿中のマイクロRNAを活用した自宅で受けられる高精度ながんリスクのスクリーニング検査です。
重症化・再発予防・生活サポート	配食サービス	健康管理や介護等、ライフスタイルによって選択できる3種類の配食・食材宅配サービスをご紹介します。
	スマルナ	月経トラブルのための低用量ピルの相談から診察・処方まで、スマホでできるオンラインピル処方サービスです。
相談サービス	満点生活応援団	健康・医療、暮らしに関するさまざまなお相談にお応えします。
	介護すこやかデスク	介護・認知症に関するお悩み、ご相談にお応えします。



#### お客さまの声

満点生活応援団

すい臓がんのステージ2で病院探しに苦慮していて、満点生活応援団の電話相談を利用しました。スピーディーで親切かつ的確なアドバイスと納得感のある回答がもらえました。



## お客さまにふさわしい商品・サービスを選択いただくための取組み

- お客さまに、保険商品を十分に理解していただき、そのうえで契約していただけるように、商品パンフレットや契約概要・注意喚起情報の作成にあたっては、次のとおり取組みを進めています。
  - お客さまのニーズに対して、公的保険制度を踏まえ、保険商品でどのような解決策をご提供できるかを容易に理解いただけるよう、図表、イラスト等を適宜利用して商品パンフレットを作成しています。また、ご高齢のお客さま等の見やすさの観点からレイアウト、文字サイズにも配慮しています。
  - それぞれの商品がどのような保障を希望されているお客さまにお勧めするものであるかについて明記し、お客さまに適切な商品をご選択いただけるようにしています。
  - 重要事項説明書類である契約概要・注意喚起情報の作成にあたっては、クーリング・オフ、健康状態等の告知、保険金等をお支払いできない場合、解約等の特に重要な情報については、赤太字にするとともに、色覚障がいをお持ちの方等への配慮のため、下線を付けることで、お客さまの注意を促すようにしています。
  - 関係法令や生命保険協会の各ガイドライン、社内の募集文書マニュアル等にのっとり、お客さまにとってわかりやすく、また誤解を招く表現とならないよう留意し、さらに募集文書審査部門のチェックを受けた上で作成するとともに、お客さまの声等を踏まえて随時見直しを行っています。
- 団体保険において、企業等の団体がその役職員に対して加入をお勧めする場合にも、加入者となるお客さまのご意向に沿った保障内容となっていることを、文書等の配付によりお客さまご自身で確認いただけるようにしています。

## 商品・サービスをわかりやすくご理解いただくための取組み

- 社員および代理店・募集人に対し年度を通じた計画的な研修を実施しています。社員に対しては入社年次や役職・役割区分等の階層、代理店・募集人に対しては知識、コンサルティングのレベルに応じた研修や学習コンテンツを提供しています。情報提供を中心とした提案により、お客さまの属性を勘案した、最適な提案と商品提示ができるよう、代理店・募集人に対して継続して教育を実施しています。
- お客さまに保険の必要性や契約お手続きをご理解いただくための動画をご用意しています。担当者が動画の提供前後に補足説明を行う等の工夫を加え、非対面でもわかりやすくお伝えすることに取り組んでいます。
- 公的保障に関して適切な説明ができるよう、お客さまへの情報提供や提案時の補助ツールとして、公的医療保険、公的介護保険、公的年金など、公的保障の内容をわかりやすく1冊にまとめた「いざというときに困らない公的保障ガイド」を作成しました。

## ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまへの対応

- ご高齢（満70歳以上）のお客さまへの保険募集に際しては、ご家族の方にも同席をお願いしています。理解いただきやすい言葉で丁寧に説明したうえで、お客さまのご意向を正確に把握・確認するように努めています。
- 障がいをお持ちのお客さまには、どのような対応をご希望されているのかを把握したうえで、障がいの状態等に配慮した適切な対応を行っています。

## 契約手続きの利便性を高める取組み

- 募集人のタブレットやパソコン端末でお申込手続きができる「生保かんたんモード※」をご用意しています。お申込みの際、お客さまに健康状態に関する告知の査定結果（引受条件）をその場でご案内することや、必要書類を画像送信により提出いただけることなど、利便性の向上に努めています。

※「生保かんたんモード」とはタブレット型端末等を活用してペーパーレスで契約手続きを完結する仕組みです。

- お客さまの利便性向上を目的に、Web会議システムを活用した募集（Web面談募集）や、インターネットでお申込みが完結するネット完結募集システム「&LIFE e-Net」など、複数の非対面募集に対応しています。

ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまへの対応

- 「生保かんたんモード」には、音声ガイド機能が備わっており、手続画面の説明を音声で読み上げることが可能なため、ご高齢のお客さま・視覚に障がいをお持ちのお客さまにも安心してお手続きいただけます。

## 外貨建保険等の適切な募集に向けた取組み

- 当社は三井住友海上プライマリー生命保険株式会社（以下「プライマリー生命社」）より委託を受け、外貨建保険を中心としたプライマリー生命社の商品を販売しています。お客さまの資産状況や投資経験等を把握し、リスク等に関する情報を提供した上で適切な提案が行われるよう、次のような取組みを行っています。

- 業界共通資格「外貨建保険販売資格試験」「変額保険販売資格試験」に合格したうえで、当社所定の研修を受講した募集人のみを販売可能としています。
- 販売研修では、商品特性および該当する顧客ニーズ・顧客層の指導を実施しています。また、類似商品との比較のための研修資料を用意し、お客さまにわかりやすい説明・情報提供が行われるよう指導しています。
- 高齢者や投資未経験などのお客さまには、より丁寧な説明を心掛け、特に高齢者のお客さまに対しては、モニタリングを実施し、正しい説明が行われていたかどうかを確認しています。
- お客さまにより良い商品が提供できるよう、上記のモニタリング結果やお客さまの苦情等について、プライマリー生命社に情報連携しています。

## 募集体制を強化する取組み

- 生命保険募集に際しては、お客さまのご意向を丁寧に確認し、ご意向に沿った商品を提案するとともに、商品内容や重要事項をわかりやすく説明するよう、代理店とともに取り組んでいます。具体的には、「募集コンプライアンスマニュアル」に明記し、継続教育制度等で代理店に周知するなどの取組みを行っています。
- 代理店の規模・特性に応じた適正な募集体制確保に向け、代理店との丁寧な対話による課題解決に継続的に取り組んでいます。特に、複数保険会社の保険商品を販売する代理店が、お客さまに当社の商品を不適切に推奨することを防ぐために、当社社員が代理店に過度に便宜を図ることがないように教育を行っています。  
また、保険業法等改正の趣旨や目的を踏まえ、過度の便宜供与の禁止等、代理店との適切な関係性構築に向けた留意事項に関するマニュアルを新設・改定し、社員および代理店へ徹底することで、募集品質向上に努めています。
- お客さまからお預かりした金銭を詐取するような不正行為が発生しないよう、代理店・直販社員の業務における重要な予兆やお客さまからの苦情を分析し、継続的にモニタリングを行う仕組みを構築しています。  
また、お客さまが被害に遭われることがないよう、金銭詐取の可能性のある手口として特にご注意いただきたい事例を公表しています。  
[https://www.msa-life.co.jp/pdf/sagi\\_chuui.pdf](https://www.msa-life.co.jp/pdf/sagi_chuui.pdf)  
さらに、2026年8月より「ご契約内容のお知らせ」に「詐欺等の金融犯罪への注意喚起チラシ」を同封する予定です。
- お客さまが安心してご契約手続きいただけるよう、代理店・直販社員に対する日常的な活動状況管理を実施するとともに、不適切事案発生防止の風土醸成と浸透を図っています。また、その取組状況等を当社オフィシャルサイトに公表しています。

## ご契約後のアフターフォローに関する取組み

- アフターフォロー活動を「お客さまに加入目的と保障内容をご確認いただくとともに、お役に立つ情報を提供することで、長期にわたって安心いただき、その結果、新たなお客さまとの関係構築につながる代理店の基本活動」と位置づけ、社員・代理店教育に取り組んでいます。
- お客さまに年1回「ご契約内容のお知らせ」（加入いただいている生命保険商品の内容等をお知らせする通知）をお送りしています。
- 高齢化社会の進展を踏まえ、ご契約者さまとご親族さまに契約後の安心をご提供できるよう、「代理請求特約」※1や「家族Eye（親族連絡先制度）」※2をご用意しています。また、これらの特約や制度を「ご契約内容のお知らせ」に掲載し、定期的にご案内しています。

## ご高齢のお客さまへの対応

- ご高齢のお客さま※3には、各種ご案内の確実なお届けや、保険金・給付金の請求漏れ防止のため、「ご契約内容のお知らせ」に返信用ハガキを同封し、連絡先の変更有無、未請求の保険金・給付金の有無等を回答いただく取組みを実施しています。

## お客さまの情報の適切な管理に関する取組み

- お客さまの情報を適切に管理し、情報漏えいを防止するため、次の取組みを行っています。
  - ・ 情報管理規程や会社情報管理規程等を定め社員や代理店へ周知徹底しています。
  - ・ 社員・代理店における個人情報保護法等の正しい知識の習得に向け、研修やeラーニングを実施し、情報管理リテラシーの向上を図っています。

※1 「代理請求特約」とは、ご契約者さまや保険金等の受取人さまが認知症や病気・ケガで寝たきりになるなど、意思表示ができないときに備え、受取人さまに代わってご指定の代理人の方が保険金等をご請求・お受取りができる制度です。

※2 「家族Eye（親族連絡先制度）」とは、ご契約者さまが保険契約に関する連絡先として、ご親族の方を登録いただく仕組みです。ご契約者さまと連絡がつかない場合等に、ご親族の方にご契約者さまの所在をお伺いすることで、当社からの重要な案内を確実にお届けできます。

※3 被保険者の満年齢が75歳・80歳・85歳および90歳以上の個人契約のお客さま

## ご契約後のお手続きの利便性を高める取組み

- 「お客さまサービスセンター」では、コミュニケーターへの定期的な電話対応指導を行うことでお客さまへ迅速かつ正確、丁寧な対応に努め、電話のつながりやすさや対応品質を向上させています。
  - 電話以外でも当社オフィシャルサイト上で、24時間365日お客さまの好きな時間に待ち時間なく質問項目を選択して回答を表示するチャットボットのメニュー追加、インターネットでのお問い合わせの受付など、お客さまの利便性向上にも取り組んでいます。
  - 総合福祉団体定期保険の被保険者異動の際に、ペーパーレスでお手続きいただけるWebシステム「総合福祉団体定期保険WORKS」をご提供しています。
- ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまへの対応
- ご高齢のお客さまが不自由なくお問い合わせいただけるよう、専門のコミュニケーターにつながる「シニア専用ダイヤル」をご用意しています。
  - 耳やことばの不自由なお客さまから手話や筆談でお問合せいただける「手話通訳サービス」をご提供しています。
  - 障がいをお持ちのお客さまには、ご家族の代筆で、お手続きができるようにしています。
  - 視覚に障がいをお持ちのお客さまからご要望があった際には、点字による「ご契約内容のお知らせ」をご提供しています。



## お客さまの声

- ちょっとした手続きであればWebサービスで簡単にできることがわかりました。担当の方をお願いするだけでなく、手続き内容に合わせて選択肢が増えてよかったです。
- シニア専用の電話番号に連絡すると、担当者の方が非常に丁寧に理解しやすく説明してくださいました。



## 保険金・給付金等を迅速・適切にお支払いするための取組み（1/2）

- 保険金・給付金等の支払査定要員の増強や人財育成の強化、自動支払査定システムの高度化等により、お客さまへ速やかに保険金・給付金等をお支払いするための組織態勢の構築に取り組んでいます。
- 保険金・給付金等をもれなくお支払いするために、「ご契約加入時」「保険契約期間中」「保険金・給付金等のご請求受付・案内時」「満期保険金・年金等の支払期日到来時」「ご契約失効時およびご契約の復活請求可能な期間中」の各段階において、保険金・給付金等のお支払いができる場合について十分にご説明するなど、お客さまごとに適切にわかりやすいご案内に努めています。
- お客さまからの請求のご連絡は、当社オフィシャルサイトやAIによる「自動音声応答サービス」、お客さまサービスセンター等で承っており、お客さまサービスセンターでは、専門スタッフが請求からお支払いまでの流れや、お支払いできる可能性のある保険金・給付金等についてご説明し、請求手続きをサポートしています。請求の受付後は、請求手続きに必要な書類を契約や請求の内容に応じて作成し、お送りしています。
- 請求手続きに必要な書類をお送りした後、一定期間経過しても請求のないお客さまには、請求手続きをお忘れではないか、定期的に確認を行っています。
- 書面で保険金・給付金等の請求手続きをいただいたお客さま向けに、請求書類の到着時、支払手続きの完了時など手続き状況に応じたご案内をショートメッセージで通知するサービスを導入し、お客さまへ手続き状況をタイムリーにお知らせしています。
- インターネットでの請求手続きサービスを導入することで、お客さまが時間・場所を選ばずWebサイト上で請求手続きを完結することができる仕組みを構築しています。
- お客さまの負担軽減のため、先進医療給付金を当社から医療機関へ直接お支払いするサービスを、2026年3月末現在「陽子線治療」「重粒子線治療」の先進医療を実施している26の医療機関で実施しています。
- 保険金・給付金等の請求に際して提出いただく書類の見直しや、必要書類の簡素化を進めるなど、お客さまの利便性向上に努めています。

## 保険金・給付金等を迅速・適切にお支払いするための取組み（2/2）

ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまへの対応

- 請求書類に同封する案内冊子「保険金・給付金等ご請求手続きかんたんガイド」に、冊子の内容を音声や手話動画（字幕付き）で解説する機能を搭載しており、ご高齢のお客さまや視覚・聴覚に障がいのあるお客さまにご利用いただけます。
- ご高齢のお客さまが不自由なくお問い合わせいただけるよう、専門のコミュニケーターにつながる 保険金・給付金等専用の「シニア専用ダイヤル」をご用意しています。



## お客さまの声

- 加入から少し経ってガンが見つかり手術することになりました。若いからと加入を迷ったこともありましたが、加入して本当に良かったと実感しています。
- インターネットでの請求手続きはわかりやすく、すぐに給付金が振り込まれました。手続きの状況は、ショートメッセージと後日書類で確認でき、内容的確でわかりやすく良かったです。



## お客さまの利益を不当に害さないための取組み

- お客さま本位の業務運営や、コンプライアンスに抵触しかねない事象に関する社員の感度を高め、気づいた社員が声を上げやすい企業風土を醸成するため、社員研修の実施や営業部門において定期的に職場ミーティングを実施する等の取組みを進めています。
- 職場ミーティングでの意見のモニタリングや、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体制を強化しています。収集したリスク予兆については、関連部で共有・協議し、対応を検討しています。
- お客さま全体の利益ならびに社員の安全性の確保を目的に、過度な要求や、社員に対する暴力、繰り返しの暴言・脅迫等を「悪質クレーム」と規定し、発生した際の対応要領を定め、組織的に毅然とした対応を行うこととしています。

## 利益相反取引の適切な管理に向けた取組み

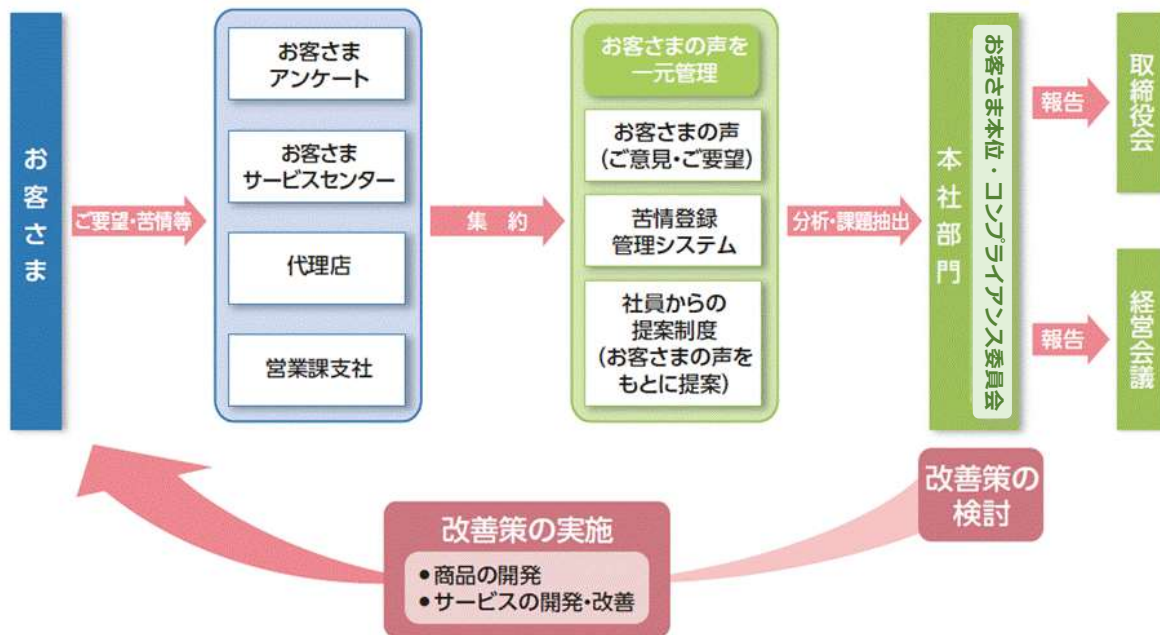
- 当社は、お客さまの利益を不当に害さないよう、利益相反管理統括部署を定め、方針・規程・マニュアルに基づき適切に把握・管理しています。また、社員への教育を定期的に実施し、徹底を図っています。
- 複数の保険会社の保険商品を販売する代理店は、取扱商品の中から特定の商品を提示・推奨する際には、お客さまの最善の利益を考え、お客さまに推奨理由をわかりやすく説明しなければならないこと等を「募集コンプライアンスマニュアル」に明記し、代理店に周知・徹底を図って、お客さまの利益を不当に害さないよう努めています。

## お客様の声を業務運営の改善に活かします

### お客様の声に基づく改善取組み

- 当社は、全社員がお客様の声を真摯に受け止め、商品・サービスの開発・改善に活かすため、次のような仕組みを整えて取り組んでいます。社員のお客様対応について「お客様の声対応方針」を定め、あらゆる局面において、迅速・適切な対応を行うこととしています。また、苦情については国際規格に適合した苦情対応マネジメントシステムを構築しています。

＜お客様の声活用のフロー＞



- お客様の声を集め品質向上につなげるため、お客様Webアンケートのご案内のお客様宛送付（ご契約内容のお知らせ、各種書類への同封）や、お客様Webサービス上での回答案内、LINE公式アカウントでの発信、代理店からのご案内により、回答数の向上に取り組んでいます。また、お客様からアンケート等にお寄せいただいたおほめ・感謝の声を抜粋して、当社オフィシャルサイトに掲載しています。
- お客様サービスセンターで集めた質問やご意見をお客様の声として定期的に分析し、お客様向けのサービス改善に活かしています。

# お客様の声を業務運営の改善に活かします

## お客様の声に基づく改善事例



お客様の声

モバイル決済で保険料を支払えるようにしてほしい

改善内容

保険料のお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・契約者貸付のご返済等において、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、お客様の多様なニーズに対応できるようにしました。（2025年8月）



お客様の声

クレジットカード情報を郵送した際に、会社に届いたかどうか確認できるようにしてほしい

改善内容

お客様から当社に「生命保険料 クレジットカード支払申込書（新契約用）」を送付いただく際に、配達状況を確認できる特定記録郵便をご利用いただけるようにしました。（2025年11月）



お客様の声

郵送されるご契約内容のお知らせをWebでも確認したい

改善内容

お客様Webサービスに登録済みの個人契約のお客様は、毎年当社から郵送する「ご契約内容のお知らせ」をWeb上でも確認いただけるようになりました。  
また、Web上でそのまま住所変更等、所定の手続きをしていただくことも可能です。（2025年8月）



お客様の声

保険金・給付金請求時の必要書類の提出基準を簡略化してほしい

改善内容

保険金・給付金等請求時の必要書類について、公的書類（戸籍謄本、住民票、印鑑証明書等）の提出基準を緩和しました。（2026年2月）

## 企業風土の定着に向けた取組み

- 営業部門・本社部門がそれぞれお客さま本位とコンプライアンスの業務運営を一体で取り組むための年間計画を策定し、年2回各部門が取組状況を振り返り、評価を行うことで全社的なPDCAのサイクルを実行しています。

- 営業部門では、お客さま本位の業務運営、コンプライアンス、品質向上に資する情報共有・行動改善の場として、お客さま目線で日々の業務を振り返り、何に取り組むべきかを話し合う「お客さま本位ミーティング」を原則週1回実施しています。

また、お客さま等のステークホルダーの視点や社会規範、当社グループの行動指針・行動基準に照らして違和感を感じた当社の活動がないか、「お客さま本位ミーティング」の中で毎月話し合いを行うこととしています。

- 入社年次や役職・役割区分別の社員研修のカリキュラムにお客さま本位の業務運営に関するテーマを取り入れ、「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組みの意義や背景・内容を十分に理解したうえで、日常活動の中で意識して取り組めるよう研修を実施しています。

- 全社員を対象に上司・部下が面接で「組織の環境や本人適性等に即した期待する役割」と「具体的な役割行動基準」をすり合わせ、上司が日常業務においてその実践を支援する「役割発揮面接制度」を実施しています。また、各役割区分に求める「役割行動基準」に「お客さま本位（常にお客さまの安心と満足のために行動している）」の項目を設定した上で、「お客さま本位」の行動等に対して、年間3回の面接等を通じて上司が部下にアドバイスをする体制としています。

また、マネジメント層の行動指針である「マネジメントスタイル」や「役割行動基準」には、「お客さま本位の業務運営」の考え方を組織運営に活かすことや、部下に実践させることも含まれており、これらをマネジメント層に対する考課の評価軸の一つとしています。

- 「代理店品質認定制度（LQ制度）」の評価項目に「顧客本位の業務運営に関する方針」の策定等に関する項目を設定し、代理店に取組みを促しています。

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 1/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針1. 行動指針として掲げる5つのバリューを活動の原点におき、「お客さま本位」の業務運営を行います</p>	<p>保険事業の社会性・公共性を原点に、お客さまに安心と満足をお届けするため、MS&amp;ADインシュアランスグループが掲げる「経営理念（ミッション）」「経営ビジョン」「行動指針（バリュー）」のもと、行動憲章に「お客さまへの責任」を掲げ、代理店とともに最高品質の商品・サービスを提供することに全社員で取り組んでいます。</p> <p>「お客さま本位の業務運営に関する方針」を策定し、年度ごとに見直しをした上で取締役会で決議しています。お客さま本位の業務運営とコンプライアンスの推進・徹底の取組みや課題について、「お客さま本位・コンプライアンス委員会」を設け協議・調整を行うとともに、経営会議・取締役会に付議しています。</p> <p>「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づいた全社プログラムを作成し、社内の各組織で年度計画を策定して取組みを進めています。取組状況は社内各組織で年2回振り返りを行い、得られた取組みの評価・課題を踏まえ、全社プログラムや各組織の計画を見直しています。</p> <p>消費者志向の考え方や取組方針を表明する「消費者志向自主宣言」を2019年5月に実施しました。</p>
<p>方針2. お客さまにご満足いただける商品・サービスを開発します</p>	<p>当社は、2011年10月の創立以来、保険募集から保険金・給付金等のお支払いまで、お客さまに安心してご契約いただけるかという点を十分に検証したうえで商品・サービスを開発してきました。具体的には次の取組みを行っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品開発においては、お客さまにより良い商品・サービスを提供するための理念を明示し、開発方針および手順を定めています。実際の開発は、そうした方針・手順に沿って、経営陣・社内関連部署とも論議を重ねながら進めております。</li> <li>開発する商品の販売対象として、加入目的や加入ニーズなどの適切な想定顧客属性を特定したうえで開発工程を進めており、想定顧客属性は商品発売と合わせて研修等で社員・募集人に周知しています。</li> </ul>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 2/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針2. お客さまにご満足いただける商品・サービスを開発します</p>	<p>商品発売後も実際に加入いただいたお客さま属性の分析やお客さまの声の収集等を継続的に実施し、開発工程段階における想定顧客属性等との比較検証等を行うことにより、お客さまニーズに沿った、より良い商品の開発・改善に取り組んでいます。</p>
	<p>企業等の団体のお客さまには、福利厚生制度（弔慰金・死亡退職金等）の円滑な運営を支える死亡保障商品等をご提供しています。「無配当総合福祉団体定期保険」に適用可能な保険料割引制度として、「健康経営保険料率※」を導入しています。※「健康経営優良法人制度」により認定を受けた団体（経済産業省認定）専用の割引制度</p>
	<p>身近ですぐに役立つ健康情報や最新の医療情報について「わかりやすくお伝えすること」、お客さまが望まれる治療について「備えのお手伝いをする」とは、生命保険会社の大切な社会的使命であると考え、各種情報提供を行っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・からだケアナビ：身近な健康情報を閲覧できる情報発信型Webサイトです。</li> <li>・先進医療.net：先進医療や最新の医学情報を閲覧できる情報発信型のWebサイトです。</li> <li>・先進医療ナビ：先進医療の基礎知識、先進医療技術や実施医療機関を調べることができる情報検索型のWebサイトです。</li> <li>・セミナー開催等：健康・医療をテーマとしたセミナーの開催、認知症・介護、がん、循環器病等に関するお客さま向け資料を作成し、代理店や社員を通じてお届けしています。</li> </ul> <p>上記に加えて、2026年3月発売の「&amp;LIFE 医療保険<sup>エーエス</sup> Aセレクトup」「&amp;LIFE 医療保険<sup>エーエス</sup> Aセレクトup 引受緩和型」の特約である「ガン特定診療特約」専用のサービスとして、特定病院の検索ができるWebサイト「ガン特定病院検索ナビ」、がんの自費診療やセカンドオピニオン、がん遺伝子パネル検査等の情報提供を行う電話相談サービス「ガン特定診療相談デスク」を新設しました。お客さまがより安心・納得して治療方法や医療機関を選択できるようサポートしています。</p>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 3/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況		
<p>方針2. お客さまにご満足いただける商品・サービスを開発します</p>	<p>保障前後の「予防・早期発見」「重症化・再発予防・生活サポート」等を支える先進的なヘルスケアサービス「MSAケア」をご契約加入時やアフターフォロー等の際にお客さまにご案内しています。また、LINE公式アカウントやメール等を用いて、お客さまにMSAケアのサービス等、有効な情報提供を定期的に行っています。例えば、MSAケアでは以下のようなサービスをご利用いただけます。</p>		
	<p>予防・ 早期発見</p>	<p>撮るだけ健康 チェック<sup>プラス</sup></p>	<p>健康診断結果をスマホ等のカメラにかざすことで、健康年齢や三大疾病・八大疾病入院リスクをチェックできます。</p>
		<p>MCIスクリーニング 検査プラス</p>	<p>少量の採血で軽度認知障害（MCI）のリスクを調べることができるスクリーニング検査です。</p>
		<p>録るだけ認知機能 チェック</p>	<p>軽度認知障害（MCI）のリスクをわずか1分程度で音声によりチェックできます。</p>
		<p>マイシグナル・ スキャン</p>	<p>尿中のマイクロRNAを活用した自宅で受けられる高精度ながんリスクのスクリーニング検査です。</p>
	<p>重症化・ 再発予防・ 生活サポート</p>	<p>配食サービス</p>	<p>健康管理や介護等、ライフスタイルによって選択できる3種類の配食・食材宅配サービスをご紹介します。</p>
		<p>スマルナ</p>	<p>月経トラブルのための低用量ピルの相談から診察・処方まで、スマホでできるオンラインピル処方サービスです。</p>
	<p>相談サービス</p>	<p>満点生活応援団</p>	<p>健康・医療、暮らしに関するさまざまなご相談にお応えします。</p>
		<p>介護すこやかデスク</p>	<p>介護・認知症に関するお悩み、ご相談にお応えします。</p>

方針1  
方針2  
方針3  
方針4  
方針5  
方針6  
方針7  
方針8  
参考資料

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針3. お客さまの視点に立った保険募集を行います</p>	<p>お客さまに、保険商品を十分にご理解いただき、そのうえで契約していただけるように、商品パンフレットや契約概要・注意喚起情報の作成にあたっては、次のとおり取組みを進めています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客さまのニーズに対して、公的保険制度を踏まえ、保険商品でどのような解決策をご提供できるかを容易に理解いただけるよう、図表、イラスト等を適宜利用して商品パンフレットを作成しています。また、ご高齢のお客さま等の見やすさの観点からレイアウト、文字サイズにも配慮しています。</li> <li>・それぞれの商品がどのような保障を希望されているお客さまにお勧めするものであるかについて明記し、お客さまに適切な商品をご選択いただけるようにしています。</li> <li>・重要事項説明書類である契約概要・注意喚起情報の作成にあたっては、クーリング・オフ、健康状態等の告知、保険金等をお支払いできない場合、解約等の特に重要な情報については、赤太字にするとともに、色覚障がいをお持ちの方等への配慮のため、下線を付けることで、お客さまの注意を促すようにしています。</li> <li>・関係法令や生命保険協会の各ガイドライン、社内の募集文書マニュアル等にのっとり、お客さまにとってわかりやすく、また誤解を招く表現とならないよう留意し、さらに募集文書審査部門のチェックを受けた上で作成するとともに、お客さまの声等を踏まえて随時見直しを行っています。</li> </ul> <p>団体保険において、企業等の団体がその役職員に対して加入をお勧めする場合にも、加入者となるお客さまのご意向に沿った保障内容となっていることを、文書等の配付によりお客さまご自身で確認いただけるようにしています。</p> <p>公的保障に関して適切な説明ができるよう、お客さまへの情報提供や提案時の補助ツールとして、公的医療保険、公的介護保険、公的年金など、公的保障の内容をわかりやすく1冊にまとめた「いざというときに困らない公的保障ガイド」を作成しました。</p>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 5/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針3. お客さまの視点に 立った保険募集を 行います</p>	<p>現在、販売している商品の「ご契約のしおり・約款」が、当社オフィシャルサイト内の「Web約款」でいつでもご確認いただけるとともに、もくじ機能によって見たい項目が簡単に表示できます。</p>
	<p>代理店手数料の水準は、当社経営の健全性確保および保険募集の適切性確保に留意して設定し、募集活動の対価として支払っています。このため、代理店手数料の算出基準となる代理店手数料制度は、販売量と業務品質とを評価する内容としています。なお、業務品質については、「募集活動サイクル」の確実な履行等を総合的に評価する「代理店品質認定制度（LQ制度）」や生命保険協会が運営する「業務品質評価運営」と連動しています。</p>
	<p>代理店手数料制度について、お客さまに一層ご理解いただけるよう、「求める代理店像」、「求める代理店像を実現するための代理店手数料制度の考え方」、「具体的な評価項目（品質指標等）」等を記載した冊子を当社オフィシャルサイトに掲載しています。</p>
	<p>社員および代理店・募集人に対し年度を通じた計画的な研修を実施しています。 社員に対しては入社年次や役職、役割区分等の階層、代理店・募集人に対しては知識、コンサルティングのレベルに応じた研修や学習コンテンツを提供しています。また、情報提供を中心とした提案により、お客さまの属性を勘案した最適な提案と商品提示ができるよう、代理店・募集人に対して継続して教育を実施しています。</p>
	<p>当社社員の社外出向については、「便宜供与」「比較推奨販売の歪み」等のリスクを排除することを目的に、方針を検討・策定のうえ、運営をしています。</p>
	<p>総合福祉団体定期保険について、お客さま専用サイトから手続書類をダウンロードしてご利用いただけるようにしています。</p>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 6/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針 3. お客さまの視点に 立った保険募集を 行います</p>	<p>募集人のタブレットやパソコン端末でお申込手続きができる「生保かんたんモード」をご用意しています。お申込みの際、お客さまに健康状態に関する告知の査定結果（引受条件）をその場でご案内することや、必要書類を画像により提出いただけることなど、利便性の向上に努めています。お申込みいただいた契約が1日でも早く成立するよう、ペーパーレス手続きの機能改善と利用推進に継続的に取り組んでいます。</p>
	<p>「生保かんたんモード」では、手続き画面の説明を音声で読み上げることが可能なため、ご高齢のお客さま・視覚に障がいをお持ちのお客さまにも安心してお手続きいただけます。</p>
	<p>お客さまの利便性向上を目的に、Web会議システムを活用した募集（Web面談募集）や、インターネットでお申込みが完結するネット完結募集システム「&amp;LIFE e-Net」など、複数の非対面募集に対応しています。「&amp;LIFE e-Net」は2026年4月にコンサル機能（代理店による個別プランURL発行機能）を追加し、非面談募集の中でもお客さまの意向にあったプランを提供可能とします。</p>
	<p>お客さまに保険の必要性や契約お手続きをご理解いただくための動画を用意し、募集人が動画の提供前後に補足説明を行う等の工夫を加え、非対面でもわかりやすくお伝えすることに取り組んでいます。また、お客さまがご自身でスムーズにネット完結募集システム「&amp;LIFE e-Net」でお手続きできるよう、代理店ホームページ用のわかりやすいランディングページ雛形を用意し、代理店に提供しています。2026年度からはSME開拓推進取組で、企業に対する「&amp;LIFE e-Net」活用の有効性（コンサル機能含む）の提案を行ってまいります。</p>
	<p>代理店の規模・特性に応じた適正な募集体制確保に向け、代理店との丁寧な対話による課題解決に継続的に取り組んでいます。特に、複数保険会社の保険商品を販売する代理店が、お客さまに当社の商品を不適切に推奨することを防ぐために、当社社員が代理店に過度に便宜を図ることがないように教育を行っています。また、保険業法等改正の趣旨や目的を踏まえ、過度の便宜供与の禁止等、代理店との適切な関係性構築に向けた留意事項に関するマニュアルを新設・改定し、社員および代理店へ徹底することで、募集品質向上に努めています。</p>

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針3. お客さまの視点に立った保険募集を行います</p>	<p>生命保険募集に際しては、お客さまのご意向を丁寧に確認し、ご意向に沿った商品を提案するとともに、商品内容や重要事項をわかりやすく説明するよう、代理店とともに取り組んでいます。具体的には、「募集コンプライアンスマニュアル」に以下のように明記し、継続教育制度等で代理店に周知しているほか、募集が適切であるかを検証するよう代理店に促すなどの取組みを行っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 保険募集時に、お客さまの保障内容に関する意向・情報の把握、およびお客さまの最終的意向と契約内容が合致しているかの確認が必要であること</li> <li>• 複数保険会社の保険商品を販売する代理店が取扱商品の中から特定保険会社の商品を選別・推奨する場合は、お客さまの最善の利益を考え、自己の利益を優先させることがないよう誠実、公正に対応し、推奨理由をお客さまにわかりやすく説明すべきこと</li> <li>• 保険募集時にお客さまが保険加入適否を判断するために商品情報等の提供が必要であること</li> <li>• 外貨建保険や変額保険については特に、お客さまの投資経験・財産状況・加入目的を確認し、不相当と認められる場合に募集してはならないこと</li> <li>• 交付する重要事項説明書類をお客さまが理解するために時間を十分確保すべきであること</li> <li>• 重要事項説明書類については最低限「読むことが重要であること」「特にお客さまにとっての不利益事項を読むことが重要であること」「既契約の解約・減額等をともなう契約加入（乗換）はお客さまにとって不利益となるおそれがあること」の口頭説明が必要であること</li> <li>• 商品特性に応じ、お客さまのライフプランや公的保険制度等を踏まえ、お客さまに保障の必要性を適切に理解してもらうため、公的年金の受取試算額等の公的保険制度についての情報提供を適切に行ってほしいこと</li> </ul> <p>お客さまが安心してご契約手続きいただけるよう、代理店・直販社員に対する日常的な活動状況管理を実施するとともに、不適切事案発生防止の風土醸成と浸透を図っています。また、その取組状況等を当社オフィシャルサイトにて公表しています。</p>

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針3. お客さまの視点に 立った保険募集を 行います</p>	<p>お客さまからお預かりした金銭を詐取するような不正行為が発生しないよう、代理店・直販社員の業務における重要な予兆やお客さまからの苦情を分析し、継続的にモニタリングを行う仕組みを構築しています。また、お客さまが被害に遭われることがないよう、金銭詐取の可能性のある手口として特に注意いただきたい事例を公表しています。<a href="https://www.msa-life.co.jp/pdf/sagi_chuui.pdf">https://www.msa-life.co.jp/pdf/sagi_chuui.pdf</a></p> <p>さらに、2026年8月より「ご契約内容のお知らせ」に「詐欺等の金融犯罪への注意喚起チラシ」を同封する予定です。</p> <p>当社は三井住友海上プライマリー生命保険株式会社（以下、「プライマリー生命社」）より委託を受け、外貨建保険を中心としたプライマリー生命社の商品を販売しています。お客さまの資産状況や投資経験等を把握し、リスク等に関する情報を提供した上で適切な提案が行われるよう、次のような取組みを行っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 業界共通資格「外貨建保険販売資格試験」「変額保険販売資格試験」に合格し、当社所定の研修を受講した募集人のみを販売可能としています。</li> <li>• 販売研修では、商品特性および該当する顧客ニーズ・顧客層の指導を実施しています。また、類似商品との比較のための研修資料を用意し、お客さまにわかりやすい説明・情報提供が行われるよう指導しています。</li> <li>• 高齢者や投資未経験のお客さまに対してはより丁寧な説明を心掛け、特に高齢のお客さまに対してはモニタリングを実施し、正しい説明が行われていたかどうかを確認しています。</li> <li>• お客さまにより良い商品が提供できるよう、上記のモニタリング結果やお客さまの苦情等について、プライマリー生命社に情報連携しています。</li> </ul> <p>また、プロダクトガバナンスに関する補充原則を受け、プライマリー生命社より各商品に加入した顧客の属性や加入内容について定期的に連携を受けるとともに、2026年4月からはプライマリー生命社が定義した各商品の想定顧客属性を踏まえた商品選定が行われるよう代理店に周知、年1回のモニタリング実施を予定しています。</p>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 9/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針4. お客さまの大切なご契約を適切に管理します</p>	<p>お客さまに年1回「ご契約内容のお知らせ」をお送りし、加入いただいている生命保険商品の内容等をお知らせしています。</p>
	<p>アフターフォロー活動を「お客さまに加入目的と保障内容をご確認いただくとともに、お役に立つ情報を提供することで、長期にわたって安心いただき、その結果、新たなお客さまとの関係構築につながる代理店の基本活動」と位置づけ、社員・代理店教育に取り組んでいます。また、「代理店品質認定制度（LQ制度）」の評価項目にアフターフォロー活動に関する項目を設定し、代理店のアフターフォロー活動を促進しています。</p>
	<p>環境変化に左右されないさまざまなコミュニケーション方法でお客さまのアフターフォロー活動が円滑に行えるよう、リモートの活用などに代理店と共に取り組んでいます。具体的には次の取組みを実施しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・保障分析システム・お客さま寄添い運動等を活用し、お客さまの現況確認・適切な情報提供によるニーズ把握をしています。</li> <li>・アフターフォローの結果、申込みいただく場合は対面だけでなく、非対面募集（通販キット・WEB面談募集）も活用いただけるなど、お客さまの要望に沿って対応しています。</li> </ul>
	<p>「お客さまサービスセンター」では、コミュニケーターへの定期的な電話対応指導により、迅速・正確・丁寧なお客さま対応を行い、接続品質や対応品質を向上させています。また、電話以外でも当社オフィシャルサイト上で、24時間365日お客さまの好きな時間に待ち時間なく質問項目を選択して回答を表示するチャットボットのメニュー追加、インターネットでの問い合わせの受付など、お客さまの利便性向上にも取り組んでいます。</p>
	<p>障がいをお持ちのお客さまには、どのような対応をご希望されているのかを把握したうえで、障がいの状態等に配慮した適切な対応を行っています。</p>
	<p>ご高齢（満70歳以上）のお客さまへの保険募集に際しては、ご家族の方にも同席をお願いしています。理解いただきやすい言葉で丁寧に説明したうえで、お客さまのご意向を正確に把握・確認するように努めています。</p>
	<p>高齢化社会の進展および高齢単身世帯の増加を踏まえ、ご契約者さまとご親族さまに、契約後の安心をご提供できるよう、「代理請求特約」や「家族Eye（親族連絡先制度）」をご用意しており、これらの特約や制度を「ご契約内容のお知らせ」に掲載し、定期的にご案内しています。</p>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 10/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針4. お客さまの大切なご契約を適切に管理します</p>	<p>ご高齢のお客さまや障がいをお持ちのお客さまのお申し出に応じて、以下の対応を行っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ご高齢のお客さまには、専門のコミュニケーターにつながる「シニア専用ダイヤル」をご用意しています。</li> <li>・お客さまの障がいの状態等に配慮し、ご家族の代筆で、各種お手続きができるようにしています。</li> <li>・手話や筆談でお問合せいただける「手話通訳サービス」をご提供しています。</li> <li>・お客さまからご要望があった際には、点字による「ご契約内容のお知らせ」を提供しています。</li> </ul>
	<p>お客さまの情報を適切に管理し、情報漏えいを防止するため、次の取組みを行っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報管理規程や会社情報管理規程等を定め社員や代理店へ周知徹底しています。</li> <li>・社員・代理店における個人情報保護法等の正しい知識の習得に向け、研修やeラーニングを実施し、情報管理リテラシーの向上を図っています。</li> </ul>
	<p>当社の資産運用は、資産負債の統合管理（ALM）を実施し、資産の健全性と流動性を確保しつつ、長期的に安定した収益を確保することを基本方針としています。</p>
<p>方針5. 保険金・給付金等を迅速かつ適切にお支払いします</p>	<p>支払査定要員の増強や人材育成の強化、自動支払査定システムの高度化等により、お客さまへ速やかに保険金・給付金等をお支払いするための組織態勢の構築に努めています。</p>
	<p>保険金等の請求に際して提出いただく書類の見直しや、必要書類の簡素化を進めるなど、お客さまの利便性向上に努めています。</p>
	<p>保険金・給付金等をもれなくお支払いするために、「ご契約加入時」「保険契約期間中」「保険金・給付金等の請求受付・案内時」「満期保険金・年金等の支払期日到来時」「ご契約失効時およびご契約の復活請求可能な期間中」の各段階において、保険金・給付金等のお支払いができる場合について十分にご説明するなど、お客さまごとに適切でわかりやすいご案内に努めています。</p>
<p>お客さまからの請求のご連絡は、当社オフィシャルサイトやAIによる「自動音声応答サービス」、お客さまサービスセンター等で承っており、お客さまサービスセンターでは、専門スタッフが請求からお支払いまでの流れや、お支払いできる可能性のある保険金・給付金等についてご説明し、請求手続きをサポートします。</p>	

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 11/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針5. 保険金・給付金等を迅速かつ適切にお支払いします</p>	<p>請求の受付後は、請求手続きに必要な書類を契約や請求の内容に応じて作成し、お送りしています。一定期間経過しても請求のないお客さまには、請求手続きをお忘れではないか、定期的に確認を行っています。</p>
	<p>インターネットでの請求手続きサービスを導入することで、お客さまが時間・場所を選ばずWebサイト上で請求手続きを完結することができる仕組みを構築しています。また、お客さまWebサービスに「給付金請求手続き」機能を追加しました。お客さまWebサービスから給付金請求手続きを行った場合、Web上で給付金手続き状況の照会、支払明細書のダウンロード、不備対応を可能とし、一連の手続きがペーパーレスで完結する仕組みを構築しました。</p>
	<p>請求書類に同封する案内冊子「保険金・給付金等ご請求手続き かんたんガイド」に、冊子の内容を音声や手話動画（字幕付き）で解説する機能を搭載し、ご高齢者や視覚・聴覚に障がいのある方もご利用いただけるものとしています。</p>
	<p>書面で保険金・給付金等の請求手続きをいただいたお客さま向けに、請求書類の到着時、支払手続きの完了時など手続き状況に応じたご案内をショートメッセージで通知するサービスを導入し、お客さまへ手続き状況をタイムリーにお知らせしています。</p>
	<p>お客さまの負担軽減のため、先進医療給付金を当社から医療機関へ直接お支払いするサービスを、2026年3月末現在「陽子線治療」「重粒子線治療」の先進医療を実施している26の医療機関で実施しています。</p>
	<p>お客さまの利便性向上に向け、手術給付金の支払対象可否、給付倍率をお客さまご自身で確認することができる「手術かんたん検索ツール」をリリースしました。</p>
	<p>ご高齢のお客さまが不自由なくお問い合わせいただけるよう、専門のコミュニケーターにつながる保険金・給付金等専用の「シニア専用ダイヤル」をご用意しています。 また、コールセンターでは高齢のお客さまにもわかりやすくご案内できるよう、発話速度の工夫や専門用語の言い換えの実践に加え、音圧補助器（テレコムエイダー）を導入し、音域を補正することでコミュニケーターの声が明瞭になり、「聞き取りづらい」というストレスのない、スムーズな会話やご案内ができるよう取り組んでいます。</p>

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針6. お客さまの利益を不当に害さないよう適切に業務を行います</p>	<p>お客さま本位の業務運営や、コンプライアンスに抵触しかねない事象に関する社員の感度を高め、気づいた社員が声を上げやすい企業風土を醸成するため、社員研修の実施や営業部門において定期的に職場ミーティングを実施する等の取組みを進めています。</p>
	<p>職場ミーティングでの意見のモニタリングや、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体制を強化しています。収集したリスク予兆については、関連部で共有・協議し、対応を検討しています。</p>
	<p>お客さま全体の利益ならびに社員の安全性の確保を目的に、過度な要求や、社員に対する暴力、繰り返しの暴言・脅迫等を「悪質クレーム」と規定し、発生した際の対応要領を定め、組織的に毅然とした対応を行うこととしています。</p>
	<p>当社は、お客さまの利益を不当に害さないよう、利益相反管理統括部署を定め、方針・規程・マニュアルに基づき適切に把握・管理しています。また、社員への教育を定期的実施し、徹底を図っています。</p>
	<p>複数の保険会社の保険商品を販売する代理店は、取扱商品の中から特定の商品を提示・推奨する際には、お客さまの最善の利益を考え、お客さまに推奨理由をわかりやすく説明しなければならないこと等を「募集コンプライアンスマニュアル」に明記し、代理店に周知・徹底を図って、お客さまの利益を不当に害さないよう努めています。</p>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 13/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針7. お客さまの声を業務運営の改善に活かします</p>	<p>当社は、「お客さまの声対応方針」を定め、あらゆる局面において、迅速・適切な対応を行い、お客さま満足度の向上取組みを推進しています。</p>
	<p>当社は、国際規格「ISO10002（品質マネジメント－顧客満足－組織における苦情対応のための指針）」に適合した苦情対応マネジメントシステムを2012年4月に構築し、お客さまの声を基点とした自主的な改善活動に取り組んでいます。今後もお客さまの声を幅広くお伺いするとともに、寄せられたすべてのお客さまの声に真摯に耳を傾け、「お客さま満足度の向上」のための取組みを推進していきます。</p>
	<p>お客さまの声を集め品質向上につなげるため、お客さまWebアンケートのご案内のお客さま宛送付（ご契約内容のお知らせ、各種手続き書類への同封）や、お客さまWebサービス上での回答案内、LINE公式アカウントでの発信、代理店経由でご案内するなど、回答数向上に代理店とともに取り組んでいます。</p>
	<p>お客さまサービスセンターで集めたご質問やご意見をお客さまの声として定期的に分析し、お客さま向けのサービス改善に活かしています。また、代理店が受けたお客さまからの要望を定期的に集約し、事務改善やシステム改修に取り組んでいます。</p>
<p>方針8. 「お客さま本位」の風土を醸成します</p>	<p>営業部門・本社部門がそれぞれお客さま本位の業務運営とコンプライアンスを一体で取り組むための年間計画を策定し、年2回各部門が振り返り、評価を行うことで、全社的なPDCAのサイクルを実行しています。営業部門では、お客さま本位の業務運営、コンプライアンス、品質向上に資する情報共有・行動改善の場として、お客さま目線で日々の業務を振り返り、何に取り組むべきかを話し合う「お客さま本位ミーティング」を原則週1回実施しています。</p>
	<p>職場ミーティングでの意見のモニタリングや、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体制を強化しています。収集したリスク予兆については、関連部で共有・協議し、対応を検討しています。</p>

# 「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組み (詳細版) 14/14

お客さま本位の業務運営に関する方針	当社の取組状況
<p>方針 8. 「お客さま本位」の風土を醸成します</p>	<p>お客さま本位の業務運営や、コンプライアンスに抵触しかねない事象に関する社員の感度を高め、気づいた社員が声を上げやすい企業風土を醸成するため、社員研修の実施や営業部門において定期的に職場ミーティングを実施する等の取組みを進めています。</p>
	<p>「代理店品質認定制度（LQ制度）」の評価項目に「顧客本位の業務運営に関する方針」の策定等に関する項目を設定し、代理店に取組みを促しています。</p>
	<p>お客さま本位の業務運営に関する教育スケジュールを年初に設定し、社員・代理店に対する一斉研修に加え、「企業品質」について考える職場ミーティングの全社での実施や、各部において部長が管下社員に自らの体験を踏まえた研修を実施するなどにより、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう取り組んでいます。</p>
	<p>入社年次や役職・役割区分別の社員研修のカリキュラムにお客さま本位の業務運営に関するテーマを取り入れ、「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく取組みの意義や背景・内容を十分に理解したうえで、日常活動の中で意識して取り組めるよう研修を実施しています。</p>
	<p>全社員を対象に上司・部下が面接で「組織の環境や本人適性等に即した期待する役割」と「具体的な役割行動」をすり合わせ、上司が日常業務においてその実践を支援する「役割発揮面接制度」を実施しています。また、各役割区分に求める「役割行動基準」に「お客さま本位（常にお客さまの安心と満足のために行動している）」の項目を設定した上で、「お客さま本位」の行動等に対して、年間3回の面接等を通じて上司が部下にアドバイスする体制としています。</p>
	<p>マネジメント層の行動指針である「マネジメントスタイル」や「役割行動基準」には、お客さま本位の業務運営の考え方を組織運営に活かすことや、部下に実践させることも含まれており、これらをマネジメント層に対する考課の評価軸の一つとしています。</p>