

2021年5月31日

「お客さま第一の業務運営に関する方針」 に基づく取組状況

～2021年度版～

◆ はじめに

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」を採択し、2017年6月に「お客さま第一の業務運営に関する方針」を策定・公表しました。

本方針に基づく具体的取組みと取組状況を評価する指標の結果をお知らせします。

◆ 「お客さま第一の業務運営に関する方針」と具体的取組

「お客さま第一の業務運営に関する方針」	具体的取組 掲載ページ
方針 1. 「お客さまの安心と満足」を活動の原点におき、「お客さま第一」の業務運営を行います	P. 3
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. 5
方針 3. お客さまの視点に立った保険募集を行います	P. 8
方針 4. お客さまの大切なご契約を適切に管理します	P. 1 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	P. 1 4
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. 1 5
方針 7. お客さまの声を業務運営の改善に活かします	P. 1 6
方針 8. 「お客さま第一」の風土を醸成します	P. 1 8

◆ 「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく取組状況を評価する指標（2020年度）

指標①	当社の商品・サービスへの満足度	お客さまからの 評価を表す指標	掲載ページ P. 3	
指標②	代理店・募集人の対応・サービスへの満足度			
指標③	お客さまの数（保有契約件数）			
指標④	契約継続率（契約件数ベース）25か月			
指標⑤	安心お届け日数（新契約成立日数・平均）			当社の取組みに
指標⑥	安心お届け日数（保険金等支払所要日数・平均）			関する指標

<ご参考>

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま第一の業務運営に関する方針」との関係

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、「金融庁原則」という。）」と当社「お客さま第一の業務運営に関する方針（以下、「当社方針」という。）」の関係は以下の通りです。2021年度以降も引き続き金融庁原則や当社方針に従って、お客さま第一の業務運営に向けて取り組んでまいります。

金融庁原則	当社方針	金融庁原則	当社方針
原則 2	方針 1、3、5、7	原則 5	方針 3
原則 3	方針 6	原則 6	方針 2、3、4
原則 4	方針 3	原則 7	方針 8

- ・金融庁原則には、各原則に付されている（注）を含みます。
- ・原則 5（注 2）および原則 6（注 2）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、方針の対象としておりません。
- ・金融庁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>）

方針 1. 「お客さまの安心と満足」を活動の原点におき、 「お客さま第一」の業務運営を行います

当社は、「お客さまの安心と満足」を活動の原点におき、すべての事業活動において、コンプライアンスと一体で「お客さま第一」の業務運営を行います。また、「新しい生活様式」など、お客さまを取り巻く環境の変化に対応した業務運営を行います。

「お客さま第一」の業務運営 全体の取組み

- 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。
- また、「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づき、お客さまの安心と満足の実現に向けて、各種業務に取り組んでおり、この取組状況を評価する指標として6項目を定めています。この指標は「お客さまからの評価を表す指標（①～④）」と「当社の取組みに関する指標（⑤、⑥）」から構成し、これらの指標の改善に取り組んでいます。

指標	指標名	2020年度	2019年度	2018年度	算出方法等
①	当社の商品・サービスへの満足度	96.7%※	96.6%	95.8%	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。調査期間：2020年4月～2021年3月
②	代理店・募集人の対応・サービスへの満足度	93.4%※	93.8%	93.0%	個人保険および個人年金保険の毎年度末時点のお客さまの数（保有契約件数）
③	お客さまの数（保有契約件数）	398.2万件※	354.4万件	339.7万件	個人保険および個人年金保険の継続率（25か月）
④	契約継続率（契約件数ベース）25か月	91.17%	89.94%	90.61%	個人保険および個人年金保険のお客さまのお申込日の翌日から、契約が成立する日までの営業日数の平均値
⑤	告知書・無選択扱	5.8日	5.6日	5.6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だけの場合 ・報状扱：上記以外（医師の診査を受けていただく場合など）
	報状扱	8.0日	8.0日	7.9日	
⑥	安心お届け日数 （保険金等支払所要日数・平均）	3.4日	2.9日	2.5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

※2020年度の指標①～③は、三井住友海上火災保険株式会社・あいおいニッセイ同和損害保険株式会社より、当社へ契約移行された第三分野長期契約を含んでいます。

- 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。これらの施策等を通じ、今後も継続して「お客さまの安心と満足」の実現に取り組めます。
- また、「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく取組状況を、定期的に当社オフィシャルサイト等を通じて、更新・公表していきます。

新型コロナウイルス感染症に伴う当社の取組み

<災害死亡保険金等のお支払いについて>

- 個人保険・団体保険ともに、新型コロナウイルス感染症を原因として、死亡または所定の高度障害状態に該当された場合、災害による死亡等を保障する商品（災害割増特約、傷害特約等）において、災害死亡保険金等をお支払いするように改定しました。ただし、災害保障期間設定型定期保険（商品名：オーナーズロード）の災害死亡保険金および災害高度障害保険金は、新型コロナウイルス感染症を原因として死亡または所定の高度障害状態に該当された場合であっても、お支払対象外となります。

<保険金・給付金等のお支払いに関する特別措置>

- 本来入院による治療が必要であったものの、当該感染症の影響により入院治療が開始できず、医師の管理下で自宅やその他施設で療養した場合や、当初の予定より早い退院を余儀なくされた場合は、医師の証明書等をご提出いただくことで、当該期間についても入院されたものとして入院給付金をお支払いしています。

<保険料のお払込みに関する特別措置（2021年5月26日時点）>

- 当該感染症の影響により保険料のお払込みが困難な場合、以下の対応を行っています。
 - ・2021年1月8日以降のお申し出については、2021年10月31日まで保険料の払込猶予期間を延長する対応を行っています。
 - ・2020年12月31日以前のお申し出については、保険料の払込猶予期間を2020年12月31日まで延長する対応を行いました。なお、2020年12月31日までにお払込みいただけなかったお客さまには、2021年10月31日までに分割でお支払いいただく対応を行っています。
- （2020年12月31日で終了）契約者貸付を受けられているご契約や立替金（保険料自動振替貸付）がすでに適用になっているご契約で、当該感染症の影響により貸付金・立替金返済のお手続きができないことにより失効する場合、お客さまからのお申し出により返済期限日を猶予する対応を行いました。

<契約者貸付に関する特別措置>

- 契約者貸付のお申し出に際して、必要書類を一部省略する等により、簡易かつ迅速な取扱いを行っています。
- （2020年9月30日で終了）契約者貸付に関して、年利0.0%の特別金利（利息の免除）を適用する対応を行いました。

方針 2. お客様にご満足いただける商品・サービスを 開発します

当社は、「お客様の安心と満足」を実現するために、お客様ニーズに沿った商品・サービスを開発します。

- (1) お客様のニーズを的確に把握し、社会環境の変化等に迅速かつ柔軟に対応した商品・サービスを開発します。
- (2) お客様にとって、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。

お客様ニーズに沿った商品・サービスの開発

- 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、お客様に安心してご契約いただける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。

<当社主力商品>

商品名	商品概要
「&LIFE 新総合収入保障・&LIFE 新収入保障」	環境やライフスタイルの変化等を踏まえ、「働けなくなるリスク」の保障内容を拡充した商品（2017年4月発売）
「&LIFE 新医療保険 A プレミア」 エース	最高 85 歳（満年齢）までご契約が可能な、多様化するお客様のニーズに幅広く対応した商品（2018年4月発売）
「&LIFE ガン保険スマート」	ガンの診断から入院・手術、抗ガン剤治療、通院・退院後治療、また再発時にも備えられるよう、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（2018年9月発売）
「&LIFE 新総合収入保障ワイド」	病気やケガによる就労不能の保障範囲を拡充した商品（2019年6月発売）
「&LIFE 暮らしの応援ほけん」	死亡保障をなくし就労不能等の「働けなくなるリスク」に特化した商品（2019年6月発売）

■商品パンフレット見本



▲ 「&LIFE 新総合収入保障・&LIFE 新収入保障」「&LIFE 新総合収入保障ワイド」



▲ 「&LIFE 新医療保険 A プレミア」
エース



▲ 「&LIFE ガン保険スマート」



▲ 「&LIFE 暮らしの応援ほけん」

- 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「健康経営保険料率※」を新たに設定し、認定団体に対する保険料割引制度を導入しています。
 - ※「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）専用の割引制度です。



▲ 「無配当総合福祉団体定期保険」パンフレット

<2020 年度以降の主な取組み>

- より多くのお客さまニーズにお応えできるよう、次の規定改定を実施しました。

「&LIFE ガン保険スマート」の最低保険料を、1,500 円から 900 円に引き下げました（所定の条件を満たす場合に限り）。（2020 年 6 月 2 日より）
「&LIFE 暮らしの応援ほけん（V型）」の基本年金月額を、50 万円から 100 万円へ引き上げました（所定の条件を満たす場合に限り）。（2020 年 7 月 2 日より）
コロナ禍を踏まえ、特に高齢者のお客さまが診査（病院）に行かなくても生命保険にお申込みいただけるよう、人間ドック結果表のご提出による申込可能な保険金額を引き上げました。（2021 年 3 月 1 日より）
「総合福祉団体定期保険」の被保険者 1 名あたりの引受保険金額の上限を 4,000 万円から 6,000 万円に引き上げました。（2020 年 12 月 1 日より）
- 社会課題となっている介護の問題、高まる健康増進への意識により一層強くお応えするため、「&LIFE 新収入保障（I型）」「&LIFE 新総合収入保障（VI型）」「&LIFE 新総合収入保障ワイド（VII型）」「&LIFE 暮らしの応援ほけん（VIII型）」について次の商品改定を実施します。（2021 年 7 月 2 日より）
 - ・介護保障の支払事由の拡大（従来：要介護 2 以上→改定後：要介護 1 以上）：VI型・VII型・VIII型
 - ・保険期間満了年齢の拡大（従来：最長 80 歳満了→改定後：最長 90 歳満了）：I 型・VI型・VII型・VIII型
 - ・健康診断の受診状況によって保険料を割り引く「健康診断料率適用特約」の新設：I 型・VI型・VII型

お客さまのお役に立つサービスの充実

- 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、真に役立つ生命保険会社として、大切な社会的使命であると考えており、各種サービスをご用意しております。



▲ 上記サービスは、当社オフィシャルサイトでご確認いただけます。

<2020 年度以降の主な取り組み>

- 満点生活応援団の「健康・医療相談※」「育児・子育て相談」等に対し、従来の電話相談サービスに加え、We b相談サービスを開始し、利便性を向上しました。(2020 年 5 月 1 日より)
※「健康・医療相談」では、新型コロナウイルス感染症に関する相談を、電話相談サービス・We b相談サービスのいずれの方法でも 24 時間年中無休で承ります。
- 満点生活応援団の「健康・医療相談」に「セカンドオピニオンサポートサービス」「健康診断結果相談」を新設します。(2021 年 7 月 2 日より)
- 「ココカラダイアリー※」をリニューアルしました。健康増進のために重要な3要素(「運動」「睡眠」「食事」と「ストレス」)の状況が一目でわかる視覚的に優れたデザインに刷新し、操作性が向上しました。また、法人利用向けの健康ポイント管理機能の追加、ウェアラブル端末対応の拡大および健康リテラシー情報の提供等を行いました。(2020 年 6 月 25 日より)
※「ココカラダイアリー」は、運動(歩数)、食事、睡眠時間、身長・体重等の健康データの記録や、ストレス・リラックス度の測定など、カラダの健康を支える3要素「運動、食事、睡眠」の管理を基本に、毎日のココロとカラダの健康づくりをサポートするスマートフォン向けアプリです。
- 介護すこやかデスクに「成年後見制度相談サービス」「家族信託相談サービス」を新設します。(2021 年 7 月 2 日より)
- スマートフォン等で利用可能な「A I 受診相談ユビー※」を新設します。(2021 年 7 月 2 日より)
※We b上でA Iから症状(病気の状態)に関する質問に答えると、現在の症状と関連性の高い疾患とその疾患についての情報、受診すべき診療科、近隣の医療機関を確認できるサービスです。



▲ ココカラダイアリーアプリ画面イメージ

- 大きな社会課題である「認知症」の急増に対し、セミナー等を通じて、一人でも多くのお客さまへ「認知症に関する情報」をお届けし、認知症の理解促進や、認知症リスクの軽減に活用いただけるよう、ツールの充実化を図りました。



▲ 脳活コラム&脳トレチラシ



▲ 認知症を知るガイドブック

方針3. お客様の視点に立った保険募集を行います

当社は、お客様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) お客様に適切な商品をご選択いただくため、お客様の状況やご契約の目的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) お客様に商品内容とその商品を提案する理由を十分にご理解いただけるよう、わかりやすく丁寧に説明します。

お客様にふさわしい商品・サービスをご選択いただくための取組み

- お客様のニーズに対してどのような解決を商品でご提供できるかを容易にご理解いただけるよう、図表、イラスト等を適宜利用した商品ごとのパンフレットを作成しています。また、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、お客様にとって重要な情報については「契約概要・注意喚起情報」(冊子)を作成し情報提供に努めています。
- 重要な情報を分かりやすくお伝えするために、商品パンフレットや契約概要・注意喚起情報作成にあたっては、次の通り取組みを進めています。
 - ・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様にお勧めするものであるかについて明記し、お客様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、デメリット情報等、特に重要な情報については、赤字にするとともに、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、お客様の注意を促すようにしています。
 - ・関係法令、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則り、お客様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、お客様の声等を踏まえ、随時見直しを行っています。
- 当社では商品の販売対象として想定している顧客属性を個人・法人に分け、オフィシャルサイトに個人向け商品と法人向け商品を掲載しています。また、商品ごとに個人向け、法人向けであることを明確にした募集文書等を作成し、それぞれの顧客の属性に応じた意向把握と最終的な意向に沿った商品提供に努めています。
- 複数の保険会社の商品を取り扱う代理店(乗合代理店)において、ご提案・推奨する商品と比較可能な同種の商品がある場合、ご提案・推奨する理由のわかりやすいご説明に努めています。
- 団体保険において、企業等の団体がその役職員に対してご加入をお勧めする場合にも、ご加入者となるお客様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様ご自身でご確認いただけるようにしています。
- 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、「MSP生命」という。)より委託を受け、外貨建保険を中心としたMSP生命商品を販売しています。お客様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しています。
 - ・研修を受講の上、販売資格付与テストに合格した募集人のみを販売可能としています。
 - ・販売研修では動画も活用し、お客様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。また、高齢者や投資未経験のお客様に対しては、モニタリングを実施し、説明等に誤りがなかったかの確認をしています。

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

- 「教育と研修」に最大の価値観をおいて、社員および代理店に対し年度を通し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、代理店に対しては知識、コンサルティングのレベル、販売実績の多寡に応じて、上位、中間、低稼働層に分けた研修を実施しています。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、最適な提案と商品が提示できるよう、全社員、代理店に対して継続して教育を実施しています。
- 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、しおり機能によって見たい項目が簡単に表示できます。

<2020年度以降の主な取組み>

- お客さまに非対面でも保険の必要性をわかりやすくお伝えできるよう、「実写版の動画※1」を2021年1月、「アニメ動画※2」を同年4月にご用意しました。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、取り組んでいます。
 - ※1 働き盛りの30代の父親が、妻と幼い長女、長男と幸せな生活を送っていたが、医師から早期の胃がんを宣告され、自分の身体や家族の将来に苦悩しながら乗り越えていくストーリー。
 - ※2 生命保険に加入しているが、内容を全く理解しておらず困ってしまう夫婦をコミカルなタッチで描いた短編物語で、保障内容確認を促す内容。

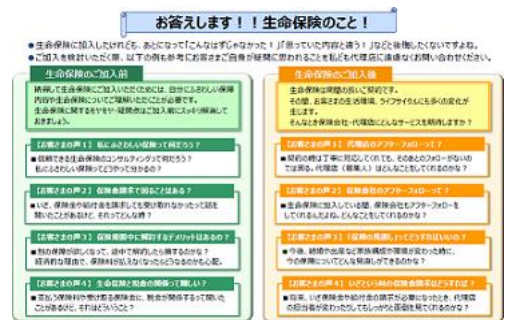


▲ 動画イメージ（※1）



▲ 動画イメージ（※2）

- 生命保険に関するお客さまからの疑問や質問に、専門の資格をもった募集人が丁寧にお答えします。お客さまからのよくある質問を記載した「お客さまコミュニケーションシート」等を活用し、お客さまの疑問や質問を引き出し、生命保険の理解を深めていきます。



▲ お客さまコミュニケーションシート

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、ご家族の方にもご同席をお願いしています。ご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に努めています。

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。「自動医務査定」機能により、その場でお客さまに健康状態に関する告知の査定結果（引受条件）を提示することが可能です。また、「画像送信」機能により、従来、ご契約時に自動車運転免許証や健康診断結果表などのコピーが必要でしたが、それらをスマートフォン等で撮影して画像送信することで、ペーパーレスのお手続きが可能です。
※「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。
- 「生保かんたんモード」がお客さまにとってよりわかりやすく、利便性も向上するよう継続的に機能改善を図っています。
- お客さまにお申込みいただいた契約が1日でも早く成立するよう、「生保かんたんモード」や「ネット口座振替受付サービス」等によるペーパーレス手続きの利用推進に継続的に取り組んでいます。

<2020年度以降の主な取組み>

- 全国に約2万1000店あるセブン-イレブン店舗で、「&LIFE ガン保険スマート」の取扱いを開始しました。（2020年6月16日より）
- コロナ禍を踏まえ、お客さまの安全と利便性向上を目的に、当社の主力商品について、従来の対面によるご契約方法に加え、非対面（オンラインツールを活用したWeb面談募集）のご契約を可能にしました。（2020年7月2日より）
 - ▶ 2020年度のWeb面談募集による契約件数は920件でした。
- 「&LIFE 新医療保険 A プレミア^{エース}」および「&LIFE ガン保険スマート」において、通販（専用申込書類の郵送募集）のご契約を可能にしました。（2020年7月2日より）
 - ▶ 2020年度の通販キット募集による契約件数は313件でした。
- 総合福祉団体定期保険について、手続書類がお客さまのお手元になくとも、すぐにお手続きいただけるように、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使用いただけるようにしました。（2020年8月3日より）

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。

代理店の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、代理店と一緒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するなどの取組みを行っています。なお、意向把握・意向確認が適切に行われたことを確認し、お客さまに署名をいただく意向確認書は、お客さまの誤解を招くことのないように苦情事例をもとに書式の改定を実施しました。
 - ・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
 - ・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、理由をお客さまにわかりやすく説明すべきこと
 - ・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
 - ・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
 - ・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・減額等をとまなう契約加入（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
- 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。
- 募集代理店に支払う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、設定しています。代理店手数料は、代理店の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※」の確実な履行などを総合的に評価する「代理店品質認定制度（LQ制度）」と連動しています。
※保険募集に関わる一連の業務プロセス（アプローチ、ヒアリング、商品提案、クロージング、契約手続き、保全、情報提供）を「募集活動サイクル」と称しています。
- 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」、考え方に基づいた「具体的な評価項目（募集品質項目等）」などを記載した冊子を、当社オフィシャルサイトに掲載しています。



▲ 募集代理店手数料制度について

方針 4. お客様の大切なご契約を適切に管理します

当社は、ご加入後もお客様へのアフターフォローを行い、大切なご契約を適切に管理します。

- (1) ご加入後も、ご契約内容や各種情報提供を定期的・継続的に行います。
- (2) ご契約後のお手続きについて、お客様の利便性の向上に取り組みます。
- (3) お客様から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。

定期的・継続的な情報提供

- お客様へのご契約後の情報提供の機会を増やし、お客様との接点をより多く持てるよう、「ご契約内容のお知らせ」発送に合わせた、代理店・募集人によるアフターフォロー活動の定着に取り組んでいます。
- 超高齢化社会の伸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※1」や「家族Eye（親族連絡先制度）※2」をご用意しています。
 - ※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などに、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。

<2020年度以降の主な取組み>

- アフターフォロー活動において、コロナ禍でもお客様との対話ができるよう、主にリモートを活用した保障内容確認活動や情報提供等に取り組んでいます。

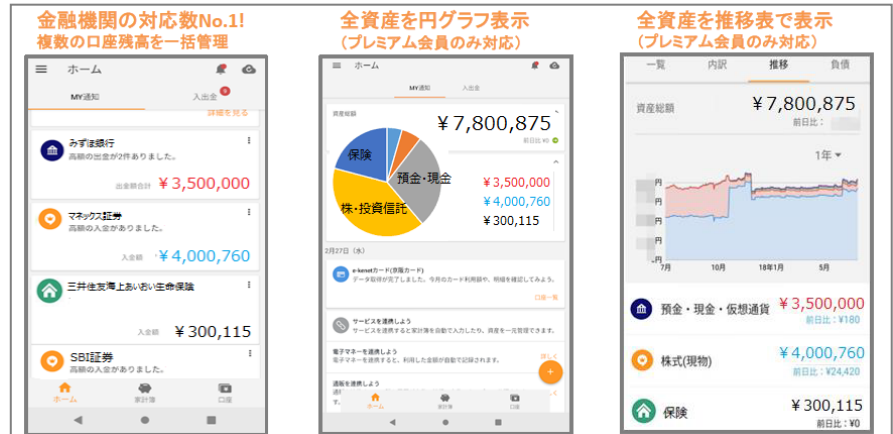
ご契約後のお手続きの利便性を高める取組み

- 「お客さまサービスセンター」では、AIを活用して保留時間を短縮するなど、コールセンターの接続品質（つながりやすさ）向上と対応品質改善に取り組んでいます。

<2020年度以降の主な取組み>

- 2021年1月14日より、個人向け家計簿アプリ「マネーフォワードME※」に、当社の「個人年金保険（確定年金および保証期間付終身年金）」の情報連携を開始しました。契約者が老後に備える資産形成の一助となる取組みを進めています。

※株式会社マネーフォワード社が運営する家計簿管理アプリで、銀行・クレジットカード・保険などの残高や入出金履歴を取得し、家計簿を作成するサービスです。



▲ 「マネーフォワードME」のアプリ画面イメージ

ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまへの対応

- ご高齢のお客さま向けに、専門のコミュニケーターに直接つながる「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」をご用意しています。
- 障がいをお持ちのお客さまの障がいの状態等に配慮し、ご家族の代筆で、お申込みや各種変更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」をご提供するなど、障がいのあるお客さまに配慮した対応を行っています。

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、お客さまへのご確認とわかりやすい説明に取り組みます。

- (1) 保険金・給付金等を漏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お客さまにご確認いただくよう取り組みます。
- (2) 保険金・給付金等のご請求の際に、お客さまにわかりやすく説明するとともに、簡便なお手続きでお支払いができるよう取り組みます。

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

- 保険金・給付金等を漏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分かりやすいご案内に努めています。
- お客さまからのご請求のご連絡は、専門スタッフがお電話で承り、ご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ています。また、ご請求手続きに必要な書類をご契約やご請求の内容に応じて作成しお送りしています。なお、一定期間経過してもご請求のないお客さまには、ご請求手続きをお忘れではないか、お電話やお手紙で定期的にご確認を行っています。
- お客さまのご負担を軽減するため、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、2021年3月末現在、先進医療である「陽子線治療」「重粒子線治療」を実施しているすべての医療機関（23医療機関）で実施しています。
- 自動支払査定システムの導入や、支払査定対応要員に対する人財育成等、お客さまへ速やかに保険金・給付金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。

<2020年度以降の主な取組み>

- AIによる「自動音声応答サービス※」を導入し、24時間365日、コールセンターの営業時間外も電話による入院・手術の請求書類のお取り寄せを可能にしました。（2021年3月15日より）これまでどおり、コールセンターのオペレーターやWebサイトを通じた保険金・給付金請求のお申出受付も可能です。

※「自動音声応答サービス」による質問に音声でご回答いただくことで、AIがお申出内容を識別し、入院・手術給付金の請求書類のお取り寄せを受付するサービスです。

ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまへの対応

<2020年度以降の主な取組み>

- 請求書類に同封する案内冊子「保険金・給付金ご請求手続き かんたんガイド」を改定しました。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、高齢者や視覚・聴覚に障がいのある方もご利用いただけます。（2020年11月より）

方針 6. お客様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、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引を管理し、適切な業務運営を行います。

利益相反取引の適切な管理に向けた取組み

- お客様の利益を不当に害することがないように、利益相反管理統括部署を定め、方針・規定・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を実施し、周知・徹底を図っています。
- 代理店に対し「お客様第一の業務運営に関する方針」策定を促し、策定有無について代理店手数料の決定要件の一部として、お客様の利益を優先する考え方の定着に努めています。
- 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、お客様にその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、お客様の利益を不当に害することの防止に努めています。

方針7. お客様の声を業務運営の改善に活かします

当社は、お客様の声に対し迅速・適切・真摯な対応を行います。
また、お客様の声をお客様の満足度向上に向けた業務改善に活かします。

お客様の声に基づく改善取り組み

- 当社は、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・真摯な対応を行い、お客様満足度の向上取組を推進しています。
- お客様満足を実現する商品・サービスをご提供し続けるために、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・改善に活かす仕組みを整えています。
- お客様の声を集め品質向上につなげるため、お客様Webアンケート回答数の向上に代理店とともに取り組んでいます。お客様Webアンケートのご案内は、お客様宛送付書類（ご契約内容のお知らせ、各種手続き書類への同封）や、代理店よりご案内しています。

<2020年度以降の主な取組み>

- お客様の声を団体保険の業務運営の改善に活かすため、総合福祉団体定期保険の新契約および更新時の事務手続きに関する満足度調査アンケートを実施しています。（2020年6月より）
 - ▶ 2020年度新契約手続きは、191件のお客様へ依頼し、62件のご回答をいただき、「満足」・「ほぼ満足」が54件(回答件数の約87%)でした。
 - ▶ 2020年度更新手続きは、1,518件のお客様へ依頼し、252件のご回答をいただき、「満足」・「ほぼ満足」が240件(回答件数の約95%)でした。

お客様の声に基づく改善例



お客様の声

自分（会社）の保険加入状況がわかる一覧表がほしい。

改善内容

個人・法人の「お客様を取り巻くリスクとご加入の保険の対応状況」を、代理店からお客様にわかりやすくご説明するためのシステム「リスクマップ」を開発しました。ご契約の一覧と各リスクについての保障有無を見える化しており、対面またはQRコードやEメールでお客様へお届けすることができます。（2020年7月）





お客様の声

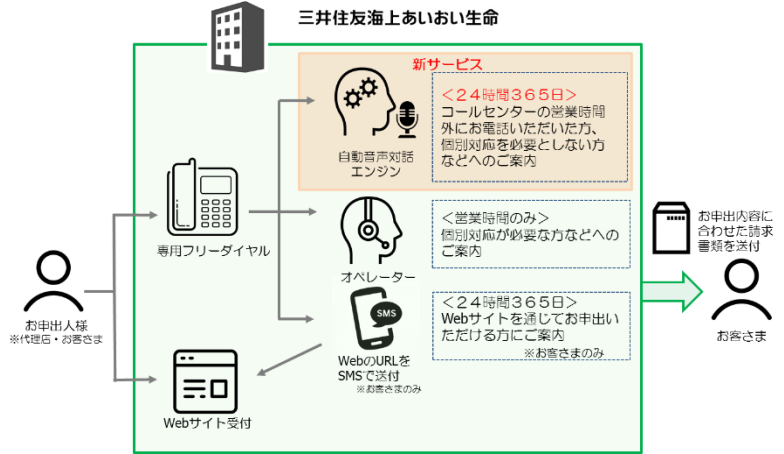
入院・手術給付金を請求する際、パソコンやスマートフォンの操作は不慣れなので電話を利用したが、混雑してなかなかつながらなかった。

改善内容

業界で初めて、お客様の入院・手術給付金のご請求書類発送お申出に、AIによる「自動音声応答サービス」を導入しました。

これにより、電話の混雑などによりお待ちいただく必要がなく、パソコンやスマートフォン等の操作が不慣れでWebサイトを通じたお申出が苦手な方などにもスムーズにお申出いただけるようになりました。

(2021年3月)



お客様の声

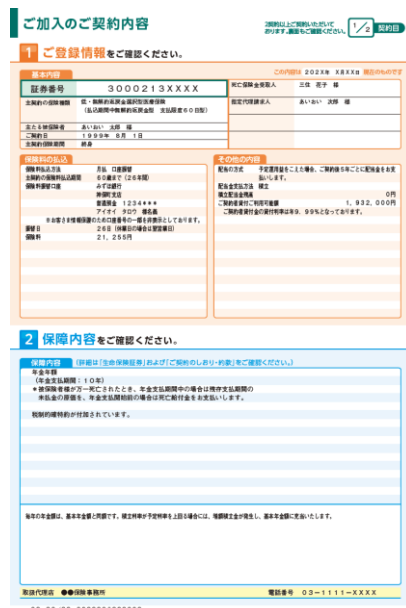
「ご契約内容のお知らせ」が届いたが、契約内容や代理店の連絡先など、全体的にもっと見やすく・わかりやすくしてほしい。

改善内容

「ご加入のご契約内容」のページについて、文字の大きさ・背景色を含めた全体的なレイアウトを見直しました。(2021年5月)



<改善前>



<改善後>

方針 8. 「お客さま第一」の風土を醸成します

当社は、「お客さま第一」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「お客さま第一」の風土を醸成します。

企業文化の定着に向けた取組み

- 経営陣と社員との双方向コミュニケーションを目的とする「経営ミーティング」を 2020 年度は全 7 回開催し、当社の目指すべき方向性や、全国各地の取組みや課題について共有しています。「お客さま第一」については、社員から好事例の報告に加え、課題や解決案を提言するなど、お客さまに接する社員の声を経営に直接届け、改善に向けた具体策の検討に活かしています。
- 社内各部署において「お客さま第一」の対応実践に向けて「お客さま第一・コンプライアンス実行計画」を策定し P D C A サイクルを回すことで「お客さま第一」の浸透、定着を図っています。
- 毎年「お客さま第一・コンプライアンスの月」を 2 か月設定し、各部長が研修を実施するなどにより、「お客さま第一の業務運営」が企業文化として定着するよう取り組んでいます。
- 社員は、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「お客さま第一ミーティング」を週 1 回実施し、お客さま第一の業務運営の高度化に取り組んでいます。
- 社員に対して、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「お客さま第一」のテーマを取り入れ、「お客さま第一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「組織運営上求められる役割・行動」と「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「役割行動面接制度」を実施しています。「行動基準」の中に「お客さま第一（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、年間 3 回の上司・部下間の面談で部下の行動の振り返りを行う中で、「お客さま第一」の行動等について、適宜上司がアドバイスを行う体制としています。
- 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「行動基準」には、「お客さま第一の業務運営」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の人事考課の評価軸としています。

<2020 年度以降の主な取組み>

- コロナ禍を踏まえ、環境変化に左右されない様々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できるよう、リモートの活用方法等、お客さま対応方法の知識向上に代理店とともに取り組みました。
- 代理店における品質向上やスタッフ育成を目的として、代理店向けに対応研修および苦情研修を実施しています。2021 年度からは、コロナ禍でも開催しやすいよう、リモート研修や動画提供など実施方法を多様化して取り組みます。

以上