立ちどまらない保険。
MS&AD 三井住友海上あいおい生命
三井住友海上あいおい生命保険株式会社
経営企画部　〒104-8258 東京都中央区新川 2-27-2
TEL：03-5539-8300(大代表)
www.msa-life.co.jp

News Release

２０２２年5月３１日

「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく取組状況について

ＭＳ＆ＡＤインシュアランス グループの三井住友海上あいおい生命保険株式会社（社長：加治 資朗、以下「当社」）は、「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（２０２２年度版）をお知らせいたします。

本資料は、「新しい生活様式」などのお客さまを取り巻く環境の変化に対応した商品・サービスの拡充や、お客さまの声に基づく業務改善など、当社の取組みをより多くのお客さまに、わかりやすくお伝えする観点で作成しています。

当社は、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、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をさらに推進してまいります。

＜添付＞
別紙：「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 ～２０２２年度版～
＊当社オフィシャルサイト「『お客さま第一の業務運営』について」にも同内容を掲載しています。
ＵＲＬ：https://www.msa-life.co.jp/company/fiduciaryduty.html

以　上

2022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

～２０２２年度版～

MS&AD 三井住友海上あいおい生命保険株式会社

◆ 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」と主な取組

「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．7
方針 4. お客さまの大切なご契約を適切に管理します	P．9
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．１０
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．１１
方針 7. お客さまの声を業務運営の改善に活かします	P．１２
方針 8. 「お客さま第一」の風土を醸成します	P．１３

◆ 「お客さま第一の業務運営に関する方針」および取組と金融庁「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「お客さま第一の業務運営に関する方針（以下、「当社方針」）」と金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則（以下、「金融庁の原則」）」の関係は下表の通りです。
当社の取組みの詳細および金融庁の原則との対応関係については、P.14 以降に記載しております。
2022 年度以降も引き続き当社方針および金融庁の原則に従って、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。

金融庁の原則	当社方針
原則２	方針１、３、５、７
原則３	方針６
原則４	方針３

金融庁の原則	当社方針
原則５	方針３
原則６	方針２、３、４
原則７	方針８

・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）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）

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、一人ひとりのご事情を踏まえ、お客さまに寄り添っ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」を策定・公表するとともに定期的な見直しを進めています。お客さま第一の業務運営とコンプライアンスの推進・徹底について、「お客さま第一・コンプライアンス推進委員会」を設け協議・調整を行うとともに、経営会議・取締役会に報告を行っています。

○ お客さま第一の業務運営に関する取組状況を評価するための指標を定めています。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、2021 年度は下表記載の 6 指標につき改善取組みを進めました。ほとんどの指標は前年度比改善していますが、「⑥安心お届け日数」（保険金等支払所要日数・平均）の指標は新型コロナウイルス感染症による入院給付金の請求申出件数増加等のため悪化しました。引き続き、保険金・給付金等支払態勢の強化に取り組んでまいります。

なお、下記のうち「③お客さまの数（保有契約件数）」については、経営指標にも掲げていることから、2022 年度以降は「お客さまからの評価を表す指標」から除外することとしています。

指標	指標名	**2021 年度**	2020 年度	2019 年度	算出方法等
①	当社の商品・サービスへの満足度	**97.0%**	96.7%	96.6%※	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：2021 年 4 月～2022 年 3 月
②	代理店・募集人の対応・サービスへの満足度	**93.9%**	93.4%	93.8%※	
③	お客さまの数（保有契約件数）	**401.8 万件**	398.2 万件	354.4 万件※	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）
④	契約継続率（契約件数ベース）25 か月	**91.98%**	91.17%	89.94%	個人保険および個人年金保険契約の継続率（25 か月）
⑤	安心お届け日数（新契約成立日数・平均）	**5.7 日**	6.2 日	6.0 日	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 ・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 ・報状扱：上記以外（医師の診査を受けていただく場合など）
	告知書・無選択扱	**5.4 日**	5.8 日	5.6 日	
	報状扱	**7.1 日**	8.0 日	8.0 日	
⑥	安心お届け日数（保険金等支払所要日数・平均）	**3.9 日**	3.4 日	2.9 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

※2019 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みません。

○ 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」の実現に取り組みます。

○ 「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく取組状況について、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＞

○ 保険金・給付金等のお支払いに際して、必要書類を一部省略する等により、簡易かつ迅速な取り扱いをしています。

○ 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。

○ 「みなし陽性」および神奈川県で実施されている「自主療養」についても入院給付金のお支払対象としました。

＜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。

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

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

（1） お客さま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） お客さまにとって、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。

お客さま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、お客さま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（エース）プレミア」	最高 85 歳（満年齢）までご契約が可能な、多様化するお客さま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 くらしの応援ほけん」	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 新総合収入保障ワイド・&LIFE 新総合収入保障・&LIFE 新収入保障」

▲ 「&LIFE 新医療保険 A（エース）プレミア」

▲ 「&LIFE ガン保険スマート」

▲ 「&LIFE くらしの応援ほけん」

○ 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）専用の割引制度です。

お客さまの声

くらしの応援保険に加入しました。要介護認定 1 から保険金が支払われる点に魅力を感じ契約しました。

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こと」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、「ヘルスケア」に関する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。**

○ 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」「こころの相談（Ｗｅｂ相談）」を新設しました。（2021 年 7 月 2 日より）

○ 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」を新設しました。（2021 年 7 月 2 日より）

○ 健康管理アプリ「ココカラダイアリー」の食事記録機能に、食事の写真を撮影するだけでＡＩによりカロリーの算出が行える機能や、タンパク質・脂質・炭水化物の摂取バランスを表示する機能を追加しました。（2021 年 10 月 26 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。

○ 予防、早期発見、重症化予防・回復支援といった、保障（給付金請求）前後の領域に対し、お客さまニーズを踏まえた先進的なヘルスケアサービスを 2022 年度以降順次導入予定です。

お客さまの声

夜に胸が痛くなり満点生活応援団を利用させていただきました。翌日には解消したのですが、電話の際は不安でいっぱいでした。看護師さんが丁寧に対応してくださり気持ちが落ちつきました。

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） お客さまに適切な商品をご選択いただくため、お客さま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）お客さま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。

お客さまにふさわしい商品・サービスをご選択いただくための取組み

○ お客さま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、お客さまにとって重要な情報については「契約概要・注意喚起情報」を作成し情報提供に努めています。

○ なお、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、デメリット情報等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、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、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ご加入をお勧めする場合にも、ご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ご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

○ 「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。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も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。

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ご説明したうえで、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。

○ 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、Web 会議システムを活用し、「お客さまの署名レス」・「完全ペーパーレス」でお申込みいただける「リモート募集手続き」と、ネット完結募集システム「&LIFE e-Net」を開始しました。（2022 年 2 月より）

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。

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、ご加入後もお客さま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、お客さまの利便性の向上に取り組みます。

（3） お客さま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

○ 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くための活動」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。また、「ご契約内容のお知らせ」の発送時期に合わせた、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。

○ 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。

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）向上と応対品質改善に取り組んでいます。

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」をご提供しています。

○ 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、オフィシャルサイトや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。なお、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。

○ 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・給付金請求の受付に加えて、ＡＩによる「自動音声応答サービス」を導入し、24 時間 365 日、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。

○ 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、2022 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すべての医療機関で実施しています。

○ 昨年度来、新型コロナウイルス感染症による入院給付金の請求申出件数増加等により保険金・給付金等の支払所要日数の指標が悪化しておりますが、引き続き、支払査定要員の増強や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・給付金をお支払いするための組織態勢の構築に取り組んでまいります。

ご高齢のお客さま、障がいをお持ちのお客さまへの対応

○ 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。

お客さまの声

・流産で落ち込んでいる中、コールセンターの方の対応が温かく、穏やかな気持ちで手続きを行うことができました。

・電話で AI と話をしたのは人生初めてでしたが、ちゃんとこちらの音声を聞き取ってくれていたので安心しましたし、迅速な手続きができてよかったです。

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

○ お客さまの利益を不当に害することがないよう、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に実施し、周知・徹底を図っています。

○ 代理店に対し「お客さま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、お客さま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、お客さま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、お客さま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・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ることにより、満足度向上に向けた業務改善に活かします。

お客さまの声に基づく改善取組み

○ 当社は、社員のお客さま対応について、「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・真摯な対応を行い、お客さま満足の向上取組を推進しています。

○ お客さま満足を実現する商品・サービスをご提供し続けるために、全社員がお客さま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アンケート回答数の向上に代理店とともに取り組んでいます。お客さまＷｅｂアンケートのご案内は、お客さま宛送付書類（ご契約内容のお知らせ、各種手続書類への同封）や、代理店よりご案内しています。また、お客さま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、当社のオフィシャルホームページに掲載しています。

お客さまの声に基づく改善例

お客さまの声

契約の時は銀行印が不要だったのに、なぜ口座変更する時には必要なのですか？

改善内容

「お客さま Web サービス上での口座変更手続き」を可能にしました。これにより、銀行届出印を必要とせず、印鑑相違等の不備も発生することなく、Web 上でのお手続きで完結させることが可能になりました（2021 年 8 月）。

お客さまの声

多忙で時間もなくコロナ禍で感染も心配です。
対面の手続きなしで契約することはできますか？

改善内容

ＮＴＴデータ社開発のＷｅｂ会議システム「Ｔｒｉ Ｖｉｅｗ（トライビュー）」を活用した「リモート募集手続き」を開始しました。本手続きにより、「お客さまの署名レス」・「完全ペーパーレス」を可能とし、お客さまの利便性向上を実現しました（2022 年 1 月）。

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 2021 年度は全４回開催し、「お客さま第一」を経営の根幹とする当社の目指す姿や取組みの方向性について、経営から社員へメッセージを伝えています。また、日頃お客さまと接する社員からは、業務運営における課題や解決策を経営に提言するなど、経営と社員が一体となり「お客さま第一」を追求しています。経営ミーティングにおける社員の声は、今後の業務改善に向けた具体的対策の検討に活かしてまいります。

○ 営業部門・本社部門がそれぞれコンプライアンスとお客さま第一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。

○ 営業部門においては、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。

○ 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・部下間の面接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。

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「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。

「お客さま第一の業務運営」に関する具体的取組

当社のお客さま第一の業務運営に関する具体的取組と「金融庁の原則」との対応関係は以下の通りです。

当社「お客さま第一の業務運営に関する方針」	当社の取組状況	対応する「金融庁の原則」
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	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。	原則２
	「お客さま第一の業務運営に関する方針」を策定・公表するとともに定期的な見直しを進めています。また、お客さま第一の業務運営とコンプライアンスの推進・徹底について、「お客さま第一・コンプライアンス推進委員会」を設け協議・調整を行うとともに、経営会議・取締役会に報告を行っています。	
	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。	
	「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づき各種業務に取り組んでいます。この取組状況を評価する指標として 6 項目を定め、指標の改善に取り組んでいます。	原則２ 原則２(注)
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	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。	原則６
	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。	
	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 くらしの応援ほけん（Ⅷ型）」について次の商品改定を実施しました。 ・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	
	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こと」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。	原則６(注１)
	介護すこやかデスクに、認知症等への備えとして、「成年後見制度相談サービス」「家族信託相談サービス」を新設しました。	
	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」「こころの相談（Ｗｅｂ相談）」を新設しました。	

	健康管理アプリ「ココカラダイアリー」の食事記録機能に、食事の写真を撮影するだけでＡＩによりカロリーの算出が行える機能や、タンパク質・脂質・炭水化物の摂取バランスを表示する機能を追加しました。	
	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。	
方針３. お客さまの視点に立った保険募集を行います	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。申込の際、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）の提示や、必要書類の画像送信による受付でお手続きをペーパーレスにするなど、利便性の向上に努めています。	原則２
	「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。	
	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、Web 会議システムを活用し、「お客さまの署名レス」・「完全ペーパーレス」でお申込みいただける「リモート募集手続き」と、ネット完結募集システム「&LIFE e-Net」を開始いたました。	
	「&LIFE 新医療保険 A(エース)プレミア」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）の申込手続きを可能にしました。	
	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使用いただけるようにしています。	
	「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。	
	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。	原則４
	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。	
	重要な情報をわ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、次の通り取り組みを進めています。 ・お客さまのニーズに対して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。 ・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、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	原則５ 原則５(注１) 原則５(注３) 原則５(注５)

	則り、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、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。	原則５ 原則５(注１) 原則６ 原則６(注３)
	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、提案・推奨する商品と比較可能な同種の商品がある場合、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。	原則５ 原則５(注１)
	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。	原則５
	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」と「アニメ動画」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、取り組んでいます。	
	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。	
	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、加入され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ご自身でご確認いただけるようにしています。	
	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ご説明したうえで、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。	原則５ 原則５(注３)
	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。	
	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しています。 ・業界共通資格「外貨建保険販売資格試験」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。 ・販売研修では動画も活用し、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。	原則５ 原則５(注４) 原則６ 原則６(注４)

	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。 ・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	原則６
	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。	
	当社は「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。 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。	原則６(注５)
方針４. お客さまの大切なご契約を適切に管理します	ご契約後の情報提供の機会を増やしてお客さま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。	原則６(注１)
	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」や「家族Eye(アイ)（親族連絡先制度）」をご用意しています。	
	アフターフォロー活動において、コロナ禍でもお客さま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。	
	「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）向上と応対品質改善に取り組んでいます。	
	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」をご提供しています。	
	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」をご提供しています。	

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	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・給付金等の請求受付・案内時」「満期保険金・年金等の支払期日到来時」「契約失効時および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。	原則２
	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、2022 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すべての医療機関で実施しています。	
	支払査定要員の増強や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・給付金をお支払いするための組織態勢の構築に取り組んでまいります。	
	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・給付金請求の受付に加えて、ＡＩによる「自動音声応答サービス」を導入し、24 時間 365 日、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。	
	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、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ました。	
	お客さまからの請求のご連絡は、オフィシャルサイトや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。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。なお、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。	原則２ 原則６(注１)
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することがないよう、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に実施し、周知・徹底を図っています。	原則３ 原則３(注)
	代理店に対し「お客さま第一の業務運営方針」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、お客さまの利益を優先する考え方の定着に努めています。	原則３
	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、お客さま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、お客さま満足の向上取組を推進しています。	原則２
	お客さま満足を実現するために、全社員がお客さま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をお客さま宛送付書類（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、回答数向上に代理店とともに取り組んでいます。	
方針８. 「お客さま第一」の風土を醸成します	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。	原則７
	代理店における品質向上やスタッフ育成を目的として、代理店向けに応対研修および苦情研修を実施しています。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組り組んでいます。	

	営業部門・本社部門がそれぞれコンプライアンスとお客さま第一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。	
	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 2021 年度は全４回開催し、「お客さま第一」を経営の根幹とする当社の目指す姿や取組みの方向性について、経営から社員へメッセージを伝えています。また、日頃お客さまと接する社員からは、業務運営における課題や解決策を経営に提言するなど、経営と社員が一体となり「お客さま第一」を追求しています。経営ミーティングにおける社員の声は、今後の業務改善に向けた具体的対策の検討に活かしてまいります。	
	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ＰＤＣＡ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。	
	営業部門では、お客さま第一の業務運営の高度化を目的に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・部下間の面接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。	原則７ 原則７(注)
	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。	

以　上