

**お客さま本位の業務運営に関する
取組結果について（2022年度）**

**2023年5月
ニッセイ・ウェルス生命保険株式会社**

方針 1. あらゆる業務でのお客さま本位の業務運営の実践

- ▶ 私たちは、あらゆる業務においてお客さま本位で行動します。その実現に向け、お客さま本位の業務運営を徹底・推進する態勢を構築し、目標を定めて実践するとともに、その取組結果についても公表します。

お客さま本位の業務運営について

- ▶ 当社は、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を定めるとともに、当方針に対応する「当社の取組結果」を例年公表しています。
- ▶ また今後もお客さま本位の業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、当社の全業務分野において、お客さま本位の業務運営をより一層推進してまいります。

お客さま本位の業務運営の定着を測る成果指標（KPI）

- ▶ お客さまの最善の利益の追求を目指し、お客さま本位の業務運営を企業文化として定着させるため、右記のとおり、お客さま本位の業務運営の定着を測る成果指標（KPI）を設定し、公表しています。
- ▶ 2022年度(2022年4月-2023年3月)の成果を計測し、お客さま本位の業務運営の企業文化の定着度合いを確認した結果を以降のページにて公表します。

2022年度末時点での保有契約件数

31.3 万件

前年度末
+6.4万件

※金融機関代理店等で販売されている個人向け商品の保有契約件数

お客さま本位の業務運営の定着を測る成果指標（KPI）

保有契約件数

お客さまからの評価や信頼をいただいていることを
総合的に示す指標

お客さまからのお電話のつながりやすさ (受電応答率)

お客さまからのお電話を確実にお受けできる体制を
構築するための成果指標

お客さまの疑問や問題の速やかな解消 (コール一次解決率)

お客さまからのお電話に対し、オペレーターが一度でご要望に
沿った回答ができる体制を構築するための成果指標

代理店向けeラーニング金融教育プログラム 累計受講講座数

当社独自の金融教育プログラムにより、金融機関代理店の募集人の金融リテラシーを向上させることで、募集人がお客さまに対し、よりわかりやすく、適切な金融商品のコンサルティングが行えるようにするための成果指標

方針 2. よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまにふさわしいコンサルティングの実施

- ▶ 私たちは、お客さまのニーズに沿うよう、商品・サービスのラインナップを充実させるとともに、金融知識や取引経験、加入目的、年齢、家族構成や資産状況等を総合的に踏まえ、お客さまにふさわしいコンサルティングを通じ、信頼いただけるよう最善を尽くします。
- ▶ また、お客さまのご意向に沿った最適な商品・サービスを選択いただけるよう、ご契約に関する重要な情報を、適切な資料を提供しながら分かりやすくお伝えしてまいります。

コンサルティングスキル向上の取り組み

- ▶ 当社は募集人のコンサルティング力向上に資する取り組みとして、貯蓄、運用、相続、税務、公的保険制度等の幅広い金融知識や、当社の商品知識の習得を目的としたeラーニング金融教育システム「マスカレ」を自社で開発し、社内教育および募集人教育のツールとして活用しています。正しい金融・商品知識の習得により、お客さまのライフプランや資産状況に応じた、適切なコンサルティングにつなげています。
- ▶ 2022年度は従来の動画コンテンツの充実の加え、金融や関連する制度について、ホットな話題やトレンドなどを5分程度の短い動画形式で紹介する、ホットピックシリーズをリリースしました。また、ユーザーインターフェース（受講画面）の全面改訂を行い、視認性と操作性の大幅な向上を図り、より受講しやすい環境を提供しています。

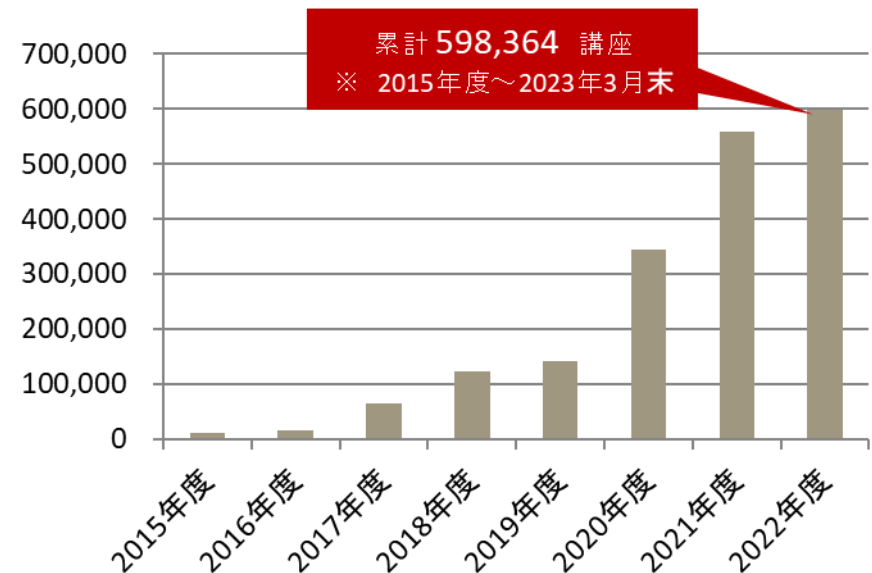
金融教育プログラム累計受講講座数(成果指標の結果)

- ▶ 募集人の金融リテラシーを向上させることで、お客さまに対し、より分かりやすく、適切な金融商品のコンサルティングが行えるようにするための成果指標として、「金融教育プログラム累計受講講座数」を設定しています。
- ▶ 2022年度末時点で累計598,364講座が受講されました。

マスカレ講座



金融教育プログラム累計受講講座数



お客さまの立場に立った分かりやすい情報提供

公的保険制度等の周辺情報の提供

- 年金制度や介護保険制度などの公的保険制度やライフプランに係るさまざまなお金に関する情報を掲載した、お客さま向け説明資料を提供し、お客さまにより多くの情報提供を行うために募集代理店と連携した取り組みを実施しています。

動画コンテンツの提供

- 商品内容やしくみをより深くご理解いただくため、各商品説明動画に加え、商品スペックや機能のワンポイントを絞り込み、分かりやすく解説する動画をご用意しています。

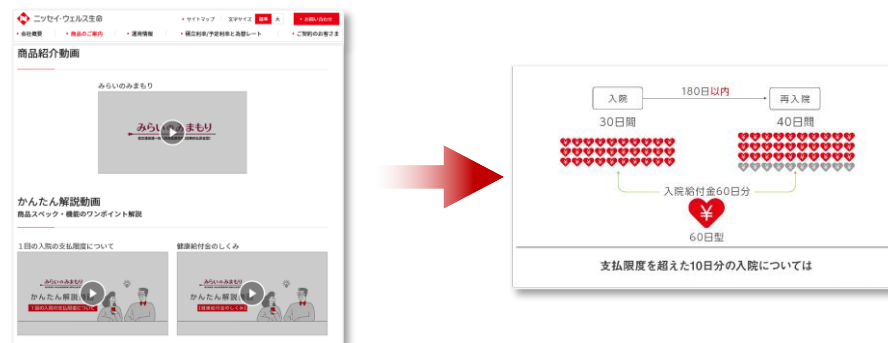
商品パンフレット等の分かりやすさの向上

- 新しく作成する「商品パンフレット」から順次、記載情報を絞り込み、文字数を削減することで、視認性の向上に努めています。

公的保険制度等の周辺情報の提供



動画コンテンツの提供



分かりやすい商品パンフレットの提供



お客さまのご意向に沿った情報提供

➤ ご契約までの適切な情報提供

- 商品・サービス等に関する重要な情報について、生命保険以外の金融商品の比較も踏まえた分かりやすい情報を提供するとともに、ご契約に際し、お客さまのご意向に沿った商品となっているのかを再度確認する「意向確認書」など、ご契約に至るまで適切な情報の提供に努めています。

ご契約までの情報提供とご意向の確認

商品概要書



重要情報シート



商品パンフレット



意向確認書



商品開発

- カスタマーサービスセンターや募集代理店を通じて、さまざまな「お客さまの声」を把握し、お客さまのニーズを踏まえた商品・サービスを開発しました。

➤ 告知なしで加入できる介護終身保険の改定

無告知で加入できる外貨建介護終身保険の保障の抑制期間(第1保険期間)について、加入後一律5年間としていたところ、より早く一定額の保障を確保したいというお客さまのニーズにお応えするため、5年より短い期間も選択できるよう商品改定を行いました。

- 引き続き、従来の生命保険商品の概念に捉われない新たな商品・サービスの開発を目指します。

告知なしで加入できる介護終身保険の改定

項目	従来	改定後
第1保険期間	5年	1年・2年・3年・4年・5年
保障額	100,000円	100,000円
月給付金	100,000円	100,000円
月給付金	100,000円	100,000円
月給付金	100,000円	100,000円
月給付金	100,000円	100,000円

方針3. 確実な保障責任の全う

- 私たちは、商品のご加入から年金や保険金等をお受取りになるまで、丁寧なアフターフォローや情報提供を行ってまいります。
- また、将来の保険金・給付金を確実にお支払いするために、適切な資産運用に努めます。
- こうした取り組みを通じ、長期にわたる保障責任を全うします。

アフターフォローの取り組み

➤ ユニバーサルデザイン

- 年に一回ご契約者さまへお届けする「ご契約状況のお知らせ」は、ご契約内容や確認いただきたい内容がより見やすくなるよう、ユニバーサルデザイン化を実施しています。

「ご契約状況のお知らせ」のユニバーサルデザイン化

UD FONT

見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。

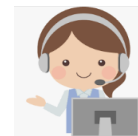


ご高齢のお客さまへのアフターフォロー

➤ ご高齢のお客さまへのアウトバウンドコール

- 年金支払等の未請求手続きの勧奨のため、当社からのアウトバウンドコールや書面の送付による手続きのご案内を実施しました。
- 90歳以上のお客さまを対象に、お支払事由の発生有無の確認のため、当社からのアウトバウンドコール等によるお客さまの状況確認を実施しました。

ご高齢のお客さまへのアフターフォロー



アウトバウンドコールでの
請求勧奨・状況確認



書面での手続きの
ご案内・状況確認



お客さまサービス

各種制度利用推奨のご案内

- お客さまの利便性向上のため、お客さまがカスタマーサービスセンターをご利用いただいた際に、「継続年金受取人の指定」や「ご家族の登録」等、各種サービス利用に関するご案内を実施しています。
- カスタマーサービスセンターから90歳以上のお客さまにアウトバウンドコールを実施した際に、「ご家族登録制度」のご案内と登録手続きを行いました。
- 「ご家族登録制度」をより多くのお客さまにご利用いただくため、年金案内等のお客さま宛の定期的な通知物に、制度案内を同封する対応を実施しています。

コールセンターの対応品質

- HDI-Japan※「クオリティ」格付けにおいて、当社カスタマーサービスセンターの対応品質が、4年連続最高評価の『三つ星』を獲得しました。お客さまからのお問い合わせに真摯に向き合い、最善のサービスをご提供できるよう、さらなる品質の向上に向けた取り組みを継続いたします。

※各種サービス業において、格付けベンチマーキング等を行う第三者格付機関

ご家族登録制度のご案内チラシ

ご家族登録制度とは、どんなサービス？

- ・当社の契約内容について問合せすることができます。
- ・ご契約者さま（年金支払開始後は年金受取人さま）の配偶者、子、孫、兄弟、姉妹、孫、親のいずれかから親族一人をご指定ください。

登録いただけるご家族の範囲

- ・ご契約者さま（年金支払開始後は年金受取人さま）の配偶者、子、孫、兄弟、姉妹、孫、親のいずれかから親族一人をご指定ください。

事前のご登録で、こんな時にも安心

- ケース1** 家族に自分の契約内容を知ってもらいたい
- ケース2** 突然の入院で、自分で連絡することができない
- ケース3** ご契約者さま（年金支払開始後は年金受取人さま）本人の代わりに請求書類を取寄せたい

お手続き方法

- 「ご家族登録制度（登録・変更・削除）届出書」に必要事項を記載の上、送付ください。
- 「ご契約者さま（年金支払開始後は年金受取人さま）」の印鑑を捺印し、届出書と一緒に送付ください。
- 郵送での登録も可能です。ご契約者さま（年金支払開始後は年金受取人さま）よりご連絡ください。

「ご家族登録制度届出書」でのお手続きの流れ

登録のご家族さま → 届出書を送付 → 届出書が到着 → 登録完了 → コッセイ・ウェルス生命

お問合せについて

- お手続きに関するお問合せ、お電話での登録は、同封しておりますご案内裏面に記載の「お問合せ先フリーダイヤル」まで、ご契約者さま（年金支払開始後は年金受取人さま）からお話ください。

ニッセイ・ウェルス生命株式会社

裏面「ご家族登録制度利用規程」を必ずご確認ください。

コールセンターの対応品質

ニッセイ・ウェルス生命

HDI 格付けベンチマーク「クオリティ」格付けで最高評価の『三つ星』を獲得



お客さまサービス（成果指標の結果）

➔ 「お客さまからのお電話のつながりやすさ」

- お客さまからのお電話を確実にお受けできる体制を構築するための成果指標として、「受電応答率」を設定しています。
- お電話のつながりやすさを実現するため、「お客さまからの入電予測」を実施しています。予測に基づき、オペレーターを適切に配置することで、2022年度平均97.5%となりました。

➔ 「お客さまの疑問や問題の速やかな解消」

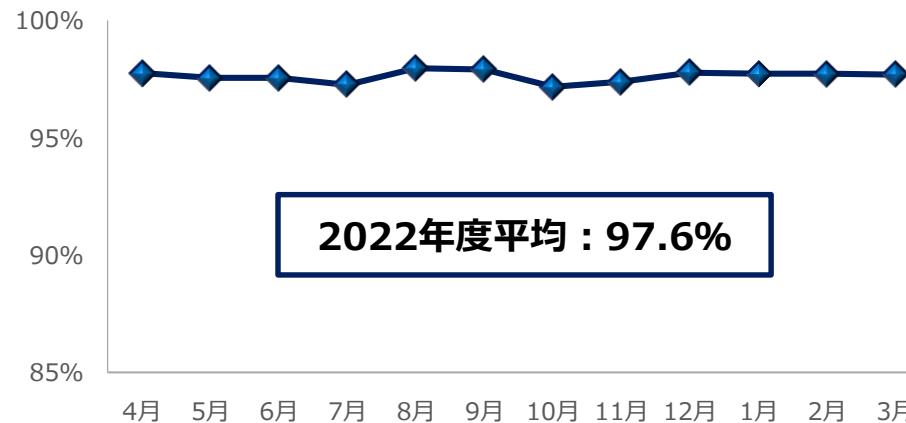
- お客さまからのお電話に対し、オペレーターが一度でご要望に沿った回答ができる体制を構築するための成果指標として、「コール一次解決率」を設定しています。
- お客さまからのご要望に一度で回答できるよう、お客さま対応スキルの強化を目的とし、継続的な研修・教育体制の向上に取り組んでいます。この結果、2022年度平均97.6%と、高い「コール一次解決率」を記録しました。
- 今後も引き続き、これらの成果指標達成に向けた対応に加え、お客さまからの貴重なご意見や、外部調査機関における格付け評価結果を真摯に受け止め、カスタマーサービスセンターのさらなる品質向上に努めてまいります。

お客さまからのお電話のつながりやすさ【受電応答率】※



(※金融機関代理店でご加入のお客さまについて集計)

お客さまの疑問や問題の速やかな解消【コール一次解決率】※



(※金融機関代理店でご加入のお客さまについて集計)

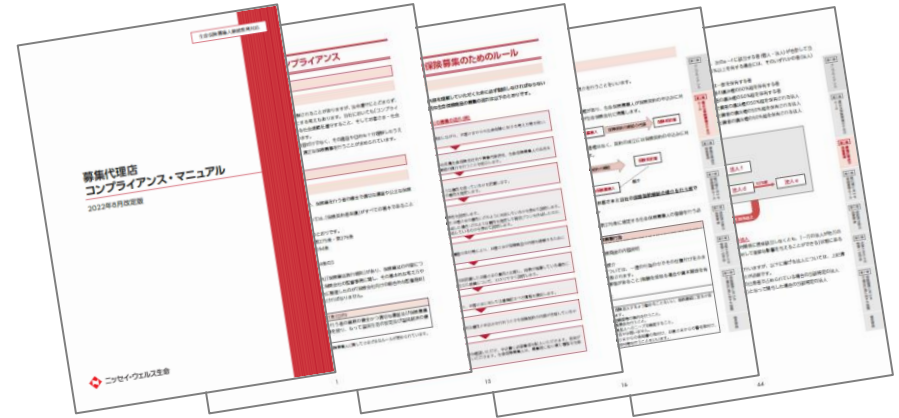
方針4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

- ▶ 私たちは、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反のおそれがある取引について適切に管理します。
- ▶ 国内外の法令や社内規程を遵守するとともに、高い倫理観に基づき公正、公平な良識ある行動をとります。

利益相反の適切な管理

- ▶ 「利益相反管理方針」および「利益相反管理規程」に基づき、利益相反取引の有無・利益相反取引の状況について全社的な点検・検証を行い、利益相反等の不適正な取扱いがないことを確認しています。社員に対してはeラーニング研修を実施し、利益相反取引に対する意識向上に努めています。
- ▶ 営業と資産運用の職務を分離し、取引関係の有無や販売状況に関わらず、資産運用部門が独立して公正な投資判断を行っています。

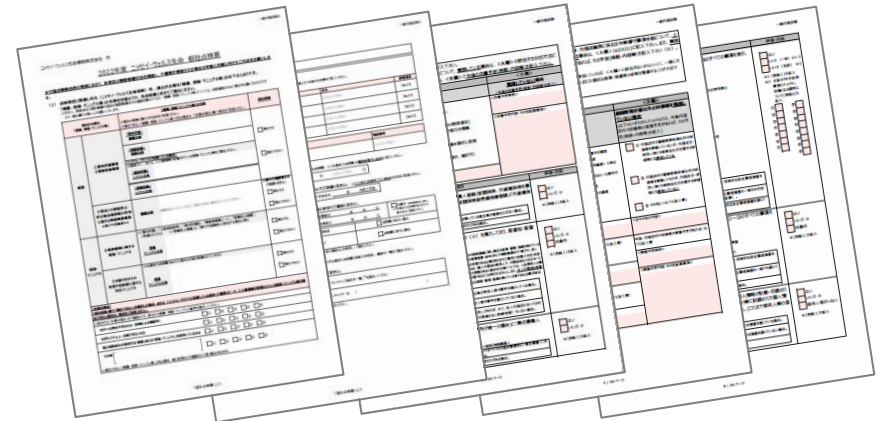
「募集代理店コンプライアンス・マニュアル」2022年8月改定版



保険募集管理態勢の整備

- ▶ 「募集代理店コンプライアンス・マニュアル」を改定し、募集時に適切に「公的保険制度」に関する情報提供を行うこと、また、外貨建保険の募集時には（金融機関代理店）、他の金融商品との比較を容易にできるよう「重要情報シート」を積極的に活用すること等を追記しました。
- ▶ 当社の募集代理店（全421店）に対し、2022年度「代理店業務点検」を実施し、お客さまへのアフターフォローの取り組みや苦情の未然防止に向けた取り組み、保険募集に係るリテラシー向上のための募集人教育など、保険募集管理態勢が強化されていることを確認しました。

代理店業務点検



方針 6. 一人ひとりがお客さま本位で行動するための取り組み

- ▶ 私たちは、社員があらゆる業務においてお客さまのご要望に誠実・迅速にお応えし、お客さま本位で行動できるよう、本方針の浸透・定着に向けた取り組みを進めてまいります。
- ▶ また、適切なサービスをご提供できる高い専門性・職業倫理を持った社員を育成します。

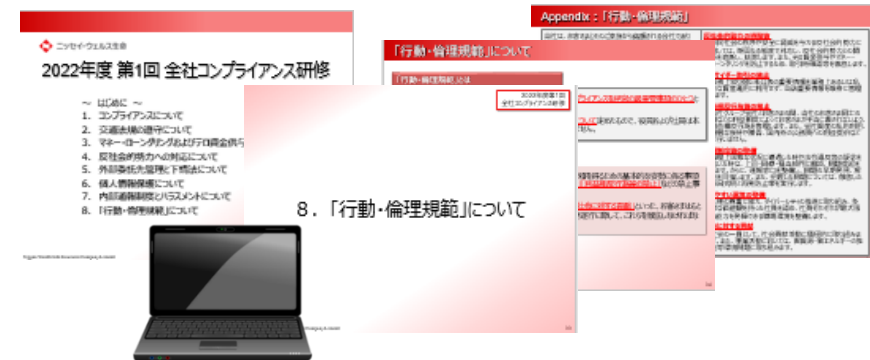
お客さま本位の業務運営を定着させるための評価、研修

- ▶ 人事評価制度において、共通で大事にすべき思考・行動・価値観のひとつとして「カスタマーフォーカス」に関する評価項目を設定し、高いウェイトを置いています。
- ▶ 全社員に対して当社の「行動・倫理規範」に関するeラーニング研修を実施し（2022年4月）、全ての事業取引に倫理的かつ誠実に取り組むことを周知しました。

認知症サポーター養成講座等

- ▶ 社員が認知症の理解を深めるために、認知症サポーター養成講座を開催しました。講座では、認知症の症状の理解だけでなく、認知症の人と接する時のポイント、認知症サポーターのできることを学びました。
- ▶ 当社では2022年度は262名が受講し、対象社員の98%が認知症サポーター資格を取得しています。全社員が認知症サポーターとなることを目指し継続して認知症サポーター養成講座を開催していくとともに、認知症への理解を深める取り組みを継続してまいります。

「行動・倫理規範」に関するeラーニング研修



認知症サポーター養成講座



方針1 あらゆる業務でのお客さま本位の業務運営の実践

私たちは、あらゆる業務においてお客さま本位で行動します。その実現に向け、お客さま本位の業務運営を徹底・推進する態勢を構築し、目標を定めて実践するとともに、その取組結果についても公表します。

方針に基づく取組内容について対応しています。
取組内容の詳細は以下「方針1-取組内容1～5」を参照

方針1に基づく取組内容（業務運営）

取組状況の一例

1. 当社は、お客さま本位の業務運営をより一層推進するため、「お客さま本位の業務運営に係る方針」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ってまいります。

これまで以上に、お客さま本位で考え抜き、お客さまに誠実かつ真摯に向き合っていくために、2022年11月に「お客さま本位の業務運営に関する方針」を改定しました。引き続き、「方針に基づく取組内容」を定期的に見直すことで、常により良い業務運営の実現を目指してまいります。

2. お客さま本位の業務運営のより一層の推進に向け、「お客さま本位の業務運営ワーキンググループ」を組成し、取組内容や進捗状況等を確認するとともに、その結果を社員に周知徹底してまいります。

当該ワーキンググループにおいて、各領域におけるお客さま本位の業務運営の活動のアクションプランを設定し、その取り組み状況を経営執行会議・取締役会に報告しています。また、取組結果については全社員が確認する会議で報告を行い、周知を図っています。

3. お客さま本位の取り組みを進めるために、各方針ごとのアクションプランを定め、年間を通じたPDCAを行い、取り組みの高度化を図ってまいります。

方針毎のアクションプランを定め、進捗状況についてPDCAを回すことで、取り組みの高度化を図っています。

4. お客さま本位の取組内容の定着を測る指標（KPI）を定め、お客さま本位の業務運営を推進してまいります。

設定しているお客さま本位の取組内容の定着を測る指標（KPI）のアクションプランを定め、進捗状況についてPDCAを回すことで、取り組みの高度化を図っています。

5. 当方針およびそれに基づく年間取組内容について、「お客さま本位の業務運営ワーキンググループ」にて進捗状況等を確認するとともに、経営執行会議・取締役会への報告を行い、定期的に更新・公表してまいります。

当該ワーキンググループにおいて、各領域におけるお客さま本位の業務運営の活動のアクションプランを設定し、その取り組み状況を経営執行会議・取締役会に報告しています。また、取組結果、取組内容を更新し、公表しています。

方針2 よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまにふさわしいコンサルティングの実施

私たちは、お客さまのニーズに沿うよう、商品・サービスのラインナップを充実させるとともに、金融知識や取引経験、加入目的、年齢、家族構成や資産状況等を総合的に踏まえ、お客さまにふさわしいコンサルティングを通じ、信頼いただけるよう最善を尽くします。

また、お客さまのご意向に沿った最適な商品・サービスを選択いただけるよう、ご契約に関する重要な情報を、適切な資料を提供しながら分かりやすくお伝えしてまいります。

方針に基づく取組内容について対応しています。
取組内容の詳細は以下「方針2-取組内容1～17」を参照

方針2に基づく取組内容（業務運営）	取組状況の一例
<p>1. 募集代理店が商品内容・しくみ・リスクや契約に係る費用、代理店手数料等の重要な情報の提供を適切に行うとともに、お客さまのライフプラン等に沿ったコンサルティング提案がなされるよう、各種資材の提供や研修等を通じた支援を行っています。</p>	<p>当社のホールセールへの各種資材の提供とともに商品内容のみならず、リスクや手数料情報についても研修等を通じて周知しています。</p>
<p>2. 募集人のコンサルティング力向上に資する取り組みとして、貯蓄、運用、相続、税務、社会保険等の幅広い金融知識や、当社の商品知識の習得を目的としたeラーニング金融教育システム「マスカレ」を自社で開発し、社内教育および募集人教育のツールとして活用しています。正しい金融・商品知識の習得により、お客さまのライフプランや資産状況に応じた、適切なコンサルティングにつなげています。</p>	<p>正しい金融・商品知識を習得できるよう、eラーニングシステム「マスカレ」のコンテンツを最新の法令やデータ、商品内容に沿ってアップデートして、募集人への受講を促進しています。また、動画コンテンツや最新トピックも提供し、知識習得の補完と体系的な理解に繋げ、コンサルティング力の一層の向上を図っています。金融知識や営業推進面だけでなく、コンプライアンス面のコンテンツも提供し、バランスの取れた営業活動のサポートを行っています。</p>
<p>3. 商品のしくみや内容をより深くご理解いただくための動画に加え、人生100年時代における老後のマネープランニングや外貨建商品の為替リスク等について分かりやすく解説する動画をご用意しています。</p>	<p>お客さまにとって視認性が高く、わかりやすい動画の開発と提供の検討を引き継ぎ行っています。</p>

方針2 よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまにふさわしいコンサルティングの実施

方針2に基づく取組内容（業務運営）	取組状況の一例
<p>4. 商品パンフレットだけではなく社会保障制度や各種統計データに基づく周辺情報等のお客さま向け説明資料を提供し、お客さまにより多くの情報提供を行うために募集代理店と連携した取り組みを実施しています。</p>	<p>公的保険制度や各種統計データに基づく周辺情報等のお客さま向け説明資料として「将来のお金のこと」、「介護読本」、「相続の新しいカタチ」といった冊子を提供しています。</p>
<p>5. 販売支援におけるオンラインツールの活用等、お客さまの利便性向上に努めています。</p>	<p>募集代理店へのオンラインツール等の積極的な活用により、効率の良い販売支援を行うとともに、より商品の内容理解を深めていただくため募集資料に付随して動画の活用を推進しています。</p>
<p>6. 募集代理店においては、生命保険以外の金融商品を販売していることから、お客さまが他の金融商品と誤認しないよう、お客さま向け説明資料等を提供し、わかりやすさの向上に向けた改訂・改良を実施してまいります。</p>	<p>お客さまにとって視認性が高く、わかりやすい動画の開発と提供の検討を引き続き行っています。</p>
<p>7. 生命保険商品の募集にあたり、お客さまに最適な商品を選択いただけるよう、お客さまの保険・その他金融商品に関する投資経験、生命保険加入の目的、年齢、家族状況、資産状況等を総合的に勘案してご提案できるように努めています。</p>	<p>商品パンフレットやニーズ喚起資料の他に、商品内容とリスクを簡潔に理解いただけるよう重要情報シートと商品概要書をご提供し、その他商品との比較・推奨が十分にできるよう情報提供に努めています。</p>
<p>8. お客さまへの説明資料（商品パンフレット等）では、当該商品がお応えするニーズや、ご加入いただくことが想定される主なお客さま層を明示することにより、当該商品がお客さまのご意向に対応しているかどうかを簡単にご確認いただけるよう努めております。なお、市場リスクを有する外貨建保険等の特定保険契約のリスクと費用について、「ご契約時」「保険期間中」「解約時」など該当する場面毎に、文字の大きさ、色、レイアウト等を工夫のうえ記載しています。なお、実質的な利回りについては、保険設計書等への表示を行うなど、お客さまにとってわかりやすい情報提供に努めています。</p>	<p>特に外貨建保険等の特定保険契約については、市場リスク・為替リスク、元本割れが生じる場合、およびお客さまにご負担いただく費用等の特にご確認・ご注意いただきたい事項を図示のうえ、わかりやすく記載しています。</p>

方針2 よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまにふさわしいコンサルティングの実施

方針2に基づく取組内容（業務運営）	取組状況の一例
<p>9. 多様な金融商品を取り扱う募集代理店が比較説明を容易にする観点から、金融商品の目的・機能、想定するお客さま層、リスク・費用等を簡潔に記載した「重要情報シート」の提供をサポートしています。</p>	<p>募集代理店向けに商品パンフレットやニーズ喚起資料の他に、商品内容とリスクを簡潔に理解いただけるよう「重要情報シート」をご提供し、その他商品との比較・推奨が十分にできるよう情報提供に努めています。</p>
<p>10. 特定保険契約においては、リスクや元本割れが生じるケースやお客さまにご負担いただく費用、代理店に支払われる手数料等、特にご注意・ご確認いただきたい事項を「契約締結前交付書面（契約概要／注意喚起情報）」にわかりやすく記載しています。</p>	<p>当社商品をお客さまにわかりやすくご理解頂けるような「契約締結前交付書面（契約概要／注意喚起情報）」を引き続き作成しています。</p>
<p>11. お客さまにお支払いいただく保険料と、当社がお支払いする保険金・給付金等の金額等をお客さまにご理解いただくために、「契約概要」に保険料・保険金額・支払事由等を記載しています。また、「注意喚起情報」に保障の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等を記載しています。</p>	<p>当社商品をお客さまにわかりやすくご理解頂けるような「契約締結前交付書面（契約概要／注意喚起情報）」を引き続き作成しています。</p>
<p>12. ご提案する商品がお客さまのご意向に沿っているかをご確認いただけるよう努めており、お申込みいただく際には、お客さまの最終的なご意向に沿った保険料、保障内容等であるかを「意向確認書」にてご確認いただいています。</p>	<p>契約者からのお申し込み時には意向確認書にてお客さまの投資経験や保険料の原資、保障期間の確認等、募集人からの提案内容で間違いがないか確認書面をいただいています。</p>

方針2 よりよい商品・サービスのご提供と、お客さまにふさわしいコンサルティングの実施

方針2に基づく取組内容（業務運営）	取組状況の一例
<p>13. カスタマーサービスセンターや募集代理店を通じて、さまざまな「お客さまの声」を把握し、お客さまのニーズを踏まえた商品・サービスの開発に努めています。今後も、マーケット調査や将来予測等により、お客さまニーズを的確に分析し、従来の生命保険商品の概念に捉われない新たな商品の開発や既存商品の改定等に取り組んでまいります。</p>	<p>カスタマーサービスセンターや募集代理店を通じて、さまざまな「お客さまの声」を把握し、お客さまのニーズを踏まえた商品・サービスの開発に取り組んでいます。2022年度は、無告知で加入できる外貨建介護終身保険の保障の抑制期間(第1保険期間)について、加入後一律5年間としていたところ、より早く一定額の保障を確保したいというお客さまのニーズにお応えするため、5年より短い期間も選択できるよう商品改定を行いました。</p>
<p>14. ご契約者さま向けに提供している商品付帯サービス等の充実にも取り組んでまいります。</p>	<p>お客さまのニーズや商品の特性を踏まえ、商品付帯サービス等の充実にも取り組んでいます。</p>
<p>15. ご契約場面でのお客さまの利便性向上に向けて、ご契約手続きを簡潔にするとともに、わかりやすい帳票や手順画面の作成を進めています。</p>	<p>2022年4月、申込手続き時のお客さま利便性を向上すべく、申込帳票や申込手順画面を、簡潔に分かり易くするよう、改定しました。</p>
<p>16. 元本割れの可能性がある特定保険商品を中心に、とりわけご高齢のお客さまに対する丁寧なご説明に努めています。</p>	<p>高齢のお客さまに元本割れの可能性がある特定保険商品のご説明の際はパンフレット等を使用した丁寧なご説明に努めています。</p>
<p>17. ご高齢のお客さまがご契約される際には、ご親族の同席をお願いするなど、お客さまに応じ、適切な対応に取り組んでいます。</p>	<p>高齢のお客さまへの募集については、ご親族の同席や複数回面談、アフターフォローの強化を推進いただくよう代理店に周知しています。また、2022年度「代理店業務点検」において、当社の募集代理店（全421店）の「高齢者募集ルールの整備状況（親族同席ルール、複数回面談ルール、適合性確認基準）」および「アフターフォローの実施状況」を点検し、保険募集管理態勢が強化されていることを確認しました。</p>

方針3 確実な保障責任の全う

私たちは、商品のご加入から年金や保険金等をお受取りになるまで、丁寧なアフターフォローや情報提供を行ってまいります。

また、将来の保険金・給付金を確実にお支払いするために、適切な資産運用に努めます。

こうした取り組みを通じ、長期にわたる保障責任を全うします。

方針に基づく取組内容について対応しています。
取組内容の詳細は以下「方針3-取組内容1～8」を参照

方針3に基づく取組内容（業務運営）

1. お客さま向けツールを提供するなど、募集代理店による能動的なアフターフォローの推進をサポートしています。
2. 募集代理店からの各種照会に対し、迅速な対応に努めています。
3. 特にご高齢のお客さまに対しては、商品理解の促進のために複数回面談やアフターフォローを行うなど、募集代理店による分かりやすい情報提供に努めています。
4. 年に1回「ご契約状況のお知らせ」(現在ご加入の生命保険商品の内容等をお知らせする通知)を送付するなど、適切な情報提供を実施しています。
5. ご高齢のお客さまへのサポートを強化するため、契約者代理制度を2023年4月より開始いたします。

取組状況の一例

- ホームページ上に「ご契約者さま向け商品説明資料」を掲載し、アフターフォローの推進・情報提供をしています。
- 募集代理店からの各種照会に対し、迅速に対応しました。
- 高齢者への募集については、複数回面談やアフターフォローの強化を推進いただくよう代理店に周知しています。また、2022年度「代理店業務点検」において、当社の募集代理店（全421店）の「高齢者募集ルールの整備状況（親族同席ルール、複数回面談ルール、適合性確認基準）」および「アフターフォローの実施状況」を点検し、保険募集管理態勢が強化されていることを確認しました。
- 年に1回、「ご契約状況のお知らせ」(現在ご加入の生命保険商品の内容等をお知らせする通知)を送付し、お客さまに適切な情報を提供しました。
- 2023年4月より契約者代理制度開始に向けて、各部門が連携して実施に向けての対応を完了しました。

方針3 確実な保障責任の全う

方針3に基づく取組内容（業務運営）	取組状況の一例
<p>6. お客さまに確実かつ簡潔にお手続きいただくよう、手続書類を可能な限り削減し、また、口頭によるお申し出のみで手続き可能とする取扱範囲を拡大し、お客さまの負担軽減に努めています。</p>	<p>住所変更やご家族登録等のお手続きを、口頭によるお手続きを可能とし、お客さまのご負担軽減に努めています。</p>
<p>7. 正確・迅速なお支払いに向けた人材育成やシステム対応を継続的に実施しています。</p>	<p>支払業務の網羅性・適正性確保の観点から、規程・マニュアルの必要に応じた見直しを定期的に図り、継続的な人材育成やシステムの機能強化を実施し、適切な支払業務を遂行しています。</p>
<p>8. 厳格なリスク管理を前提として、バランスのとれた分散型ポートフォリオを構築するとともに、ESG投融資の強化を通じて運用収益の向上と持続可能な社会の実現の両立を目指してまいります。</p>	<p>国連責任投資原則（PRI）への署名を完了し、2022年11月17日に対外的なプレスリリースを完了しました。また、健全かつ適切な業務運営を確保するため、リスク管理の強化に取り組みました。リスク量やリスク構成の変化を定期的にモニタリングすることなどにより、適切なリスク管理を行いました。</p>

方針4 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

私たちは、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反のおそれがある取引について適切に管理します。

国内外の法令や社内規程を遵守するとともに、高い倫理観に基づき公正、公平な良識ある行動をとります。

方針に基づく取組内容について対応しています。
取組内容の詳細は以下「方針4-取組内容1～6」を参照

方針4に基づく取組内容（業務運営）

1. 代理店業務点検や代理店監査を通じて、募集代理店の実効的なコンプライアンス態勢を確保してまいります。

2. 「募集代理店コンプライアンス・マニュアル」では、関係する法令等を遵守し、お客さま保護の観点から適正な保険募集を行うことを定めています。また、お客さまの収入や資産状況、年齢、投資経験、目的等を考慮すること、特に高齢のお客さまには商品理解の促進に向けた一層の配慮を行うための基準を設ける必要があること等を定め、募集代理店に周知・指導しています。

3. 募集代理店に支払われる手数料は保険契約締結の媒介や維持管理業務の対価である旨をお客さまに対して商品概要書でわかりやすくご案内しています。

取組状況の一例

当社の募集代理店（全421店）に対し、2022年度「代理店業務点検」を実施し、お客さまへのアフターフォローの取り組みや苦情の未然防止に向けた取り組み、保険募集に係るリテラシー向上のための募集人教育など、保険募集管理態勢が強化されていることを確認しました。また、年度計画に従い代理店監査を実施し、保険募集に係る態勢整備状況を検証しています。その結果、改善を要する事項を認識した場合は、改善方法の提案を行うこととしています。

「募集代理店コンプライアンス・マニュアル」を改定し、募集時に適切に「公的保険制度」に関する情報提供を行うこと、また、外貨建保険の募集時には（金融機関代理店）、他の金融商品との比較を容易にできるよう「重要情報シート」を積極的に活用すること等を追記しました。

お客さま向けの商品概要書にわかりやすく手数料率を記載し、情報提供を行っています。

方針4 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守

方針4に基づく取組内容（業務運営）	取組状況の一例
<p>4. 為替等の市場リスクを有する外貨建保険等の特定保険契約と投資信託等、その他金融商品と比較して募集することが多い募集代理店に対しては、代理店手数料を記載した商品概要書を提供しています。</p>	<p>商品概要書をご提供し、その他商品との比較・推奨が十分にできるよう情報提供に努めています。</p>
<p>5. 「利益相反管理方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理を行っています。</p>	<p>「利益相反管理方針」および「利益相反管理規程」に基づき、利益相反取引の有無・利益相反取引の状況について全社的な点検・検証を行い、利益相反等の不適正な取扱いがないことを確認しています。 社員に対してはeラーニング研修を実施し、利益相反取引に対する意識向上に努めています。</p>
<p>6. 営業と資産運用の職務を分離し、取引関係の有無や販売状況に関わらず、資産運用部門が独立して公正な投資判断を行う体制を構築しています。</p>	<p>投資戦略の審議や投資先の検討を行うための投資委員会は、営業部門と独立したメンバーで構成することで職務を分離しています。なお、厳格なリスク管理を前提として、バランスの取れた分散型ポートフォリオの構築を通じて、長期的かつ安定的に収益を最大化することを目指しています。</p>

方針5 お客さまの声を活かす取り組み・結果の検証

私たちは、お客さまの声を大切に、真摯に受け止め、サービス向上に努めます。

その実現に向けて、お客さまのご意見・ご要望のみならず、お客さまの立場に立った社員の提案等、幅広くお客さまの声を収集し、業務改善につなげるとともに、その取組結果を検証します。

方針に基づく取組内容について対応しています。
取組内容の詳細は以下「方針5-取組内容1～3」を参照

方針5に基づく取組内容（業務運営）

取組状況の一例

1. お客さまに一層の安心と満足をお届けするために、「お客さまの声」を真摯に受け止め、お寄せいただいた貴重なご意見等を会社の経営改善に反映させ、全社でCS（お客さま満足）の向上に取り組んでいます。

お寄せいただいた「お客さまの声」を分析して業務改善の取り組みを検討し、実施した改善策等については、改善効果のモニタリングを実施しています。業務改善の取り組みの実施状況については、役員等が参加する委員会に定期的に報告を行い、委員間で認識の共有を行っています。

2. 苦情対応に際して、苦情対応マネジメントシステムに関する規格「ISO 10002/JIS Q 10002（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）」に準拠した取り組みを進めています。

苦情分析の高度化を推進し、また、「お客さまの声」を分析して業務改善の取り組みを検討・実践しています。また、年1回、苦情対応に関する内部監査において当社の苦情対応態勢の評価を受け、2022年度も当社の苦情対応態勢が「ISO10002/JIS Q 10002」規格に準拠していることを確認しています。

3. お客さまの声を真摯に受け止め、これに誠実かつ迅速にお応えするよう「お客さまサービス推進プロジェクト」を通じて、課題を分析し、解決・改善に努めています。

お客さま応接や事務処理を担う社員で「お客さまサービス推進プロジェクト」を編成し、お客さまの声もふまえ、利便性向上に向けた施策を検討・実施しています。
2022年度はお客さまから分かりにくいとの声を受けて、各種帳票や外貨保険チラシ等をわかりやすい内容に改定しました。

方針6 一人ひとりがお客さま本位で行動するための取り組み

私たちは、社員があらゆる業務においてお客さまのご要望に誠実・迅速にお応えし、お客さま本位で行動できるよう、本方針の浸透・定着に向けた取り組みを進めてまいります。

また、適切なサービスをご提供できる高い専門性・職業倫理を持った社員を育成します。

方針に基づく取組内容について対応しています。
取組内容の詳細は以下「方針6-取組内容1～4」を参照

方針5に基づく取組内容（業務運営）

取組状況の一例

1. 「お客さま本位の業務運営に関する方針」の浸透に向け、全社員がe-ラーニング教育を実施するなど、お客さま満足の向上に資するさまざまな社員教育を行っています。また、お客さま本位の業務運営に係る取組内容の振り返り結果を毎年全社で共有しており、社員の意識向上や、取り組みの更なる改善・高度化につなげています。

2022年11月に「お客さま本位の業務運営に関する方針」の改定、「方針に基づく取組内容」「取組結果」について、全社員が確認する会議で報告を行い、周知を図っています。
新入社員や中途社員の入社時研修において研修を実施し、お客さま本位の業務運営の理解、お客さま本位に資する活動の重要性について伝えていきます。

2. お客さま満足の向上に資する行動を適切に評価できるよう、当社社員の人事評価制度において、「カスタマーフォーカス」に関する評価項目を設定しています。

人事評価制度において、「顧客に焦点を当てる」、「誠実に行動する」を行動特性とする評価の項目に定め、お客さま本位の業務運営が企業文化に定着するように努めています。

3. 当社では認知症の正しい知識と理解を深めるために、全社員が「認知症サポーター」となることを目指し、「認知症サポーター養成講座」を継続的に開催していきます。

社員の認知症に対する理解を深めるために、認知症サポーター養成講座を開催しました。講座では、認知症の症状の理解だけでなく、認知症の方と接する時のポイント、認知症サポーターのできることを学びました。2022年度は262名が受講し、対象社員の98%が認知症サポーター資格を取得しています。全社員が認知症サポーターとなることを目指し、継続して認知症サポーター養成講座を開催していくとともに、認知症への理解を深める取り組みを継続していきます。

4. 募集代理店がお客さまのニーズに沿った商品提案を行い、商品内容・しくみ・リスクや契約に関わる費用、代理店手数料等をお客さまにご理解いただくために、募集人がこれらの重要な情報の提供を適切に行えるよう、研修等を通じて、募集人育成を支援しています。

商品の内容や仕組みだけでなく、お客さまニーズに沿った商品提案、リスク説明の徹底、契約に関わる費用や代理店手数料等をお客さまにご理解いただくために、募集代理店や営業担当の意見を取り入れながら、研修や動画解説コンテンツを提供し、募集人育成を支援しています。

【別表】 当社「お客さま本位の業務運営取組結果」「取組内容に対する取組状況」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

金融庁 顧客本位の業務運営に関する原則		取組結果・取組状況の 該当箇所
顧客の最善の利益の追求	原則2	方針1
		方針1-取組状況
		方針6
		方針6-取組状況
	(注)	方針1
		方針2
		方針3
		方針5
		方針5-取組状況
利益相反の適切な管理	原則3	方針4
		方針4-取組状況
	(注)	方針2-取組状況
		方針4-取組状況
手数料等の明確化	原則4	方針2-取組状況
		方針4-取組状況
重要な情報の分かりやすい提供	原則5	方針2
		方針2-取組状況
	(注1)	方針2-取組状況
		方針4-取組状況
	(注2)	パッケージ商品はないため非該当
	(注3)	方針2-取組状況
	(注4)	方針2-取組状況
(注5)	方針2-取組状況	

金融庁 顧客本位の業務運営に関する原則		取組結果・取組状況の 該当箇所
顧客にふさわしいサービスの提供	原則6	方針2
		方針2-取組状況
	(注1)	方針2
		方針2-取組状況
		方針3-取組状況
	(注2)	パッケージ商品はないため非該当
	(注3)	方針2-取組状況
	(注4)	方針2-取組状況
	(注5)	方針6
		方針2-取組状況
従業員に対する適切な 動機づけの枠組み等	原則7	方針6
		方針2-取組状況
		方針6-取組状況
	(注)	方針1-取組状況
		方針6-取組状況