

お客さま本位の業務運営 2022年度 取組状況

「お客さま本位の業務運営方針」に対応する、2022年度の主な取組内容は以下のとおりです。

取組状況. 1

お客さまの最善の利益の追求と、企業文化としての定着

(1) 組織的なコンプライアンス教育・研修の実施

次の①②の研修等を実施し、職員のコンプライアンス意識と職業倫理感の維持向上に取り組みました。

①営業拠点毎に任命しているコンプライアンス委員が講師となり、営業拠点に所属する職員を対象として、コンプライアンス研修を毎月実施しました。研修教材は当社における実際の発生事例をもとに、コンプライアンス部が策定しています。

②本社部門スタッフが講師となり、全営業拠点長を対象として、コンプライアンス研修を四半期ごとに実施しました。テーマは当社職員のお客さま対応力・品質向上に資するものとしています。研修受講後は全拠点長が管下職員に同様の内容の研修を実施し、全員へ周知徹底を図りました。

(2) お客さまの声の活用

お客さまからの声を収集・分析し、お客さま対応力向上のために活用しています。具体的には、以下①②に取り組みました。

①当社で受け付けたお客さまの声全件を態勢整備推進室（「お客さまサポートセンター」）において集約・確認しています。この中でコンプライアンス上の疑義の可能性が考えられる声については、コンプライアンス部に連携し、必要に応じて疑義事案として調査対象としています。

②当社職員の対応に関してお客さまのアンケートを継続的に実施しており、各ブロックで毎月開催した「月初会議」においてお客さまからの「お褒めの言葉」およびお客さまからの「ご意見・ご要望（苦情）」を共有しました。加えて、お客さまからお褒めの声を多く頂いている優績な職員に対し、営業上のマナー・エチケットに関するインタビューを行ない、

この研修動画を作成した上で、社内でも共有しました。

(3) 定着状況を測るための取組み (KPI)

①【生命保険契約の継続率 (IQA24・件数)】・・・(A)

2023年3月末時点において、95.54%となりました。

本データは本社にて毎月詳細に分析し、全拠点に共有しました。極端にこの継続率が悪い職員に対しては、ご担当させて頂いたお客さまに本社から直接アンケートをご送付し、しっかりお客さまが納得され、長く続けられる、と判断されて契約を頂いたのかを把握する取組みを2022年4月から開始し、毎月送付・ヒアリングさせて頂きました。

②【保有契約件数 (生命保険)】・・・(B)

2023年3月末時点において約21.5万件となりました。

取組状況. 2

利益相反の適切な管理

(1) 規程・マニュアルに則った、適正な意向把握と比較推奨

以下①②③に取り組みました。

①一層適正な意向把握を実現するために、2022年7月以降の全ての商談において公的保険制度に関してお客さまに必ずご説明することとしました。

②2022年7月～9月に全職員を対象として、公的保険制度に関する研修を5回シリーズで実施しました。

③「意向把握の適切な履行」および「公的保険制度に関する情報提供の充実・必須化」に関する取組みを周知し、加えて顧客本位の募集活動を全職員に徹底させるため、2023年2月に保険募集管理マニュアルを大幅に改定しました。

(2) 募集管理担当専任者の配置

当社では、商談管理システムを導入しており、募集人が全ての商談を記録しています。募集に従事しない管理専任者を全国に約10名配置しており、これら管理担当がお客さまのご意向と実際に提案する商品が合致していること等について、規程・マニュアル等に基づいて全商談を確認・検証しています。

取組状況. 3

お客さまの真の意向を踏まえた商品提案・販売

(1) 重要な情報の分かりやすい提供

以下①②に取り組みました。

①当社では、職員がお客さまに対して重要な情報を分かりやすく提供するために、「標準トークスクリプト」を策定しています。2022年7月には公的保険制度に関するご説明の必須化等を反映した改定を行い、職員に周知徹底を図りました。

②全職員を対象としたロールプレイコンテストを2022年7月から12月にかけて実施しました。

内容は医療保険を検討しているお客さまを念頭において、高額療養費制度等の公的保険制度を説明しつつ、当初意向の把握から、最終意向確認並びに提案商品への絞り込みまでをテーマとしました。

また分かりやすく丁寧な説明が実践出来ている職員の動画をイントラネット上に掲載し、全職員と共有しました。

(2) 情報提供時における保険関係費用等の明示

以下①②に取り組みました。

①特定保険契約に関する苦情等を分析し、更なる募集品質の向上を図るために、2022年9月に営業拠点長を対象とした研修を実施しました。

②2022年10月以降も、毎月の研修会議の場において、保険関係費用等の明示が必須であり、お客さまに分かりやすくお伝えすることが重要であると注意喚起し、適正な募集の一層の徹底を図りました。

(3) お客さまに相応しいサービスの提供

以下①②に取り組みました。

①お客さまに専門性と公平性をもってご提案をするために保険商品知識に留まらない公的なFP資格等の習得が必須と考えて、2022年度において未取得者を中心に資格取得推進を行いました。

この結果、FP3級新規取得者は35名、同2級は9名となりました。

②2022年4月にお客さまサポートセンターを設置し、お客さまからのご照会に一元的に対応する体制を整備するとともに、当社退職職員がご担当していたお客さまへも抜け漏れが無いよう、振替不能案内等も開始しました。

(4) お客さまの真の意向を踏まえた商品提案・販売の実践状況を測るための取組み (KPI)

2022年度の【お客さまの声 受付数】・・・(C)は424件(苦情)でした。今後更に積極的な収集に努め、業務改善に活かしてまいります。

取組状況. 4

人材育成と、方針の浸透に向けた取組体制

(1) 定例会議体の運営

毎月初に行なうブロックごとの全体会議(月初会議)において、本社が作成したコンテンツを用いて管理担当者、ブロック長が職員教育に取り組みました。

(2) お客さま本位の業務運営の実践を下支えするための適切な報酬制度・評価体系の運営

2022年10月に、在籍5年以上となる職員の報酬を改善する改定を実施しました。この改善は生損保ともに適用するものであり、生損保でお客さまを長くしっかり守ることへの、職員の健全な動機付けに資すると考えています。

(3) 内勤職員向け人事考課制度の導入と適切な運営

直接募集に従事しない内勤職員に対しても、お客さま本位の価値観の一層の醸成に向け、コンピテンシー強化と適切な評価・フィードバックを目的に、当社として初めて人事評価制度を導入しました。

2023年度からの本格運用開始に向けて、2022年度中に考課者向けの導入研修並びに考課者と被考課者の面談を実施しました。

(4) 企画・管理機能の強化(3ラインの整備)

① 営業部門への管理専任者の配置

2022年4月より一部ブロックにおいて、募集に従事しない管理専任者に管理業務を集約化する取組みを試行的に開始しました。当該管理専任者が進行役となって毎月2回合同での朝礼運営を通じた、会社施策等の情報伝達の均質化や、各種報告業務の締切管理の強化を実施しました。

この取組みを踏まえて、2023年1月以降、対象ブロックを拡大しつつ、管理専任者と営業拠点長の役割分担の見直し等、全国展開に必要な準備を実施しました。

② 本社機能の強化

お客さま本位の業務運営に必要となるルールや運営要領等の整備を担う態勢整備推進室を2021年度に設置後、2022年4月に11名体制に増強して取組みを強化しました。同室

担当者は営業拠点へのモニタリングや商談証跡の承認等を通じて募集人への指導・支援を実施しつつ、募集実態の把握に努めて、募集プロセスや個人情報取扱いルールの改定・改善等に取り組みました。

より高度な改善課題に取り組むために、2023年度は営業拠点に対する直接的な指導を担う担当部門と会社ルール・施策の企画・立案を担う担当部門を分離して、営業企画推進部および企画管理部を設置することを決定しました。

また、全営業拠点への監査業務を監査室が担当することとしました。

(5) 人材の育成状況を測るための取組み (KPI)

① 【年間の社員研修数】・・・(D)

2022年度は全職員が毎月1.0回、年間12.0回の研修会議に参加しました。

② 【60か月以上在籍の職員数】・・・(E)

2023年3月末現在で、在籍が60か月以上となっている職員数は164名でした。

.....

* 金融庁の定める「顧客本位の業務運営の原則（これらに付されている（注）含む）」のなかで、「非該当」としている項目の理由

原則5の（注2）

金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである（（注2）～（注5）は手数料等の情報を提供する場合においても同じ）。

こちらについては、当社は代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等は実施していないため、非該当としております。

原則6の（注2）

金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。

こちらについては、当社は代理店として複数の金融商品・サービスのパッケージ販売・推奨等は実施していないため、非該当としております。

□原則6の（注3）

金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。

こちらについては、当社は代理店として金融商品の組成は実施していないため、非該当としております。

以上