

## お客さま本位の業務運営方針 2023年度 取組状況

お客さま本位の業務運営方針の、2023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、営業社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営業社員を対象として、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、全ての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毎に実施しました。テーマは営業社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営業社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きましてはコンプライアンス部に連携し、必要に応じて調査対象としています。なお2023年度コンプライアンス上疑義ある事案として認定に至った事案はございませんでした。

②営業社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、各営業部で毎月開催した「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。

##### (3) 定着状況を測るための取組 (KPI)

①【生命保険契約の継続率 (IQA24・件数)】・・・(A)

2024年2月末時点において、96.29%となりました。

本データは本社にて毎月詳細に分析し、全ての営業拠点に共有しました。極端にこの継続率が悪い営業社員に対しては、ご担当させていただいたお客さまに本社から直接アンケートをご送付し、営業社員がお客さまのご意向に沿ったご提案ができているか、お客さまがご加入された商品を理解されているか等、お客さま満足度を把握する取組を実施しています。

## ②【保有契約件数（生命保険）】・・・(B)

2024年2月末時点において約24.4万件となりました。

## 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

全ての営業社員を対象に以下①②③に、また、全ての営業拠点を対象に④に取り組みました。

①2023年8月に生命保険協会「公的保険制度テキスト」を活用した「公的保険制度理解度確認テスト」を実施しました。

②2022年7月から9月に実施した「公的保険制度に関する研修」5回シリーズの補講として、2023年9月に「公的保険オンライン研修」を2回シリーズで実施しました。

③2024年1月から比較推奨強化プロジェクトをスタートし、商品分野ごとに、お客さまの意向把握と商品比較に至る研修と商品知識テストを実施しました。

④2023年度は、管理専任者が全拠点を対象に、「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」の取り組み状況を自己点検で確認しました。

#### (2) 管理専任者の配置

当社では、商談管理システムを導入しており、営業社員が全ての商談を記録しています。保険募集に従事しない管理専任者（以下、管理専任者）を全国に10名配置しており、これら管理専任者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

全ての営業社員を対象に、以下①②に取り組みました。

①当社では、営業社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。

2023年度は、販売方針、募集人の権限に関するご説明の詳細化等を反映した改定を行い、周知徹底を図りました。

②ロールプレイコンテストを2023年7月から12月にかけて実施しました。

内容は変額保険を検討しているお客さまを念頭において、公的保険制度並びに保険関係費用や運用費用を説明しつつ、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営業社員の動画をイントラネット上に掲載し、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 特定保険契約の更なる募集品質の向上を図るために、管理専任者が営業拠点で営業社員を対象に自己点検を実施、保険関係費用や市場リスク等の適切な説明状況を確認・指導しました。

②2024年1月に、全ての営業社員を対象に、外貨商品研修、同3月には比較推奨販売強化プロジェクトの変額保険編の研修を実施し、お客さまのご意向に沿った適正な募集の再徹底を行いました。

## (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するため、保険商品知識に留まらないFP資格等の習得を必須とし、継続的な受験勧奨を行いました。

その結果、FP1級4名、FP2級8名、FP3級26名、CFP3名、AFP8名となりました（昨年対比5名増加）。

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、退職した営業社員が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。

2023年度は、上記取組に加えて失効契約に対する復活案内も開始し、お客さまのご意向に沿ったアフターフォローに取り組みました。

## (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 (KPI)

2023年度の【お客さまの声 受付数】・・・(C)は123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

毎月初に行なう営業部毎の全体会議（月初会議）において、本社部門が作成したコンテンツを用いて営業部長、管理専任者が営業社員教育に取り組みました。

研修実施後も、管理専任者と営業拠点長が連携し、理解度および実施状況を把握し教育する体制を構築しました。

#### (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年以上となる営業社員の報酬を改善する改定を実施したのち、23年度は全ての営業社員に対して通年でこの運用を実施しました。以下(5) KPIの通り、在籍60か月以上となる営業社員数も順調に増加しており、営業社員の定着にも資していると考えています。

#### (3) 内勤社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社員に対して、正式な人事考課制度の運用をスタートしました。

年度初、中間、年度末の人事面談を各組織の上長および人事総務部長にて行ない、特に内勤社員に求めるコンピテンシー項目を10項目明示し、能力開発と人事考課(昇給考課)にも反映させました。顧客本位の意識づけに有益であったと考えています。

#### (4) 企画・管理機能の強化(3ラインの整備)

2023年4月、1stラインである全国8つの営業部に、管理専任者を配置しました。これにより、営業部毎に管理業務を当該管理専任者に集約することで、営業部長や営業拠点長による管理業務の実効性強化を図りました。具体的には、上記管理専任者は、月初会議の運営や、営業拠点の自己点検および商談証跡の承認等を通じて募集実態の把握に努め、営業社員への指導・支援を実施しました。

お客さま本位の業務運営に必要なルールや運営要領等の整備を担う態勢整備推進室は、2ndラインとして、上記管理専任者が行う管理業務への支援や牽制を通じて、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。

また、全ての営業拠点への監査業務を3rdラインである監査室が実施しました。

#### (5) 人材の育成状況を測るための取組(KPI)

##### ①【年間の社員研修数】・・・(D)

2023年度は全ての社員が毎月1.0回、年間11.0回の研修会議に参加しました。

②【60 か月以上在籍の営業社員数】・・・(E)

2024年2月末現在で、在籍が60か月以上となっている営業社員数は186名でした  
(2023年2月末対比で17名増加しました)。

.....

\* 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）。

こちらにつきましては、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、非該当としています。

□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。

こちらにつきましては、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、非該当としています。

□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。

こちらにつきましては、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、非該当としています。

以上