

2022年6月30日
日本生命保険相互会社

お客様本位の業務運営に関する2021年度取組結果について

日本生命保険相互会社（社長：清水博、以下「当社」）は、お客様本位の業務運営に関する2021年度の取組結果を公表します。

当社は、2017年3月に「お客様本位の業務運営に係る方針」（以下「当方針」）および「お客様本位の業務運営に係る取組内容」を定めて以降、継続的な取り組みの強化・充実を行っており、その取組結果を毎年開示しています。2022年3月には、お客様が真に求める商品・サービスの提供に向け、当方針を改定するとともに、チャンネルごとの具体取組を策定し、その内容を公表^{*}しています。

※2022年3月25日リリース

「お客様本位の業務運営に関する方針の改定および2021年度お客様満足度結果について」
<https://www.nissay.co.jp/news/2021/pdf/20220325a.pdf>

今後も、当方針に沿った取り組みを一つ一つ積み重ね、あらゆる領域でのお客様本位の業務運営を推進してまいります。

以 上

2021年度
お客様本位の業務運営に関する取組結果について

2022年6月
日本生命保険相互会社

当資料は、お客様本位の業務運営に関する2021年度取組結果をまとめたものです

※記載内容は、特段の記載がない限り2022年6月現在の状況を記載しています。また、生命保険商品・付帯サービス等は全て概要を説明したものであり、生命保険商品ご加入のご検討や付帯サービスのご利用等にあたっては、最新の情報を必ずご確認ください。

1. お客様本位の業務運営の取組状況 … P.2
2. 生命保険商品・付帯サービスの開発の取組状況 … P.3
3. 生命保険商品の募集の取組状況 … P.4~5
4. 代理店への募集委託の取組状況 … P.6
5. 保険金・給付金等のお支払等の取組状況 … P.7
6. サービスチャネルの構築の取組状況 … P.8
7. お客様の声を経営に活かす取組の状況 … P.9
8. 資産運用の取組状況 … P.10
9. 利益相反の適切な管理の取組状況 … P.11
10. 方針の浸透に向けた取組の状況 … P.12

当社は、経営基本理念に則り、お客様が真に求める生命保険商品・付帯サービスを提供し、お客様に対する長期にわたる保障責任を全うし続けるため、あらゆる業務運営において お客様本位で行動するよう努めてまいります。

■お客様本位の業務運営に関する取組

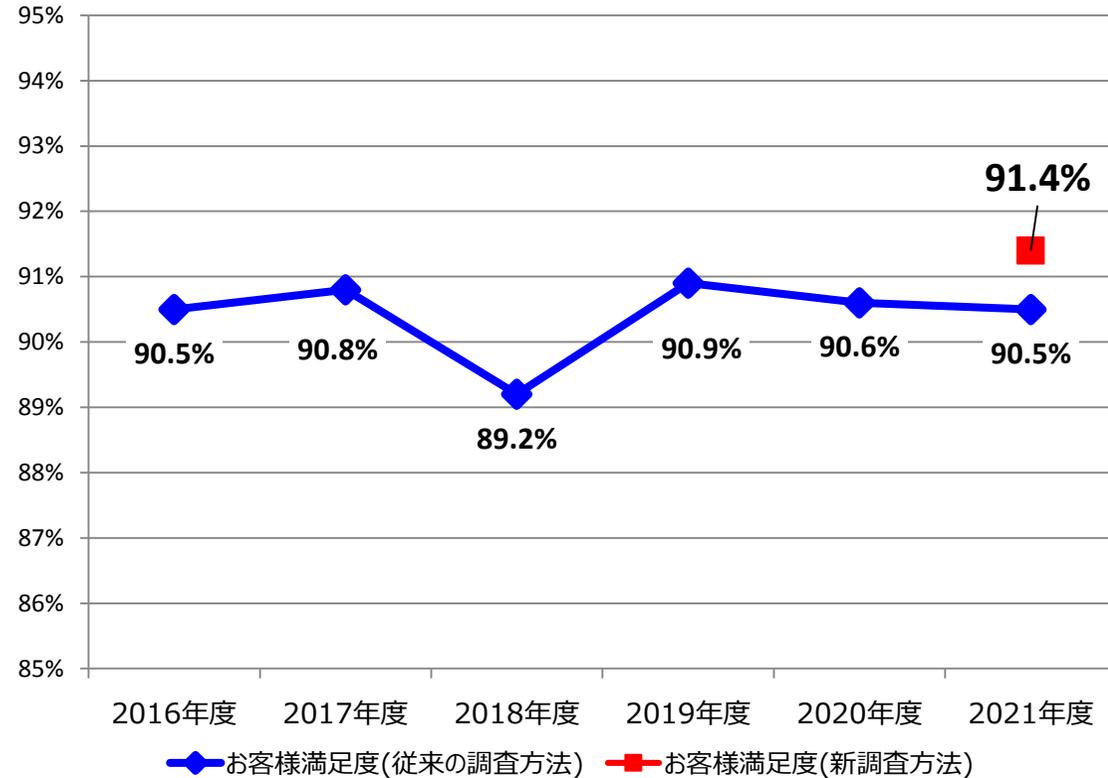
✓ 当社は、お客様や社会から一層の信頼をいただくため、「お客様本位の業務運営に係る方針」のもと、お客様本位の各種取組を推進してまいりました。また、各種研修等を通じ、当社役員・職員に対し、お客様の立場に立って徹底的に考え抜くという理念の一層の浸透に努めてまいりました。

✓ 「お客様本位の業務運営に係る方針」の定着を測る指標（KPI）として、「お客様満足度」を設定しています。年1回の社外機関を通じた調査を実施しており、お客様からいただいたご意見やご要望を分析し、事務・サービス等の改善に向けた取組を着実に進めた結果、当年度の「お客様満足度」は91.4%と引き続き高い水準を確保しています。

当年度から従来の営業職員チャネルにおける郵送調査に加え、営業職員・代理店・銀行窓販チャネルにおいてもオンラインによる調査を実施しました。

✓ 今後、当指標のトレンドを用いて、「お客様本位の業務運営に係る方針」および取組内容の定着度合を測っていくとともに、お客様の声に耳を傾ける中で、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、お客様本位の業務運営をより一層推進してまいります。

〈お客様満足度※の状況〉（※）満足・やや満足の合計



〈2021年度実施概要〉

- ・年1回実施(2021年9月1日～9月30日) ・調査対象：ご契約者様約6.5万名
- ・有効回答者数：約1.1万名
- ・質問内容：加入時手続、加入後手続、営業職員対応、現在加入商品、会社の信頼感 等
- ・お客様の満足度については、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択で回答

当社は、社会の要請やお客様のニーズを的確に把握し、お客様が真に求める生命保険商品・付帯サービスの開発に努めてまいります。

■多様化するお客様のニーズにお応えした新たな生命保険商品の提供

- ✓ より一層、幅広いお客様のニーズにお応えすべく、2021年7月に発売を開始した「ニッセイ 미래のカタチ 入院継続時収入サポート保険 “収 NEW 1 (シュウニューワン)”」は大変ご好評をいただき、販売件数は22万件（'2022年3月累計）を突破しました。
- ✓ 2022年4月からは「ニッセイ 未来のカタチ新3大疾病保障保険 “3大疾病 3充マル (サンジユウマル)”」を新たに発売、専用の付帯サービスとして「生活習慣改善支援プログラム」の提供も開始しました。

■社会の要請やお客様のニーズにお応えした生命保険商品の提供

- ✓ 収益確保と運用の安定化へのニーズにお応えすべく、2022年2月から企業年金向け新商品「ニッセイ特別勘定第1特約『グローバルバランス口』」を新たに発売しました。
- ✓ また、企業の福利厚生のさらなる充実のため、中堅企業（従業員100~1000名程度）向けの団体定期保険の新商品として「新無配当扱特約付団体定期保険」の引受け開始を2022年1月にプレスリリースいたしました（2023年1月より引受け開始）

■お客様のご要望やニーズを踏まえたニッセイ健康増進コンサルティングサービス (Wellness-Star☆) のサービスラインアップの検討

- ✓ 2020年に本格展開を開始した「健康経営®※ 支援・コンサルティングサービス」および「糖尿病予防プログラム」のバージョンアップ開発を実施しました（2021年10月より提供）。
- ✓ また、2021年8月より一部地域で展開の「血糖変動チェックプラン」について、お客様の声（測定器持ち運びが不便・アドバイスを充実してほしい等）を踏まえ、スマホ完結スキーム・コラムのバージョンアップ等のサービス向上に継続して取り組んでまいります（2022年度からは提供地域を拡大）。

〈入院継続時収入サポート保険 “収 NEW 1 (シュウニューワン)”〉



〈新3大疾病保障保険 “3大疾病 3充マル (サンジユウマル)”〉



〈新無配当扱特約付団体定期保険〉



〈ニッセイ健康増進コンサルティングサービス “Wellness-Star☆”〉



※『健康経営®』は特定非営利活動法人 健康経営研究会の登録商標です。

方針3：生命保険商品の募集

当社は、お客様に最適な商品を選択いただけるよう、生命保険商品の募集にあたり、以下の事項を徹底するよう努めてまいります。

- ① お客様の保険その他金融商品に関する知識、生命保険商品加入の目的、お客様の年齢、家族状況、財産状況等を総合的に勘案してご提案します。
- ② 生命保険商品の内容や仕組みについては、お客様に十分ご理解いただけるよう分かりやすく説明し、お客様一人ひとりのニーズに対応していることを確認します。
- ③ 変額年金、外貨建保険等の市場リスクが存在する商品については、①②に加え、お客様の投資経験等に照らし、最適と考えられる商品をお勧めするとともに商品内容や仕組み、リスク等について適切な説明を行うように心掛けます。

■お客様のご意向等を踏まえた商品提案

- ✓ 生命保険商品のご提案にあたり使用する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様層をご提示し、お客様のご意向に対応しているかを簡単に把握いただけるよう努めています。
- ✓ また、具体的な商品のご提案にあたっては、保障期間・保険料・保険金額等に関するお客様のご意向に加え、**人生における4つの主なリスク**（「死亡のリスク」、「重い病気や介護等のリスク」、「入院・手術等の医療のリスク」、「老後等、将来の資金が必要になるリスク」）**に対し備えるべき保障の内容や金額等の目安をお客様に想定いただくためのシミュレーション機能、「みらいコンサルタント」を登載・活用**することで、より充実した情報提供を推進しています。また、4つの主なリスクに対するご意向を必ずお伺いすることとし、こうしたお客様のご意向を把握できていない場合は、お申し込み手続きに進まないようシステム上の対応を行っています。

■高齢のお客様へのより配慮ある対応

- ✓ 生命保険商品のお申し込み手続き時には、**ご親族にも対面やビデオ通話により同席**いただき、お申し込み内容をご理解いただくよう努めています。
- ✓ また、お申込手続き後に、募集担当者以外**の確認担当者**がお客様を訪問し、「**ご契約サービス案内**」を実施する等、お客様のご加入の意思をしっかりと確認させていただくよう努めています。

〈高齢のお客様へのより配慮ある対応〉

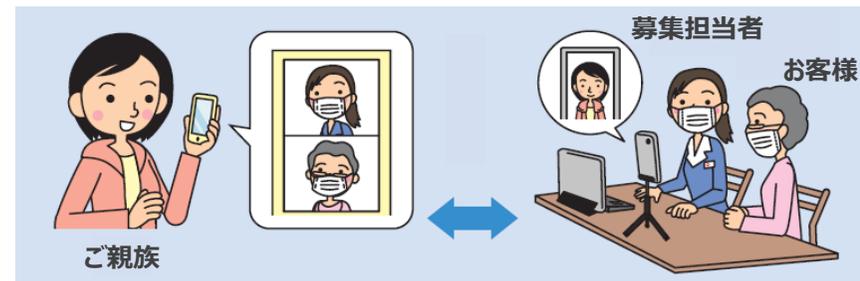
ご契約時におけるご親族同席のお願い

- 高齢のお客様による生命保険商品のお申し込み手続き時には、ご親族の同席をお願いしています。

お客様へご案内するためのご親族同席概要ビラの提供（イメージ）

ビデオ通話を活用したご親族の同席（2021年10月〜）

- 募集担当者の端末やお客様ご自身の端末から、Zoom等のビデオ通話で接続いただくことで、遠方のご親族にも同席いただけます。



■ 重要な情報の提供

- ✓ 当社は、お申込みに際し、お客様に生命保険商品の内容・仕組みをご理解いただく為に、**特に重要な情報を記載した「契約概要」**（提案書）と、**ご加入にあたって特にご注意ください情報**を記載した**「注意喚起情報」**を交付・説明しており、これらの内容については、生命保険協会のガイドライン・社内規程等に即した対応が行われていることを確認しています。
- ✓ また、**特定保険契約**（ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客様のご負担となる投資性の強い商品）について、**解約払戻金額が一時払保険料額を下回るケース等も含めた複数のシミュレーション**を記載した説明や、**解約払戻金額に影響する費用を具体数値を用いてご説明**する等、当該商品についてご理解を深めていただけるよう努めています。なお、当社の**特定保険契約の「契約締結前交付書面（契約概要／注意喚起情報）兼商品パンフレット」**については、**第三者機関である一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会（UCDA）による「見やすいデザイン認証」**を取得しています。
- ✓ また、「**みらいのカタチ**」等、複数の生命保険商品を組み合わせでご提案する際には、お客様が個別にご加入することもご検討いただけるよう、「**契約概要**」において個々の生命保険商品における保険料や保障内容等の重要な情報をご説明しています。
- ✓ なお、当社の商品ラインアップを補完する目的で募集を受託している他の保険会社の商品についても、当該保険会社と協議し、商品の特性に応じ、お客様のご意向等に対応した商品提案や、重要な情報の提供等が適切に行えるように努めています。

■ 保険料・保険金等に関する情報提供

- ✓ ご加入時に保険金・給付金等の額が確定している生命保険商品について、お客様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様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、「**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。
- ✓ また、**特定保険契約**については、ご加入時に保険金・給付金等の金額が確定しておらず、**保険料のうち運用の原資となる金額が重要**である為、他の類似の金融商品との比較可能性を担保する観点も踏まえ、「**注意喚起情報**」にお客様のご負担となる費用（**保険契約関係費、資産運用関係費**等）を記載しています。
- ✓ なお、営業職員が**特定保険契約**を販売するにあたっては（現在、他の保険会社から募集委託を受けた外貨建保険を販売中）、社内検定の合格を要件とし、また、営業職員が使用する携帯端末に**市場リスク**を説明する「**顧客用視聴動画**」を登載し、お申込手続き前にお客様に視聴いただくことを必須とする等、**重要事項説明**を適正に行うことができる体制の構築に努めています。

方針4：代理店への募集委託

当社は、当社の募集代理店において、方針3に定める商品提案等が適切に行える体制が構築されていることを委託開始の際に確認するとともに、当該体制が維持・改善されるよう指導・教育を行ってまいります。

■ 適切なお提案や重要な情報の提供に向けた資料提供および指導・教育

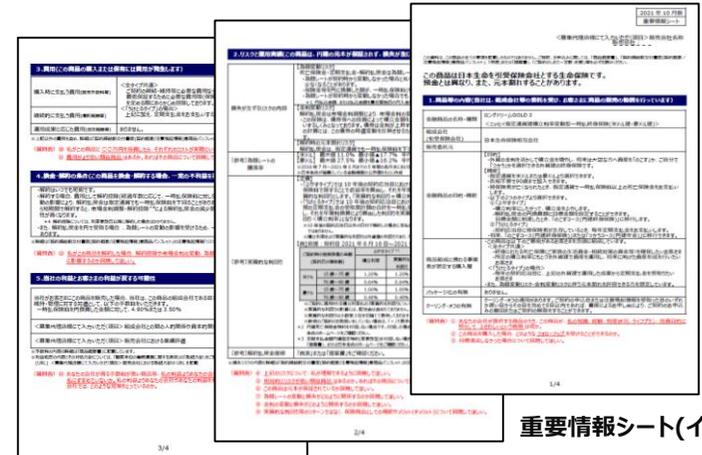
- ✓ お客様に対して特定の生命保険商品を提案・推奨する際には、その提案・推奨理由を分かりやすくご説明するよう指導・教育を行ってまいりました。
- ✓ また、金融機関代理店においては、生命保険のみならずさまざまな金融商品を販売していることから、お客様が他の金融商品と誤認しないよう、お客様向け説明資料や教材を提供し、研修等を通じた指導・教育を行っています。
- ✓ 各金融機関代理店より多様な商品の比較を容易にする観点から、2021年10月より、**金融商品の目的・機能、リスク・費用等を簡潔に記載した「重要情報シート」**の提供をサポートしています。
- ✓ また、**ご加入後も「商品の仕組み」等、ご加入時と同様の水準で商品概要説明が可能となるツールの提供**をはじめ、金融機関へのアフターフォローツールの提供・改良を実施しました。
- ✓ 加えて、「代理店点検から見られる好取組事例と当社が考えるベストプラクティス」の提供等を行う中で、**金融機関との対話の質の向上を図り、代理店のより適切な保険募集体制の構築やお客様本位の業務運営の強化を実施**してまいります。特に、金融機関代理店によるアフターフォローのさらなる推進に向け、アフターフォローに必要なツール、ツールの使い方や具体的な話法を例示した資料の提供等に努めています。また、金融機関による自己点検等で重要情報シート等の活用状況を確認し、好取組事例について代理店点検時等で共有化を行ってまいります。

■ 代理店における「お客様本位の業務運営」の推進

- ✓ 当社では、募集代理店によるお客様サービス向上や適切な業務運営に資する取組・体制整備を評価した**お客様本位の業務運営に資する代理店手数料体系を設定**しています。
- ✓ 生命保険協会の「代理店業務品質スタディグループ」において、各社の顧客本位の業務運営の後押しに資する代理店業務品質のあり方について議論がなされ、「業務品質評価基準」210項目がとりまとめられました。今後、希望する代理店に対し、同協会において、調査が行われます。こうした動きも参考に**代理店手数料体系の高度化の検討や、品質評価結果に係る検証を実施**してまいります。

重要情報シートの提供サポート（2021年10月～）

- 他の金融商品の重要情報シートと記載内容を合わせ、比較のしやすさに配慮。金融商品の目的・機能や、リスク、費用等についても分かりやすく記載。



重要情報シート(イメージ)

方針5：保険金・給付金等のお支払い等

- 1) 当社は、お客様のご加入されている生命保険商品の内容や保険金・給付金等の支払事由に該当する可能性のある事象について、定期的にお客様にご確認いただくとともに、お客様のライフステージに応じた情報提供や保障見直しのご提案を行うよう努めてまいります。
- 2) 当社は、効率的な事務体制の構築やお客様へのご説明の充実を通じ、お客様にとって分かりやすく利便性の高いお手続きを実現するとともに、正確かつ迅速に保険金・給付金等をお支払いするよう努めてまいります。

■契約継続中の情報提供

- ✓ 当社は、保険金・給付金を漏れなくご請求いただくために、また最新の情報提供やサービスをご利用いただくために、営業職員による「ご契約内容確認活動」を行っています。
- ✓ 非対面を希望するお客様が増加する中、**画面共有システム等の活用を通じ、お客様のご意向に沿った方法でのご契約内容確認活動に取り組んだ結果、昨年度を上回る実施率を確保しました。**
- ✓ また、**年に1回お送りしている「ご契約内容のお知らせ」**（現在ご加入の生命保険商品の内容や配当金等の情報をお知らせする通知）**について、2021年7月より希望されるお客様宛にオンライン（メール）での通知を開始**しているほか、ホームページのご契約者専用ページや日本生命アプリでも、現在ご加入の生命保険商品の内容等をご確認いただけるよう対応しています。
- ✓ 更に、**お手続きのお問い合わせが困難になった場合等に、ご登録いただいたご家族等がご契約者をサポートしていただける「ご契約情報家族連絡サービス」を提供**しており、**70歳以上のご契約者のうち78%を超える方々にご登録**いただいています。
※当サービスは2022年6月より、ご親族等が代理人としてお手続きすることが可能となる「保険契約者代理制度」を加えた「ご契約者サポートサービス」としてリニューアルしています。

■保険金・給付金等の支払いに関する体制整備

- ✓ 当社は、「支払アンダーライティングシステム」を導入し、お支払いの迅速化を進めるとともに、所定の入院・手術給付金についてニッセイホームページ・日本生命アプリからのインターネット請求を受付ける等、お客様サービスの向上に努めています。
- ✓ また、2022年1月以降、新型コロナウイルス感染症の感染者数が急激に増加したことに伴い、給付金請求が大幅に増加する中、**迅速なお支払いに向けて担当者を増員する等、体制を強化**しました。

〈画面共有システムを用いたご契約内容確認活動〉



〈日本生命アプリ〉



方針6：サービスチャネルの構築

当社は、生命保険商品の募集、ご加入後の情報提供・お手続き等のお客様サービスを迅速かつ適切に行うべく、フェイス・トゥ・フェイスでのサービスを中心とし、営業職員その他さまざまなサービスチャネルの構築・発展に努めてまいります。

■ダイレクト手続きの拡充

- ✓ 当社は、お客様のライフスタイルの多様化やITの進展を踏まえ、お客様手続きの利便性向上や情報提供体制の整備に取り組んでおり、2021年9月20日から、「**日本生命アプリ**」による**マイナンバー登録サービスを開始**しました。
- ✓ これまで、一部の保険金・年金等の支払手続き時において、ご契約者およびお受取人の方には、マイナンバーを書類にてご提出いただいていたましたが、今後、ご契約者には、いつでもご自身のスマートフォンにマイナンバーカードをかざすことで、日本生命アプリにて簡単にご登録いただくことが可能となりました。

■お客様の属性や状況に応じた丁寧な対応・サービスの提供

- ✓ **ご高齢のお客様を対象とした専用ダイヤル（通話無料）を提供**しています。自動音声案内を通さずに直接オペレーターにつながり、専門的な電話対応スキルを学んだオペレーターが分かりやすく丁寧に対応します。また、書類を送付されたお客様に対しては記入方法を電話でサポートする「**手続きフォローコール**」も行っています。**入電量は増加傾向でお客様からも好評をいただいています。**
- ✓ **聴覚に障がいをお持ちのお客様のお問合せに対応できるよう、2021年1月より手話通訳者を介して対応する「手話リレーサービス」を開始**しています。
- ✓ 引き続き、配慮が必要なお客様への丁寧な対応体制を構築する取組を継続するとともに、各種Webサービスやお客様の属性や状況に応じたサービスの提供を通じて、お客様のさらなる利便性向上に努めてまいります。

〈ダイレクト手続き画面イメージ〉



方針7：お客様の声を経営に活かす取組

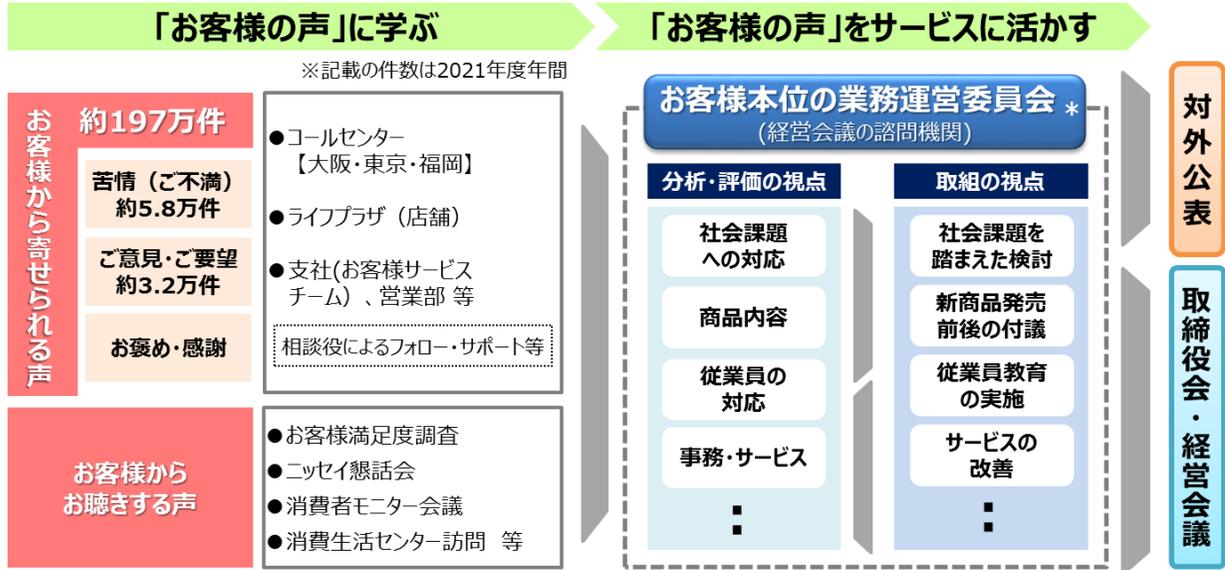
当社は、お客様のご要望に、誠実かつ迅速にお応えするとともに、お客様の声を大切にし、学び、業務運営の改善に努めてまいります。

■お客様の声を経営に活かす取組

- ✓ 当社は、お客様から寄せられたご意見、ご要望、ご不満等を「お客様の声」として真摯に受けとめ、一人ひとりの「お客様の声」に、誠実かつ迅速にお応えするよう努めています。
- ✓ また、「苦情」の定義を「お客様から寄せられるご不満の申し出（事実関係の有無は問わない）」として、幅広くご不満の声を捉えた苦情動向について詳細分析のうえ、**お客様の声を経営に活かす取組の審議を、お客様本位の業務運営推進委員会**にて行いました。
- ✓ 加えて、当社の生命保険商品や事務・サービスに関する評価・ご意見をいただく「**お客様満足度調査**」の実施や、お客様対応の専門家や社外の消費生活アドバイザー等から、事務・サービス全般やお客様向けの説明資料等についてご意見をいただく「**消費者モニター会議**」の開催等、お客様サービスの向上に努めています。
- ✓ なお、2021年11月には、「お客様の声」を踏まえた**事務・サービスの改善取組結果**について、**具体事例を中心に紹介した「お客様の声白書」**を発行しました。

〈お客様の声を経営に活かす取り組み（全体鳥瞰）〉

* 委員会名称を2022年度に変更



お客様サービスの向上

〈お客様の声白書〉



方針 8 : 資産運用

当社は、将来の保険金・給付金等を確実に支払うため、安全性・収益性・流動性に加え、公共性を勘案した資産運用に努めてまいります。

■ 収益・健全性確保の両立に向けたポートフォリオの変革

- ✓ 厳格なリスク管理を前提に、円金利資産の長期化を通じたリスク圧縮や、海外を中心としたクレジット資産の積み増し、リスク性資産の国際分散投資を推進し、収益力の向上に向けたポートフォリオの変革に取り組んでいます。
- ✓ また、海外の資産運用拠点や、ニッセイアセットマネジメント株式会社やニッポンライフ・インディア・アセットマネジメント社、米TCW社等のグループのアセットマネジメント会社への運用委託を通じて、収益源の多様化・分散化を進めています。
- ✓ 2022年3月には、当社グループの資産運用態勢の高度化を目的に、当社に続き大樹生命のクレジット・オルタナティブ投資の機能を、資産運用子会社であるニッセイアセットマネジメント株式会社へ移管しています。

■ ESGを軸とする投融資判断の推進

- ✓ 中長期的な観点から投融資先の持続的成長を支えるESG投融資は、当社が重視している収益性、安全性、公共性のバランスに配慮した中長期の投融資方針と、基本的に同根をなし、従来の投融資判断を高度化するものと考えています。
- ✓ 当社では、投融資判断にESGの要素を組み込むインテグレーションや、ESG課題も含めて企業と対話を行うエンゲージメント、資金使途がSDGsのテーマに紐づくESGテーマ投融資等、さまざまな手法を組み合わせ、バランスよく実施しています。
- ✓ **ESGテーマ投融資については、累計1.7兆円の目標（2017-2023年度）に対し、2021年度末時点で1.3兆円を超えたほか、脱炭素ファイナンス枠（5,000億円）を新たに設定しました。**
- ✓ 今後も、持続可能な社会の実現への貢献と契約者利益の一層の拡大を目指し、ESG投融資に取り組んでまいります。

〈ESG Report 2021〉



※当社のESG投融資に関する取組みの詳細は
リンク先をご参照ください。

https://www.nissay.co.jp/kaisha/otsutaeshitai/shishin_unyou/esg/esg_report2021.pdf

方針 9 : 利益相反の適切な管理

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適切に把握・管理するための体制を整備し、維持・改善に努めてまいります。

■利益相反の把握・管理

- ✓ 当社では「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。
- ✓ 具体的には、**法人営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず資産運用部門が独立して投資判断を行う体制を構築**しており、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、運用部門が独立して判断を行っています。
- ✓ また、議決権行使に係るガバナンス体制の強化等を目的として、社外取締役等の社外委員を過半とするスチュワードシップ諮問委員会を設置しています。利益相反管理の観点から、当社と保険取引が多い企業や代理店としての保険取扱高が多い企業等の議案を重要議案と定め、そのうち議決権行使精査要領に抵触した議案について、スチュワードシップ諮問委員会で事前に審議を行っています。なお、議決権行使後にも、利益相反管理の観点から、保険取引等に影響を及ぼしていないか検証を実施するとともに、**議決権行使結果についても、賛否判断理由を含め、個別に開示**を行っています。

■当社がグループ会社等のご紹介等を行う場合

- ✓ 当社は、保険商品以外のお客様の多様なニーズにお応えできるよう、当社グループ会社等のご紹介等に先立ち、お客様から当該ご紹介等に係る同意をいただくとともに、お客様のご意向に反するご紹介等とならないようマニュアルの整備や研修等に努めています。

■代理店に募集委託する場合

- ✓ 複数の保険会社の商品を扱う乗合代理店においては、お客様にご提案・推奨する商品の選定に関し、代理店手数料の多寡や元受保険会社との系列関係等による影響を受ける可能性があります。
- ✓ このため、当社は、募集代理店に支払う代理店手数料の水準は、当社の経営の健全性確保および募集代理店による保険募集の公正の確保に留意したうえで、適切な設定を行っています。
- ✓ なお、募集代理店によるお客様サービス向上や適切な業務運営に資する取組・体制整備を評価し、さらなる高度化を促進する観点から、**2019年4月に代理店手数料体系を改正し、お客様向けに、引き続きニッセイホームページ上で公表**しています。
- ✓ また、当社は、「募集代理店手数料規程」に基づく代理店手数料のほかに、当社の特定商品の販売量に偏重した上乗せ報酬等の支払いは行っていません。なお、特定保険契約（ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客様のご負担となる投資性の強い商品）と投資信託等を比較して募集することが多い金融機関代理店に対しては、代理店手数料を記載したお客様向けの説明資料を適宜提供しています。

方針 10 : 方針の浸透に向けた取組

当社は、当方針の浸透に向けた取組を行うとともに、当社職員があらゆる業務運営においてお客様本位で行動していくための給与・研修体系等の整備を進めてまいります。

■ 理念・方針の浸透

- ✓ 当社は、「経営基本理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向け、**全役職員が携行する「職員必携」に経営基本理念を分かりやすいメッセージ形式とした「私たちの誓い」を記載し、更に会議・研修等で唱和する等の取組を行っています。**
- ✓ また、**役員が営業現場を訪問※し、経営理念やお客様本位の重要性について語りかけを行い、理念浸透を図る取組を実施しました。**

■ 研修・教育

- ✓ 当社は、営業職員が、生命保険商品の内容・仕組み等への理解を更に深めるとともに、**お客様のご意向に対応した商品提案スキル等を向上できるよう、生命保険商品・付帯サービスに加え、社会保障制度等の知識研修や、ロールプレイング等のスキル研修等を実施しています。**
- ✓ また、生命保険商品だけでなく、金融商品、社会保障制度、税務、相続等に関する豊富な知識を有する「FP技能士（厚生労働省所管国家資格）」、「AFP（日本FP協会認定資格）」の取得を推奨しています。

■ 評価体系

- ✓ 当社は、営業職員の評価体系において、保険募集だけでなく、ご契約の継続状況、ご加入後に年1回行う「ご契約内容確認活動」、各種お手続き等のお客様へのアフターサービス活動の項目を幅広く評価し、お客様本位の視点に立った仕組みを構築しています。
- ✓ お客様本位の活動の一層の浸透・定着を図る観点から、2022年度より、営業職員一人ひとりが、お客様本位の活動をレベルアップさせていくことを目指し、**新たな評価制度として、「ニッセイまごころマイスター認定制度」を開始しました（2023年度に認定し、その認定状況を給与に反映します）。**
- ✓ この制度を通じ、営業職員が、自身の状況を客観的に振り返ることで、上司のサポートも受けながら、よりお客様を意識した活動を行うよう努力し、お客様から選ばれ続ける営業職員として成長することを目指します。

〈ニッセイまごころマイスター認定制度の概要〉

従来の営業職員評価に加え、
お客様本位の活動状況を測る項目を集約して評価

ポイント

- I お客様との信頼関係を重視した評価（活動実績評価）
- II 数字に表れない活動の評価（定性的評価）
- III ランク認定で見える化し、給与に反映

■ 対象者

- ・自立層（原則、入社3年目以降の職員）

■ 評価基準



'22取組み開始

- ・活動実績評価に定性的評価を加味して、3段階で認定

活動実績評価

- ✓ 担当お客様数
- ✓ ご契約内容確認活動数
- ✓ ご契約の継続状況 等

定性的評価

- ✓ 資格・専門知識
- ✓ お客様からの声（苦情）
- ✓ 上司による評価 等

※ 2021年度について、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を踏まえ、一部オンラインによる開催を実施

(別表) 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「2021年度お客様本位の業務運営に関する取組結果について」について、金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7（これらに付されている（注）含む）に示されている内容との対応関係を以下のとおり公表します。

顧客本位の業務運営に関する原則		取組結果における該当箇所	
【顧客の最善の利益の追求】	原則2	方針10：理念・方針の浸透	
		方針10：研修・教育	
		方針10：評価体系	
	(注)	方針1：お客様本位の業務運営に関する取組 方針7：お客様の声を経営に活かす取組	
【利益相反の適切な管理】	原則3	方針9：利益相反の把握・管理	
	(注)	方針3：重要な情報の提供 方針9：利益相反の把握・管理 方針9：代理店に募集委託する場合	
【手数料等の明確化】	原則4	方針3：保険料・保険金等に関する情報提供	
【重要な情報の分かりやすい提供】	原則5	方針3：お客様のご意向等を踏まえた商品提案	
	(注1)	方針3：お客様のご意向等を踏まえた商品提案 方針3：重要な情報の提供 方針4：適切なご提案や重要な情報の提供に向けた資料提供および指導・教育 方針9：当社がグループ会社等のご紹介等を行う場合 方針9：代理店に募集委託する場合 方針10：評価体系	
		(注2)	方針3：重要な情報の提供
		(注3)	方針3：重要な情報の提供
		(注4)	方針3：重要な情報の提供 方針4：適切なご提案や重要な情報の提供に向けた資料提供および指導・教育
			(注5)

顧客本位の業務運営に関する原則		取組結果における該当箇所	
【顧客にふさわしいサービスの提供】	原則6	方針3：お客様のご意向等を踏まえた商品提案 方針3：高齢のお客様へのより配慮ある対応	
		(注1)	方針3：お客様のご意向等を踏まえた商品提案 方針3：重要な情報の提供 方針3：保険料・保険金等に関する情報提供 方針4：適切なご提案や重要な情報の提供に向けた資料提供および指導・教育 方針5：契約継続中の情報提供
	(注2)		方針3：重要な情報の提供
	(注3)		方針3：お客様のご意向等を踏まえた商品提案 方針4：適切なご提案や重要な情報の提供に向けた資料提供および指導・教育
			(注4)
	(注5)	方針3：お客様のご意向等を踏まえた商品提案 方針4：適切なご提案や重要な情報の提供に向けた資料提供および指導・教育 方針10：当社職員への理念・方針等の浸透に向けた研修・教育	
		原則7	方針10：研修・教育 方針10：評価体系
			(注)