



★HELLO KITTY★

©1976, 2017 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No. 0580064

「ハローキティ」は、フコク生命のイメージキャラクターです。

# News Release

すてきな未来応援します

**フコク生命**

平成30年6月29日  
富国生命保険相互会社

## 平成29年度『「お客さま基点」の業務運営方針』の取組結果を公表しました

富国生命保険相互会社（社長 米山好映、以下「富国生命」）は、『「お客さま基点」の業務運営方針』に基づく平成29年度の取組みにつきまして、オフィシャルホームページに掲載しましたので、お知らせいたします。

当社は、大正12年に「ご契約者本位」という想いのもとに相互会社として創業し、平成20年より「お客さま基点」を価値観と位置付け、最も大切にしなければならないあらゆる企業活動の原点としております。「お客さま基点」とは、当社の役職員一人ひとりが「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまが心から安心できるであろう、富国生命ならではのサービスや経験を創り出し、提供していくことです。

「お客さま基点」のもと、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、平成29年6月に『「お客さま基点」の業務運営方針』を策定・公表いたしました。今般公表する資料は、本方針に係る平成29年度の取組結果をお知らせするものです。

当社は、引き続き「お客さま基点」をあらゆる発想や行動の原点とし、お客さま一人ひとりのニーズに対応した保険商品・サービス等を提供していくことで、お客さまから最も評価される会社となるよう努めてまいります。

### ◇公表先URL

#### 【富国生命】

<http://www.fukoku-life.co.jp/about/activity/customer-centric/index.html>

#### （ご参考）

グループ共通の方針のもと、子会社2社（フコクしんらい生命、富国生命投資顧問）についても、各社の方針に基づく取組結果を公表しております。

#### 【フコクしんらい生命】

<https://www.fukokushinrai.co.jp/company/activity/customer-centric/>

#### 【富国生命投資顧問】

<http://www.fukoku-cm.co.jp/company-profile/businessmanagement.html>

以上

# 2017年度 『「お客さま基点」の業務運営方針』の取組結果

2018年6月

富国生命保険相互会社

すてきな未来応援します



## 目次

---

はじめに	… 2
方針1.「お客さま基点」の浸透・実践	… 3
方針2.お客さまの「声」を経営改善に活かす取組み	… 4
方針3.お客さまのニーズに対応した責任ある最適な保険商品・サービスの提供	… 5
方針4.お客さまへの情報提供の充実	… 6
方針5.お客さまの立場にたったアフターサービスの充実	… 7
方針6.お客さまの利益を最優先とした資産運用の実践	… 8
方針7.利益相反の適切な管理	… 9
方針8.「お客さま基点」を実践できる人づくり	… 10

- 当社は、1923年に「ご契約者本位」という想いのもとに相互会社として創業され、2008年より「お客さま基点」を価値観と位置付け、最も大切にしなければならない、あらゆる企業活動の原点としています。「お客さま基点」とは、当社の役職員一人ひとりが「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまが心から安心できるであろう、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し、提供していくことです。
- 「お客さま基点」に基づいたお客さま本位の業務運営を行い、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、2017年6月に『「お客さま基点」の業務運営方針』を策定・公表しました。本資料は、2017年度の当社の取組状況をご報告するものです。
- 当社は、引き続き「お客さま基点」をあらゆる発想や行動の原点とし、お客さま一人ひとりのニーズに対応した保険商品・サービス等を提供していくことで、お客さまから最も評価される会社となるよう努めていきます。

# 方針1. 「お客さま基点」の浸透・実践

「フコク生命をお勧めいただけますか」という質問に対して、「ぜひすすめたい」「すすめたい」と回答頂いたお客さまの割合

## □ 『「お客さま基点」の業務運営方針』の評価指標 (KPI) : 他者加入推奨意向

当社は中期経営計画で「徹底した差別化でお客さまから最も評価される会社となる」をビジョンとして掲げており、中期経営計画の全社確認指標である「他者加入推奨意向」を、『「お客さま基点」の業務運営』の評価指標 (KPI) として準用しています。

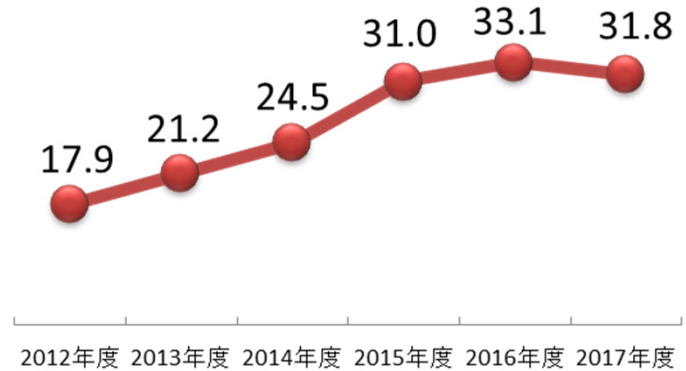
当該調査における「総合満足度」の回答においては、「大変満足」と回答されたお客さま層が「他者加入推奨意向」が高い、という結果が出ています。「大変満足」のお客さまを増やすことが、KPIの向上につながると考えています。

### 2017年度調査概要

- ◇往復はがきによる郵送調査 (実施期間2017年9月6日発送～2017年10月4日投函締切)
- ◇お客さま21,221名が対象 ◇有効回収数4,055名
- ◇他者加入推奨意向については、フコク生命を他者に「ぜひすすめたい」「すすめたい」「どちらかといえばすすめたい」「どちらともいえない」「どちらかといえばすすめたくない」「すすめたくない」「まったくすすめたくない」の7択で回答

他者加入推奨意向  
TOP2 (ぜひすすめたい+すすめたい) の割合

### 2012年度～2017年度推移



## □ 「お客さま基点活動」の実施

2013年度から、「お客さま基点」を言葉として理解するだけでなく、価値観として行動できるように「気づき」や「自覚」を促すことを目的として、毎年1回全職員を対象として研修を実施しています。2017年度は本社31部門、62支社すべてで実施しました。

## □ 社内報「富国」による周知

全職員に配布している社内報「富国」(隔月発行)に『「お客さま基点」の業務運営方針』について掲載し、社内周知を行いました。

### <社内報「富国」>



## 方針 2. お客様の「声」を経営改善に活かす取組み

### □ ご契約者懇談会

2017年度は、2018年1月～2月にかけて、全国62支社すべてで開催し、1,205名のご契約者に出席いただきました。いただいたご意見・ご質問は、関連部門へ連携するとともに、総代会や評議委員会で報告し、業務改善に活かすよう努めています。

主なご意見・ご質問に対する当社の回答および対応状況を、毎年「フコク生命の現状」（ディスクロージャー誌）に掲載しています。また、当社ホームページでもご覧いただけます。

<ご契約者懇談会の様子>

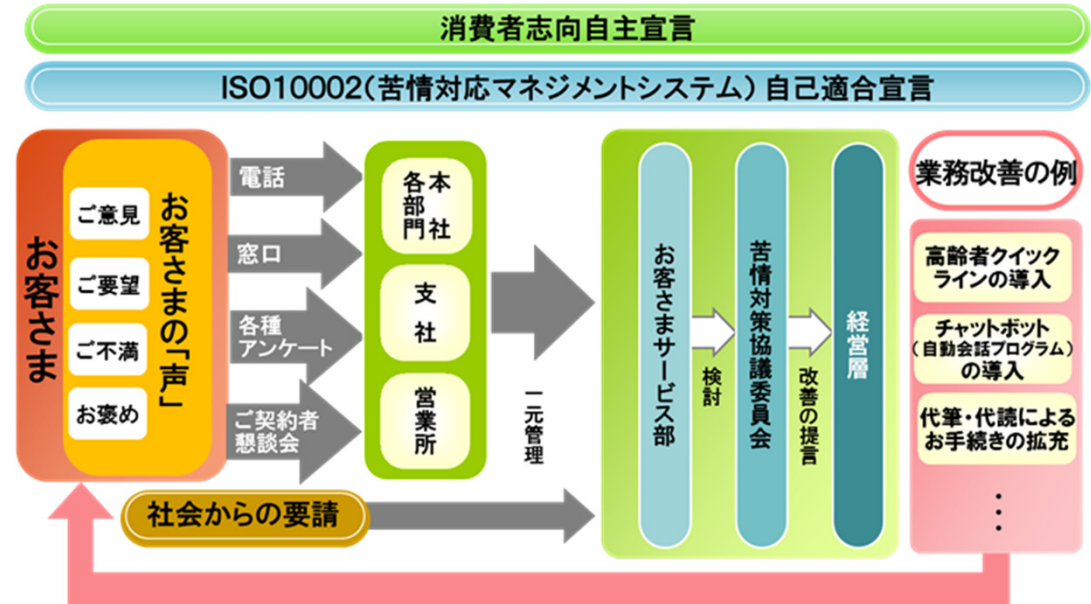


### □ お客様の「声」を経営改善に活かす取組み

#### ● 改善例：高齢者クイックラインの導入

「お客様センターの音声ガイダンスがわかりにくい」という高齢のお客様の声を受けて、2017年4月から「高齢者クイックライン」を導入しました。

お客様センターへお電話いただいたお客様の着信番号を自動的に判定し、70才以上のお客様は、その後の自動音声ガイダンスを省略し、直接コミュニケーターへお繋ぎします。



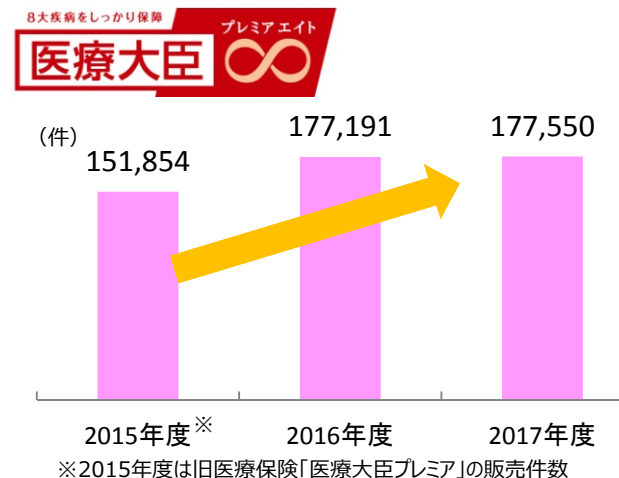
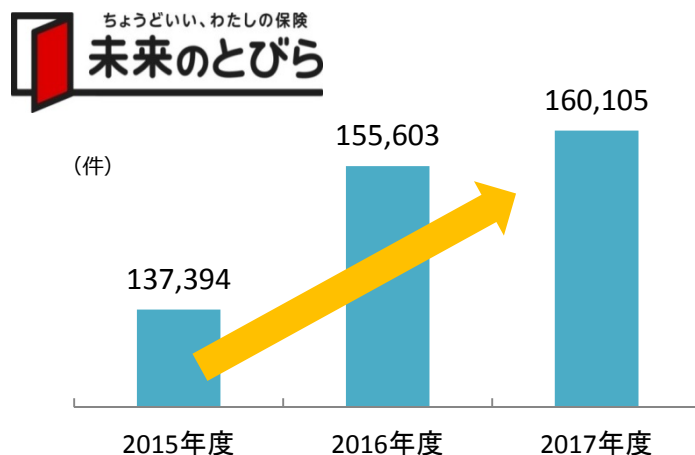
## 方針 3. お客様のニーズに対応した責任ある最適な保険商品・サービスの提供

### □ お客様一人ひとりのニーズにあった保険の提案

主契約がなく、特約同士の自由な組み合わせにより保障内容を構築できる主力商品「未来のとびら」を中心に、お客様一人ひとりのニーズにあわせて必要な保障を必要な分だけ確保できるように柔軟性の高い商品体系を構築しています。

2016年4月には、8大生活習慣病による入院を支払日数無制限で保障するほか、生活習慣病による退院後の通院や出産といった新しい概念の給付事由も盛り込んだ医療保険「医療大臣プレミアエイト」を発売しました。

「未来のとびら」「医療大臣プレミアエイト」の販売件数の推移



### □ お客様のご意向を踏まえたコンサルティングの実践

2018年1月に新情報端末「PlanDo」を導入しました。Face to Faceによる高度なコンサルティングセールスを実践するとともに、お客様の利便性向上と事務効率・事務品質の向上を図っています。

ご提案の局面では、「PlanDo」に搭載した「ライフコンパス※」にて、お客様の教育・結婚プラン、公的年金、退職金や預貯金の状況などを分析し、ライフステージにあわせてどのような準備をすればよいかを、アニメーションを使用してわかりやすくシミュレーションします。

※公的保障をふまえた各リスクに対する必要保障額のシミュレーションが可能な提案ツール



# 方針 4. お客さまへの情報提供の充実

## □ 十分な情報提供とわかりやすいご説明

公的保障の仕組みや疾病罹患データ、特定疾病等を詳しく説明した資料を作成し、お客さまが十分な情報にもとづいて正しく保険商品を選択できるように努めています。  
また、資料の作成にあたっては、社外専門家の提言等も踏まえ、改善に取り組んでいます。

- 「子ども医療費助成制度」や「（生命保険文化センター）生命保険に関する全国実態調査データ」等を資料化し、より幅広くわかりやすい情報提供に努めました。
- 「ライフコンパス」については、顧客本位の業務運営の観点から、「重要な情報のわかりやすい提供」や「お客さまにふさわしいサービスの提供」ができているか、ユニバーサルデザインおよび金融コンテンツの視点から社外専門業者による帳票診断を実施しました。
- 「ライフコンパス」、「未来のとびら保険設計書」をPlanDo画面上でご説明する際に、見やすさを向上する観点から、ワンタッチで順次説明箇所を画面サイズに適したサイズ・位置で表示する「フォーカスモード機能」を新設しました。

<公的保障を説明する資料等>



<ライフコンパス>



<フォーカスモード機能>





# 方針 5. お客様の立場にたったアフターサービスの充実

## □ 定期訪問活動等による積極的な情報提供の実施

### ● 「3つの確認シート」

お客様への定期訪問活動時に使用している専用リーフレットについては、2017年12月に「3つの確認シート」として改訂しました。

定期訪問時に

- ①登録住所・電話番号が正しく登録されているか
- ②受取人や指定代理請求人の変更の有無のご要望があるか
- ③未請求の入院・手術がないか

を確認することができる内容となっています。

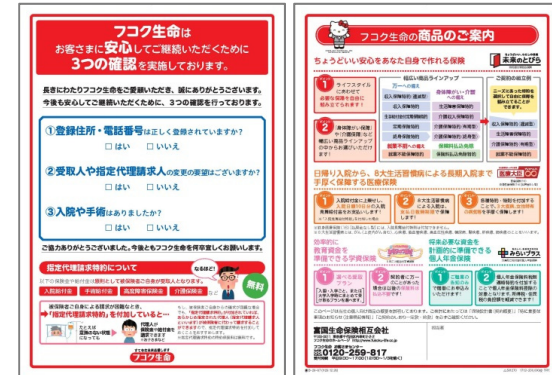
### ● 「フコク生命だより」

年1回、お客様のご加入契約の状況を掲載しお届けしています。保険金・給付金のご請求の有無を確認しやすくし、照会先のフリーダイヤルの表示を大きくするなど、お客様にとってわかりやすい内容となるよう努めています。

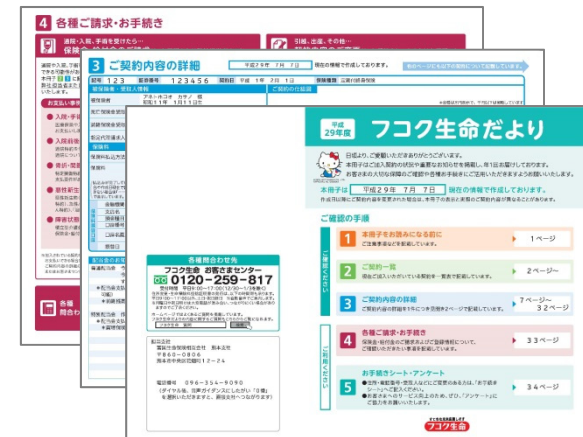
### ● 「保険金・給付金ご請求のまえに」

保険金・給付金のご請求手続のご案内については、お客様へ小冊子「保険金・給付金のご請求の前に」をお渡ししています。2016年4月に発売した医療保険「医療大臣プレミアイト」と、従来の医療保険「医療大臣プレミア」では給付対象が異なるため、利便性の向上を図り、それぞれ専用の冊子を作成しました。

<3つの確認シート>



<フコク生命だより>

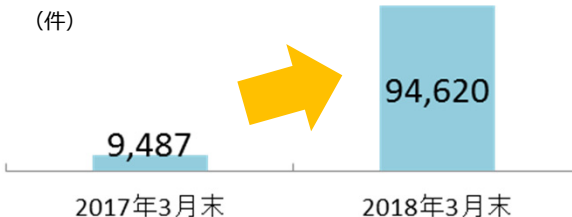


## □ ご家族情報登録制度

ご高齢のお客様へのサポート体制を充実させるため、2016年度より「ご家族情報登録制度」を開始しました。

あらかじめお客様のご家族の方を「第二連絡先」としてご登録いただくことで、お客様の「家庭・生活の変化」や「体調の変化」などにより、万一、お客様と連絡が取れなくなった場合でも、「第二連絡先」のご家族を通じてお客様に連絡を取らせていただく制度です。

### ご家族情報登録制度 登録件数の推移



## 方針 6. お客様の利益を最優先とした資産運用の実践

### □ お客様の利益を最優先とした資産運用

- 超低金利環境が長期化するなか、強固な財務基盤のもと適切なリスクテイクによる収益性をより重視した資産運用の実践に努めました。
- その結果、資産運用収益の中心である利息及び配当金等収入は、1992年度以来25年ぶりの高水準となり、利差率※は中期経営計画（2016～2018年度）の達成指標を大きく上回る62bpとなりました。 ※利差率 = 基礎利益上の運用収支等の利回り - 平均予定利率

### □ 資産運用の高度化への取組み

- 中長期的な資産運用の競争力強化を意図し、2017年9月に米国の社債運用に強みを持つペイデン&リゲル社（本社:米ロサンゼルス）と提携しました。外国社債運用の一部を委託するとともに、資産運用の高度化を担う人材育成の一環として、同社に対する当社職員のトレーニー派遣を開始しました。

### □ 国連責任投資原則（PRI）活動

- 当社は、国連責任投資原則（PRI）の趣旨に賛同し、2016年3月21日に署名機関となりました。当原則に則った投融資を行うことで、収益性の向上のみならず、社会の発展や環境保全などに資するものと考えています。
- 国連責任投資原則（PRI）署名機関として、収益性の確保という受託者責任を果たしつつ、持続可能な社会の実現に貢献するためESG投資に引き続き注力しました。

<今年度における主な取組事例>

■ **環境：Environment**  
温暖化対策や環境保護を目的とする債券（グリーンボンド）への投資を実行しました。（約180億円）

■ **社会：Social**  
アフリカの工業化支援を目的とする債券や、開発途上国の貧困削減などを目的とする債券への投資を実行しました。（約130億円）

■ **企業統治：Governance**

スチュワードシップ活動において、コーポレート・ガバナンス、株主還元など企業統治に関わる事項をテーマとして組込み、投資先企業との対話に注力しました。

### □ スチュワードシップ責任への取組み

- スチュワードシップ活動の透明性および実効性の向上を目的に「スチュワードシップ委員会」を設置しました。
- 社外委員を委員長とする同委員会において、議決権の行使結果や対話の実施状況などスチュワードシップ責任を果たすための取組み状況を審議し、その内容は取締役会に報告する体制としました。

<スチュワードシップ委員会の概要>

構成	<p>【社外委員】2名（委員長は社外委員の中から選定）</p> <p>【社内委員】5名</p> <p>コンプライアンス統括部長（利益相反管理統括者）</p> <p>リスク管理統括部長、総合企画室長、有価証券部長、財務企画部長</p>
審議事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 議決権行使のうち重要議案の賛否判断に関する事項</li> <li>・ 投資先企業との対話の実施状況</li> <li>・ スチュワードシップ活動における利益相反防止態勢に関する事項</li> <li>・ スチュワードシップ活動に関する社内規程等の改正案に関する事項 など</li> </ul>

## 方針 7. 利益相反の適切な管理

### □ 利益相反の適切な管理

- 当社が行う取引により、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切な利益相反管理を行うため、「利益相反管理のための基本方針」および「利益相反管理規程」を定め、これを遵守しています。
- 2017年9月に、「利益相反管理規程」を改正し、利益相反のおそれのある主な取引事例を記載しました。

#### 利益相反管理の方法

当社およびグループ会社は、利益相反管理の方法として次に掲げる方法その他の方法を適宜選択し、またはそれらを組み合わせることにより、お客さまの保護を適正に行います。

- ①利益相反を発生させる可能性のある部門を分離する方法
- ②利益相反のおそれのある取引の一方または双方の取引条件または方法を変更する方法
- ③利益相反のおそれのある取引の一方の取引を中止する方法
- ④利益相反のおそれのあることをお客さまに開示する方法

#### 利益相反管理態勢

当社は、当社およびグループ会社の利益相反管理を統括するための部署およびその責任者（利益相反管理統括者）を設置し、必要な規程の制定を行い適切な利益相反管理を行うものとします

#### 「利益相反のおそれのある取引」の主な取引事例

保険契約者の利益を踏まえて運用部門が行う投資先企業の選定や株主議決権の行使にあたり、運用部門以外の意向が優先される場合

有価証券に係るお客さまの潜在的な取引情報を知りながら、当該有価証券について取引を行う場合

※利益相反のおそれのある取引に該当する保険営業上のコンプライアンス違反は、法令等遵守態勢の中で適切な管理を行っています。

- 2018年1月に、全職員向けに適切な利益相反管理を行うための研修を、eラーニング（継続教育）により実施しました。

## 方針 8. 「お客さま基点」を実践できる人づくり

### □ DVD「フコク生命の歩み」の作成

創業理念の更なる浸透と、その理念がどのように継承されてきたかをDVD「フコク生命の歩み」（全3部作）にまとめました。年1回全職員を対象に実施している「お客さま基点活動」の2017年度研修プログラムの中で活用しています。創業時の「ご契約者本位」という想いが、現在の「お客さま基点」につながっていることを再確認しました。

### □ 「車座ミーティング」の実施

社長と少人数の職員が双方向に対話する場づくりとして、「車座ミーティング」を実施しています。毎月2回のペースで開催しており、テーマは「創業の理念」や「お客さま基点」など多岐にわたります。社長自らが発信する「お客さま基点」への想いを直接聴くことで、「あらためて、今の自分ができるお客さま基点の行動とは何か」を参加者が考えるきっかけになっています。

**2017年度は、26回の開催、196名が参加しました。**  
2011年9月の開始以来、累計236回の開催、のべ1,735名が参加しています。

### □ 『「ぐっ！じょぶ」活動』の実施

社内にある好取組みを公募により発掘し、広める活動を通して、会社の生産性や、職員の満足度を向上させることを目的として、『「ぐっ！じょぶ」活動』を実施しています。好取組みの応募者には「感謝状」を贈呈しています。

### <DVD「フコク生命の歩み」>



### <車座ミーティングの様子>



### <感謝状>

