



©2022 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. 143678
「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

2022年6月30日
富国生命保険相互会社

2021年度『「お客さま基点」の業務運営方針』の取組結果の公表

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2021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、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し、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、2017年6月に『「お客さま基点」の業務運営方針』を策定し、本方針に係る1年間の取組結果を毎年公表しております。今般公表する資料は、2021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】

<https://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、関連会社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】

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

以上

2021年度 『「お客さま基点」の業務運営方針』の取組結果

2022年6月

富国生命保険相互会社

Road to
100th

すてきな未来応援します

フコク生命



HelloKitty

© 2022 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No. L621729

方針 1. 「お客さま基点」の浸透・実践

□ 『「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※

- 中期経営計画の確認指標である「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。
- 当社は毎年ご契約者アンケート調査を実施しています。2021年度調査における「他者加入推奨意向」は29.2%となりました。

※ご契約者アンケートにおいて「フコク生命をおすすめいただけますか」という質問に対して、「ぜひすすめたい」「すすめたい」と回答いただいたお客さまの割合

ご契約者アンケート「他者加入推奨意向」推移



2021年度調査概要

- ◇ 冊子形式による郵送調査 (実施期間2022年3月4日発送～2022年4月6日投函締切)
- ◇ お客さま約12,000名が対象 ◇ 有効回収数4,980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

□ お客さま基点活動

- 「お客さま基点」を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、全職員を対象に、部門毎にディスカッションを中心とした研修「お客さま基点活動」を実施しています。2021年度のプログラムは、「お客さま基点」の実践とは「利他」に他ならず、こうした行動の積み重ねが、次代の相互扶助である「THE MUTUAL」(ザ・ミューチュアル)につながっていくことをテーマとしました。(全支社・部門実施率100%)

□ お客さま基点指標※

- 本社部門が、各支社のお客さま基点指標の改善に向けてサポートを行い、2021年度は全国の支社で指標が向上しました。

※お客さまからの申出や手続に関する対応について「お客さま基点指標」を設け、全国の支社で指標の向上に向けて取組みを行っています。指標は毎年課題に応じて見直しを行い、迅速・確実な対応によるサービスの向上に取り組んでいます。



方針 2. お客様の「声」を経営改善に活かす取組み

□ お客様の「声」を経営改善に活かした主な取組事例

お客様の「声」

普段使っているネット銀行で
口座振替できませんか？

ネット銀行の取扱いを拡充しました！

従来、ネット銀行の取扱数は1社でしたが、ネット銀行の取扱数を5社に増やしました。

父や母がフコク生命に
加入しているが、
万一の時にも安心できる
保障内容かどうか知りたい。

ご家族情報登録制度を改正しました！

ご家族情報（第二連絡先）登録制度をご利用いただくことで契約者さまだけでなく、第二連絡先の方に保障内容をお伝えできるようになりました。

毎年、年金を受け取るために
現況届を出しているんだけど、
役所に行くのが大変なんです。
他の方法を検討してほしい。

終身年金請求時の生存確認方法を拡充しました！

既存の生存確認方法のほかに、健康保険証のコピーのみの提出でのお手続きも可能となりました。

短期の入院も長期の入院も
保障してくれる保険に入りたい。

新しい医療保険の取扱いを開始しました！

今まで以上に短期の入院も長期の入院も幅広くカバーできるワイドな保障の医療保険「ワイド・プロテクト」の発売を開始しました。



HelloKitty

© 2022 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No. L621729

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

□ お客様に本当に必要とされる保険商品・サービスの提供

<医療保険の新商品「ワイド・プロテクト」の発売>

- 日帰り入院からまとまった金額を支払う一時金方式の給付と、入院が長期化した場合の医療費を確実にカバーする日額方式の給付を組み合わせたハイブリッド型の入院保障を導入しました。
- また、所定の生活習慣病や女性疾病の「投薬治療」を給付対象とすることで、早期受診を促し疾病の進行抑制をサポートする2つの重症化予防特約を新たに開発するなど、早期の治療から重大疾病の療養まで切れ目なくカバーするワイドな保障を提供します。



<きめ細やかなコンサルティングセールスの実践>

- リアルな対面に加え、デジタルツールを活用したFace to Faceも含め、きめ細やかなコンサルティングセールスを実践しています。
- 2021年9月より、従来の保険設計書に加え、公的保障金額にもとづく必要保障額をシミュレーションできる「ライフコンパス」の電子的送付を開始しました。これにより、WEB会議システムを活用したオンライン面談時にも、より充実したコンサルティングセールスが可能となりました。
- 2021年7月には、ビジネス版チャットツールである「LINE WORKS」を導入しました。電子的送付システムと連携することで、お客様のLINEへ様々な提案資料の送付が可能となり、情報提供手段の幅が更に広がりました。

<ライフコンパス>



□ 代理店への教育・指導に係る取組み

- 代理店向けのコンプライアンス・マニュアルに意向把握にもとづく適正な募集プロセスを掲載し、指導・教育を行っています。
- 営業支援インフラの一つである「募集代理店向け各種ツールライブラリー」を改修。項目の見直しや掲載帳票の新規追加等を行い、利便性の向上を図りました。また、同インフラ内に教育・研修用の動画を掲載し、非対面での教育・研修が可能となりました。

方針4. お客さまへの情報提供の充実

□ 保険商品パンフレットの刷新

- 公的保障を踏まえた生命保険の考え方や、様々なリスクに関する各種データを、わかりやすく伝えられる内容に刷新し、これまでのパンフレットから大幅な改訂を行いました。お客さまに対して、よりわかりやすく情報を提供することに努め、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」認証を取得しました。
- また、各種商品パンフレットに、医療保険と組み合わせて加入ができることを記載するとともに、セコム損保のガン保険「メディコムプラス」は、フコク生命の医療保険にがん診断治療特約を付加した契約とセットで加入することが必要であることをご案内しています。
- 新しい商品パンフレットにもとづき、お客さまに対して、よりわかりやすく良質で均質な情報提供ができるよう、お客さまアドバイザーへの教育にも取り組みました。

□ 「ワイド・プロテクト」特設サイトの開設

- 2022年4月の医療保険の改定に伴い、新商品「ワイド・プロテクト」の特設サイトを開設し、動画をはじめとする商品説明や「かんたん保険料試算」など、お客さまにとって有益な情報をお届けしています。

□ お客さまの利便性向上

- 「ご契約のしおり・定款・約款／特に重要な事項のお知らせ（注意喚起情報）」については従来の冊子で交付する方法に加え、お客さまがご自身のスマートフォン・PC等にダウンロードする方式を導入し、お客さまの利便性向上を図りました。

□ 代理店手数料体系の考え方

- 2021年4月より改正された代理店手数料規程により、販売状況に応じた手数料体系に、業務品質等の評価を組み込む運営を開始しています。

<「ワイド・プロテクト」パンフレット>



<「ワイド・プロテクト」特設サイトイメージ>



「お客さま基点」の業務運営に資する代理店手数料体系の考え方は[こちら](#)

方針 5. お客様の立場にたったアフターサービスの充実

□ お客様の立場にたったアフターサービスの充実

<「保険金・給付金のご請求のまえに」《ワイド・プロテクト版》の作成>

- 保険金・給付金のご請求手続きについては、お客様へのご案内として小冊子「保険金・給付金のご請求のまえに」をお渡ししています。
- 2022年4月の新商品「ワイド・プロテクト」発売にともない、「ワイド・プロテクト」専用の冊子「保険金・給付金のご請求のまえに《ワイド・プロテクト版》」を新規に作成しました。給付対象の異なる商品ごとに冊子を作成することで、利便性の向上に努めています。

<小冊子「保険金・給付金のご請求のまえに」>



<SMSを利用した保険料等収納の開始>

- 2021年4月より、SMSを利用した保険料等収納を開始しました。これにより、お客様からのお申出当日中のお払込みが可能となりました。

□ 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、登録の推進に努めています。
- また、2022年4月より「第二連絡先」として登録されたご家族からの照会に対して契約内容等の情報を開示できるようになりました。

※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

□ 自己資本の充実度に応じたリスク・テイク

- 2017年度より、自己資本の充実度状況とリスク・リターン効率を踏まえ、資産運用リスクを取りに行く戦略に変更し、より収益性を重視した資産運用に努めてきました。
- 2021年度は、当該戦略の一環で、外国株式や外貨建社債を中心に資金を配分しました。また、収益の上積みを図るため、短期資金を安全性と流動性の高い超長期国債に振り向けました。
- こうした取組みなどにより、資産運用収益の中心である、利息及び配当金等収入は1,683億円と4年連続で過去最高を更新しました。

□ 資産運用の高度化への取組み

- 海外資産運用子会社における運用アセットクラスの多様化や、当社グループが十分にカバーできていない地域・アセットクラスに強みを持つ海外の資産運用会社との関係強化を通じ、グローバルな分散投資の深化に努めました。
- これらの資産運用会社へのトレーニー派遣や定期的な意見交換などを通じた運用ノウハウの獲得などにより、運用力の強化に努めるとともに、資産運用の高度化を実践しうるグローバルな視野を有する人材の育成に取り組んでいます。

□ 投融資による社会貢献の拡充

- 収益性の確保という受託者責任を果たしつつ、資産運用を通じて経営理念の一つである「社会への貢献」を実践するための取組みを推進しています。

<取組事例>

- 発展途上国の気候変動対策を支援する債券への投資
- 発行体に対してSDGs（持続可能な開発目標）の観点から改善を促す「目的を持った対話」を実施する社債ファンドへの投資
- この他にもESG投融資に積極的に取り組み、2021年度における新規実行は総額で824億円となりました。

Signatory of:



□ スチュワードシップ責任への取組み

- 主要投資先企業との、「目的を持った対話」において、中長期的視点から状況の把握と認識の共有を図るとともに、企業価値向上に資するべく提言を行いました。
- ESGの要素をこれまで以上に考慮した議決権行使を遂行すべく、「議決権行使についての方針」の改正を行いました。

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。

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。

- 2021年5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」を实践できる人づくり

□ 「お客さま基点」を实践できる人づくり

- 創業に込められた「ご契約者本位」という想いを感じ取り、この想いが脈々と受け継がれ、現在の「お客さま基点」という価値観につながっていることを意識し行動できるよう、引き続き研修の充実を図るとともに、各研修の場で理念教育の重要性を徹底しました。

□ 「車座ミーティング」の実施

- 社長と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。実施にあたっては、1回の参加人数を5～6人と少人数にすることで、対話が行われる環境を作っています。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。
- 2021年度は新型コロナウイルスの影響により、4回の開催（参加者23名）となりました。2011年9月の開始以来、累計300回の開催、のべ2,243名が参加しています。
- また、2022年4月より、新たに取締役と職員の車座ミーティングを開始し、経営層と職員間のコミュニケーションの充実に努めています。

□ 「100周年プロジェクト分科会（NEXT100）活動」の実施

- 2023年の創業100周年に向けて、「THE MUTUAL」（ザ・ミューチュアル）というコンセプトのもと100周年プロジェクトに取り組んでいます。年次、役職、所属を問わず、約300名の職員が12のテーマで活動を展開しています。
- 「THE MUTUAL Art for children※」では、おやさいクレヨンを製作し、全国33支社及び本社営業部門で約46,000個を地域の保育園等に寄贈しました。おやさいクレオンは収穫の際に捨てられてしまう野菜の外葉などを原材料としており、「食料ロスの削減」としてSDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けた取組みの1つです。
- 職員が働きがいを持てる自己実現の場のひとつとして、引き続き100周年プロジェクトの取組みを実施していきます。

※「THE MUTUAL Art for children」：
 「すまいる・ぎやらりー」（全国の特別支援学校生徒の美術作品を内幸町本社ビル地下2階に展示する企画）の作品をデザインとして活用し、子どもたちと社会がつながるお手伝いをさせていただく活動

< おやさいクレヨン >



パッケージデザイン：
 2019年11月開催「すまいる・ぎやらりー」
 福島県立聴覚支援学校会津校
 作品：「かいじゅうガオー」
 作者：石山 啓心さん（小学3年生※出展時）

金融庁公表「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応表

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」	「お客さま基点」の業務運営方針	取組状況	
		方針にもとづく取組内容※ 1	取組結果※ 2
原則 2 顧客の最善の利益の追求	方針 1. 「お客さま基点」の浸透・実践 方針 2. お客さまの「声」を経営改善に活かす取組み 方針 6. お客さまの利益を最優先とした資産運用の実践	方針 1 (P3) 方針 2 (P4) 方針 6 (P10)	P1・2・6
原則 3 利益相反の適切な管理	方針 7. 利益相反の適切な管理	方針 7 (P11)	P7
原則 4 手数料等の明確化	方針 4. お客さまへの情報提供の充実	方針 4 (P8)	P4
原則 5 重要な情報の分かりやすい提供	方針 4. お客さまへの情報提供の充実	方針 4 (P7～8)	P4
原則 6 顧客にふさわしいサービスの提供	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 方針 4. お客さまへの情報提供の充実 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	方針 3 (P5～6) 方針 4 (P7～8) 方針 5 (P9)	P3・4・5
原則 7 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	方針 8. 「お客さま基点」を実践できる人づくり	方針 8 (P12)	P8

※ 1 『「お客さま基点」の業務運営方針』

※ 2 『「お客さま基点」の業務運営方針』の取組結果