

2023年度 『「お客さま基点」の業務運営方針』の取組結果

2024年6月
富国生命保険相互会社



HelloKitty

© 2024 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No. L646162

方針1. 「お客さま基点」の浸透・実践

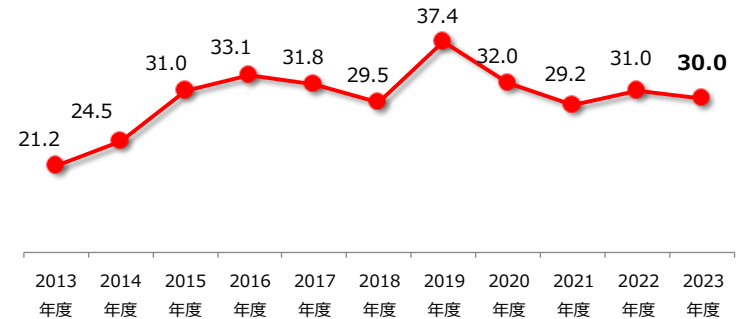
1. 『「お客さま基点」の業務運営方針』の評価指標（KPI）：他者加入推奨意向※

※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

- 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。2023年度調査における「他者加入推奨意向」は30.0%となりました。

ご契約者アンケート「他者加入推奨意向」推移

(%)



2023年度調査概要

- ◇ 冊子形式による郵送・web調査
(実施期間2024年3月4日発送～2024年4月1日回収締切)
- ◇ お客さま約12,000名が対象 ◇ 有効回答数4,875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

2. 12年連続増配と100周年を記念した臨時配当の実施

- 当社は創業以来、相互会社形態を堅持する日本で唯一の会社として、「配当還元のさらなる充実を通じて、お客さまの実質的な保険料負担の軽減を図ること」が使命であると考え、これを実践しております。
- 2023年度は、お客さまの配当に対するご期待に応えるべく、100周年配当および貯蓄性商品の利差配当を増配し、個人保険分野は12年連続の増配となりました。（100周年記念配当・増配額は54億円、対象件数は232万件）

3. 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、2023年度は全社として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

1. お客様の「声」を経営改善に活かした主な取組事例



学資保険の
祝金請求手続きを
WEBで出来るように
してほしい。



**祝金WEB請求手続きの
対象契約の範囲**

を拡大

2022年度より開始した祝金WEB請求手続きの対象契約の範囲を拡大し、より多くのお客様にご利用いただけるよう改善しました。



手続き時の
マイナンバーの申告を
WEBで出来るように
してほしい。



マイナンバーの電子取得

を開始

支払調書の作成が必要となる新契約のうち、契約者と被保険者が
同人の契約について、新契約成立時にスマートフォンから
マイナンバーを申告いただけるようになりました。



加入時の保険料
振替口座の登録を
WEBで出来るように
してほしい。



**保険料振替口座の
WEB登録手続き**

を開始

ご加入時に保険料振替口座のWEB登録手続きを行うことにより、
書面の提出が不要となり利便性が向上しました。



給付金請求時に
診断書の取得が
面倒だ。



**診断書の提出を不要とする
給付金請求の範囲**

を拡大

診断書の提出を不要とする給付金請求の範囲を拡大し、よりお客様に
ご負担なく給付金をご請求いただけるようになりました。

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

1. お客様に本当に必要とされる保険商品・サービスの提供

(1) 学資保険・個人年金保険の予定利率引き上げの実施

- 昨今の市中金利の動向等をふまえ、2023年4月には学資保険の予定利率を、2024年4月には個人年金保険の予定利率を上げました。

(2) 調整配当の実施

- 予定利率の引き上げ実施前にご加入いただいた契約に対しては、公平性確保の観点から予定利率引き上げ幅相当の利差配当を実施しました。

(3) メディコムプラスの商品改定の実施

- 2024年4月より、医療保険とセット販売を行っているセコム損害保険株式会社のがん保険「自由診療保険メディコムプラス」について、がんの外来治療に対する補償を拡大する等の商品改定を実施しました。



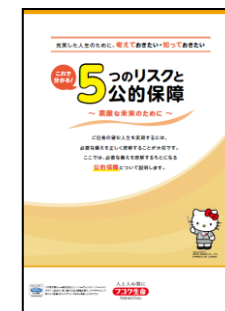
セコム損保のガン保険



2. きめ細やかなコンサルティングセールスの実践

- 生命保険をご検討いただく前に、冊子「5つのリスクと公的保障」などで公的保障の仕組みや自助努力で備える必要があるポイントなどについての情報提供に努めております。そのうえで、ご加入の目的、ライフプラン、財産の状況、保険商品に関する知識などお客様一人ひとりのご意向をお伺いし、きめ細やかなコンサルティングを実践しております。
- ビジネス版チャットツールである「LINE WORKS」において、保全手続きに加え、2024年1月より新契約手続き時における「本人確認書類等」の画像ファイルをLINE WORKS経由で受領する電子的送付の取扱いを開始しました。

< 5つのリスクと公的保障 >



LINE WORKS

方針 4. お客様への情報提供の充実

1. 保険商品パンフレット・設計書での情報提供

- 医療保険「ワイド・プロテクト」の商品パンフレットを中心に、より分かりやすく改訂を行いました。同時に、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」認証の取得をさらに広げました。
- 複数の特約を組み合わせる加入することがメインとなる特約組立型総合保険「未来のとびら」保険設計書の記載項目を充実させる等、お客さまにとってより有益な情報を提供できるよう改善しました。

2. デジタルでの情報提供

- 携帯情報端末「PlanDo」のプレゼンテーション機能を活かし、視覚的にわかりやすく情報提供できるデジタルコンテンツの制作に取り組みました。同時に、デジタルツールで提供できる帳票拡充にも取り組みました。

3. ホームページのリニューアル等での情報提供

- 2023年11月にオフィシャルホームページの全面リニューアルを行い、情報を取得しやすく分かりやすいサイトへ刷新しました。
- WEBメディア「47Life（よんななライフ）」や、2024年3月に開設した公式Instagramアカウント・LINE公式アカウント等を通じて、保険やお金についての情報提供に注力しています。

4. 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行っています。

＜「ワイド・プロテクト」パンフレット＞



「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

1. お客様の立場にたったアフターサービスの充実

(1) 定期訪問活動での情報提供

- お客様への定期訪問活動では、年複数回訪問し、「公的年金見える化ツール」などの資料を活用して積極的に情報提供を行うとともに、お支払事由やライフイベントの変化に伴うお手続きが発生していないかのご案内を行い、質の高いアフターサービスに努めています。

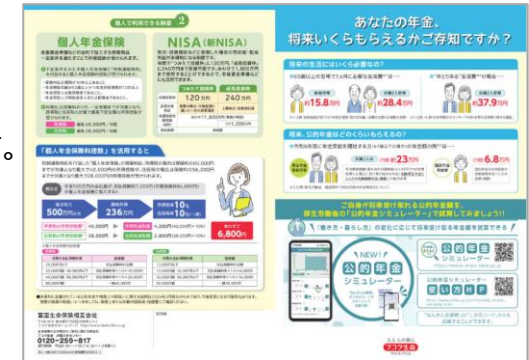
(2) 高齢者現況確認

- 毎年8月に高齢のお客様の現在状況確認を実施し、お支払事由が発生していないかなどの確認を行っています。

(3) 障がい者への対応

- 障がいをお持ちのお客様に、ご安心いただける対応が行えるよう、全国の支社・営業所にコミュニケーションボードや筆談器などを配備しています。

<情報提供資料「公的年金見える化ツール」>

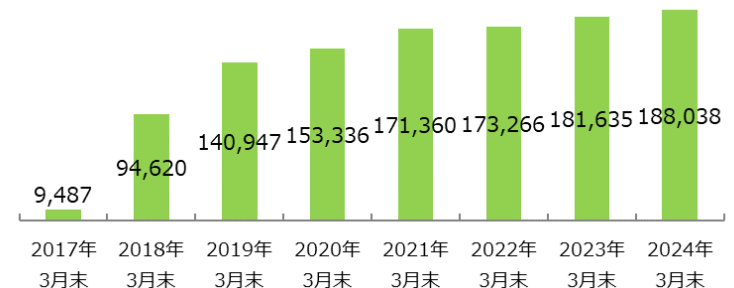


2. ご家族情報登録制度

- 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など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。

(件) <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

1. 将来にわたる高水準の運用収益の確保

- 強固な自己資本に裏付けされたりスク・テイク戦略を引き続き推進しました。
- 為替ヘッジコスト率の高止まりにより、収益性が大きく低下したヘッジ付外債の残高をゼロとする一方、海外の長期金利が大幅に上昇したことから、オープン外債を積み増しました。また、分散投資の観点から、オルタナティブ資産も積み増しました。
- 国内の超長期金利の上昇を受け、超長期国債を積み増しました。
- こうした取組みなどにより、利息及び配当金等収入は6年連続で過去最高を更新※し、為替ヘッジコストは大幅に圧縮しました。その結果、基礎利益上の運用収支は、1,502億円と過去最高を更新しました。 ※2022年度は比較可能な調整値との前年比較

2. 資産運用の高度化への取組み

- 海外資産運用子会社の運用力強化や、当社グループが十分にカバーしきれていない地域・アセットクラスの運用に係る覚書を締結している海外の資産運用会社との協業などを通じた、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、資産運用力の向上に努めるとともに、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。

3. 経営方針に則ったESG投融資の拡充

- 「生命保険事業を営む相互会社として、持続可能な社会の実現に貢献する」という経営方針に則り、ESG（環境・社会・ガバナンス）課題を考慮した投融資にも積極的に取り組みました。

Signatory of:



<取組事例>

- 中南米・カリブ海諸国における女性の健康支援と地位向上の実現を目的とするプロジェクトに資金を充当する債券への投資
- 2023年度のESG投融資の新規実行は、総額で893億円となりました。

4. 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。

方針 7. 利益相反の適切な管理

1. 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。

- 2023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」を実践できる人づくり

1. 「お客さま基点」を実践できる人づくり

- 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。
- お客さま基点実践のために全職員に実施している「お客さま基点活動」研修プログラムについては、毎年アップデートを重ねています。2023年度は、所属員一人ひとりの職員満足（ES）向上こそが経営のエンジンとなり、お客さま満足（CS）の向上に繋がるとの観点から、「働く職員の自己実現」をテーマとした研修を実施しました。

2. 「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。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。
- 2023年度は23回の開催（参加者148名）となりました。2011年9月の開始以来、累計341回の開催、のべ2,487名が参加しています。
- 2022年度からは役員による「車座ミーティング」を実施しており、累計84回の開催、のべ566名が参加しています。

3. 「100周年プロジェクト活動」の実施

- 「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み、2023年に創業100周年を迎えました。年次、役職、所属を問わず、約500名の職員が12のテーマで活動を展開しました。
- 「THE MUTUAL Art for children※」では、おやさいクレヨンを製作し、全62支社及び本社営業部門で約107,000個を地域の保育園等に寄贈しました。おやさいクレヨ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、「食材ロスの削減」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。

※「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:

作品:「草原の上にいるうさぎ」
2022年3月開催「すまいる・ぎやらりー」
福島県立西郷支援学校
高等部2年（出展時）作成

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 (P 3～4) 方針 2 (P 5) 方針 6 (P 1 1)	P 1・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 (P 1 2)	P 7
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 (P 8～9)	P 4
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 (P 8～9)	P 4
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 (P 6～7) 方針 4 (P 8～9) 方針 5 (P 1 0)	P 3・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 (P 1 3)	P 8

※ 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