

『フコク生命：「お客さま基点」の業務運営方針』

フコク生命は、生命保険業そのものが社会への貢献であると考えております。当社の使命は、生命保険業の公共性を踏まえ、いかなる時にも保険金等を確実にお支払いし、お客さまに安心した生活を送っていただくことです。そのためには、安定した収益基盤と経営の健全性を確保し、お客さま満足度を高め安心して契約をご継続いただく必要があります。当社は、生命保険業を通じて、保険金等のお支払いという経済的なサービスの提供はもとより、お客さま一人ひとりにご安心をお届けしたいと考えております。

フコク生命は、「ご契約者本位」という想いのもと、相互会社として創業されました。ご契約者が保険団体を構成し互いに助け合う相互扶助が保険の精神であり、生命保険会社はご契約者の負託にお応えするために存在すべきで、そのためには相互会社組織が最適であるとの考えに基づき、当社のDNAである「最大たらんよりは最優たれ」を実践し、質を重視した経営の差別化を図ってまいりました。こうした想いや考えは、創業以来変わらぬ経営理念である「ご契約者の利益擁護」、そして価値観である「お客さま基点」に引き継がれております。

フコク生命は、「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、『「お客さま基点」の業務運営方針』をここに定めます。

1. 「お客さま基点」の浸透・実践

「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまに心からご安心いただける、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し提供することで、お客さまの最善の利益が忠実に図られるよう、「お客さま基点」の浸透・実践に努めてまいります。

生命保険はお客さまとの一生涯にわたる、さらには世代を超える約束であり、お客さまを不安にさせたり、ご迷惑をおかけするようなことはあってはなりません。「お客さま基点」のもとお客さまにしっかりと寄り添い、未来永劫お客さまとの約束を守ってまいります。

2. お客さまの「声」を経営改善に活かす取組み

「お客さま基点」のもと、最優のサービスを提供するために、お客さまの「声」を経営改善に活かしていくことにより、さらなる満足と信頼につながる活動を実践してまいります。

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

生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客様の負託にお応えするために、「お客様基点」のもと、多様化するお客様のニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。

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通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客様のライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。

4. お客様への情報提供の充実

保険商品の仕組みや内容はもとより、お客様にとって重要となる事項についてもご理解いただいたうえで、最適な保険商品をご選択いただけるよう、「お客様基点」のもと、十分な情報提供とわかりやすいご説明に努めてまいります。

5. お客様の立場にたったアフターサービスの充実

ご加入から保険金・給付金等のお支払いに至るまで、あらゆるお客様との接点において、「お客様基点」のもと、さらなるご安心につながるよう対応してまいります。

6. お客様の利益を最優先とした資産運用の実践

「お客様基点」のもと、「配当還元のあるさらなる充実を通じて、お客様の実質的な保険料負担の軽減を図ること」を使命と考え、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、将来にわたって高水準の運用収益を確保する資産運用に努めてまいります。

7. 利益相反の適切な管理

「お客様基点」のもと、ご契約者の利益擁護を図るべく、お客様の利益が不当に害されることを防止するための方針やルールを定め、適切な管理を行ってまいります。

8. 「お客様基点」を実践できる人づくり

「お客様基点」を実践できる人づくりを行うとともに、職員が働きがいを持てるよう自己実現の場を提供し、「お客様基点」に基づく行動を適切に評価する態勢や動機づけの枠組みなどを構築してまいります。

『お客さま基点』の業務運営方針』にもとづく取組内容

1. 「お客さま基点」の浸透・実践

「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまに心からご安心いただける、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し提供することで、お客さまの最善の利益が忠実に図られるよう、「お客さま基点」の浸透・実践に努めてまいります。

生命保険はお客さまとの一生涯にわたる、さらには世代を超える約束であり、お客さまを不安にさせたり、ご迷惑をおかけするようなことはあってはなりません。「お客さま基点」のもとお客さまにしっかりと寄り添い、未来永劫お客さまとの約束を守ってまいります。

【取組み】

- ・ 役職員が日常業務に取組む姿勢や態度を表した行動原則を定め、「お客さま基点」の浸透・実践に取り組んでおります。
- ・ 「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、職員一人ひとりがテーマを設定し取組み、その振り返りを行っております。
- ・ お客さまからの信頼にお応えするため、一人ひとりの職員がリスク管理を実践できるよう、「行動原則」において掲げている「常に良心に恥じないよう行動する」ことの浸透を図っております。
- ・ コンプライアンスを法令の遵守とのみ理解するのではなく、生命保険業の公共性を踏まえ、広く社会からの要請に応えることが「お客さま基点」に通じるものであり、経営理念に沿うものであるという認識のもと、実践的なコンプライアンス教育の継続はもとより、役職員の経営理念への理解や浸透をさらに深めることで、コンプライアンス態勢の強化に取り組んでおります。
- ・ 「お客さま基点」の浸透・実践を目指し、お客さまからの申出や手続き、定期的なコンタクト等の6つの項目について「お客さま基点指標」を設け、全国の支社で指標の達成に向けて取組みを行っております。指標は課題に応じて定期的に見直しを行っており、迅速、確実そしてお客さまに寄り添うサービスに努めております。
- ・ 2025年度から新たに開始した中期経営計画「THE MUTUAL ACT 2027」（2025年度～2027年度）においては、経営ビジョン「お客さま満足度 No.1 の生保会社となる」と現状とのギャップを埋めるべく、「運用と保険、両輪での成長に向けた取組み」と「ステークホルダー（お客さま、地域・社会、職員）別の取組み」を推進して

まいります。これらの取組みを徹底した差別化で推進し、経営ビジョンの実現を目指してまいります。「運用と保険、両輪での成長に向けた取組み」により、利差益のさらなる向上と保険収支の向上を通じて配当還元を加速し、お客さまの実質的な保険料負担の軽減に努めてまいります。

- ・ 「お客さま基点」の業務運営において、中期経営計画の確認項目である他者加入推奨意向と職員満足度を評価指標として設定しております。
- ・ 毎年、職員意識調査において、「お客さま基点」の理解・浸透について確認し、良好な水準を維持していることを確認しております。
- ・ 「お客さま基点」について改めて見つめ直すきっかけとして、全役職員が着用する「お客さま基点バッジ」をリニューアルし、日々の業務における「お客さま基点」実践のさらなる強化に取り組んでおります。

2. お客様の「声」を経営改善に活かす取組み

「お客様基点」のもと、最優のサービスを提供するために、お客様の「声」を経営改善に活かしていくことにより、さらなる満足と信頼につながる活動を実践してまいります。

【取組み】

- ・ お客様からのお申出は「お客様データベース」で一元管理しており、お申出に対して速やかに対応できる体制を構築するとともに、改善課題の抽出に役立てております。
- ・ 全契約の中から無作為に抽出したお客様に対し、「ご契約者アンケート」を実施し、お客様の「声」を収集しております。加えて、本社・支社・営業所の窓口に「ご意見箱」、「お客様窓口アンケートはがき」を常設し、窓口に来社されたお客様のご意見・ご要望をお伺いできるようにしております。また、毎年8月に契約状況を郵送で通知する冊子「フコク生命だより」のアンケートにおいても、お客様の「声」をお伺いしております。
- ・ 全支社で毎年「ご契約者懇談会」を開催し当社の経営状況などをお知らせするとともに、お客様のご意見・ご要望をお伺いしております。
- ・ お客様サービス部ではお客様の「声」や社会からの要請を収集・分析し、お客様の声対策委員会¹で協議のうえ、直接経営層に改善の提言を行い、社内改革を推進しております。
- ・ お客様の「声」を活かした改善状況等をホームページにて開示しております。
- ・ 「ISO10002²/JISQ10002:2019」への適合を確認したため2022年11月22日付で同規格の再宣言を行いました。寄せられたお客様の「声」を検証し改善を図る循環を繰り返すことで、お客様サービスの向上を図ってまいります。
- ・ 消費者志向経営推進組織（消費者庁および消費者団体、事業者団体で構成される組織）の提唱する「消費者志向経営推進」の取組みに賛同し、「消費者志向自主宣言」³を公表しております。

¹ 関連部門の部長・室長で構成され、お客様サービス部を担当する役員を委員長として運営しております。当委員会はおお客様の「声」を今後の経営に反映するために、内容の分析・検討を行い、業務の改善策を協議し、所管部門に対策実施を指示することを目的としております。また、定期的に外部有識者を招き、社外の視点から提言をいただいております。

² 2004年7月に国際標準化機構（ISO）により発行された苦情対応マネジメントシステムに関する国際規格です。お申出を受けた際に、どのような姿勢で対応していくかを示したものです。当社では、第三者意見書を取得し、2015年9月1日に適合宣言をいたしました。また、2022年11月22日に同規格の再宣言を行いました。

³ 「消費者志向経営」とは、事業者が社会の一員としてその責任を十分に理解し、消費者の権利・利益を尊重し、消費者視点に基づいた事業活動を行うとともに、持続可能な社会に貢献する経営のあり方のことです。当社は、2017年1月16日に「消費者志向自主宣言」を公表いたしました。

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

生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客様の負託にお応えするために、「お客様基点」のもと、多様化するお客様のニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。

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通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客様のライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。

【取組み】

- ・ 長期にわたりお客様の信頼にお応えするために、時流に流されず、お客様に本当に必要とされる保険商品の開発に取り組んでおります。
- ・ 保険商品の開発は、『商品開発に関する基本方針』に則り、当社の経営方針に即した適切なプロセスに沿って行っております。
- ・ 保険契約者等の利益擁護、健全性の維持および適切な業務運営の確保等の観点から、商品開発管理委員会にて販売前の諸対応、販売後の評価・検証を行うなど、商品開発に係る適切な内部管理態勢を確立・維持しております。
- ・ 商品開発管理委員会は関連部門の部長・室長で構成され、営業企画部を担当する役員を委員長、事務企画部を担当する役員を副委員長として運営しております。当委員会は商品開発部門が作成した商品案に関して、その性質や重要度に応じ、各種リスク管理、法令等遵守、保険募集管理、保険契約管理、保険金等支払管理等の各側面から検討を行っております。また、販売後の評価・検証を行い、その結果が商品開発部門の新たな商品案の企画・立案へ反映される仕組みとしております。
- ・ 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の構築を進めております。
- ・ 入院の短期化や治療の多様化など医療分野をとりまく環境が変化する中、医療・介護等の第三分野において付加価値の高い保険商品の開発に注力しております。医療保険「ワイド・プロテクト」は、一時金方式と日額方式の給付を組み合わせた入院保障の導入により、短期入院と長期入院の双方のリスクに対する合理的な備えを提供しております。また、投薬治療を給付対象とする2つの重症化予防特約を新たに開発するなど、豊富な特約ラインアップにより治療の初期段階から重大疾病の療養に至るまで切れ目のない医療保障を提供しております。
- ・ オンライン面談も含めた「Face to Face」による、きめ細やかなコンサルティングセールスを実践しております。お客様一人ひとりとの対話

を通じて、「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」をお伺いしております。公的保障制度の説明を踏まえたうえで、携帯情報端末「PlanDo」に搭載した提案ツール「ライフコンパス」により、ライフステージにあわせた必要保障額のシミュレーションを行いながら、最適なプランのご提案に努めてまいります。

- ・ ビジネスチャットツールである「LINE WORKS」を中核としたデジタルツールを効果的に組み合わせることで、お客さま一人ひとりに寄り添いながら、より柔軟にお客さまのご要望にお応えし、お客さまの利便性向上に資する、サービスの提供に努めてまいります。
- ・ 70歳以上のお客さまへの、ご契約内容のご説明やご契約手続きに際してはご家族の同席をお願いしております。また、ご家族に同席いただけなかった場合には、ご契約手続き後に、募集担当者以外の確認実施者より電話にて、お申込み状況の確認のご連絡をしております。
- ・ 募集代理店においても、お客さまのご意向を把握したうえで、最適な保険商品のご提案を行うよう指導・教育を行っております。
- ・ 企業の福利厚生制度に関するさまざまなニーズやご意向を踏まえた最適な保険商品・制度のご提案を行うコンサルティングに努めております。

4. お客さまへの情報提供の充実

保険商品の仕組みや内容はもとより、お客さまにとって重要となる事項についてもご理解いただいたうえで、最適な保険商品をご選択いただけるよう、「お客さま基点」のもと、十分な情報提供とわかりやすいご説明に努めてまいります。

【取組み】

- ・ 保険商品に関連する死亡・疾病罹患データや保険金給付実例などの情報をシリーズ化した資料「データ NAVI」や「がん基礎知識と解説」・「公的保障ガイド編」等を適宜ご提供し、お客さま自身が正しい情報に基づいて必要なリスクを理解のうえ保険商品をご選択いただけるよう努めております。
- ・ 商品パンフレットや保険設計書（契約概要）などの募集資料は、個々の資料の役割を明確化のうえ、文字数、文字フォント、ピクトなどの量的・視覚的側面を十分考慮し適切かつわかりやすい表現方法を用いて作成しております。
- ・ お客さまにとって「見やすく、分かりやすい」パンフレットを目指して、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」認証取得を推進しております。併せて、これらの帳票を通じ、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を行うことで、コンサルティング力の強化に努めてまいります。
- ・ 複数の生命保険商品を、あるいは生命保険商品と損害保険商品を組み合わせでご提案する際には、保険商品ごとの保障内容や保険料などを商品パンフレットや保険設計書（契約概要）でわかりやすくご説明するとともに、個別のご加入の可否についてもあわせてご案内しております。
- ・ また、お客さまに配当金について正しくご理解いただけるよう、保険設計書やチラシでの情報提供を充実させるとともに、全社的な教育も継続してまいります。
- ・ 携帯情報端末「PlanDo」を活用し、より充実した情報提供に努めてまいります。お客さまとの対話を通して、公的保障額を踏まえたうえでお客さまの課題を明らかにし、お客さま一人ひとりに対し、資産形成や必要保障額のシミュレーションを行っております。「PlanDo」の画面上での説明に加え、電子的送付システムやオンライン面談を活用したコンサルティングを実践しております。今後も、お客さまアドバイザーを通じた対面での情報提供に加え、デジタルの活用により利便性を高めることで、お客さまに寄り添った多様な情報提供に努めてまいります。
- ・ 「LINE WORKS」を中核としたデジタルツールのより一層の活用推進を図り、引き続き、リアルとデジタルを効果的に組み合わせた十分な情報提供とわかりやすいご説明に努めてまいります。

- ・ 「PlanDo」のプレゼン機能を活用したデジタルコンテンツの拡充を図るとともに営業現場の声をヒアリングすることで、各種ツールのブラッシュアップを適宜行ってまいります。それにより、これまで以上に、お客さま自身が正しい情報に基づいて必要な保障を理解のうえ、保険商品を選択いただけるよう努めてまいります。
- ・ ホームページ上での情報提供にも注力しており、動画による商品説明や実際に加入されたお客さまの声を紹介するなど、商品理解が深まるような情報を発信しております。この他にも、WEBメディア「47Life(よんななライフ)」や公式 Instagram アカウント・LINE 公式アカウントをはじめとした SNS 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。今後も、Web サイトや SNS を活用したお客さまへの情報提供の充実に努めるとともに、Web サイトの分かりやすさ向上に努めてまいります。
- ・ 複数の保険会社の保険商品を取扱う乗合募集代理店において、お客さまに推奨する保険商品と比較可能な同種の商品がある場合は、推奨理由をわかりやすくご説明するよう指導・教育を行っております。
- ・ 長期にわたりお客さまの負託にお応えできるよう、乗合募集代理店における比較推奨販売等の業務の健全かつ適切な運営を確保すべく、手数料体系に募集品質等の評価を組み込んでおります。
- ・ 企業が従業員に対して団体保険商品の加入勧奨を行う際においても、被保険者となるお客さまに対して、当該団体保険の保障内容等をわかりやすくご提供することにより、保険料や保険金等の重要な事項がお客さまのご意向に沿った内容になっていることをご確認いただけるよう対応しております。
- ・ 契約締結の時点で保険金・給付金等の額が確定している保険商品については、ご契約者にお払い込みいただく保険料と、お支払いする保険金・給付金等の額などを明確にご理解いただけるよう、これらの金額のほか、保険金・給付金等をお支払いする場合（支払事由）・お支払いできない場合（免責事由等）などを契約概要や注意喚起情報に記載してわかりやすく情報提供しております。なお、個人保険・個人年金保険分野において、契約締結の時点で保険金・給付金等の額が確定しておらず、市場リスクを有する投資性商品（特定保険契約）については、当社は現在のところ取り扱っておりません。

5. お客様の立場にたったアフターサービスの充実

ご加入から保険金・給付金等のお支払いに至るまで、あらゆるお客さまとの接点において、「お客さま基点」のもと、さらなるご安心につながるよう対応してまいります。

【取組み】

- ・ 毎年8月に、ご加入契約の状況や重要なお知らせを冊子「フコク生命だより」に掲載し、お客さまへお届けしております。契約内容をよりわかりやすくご案内することで、保険金・給付金その他各種お手続きについて、漏れなくご請求を行っていただけるよう対応しております。
- ・ お客さまへのコンタクト活動では、各種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、ご案内を行っております。
- ・ 高齢のお客さまや障がいをお持ちのお客さまに、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等を配備しております。また、「電話リレーサービス」の活用や、目の不自由なお客さまからのご要望により、契約内容や手続方法などの説明書類や宛名封筒などを点字により作成し、ご提供しております。
- ・ 加えて、高齢のお客さまや障がいをお持ちのお客さまが、何らかの事情により直接の連絡が困難になった場合を想定し、「ご家族情報登録制度」により、有事の際にも確実に給付金等をお支払いできるよう取り組んでおります。また、ご家族情報を登録されたお客さまであれば、お問合わせいただければいつでもご契約者の加入内容を確認できることとしております。
- ・ 毎年8月に行っている「高齢者現況確認」では、90歳以上の全てのお客さまと、前年度に状況の確認ができなかった70歳以上のお客さまに対して、お支払事由が発生していないか等の確認を行っております。
- ・ 保険金・給付金等のご請求に際して、正確かつ迅速なお支払いをするとともに、お申出内容およびご契約内容を充分確認し、お支払いできる可能性のあるお手続きが他にはないか、積極的な請求案内に取り組んでおります。スムーズなお手続きで、漏れなくご請求いただくために、ご請求手続き書類などをご確認いただく「給付金ご請求ガイド」、商品概要をご確認いただく「保険商品のご案内」を作成し、新契約時および給付金等のご請求時に、データで確認いただけるよう公式ホームページ上に掲載しております。また、公式ホームページにスムーズにアクセスしていただくため、二次元コードを記載したチラシを作成するなど、お客さまの利便性向上に努めております。

6. お客様の利益を最優先とした資産運用の実践

「お客様基点」のもと、「配当還元のみならず充実を通じて、お客様の実質的な保険料負担の軽減を図ること」を使命と考え、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、将来にわたって高水準の運用収益を確保する資産運用に努めてまいります。

【取組み】

- ・ お客様からお預かりした大切な保険料の運用にあたっては、目先の収益にとらわれることなく中長期にわたり安定的なリターンが得られる優良な資産を積み上げていくことを実践しております。
- ・ 時代の変化に即応できるポートフォリオを構築すべく、資産の流動性を確保しつつ、中長期的な視点から資金を配分しております。具体的には、ALM（資産・負債の総合管理）の観点から公社債などの円金利資産を柱としつつも、自己資本の充実度を踏まえたリスクテイク戦略のもと、外国証券や株式、不動産といった資産への分散投資を行っております。将来にわたり高水準の運用収益を確保するため、よりリスク・リターン効率に優れた投資を実践するよう努めております。
- ・ 「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取り組んでまいります。
- ・ お客様にお約束した利回りを安定的に上回るリターンを確保するため、中長期的な観点から資産運用の高度化に努めてまいります。
- ・ 当社は「責任ある機関投資家」の諸原則《日本版スチュワードシップコード》の受け入れを表明しており、主要投資先企業との建設的な「目的を持った対話」（エンゲージメント）に注力しております。投資先企業とのエンゲージメントや議決権行使などのスチュワードシップ活動が、投資先企業の持続的成長を促し、お客様からお預かりした大切な保険料の中長期的なリターンの拡大に資するよう努めてまいります。
- ・スピーディな意思決定と機動的な対応による差別化された資産運用の実践という当社の運用哲学を継承し、また、継続的に資産運用の高度化を進めていくための人材育成に注力してまいります。

7. 利益相反の適切な管理

「お客さま基点」のもと、ご契約者の利益擁護を図るべく、お客さまの利益が不当に害されることを防止するための方針やルールを定め、適切な管理を行ってまいります。

【取組み】

- ・ 「利益相反管理のための基本方針」等の規程を定め、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、そのようなおそれがある取引については適切な管理を行っております。
- ・ 具体的には、コンプライアンス統括部を利益相反管理の統括部門として定めるとともに、管理が必要となる具体的な事例の明示とその周知を社内で図り、お客さまの利益が不当に害されるおそれがある取引について、その取引を中止させるなど適切に対応しております。
- ・ インサイダー取引に該当するおそれのある有価証券取引については、情報管理に関する規程を定めるとともに、研修等を通じて当該取引の発生を防止する態勢を構築しております。
- ・ 法人営業部門と資産運用部門はそれぞれ独立した組織であり、資産運用部門が投資先企業との取引関係の有無に左右されず、投資判断をできる体制を構築しております。
- ・ 投資先企業に対する議決権の行使を含むスチュワードシップ活動については、より厳格な利益相反管理が必要との認識のもと、「スチュワードシップ責任を果たすに当たり管理すべき利益相反についての方針」を定め、お客さまの利益を第一として行動しております。

8. 「お客さま基点」を実践できる人づくり

「お客さま基点」を実践できる人づくりを行うとともに、職員が働きがいを持てるよう自己実現の場を提供し、「お客さま基点」に基づく行動を適切に評価する態勢や動機づけの枠組みなどを構築してまいります。

【取組み】

- ・ 「働く職員の自己実現」を経営理念の一つに定め、役職員一人ひとりが働きがいを持てるよう、自己実現の場を提供してまいります。
- ・ お客さま基点での人材育成を経営方針の一つに定め、お客さま一人ひとりに安心をご提供するために、「お客さま基点」を実践できる人材の育成に注力しております。
- ・ 社長を本部長とした人材開発本部を2011年3月に立ち上げ、「人づくり宣言」および「人づくり基本方針」を策定し、働きがいを持って「お客さま基点」を実践できるよう、個としての成長を促す環境や場をつくり、人材の育成に取り組んでおります。
- ・ 「人づくり基本方針」に定めた「求める人材像」の3つの要件である「自発」「独創」「利他」を職員一人ひとりが身につけ、高めることに取り組んでまいります。
- ・ “最大たらんよりは最優たれ”という社是のもと、経営理念の主体である「お客さま」・「地域社会」・「働く職員」にとっての「最優」をテーマに、社長と職員の双方向の対話を行うタウンホールミーティングを実施しております。あわせて役員と職員の車座ミーティングを2022年4月より、タウンホールミーティングを2024年10月より実施しております。
- ・ 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、理念教育の充実を図っております。
- ・ 「お客さま基点」を日々の行動として実践できるよう、第二代社長、吉田義輝が職員に残した言葉を日めくり形式の小冊子にした「わたしたちの基本」を配付し、研修や朝礼等で活用しております。
- ・ お客さま満足度の向上に資する業務運営を適切に評価するために、職員の人事評定に「お客さま基点」に基づく行動を評価項目としております。
- ・ 中期経営計画「THE MUTUAL ACT 2027」では、若手・中堅職員を中心とした『中計ワーキンググループ』が施策の概要について社内外の役員に報告・提案するなど、職員の経営参画の機会を創出してまいります。

(別紙) 金融庁公表「顧客本位の業務運営に関する原則」対応表

「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』
原則 1 顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等	
金融事業者は、顧客本位の業務運営を実現するための明確な方針を策定・公表するとともに、当該方針に係る取組状況を定期的に公表すべきである。当該方針は、より良い業務運営を実現するため、定期的に見直されるべきである。	2017年6月にフコク生命グループおよびフコク生命の『「お客さま基点」の業務運営方針』を策定し、ホームページで公表しております。また、『「お客さま基点」の業務運営方針』に係る1年間の取組結果を毎年公表しております。
原則 2 顧客の最善の利益の追求	1. 「お客さま基点」の浸透・実践
金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである。	「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまに心からご安心いただける、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し提供することで、お客さまの最善の利益が忠実に図られるよう、「お客さま基点」の浸透・実践に努めてまいります。 生命保険はお客さまとの一生にわたる、さらには世代を超える約束であり、お客さまを不安にさせたり、ご迷惑をおかけするようなことはあってはなりません。「お客さま基点」のもとお客さまにしっかりと寄り添い、未来永劫お客さまとの約束を守ってまいります。
	2. お客さまの「声」を経営改善に活かす取組み 「お客さま基点」のもと、最優のサービスを提供するために、お客さまの「声」を経営改善に活かしていくことにより、さらなる満足と信頼につながる活動を実践してまいります。
	6. お客さまの利益を最優先とした資産運用の実践 「お客さま基点」のもと、「配当還元のある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」を使命と考え、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、将来にわたって高水準の運用収益を確保する資産運用に努めてまいります。
原則 3 利益相反の適切な管理	7. 利益相反の適切な管理
金融事業者は、取引における顧客との利益相反の可能性について正確に把握し、利益相反の可能性がある場合には、当該利益相反を適切に管理すべきである。金融事業者は、そのための具体的な対応方針をあらかじめ策定すべきである。	「お客さま基点」のもと、ご契約者の利益擁護を図るべく、お客さまの利益が不当に害されることを防止するための方針やルールを定め、適切な管理を行ってまいります。
原則 4 手数料等の明確化	4. お客さまへの情報提供の充実
金融事業者は、名目を問わず、顧客が負担する手数料その他の費用の詳細を、当該手数料等がどのようなサービスの対価に関するものかを含め、顧客が理解できるよう情報提供すべきである。	保険商品の仕組みや内容はもとより、お客さまにとって重要となる事項についてもご理解いただいたうえで、最適な保険商品をご選択いただけるよう、「お客さま基点」のもと、十分な情報提供とわ

	かりやすいご説明に努めてまいります。
原則 5 重要な情報の分かりやすい提供	4. お客さまへの情報提供の充実
金融事業者は、顧客との情報の非対称性があることを踏まえ、上記原則4に示された事項のほか、金融商品・サービスの販売・推奨等に係る重要な情報を顧客が理解できるよう分かりやすく提供すべきである。	保険商品の仕組みや内容はもとより、お客さまにとって重要となる事項についてもご理解いただいたうえで、最適な保険商品をご選択いただけるよう、「お客さま基点」のもと、十分な情報提供とわかりやすいご説明に努めてまいります。
原則 6 顧客にふさわしいサービスの提供	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
金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。	生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、「お客さま基点」のもと、多様化するお客さまのニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。 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さま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通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客さまのライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。
	4. お客さまへの情報提供の充実
	保険商品の仕組みや内容はもとより、お客さまにとって重要となる事項についてもご理解いただいたうえで、最適な保険商品をご選択いただけるよう、「お客さま基点」のもと、十分な情報提供とわかりやすいご説明に努めてまいります。
	5. お客さまの立場にたったアフターサービスの充実
	ご加入から保険金・給付金等のお支払いに至るまで、あらゆるお客さまとの接点において、「お客さま基点」のもと、さらなるご安心につながるよう対応してまいります。
原則 7 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	8. 「お客さま基点」を实践できる人づくり
金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。	「お客さま基点」を实践できる人づくりを行うとともに、職員が働きがいを持てるよう自己実現の場を提供し、「お客さま基点」に基づく行動を適切に評価する態勢や動機づけの枠組みなどを構築してまいります。

プロダクトガバナンスに関する補充原則	『「お客さま基点」の業務運営方針』
<p>補充原則 1 基本理念</p> <p>金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである</p>	<p>1. 「お客さま基点」の浸透・実践</p> <p>「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまに心からご安心いただける、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し提供することで、お客さまの最善の利益が忠実に図られるよう、「お客さま基点」の浸透・実践に努めてまいります。</p> <p>生命保険はお客さまとの一生涯にわたる、さらには世代を超える約束であり、お客さまを不安にさせたり、ご迷惑をおかけするようなことはあってはなりません。「お客さま基点」のもとお客さまにしっかりと寄り添い、未来永劫お客さまとの約束を守ってまいります。</p>
<p>補充原則 2 体制整備</p> <p>金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。</p>	<p>1. 「お客さま基点」の浸透・実践</p> <p>「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまに心からご安心いただける、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し提供することで、お客さまの最善の利益が忠実に図られるよう、「お客さま基点」の浸透・実践に努めてまいります。</p> <p>生命保険はお客さまとの一生涯にわたる、さらには世代を超える約束であり、お客さまを不安にさせたり、ご迷惑をおかけするようなことはあってはなりません。「お客さま基点」のもとお客さまにしっかりと寄り添い、未来永劫お客さまとの約束を守ってまいります。</p> <p>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</p> <p>生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、「お客さま基点」のもと、多様化するお客さまのニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。</p> <p>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さま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通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客さまのライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。</p>
<p>補充原則 3 金融商品の組成時の対応</p> <p>金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。また、商品の複雑さやリス</p>	<p>1. 「お客さま基点」の浸透・実践</p> <p>「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまに心からご安心いただける、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し提供することで、お客さまの最善の利益が忠実に図られるよう、「お客さま基点」の浸透・実践に努めて</p>

<p>ク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。</p>	<p>まいります。</p> <p>生命保険はお客さまとの一生にわたる、さらには世代を超える約束であり、お客さまを不安にさせたり、ご迷惑をおかけするようなことはあってはなりません。「お客さま基点」のもとお客さまにしっかりと寄り添い、未来永劫お客さまとの約束を守ってまいります。</p>
	<p>2. お客さまの「声」を経営改善に活かす取組み</p>
	<p>「お客さま基点」のもと、最優のサービスを提供するために、お客さまの「声」を経営改善に活かしていくことにより、さらなる満足と信頼につながる活動を実践してまいります。</p>
	<p>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</p>
	<p>生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、「お客さま基点」のもと、多様化するお客さまのニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。</p> <p>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さま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通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客さまのライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。</p>
<p>補充原則 4 金融商品の組成後の対応</p>	<p>2. お客さまの「声」を経営改善に活かす取組み</p>
<p>金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。</p>	<p>「お客さま基点」のもと、最優のサービスを提供するために、お客さまの「声」を経営改善に活かしていくことにより、さらなる満足と信頼につながる活動を実践してまいります。</p>
	<p>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</p>
	<p>生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、「お客さま基点」のもと、多様化するお客さまのニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。</p> <p>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さま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通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客さまのライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。</p>
<p>補充原則 5 顧客に対する分かりやすい情報提供</p>	<p>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</p>
<p>金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がよ</p>	<p>生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客</p>

<p>り良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。</p>	<p>さまの負託にお応えするために、「お客さま基点」のもと、多様化するお客さまのニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。</p> <p>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さま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通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客さまのライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。</p> <p>4. お客さまへの情報提供の充実</p> <p>保険商品の仕組みや内容はもとより、お客さまにとって重要となる事項についてもご理解いただいたうえで、最適な保険商品をご選択いただけるよう、「お客さま基点」のもと、十分な情報提供とわかりやすいご説明に努めてまいります。</p> <p>6. お客さまの利益を最優先とした資産運用の実践</p> <p>「お客さま基点」のもと、「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」を使命と考え、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、将来にわたって高水準の運用収益を確保する資産運用に努めてまいります。</p>
--	--