

『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。

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。

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、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、安全かつ有利の原則に従い、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。

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。

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。

【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。
- ・ 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」に通じるとの認識のもと、コンプライアンスに関する研修・教育を定期的に実施しております。
- ・ 「お客さま基点」の浸透・実践を目指し、2013年度から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おります。指標は毎年課題に応じて見直しを行っており、迅速・確実な対応によるサービスの向上に取り組んでおります。
- ・ 2022年度から新たに開始しました中期経営計画（2022年度～2024年度）においては、長期経営ビジョン「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、「事業変革を図るための基盤固め」と「多様化する社会課題を解決する取組み」を重点取組みテーマとしました。
- ・ これらを推進することで、前中期経営計画から継続して取り組む「持続的成長のための好循環（職員満足度の向上がお客さま満足度の向上に繋がる好循環）」の構築につなげてまいります。好循環を構成する項目の1つである、配当還元の充実に取り組むことで、お客さまの実質的な保険料負担を軽減することに努めております。
- ・ 当中期経営計画では、ビジョンに近づくために確認指標を設けておりますが、「お客さま基点」の業務運営においてもこれを準用し、他者加入推奨意向と職員満足度を評価指標として設定いたします。

2. お客様の「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。

【取組み】

- ・ お客さまからのお申出は「お客さまデータベース」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さまに対し、「ご契約者アンケート」を実施し、お客さまの「声」を収集しております。加えて、本社・支社・営業所の窓口「ご意見箱」、「お客さま窓口アンケートはがき」を常設し、窓口に来社されたお客さまのご意見・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、お客さまの「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、お客さまのご意見・ご要望をお伺いしております。
- ・ お客さまサービス部ではお客さまの「声」や社会からの要請を収集・分析し、お客さまの声対策委員会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。
- ・ お客さまの「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。
- ・ 「ISO10002」²への適合性を今後とも維持し、寄せられたお客さまの「声」を検証し改善を図る循環を繰り返すことで、お客さま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、お客さま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。当委員会はお客さまの「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。

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。
- ・ 主契約がなく、特約同士の自由な組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の実践に努めてまいります。お客様一人ひとりと対話を通して、「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、お客様一人ひとりに寄り添いながら、より柔軟にお客様のご要望にお応えし、お客様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歳以上のお客様への、ご契約内容のご説明やご契約手続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。
- ・ 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」認証の取得を順次進めます。併せて、お客さまにとって「見やすく、分かりやすい」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。
- ・ 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。
- ・ コロナ禍で、対面による情報提供が制限される中、WEB 会議システム・電子的送付システム・ビジネス版チャットツール「LINE WORKS」を導入し、より手軽にお客さまとの円滑なコミュニケーションが可能となりました。今後は、こうしたデジタルツールのより一層の活用推進を図り、お客さまの利便性の向上を目指してまいります。また、WEB 会議システムを活用したオンラインセミナーの開催により、ライフイベント

に沿ったお役立ち情報（例：「教育」など）を提供してまいります。リアルとデジタルを効果的に組み合わせることで、お客さまのニーズにお応えした、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。

- ・ ホームページ上での情報提供にも注力しており、「はたらくささえプラス」「就業不能保障特約（2020）」の発売にあわせて、働けなくなったときに減少する収入金額のシミュレーションができるキャンペーンサイトの設置や、ライフスタイルに応じた特約をシミュレーションできる「未来のとびら」専用 WEB サイトを開設し、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コンテンツを充実させております。身近な“お金”に関する情報をお届けする WEB メディア「47Life（よんななライフ）」も開設しており、今後もホームページを活用したお客さまへの情報提供の充実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、も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。
- ・ お客さまへの日頃の定期訪問活動では、専用リーフレットを用い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、「フコク生命手話通訳・筆談サービス」の実施や、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、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、もれなくご請求いただくために、冊子「保険金・給付金のご請求のまえに」を作成し、ご加入時および保険金・給付金等のご請求時に、お客さまへお渡ししております。また、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、給付対象の異なる商品ごとに冊子を作成することで、より一層の利便性の向上に努めています。

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、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、安全かつ有利の原則に従い、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。超低金利環境が長期化するなかでも安定した収益性を維持するため、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」等の規程を整備し、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行い、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。
- ・ 議決権の行使に際しては、お客さまからお預かりしている保険料を誠実にかつ注意深く運用するという受託者責任に基づき、資産運用部門が独立して賛否を判断した議決権行使となっているか等を監査部が定期的に検証する体制を構築しております。

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。
- ・ 社長自らが「お客さま基点」への想いを直接語ることで、「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“車座ミーティング”⁴（社長と職員の双方向の対話による場づくり）を2011年9月より実施しております。また、取締役と職員の車座ミーティングを2022年4月より開始しました。
- ・ 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。
- ・ 職員が働きがいを持てる自己実現の場のひとつとして、100周年プロジェクト⁵において分科会活動「NEXT100」を展開しております。

⁴ 2022年3月末現在、300回実施し、のべ2,243名が参加しております。

⁵ 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おります。「THE MUTUAL」とは、共感・つながり・支えあいであり、次の100年に向け進化する次代の“相互扶助”のことです。2019年度には、「THE MUTUAL」体现の推進エンジンとして分科会活動「NEXT100」がスタートしました。（2022年6月時点：514名在籍）

(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に努めるべきである。	「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。
	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、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、安全かつ有利の原則に従い、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	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

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。	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のもとより、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。