



お客さま基点

お客さま基点の実践に向けての取組み

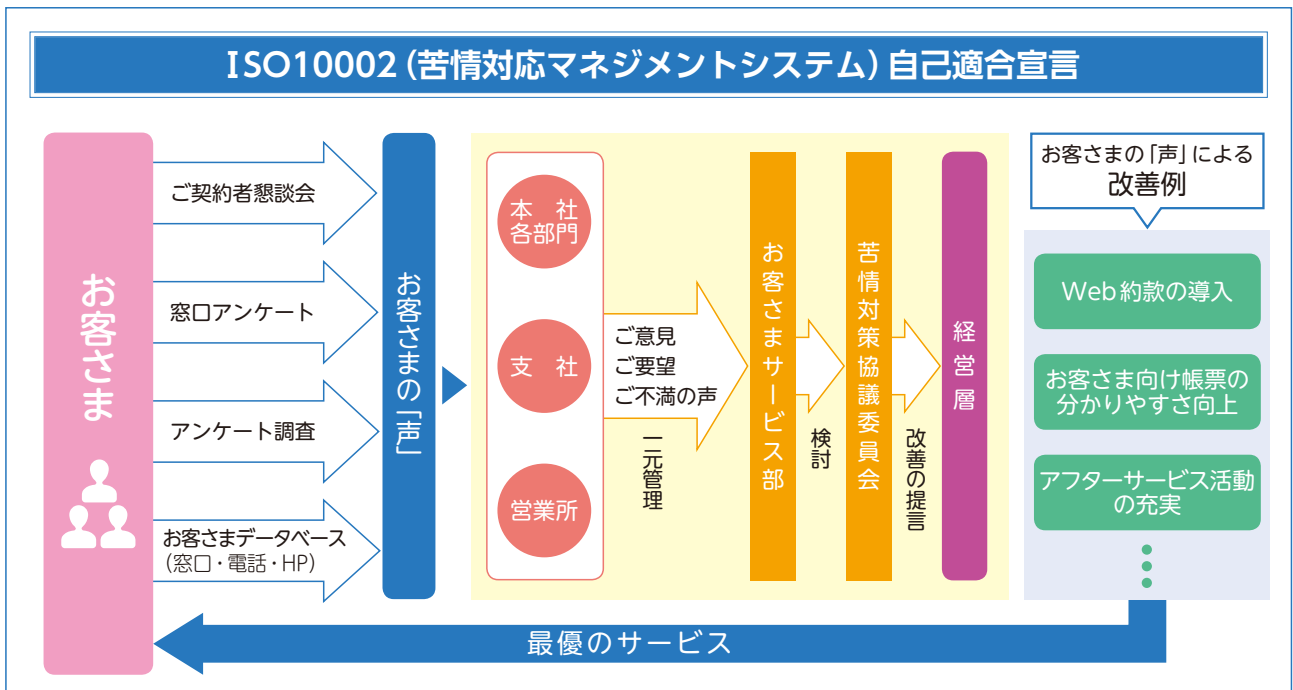
フコク生命は、平成27年9月1日付で苦情対応に関する国際規格である「ISO10002」(品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針)に適合した苦情対応マネジメントシステムを構築していることを宣言しました。

今後も、「ISO10002」への適合性を維持し、お客さまの「声」を経営改善に活かしていくことにより、「お客さま基点」で最優のサービスを提供し、お客さまの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。

※「ISO10002」とは

平成16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、組織として、どのような姿勢で、どのように対応していくかを示したものです。

1 お客さまの「声」を経営改善に活かす仕組み



● お客さまサービス企画室

「お客さまサービス企画室」は、お客さまのことだけを考える組織として創設され、「お客さまの代弁者」となって、経営層への提言や社内改革を推進しております。

● 苦情対策協議委員会

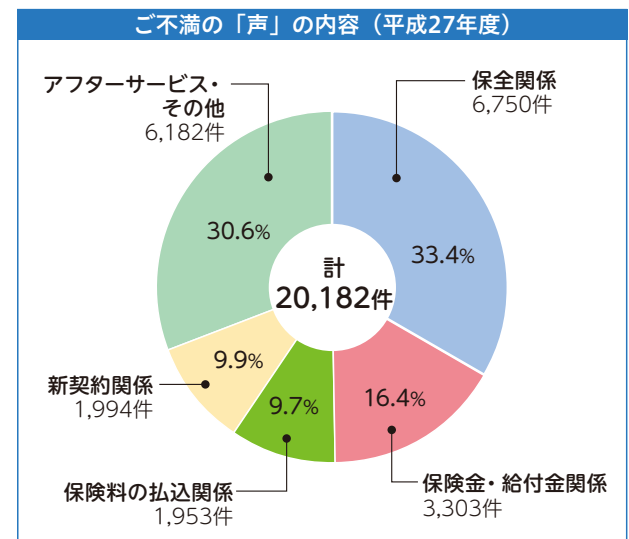
苦情対策協議委員会は、関連部門の部長・室長で構成され、担当役員を委員長として運営されております。その目的はお客さまの「声」を今後の経営に反映させるために、内容の分析、検討を行い、業務の改善策を協議し、所轄部門に対策実施を指示することとしております。

【苦情の定義】

苦情とはお客さまから不満足の原因があったもの。

● お客さま相談室

苦情など、ご不満の「声」は、「お客さま相談室」で一元管理しております。お寄せいただいた「声」を収集、分析し、苦情対策協議委員会で協議のうえ、直接経営層に改善を提言しております。



2 お客さまの「声」をお伺いする主な取組み

No.	項目	内容
1	ご契約者懇談会	全支社で「ご契約者懇談会」を毎年開催し、フコク生命の経営状況などをお知らせするとともに、契約者さまのご意見・ご要望をお伺いしております。
2	窓口アンケート	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からのご意見・ご要望などをお伺いできるようにしております。
3	アンケート調査	全契約の中から無作為に抽出した約15,000名の契約者さまに対し、「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。また、「フコク生命だより [※] 」のアンケートでも、お客さまの「声」をお伺いしております。 ※フコク生命だより…毎年8月頃、契約者さまあてに契約状況を郵送で通知する冊子。
4	お客さまデータベース	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しております。また、「お客さまデータベース」は改善課題の抽出にも役立てております。

3 お客さまの「声」による改善例（平成27年度）

No.	項目	内容
1	Web約款の導入	平成27年10月1日以降のご契約より、従来の「ご契約のしおり一定款・約款」の冊子の約款部分については、当社のホームページ上で閲覧するか、別に作成した冊子版の約款を受領するかをお客さまご自身でご選択いただけるようになりました。これにより、スマートフォンなどインターネットに接続できる端末から容易に検索し、保障内容や支払事由などの保険契約に関する重要な情報をいつでもご確認いただけます。
2	お客さま向け帳票の分かりやすさ向上	お客さま向けの各種帳票について、見やすさ、分かりやすさを向上するため、順次、改訂を行っています。具体的には、保険金請求の際に使用する帳票「保険金等請求書」「死亡保険金等請求のご案内」について、文字サイズを大きくする、必要書類を分かりやすく記載するなど、大幅に改訂を行いました。
3	アフターサービス活動の充実	担当のお客さまアドバイザーが退職した場合に、アフターサービスを専門に担当する職員の対応活動に加え、後任のお客さまアドバイザーを配置する担当者引継制度の推進に努めました。また、定期訪問活動「初年度3訪三年5訪」活動の徹底により、お客さまとの対面を重視したアフターサービスの充実を図りました。

お客さま満足度へのこだわり

昨年度に引き続き契約者さま約15,000名に対して、郵送・WEBアンケート調査を実施しました。（有効回答数：3,431名）。アンケートではお客さまの「声」をお伺いするとともに、「お客さま満足度」の調査を行い、会社施策・改善策の策定や自己検証に役立てております。また当社は中期経営計画（平成28年度～30年度）において、「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」ことを目指し、「お客さま満足度向上」を最重要課題として取り組んでおります。

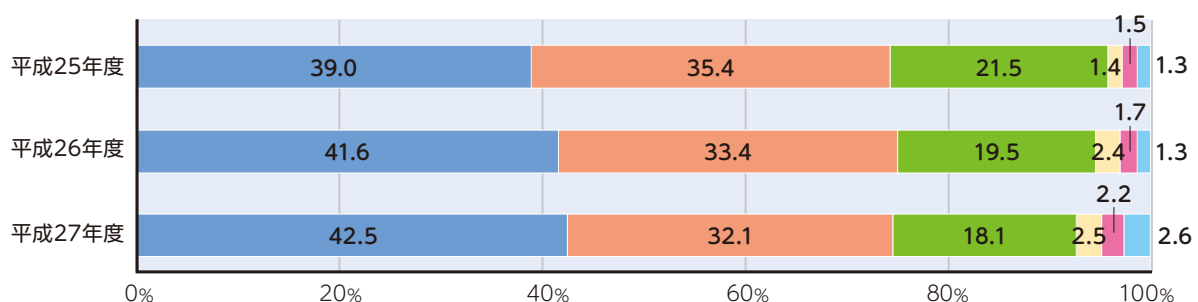
1 総合満足度

平成27年度のアンケート調査による当社に対する契約者さまの満足度は、「満足」「どちらかといえば満足」を合計した割合は74.6%（昨年度比-0.4%）、「不満」「どちらかといえば不満」の合計は4.7%（昨年度比+0.6%）となりました。

今後も満足層の増加と不満層の解消により、引き続きお客さま満足度の向上を図ってまいります。

総合満足度（平成25～27年度）

■満足 ■どちらかといえば満足 ■どちらともいえない ■どちらかといえば不満 ■不満 ■無回答



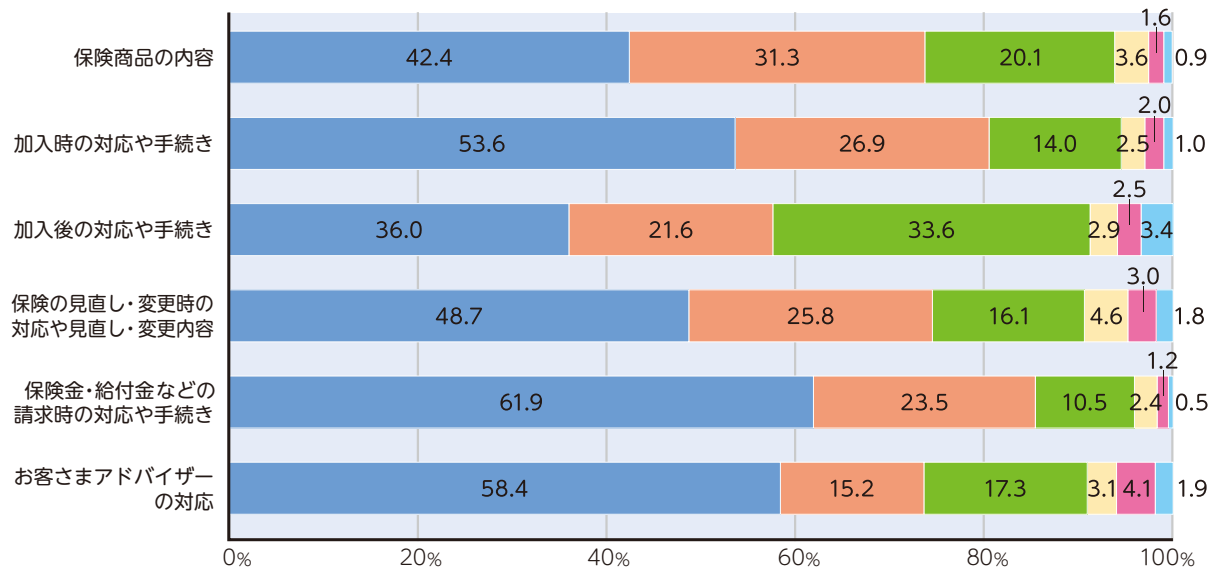
2 分野別の満足度

当社の商品やサービスの分野別に総合満足度をお聞きした結果は、項目別により満足度は異なりますが、「保険金・給付金などの請求時の対応や手続き」などは特に高い評価を得ております。

今後も、分野別に問題・課題を把握し、お客さま満足度の向上を図ってまいります。

分野別の満足度(平成27年度)

■満足 ■どちらかといえば満足 ■どちらともいえない ■どちらかといえば不満 ■不満 ■無回答



金融ADR（裁判外紛争解決手続）

金融ADR（裁判外紛争解決手続）とは、身の回りで起こる金融機関とのトラブルを、裁判ではなく中立・公正な第三者に関わってもらいながら柔軟な解決を図る手続きです。

生命保険業務に関する指定紛争解決機関は、生命保険協会となっており、当社は平成22年10月から生命保険協会との間で、紛争解決等業務に関する契約を締結しました。

当社とお客さまとの間で十分に話し合いをしても問題の解決が見つからない場合には、生命保険協会の裁定審査会に申立てをすることができます。

生命保険協会へのお申出・相談窓口は下記のとおりです。

一般社団法人生命保険協会 生命保険相談所 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-1 新国際ビル3F
 電話：03-3286-2648（平日9:00～17:00）
 ホームページアドレス：<http://www.seiho.or.jp/>



お客さまの「声」を経営改善に活かします。

●お客さまセンター

お寄せいただいたお客さまの「声」はデータとして蓄積し、社内で共有・活用することにより、さらに質の高いサービスを提供してまいります。

平成27年度の当社へのご相談は、電話によるお問合わせが188,433件、店頭でのお取扱いは1,348件、ホームページへのご意見・お問合わせは4,534件でした。

これからも、お客さまの「声」を大切にすることにより、最優のサービスを提供していくように努めてまいります。



●本社と全国61支社にお客さま窓口を設けております

お客さま窓口では、保険に関するお手続き・ご相談を承っております。

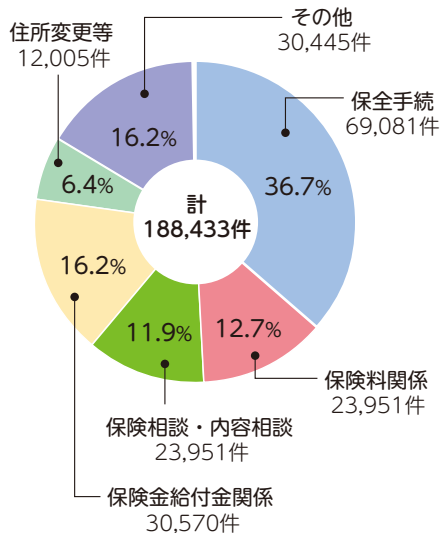


平成26年度から、大阪富国生命ビルに「ハローキティの学資保険相談窓口」を開設しております。

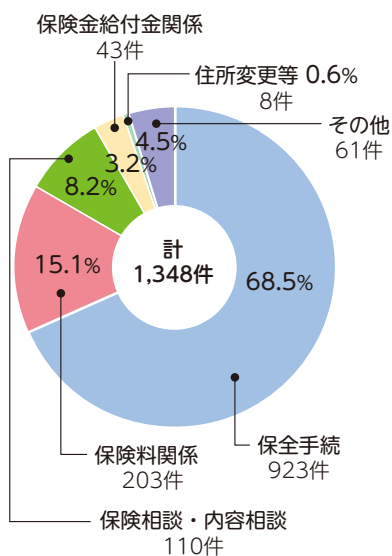


●ご相談・お申出の内容（平成27年度、本社お客さまセンター）

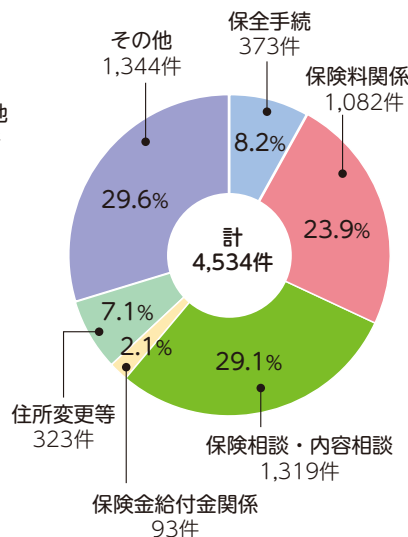
■電話によるお問合わせ



■店舗でのお取り扱い



■ホームページへのご意見・お問合わせ



●お客さまサービス担当

担当のお客さまアドバイザーが退職となったご契約については、お客さまの大切な保険のアフターサービスを専門に担当する“お客さまサービス担当”が定期的にご自宅を訪問させていただいております。平成28年4月1日現在、全国各支社に総数249名（男性242名、女性7名）を配置し、各種お手続きはもちろんのこと、ご加入の保険に関して疑問・ご不明な点などに、迅速に対応できる態勢を整えております。



相互会社運営
お客さま基点
決算の概要

CSR活動
ダイバーシティ推進
内部管理態勢

商品・サービス



お客さまを第一に考え、適正・適切な営業活動に努めてまいります。

● 営業活動方針

当社は、金融商品の販売をはじめ消費者契約に関するトラブルを防止するためのルールである「金融商品の販売等に関する法律」と「消費者契約法」を遵守し、「ご契約者の利益擁護」という創業以来の経営理念のもと、お客さまを第一に考えた適正・適切な営業活動に努めてまいります。

なお、当社では「金融商品の販売等に関する法律」にもとづく「勧誘方針」として「富国生命の営業活動方針」を定めて公表しております。

※『確定拠出年金制度における運用関連運営管理業務に関する方針』については、別途定めております。(95ページをご参照ください。)

「金融商品の販売等に関する法律」の概要

- 金融商品販売業者等は、お客さまに対し、以下の二点を原因として元本欠損する可能性があるときは、その説明をする義務があり、それを怠ったことによりお客さまに損害が生じた場合には、損害賠償責任を負う。
- ① 相場の変動を直接の原因として
元本欠損が生じる場合 (市場リスク)
- ② 生命保険会社の破綻などを直接の原因として
元本欠損が生じる場合 (信用リスク)
- 金融商品販売業者等は、商品の勧誘に際し、適正の確に努め、勧誘方針を公表しなければならない。

「消費者契約法」の概要

- お客さまは、保険会社などの事業者の不適切な行為により、契約の申込または承諾に際して、自由な意思決定が妨げられた場合、それにより締結した契約を取り消すことができる。
- ▼ 不適切な行為の例
- ① お客さまに事実を誤って認識(誤認)させるような行為
- ② お客さまを困惑させるような行為

富国生命の営業活動方針

富国生命は、「ご契約者の利益擁護」という創業以来の経営理念の下、生命保険をはじめとする金融商品の販売にあたりましては、お客さまを第一に考え、以下の方針にもとづいて適正・適切な営業活動を行います。

- 1 コンプライアンス（法令等遵守）の精神にもとづき、保険業法をはじめとする関係諸法令や、諸規則、ルールなどを遵守し、適正・適切な営業活動を行います。
- 2 お客さまの商品に関する知識、ご加入の目的、財産の状況、ライフプランなど、お客さま一人ひとりの意向や実情をお伺いし、コンサルティングセールスを通じて、適切な情報の提供とお客さまのニーズにあった商品の提案をします。そのうえで、提案する内容がお客さまご自身の意向と合致していることを確認できる機会を確保します。高齢の方へは、商品内容等を十分ご理解いただけるよう、より丁寧に対応します。また、未成年者を被保険者とする生命保険契約については、モラルリスクを排除・抑制する観点から適切に募集します。
- 3 お客さまご自身の判断により最適な商品をお選びいただけるように、商品内容やご契約に関する重要な事項について、十分にご理解いただけるように説明します。また、インターネットを活用した通信販売などのように、お客さまに直接対面しない販売方法については、説明方法を工夫します。
- 4 お客さまを訪問する場合などには、お客さまの立場になって時間・場所などに十分に配慮します。また、お客さまのプライバシーをお守りするために、お客さまの情報については、厳正に取り扱います。
- 5 お客さまに十分なコンサルティングができるように、職員に対する研修体制や支援体制をさらに充実させ、お客さまに満足してご契約していただけるように努めます。
- 6 ご契約後もお客さまのさまざまなご要望にお応えできるように、お客さまサービス体制の充実に努めます。
- 7 今後もお客さまのさまざまなご意見、ご要望の収集に努め、お客さまにより一層満足していただけるように努めます。ご意見、ご要望などがございましたら、下記のお客さま相談窓口または最寄りの支社までご連絡ください。

フコク生命 お客さまセンター ☎ 0120-259-817

※『営業活動方針』は「金融商品の販売等に関する法律」にもとづいて定めたものです。

(注)『富国生命の営業活動方針』は下記の方法により公表しております。

○本社・支社・営業所等にポスターを掲示 ○当社ホームページへの掲載 (<http://www.fukoku-life.co.jp>)



「お客さま基点」を実践できる人づくりに 力を入れてまいります。

当社は、あらゆる企業活動の原点として「お客さま基点」を掲げ、徹底した差別化でお客さまから最も評価される会社を目指しております。そして、この「お客さま基点」を実践し、徹底した差別化を生み出していく源泉は「人（従業員）」であると考えております。

経営方針のひとつである「お客さま基点での人材育成」にもありますように、当社では「お客さま基点を実践できる人づくり」を目指し、平成23年3月に人材開発本部を立ち上げ、同年10月には全職員へのメッセージとして「人づくり宣言」および「人づくり基本方針」を発表しました。当社の「人づくり」とは、働くすべての人が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”をつくることです。今後とも、この「人づくりは場づくり」という基本方針のもと、お客さまアドバイザー、内務職員の中長期での人材育成に経営資源を配分し、重点的に取り組んでまいります。

1 人づくり宣言

— フコク生命は「人」が原点である。 —

この厳しい環境のもと、「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」という“ありたい姿”を実現するためには、勝てる、強い組織をつくり上げなければならない。そのためには、職員一人ひとりの個性を活かし、尊重する「本当の意味で人が育ち、活躍できる」組織づくりが必須である。

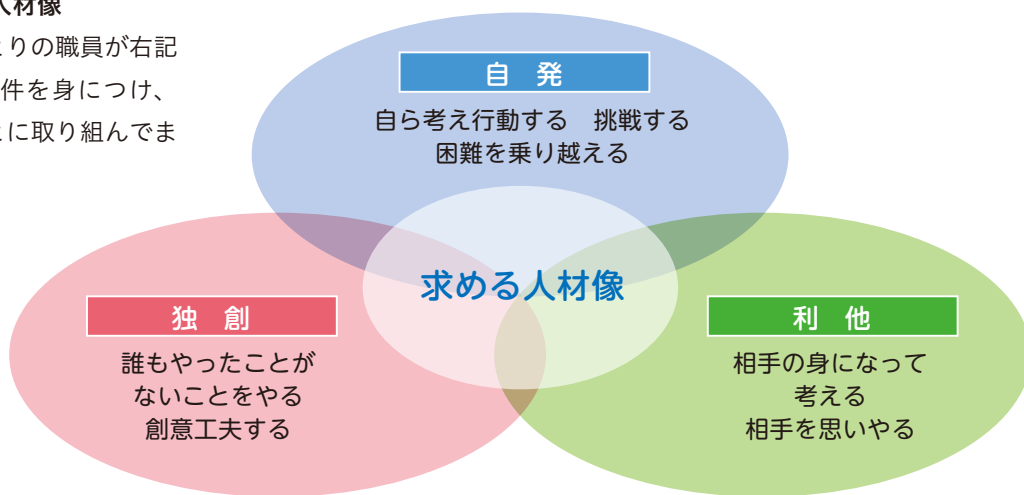
皆が人を育てるという意識を持ち、フコク生命ならではの「人づくり」の文化を築いていこうではないか。

～人づくり宣言より抜粋～

2 人づくり基本方針

● 求める人材像

一人ひとりの職員が右記の3つの要件を身につけ、高めることに取り組んでまいります。



● 人を育てる二本柱

以下の二本柱をベースとした「環境づくり」と「場づくり」に取り組むことで、“個”の成長を促してまいります。

目先の結果より、成長にこだわる

「答え」を与えるのではなく、考えさせる
失敗を恐れず、やらせてみる

一人ひとりの多様な個性を尊重する

他者に関心を持ち、認めて、褒める
互いに影響し合い、刺激し合う場をつくる

相互
会社
運営
お客
さま
基点
決算
の
概要
C
S
R
活
動
ダイ
バー
シテ
イ推
進
内
部
管
理
態
勢
商
品
・
サ
ー
ビ
ス



信頼されるお客さまアドバイザーの育成に努めております。

当社では、生命保険協会による業界共通教育制度をベースにFP資格（国家資格ファイナンシャル・プランニング技能士、日本FP協会AFP資格）取得を推進しております。また、「継続教育制度」を通じてご契約からアフターサービス、保険金・給付金のお支払いに至るまで、お客さまのさまざまなご要望やご相談にお応えできるような信頼されるお客さまアドバイザーの育成に努めております。

教育体制

人材開発本部では、お客さまアドバイザーの教育体系の企画立案、各種教材の制作にあたりとともに、本社集合研修を実施しております。

支社には、お客さまアドバイザーの指導担当として営

業部長・次長を配置し、主幹（教育担当）・教育トレーナーとともに各種集合研修ならびに実践指導を行っております。

教育システム

お客さまアドバイザーに対する教育訓練は、以下のとおりです。

①業界共通教育 生命保険協会による業界共通教育各課程を新人層の教育システムに取り入れ、専門課程試験・応用課程試験の早期合格、生命保険協会認定FPであるTLC（トータル・ライフ・コンサルタント）の資格取得を推進し、お客さまアドバイザーのレベルアップを図っております。

②OJT 営業所において朝礼の場で全体教育を実施し、お客さまアドバイザーの帰社時に個別指導を行うとともに、計画的な同行指導を行うなど、OJTに力を入れて実務能力の向上を図っております。

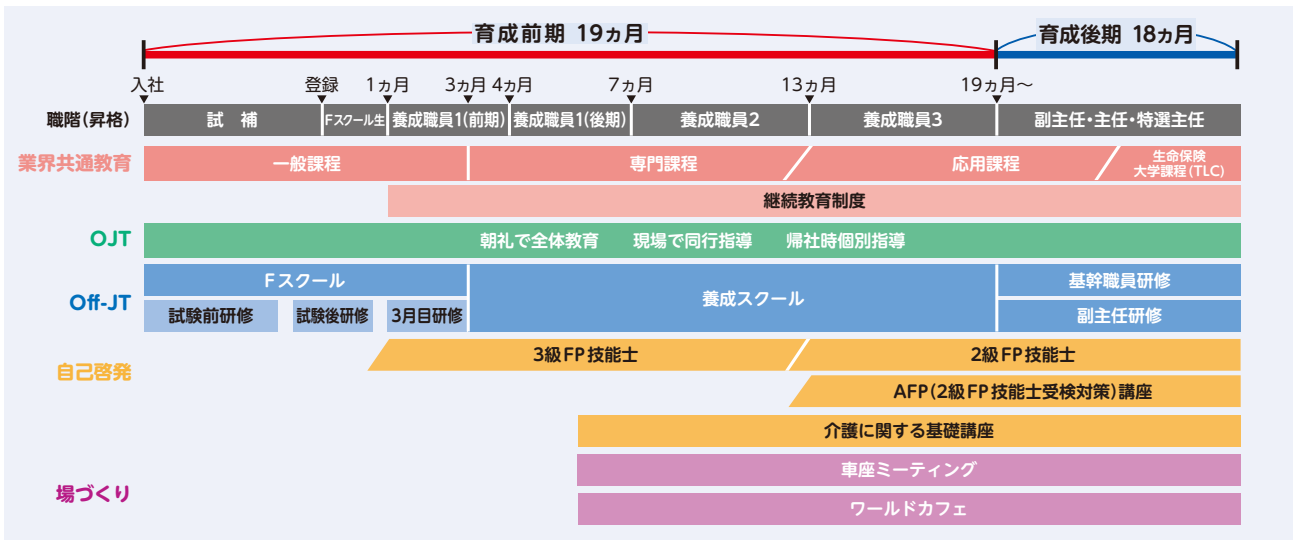
③Off-JT 支社では、より広く深い知識・見識を備えたお客さまアドバイザーの育成を目的として、新人職員を対象に毎月集合研修を実施しております。そのほかのお客さまアドバイザーに対してもロールプレイングなどを取り入れた、能力や目的に応じたOff-JTを実施しております。

④自己啓発 お客さまアドバイザーの自己啓発の一助として、AFP・介護アドバイザー（社内認定）などの通信教育の導入や、FP技能士資格取得の推進など、付加価値を向上できる専門知識の修得を推進しております。

⑤場づくり “人づくり”は“場づくり”からとの考えにもとづき、本社集合研修では『社長車座ミーティング』『ワールドカフェ』など、双方向参加型の研修手法を導入し、参加者の“気付き”による成長を促しております。また、この“場づくり”は支社以下へも展開しております。



●教育システム



お客さまアドバイザーの採用

お客さまアドバイザーの採用にあたっては「入社説明会」を実施し、会社や仕事のあらましについて説明しております。

この入社説明会は、入社希望者の会社選択の場である

と同時に、採用候補者の資質・能力の適性判断の場としており、能力・意欲などの面から真にフコク生命のお客さまアドバイザーとして相応しいと思われる人材を厳選して採用しております。

初期教育

入社後は、生命保険協会のカリキュラムに準拠した研修を実施し、協会が実施する一般課程試験に合格した者がビジネスマナーを始めとした社会人としての基本や商品知識など、フコク生命で営業活動をする上での基本的

項目を習得します。

さらに3月目研修を実施しますが、これら一連の3ヵ月55単位に及ぶ研修をFスクールと呼び、選ばれるお客さまアドバイザーを目指した初期教育を行っております。

継続教育制度

営業活動を行うにあたり「お客さま対応力」の向上を目的として、「コンプライアンス」「保険金・給付金等のお支払い」をテーマとした研修を、eラーニングにより

毎月継続的に実施しております。

今年度からは、お客さまサービス全般の対応力向上を目指した内容にしております。

教材提供

お客さまアドバイザーへの知識付与・スキルアップを目的として、以下のような教材を作成・提供しております。

①教育誌 お客さまアドバイザー・マネージャー・営業所長取材記事を中心に連載記事や企画コーナーを掲載しております。

全お客さまアドバイザー向け『FFマガジン WITH YOU』

マネージャー向け『FFマガジン M I G A K U』

営業所長向け『FFマガジン 磨』

②視聴覚教材 営業所での好取組事例などを映像化し教育効果の向上を図っております。



教育施設等

当社では宿泊可能な研修施設として千葉ニュータウン研修センターを有し、支社長をはじめ営業部長・次長、営業所長、市場開発担当者、マネージャー、教育トレーナー、お客さまアドバイザーなどを対象に各種研修会を実施しております。そのほか、各支社に研修室を開設し、教育スタッフが教育にあっております。

また、全国の支社・営業部・営業所にDVD機材を設置して視聴覚教育の充実を図るとともに、遠隔地の研修拠点にWEB会議システムを導入し、教育効果の向上を図っております。

さらに、全お客さまアドバイザーにタブレット型携帯端末「PlanDo」を配備し、ライフコンパス・保険設計書（契約概要）などの作成や、お客さまのご要望を取入れて修正しながら対面での提案を行い、スピーディーでニーズに即したサービスの提供に努めております。



さまざまな研修などで人材の育成に取り組んでおります。

お客さまに確かな安心やサービスをご提供するには、“お客さま基点”で考え、行動する人材を育成することが重要です。

当社では、さまざまな研修などによって、人材の育成に取り組んでおります。

総合職・一般職の人材開発制度

総合職については、入社年度には入社時研修をはじめ、7月、10月に行うフォロー研修やメンター制度等、ビジネスパーソンとして確実にスキルアップしていくための初期育成プログラムを設けております。

2年目以降は4年目まで年次ごとの研修を毎年行い、その後は、担当する職務別に、より専門性の高い研修を実施しております。

上記以外にも、キャリアアップ・ワークライフバランスを考えるキャリアサポート研修、管理職登用時の研修、リーダーシップの習得を目指す研修も順次導入しております。

また、組織や人材の活性化につなげるために、生命保険業界以外の異業種の企業とのコラボレーション型研修も企画しております。

一般職についても、ビジネススキルアップやコミュニケーション能力向上の研修等、お客さまに良質な事務・サービスを提供できる人材として成長し、あわせてキャリ

アアップ志向を醸成するための各種研修を設けております。

総合職・一般職とも集合研修以外にも、通信教育制度や資格取得支援制度等、職員の自発的な能力・キャリア開発を支援する制度も各種用意し、育成面からも自己実現をサポートしております。



メンター制度

特徴的な人材開発制度として、総合職新入職員を対象とした当社独自の「メンター制度」があげられます。（※メンター：新入職員など後輩職員に対し、職務上の相談にとどまらず、個人的な問題まで広く相談に乗り、助言を与える先輩職員のこと。）特徴のひとつは、“所属以外”の先輩がメンターになることです。

業務上の評価や利害関係がないため、何でも率直に相談できる点が新入職員には大変好評です。

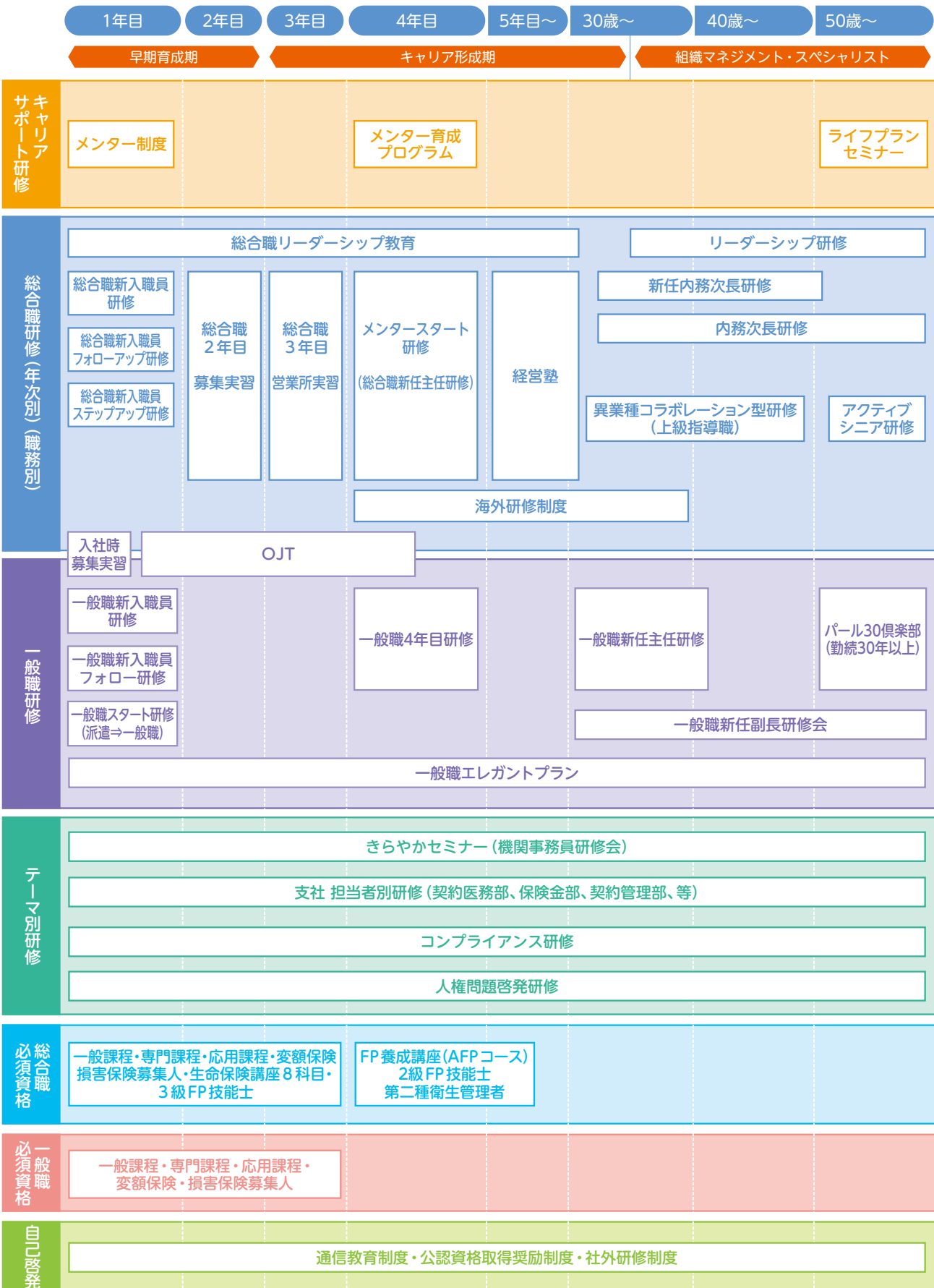
ふたつめの特徴は、メンターが“公募制、からスタートした制度ということ”です。

制度発足時、指名による強制ではなく、応募者自身の意思による参加のため、制度に取り組むモチベーションが高く、新入職員に対する愛情も深いメンターが集まりました。この“公募制、の精神を7年間育み、社内に定着させた結果、自ら人を育てる文化が根付きました。公募制で多くの人材が自主的に集まるケースは珍しいとのこと、マスコミ各社や、他社人事スタッフ、採用面接時の学生等、社外の関心も年々高くなっていきました。現在は公募時代の7年間の蓄積を進化させ、初級指導職

（主任）昇格年の育成プログラムとして、全新任主任が新入職員のメンターとして、支えることから指導職の素養を身に付けるという制度に生まれ変わっております。フコク生命の“ひとを大切にする、社風だからこそできる「メンター制度」は、新入職員の成長をフォローするのはもちろん、“メンター自身の成長、という点でも、当社人材開発制度の大きな柱になっております。



● 内務職員人材育成プログラム



相互会社運営
お客さま基
点
決算の概
要
CSR活
動
ダイバ
ーシテ
イ推
進
内
部
管
理
態
勢
商
品
・
サ
ー
ビ
ス