

2019年1月31日
AIGパートナーズ株式会社

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組状況について

AIGパートナーズ株式会社（代表取締役社長兼 CEO：金子 昌之）は、2017年9月に「お客さま本位の業務運営方針」を定めております。今般、当方針の2018年度を取組結果を『「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組状況について』（別紙1）としてとりまとめましたので、お知らせいたします。

AIGジャパングループでは、お客さまにとって最も価値のある保険会社グループを目指すというビジョン（私たちの目指す姿）を掲げています。AIGパートナーズ株式会社（以下、「当社」という。）は、AIGジャパングループの一員であるグループカンパニー代理店として上記ビジョンを実現するために、より一層お客さまを本位とする本方針を制定し、定期的に見直し、取組状況を公表してまいります。

また、お客さまのパートナーとして選ばれることを目指す事業戦略コンセプト「アクティブ・ケア¹」を展開し、グローバルなネットワークを有する保険会社グループとしてお客さまにとって最善の利益を追求するために、お客さまの目線に立った取組みを実施します。

¹ ※「アクティブ・ケア」とは日本におけるAIGグループ固有かつ統一の事業戦略コンセプトです。「アクティブ・ケア」は、次の3つの要素で構成されています。

- (1) お客さまの目線に立ったシンプルで分かりやすい情報提供
- (2) 万一のときだけでなく、事故や損害を未然に防ぐ支援
- (3) 先進的なテクノロジー、グローバルで蓄積されたノウハウ、そして国内市場に関する深い知見を活かしたイノベーション

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組の状況について

(対象期間：2017年10月1日 ～ 2018年11月30日)

| | | |
|-------------|-------------------------------------------|-----------|
| 方針 1 | お客さまの声を活かした業務運営 | 3 |
| | (1) お客さまの声を経営に活かす仕組み | |
| | (2) お客さま満足向上への取組み | |
| 方針 2 | お客さまにふさわしい商品・サービスの提供 | 5 |
| | (1) お客さまのニーズに基づく商品・サービスの提供 | |
| | (2) 「アクティブ・ケア」に基づくリスク・コンサルティングサービスの取組み | |
| | (3) お客さまの声に基づく募集業務の品質改善 | |
| 方針 3 | 保険募集における適切な情報提供 | 8 |
| | (1) お客さまのご意向に沿った分かりやすい情報の提供への取組み | |
| | (2) ご高齢のお客さま、障がいのあるお客さまへの配慮 | |
| 方針 4 | 迅速かつ適切な事務手続き | 11 |
| | (1) 事務手続きの標準化などによる顧客満足度の維持・向上 | |
| | (2) 迅速かつ適切な事務の遂行 | |
| | (3) 「アクティブ・ケア」に基づく多様化するお客さまへの価値のあるサービスの提供 | |
| | (4) 大規模災害に備えた態勢の構築 | |
| 方針 5 | 適切な利益相反管理 | 14 |
| | (1) お客さまに適正な推奨販売をするための取組み | |
| 方針 6 | お客さまを本位とする業務運営の浸透 | 16 |
| | (1) 役職員へのお客さま本位の業務運営の浸透 | |
| | (2) 保険募集人への教育等 | |

方針 1： お客さまの声を活かした業務運営

お客さまの声を真摯に受け止め、迅速・的確かつ誠実に対応し、お客さまの安心につながる業務運営と業務品質の改善・向上に活かします。

(1) お客さまの声を経営に活かす仕組み

営業拠点等で受けたお客さまの声は、コンプライアンス部を主管部署として法務室と連携して管理をしています。

お客さまの声については、各主管部署がその原因分析を行い、改善策を策定し、実施することで、業務品質の改善・向上に繋げています。

「コンプライアンス委員会」は、お客さまの声に基づく業務改善と募集品質の維持向上を目的として、関係部署に対する改善指示や、改善結果の検証を行い、その結果を定期的に取り締役会、AIG ジャパン・ホールディングス株式会社に報告しています。

(2) お客さま満足向上への取組み

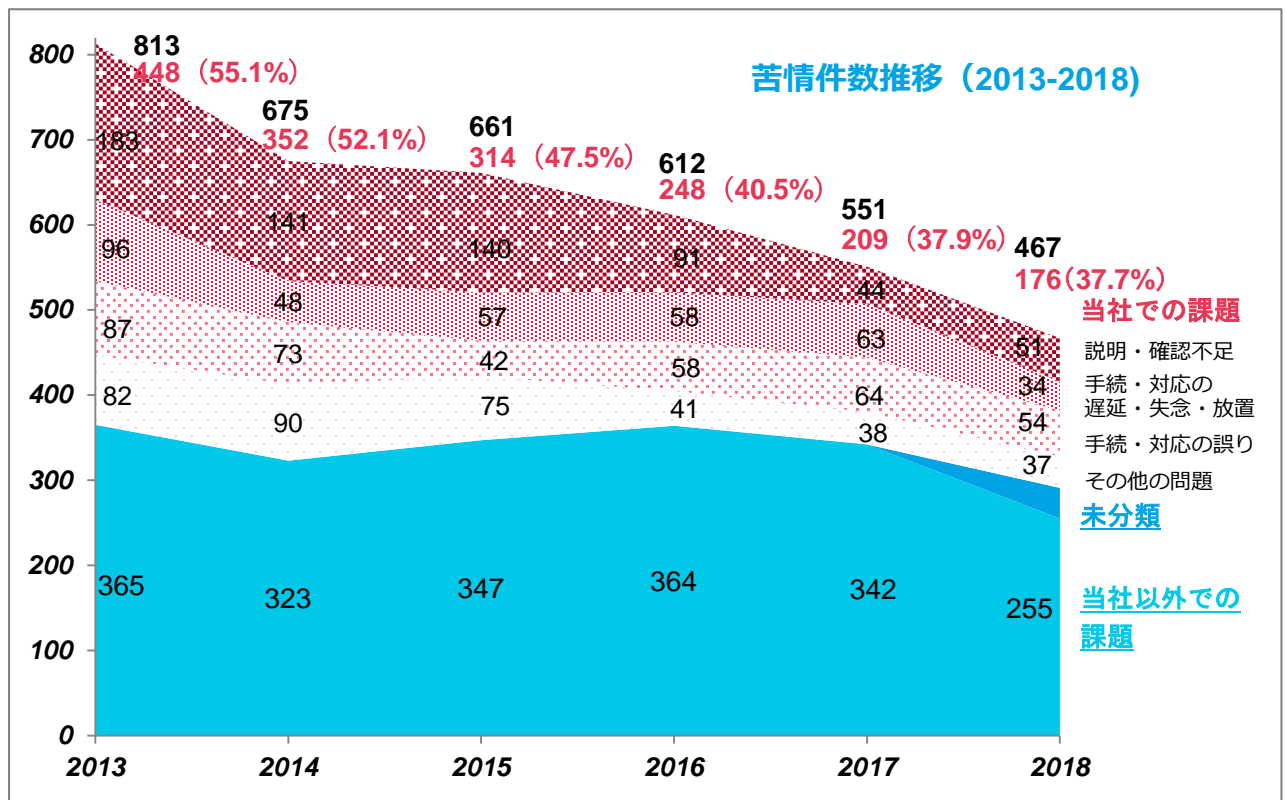
独自にお客さまアンケートを実施することで、お客さまの声を広く収集し、お客さまのご不満・ご意見・お褒めの言葉を業務運営に活かすとともに、業務品質の維持・向上を図っています。

苦情の件数・内容等の情報については、定期的に当社ホームページに掲載し、お客さまの声の管理について透明化を図るとともに、お客さまの声を基にした業務運営やサービス・業務について改善した事例についても同様に公表してまいります。

<主な取組状況>

● お客さまの声の一元的な管理と改善の態勢

営業拠点または保険会社で受け付けた当社の保険業務等に関するお客さまの声を年に11回開催するコンプライアンス委員会等で検証し、改善取組を策定、実施しています。2017年12月～2018年11月においては467件（前年同時期551件）のお客さまの声が苦情として登録され、当社での課題176件（前年同時期209件）について改善取組が行われました。



| 受けたお客さまの声 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| 営業拠点または保険会社で受け付けた 当社の保険業務等に関するお客さまの声 | 813 | 675 | 661 | 612 | 551 | 467 |
| 受け付けたお客さまアンケートの件数 | - | 1794 | 1819 | 2067 | 1979 | 2443 |

| お客さまの声の区分 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|
| お褒めの言葉 | - | 99 | 94 | 121 | 130 | 129 |
| 苦情 | 813 | 675 | 661 | 612 | 551 | 467 |
| ・ 保険会社受付分 | 731 | 512 | 494 | 480 | 466 | 317 |
| ・ 当社受付分 | 82 | 163 | 167 | 132 | 85 | 150 |
| 当社での課題 | 448 | 352 | 314 | 248 | 209 | 176 |
| ・ 説明・確認不足 | 183 | 141 | 140 | 91 | 44 | 51 |
| ・ 手続・対応の遅延・失念・放置 | 96 | 48 | 57 | 58 | 63 | 34 |
| ・ 手続・対応の誤り | 87 | 73 | 42 | 58 | 64 | 54 |
| ・ その他の問題 | 82 | 90 | 75 | 41 | 38 | 37 |
| 未分類 (折衝中等のため) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 36 |
| 当社以外での課題 | 365 | 323 | 347 | 364 | 342 | 255 |

| お客さまからいただいたお褒めの言葉 | |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 事例 1 | コールセンター担当者には、商品内容の説明に加え、他の商品との組合せなどていねいに対応いただきました。 |
| 事例 2 | 盛岡支店の募集人には契約時にとてもていねいに説明していただき、事故時には敏速な対応をしていただいて家族全員、とても感謝しています。これからもよろしくお願いします。 |
| 事例 3 | 取扱保険会社実施の「募集品質向上アンケート」にて、北大阪支店の募集人に「お客さま目線に立った」対応であったとのお褒めの言葉をいただきました。 |

● お客さまの声を活かした自主的な業務改善

お寄せいただいたお客さまの声の集約・分析結果は、業務品質改善・向上のため全営業拠点に共有し、業務品質の改善・向上に繋げています。また、各営業部支店においては、支店別の苦情分析結果や日常のお客さまの声を基に研修やディスカッションを実施し、自主的な業務改善も行っています。

| 業務品質の改善取組み | |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 事例 1 | 一定水準以上の高品質な募集品質を確保するため、募集状況を録音し第三者により評価を行うクオリティ・アセスメントを導入し、個々の募集人の募集品質の分析、改善に着手しました。 |
| 事例 2 | 控除証明書未着に関するお客さまからのお問合せが多かったことから、地震保険に加入しているお客さまへ事前のご案内ができるよう、当該部支店の全募集人に徹底しました。 |
| 事例 3 | 品質向上アンケートでお客さまからのお褒めの言葉をいただいた募集人の取組みについてベストプラクティスとして共有し、支店長による表彰を行いました。 |

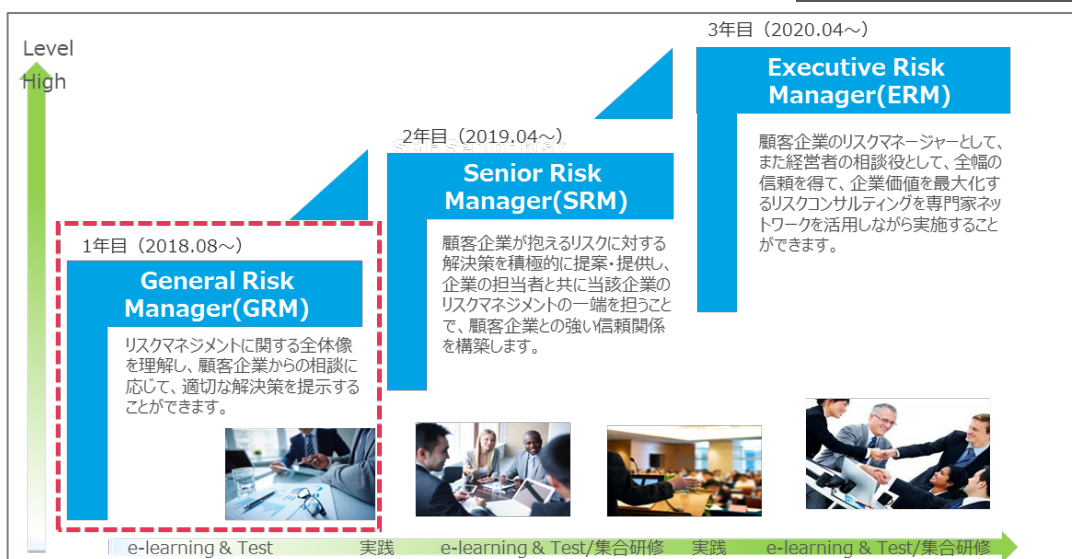
(2) 「アクティブ・ケア」に基づくリスク・コンサルティングサービスの取組み

個々のお客さまの特有のリスクに着目して損害を未然に防ぐためのアドバイス（リスク・コンサルティングサービス）を提案します。

<主な取組状況>

- **募集人、社員のリスクコンサルティングのスキル強化**

お客さまへの提案力やコンサルティング力を強化するため、社員や代理店がリスクコンサルティング力を体系的、かつ実践的に学ぶためにAIG損保が構築し、2018年8月より運用を開始した「AIG リスクコンサルティング資格制度」に参画しました。当社より116名がGRM(General Risk Manager)に認定されました。



- **「アクティブ・ケア」に関するAIG損保のサービスの提案**

AIG 損保が提供している各種サービス（AIG 損保の建物等評価サービス等）をご案内することでお客さまに最適な商品を提案している他、リスク予防・管理・対処に有効なAIG 損保のサービス（「あんぜんmyマップ」、「健康サポートサービス」、「健康経営」を支援するサービス等）の提案を進めています。

サービスの例



「あんぜんmyマップ」

地域や自治体等と連携して通学児童の交通安全教育をサポートするとともに、交通事故を未然に防ぐことを目的として、一般のお客さまが、身近に存在する「交通事故多発エリア」を確認することができるオンライン地図



「健康経営」を支援するサービス

「健康経営」に取り組む法人のお客さまを対象に、従業員の健康保持に役立つ「ストレスチェック」、「労務リスク簡易診断サービス」等の保険付帯サービス

(3) お客さまの声に基づく募集業務の品質改善

お寄せいただいたお客さまの声を踏まえ、募集業務の品質改善に継続的に取り組めます。

<主な取組状況>

- **継続的な品質改善の仕組みとなるコンプライアンスプログラムの整備**

募集品質の更なる向上と各種法令等への対応を一層定着・浸透させることに焦点を当てて年度コンプライアンスプログラムを策定し、「お客さま本位の業務運営方針にかかる継続的な対応」を基本として取り組む仕組みを整えました。

- **お客さまの声を把握しやすい環境の整備**

「苦情連絡報告書」や「意向把握シート」「提案準備・対応記録シート」を逐次改善し内容を充実させ、お客さまの声をより把握しやすい環境を整えています。さらに、これらのシートの記入内容を照合して分析深度を高め、募集品質改善に取り組んでいます。

方針 3： 保険募集における適切な情報提供

ご自身のニーズや意向に最も適した保険商品をお客さまに選択していただけるよう、「アクティブ・ケア」に基づき、金融商品・サービスに関する知識や取引経験、保険のご加入目的等一人ひとりの状況を踏まえ、お客さまのご理解・ご判断に必要な情報を分かりやすく提供します。

また、ご契約内容や各種変更手続きに関するお問合せの際も、お客さまのご要望等に適切にかつ迅速に対応します。

(1) お客さまのご意向に沿った分かりやすい情報の提供への取組み

保険募集に際しては、お客さまのご意向を的確に把握し、適切な保険商品・プランをパンフレットなどを使用して分かりやすく提案・説明します。

保険契約締結時等に必要な情報は「重要事項説明書」を使用して、お客さまのご意向にあった最適な保険商品をご選択いただけるよう情報提供に努めます。

また、ご契約の前に、お客さまがお申込みいただくことをご契約内容がご意向に合っているか、誤りがないかについて、お客さまと共同して確認します。

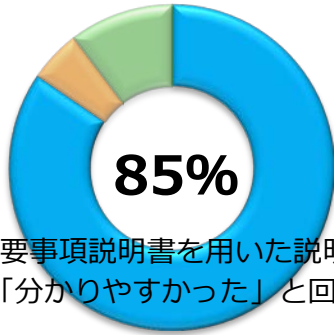
<主な取組状況>

● 重要事項の分かりやすいご説明

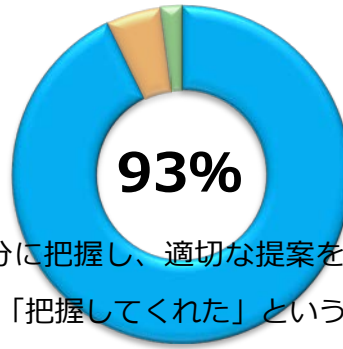
満期案内の際に重要箇所にはマーカー等をつけた重要事項説明書、パンフレット、見積書等を送付することをルールとして徹底しています。また、お客さまに商品を説明する際には、免責事由や不利益部分など重要事項説明書に記載の内容の他、ご加入いただく保険の補償内容やお勧めした理由を丁寧に説明することとしています。

ご契約の前には、申込書の内容がお客さまのご意向に沿ったものになっているかを必ず確認することとし、ご確認いただいた上で申込書にチェックしていただくこととしています。

その結果として、AIG 損保が実施しているインターネットによる「募集品質に関するアンケート調査」にて、当社の募集について 84.5%のお客さまから重要事項の説明が「分かりやすかった」との評価をいただき、実施した意向把握に関して 92.8%のお客さまから「十分に把握し、適切な提案をしてくれた」「把握してくれた」とのご認識をいただきました。残念ながらそのような評価、ご認識をいただけなかったお客さまからのご意見を真摯に受け止め、改善を図ってまいります。



重要事項説明書を用いた説明が「分かりやすかった」と回答



「十分に把握し、適切な提案をしてくれた」「把握してくれた」というご認識の回答

(2) ご高齢のお客さま・障がいのあるお客さまへの配慮

ご高齢のお客さま・障がいのあるお客さまには、商品・サービスのより丁寧な説明を行い、お客さまのご理解の状況やご希望により、親族に同席をいただく等の社内規定を定め、適切な対応に努めています。

また、ご高齢のお客さまと連絡がとれない場合や親族からの問い合わせに対応するため、あらかじめ連絡先をご登録いただく対応をおすすめしています。

<主な取組状況>

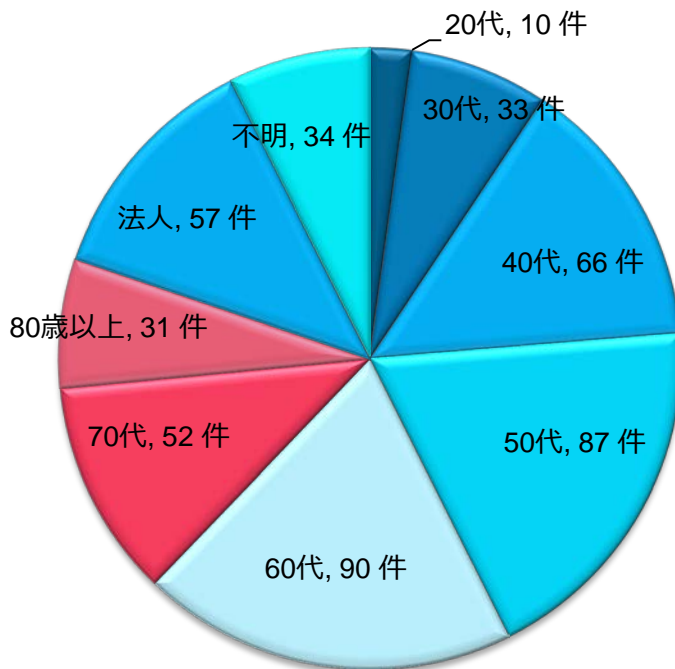
- **ご高齢のお客さま・障がいのあるお客さまへの適切な対応、書類の整備**

ご高齢のお客さま、障がいのあるお客さまへの対応は、各保険会社のルールに則り対応することに加え、当社独自のツール類を作成し、記録を残すことで適切な対応に努めています。障がいの種類や程度に応じた来店時のサポート方法を周知し、筆談のための備品を用意しています。判読しやすい色やフォントを採用されたパンフレットおよび重要事項説明書の利用、署名代行ルールの活用を行っています。



ご高齢のお客さまへの配慮を行ってきた結果として、ご高齢のお客さまからの苦情は全体の 22.5% となっています。いただいた苦情については、内容を検証し、改善取組を策定、実施しています。

苦情受付件数の契約者（申立人）年齢分布割合



| 年齢区分 | 割合 |
|------|-------|
| 20未満 | 0.0% |
| 20代 | 2.7% |
| 30代 | 8.9% |
| 40代 | 17.9% |
| 50代 | 23.6% |
| 60代 | 24.4% |
| 70代 | 14.1% |
| 80以上 | 8.4% |

● ご親族の同席、親族登録制度のご案内

ご高齢のお客さまとご親族に安心してご契約いただくための取組みとして、ご契約時のご親族の同席を推奨するとともに、ご親族からのお問い合わせに対応するため、「親族登録制度」をご利用いただくようご案内しています。代理店システムにおいても親族登録制度の利用案内を表示し、また、全営業拠点にポスターを掲示して、この取組みの周知と利用促進を図っています。



方針 4： 迅速かつ適切な事務手続き

「アクティブ・ケア」に基づき、テクノロジーの駆使と高い専門性を両立することで、効率的かつ適正に事務手続きを行います。

その実現のために、グローバルでの経験とネットワークを活用したサービスを提供し、また保険契約の締結等から保険契約の保全・更改に至る事務プロセス、組織・人材、営業拠点、システムの各領域において迅速かつ適切な事務手続きを行う態勢を引き続き整備します。

(1) 事務手続きの標準化などによる顧客満足度の維持・向上

事務手続きの標準化などを推進し、お客さまの利便性向上に努めます。

<主な取組状況>

- **役割に応じたワークスタンダードの徹底と改善**

部支店長、クランク、営業社員、被統括代理店のワークスタンダードを作成し、全国共通で標準化された事務手続きを提供しています。ワークスタンダードの内容については、各部支店からの実情のヒヤリング、利便性向上のための提案を集約し、適宜改定の検討をしています。

(2) 迅速かつ適切な事務の遂行

迅速かつ適切な事務を遂行するために、継続的に研修を実施して事務能力を高め、定期的に点検・評価も行います。

<主な取組状況>

- **事務の研修、点検・評価の実施**

各支店の取組事例をイントラ掲示板で全社的に共有し、各部支店での研修の励行や全国会議等での研修を実施しています。また、適切な事務の遂行状況を内部監査等で点検・評価することで迅速かつ適切な事務を遂行できるよう努めています。

(3) 「アクティブ・ケア」に基づく多様化するお客さまへの価値のあるサービスの提供

募集人一人ひとりがお客さまの気持ちに立ち、「アクティブ・ケア」をコンセプトとしたより積極的な行動を目指しています。

また、事務手続きのミスを未然に防止するための予防策として、蓄積されたデータ・事例を分析・整理して、営業拠点で募集人に対する研修を実施しています。

<主な取組状況>

- **セールスサポートセンターの拡充**

標準化された高品質なサポートを提供できるようお客さまのお問合せ、契約更改のオペレーションを見直し、セールスサポートセンターの拡充を決定しました。2018年12月より順次拡大してまいります。

(4) 大規模災害に備えた態勢の構築

策定した事業継続計画を定期的に見直すとともに訓練を行って、大規模災害発生時等においても事務手続きが滞ることのないよう、事業継続態勢を整備しています。

<主な取組状況>

- **大規模災害に備えた事業継続態勢の構築**

事業継続計画に基づく業務影響度分析（BIA）、事業継続計画（BCP）を作成し、年1回もしくは業務大幅な変更がある度に見直しをしています。また、本社役職員、営業部支店長、営業社員等を中心に約60%以上の社員にiPhone、iPad等のモバイル端末を支給し、大規模災害等で出社が困難な場合の緊急連絡手段及びリモート勤務体制を整備しています。

- **大規模災害に備えた訓練の実施**

通知訓練を年2回、実施訓練を年1回行い、実際に想定された被災地域への具体的な支援策に関する協議も対策本部（IMT）を立ち上げて行っています。また、データセンターの災害復旧（DRP）訓練を年1回以上、もしくは大幅なシステム環境やアプリケーションの更新や変更、あるいは業務に大幅な変更がある度を実施し、データのバックアップ態勢も整えています。

- **大規模災害時の支援実行**

今年度発生した西日本豪雨、大阪府北部地震、台風 21 号、台風 24 号、北海道胆振東部地震などの大規模自然災害発生時においても、遠隔地などにて業務を継続し、また必要に応じて被災地域の営業拠点の人員を強化し、お客さまのお問合せ、事故連絡に対応できる態勢を整えました。

方針 5： 適切な利益相反管理

お客さまと利益相反が生じる可能性のある取引について、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切に把握し管理することに努めます。

(1) お客さまに適正な推奨販売をするための取組み

当社は、AIG ジャパン・ホールディングス株式会社と資本関係にあり、グループカンパニーである損害保険会社の商品を主に取扱います。また、生命保険会社は、長年の取引関係がある FWD 富士生命保険株式会社の商品を主に取扱います。

なお、当社は、お客さまが他の商品の説明を希望される場合は、当社の販売方針をお伝えした上で、ご希望に沿った対応をいたします。

<主な取組状況>

- **推奨販売の実施**

保険商品販売方針として「推奨販売」を掲げ、その募集プロセスについて、第一・第三分野は意向推定型、第二分野は損保型として周知徹底しています。過去の検証結果を踏まえ、必要な場合は募集プロセスの点検頻度及び指導の見直しを行っています。

方針 6： お客さまを本位とする業務運営の浸透

本方針の浸透と定着に向けた取組みを推進し、役職員および保険募集人がお客さま本位に行動するよう努めます。

(1) 役職員へのお客さま本位の業務運営の浸透

当社は、ビジョン（私たちの目指す姿）の実現に向け、お客さまを本位とする業務運営を浸透するための取組みとして「アクティブ・ケア」を推進するとともに、お客さま向けに行うアンケート調査の“総合満足度”を本方針やお客さま本位の業務運営の定着度合いを客観的に評価できるようにするための指標としています。

また、マネジメントから役職員に向けたメッセージを発信し、お客さま本位の業務運営についての重要性や社内の取組事例などについて周知しています。

<主な取組状況>

- マネジメントによるメッセージ発信

マネジメントから、役職員に向けてお客さま本位の業務運営方針についての重要性を伝えるメッセージを発信するとともに、次年度の個人目標設定において、個々の社員が日々の業務の中で本方針を体現していけるように関連した目標を必ず一つ設定するよう周知しました。

- 社員における本方針の理解促進

方針の推進を担う各関連部門長等を中心に本方針の取組み内容の検討、取組み状況の検証を行い、理解と取組みの促進を図りました。また、「アクティブ・ケア」と本方針・取組内容を一体的に社内浸透させるため、部支店長、営業社員、クレークを対象とした全国会議等において本方針・取組内容と「アクティブ・ケア」の関係性を説明しました。また、社内イントラネットでのインタビュー記事、インタビュービデオの配信を通じた情宣を行いました。



↑ 営業社員、提携代理店、営業事務クレークの「アクティブ・ケア」の取組みについてビデオインタビューを6本制作し、共有しました。

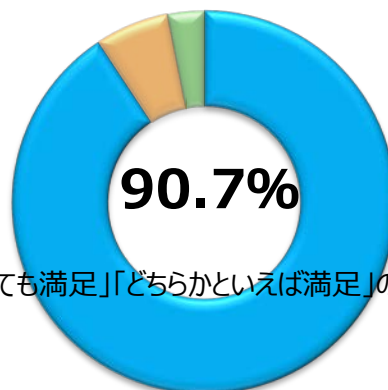
- 「アクティブ・ケア」の実現に向けた活動・取組み

上記の結果、社員による自発的な「アクティブ・ケア」の実現に向けた活動・取組みが以下の事例の通り進められています。

| 「アクティブ・ケア」の実現に向けた活動・取組み | |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 事例 1 | 法人のお客さまについて、必ず事業内容のヒヤリングを行い、リスクチェック表等を使用しながら考えられるリスクを一緒に確認しています。その中で現状のリスク対策を把握するため、現在ご契約がある保険証券等をお預かりして保険管理一覧表を作成しています。そうすることで、お客さまのリスク対策の重複回避、保険契約の満期管理ができるだけでなく、お客さまがリスクを考えるきっかけともなり、お客さまと同じ目線でリスク対策の見直しがいやしくなります。また保険以外での対策等についてもアドバイスを行います。個々のお客さまの状況に合わせた分かりやすいリスクコンサルティングを心がけています。 |
| 事例 2 | 法人のお客さまに「乳がんセミナー」を実施し、社員の皆さまに乳がんに関する正しい知識、セルフチェックの方法、早期発見の重要性などについてお伝えしました。仕事が忙しく、セルフチェックや検診等が後回しになってしまう方は多いですが、乳がんについての正しい知識をつけていただき注意喚起をすることにより、早期発見や重症化防止のお手伝いをしたいと考えています。 |
| 事例 3 | 担当のお客さまと変更や解約等の書類のやりとりを直接郵送でする際には、記入例を添付してお送りするようにしています。記入・自署していただく箇所にマル印をして、かつ記入例も同封したことで書類に不慣れなお客さまにも分かりやすくご案内することができ、書類の書き方に関する問い合わせも減りました。 |
| 事例 4 | チラシ等を使用してお客さまそれぞれの状況に合った情報提供を行うことで、どのようなリスクが潜んでおり、どのように対策ができるかなどを分かりやすく伝え、リスクを未然に防ぐアドバイスができるようにしています。 |

- **お客さま満足度向上に向けた取組み**

AIG 損保が実施しているインターネットによる「募集品質に関するアンケート調査」にて、当社の募集について総合満足度では 90.7%のお客さまから「とても満足」「どちらかといえば満足」の評価をいただきました。しかしながら、3.1%のお客さまからは「まったく不満足」「どちらかといえば不満足」の評価をいただいていることを真摯に受け止め、引き続き、お客さまの目線に立った取組みを実施していきます。



「とても満足」「どちらかといえば満足」の評価

(2) 保険募集人への教育等

お客さま本位の保険募集を実現するため、保険募集人に対し、以下の取組みを実施しています。

- 保険募集人が遵守すべき法令・監督指針・ガイドラインに関する教育・指導
- 適正な保険募集態勢の整備・維持のための保険募集人への研修・指導・点検の実施など
- 保険募集人が自ら募集品質の向上に取り組むための募集品質の基準を取り入れた評価制度の導入
- グローバルな知見に基づく商品・サービスをお客さまに提供するための海外ネットワークを活用した保険募集人の研修など
- 「お客さまの声」等の分析を通じた、保険募集人のお客さまへの対応における改善策の実行促進

<主な取組状況>

- **募集人への教育・指導管理のための環境整備**

営業拠点の部支店長、クラークに対して、お客さま本位の業務運営について研修を行い、募集人に対する日常での教育・指導が行えるよう理解を深めました。また、社名変更を契機として販売方針の見直しを行ったことに伴い、定例会議等で変更点を確認し、体制整備資料を一冊にまとめたファイルを更新しました。

- **募集品質に関する点検、改善の実施**

全募集人が法令等に則った適正な募集を行っているかの募集実態を評価する「募集実技点検」を導入し、毎年 1 回実施しています。今年度は 2018 年 6 月に実施し、全店平均は 81.9 点で昨年度に比べ 3 ポイント強上昇しました。更に、募集人自らが募集品質を確認する自主点検を毎四半期実施しており、今年度は 2017 年 12 月、2018 年 3 月、6 月、9 月に実施しました。

また、お客さまの声（苦情）に基づいた指導の他、募集状況を録音し評価するクオリティ・アセスメントを導入し、募集品質の改善策として実行促進しています。今後全社的な展開を予定しており、当年度は 21 名の募集人に実施しました。

今般、取組状況を取りまとめるとともに、「お客さま本位の業務運営方針」の取組内容を見直します。主な変更箇所は下記下線部分となります。方針 2, 3 においては内容の重複箇所を整理し、方針 6 においては本方針やお客さま本位の業務運営の定着度合いを客観的に評価できるようにするための指標を明確にしました。

2. お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

「アクティブ・ケア」に基づく「お客さまの潜在的ニーズの把握」と「一歩先の心遣い」を追求し、グローバルにおける独自の知見とネットワークを活用しつつ、迅速かつ適切にお客さまの期待とニーズを反映した商品・サービスを提供するよう努めます。

(1) お客さまのニーズに基づく商品・サービスの提供

(略)

~~-(2) お客さまのご意向を踏まえた契約~~

~~-コンサルティングを通じて、お客さまのリスクとご意向を把握し、適切な商品を提案します。~~

~~-またあわせて、お客さまのリスクの予防・管理・対処にふさわしいサービスを提案します。~~

(2) 「アクティブ・ケア」に基づくリスク・コンサルティングサービスの取組み

個々のお客さまの特有のリスクに着目して損害を未然に防ぐためのアドバイス（リスク・コンサルティングサービス）を提案します。

(3) お客さまの声に基づく募集業務の品質改善

(略)

3. 保険募集における適切な情報提供

ご自身のニーズや意向に最も適した保険商品をお客さまに選択していただけるよう、「アクティブ・ケア」に基づき、金融商品・サービスに関する知識や取引経験、保険のご加入目的等一人ひとりの状況を踏まえ、お客さまのご理解・ご判断に必要な情報を分かりやすく提供します。

また、ご契約内容や各種変更手続きに関するお問合せの際も、お客さまのご要望等に適切にかつ迅速に対応します。

(1) お客さまのご意向に沿った分かりやすい情報の提供への取組み

(略)

(2) ご高齢のお客さま・障がいのあるお客さまへの配慮

(略)

-(3)「アクティブ・ケア」に基づくリスクコンサルティングサービスの取組み

個々のお客さまの特有のリスクに着目して損害を未然に防ぐためのアドバイス(リスクコンサルティングサービス)を提案します。

6. お客さまを本位とする業務運営の浸透

本方針の浸透と定着に向けた取組みを推進し、役職員および保険募集人がお客さま本位に行動するよう努めます。

(1) 役職員へのお客さま本位の業務運営の浸透

当社は、ビジョン(私たちの目指す姿)の実現に向け、お客さまを本位とする業務運営を浸透するための取組みとして「アクティブ・ケア」を推進するとともに、各種計画においてお客さまの声への対応など、お客さま本位の業務運営に資する「KPI(重要指標)」を設定しています。お客さま向けに行うアンケート調査の“総合満足度”を本方針やお客さま本位の業務運営の定着度合いを客観的に評価できるようにするための指標としています。

また、マネジメントから役職員に向けたメッセージを発信し、お客さま本位の業務運営についての重要性や社内の取組事例などについて周知しています。

(2) 保険募集人への教育等

(略)