

「お客様本位の業務運営に関する基本方針」取組み状況 (2023年4月～2024年3月)

特段の記載がない限り、2024年3月時点の当社の生命保険商品およびサービス等について記載しています。生命保険商品・サービス等はすべて概要を説明したものであり、生命保険商品ご加入のご検討等にあたっては、最新の情報を必ずご確認ください。

2024年6月21日

なないろ生命保険株式会社では、

“Create the New Solution —保険に、新しい選択肢を—”

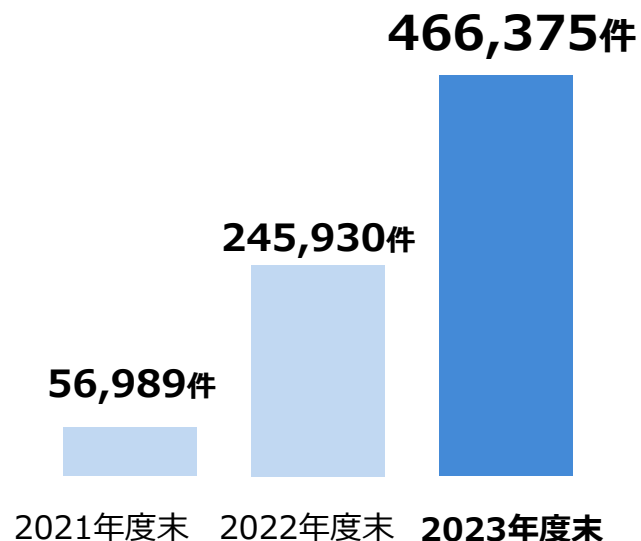
を企業理念とし、お客様に新たな選択肢、新しい風となる価値を創造し、お客様の豊かで安心した人生をサポートするという使命のもと、常にお客様の視点で考えて行動し、お客様の最善の利益を図る「お客様本位の業務運営」の実践に努めます。

1. 「お客様の声」を経営に活かす取組み
2. お客様のニーズやライフスタイルに適う商品・サービスの提供
3. ご加入時のお客様への情報提供の充実
4. ご加入後のお客様サービス活動の充実
5. 利益相反の適切な管理
6. お客様本位の行動の浸透に向けた取組み

「お客様本位の業務運営の基本方針」に沿った取組みの進捗状況を
定量的に把握する指標（KPI）として、「**保有契約件数**」を設定しています。

より多くのお客様に選ばれる保険会社を目指し、各種取組を一層推進してまいります。

✓ 保有契約件数の推移



- 2023年度末の保有契約件数は**46.6万件**（前年度末+22.0万件）となり、大幅な増加を果たしました。
- とりわけ、医療保険「なないろメディカル礎（いしずえ）」、また、6月に発売した特定3大疾病一時金保険「なないろスリー」が多くのお客様からのご支持をいただきました。

1. 「お客様の声」を経営に活かす取組み

「お客様の声」を幅広くお伺いするとともに、「お客様の声」を経営に活かす取組みを推進し、「お客様満足向上」に努めます。

- ▶ お客様の声については、お客様サービスセンター等を通じたお客様からの直接のお申し出はもちろん、代理店を通じたご意見・ご要望も収集しています。
- ▶ 更なるお客様サービスの向上に向けて、様々な方面から寄せられる「お客様の声」を集約のうえ分析し、四半期に一度開催する「CS 向上委員会」等を通じて全社的な業務改善を促し、お客様サービスの向上を推進しています。
- ▶ 2023年度は同委員会を4回開催し、お客様の声をもとに以下のような対応を行いました。
 - 「契約者向けの各種手続き案内がわかりにくい」との声を受け、WEBサイトをリニューアルしました。
 - 「生命保険料控除証明書をデータで受け取れるようにしてほしい」との声を受け、生命保険料控除証明書の電子データを提供する取扱いを開始しました。
 - 「解約を希望する電話をしても書類が届くまでに時間がかかる」との声を受け、お客様サービスセンターへのお電話で解約手続きが完了する取扱いを開始しました。

2. お客様のニーズやライフスタイルに合う商品・サービスの提供

お客様ニーズやライフスタイルの多様化を的確に把握し、お客様に満足いただける先進的な商品を開発するとともに、お客様に適したチャンネルを通じて、お客様のご意向を踏まえた商品・サービスをご提供します。

- 医療保険「なないろメディカル礎（いしずえ）」は、リーズナブルな保険料水準などが評価され、「保険完全ガイド 2023 最新版（晋遊舎）」の医療保険部門のランキングにおいて、1位（ベストバイ）を受賞しました。
- 6月に、がん・心疾患・脳血管疾患の一時金保障ニーズにお応えするため、180日に1回の支払限度や幅広い保障範囲等の特長をもつ特定3大疾病一時金保険「なないろスリー」を発売しました。
- ブランドメッセージを2024年4月に策定しました。ブランドメッセージに込めた当社の想いをもとに、引き続き、お客様のニーズにお応えする商品・サービスの提供に努めてまいります。
- また、お客様のライフスタイルの多様化に応じ、当社商品にご加入いただけるチャンネルを拡充する観点から、委託代理店の拡大や、代理店を介さない直接販売（電話・郵送・WEB）の展開に取り組んでいます。

- 医療保険「なないろメディカル礎」



- 特定3大疾病一時金保険「なないろスリー」



- ブランドメッセージ

あきらめないで、いい保険。

2. お客様のニーズやライフスタイルに合う商品・サービスの提供

お客様ニーズやライフスタイルの多様化を的確に把握し、お客様に満足いただける先進的な商品を開発するとともに、お客様に適したチャネルを通じて、お客様のご意向を踏まえた商品・サービスをご提供します。

- 保険募集に当たっては、保険を募集する際におけるお客様のご意向を把握し、ご意向に沿った商品をご提案することとしています。また、ご意向と提案内容の関係性をご説明し、お客様が十分ご理解・ご納得いただいた内容でご加入いただくこととしています。
- ご高齢のお客様がご加入される際には、ご親族等への説明をお願いする等、募集代理店を通じてご加入意思をしっかりと確認させていただくよう努めています。

3. ご加入時のお客様への情報提供の充実

ご意向に沿った最適な商品・サービスを選んでいただけるよう、商品・サービスの特性等について、分かりやすい資料や丁寧な説明によって、適切かつ十分な情報提供に努めます。

- 商品・サービスの特性等について十分にご理解、ご納得いただいた上でご加入いただくために、社内の資料作成基準に則り、わかりやすい資料をご提供することに努めています。
- ご加入いただくにあたっては、「ご提案書」「ご契約のしおり（約款）」「契約概要/注意喚起情報」等を活用し、お客様が必要な保障を選択しやすいよう、性別・年齢別の保険料、保障内容、主な支払事由、支払金額、リスクと不利益情報等のご提供に努めています。
- 当社では、医療保険やがん保険などの商品を取り扱っており、公的医療保険制度を補完する商品としての説明を行う観点から、商品パンフレットにおいて、高額療養費制度等の公的制度に関する記載を行うなどの対応を行っています。
- また、当社では、お客様に市場リスクのご負担がない商品を取り扱っており、お客様にお支払いいただく保険料と、当社がお支払いする保険金額、給付金額等の情報をお客様にご提供しています。

● 商品パンフレット（2023/6）



4. ご加入後のお客様サービス活動の充実

ご契約期間が長期にわたる生命保険の特性を踏まえ、お客様に寄り添ったお客様サービス活動を行うとともに、お客様への正確かつ迅速なお支払いに努めます。

- ご契約者様に対して年に1回、ご契約内容を記載した通知を送付し、各種手続や給付金請求の漏れがないか等のご案内を行っています。
- 契約者向けの付帯サービスとして、高血圧疾患に特化したオンライン診療サービス「高血圧e-メディカル※1」を6月に導入しました。
- お客様の更なる利便性向上の観点から、ご契約者様本人からのお電話での申出により、解約手続きが完結する取り扱いを6月より開始しました。
- また、WEB上で完結する手続きの対象拡大ならびにWEB上でご契約内容を確認できる取り扱いを1月より開始しました。
- お客様向けコールセンターにおける更なるお客様対応の品質向上を目的に、7月より音声自動応答によるお客様アンケートを導入しました。

※1：
「高血圧e-メディカル」はイーメ
ディカルジャパン株式会社が提
供するサービスであり、同社の
登録商標です。

4. ご加入後のお客様サービス活動の充実

ご契約期間が長期にわたる生命保険の特性を踏まえ、お客様に寄り添ったお客様サービス活動を行うとともに、お客様への正確かつ迅速なお支払いに努めます。

- 保有契約件数の大幅な増加により、給付金のお支払件数が増加しましたが、お支払い業務にかかる体制の強化等を行い、迅速なお支払いに努めました。
- お客さまに選ばれる保険会社であるべく、正確かつ迅速なお支払いに向けた体制の整備に継続して取り組んでまいります。

●2023年度 給付金のお支払い実績

項目	件数	金額
給付金支払実績	68,467件	528,748万円

5. 利益相反の適切な管理

お客様の利益を不当に害することのないよう適正に業務を遂行するため、利益相反のおそれがある取引を適切に管理するための体制を整備し、維持、改善に努めます。

- 「利益相反管理方針」を策定し、管理の対象とする取引をあらかじめ特定のうえ類型化し、利益相反のおそれがある取引の適切な管理を行っています。管理対象となる取引類型については、事例教育を通じて、その未然防止に取り組んでいます。
- 代理店に対しては、手数料の多寡に関わらず、お客様のご意向に沿った商品のご提案を行うよう指導するとともに、加入後もお客様に寄り添ったサービスを提供し続けるよう指導しています。
- 代理店に支払う手数料について、代理店による品質向上への取り組みを評価する手数料体系とし、「保険募集代理店に対する手数料の考え方」として公表しています。

● 保険募集代理店に対する 手数料の考え方（2024/4）

保険募集代理店にお支払いする販売手数料体系について



2024年4月

6. お客様本位の行動の浸透に向けた取り組み

当社従業員に対し、お客様の最善の利益を追求するための意識醸成および教育の推進を図るとともに、お客様本位の行動を当社従業員の評価体系に反映することにより、お客様本位の業務運営の浸透に向けて取り組みます。

- 経営層からのメッセージの発信や、「コンプライアンステスト」の毎月実施により、お客様本位で行動する意識の醸成や、お客様の信頼にお応えするためのコンプライアンス強化を図り、お客様本位の誠実な行動、およびコンプライアンスを意識した業務運営を徹底しています。
- “ミッション” “ビジョン” “バリュー”、とりわけ「Integrity（誠実）」を含む共通の価値基準（Value）の理解浸透に向け、経営層からのメッセージの発信や各従業員のValueの発揮度合いを人事上の評価項目に設定し、お客様本位の行動を評価する評価体系としています。
- 提供価値（＝なないろ生命らしさ）の明確化及び発信・浸透を目的にブランドメッセージを策定しました。従業員一人ひとりへのお客様本位の行動の浸透により当社らしい価値を提供できるよう、2024年4月より、各種取り組み（クレドカードの作製・携行等）を実施しています。
- 「お客様本位の業務運営に関する基本方針」に基づく取り組み状況を当社取締役会に報告しました。

● なないろ生命の
Mission, Vision, Value,
Brand message

