お客様本位の業務運営に関する基本方針および具体的な取組み

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。

<具体的な取組内容>

■「お客様の声」をサービス向上につなげる取組み

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や、代理店、手続満足度調査を通じて寄せられたお客様の様々なご意見等を集約し、お客様サービス向上につなげています。

■お客様サービスの向上に向けた推進態勢

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。

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

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。

<具体的な取組内容>

■お客様ニーズやライフスタイルの多様化にお応えする商品の提供

お客様サービスセンター、代理店営業担当者、募集代理店等を通じてお客様の声を収集するとともに、お客様ニーズやライフスタイルの多様化を踏まえたお客様に最適な商品・サービスを開発しています。

■お客様のライフスタイルにフィットしたチャネルを通じたご提供

お客様ニーズにお応えする商品・サービスを対面（来店型、訪問型）、非対面（電話、郵送、WEB）などお客様のライフスタイルにフィットした多様なチャネルを通じてご提供しています。

■お客様のご意向を踏まえた商品提案

当社は、お客様ニーズに基づいて商品を開発し、年齢・性別に基づきご加入いただける保障内容および保障額の範囲を設定し、商品をご提供しております。商品説明の際は、保障期間・保険料・保険金額等に対するお客様のご意向の事前把握を基本とし、ご意向と提案内容の関係性をご説明し、最終的にお客様が十分ご理解のうえ、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。

また、金融商品の販売等に関する法律にもとづき「販売勧誘方針」を制定・公表するとともに、お客様の状況やご意向を把握した上で、それらに対応した生命保険商品をご提案できるよう研修その他の体制整備に努めております。

○ご高齢のお客様への対応

特に、ご高齢のお客様が生命保険商品にご加入される際には、ご契約者のお子様をはじめとするご親族等の同席のお願いをする等、募集代理店を通じてご加入の意思をしっかりと確認させていただくよう努めております。

また、通信販売等の非対面募集において、ご高齢のお客様に生命保険商品を提供する場合には、十分にご理解されているか確認をとりながら、申込みまでに複数回に亘りご契約者の意向に沿った契約内容であることを確認しています。

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。

<具体的な取組み>

■わかりやすい資料等によるご説明

十分にご理解、ご納得いただき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。

とりわけ表示項目、デザイン、文字の見やすさといった観点から、高齢のお客様にもわかりやすい「商品パンフレット」「ご提案書」等をご提供することに努めています。

■重要な情報のご説明および開示

「ご提案書」「ご契約のしおり（約款）」「契約概要/注意喚起情報」「その他パンフレット・ニード喚起ツール等」を活用し、お客様が必要な保障を選択しやすいよう、加入対象となるお客様の性別・年齢別の保険料、保険商品や特約の保障内容、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、お客様に市場リスクのご負担がなく、ご契約時点で保険金額、給付金額等が確定している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。

変額保険や外貨建保険といった特定保険契約（ご契約時点で保険金額、給付金額等が確定しておらずお客様に市場リスク等をご負担いただく商品）は現在販売していませんが、今後、銀行等金融機関の窓口販売で取扱う場合には、お客様のご負担となるリスクや手数料について、お客様に正しくご理解いただけるよう対応します。

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。

<具体的な取組内容>

■ご加入後のアフターサービス

生命保険商品のご加入後においても、年に１回、ご契約者さまに対して、ご加入いただいたご契約の内容についての状況を記載した総合通知を送付しています。総合通知には、お客様にご確認いただきたい事項をまとめた情報冊子を同封し、住所変更等必要な保全手続き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。

「なないろ健康相談ダイヤル」として、２４時間・年中無休で専門スタッフが相談に応じる「２４時間電話健康相談サービス」や総合相談医のセカンドオピニオンを無料でお受けいただくことができる「セカンドオピニオンサービス」などの商品付帯サービスを提供しています。

■お客様からのお申し出へのご対応

お電話によるご照会、ご相談、各種手続きのお申し出を「お客様サービスセンター」にて承り、迅速な対応により、お客様サービスの向上に努めています。

特に、高齢のお客様にはシニア専用のフリーダイヤルを設置し、お客様からのお申し出に適切でわかりやすいご案内ができるよう対応してまいります。

■お客様への保険金等の正確かつ迅速なお支払い

ICTを活用し、保険金等の正確かつ迅速なお支払い、アフターサービス手続き等の電子化、手続きの簡略化に努めています。

お客様からいただいた請求書類から追加支払いの可能性がある場合には、お客様への請求勧奨のご案内を速やかに行うよう努めています。

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。

<具体的な取組内容>

■利益相反の管理

「利益相反管理方針」等の規程にもとづき、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。

■代理店に対する募集委託

手数料の多寡にかかわらず、お客様のご意向に沿った商品のご提案が行えるよう、代理店に対して、適切に指導するとともに、加入後においても、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。また、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組みを評価する手数料体系とし、一層のお客様サービスの向上を促しています。詳細は当社ホームページにおいて公表している「募集代理店にお支払いする販売手数料について」をご覧ください。

6．お客様本位の行動の浸透に向けた取組み

当社職員に対し、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職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組みます。

<具体的な取組内容>

■お客様本位の行動に資する職員教育の実施

お客様本位で行動するためのお客様志向の意識醸成や、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目的とした社内研修や社外試験への受験勧奨を実施しています。

■お客様本位の行動に資する職員評価への反映

当社職員の共通の価値基準である「Value」における「Integrity」を評価項目として設定することで、お客様本位の行動を評価する体系としております。

■実効性を高めるための体制整備

「お客様本位の業務運営」の実施状況について、経営会議・取締役会へ報告を行い、定期的な振返りを行い、各種取組みの実効性を高めていきます。その結果も踏まえて、適宜方針の見直しを検討するとともに、ホームページでその状況を公表します。

2021年10月1日　制定

2024年6月21日

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表

金融事業者の名称	なないろ生命保険株式会社
■取組方針掲載ページのURL　：	https://www.nanairolife.co.jp/company/fiduciaryduty/
■取組状況掲載ページのURL　：	https://www.nanairolife.co.jp/company/fiduciaryduty/

原　則			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則2	**【顧客の最善の利益の追求】** 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。		実施	方針１「お客様の声」を経営に活かす取組み 方針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 方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み	(P4)方針１「お客様の声」を経営に活かす取組み (P5,6)方針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 (P11)方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み
	（注）	金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	実施	方針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 取組１【お客様ニーズやライフスタイルの多様化にお応えする商品の提供】 取組２【お客様のライフスタイルにフィットしたチャネルを通じたご提供】 取組３【お客様のご意向を踏まえた商品提案】	(P5,6)方針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
原則3	**【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。		実施	方針５ 利益相反の適切な管理	(P10)方針５ 利益相反の適切な管理
	（注）	金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。 ・　販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・　販売会社が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 ・　同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合	実施	方針５ 利益相反の適切な管理 取組１【利益相反の管理】 取組２【代理店に対する募集委託】	(P10)方針５ 利益相反の適切な管理

原則4	**【手数料等の明確化】** 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。		実施	方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実 取組２【重要な情報のご説明および開示】	(P7)方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実
原則5	**【重要な情報の分かりやすい提供】** 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。		実施	方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実	(P7)方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実
	（注1）	重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益（リターン）、損失その他のリスク、取引条件 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属性 ・ 顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由（顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む） ・ 顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容（第三者から受け取る手数料等を含む）及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	実施	方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実 取組２【重要な情報のご説明および開示】	(P7)方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実
	（注2）	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである（（注２）～（注５）は手数料等の情報を提供する場合においても同じ）。	非該当	※当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等していないため、非該当	同左
	（注3）	金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。	実施	方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実 取組１【わかりやすい資料等によるご説明】	(P7)方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実

原則5	（注4）	金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配意した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。	実施	方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実 取組１【わかりやすい資料等によるご説明】 取組２【重要な情報のご説明および開示】	(P7)方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実
	（注5）	金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。	実施	方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実 取組２【重要な情報のご説明および開示】	(P7)方針３ ご加入時のお客様への情報提供の充実
原則6	**【顧客にふさわしいサービスの提供】** 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。		実施	方針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 方針４ ご加入後のお客様サービス活動の充実 方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み	（P5,6）方針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 （P8,9）方針４ ご加入後のお客様サービス活動の充実 （P11）方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み
	（注1）	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 ・ 顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと ・ 具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取り扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容（手数料を含む）と比較しながら行うこと ・ 金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと	実施	方針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 取組１【お客様ニーズやライフスタイルの多様化にお応えする商品の提供】 取組３【お客様のご意向を踏まえた商品提案】 方針４ ご加入後のお客様サービス活動の充実	（P5,6）方針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 （P8,9）方針４ ご加入後のお客様サービス活動の充実
	（注2）	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。	非該当	※当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等していないため、非該当	同左

原則6	（注3）	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においてそれに沿った販売がなされるよう留意すべきである。	実施	方針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 取組３【お客様のご意向を踏まえた商品提案】	(P5,6)方針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
	（注4）	金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	実施	方針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 取組３【お客様のご意向を踏まえた商品提案】	(P5,6)方針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
	（注5）	金融事業者は、従業員がその取り扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	実施	方針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 取組３【お客様のご意向を踏まえた商品提案】 方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み 取組１【お客様本位の行動に資する従業員教育の実施】	(P5,6)方針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 (P11)方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み
原則7	**【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】** 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。		実施	方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み	（P11）方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み
	（注）	金融事業者は、各原則（これらに付されている注を含む）に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	実施	方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み 取組１【お客様本位の行動に資する従業員教育の実施】 取組２【お客様本位の行動に資する従業員評価への反映】 取組３【実効性を高めるための体制整備】	（P11）方針６ お客様本位の行動の浸透に向けた取組み

【本件に関するお問い合わせ先】
戦略企画部（sennryaku@nanairolife.co.jp）