

【別紙】

「お客さま本位の業務運営に関する方針」の取組結果

当社は、お客さまのご意向をしっかりと把握したうえ、当該ご意向に沿った商品をご提案し、ご契約をお預かりした後も、しっかりとアフターサービスを行うことが、お客さまとの信頼関係の維持につながる経営の最重要事項であると考えています。この達成状況を表す指標として、「ご契約の継続状況（継続率）」を設定しております。

生命保険においては、ブルデンシャル・グループの一員として、ジブラルタ生命保険株式会社の商品を推奨しているため、ジブラルタ生命の継続率について、以下のとおりご報告いたします。

・ジブラルタ生命 契約継続率：98.2%（2020年度 98.3%、2019年度 98.3%）

※ 契約継続率の算出は、年度末の3月15日から過去24か月間に販売(成立)した保険契約のうち、同3月15日時点において、なお有効な保険契約に係る年換算初年度保険料の総額を当該24か月間に販売(成立)した保険契約の年換算初年度保険料の総額で除すことにより算出しています。

【別紙】

2021 年度の本方針に基づく取組結果

2021 年度の本方針に基づく取組結果は次のとおりです。

方針 1. お客様の「保障」をいつのときも最適に保つために

■お客様の保障を最適に保つための取り組み

- ✓ お客様にバースデーコール等で定期的にコンタクトを図り、生活環境の変化に対応する質の高いサービスと安心をお届けする保険のプロフェッショナルとして、ライフプラン・アドバイザーの育成に引き続き注力しました。
- ✓ 本社お客様サポートオフィスより、電話による定期的なコンタクトを実施し、2021 年はのべ 8,272 名のお客様にコンタクトをとりました。

【取組事例】

- ・担当変更後、定期的にバースデーコールを差し上げたお客様より「お子様の学資等の負担が増加したため資金が必要になった。生命保険を解約したい」とご相談のご連絡をいただいた。詳しく当面の必要資金や生命保険ご加入状況をお伺いし、生命保険の必要性、解約・払済・減額の仕組みやお支払いできる金額などをご説明。お客様はご家族と相談されたのち、当初希望された解約ではなく減額をご希望された。その際「当面の資金を受取ることが出来、保障も残すことが出来た」と大変喜ばれた。
- ・担当変更後、何度かやり取りさせていただいたお客様からお子様も独立されたので保障内容を見直したいとお申し出。払済保険もしくは延長定期のご説明と試算結果をご案内。お客様より「加入以来、家族構成や子供の成長に合わせてその都度見直しを行い、大変満足している。ぴったりのプランを作ってもらい加入して良かった」との言葉をいただいた。

【ライフプラン・アドバイザー在籍数と経験年数（各年度末時点）】

2019 年：188 人

2020 年：225 人

2021 年：242 人（保険販売およびアフターサービスに関する平均経験年数：19.0 年）

■企業文化の醸成

- ✓ 全社員を対象とした企業理念研修を実施し、当社の企業理念である Vision Mission Strategy を改めて共有しました。
- ✓ 毎月 11 日を「コアバリューの日」として、営業部ミーティング等でコアバリューの浸透に努めました。
- ✓ 社員がお互いを称賛する企業文化を醸成するため、コアバリューを体現した社員に対し「コアバリューレター」を送付する活動を継続推進しました。

【別紙】

方針 2. お客様にとって大切な情報を分かりやすく提供するために

■重要事項に関する適切な情報提供

- ✓ お客様お一人おひとりに十分なコンサルティングを行い、お客様にとって大切な情報を分かりやすくご説明し、お客様の保障をいつのときも最適に保つために、取扱保険会社の商品研修等に加え、更新した当社独自の研修プログラムを実施いたしました。
- ✓ 市場リスクを有する商品の保険販売を行う際には、市場リスクの内容およびそれにとまない生じるおそれのある結果について、十分にご理解いただけるようご説明しています。
- ✓ ご契約の見直しに際しては、見直し前後の保障内容、保険料および不利益事項を当社独自のツールを使用して説明を行い、お客様によりご理解いただけるように引き続き注力しました。
- ✓ アフターサービスを担当するプルデンシャル生命保険株式会社の保険契約について、不適切な乗換防止のため、乗換契約のモニタリングを強化し、必要に応じて確認のため、お客様に当社から直接書面を送付させていただきました。
- ✓ 営業部毎にコンプライアンス・プログラムを策定するとともに、コンプライアンス研修を実施いたしました。
- ✓ 不適切な乗換防止および税制変更に関する説明が適切に実施されるよう、すべての法人のお客様を対象とした当社独自の「契約確認プログラム」を導入し、必要に応じて不利益事項等の説明が適切に実施されていたか等を、当社から直接確認させていただきました。

方針 3. お客様お一人おひとりにふさわしい保障とサービスをお届けするために

■お客様にとって最適な保険商品およびサービスの提供

- ✓ 個々のライフプラン・アドバイザーのアフターサービスに関する活動量を測定し、理想とするライフプラン・アドバイザーの認定基準の一つに採用するとともに、報酬に反映する仕組み構築を行いました。
- ✓ お客様にご提案する商品ラインナップを記載した「PGA における取扱商品一覧」について、2021年度は2回の見直しを実施しました。
- ✓ 市場リスクを有する商品の保険販売を行う際には、お客様の知識、投資経験、財産の状況および特定保険契約を締結する目的等を的確に把握の上、お客様の属性等に即した適正な販売を行うよう努めました。
- ✓ ご高齢のお客様には、保険会社からのルールに加え、当社独自のルールとして、所定の年齢以上のお客様にご提案する場合には、ご親族に同席いただき丁寧なご説明を行いお客様のご理解を確認するなど適切な対応に努めました。

【別紙】

方針 4. お客さまに保険金を 100%お届けするために

■ 保険金等を確実にお届けする取り組み

- ✓ 担当しているすべてのお客さまへの定期的コンタクトの標準化を図っています。また、進捗状況リストを提供し、その徹底を図りました。
- ✓ 新しい生活様式に則した営業活動を展開していくため、郵送およびオンラインを活用した募集の取扱いを拡大しました。
- ✓ 本社お客さまサポートオフィスより、電話による定期的なコンタクトを実施し、2021 年は 251 件の保険金・給付金手続きを行いました。

【お支払いサポート事例】

- ・ バースデーコールでお電話を差し上げ、近況のご様子をお伺いしていたところ、2 か月前に新型コロナウイルス陽性で自宅待機されていたとお申し出いただいた。入院給付金対象となることをお伝えし証明書類取得について詳しくご説明、ご請求の流れとなった。その際、お客さまより入院していないので対象外と思っていたとお申し出があり、また別世帯のご子息（既契約者）も別途新型コロナに罹ったとお話しいただき、併せてお手続きをご案内できました。
- ・ 連絡が取れずにいたお客さまにバースデーコールを行い、「ご無沙汰してしまいましたが、その後お変わりないですか」とお聞きしたところ、お客さまより「1 年半前に目の手術をした」とお申し出いただき、給付金をお払いすることができました。

方針 5. 利益相反の適切な管理のために

■ 利益相反の管理

- ✓ 利益相反管理の規定に基づき、利益相反のおそれがないかモニタリングを行いました。
- ✓ ライフプラン・アドバイザーへの初期教育に加え、四半期に一度、「不適正販売」「不当な乗換」に関する教育をオンラインで研修を実施しました。
また、本社による点検を実施し、引き続き、お客さまのコードや意向に沿った提案であることを確認しています。
- ✓ 取扱商品を適切に選定するとともに、お客さまとの商談の際には、取扱保険会社や推奨方針をご説明しています。
また、ホームページにも取扱保険会社一覧、推奨保険会社およびお勧めする理由を掲示しています。

【別紙】

方針 6. お客さま本位の業務運営を続けるために

■クオリティの高いサービス体制整備

- ✓ プルデンシャル生命保険会社からの転籍希望者に向け当社からの説明会を実施することで、当社の目指す姿にご賛同いただけた方のみを採用しています。また、入社後の初月研修では、当社の活動方針を十分に説明のうえ、当社独自の研修プログラムを提供し、お客さまに寄り添い続けることのできるライフプラン・アドバイザーを育成しています。
- ✓ アフターサービスに関する活動指標の導入により、個々のライフプラン・アドバイザーのアフターサービスに関する活動量を測定しています。さらに、同指標を年間の活動成果の確認として、理想とするライフプラン・アドバイザーの認定基準の一つに採用しています。
また、定期的で開催される全社研修においては、各拠点における定期コンタクト等のアフターサービスの状況を報告・共有し、好事例を水平展開することでアフターサービスの徹底を継続しています。

■報酬・業績評価体系

- ✓ 個々のライフプラン・アドバイザーのアフターサービスに関する活動量を測定し、報酬に反映する仕組みを継続運用しています。

■取り組みの実効性の確保

- ✓ 毎月 11 日を「コアバリューの日」として、営業部ミーティング等でコアバリューの浸透に努めました。
また、本社においても、管理職向けにコアバリュー理解促進のための講話を行い、コアバリューを含む当社の企業理念とともに企業文化の醸成に努めました。
本方針への取組状況のモニタリングを行い、執行役員会および取締役会に定期的に報告を行い、必要に応じて本方針および取組内容の見直しを行っています。
7 月には、改訂版の「お客さま本位の業務運営に関する方針」および「取組内容」に関する研修を全社員向けに行いました。

以上