2021 年 6 月 29 日

株式会社保険デザイン

2020 年度「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況および改正について

株式会社保険デザイン（代表取締役社長 森川 英門）は、2018 年 6 月に「お客さま本位の業務運営方針」を策定以降、毎年その取組状況を公表しております。

今般、2020 年度の「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況をまとめました。あわせて、本方針に掲げる各種取組みの実施状況の振返り等を踏まえて本方針を改正いたしましたので、お知らせいたします。

これからも、お客さまの最善の利益を追求するとともに、お客さまに信頼され安心してご相談いただける保険代理店であり続けるために、本方針に基づく具体的な取組みを積極的に推進するとともに、定期的な振返りを行い、各種取組みの実効性を高めてまいります。

以上

2020年度
「お客さま本位の業務運営方針」
の取組状況について

2021年6月29日

株式会社保険デザイン

方針１．お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

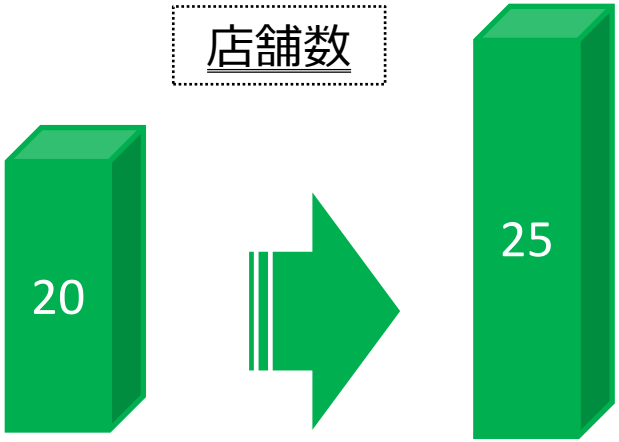
経営方針

➢関西エリアに密着した店舗展開でお客さまの「大切な人に安心を」という気持ちに寄り添い丁寧なコンサルティングで最適な保険商品を提案すべく、「住友生命グループ行動規範」「職員行動宣言」に則り、「お客さま本位の業務運営」に向けた取組みを実践しております。

【職員行動宣言】

1.「大切な人に安心を」というお客さまの気持ちに寄り添って、最適な保険商品を提案します。
2.お客さま対応は、迅速・誠実に行います。
3.社会・会社のルールを守り、知識を高めてお客さまの信任に応えます。

店舗数



【2017年7月】
※住友生命グループとしてスタートした年月

【2021年3月】

大阪エリア	10店舗
兵庫エリア	7店舗
京都エリア	4店舗
滋賀エリア	1店舗
奈良エリア	3店舗

※2021年4月2日大阪府に喜連瓜破店を新規に出店しており、現在は26店舗となっております。

方針１．お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

お客さま本位の業務運営の実践

➢当社にお寄せいただいた「お客さまの声」については、月次で経営層で共有し、対応策・改善策を図っております。

➢苦情については、月次の研修において全件事例を共有し、原因分析に基づいた再発防止策を徹底しております。

方針２．お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまニーズに沿った商品の提案

➢お客さまニーズに合った保険商品の品揃えを充実させるために随時商品ラインナップの見直しを行っております。

➢保険商品の比較推奨システムを活用し、お客さまのご意向に基づいた商品絞込と比較推奨提案を徹底しております。

方針２．お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまの属性や状況に応じた対応

➢ご高齢（70歳以上）のお客さまからのお申込について、お客さまに十分にご検討いただけるよう、日を改め、複数回にわたって説明を行っております。また、お申込み時にはご親族に同席いただくなど、お客さまの状況に応じた丁寧かつ分かりやすい説明に努めております。併せて、お申込みいただいた後に本社コンプライアンス部門の担当者がお客さまにお電話し丁寧かつ分かりやすい説明がなされているか全件確認をしております。

アフターフォロー・保全手続き

➢ご契約後、保険証券がお客さまのお手元に届いたタイミングで、保険証券とお申込み時にお渡しした書類一式をお持ちいただき、保険証券を確認しながら、ご意向に沿った内容であることをお客さまと一緒に確認しております。

➢ご契約後1年を迎えられたお客さまに定期点検案内として、ショートメッセージサービス（SMS）をお送りしてご契約内容をご確認いただくとともに最新の情報をご提供することを段階的に開始し、2021年度から全店での本格運用を開始いたしました。

方針３．お客さまにとって分かりやすい情報の提供

分かりやすい情報の提供

➢保険商品の内容等について、保険の仕組みや保障内容、保険料およびお客さまに影響のあるリスク、お客さまにご負担いただく手数料に関する情報等を「契約概要」「注意喚起情報」や「商品パンフレット」等を用いて、お客さまのご意向に沿った提案を行うとともに分かりやすい説明に努めております。

➢情報をより分かりやすく提供するために、従業員研修等を通じてスキルの向上を図っております。

方針４．お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

従業員教育、金融リテラシー

➢ＦＰ知識を活用したコンサルティング力をさらに向上させるために、ＦＰ技能士（厚生労働省所管国家資格）資格の取得を継続的に推進しています。

2021年3月末 在籍1年以上職員 ＦＰ資格保有率
９８．２％

方針５．利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

利益相反管理態勢

➢役職員の行動規範である「住友生命グループ行動規範」およびコンプライアンス・マニュアルに基づき、利益相反を適切に管理する態勢を整備しています。

適切な保険募集管理態勢の確保

➢利益相反が発生しなよう、お客さまのご意向を的確に把握し、お客さまに最適な商品を選択いただいていることを確認する趣旨で、担当者とお客さまの面談内容の記録をモニタリングしております。

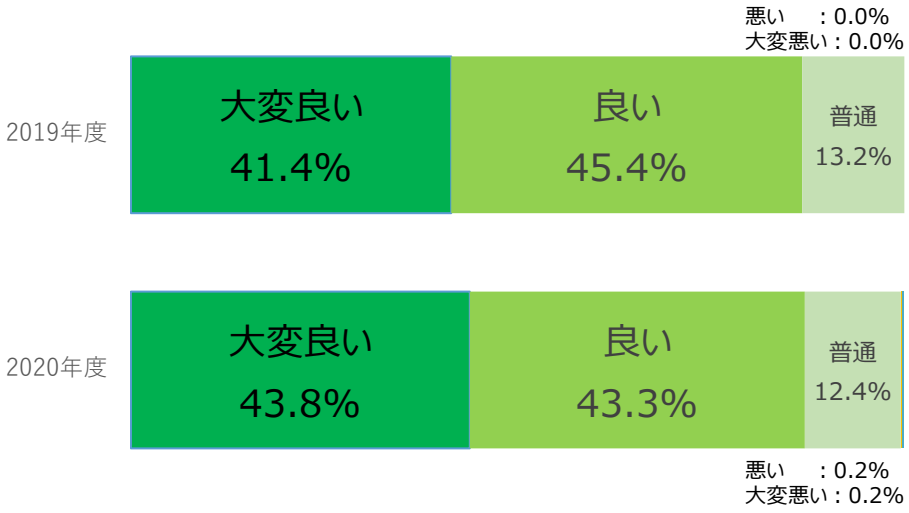
方針６．お客さま本位の業務運営の実効性を高める取組み

「お客さま本位の業務運営方針」に係る評価指標（ＫＰＩ）の状況

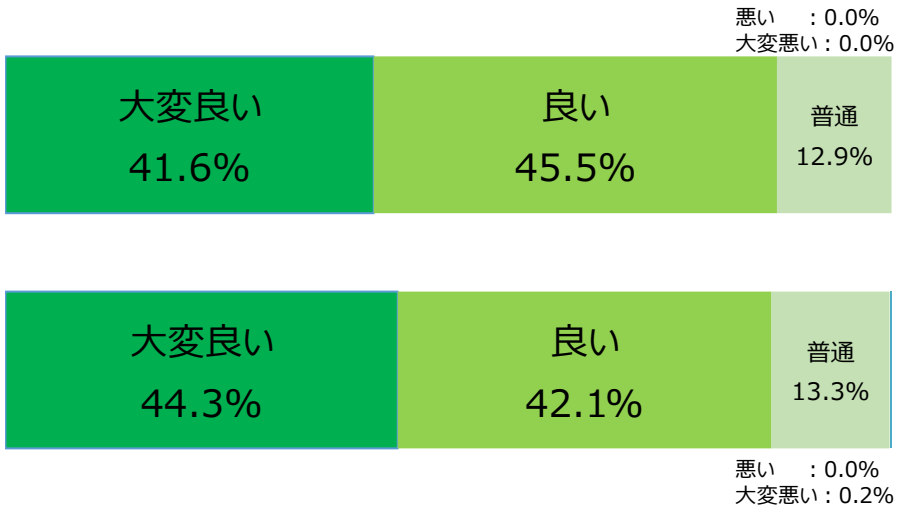
<table>
<tr><th></th><th>２０２０年度</th><th>２０１９年度</th></tr>
<tr><td>お客さま数</td><td>４４，０７１名（2021/3末時点）※１</td><td>４５，０４４名（2020/3末時点）</td></tr>
<tr><td>苦情件数</td><td>８７件（2020年度計）
<table><tr><th></th><th>件数</th><th>構成比</th></tr><tr><td>新契約関係</td><td>25</td><td>28.7%</td></tr><tr><td>収納関係</td><td>2</td><td>2.3%</td></tr><tr><td>保全関係</td><td>11</td><td>12.6%</td></tr><tr><td>保険金・給付金関係</td><td>2</td><td>2.3%</td></tr><tr><td>保険会社等関連</td><td>15</td><td>17.2%</td></tr><tr><td>その他</td><td>32</td><td>36.8%</td></tr></table></td><td>８７件（2019年度計）
<table><tr><th></th><th>件数</th><th>構成比</th></tr><tr><td>新契約関係</td><td>16</td><td>18.4%</td></tr><tr><td>収納関係</td><td>2</td><td>2.3%</td></tr><tr><td>保全関係</td><td>8</td><td>9.2%</td></tr><tr><td>保険金・給付金関係</td><td>2</td><td>2.3%</td></tr><tr><td>保険会社等関連</td><td>14</td><td>16.1%</td></tr><tr><td>その他</td><td>45</td><td>51.8%</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>お客さま満足度</td><td colspan="2">（お客さまアンケートの結果は次葉のとおり）</td></tr>
</table>

※１：お客さま数につきまして、2020年9月末業務要因により、当社から3,545名のお客さまの契約を移管したという一時的な影響によるものであり、年々、当社と新たにご契約いただくお客さま数は着実に増加しております。

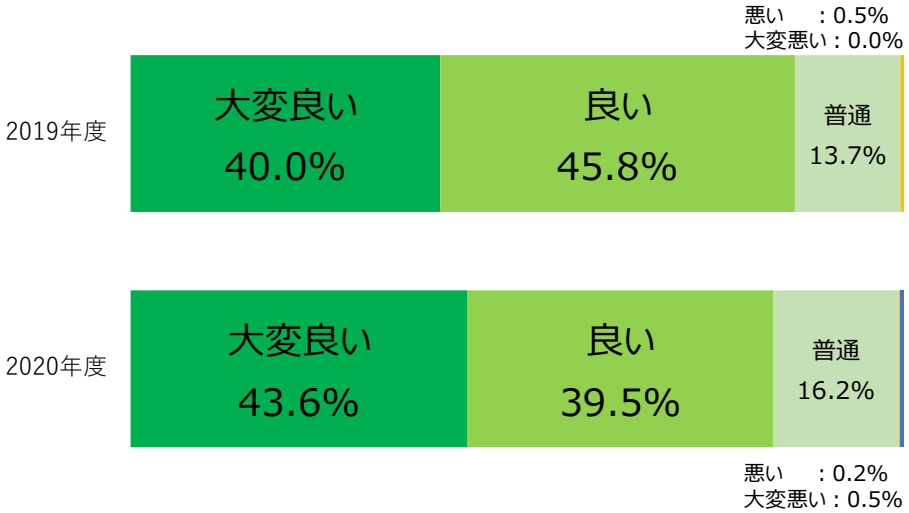
Q１．スタッフの印象（マナー・態度）



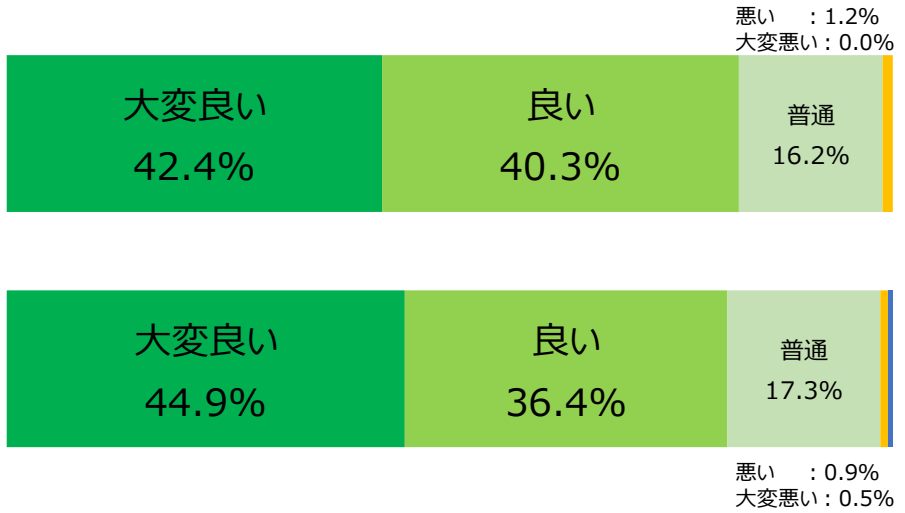
Q２．スタッフの印象（言葉遣い）



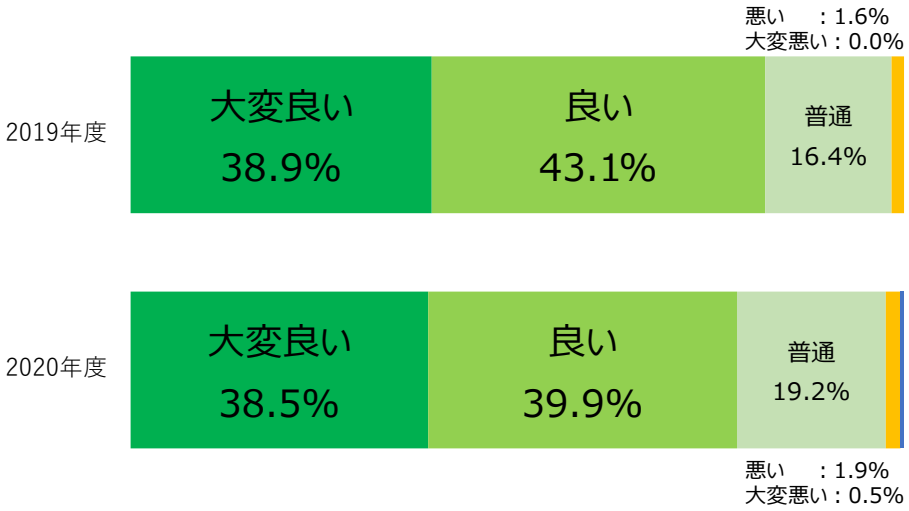
Q３．スタッフの印象（電話を含む応対）



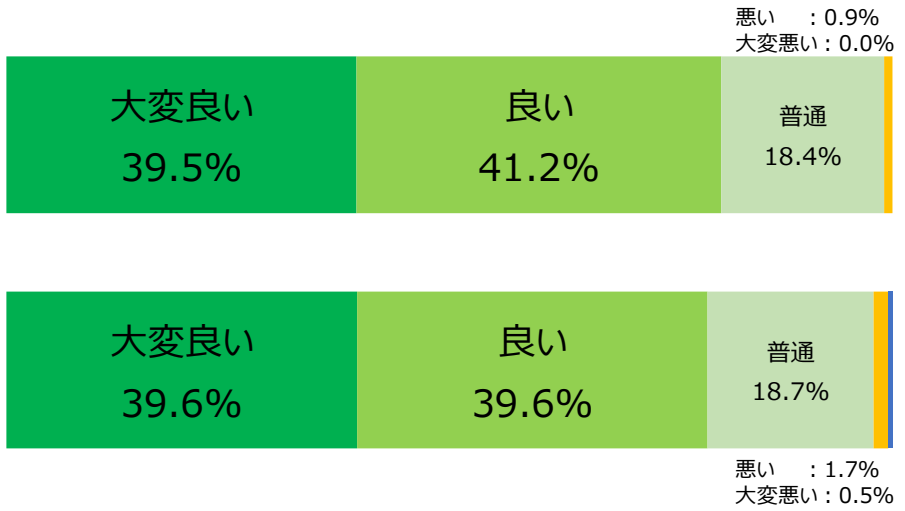
Q４．保険相談時の対応（親身になった対応）



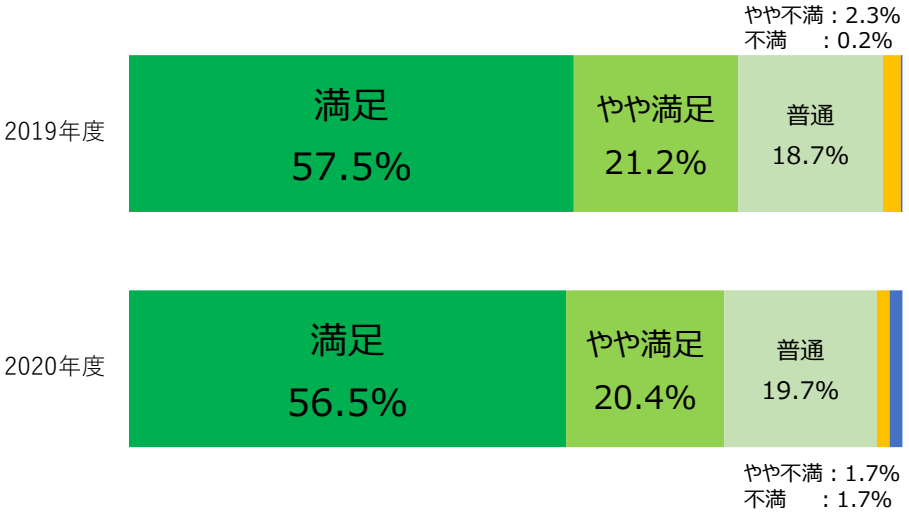
Q５．保険相談時の対応（説明の分かりやすさ）



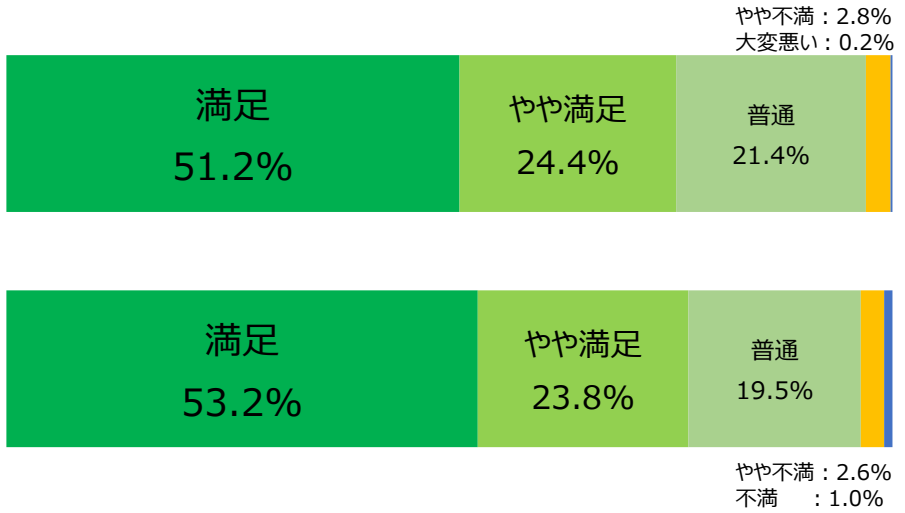
Q６．保険相談時の対応（手続きの丁寧さ）



Q７．スタッフの対応に対する満足度



Q８．当社に対する総合的な満足度



本アンケートは郵送により実施（2021/4初旬に発送、2021.5.11までの回答を集計）。発送数は3,000件。ご回答いただいたお客さま数419名（ご回答率：14.0%）。

［参考資料］
金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係

➢当社は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則（以下、金融庁原則）」を採択し、「お客さま本位の業務運営方針」をホームページで公表しております。金融庁原則と当社方針との関係は以下のとおりです。
➢金融庁原則の詳細につきましては、金融庁ホームページ（こちら）でご確認ください。

金融庁原則と当社方針との対応関係

			対応する当社方針
金融庁原則	2	顧客の最善の利益の追求	方針１．お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着 方針４．お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系 方針６．お客さま本位の業務運営の実効性を高める取組み
	3	利益相反の適切な管理	方針５．利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築
	4	手数料等の明確化	方針３．お客さまにとって分かりやすい情報の提供
	5	重要な情報の分かりやすい提供	方針２．お客さまにとって最適な商品・サービスの提供 方針３．お客さまにとって分かりやすい情報の提供 方針５．利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築
	6	顧客にふさわしいサービスの提供	方針２．お客さまにとって最適な商品・サービスの提供 方針３．お客さまにとって分かりやすい情報の提供 方針４．お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系
	7	従業員に対する適切な動機付けの枠組み等	方針４．お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系 方針６．お客さま本位の業務運営の実効性を高める取組み

当社では金融商品の組成に携わっておりません。
したがって、当該事項に係る金融庁原則（＜原則６（注３）＞）については当社方針の対象とはしておりません。

「お客さま本位の業務運営方針」

株式会社保険デザイン（以下、「保険デザイン」）では、お客さまの最善の利益を追求する観点からこれまで以上にお客さま本位の業務運営を推進するために、以下の方針を定めます。

１．お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

保険デザインでは、経営方針および職員行動宣言に則り、役職員一人ひとりがお客さまに対して誠実・公正に、また、最善の利益を図る視点をもって業務に取組むとともに、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、継続して努めてまいります。

２．お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

保険デザインでは、保険商品の提供にあたって、お客さまとの接点の多様化に合わせた態勢を構築・整備いたします。また、一人ひとりのお客さまの状況を踏まえ、「保険を活用した将来の備えの考え方」の情報提供を通じ、分かりやすく保険商品を比較して、お客さまのご意向に合った最適な保険商品を選択していただけるよう、提案いたします。また、保険が長期にわたる商品であることも踏まえ、保険商品ご加入後においても継続的にお客さまへの支払等のお手続きのご案内や加入内容の確認、最新の情報提供等のサービスを行ってまいります。

3．お客さまにとって分かりやすい情報の提供

保険デザインでは、お客さまのご意向に基づき、提案したそれぞれの保険商品の内容等についてお客さまが商品選択する上でご理解いただき、納得していただけるよう重要な情報を分かりやすく提供いたします。

4．お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

保険デザインでは、保険業法および関連法令等に加え、保険商品の募集に関し必要な知識を身につけるための従業員研修を実施し、お客さま満足度の維持・向上に努めてまいります。また、生命保険商品の募集だけでなく、お客さま満足度の維持・向上に向けた取組みを踏まえた評価体系の構築に努めてまいります。

5．利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

保険デザインでは、お客さまの利益の保護を図る観点から、当社とお客さまの間の利益相反によりお客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切な管理態勢を構築いたします。あわせて保険にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、適切な保険募集管理態勢を構築いたします。

6．お客さま本位の業務運営の実効性を高める取組み

保険デザインでは、お客さま本位の業務運営の定着を図り、より良い業務運営としていくために実施状況について定期的に検証を行い、方針に基づく各種取組みの実効性を高めてまいります。

以　上

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく具体的な取組み

1．お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

保険デザインでは、経営方針および職員行動宣言に則り、役職員一人ひとりがお客さまに対して 誠実・公正に、また、最善の利益を図る視点をもって業務に取組むとともに、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、継続して努めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【経営方針】

○保険デザインの経営方針は、経営理念および職員行動宣言によって構成されます。

○経営理念として以下の方針を定めています。
関西エリアに密着した店舗展開を行い、丁寧なコンサルティングを通じてお客さまの「大切な人に安心を」という気持ちに寄り添い、最適な保険商品を提案します。

○職員行動宣言では以下の方針を定めています。

1．「大切な人に安心を」というお客さまの気持ちに寄り添って、最適な保険商品を提案します。
2．お客さま対応は、迅速・誠実に行います。
3．社会・会社のルールを守り、知識を高めてお客さまの信任に応えます。

○このような経営方針に加え、保険デザインでは、住友生命グループにおいて「保険事業およびその関連事業の健全な運営と発展を通じて豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する」との理念を反映し策定された「住友生命グループ行動規範」を行動規範としています。

○この「住友生命グループ行動規範」の中では、「お客さまからの信頼をあらゆる活動の起点とし、保険事業およびその関連事業の健全な運営を通じて、一人ひとりに最適なサービスを提供する」との基本姿勢を定めています。

○役職員一人ひとりが「住友生命グループ行動規範」に則り、保険商品の募集やサービスの提供を通じて、「お客さま本位の業務運営」に向けた取組みを実践します。

【お客さま本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取組み】

○保険デザインの役職者一人ひとりがお客さまの声を真剣に受け止め、その声を活かしてサービスや業務の改善・向上を図り、お客さまからより一層信頼され、ご満足いただけるよう、日々取り組んでいます。

○当社に寄せられるお申し出・苦情については、全件集約のうえ、共有化を行い、対応・改善を図っています。特に部門横断的・全社的な課題については、「経営会議」において改善策の検討と行う等、必要な対策を講じ、審議結果を取締役会に報告しています。

【企業文化としての定着】

○保険デザインでは、このような経営方針や行動規範に則った取組みを通じて、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、努めてまいります。

2．お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

保険デザインでは、保険商品の提供にあたっては、一人ひとりのお客さまの状況やご意向に合った最適な保険商品を選択していただけるよう、提案いたします。また、保険が長期にわたる商品であることも踏まえ、保険商品ご加入後においても継続的にお客さまへの情報提供等のサービスを行ってまいります。

＜具体的な取組み＞

【お客さまニーズに沿った商品の提案】

○保険デザインでは店舗およびコンタクトセンターを通じて、お客さまへ保険情報を提供すると共にライフスタイルの多様化など社会環境の変化を踏まえた上で、お客さまのニーズや利益に真に適った保険商品を取り揃えております。

○保険商品の提案を行う際には、お客さまのご意向を把握し、お客さまが一つひとつの保険商品を比較して、最適な商品を選択していただけるよう、提案しています。

○対面募集において、お申込みいただく前には、最終的なご意向と当初のご意向を比較し、差異がある場合には差異が生じた経緯について、丁寧に説明しています。

○対面募集において、お客さまにご加入いただく際には、申込書類をご記入いただく前に、お申込みいただく保険商品の内容とお客さまの最終的なご意向が合致しているかを確認しています。

○非対面募集において、お客さまからお申込みのお申し出をいただいた後に、お客さまとの音声データに基づき、コンプライアンス部門にて、重要事項の説明、意向確認が適切に行われているかを確認しています。

【お客さまの属性や状況等に応じた対応】

○保険デザインでは、お客さまの年齢や性別、家族状況などに応じ、公的制度（社会保障制度等）も踏まえ、将来必要となる保障額や備えるべきリスクを確認いただきながら、お客さまが最適な保険商品を選択していただけるよう、提案しています。

○また、ご高齢のお客さまに保険商品を提案する場合には、十分にご検討いただけるよう、日を改め、複数回にわたって説明を行う。また、お申込み時にはご親族に同席いただくなど、お客さまの状況に応じた丁寧かつ分かりやすい説明に努めています。併せて、後日、コンプライアンス部門にてお客さまにお電話して丁寧かつわかりやすい説明がなされていることを確認しています。

○特定保険契約を提案する際には、お客さまの資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズを把握するなど、適合性の原則を踏まえたうえで、お客さまに適した商品提案を丁寧に行っております。

○お客さまの行動変容・接点の多様化を踏まえ、お客さまの保険加入の利便性向上や保険加入経路の充実を図るべく、お客さまのご要望を確認した上で、オンライン面談と組み合わせた保険加入相談、申込手続きができる態勢を構築・整備していきます。

【アフターフォロー・保全手続き】

○保険デザインでは、お客さまのご要望に応じて保険証券・申込み時にお渡しした書類一式をお持ちいただき、保険証券を確認しながら、ご意向に沿った内容であることをお客さまと一緒に確認します。

○保険商品のご加入後においても、定期的にお客さまに対しお電話やショートメッセージサービス（ＳＭＳ）、ダイレクトメール等を通じて最新の情報をお知らせします。

○ご加入いただいている保険契約に関する各種お手続きについて、お客さまからのご要望に対して迅速かつ丁寧な対応（手続きの案内、取次ぎ、代行）に努めています。

3. お客さまにとって分かりやすい情報の提供

保険デザインでは、お客さまのご意向に基づき、提案したそれぞれの保険商品の内容等についてお客さまが商品選択する上でご理解いただき、納得していただけるよう重要な情報を分かりやすく提供いたします。

＜具体的な取組み＞

【分かりやすい情報の提供】

○保険デザインでは、保険商品の内容等について、保険の仕組みや保障内容、特に特定保険契約については、お客さまのご意向（検討目的）はもちろんのこと、投資経験や知識等の情報を踏まえ、「保険設計書」や「注意喚起情報等」を活用し、リスクやお客さまのご負担となる費用等に関する情報等を分かりやすく説明しています。

○「契約概要」や「商品パンフレット」等を用いて、保険商品ごとにお支払い事例を示し分かりやすく説明しています。特に同種の商品内容を比較説明する際には、お客さまのニーズおよび医療技術の進歩等を踏まえて、商品ごとの特性、差異をより丁寧に説明しています。また、お客さまに応じた募集資料を用いて説明しています。

○情報をより分かりやすく提供するために従業員研修等を通じてスキルの向上を図っています。

4. お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

保険デザインでは、保険業法および関連法令等に加え、保険商品の募集に関し必要な知識を身につけるための従業員研修を実施し、お客さま満足度の維持・向上に努めてまいります。また、生命保険商品の募集だけでなく、お客さま満足度の維持・向上に向けた取組みを踏まえた評価体系の構築に努めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【従業員教育、金融リテラシー】

○保険デザインでは、店舗スタッフなど募集人に対して保険の社会的意義や商品知識、事務手続き等の習得に加え、保険業法および関連法令等のコンプライアンスに関する教育など、お客さまの立場に立った質の高いコンサルティングを提供できるよう、継続的に従業員に対する教育・研修を行っています。

○お客さまの金融リテラシー向上につながる取組みの一環として、保険だけではなく金融商品・社会保障制度等に関する豊富な知識を有する「ＦＰ技能士（厚生労働省所管国家資格）」資格の取得・活用を推進しています。

【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

○保険デザインでは、店舗スタッフなど募集人に対して、お客さまのご意向に合った最適な商品を選択いただくための提案ができるよう、適切な設定水準での販売貢献評価を実施しています。

○店舗スタッフなど募集人の人事評価等は、保険商品の募集に加え、お客さま満足度の維持・向上に向けた動機づけの要素も加味して実施しています。

5. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

保険デザインでは、お客さまの利益の保護を図る観点から、当社とお客さまの間の利益相反によりお客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切な管理態勢を構築いたします。あわせて保険にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、適切な保険募集管理態勢を構築いたします。

＜具体的な取組み＞

【利益相反管理態勢】

○保険デザインでは、利益相反による弊害を防止することを定めた役職員の行動規範である「住友生命グループ行動規範」およびコンプライアンス・マニュアルに基づき、利益相反を適切に管理する態勢を整備しています。

【適切な保険募集管理態勢の確保】

○保険デザインでは保険商品の提案に際し、お客さまのご意向に基づいた比較推奨販売を行うことにより利益相反が発生しないよう、適切な保険募集管理態勢の構築を図っています。

○保険にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、次の取組みを行っています。

(1) 保険業法および関連法令等を踏まえ、お客さまの保険加入に関するご意向を把握すると共に必要な情報を提供するなど、お客さま本位の保険募集を実施するよう、徹底しています。

(2) お客さまのご意向に関わらず優先して同一グループ（住友生命およびメディケア生命）の保険商品や手数料の高い保険商品の募集が行われないよう、徹底しています。

6. お客さま本位の業務運営の実効性を高める取組み

保険デザインでは、お客さま本位の業務運営の定着を図り、より良い業務運営としていくために実施状況について定期的に検証を行い、方針に基づく各種取組みの実効性を高めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【実効性を高めるための体制整備】

○保険デザインでは、「お客さま本位の業務運営」の実施状況について、定期的に振返りを行い、ＰＤＣＡ機能を発揮し、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共に、ホームページでその状況を公表します。

○また、住友生命グループとして、グループ各社がお客さま本位の業務運営に関わる認識を共有し取組みを推進していくために「お客さま本位推進委員会」に、当社社長が構成員として参加し、グループ全体の振返りを定期的に行います（同委員会は、住友生命社長が議長を務め、住友生命の関係役員、住友生命子会社の当社社長、メディケア生命社長、いずみライフデザイナーズ社長が構成員とされています）。

【評価指標の設定】

○「お客さま本位の業務運営方針」の定着度合いを客観的に評価できるようにするための評価指標（ＫＰＩ）として、「お客さま数」、「苦情件数」および「お客さま満足度」を設定しています。

以上