

2025 年 6 月 23 日

お客さま本位の業務運営方針における主な取組及び成果指標の公表

株式会社ニッセンライフ

2024 年度の「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況と成果指標を報告いたします。

取組方針 1 本方針の取組と実践

私たちは、本方針に従業員一人ひとりに浸透させるため、事務所内に掲げるとともに、社員証とともに常に携帯しいつでも確認するよう指導しています。

お客さま本位の実践にはお客さまの声に真摯に対応する態勢を整えるべきとの従業員を踏まえ、私たちは、2020 年 5 月に「お客さま本位の業務運営委員会」を取締役会の承認を経て設立しました。本委員会は、従業員の主体的な参画の場として、営業部門・間接部門全ての部門から選抜された従業員を委員として構成されており、原則四半期ごとに委員会を開催しています。

2024 年度は、まず委員会設立の原点を再確認したうえで、お客さまの声（苦情、要望、お褒め、感謝など）と、お客さまとのあらゆる接点において対応する従業員が感じ取った「気づきの声」について検証し、業務改善につながる施策や課題について話し合いました。委員会で話し合った内容は、研修やコンプライアンスニュース配信等に反映し、従業員へ共有をしました。

私たちは、生命保険乗合代理店業務品質評価（以下、業務品質評価）において、2023 年に認定代理店としての認証を取得、2024 年も継続しております。業務品質評価は、求められる高水準の業務品質を満たすだけでなく、常にお客さま本位を実践する私たちの意思表示として、今後も継続できるよう努めてまいります。

取組方針 2 「お客さま本位」の追求とお客さまの声を企業文化に反映

私たちは、お客さまの声（苦情、要望、お褒め、感謝など）を、お客さまとの接点となる、電話、メール、面談、お申し込み後のアンケートから収集し、お客さま本位の業務運営委員会で協議し、業務改善に活かすとともに、「お客さまの声ニュース」を配信し全従業員に共有しています。2024 年度にいただいたお客さまの声と私たちの改善の取組の一例を以下に紹介します。

お客さまの声	お客さまの声に対する取組み
早期失効契約へのフォローをしたところ、申込時の説明内容等に漏れはなくお客様も納得のうえ契約されていましたが、お客さま都合だとして、フォローに対するご不満の意を受けました。ある事例では過去にも同様に申込・短期間消滅・解約を複数回繰り返されていました。また他の事例では転職直後で年収が大きく下がったお客様が、過大な保険料契約ご希望のまま契約に至りましたが短期に消滅解約となっていました。	お客様のご希望を尊重することはもちろん重要ですが、募集人としてお客様の現状や将来の見通しを丁寧にヒアリングすること、一時的な希望に流されず持続可能な契約内容を提案すること、短期解約が繰り返されることによるお客様への不利益（信用情報への影響等）を説明すること、必要に応じて、契約を見送る判断も含めた誠実な対応を行うこと等について社内でも共有しました。
契約書類が届いた際に記載されている続柄が間違えているとの申し出がありました。ペーパーレス申込時の取扱者の入力ミスに起因するものであることが判明しました。経緯を確認するとともに正しい内容に訂正をしました。	被保険者：未就学児童の子、契約者：母親、指定代理請求人：父親、指定代理請求人は死亡返還金受取人も兼ねていました。契約者と別の方が死亡返還金受取人になる場合、税務上対応にも注意しなければなりません。契約形態について、それぞれの役割について再認識しお客様と対応するよう情報共有と指導しました。

取組方針 3 「お客さま本位」の利益相反の適切な管理

私たちは、お客さまの利益の保護に万全を尽くすため、お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引を適切に把握・管理する体制として、お客さまとの募集プロセスを基幹システムに記録、また、通販募集においては音声ログの記録を行っています。募集プロセスの記録は、営業部門とは別の管理部門がモニタリングを行い、お客さまの当初意向把握から最終意向確認までの募集人の対応経緯が適切であったかについて確認し、その結果を募集人にフィードバックしております。加えて、早期で契約が消滅してしまった契約についても、その募集状況をモニタリングしております。これらのモニタリングを通じて、業務品質の維持向上を目指すとともに、利益相反の適切な管理に努めています。

私たちは、募集人の評価基準として手数料額は用いておらず、会社方針に則った推奨保険会社または推奨商品による募集を行っており、推奨保険会社・商品は半年に1度、商品選定委員会において決定しております。推奨保険会社・商品の選定にあたっては、お客さま本位とするため、販売時のお客さまの反応や保険会社から保険商品組成に係る情報収集を行い、選定要素と取り入れるよう努めています。

取組方針 4 「お客さま本位」のわかりやすい情報提供

私たちは、お客さま一人ひとりの立場に立ち、最適な商品をわかりやすくご案内することを大切にしています。特に通販においては、日々のやり取りを通じて得られた知見をもとに、トークスクリプトを随時見直し、より明確で親しみやすい説明を心がけています。

「保険は分かりにくい」というお声に応えるため、当社 Web サイト「Will Navi」では、保険の基本やお金に関する情報をわかりやすく解説する「保険のほ」というコーナーを設けています。これにより、お客さまの理解を深めるお手伝いをしています。

特定保険契約の募集に際しては、リスクとリターンの関係性を含め、手数料や費用の内容・目的についても丁寧にご説明します。これらの情報は、当社独自の「特定保険契約 申込確認チェックシート」を活用し、お客さまの金融知識や取引経験を踏まえてご案内しています。特定保険契約はその商品性を鑑みて、販売時のお客さまの反応などを保険会社へ連携することで、お客さまのわかりやすさの改善に繋がるよう努めています。

取組方針5 「お客さま本位」の一人ひとりにふさわしいサポート態勢

私たちは既にご契約いただいているお客様へのアフターフォローを継続して実施しています。保険金のご請求や満期契約の更新といった保全活動に加え、契約内容の確認や、ライフステージの変化に応じた保障内容の見直しのご提案も行っています。通信販売では、お客さまとの対話は電話を書面のやり取りに限られ、またお客様のご事情は一人ひとり異なるため、それぞれに寄り添った対応を心がけています。

「説明がわかりやすかった」「助かりました」「何度も連絡をいただいて安心できました」といったお言葉や、時にはお手紙を頂戴することもあり、オペレーターにとって大きな励みとなっています。今後も、お客様に安心と信頼をお届けできるよう、丁寧で心のこもったフォローを続けてまいります。

お客さまより頂戴したお褒めの声を以下にご紹介します。

事例	対応状況とお客さまの声
当初引受謝絶となったお客さまへのフォロー	保険会社とのやり取りの中で、健康診断書の項目不足や優良体での引受が難しいとの案内を受け、大変落胆されていました。そのような中、当社オペレーターが状況を丁寧にお伺いし、わかりやすくご説明を差し上げたところ、「色々教えてくれて助かりました。初めからここに相談していればよかった。良い提案をもらえて本当に良かったです。」というお言葉をいただきました。
火災保険契約更新のお客さまフォロー	5年前にご契約手続きをされたご主人様のご逝去され、今回お送りした更新書類について「視力が弱く、内容がよく理解できない」とのお申し出をいただきました。担当オペレーターが、お客様のご状況に寄り添いながら、書類の内容や補償内容、申込手続きについて一つひとつ丁寧にご説明したところ、「今回の郵便がどんな内容かわかってスッキリしました。ありがとうございます。」という感謝のお言葉をいただきました。
アフターフォローから保障内容見直し提案へ	保険の見直しをご相談いただいたお客様に対し、複数のご提案を行った結果、すべての契約が無事に引き受けとなりました。また、既存契約の解約タイミングについても具体的なアドバイスを差し上げたところ、「提案いただいた保険がすべて引き受けになって良かったです。解約のタイミングについてもアドバイスをいただけて助かりました。」とのお言葉をいただきました。

取組方針 6 「お客さま本位」の適切なガバナンス態勢と人材教育

私たちは、お客さま本位の業務運営を実現する態勢を整えるため、以下のような継続的な取り組みを行っています。研修などの実施詳細は「2024 年度成果指標 3」に記載の通りです。

- コンプライアンスに関する情報ニュース配信と確認テストを通じて、コンプライアンス意識の醸成と知識の定着を図っています。
- 対面研修を年 2 回実施し、重点事項を深掘りし、実務に活かせる知識と判断力を養成しています。
- 毎月の経営会議において、お客さま本位の業務運営に関する取組状況を確認し、必要な改善を迅速に反映しています。

取組方針 7 「お客さま本位」のための従業員に対する適切な動機付けの枠組み等

私たちは、お客さまの声を業務改善に活かしておりますが、お客さまとのあらゆる接点において対応する従業員が感じ取ったことを「気づきの声」として収集しています。「気づきの声」は、従業員発の業務改善提案と位置づけ、お客さま本位の業務運営に従業員が主体的に取り組む動機付けのひとつとしています。2024 年度の気づきの声から一部を以下にご紹介します。

気づきの声	取組および改善
Will Navi サイトからの資料請求で、契約年齢条件に合わない商品資料の場合があります。お客さまが商品を選ぶ段階で年齢条件による確認ができる仕組みを検討してはどうでしょうか。（資料送付担当社員の声）	先ずは対象年齢の分かりやすく表示するように改善しました。年齢条件による商品フィルタリング機能の導入については課題として検討します。
お客さまへ送付する見積書が A4 サイズだと文字が小さいので見難いのではないかと思います。50 代以上のお客様には見易くなる様に A3 サイズでの作成を提案いたします。	お客さまの状況に応じて A3 サイズで印刷して送付するように対応を改善しました。
マタニティ・子育て世代への電話発信をしていますが、出産後間もない方は、電話中にお子さんが泣いてしまった、寝ているので話せないなどの申し出が多いです。お客さまの条件に応じて架電のタイミングを考えた方がよいと思います。	発信対象のセグメントに応じた架電タイミングを再検討して運用の変更を行いました。変更により左記のような声は減少しました。

私たちは、経営的な視点で従業員の健康促進・健康維持に対する取組みを継続しています。これは従業員の満足度を高めれば、結果としてお客さまの利益に繋がり、お客さま本位の業務運営に繋がると考えるからです。私たちはこの信念に基づき、経済産業省が選出する「健康経営優良法人」の取組に参画し 2025 年 3 月 10 日、昨年に続き認定を取得しました。今後も、毎年の認定が受けられるよう、取組を継続してまいります。

取組状況の補足事項

金融庁の定める「顧客本位の業務運営原則（これらに付された（注）を含む）」において非該当としている項目【原則 5（注 2）、原則 6（注 2）、原則 6（注 3）、補充原則 1～5】について、非該当とする理由は以下の通りです。

私たちは乗合代理店であり、取扱う商品は、各生命保険会社、各損害保険会社および各少額短期保険会社から販売されている商品となります。したがって、私たちは、お客さまのご意向に沿った商品を、当社が取扱う商品の中から提案させていただくため、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨を行うことはありません。また、私たちは、金融商品の組成に携わっておりません。

以上

2024 年成果指標

指標 1：保有契約件数の推移

	2023 年末	2024 年末
保有契約件数	104,429 件	103,017 件
生命保険契約	83,252 件	82,732 件
損害保険契約	20,415 件	19,659 件
少額短期保険契約	762 件	858 件

指標 2：お客さまの声

	2023 年	2024 年
苦情	94 件	71 件
お褒め・感謝	37 件	29 件
合計	131 件	100 件

指標 3：「業務品質向上のための研修と態勢整備」

実施項目	実施頻度
コンプライアンスニュースによる研修	四半期ごと実施
コンプライアンス集合研修	年 2 回（半期ごと）実施
個人情報関連研修	年 1 回（9 月実施）
個人情報保護ニュースによる研修	四半期ごと実施
自己点検	毎月実施
業務監査	年 2 回（半期ごと）実施
外部監査（顧問弁護士による）	年 1 回（10 月実施）

以上