

2019年4月1日より、三井生命は大樹生命に社名を変更しました。

2019年6月11日

大樹生命保険株式会社

お客さま本位の業務運営に関する取組内容の改定について

大樹生命保険株式会社（代表取締役社長 吉村 俊哉、以下「当社」）は、2018年度のお客さま本位の業務運営に関する取組結果をまとめ、合わせて「お客さま本位の業務運営に関する取組内容」（以下「当取組内容」）を改定いたします。

当社では2017年5月に「お客さま本位の業務運営に関する方針」（以下「当方針」）および当取組内容を定めて以降、お客さま本位の業務運営をより一層推進する観点から、継続的な取組の強化・充実を行っており、その結果を公表してきております。

今般の改定においては、

- ・お客さまのニーズにお応えするための商品ラインアップの充実
- ・お客さまがより商品の比較や選択をし易くなるような募集資料の作成
- ・金融機関代理店における、実質的な利回りや各種リスク等をまとめた資料の提供等、お客さまへの情報提供の更なる充実
- ・募集代理店自身の「お客さま本位の業務運営」に対する管理態勢等をより一層重視するための代理店手数料体系の見直し 等

お客さまとの重要な接点における取組の充実をはかっております。

今後も業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、全業務分野において、お客さま本位の業務運営の更なる推進に努めてまいります。

以上

2018年度 お客さま本位の業務運営に関する取組結果について

当資料は、お客さま本位の業務運営に関する取組結果の2018年度トピックスをまとめたものです

※記載内容は、特段の記載がない限り2019年4月現在の状況を記載しております。また、生命保険商品・付帯サービス等はすべて概要を説明したものであり、生命保険ご加入のご検討や付帯サービスのご利用等にあたっては、最新の情報を必ずご確認ください。

2019年 6 月
大樹生命保険株式会社

方針1. お客さま本位の業務運営

1

○お客さま本位の業務運営に係る方針の定着を測る指標(KPI)として、生命保険の募集からアフターフォロー、保険金等のお支払いに至るまでの、当社とお客さまとの主要な接点における取組を総合的に測ることができ、お客さまにとってもわかりやすい概念である「お客さま満足度」を設定し、2018年度より新たな方式でアンケートを実施しました。

○2018年度の**お客さま満足度は90.4%**という評価を頂きました。

○今後は、当指標の中長期的なトレンドを用いて、お客さま本位の業務運営に係る方針および取組内容の定着度合いを測っていくとともに、お客さまの声に耳を傾ける中で、業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、当社の全業務分野において、お客さま本位の業務運営を一層推進してまいります。

当社に対する総合的なお客さま満足度

90.4%

＜加入時とその後の満足度＞

加入時

87.7%

加入後・支払時

95.8%

■調査実施概要

- ・調査対象 当社ご契約者さま
- ・調査方法 郵送によるアンケート
- ・調査期間 2018年8月～9月
- ・アンケート送付数 4,967通
- ・有効回答 1,183通
- ・評価方法 満足度は4段階評価のうち、上位2段階の合計

(個人保険)

○2018年5月に、銀行窓販専用商品『フラット外貨終身』を販売開始しました。本商品は、保険料払込期間を通じて、外貨建の保険料を円に換算するレートを固定する機能を備えた、新しい平準払の外貨建終身保険です。お払込みいただく毎回の保険料(固定円建保険料)が、ご契約時に確定するのが特長です。

○2018年10月に、一時払外貨建商品『ドリームロード』について、保険期間5年の『ドリームロード5』を追加し、合わせて満期保険金を指定通貨建の終身保障へ無選択移行できる「災害保障付外貨建終身保障移行特約」を新設しました。

○2019年4月に、ケガや病気により働けなくなったときの収入の減少を保障する新特約「くらしエール(継続治療後収入サポート特約019)」を新設し、これを付加した『大樹セレクト 働く人応援ほけん』を発売開始しました。

<銀行窓販専用商品『フラット外貨終身』>

フラット外貨終身

無配当低解約返戻金型外貨建終身保険(予定利率毎月更改型)

<無配当一時払外貨建生存給付金付特殊養老保険>

DREAM
ROAD 5
ドリームロード FIVE

<『大樹セレクト』 働く人応援ほけん >

大樹 Taiju Select
セレクト
働く人応援ほけん

(継続治療後収入サポート特約)

くらしエール

方針3. 生命保険商品の募集

3

(情報提供の充実)

○2018年5月に、設計書(契約概要)の付属帳票として「大樹セレクト」の保障内容が一目でわかる「おすすめプランの概要(設計書ダイジェスト)」を作成し、また、2019年1月には、最大3プランの「大樹セレクト」設計書の概要を1枚で表示できる付属帳票「複数プラン提案書」を作成いたしました。

これにより、お客さまの様々なニーズ・ご意向を踏まえ、複数のプランを同時に分かり易く表示することで、お客さまにとって比較や選択がし易くなる提案が可能となるなど、情報提供の充実を図りました。

「おすすめプランの概要(設計書ダイジェスト)」

The document is titled 'おすすめプランの概要(設計書ダイジェスト)' and provides a summary of insurance plans. It includes tables for '大樹セレクト' and '大樹セレクトプラス' plans, detailing coverage amounts, premium rates, and other key features. The layout is organized into sections with clear headings and bullet points.

「複数プラン提案書」

The document is titled '複数プラン提案書' and presents a side-by-side comparison of three insurance plans. Each plan's details, including coverage, premiums, and benefits, are listed in a structured format, facilitating a clear comparison for the customer.

○募集代理店におけるお客さま本位の業務運営に資する取組・体制整備等を評価し、更なる高度化を促進する観点から、代理店手数料の体系の見直しを実施いたしました。募集代理店における契約の継続状況に加え、代理店自身の管理体制の整備状況等の観点からも評価を行う体系となりました。

○募集代理店がお客さまのご意向等に対応した生命保険商品のご提案や、重要な情報提供を適切に行えるようにすべく、日々の研修等で活用しやすいような以下の教材を提供いたしました。

①代理店コンプライアンス・マニュアルの改定

②提供している保険商品の教材

i) 初期研修資料

ii) リマインド研修資料

iii) 事例トピックス 等

＜当社の代理店手数料体系(イメージ)＞

【基本手数料率】

◇以下の要素に基づいて算出

- ・ 保険商品の種類
- ・ 保険金額や保険料等のご契約内容 等



【募集量評価】

◆募集代理店における当社保険商品の販売状況



【品質評価】

- ◆募集代理店における契約の継続状況
- ◆募集代理店自身の管理体制整備状況 等

○ALM推進の観点から、超長期債を積み増すと共に、運用収益向上を企図してクレジット投資の強化に継続的に取り組み、新規成長領域への投資を開始しました。

また、グリーンボンド(環境債)やSDGs* 株式ファンド等のESG投資にも継続的に取り組んでおり、持続可能な社会の形成にも貢献しております。

* SDGs: Sustainable Development Goals
(持続可能な開発目標)

○2019年度も引き続き、ALMの推進、及びクレジット投資、新規成長領域への投資、ESG投資等に取り組み、運用収益の向上を目指してまいります。

方針9. 利益相反の適切な管理

6

○当社では、「利益相反管理基本方針」を定め、保険業法および金融商品取引法等を踏まえ、お客さまとの取引に伴う利益相反により、お客さまの利益を不当に害することのないよう、法令および当社規程等を遵守し、適切に業務を管理・遂行しております。

○お客さま利益の確保や利益相反防止等を目的に「スチュワードシップ活動推進会議」を設置しており、議決権行使における重要議案(※)の賛否について事前協議を行いました。

(※)利益相反が生じ得る主な局面(右記参照)に該当し、当社の議決権行使基準に該当した議案

○これらの取組の結果、利益相反の観点から問題となる取引は判明しておりません。

(「スチュワードシップ活動に関する利益相反管理の方針」より)
【スチュワードシップ活動に重要な影響を及ぼす利益相反が生じ得る主な局面】

1	保険契約等の取引が多い投資先企業への議決権行使にあたって、保険契約等への影響を考慮し、賛否判断が歪められる懸念がある事象
2	代理店として保険販売が多い投資先企業への議決権行使にあたって、保険販売への影響を考慮し、賛否判断が歪められる懸念がある事象
3	当社の株主である投資先企業への議決権行使にあたって、賛否判断が歪められる懸念がある事象
4	当社常勤の役員・従業員が取締役・監査役を兼務している投資先企業への議決権行使にあたって、賛否判断が歪められる懸念がある事象

- 「お客さま本位の業務運営に関する方針」の浸透に向け、役員と従業員との間の集会における資料等に同方針に関する記載を掲載しています。

2019年6月11日

大樹生命保険株式会社

お客さま本位の業務運営に関する取組内容

「お客さま本位の業務運営に関する方針」に対応する主な取組内容は以下のとおりです。

方針 1. お客さま本位の業務運営

当社は、経営理念に則り、お客さまが真に求める生命保険商品・付帯サービスを提供し、お客さまに対する長期にわたる保障責任を全うし続けるため、あらゆる業務運営においてお客さま本位で行動するよう努めてまいります。

- 当社は、経営理念として、相互扶助の精神に基づく生命保険事業の本質を自覚し、その社会的責任を全うするため、「まごころと感謝の気持ちをもって、常に契約者に対する最善の奉仕に徹する」旨を掲げ、お客さまにお約束した保険金・給付金等を確実にお支払いすることを通じて、お客さまの生活の安定と向上に寄与するべく努めてまいりました。
- 金融庁から公表された「顧客本位の業務運営に関する原則」を踏まえて、生命保険会社としてのお客さま本位の業務運営をより一層推進するため、「お客さま本位の業務運営に関する方針」を取締役会にて制定し公表しております。
- また、当該方針に対応する主な取組状況を「お客さま本位の業務運営に関する取組内容」としてまとめております。今後は、経営会議・取締役会への必要な報告を行い、取組内容については定期的な更新・公表を行ってまいります。
- なお、上記の方針および取組内容の定着を測る指標として「お客さま満足度」を定め、お客さま本位の業務運営を推進してまいります。

方針 2. 生命保険商品・付帯サービスの開発

当社は、社会の要請やお客さまのニーズを的確に把握し、お客さまが真に求める生命保険商品・付帯サービスの開発に努めてまいります。

具体取組

（個人保険）

- 2018年5月より、銀行窓販専用商品として『フラット外貨終身』を販売開始しました。本商品は、保険料払込期間を通じて、外貨建の保険料を円に換算するレートを固定する機能を備えた、新しい平準払の外貨建終身保険です。お払込みいただく毎回の保険料（固定円建保険料）が、ご契約時に確定するのが特長です。
- 一時払外貨建商品である『ドリームロード』について、2018年10月より、従来の保険期間10年・15年に加えて、保険期間5年の『ドリームロード5』を追加しました。また、相続準備など「資産を残す」ニーズに応えるため、満期保険金を指定通貨建の終身保障へ無選択移行できる「災害保障付外貨建終身保障移行特約」を新設しました。
- 2019年4月より、ケガや病気により働けなくなったときの収入の減少を保障する新特約「くらしエール（継続治療後収入サポート特約 019）」を付加した『大樹セレクト 働く人応援ほけん』を発売開始しました。
- 当社オフィシャルホームページのご契約者さま専用サービス「大樹生命マイページ」では、ご契約内容の照会やご登録内容の変更、書類のご請求などのお手続きができるよう対応しております。また、契約者貸付・すえ置き保険金等のお取引の当日着金サービスや、お知らせ書類の閲覧サービス等、お客さまサービスの向上に努めております。その他、健康、育児、介護などの相談に専門家が答えする無料相談サービスのご提供も行っております。

（企業保険）

- 企業や官公庁等の団体のお客さま向けには、所属員の死亡保障・医療保障や企業年金・財産形成制度等の福利厚生制度の運営を支える商品をご提供しているほか、福利厚生に関する情報提供や課題提起等のサービス、電話による健康相談等のサービスをご提供するなど、各企業や団体ごとのニーズに応じたきめ細かい対応を行っております。

方針3. 生命保険商品の募集

当社は、お客さまに最適な商品を選択いただけるよう、生命保険商品の募集にあたって以下の事項を徹底するよう努めてまいります。

- ① お客さまの保険その他金融商品に関する知識、生命保険商品加入の目的、お客さまの年齢、家族状況、財産状況等を総合的に勘案して提案いたします。
- ② 生命保険商品の内容や仕組みについては、お客さまに十分ご理解いただけるよう分かりやすく説明し、お客さま一人ひとりのニーズに対応していることを確認いたします。
- ③ 変額年金、外貨建保険等の市場リスクが存在する商品については、①②に加え、お客さまの投資経験等に照らし、最適と考えられる商品をお勧めするとともに商品内容や仕組み、リスク等について適切な説明を行うように心掛けます。

具体取組

1. お客さまのご意向等を踏まえた商品提案

(お客さまのご意向の把握、ご意向に対応した商品提案)

- 当社は、金融商品の販売等に関する法律にもとづき「勧誘基本方針」を制定・公表するとともに、お客さまの状況やご意向を把握したうえで、それらに対応した生命保険商品をご提案できるよう社内規則等の制定や研修その他の体制の整備に努めております。
- 具体的なプランの提案にあたっては、アンケートや携帯端末「ミレット」等を用いてお客さまのご意向（「万一の保障」「生前給付保障」「入院・手術などの保障」「資産形成」または法人の各種ニーズ）を必ずお伺いし、お客さまのご意向とご提案プランの関係をご説明するとともに、最終的なご意向と当初のご意向の比較・確認を行います。更に、契約締結に際しては、お申し込みいただく保険商品の内容がお客さまのご意向と合致しているかどうかをご確認いただいております。
- 市場リスクのある特定保険契約に該当する外貨建保険商品については、お客さまの商品知識、投資経験、財産状況および契約締結の目的に照らしてご提案するとともに、契約締結に際しては、保険商品の内容がお客さまのご意向に合致しているか、市場リスクについてご理解いただいているかどうかを、改めてご確認ください。
- お客さまのご意向・ニーズが共通するような当保険商品と、当社が取り扱う他保険会社の保険商品がある場合には、比較可能な同種の保険商品があることと、提案の理由等を記載した書面を交付し、ご説明しております。

(ご高齢のお客さま等への対応)

- 当社では、一般的に、高齢になるにつれ認知機能の低下等の変化が生じることを踏まえ、70歳以上のお客さまが生命保険にご加入される際の募集手順を定め、複数回の説明機会設定やご親族の同席をお願いするなど、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、80歳以上のお客さまの場合には、お申込手続き後に改めて募集人以外の当社役職者より、ご不明点の有無などをお電話等にて確認させていただいております。
- 加えて、障がいのあるお客さまに対して、正当な理由なく障がいを理由にサービスの提供等をお断りすること等がないよう、障がいのあるお客さまに配慮すべき事項を示した社内教材「コンプライアンスマニュアル」を作成のうえ、研修を実施するなどお客さまに応じた適切な対応が行えるよう取組を進めております。

2. 重要な情報の提供

(契約概要・注意喚起情報)

- 当社は、お申込に際し、お客さまに生命保険商品の内容・仕組みをご理解いただくために必要な情報として「設計書（契約概要）」を交付しご説明しております。また、注意喚起すべき情報として「特に重要な事項のご説明（注意喚起情報）」も、併せて交付しご説明しております（市場リスクのある特定保険契約に該当する外貨建保険商品の場合は、「契約締結前交付書面〔設計書（契約概要）／特に重要な事項のご説明（注意喚起情報）〕」）。
- 「設計書（契約概要）」、「特に重要な事項のご説明（注意喚起情報）」等の新規作成・改訂に際しては、読みやすく、分かりやすい表示となるよう、文字量の削減や書体・色彩・レイアウトの見直し等の工夫を行っております。
- 市場リスクのある特定保険契約に該当する外貨建保険商品については、外国為替相場の変動により円に換算した保険金額等が、払込保険料総額を下回り損失を生じるおそれがあることと、ご負担となる費用（保険契約関係費、資産運用関係費等）に関する記述を、強調して表示し、お客さまにご理解いただけるようご説明に努めております。

(情報提供の充実)

- 当社は、営業職員が使用する携帯端末「ミレット」に、さまざまな機能を搭載・活用することで、お客さまへの情報提供の充実を図っております。例えば、保障に関する関心事については、ご要望に応じて、「ご家族の生活保障」「老後の生活資金」「医療保障」「お子さまの教育資金等」「キャッシュフロー」を作成してシミュレーションを行い、各種税制・社会保障制度を踏まえたうえで、保障の必要性和適切な保障額について情報提供しております。このうち、「ご家族の生活保障」シミュレーションについては、複数ページの詳細版に加え、その要点を1枚にまとめた「ライフプランシミュレーション ご家族の生活保障ダイジェスト」を作

成しており、お客さまの状況、ご要望に応じた、より充実した情報提供を推進しております。

- 2018年5月に、設計書（契約概要）の付属帳票として「大樹セレクト」の保障内容が一目でわかる「おすすめプランの概要（設計書ダイジェスト）」を作成し、また、2019年1月には、最大3プランの「大樹セレクト」設計書の概要を1枚で表示できる付属帳票「複数プラン提案書」を作成いたしました。これにより、お客さまの様々なニーズ・ご意向を踏まえ、複数のプランを同時に分かり易く表示することで、お客さまにとって比較や選択がし易くなる提案が可能となるなど、情報提供の充実を図りました。

（複数の保障を有する商品をご提案する場合）

- 複数の保障を有する商品をご提案する際には、それぞれの異なる保障ごとのご説明を行っております。例えば、「大樹セレクト」は、特約を保障内容に応じて区分けした「死亡保障セレクト」「生前給付保障セレクト」「介護保障セレクト」「医療保障セレクト」の4つのセレクトからお客さまのニーズに応じて、単品の商品としてあるいは複数のセレクトを組み合わせたパッケージ商品としてご加入いただける保険商品であることから、「設計書（契約概要）」において、各セレクトごとに保険料や保障内容等の重要な情報についてご説明しております。

3. 保険料・保険金等に関する情報提供

- 当社は、ご加入時に保険金・給付金等の額が確定している生命保険商品について、お客さま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・給付金等の金額等をお客さまにご理解いただくために、「設計書（契約概要）」に保険料・保険金額・支払事由等を、「特に重要な事項のご説明（注意喚起情報）」に保障の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等を記載しております。
- また、市場リスクのある特定保険契約に該当する外貨建保険商品については、ご加入時に保険金・給付金等の金額が円建では確定しておらず、保険料のうち運用の原資となる金額が重要であるため、他の類似の金融商品との比較可能性を担保する観点も踏まえ、「契約締結前交付書面〔設計書（契約概要）／特に重要な事項のご説明（注意喚起情報）〕」にお客さまのご負担となる費用（保険契約関係費、資産運用関係費等）を記載しております。

4. 団体保険等

（団体保険）

- 当社は、企業や官公庁等の団体が団体保険商品の加入勧奨を行う際にも、当該団体保険商品が被保険者となるお客さまのご意向に対応した内容となっていることをお客さま自身にご確認いただけるよう対応しているほか、保険料・保険金その他の重要な情報を分かりやすく提供するよう努めております。

(当社が募集委託を受ける場合)

- 自社で開発した商品ラインアップを補完する目的で募集を受託している他の保険会社の商品についても、当該保険会社と協議し、商品の特性に応じ、適切にお客さまのご意向等に対応した商品提案や、重要な情報の提供等が行えるように努めております。

方針 4. 代理店への募集委託

当社は、当社の募集代理店において、3. に定める商品提案等が適切に行える体制が構築されていることを委託開始の際に確認するとともに、当該体制が維持・改善されるよう指導・教育を行ってまいります。

具体取組

- 当社は、募集代理店がお客さまのご意向等に対応した生命保険商品のご提案や、お客さまに商品の内容・仕組みをご理解いただくための重要な情報提供を適切に行うことができるよう、募集代理店に対する教材の提供や研修等を行っております。
- また、複数の保険会社の商品を取り扱う募集代理店（乗合代理店）において、お客さまに対して特定の生命保険商品を提案・推奨する際には、その提案・推奨理由を分かりやすくご説明するよう指導・教育を行っております。加えて、他の保険会社の商品と当社の商品とを比較しやすくするためのお客さま向けの説明資料を作成し、乗合代理店に提供しております。
- 金融機関代理店においては、生命保険のみならず様々な金融商品を販売していることから、お客さまが他の金融商品と誤認しないよう、お客さま向け説明資料や教材を提供し、研修等を通じた指導・教育を行っております。また、商品の「見える化」による分かりやすさの追求、投資信託との比較等を企図し、積立利率や実質的な利回り、各種リスク・費用等についてまとめた募集補助資料も作成し、2019年度より提供を開始いたしました。
- なお、当社では、募集代理店におけるお客さま本位の業務運営に資する取組・体制整備等を評価し、更なる高度化を促進する観点から、代理店手数料の体系の見直しを実施いたしました。募集代理店における契約の継続状況に加え、代理店自身の管理体制の整備状況等の観点からも評価を行う体系としております。
- また、お客さま向けにその体系や考え方を当社オフィシャルホームページ上に掲載いたします。

方針 5. 保険金・給付金等のお支払等

- (1) 当社は、お客さまのご加入されている生命保険商品の内容や保険金・給付金等の支払事由に該当する可能性のある事象について、定期的にお客さまにご確認いただくとともに、お客さまのライフサイクルに応じた情報提供や保障見直しのご提案を行うよう努めてまいります。
- (2) 当社は、効率的な事務体制の構築やお客さまへのご説明の充実を通じ、お客さまにとって分かりやすく利便性の高いお手続きを実現するとともに、正確かつ迅速に保険金・給付金等をお支払いするよう努めてまいります。

具体取組

1. 契約継続中の情報提供等

- 当社は、お客さまへの定期的なアクセスを通じご契約内容をご説明するとともに、保険金・給付金等のご請求やライフサイクルの変化に応じた保障の見直し、その他必要なお手続き等をもれなくご案内するため、営業職員・サービスパートナーによる「大樹生命安心さぽーと活動」を行っております。当活動では、携帯端末「ミレット」を活用しながら、お客さまのご契約内容等について分かりやすくご説明しております。また、当活動に加えて、90歳以上のお客さま（契約者さま、被保険者さま）に対しては、毎年、現在の状況等に関する確認も行っております。
- また、年1回「大樹生命からのお知らせ」（現在ご加入しているご契約内容等をお知らせする通知）をお送りしているほか、当社オフィシャルホームページのご契約者さま専用サービス「大樹生命マイページ」でも、ご契約内容の照会やご登録内容の変更、書類のご請求などのお手続きができるよう対応しております。なお、ご契約内容に関する情報を、契約者さまと同等の範囲内で、事前にご登録いただいたご家族の方に開示することができるサービス（「ご家族登録制度」）もご提供しております。
- その他の情報提供として、保険金・給付金のご請求を確実に行っていただけるよう「保険金・給付金のご請求手続きとお支払いについて」というガイドブックを契約者さまに配布するとともに、当社オフィシャルホームページにも全ページを掲載し、常時ご参照いただけるよう対応しております。また、「指定代理請求人」（三大疾病保険金等について、受取人が請求できない特別な事情があるときに、受取人に代わって請求を行うことができる）が未指定の場合には、ご指定をお勧めするなどの取組も行っております。

2. 保険金・給付金等の支払に関する体制整備

- 当社は「診断書情報解析システム」「査定業務ガイダンスシステム」を導入し、お客さまからご提出いただく診断書をデータ化するとともに、お客さまのご契約情報と合わせて解析することにより、適正・迅速なお支払いの実現に努めております。また、一定の条件を満たす給付金のご請求については、診断書に代えて診療明細書等によるご請求を可能にするなど、ご提出書類の簡素化にも取り組んでおります。一方、支払査定のための医学的・法務的専門知識を有する人材の育成も行っております。
- また、2015年10月から、先進医療の中でも特に治療費が高額な重粒子線治療および陽子線治療について、先進医療給付金を当社が医療機関に直接支払うサービスを開始することで、お客さまの治療費に関するご負担を軽減するとともに、安心して治療に専念していただける取組を開始しました。
- さらに2017年4月からは、死亡保険金の請求手続とあわせて、公的機関への届出や相続等、お客さまがお亡くなりになった際に必要となる広範な手続についてトータルでサポートする「大樹生命ご遺族さぽーと」サービスを開始しております。

方針 6. サービスチャネルの構築

当社は、生命保険商品の募集、ご加入後の情報提供・お手続き等のお客さまサービスを迅速かつ適切に行うべく、フェイス・トゥ・フェイスでのサービスを中心とし、営業職員その他さまざまなサービスチャネルの構築・発展に努めてまいります。

具体取組

- 当社は、フェイス・トゥ・フェイスのお客さまサービスを担う営業職員、お客さまのアフターフォローを専門的に担うサービスパートナーを全国の営業部に配置しているほか、お客さまと多くの接点を構築するため、募集代理店、金融機関代理店等のサービスチャネルを整備・強化しております。（2019年4月1日時点で、全国に営業部（営業室）441カ所、募集代理店数*1 152、金融機関代理店数（商品取扱）44）
*1…窓販共募の金融機関別働体代理店を除く
- また、当社オフィシャルホームページ、コールセンター（「お客様サービスセンター」）等を通じた情報提供体制も整備しております。
- 加えて、お客さまのライフスタイル多様化などにより、営業職員による訪問サービスを十分に提供できていないお客さまを対象に、お電話と訪問により契約内容のご確認や給付金の請求サポート等の「安心さぽーと活動」を専門に行う新チャネルの試行を開始しました。2018年4月より、東京都の一部のお客さまのフォローを行っています。

方針 7. お客様の声を経営に活かす取組

当社は、お客様のご要望に、誠実かつ迅速にお応えするとともに、お客様の声を大切にし、学び、業務運営の改善に努めてまいります。

具体取組

- 当社は、お客様から寄せられたご意見、ご要望、ご不満等を「お客様の声」として真摯に受けとめ、一人ひとりの「お客様の声」に、誠実かつ迅速にお応えするよう努めております。
- 具体的には、コールセンター（「お客様サービスセンター」）や全国の営業拠点等に寄せられた「お客様の声」を分析し、問題点や課題点を整理したうえで、役員・部長等をメンバーとする「お客様の声による業務品質向上会議」において、お客様サービスの向上に資する具体策を審議しております。なお、当会議では「お客様本位の業務運営に係る取組内容」に関する審議も行っており、審議結果については、適宜、経営会議等において報告・共有化を図っております。
- 更に、当社の生命保険商品や事務・サービスに関する評価・ご意見をいただく「お客様満足度調査」を実施するとともに、弁護士や学識経験者、消費生活アドバイザー等から保険金等のお支払手続きを中心とした事務・サービス全般ならびにお客様向けの説明資料等に関するご意見をいただく「保険金等支払審議会」を開催するなど、お客様サービスの更なる向上に努めております。
- 加えて、企業の苦情を中心としたお客様対応に関する国際標準規格である「ISO10002（品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針）」への適合宣言を実施しており、当該規格に準拠し、お客様の声を踏まえた継続的なお客様サービス改善に取り組む中で、「消費者志向宣言」を公表しております。

方針 8. 資産運用

当社は、将来の保険金・給付金等を確実にお支払いするため、安全性・収益性・流動性に加え、公共性を勘案した資産運用に努めてまいります。

具体取組

- 当社では、インカム収益及び資本の安定的拡大を目指してALM（アセット・ライアビリティ・マネジメント）型運用を行っております。具体的には、確定利付資産により保険負債に応じた運用を行う部分をポートフォリオの中核とし、リスク許容度の範囲内で保険負債と異なる通貨建の確定利付資産、並びに株式、不動産等への分散投資を行っております。
 - リスク管理面では、適正なポートフォリオを構築することを資産運用リスク管理の基本方針とし、運用戦略がリスク許容度の範囲内にあることをチェックし、リスクとリターンのバランスを定期的にモニタリングすることで、資産の安全性・健全性を確保しつつ、中長期的な安定収益の確保にも努めております。
 - 機関投資家の役割がますます重要になっている中、当社では、「責任ある機関投資家」の諸原則《日本版スチュワードシップ・コード》の受け入れを表明しております。株式投資にあたっては、企業の収益性、安全性、成長性等を基準に投資判断を行い、投資先企業との建設的な対話を行うことで、投資先企業の企業価値向上を通じて中長期的に投資収益を得ることを目指しております。
 - また、機関投資家として社会的責任を果たす中で進めている多様な投資案件への取組の一環として、ESG投資*を行っております。今後も資産運用を通じて社会や環境により良い影響を及ぼし、社会全体の健全な発展に貢献してまいります。
- * ESG投資：環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）に関する情報を考慮した投資。

方針 9. 利益相反の適切な管理

当社は、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・管理するための体制を整備し、維持・改善に努めてまいります。

具体取組

（利益相反の管理）

- 当社では、「利益相反管理基本方針」を定め、保険業法および金融商品取引法等を踏まえ、お客さまとの取引に伴う利益相反により、お客さまの利益を不当に害することのないよう、法令および当社規程等を遵守し、適切に業務を管理・遂行しております。
- 具体的には、他の部門から独立した利益相反管理統括部門および利益相反管理統括者を設置し、対象取引の特定および管理を一元的に行うとともに、利益相反管理態勢の適切性と有効性を定期的に検証・評価し、適宜改善しております。また、利益相反管理について定められた法令および社内規則等を遵守するため、役職員等を対象に教育・研修等を行っております。
- 法人営業部門と資産運用部門を分離し、取引関係の有無に関わらず、資産運用部門が独立して投資判断を行う態勢を構築しており、投資先に対する議決権行使についても、資産運用部門が独立して判断を行っております。また、議決権行使に係る利益相反を適切に管理すること等を目的に「スチュワードシップ活動推進会議」を設置しており、重要議案（※）については事前に協議しております。
（※）保険取引が多い企業や代理店として保険販売が多い企業等の議案で国内株式議決権行使規程に定める基準に該当した議案

（代理店に募集委託をする場合）

- 複数の保険会社の商品を扱う乗合代理店においては、お客さまにご提案・推奨する商品の選定に関し、代理店手数料の多寡や元受保険会社との系列関係等による影響を受ける可能性があります。
- このため、当社は、募集代理店に支払う代理店手数料の水準は、当社の経営の健全性確保および募集代理店による保険募集の公正の確保に留意したうえで、適切な設定を行っております。なお、市場リスクのある特定保険契約（ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客さまのご負担となる投資性の強い商品）と投資信託等を比較して募集することが多い金融機関代理店に対しては、代理店手数料を記載したお客さま向けの説明資料を適宜提供しております。
- また、乗合代理店において、複数の保険会社の商品の中から、系列関係等にある特定の保険

会社の商品をお客さまにご提案・推奨する場合には、そのための社内規則の整備ができているか、また実際にその理由をお客さまに適切にご説明できているか等について、募集代理店の点検等を通じて定期的にモニタリングを行っております。

(当社が募集委託を受ける場合)

- 当社は、お客さまの多様なニーズにお応えできるよう、当社の生命保険商品に加え、他の保険会社から当社の商品ラインアップを補完する商品の募集を受託することを通じて、商品ラインアップの拡充に取り組むとともに、お客さまへの保険商品のご提案にあたっては、これらの商品ラインアップからお客さまのご意向に対応した最適な商品をご提案できるよう努めております。

方針10. 方針の浸透に向けた取組

当社は、当社職員があらゆる業務運営においてお客さま本位で行動していくための給与・研修体系等の整備および当方針の浸透に向けた取組を進めてまいります。

具体取組

1. 業績評価体系

- 当社は、営業職員の業績評価について、保険募集だけでなく、例えば、ご契約の継続状況やご加入後の定期訪問といった、お客さまサービスのご提供といった要素も盛り込んだ多面的な業績評価体系を構築するよう努めております。また、販売促進施策についても、過度な内容・水準とならないよう、社内ルールを設定しております。

2. 当社職員への研修・教育

(研修・教育)

- 当社は、多様化するお客さまのニーズにお応えするため、営業職員が、生命保険商品に関する専門知識に加え、社会保障制度や相続・税務・金融全般に関する幅広い知識を習得することを目的とした教育・研修を行っております。また、お客さまのご意向に対応した商品提案ができるスキル等の向上を目的として、生命保険商品・付帯サービスに関する研修や、商品提案のロールプレイング等のスキル研修等を行っております。

(理念・方針等の浸透)

- 当社は、「経営理念」や「お客さま本位の業務運営に関する方針」の浸透に向け、会議・研修等において役員が職員に語りかけることに加え、全役職員が携行する「コンプライアンス・カード」に経営理念を記載し、その理念を分かりやすいメッセージ形式とした「お客さまとともに」を朝礼等で唱和する等の取組を行っております。
- また、今後は、お客さま本位の業務運営のより一層の推進に向け、経営会議・取締役会への必要な報告を行い、取組内容については定期的な更新・公表を行ってまいります。

※ 記載内容は、特段の記載がない限り、2019年4月現在の状況を記載しております。また、生命保険商品・付帯サービス等はすべて概要を説明したものであり、当社生命保険商品へのご加入のご検討、あるいは付帯サービス等のご利用にあたっては、必ず最新の情報をご確認ください。

以上

募集代理店手数料体系の 考え方について

当資料は、『お客さま本位の業務運営に関する取組内容』のうち「方針4. 代理店への募集委託」においてホームページ上に掲載することとしているものです。

2019年6月



大樹生命保険株式会社

I . 募集代理店手数料の考え方	P . 3
II . 募集代理店手数料体系の全体像	P . 4
III . 評価項目解説	
1. 代理店種別	P . 5
2. 品質ランク	P . 6
IV . 品質ランクの構成	P . 12
V . 実効性を高める取組	P . 13

I. 代理店手数料の考え方

当社が募集代理店に求める理想像

- ▶ 当社は、「まごころと感謝の気持をもって、常に契約者に対する最善の奉仕に徹する」という経営理念に則り、お客さまが真に求める生命保険商品・付帯サービスを提供し、お客さまに対する長期にわたる保障責任を全うし続けるため、あらゆる業務運営においてお客さま本位で行動するよう努めることを、「お客さま本位の業務運営」の方針としています。
- また、CSR経営宣言においては、役職員一人ひとりが企業人としての自覚と責任を持ち、法令・社会規範の遵守、適切なリスク管理、適時適切な情報開示を通じて、社会の信頼に応える公正・透明な企業経営を行うことを掲げています。
- したがって、当社が保険募集等を委託している代理店（以下、募集代理店といいます）においても、当社商品の販売やアフターフォローにおいて、募集代理店自身がその理念に共感し、自律的にその理念を実現する姿を理想像としています。

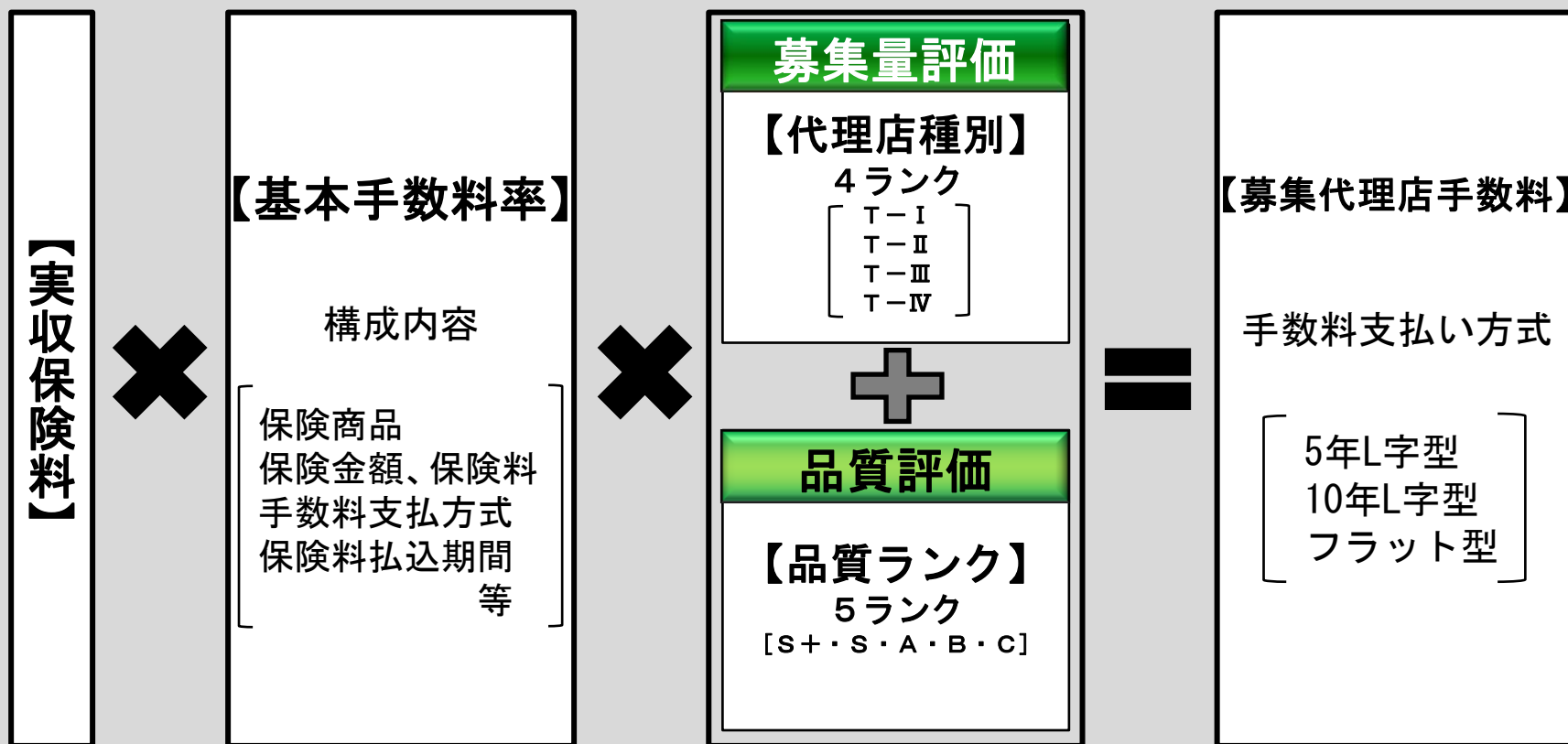
2019年度募集代理店手数料規程の改定

- ▶ 当社は、上記の理想像の安定的な実現に向け、募集代理店に支払う手数料（以下、「募集代理店手数料」といいます）に関して、2019年4月に募集代理店手数料規程の改定を実施いたしました。
- 上記の当社「お客さま本位の業務運営」方針にもとづき、募集代理店における「お客さま本位の業務運営」に対する取組みや、それを実現するための体制整備状況を適切に評価する趣旨から、募集代理店の「コンサルティングやアフターフォローの状況」、「募集代理店自身の経営管理体制の整備状況」等の観点を含めた評価を行う体系としています。

Ⅱ. 代理店手数料体系の全体像

- 当社の募集代理店手数料は、募集代理店における「お客さま本位の業務運営」に対する取組や、それを実現するための体制整備状況を適切に評価することで、募集代理店の取組みやその態勢の高度化を後押しする体系となっています。
- なお、当社には、募集代理店手数料のほかに当社の特定商品の販売量に偏った上乘せ報酬等の支払いはありません。

<代理店手数料体系イメージ>



Ⅲ. 評価項目解説

1. 代理店種別

➤当社の募集代理店手数料は、募集量を評価する「代理店種別」による掛け率と、品質を評価する「品質ランク」による掛け率の合計を、「基本手数料率」に乗じて手数料を算出する体系としています。

手数料率

=

基本手数料率

×

代理店種別
(募集量評価)

+

品質ランク
(品質評価)

1. 代理店種別

■募集代理店における査定期間中の当社商品に係る「募集量（新契約年換算保険料）」で査定し、その結果で「代理店種別」を判定します。

査定時期	・ 年1回、毎年5月 (4月～翌年3月を査定期間とし、翌年5月～翌々年4月に新代理店種別を適用)
------	---

＜代理店種別 査定基準＞

代理店種別	新契約 年換算保険料
T－Ⅰ	1,000万円以上
T－Ⅱ	600万円以上
T－Ⅲ	200万円以上
T－Ⅳ	200万円未満

2. 品質ランク

■ご契約の継続状況に加え、募集・お客さま管理体制や代理店としての経営管理体制の整備状況等を評価する項目として品質ランクを新設しました。

評価項目		評価の意味合い
①	継続率	●ご加入から1カ年、2カ年経過時点でのご契約の継続状況を判定・評価することで、ご加入時点のお客さまニーズにもとづいた保険販売がなされているかを事後的に評価
②	共通自己点検	●コンプライアンス・内部管理に関する品質および取組結果を評価することで、法令・社会規範の遵守、適切なリスク管理、適時適切な情報開示を通じて、社会の信頼に応える公正・透明な企業経営を行う」という当社のCSR経営宣言に沿い、お客さまにとって最適なサービスをご提供いただける体制となっているかを評価
③	方針提示	●募集代理店における「お客さま本位の業務運営」に対する取組を推進する観点から、募集代理店の「お客さま本位の業務運営に関する方針」の策定・掲示状況を評価
④	組織・陣容	●募集代理店自身で掲げた「お客さま本位の業務運営に関する方針」を実効的に経営へ反映するための組織体制が整備されているかを評価 ●当項目は募集人※1100名以上在籍の大型代理店のみ評価判定を実施

※1 募集人とは、大樹生命にて「募集人登録」されている人のことを指します。

- 品質ランクは、当社として募集代理店に最低限目指していただきたい水準（標準ランク）である「A」を中心とし、「S+」～「C」の5段階のランクで評価を行います。
- ランク要件はいずれも「かつ」要件としています。

査定時期	・ 年1回、毎年5月 (4月～翌年3月を査定期間とし、翌年5月～翌々年4月に新品質ランクを適用)
------	---

		継続率		共通 自己点検	方針提示	組織・陣容	注	
		13ヶ月目	25ヶ月目					
		P.7参照						P.8参照
品質 ランク	S+	92%	かつ	87%	未解決 不備なし	お客さま本位 推進組織設置	募集人※1100名以上の 場合に限る	
	S					お客さま 本位体制 策定・揭示		—
	A							—
	B	90%	かつ	85%		—		—
	C	Bランク要件のうち、いずれかの項目が未達成の場合						

※1 募集人とは、大樹生命にて「募集人登録」されている人のことを指します。

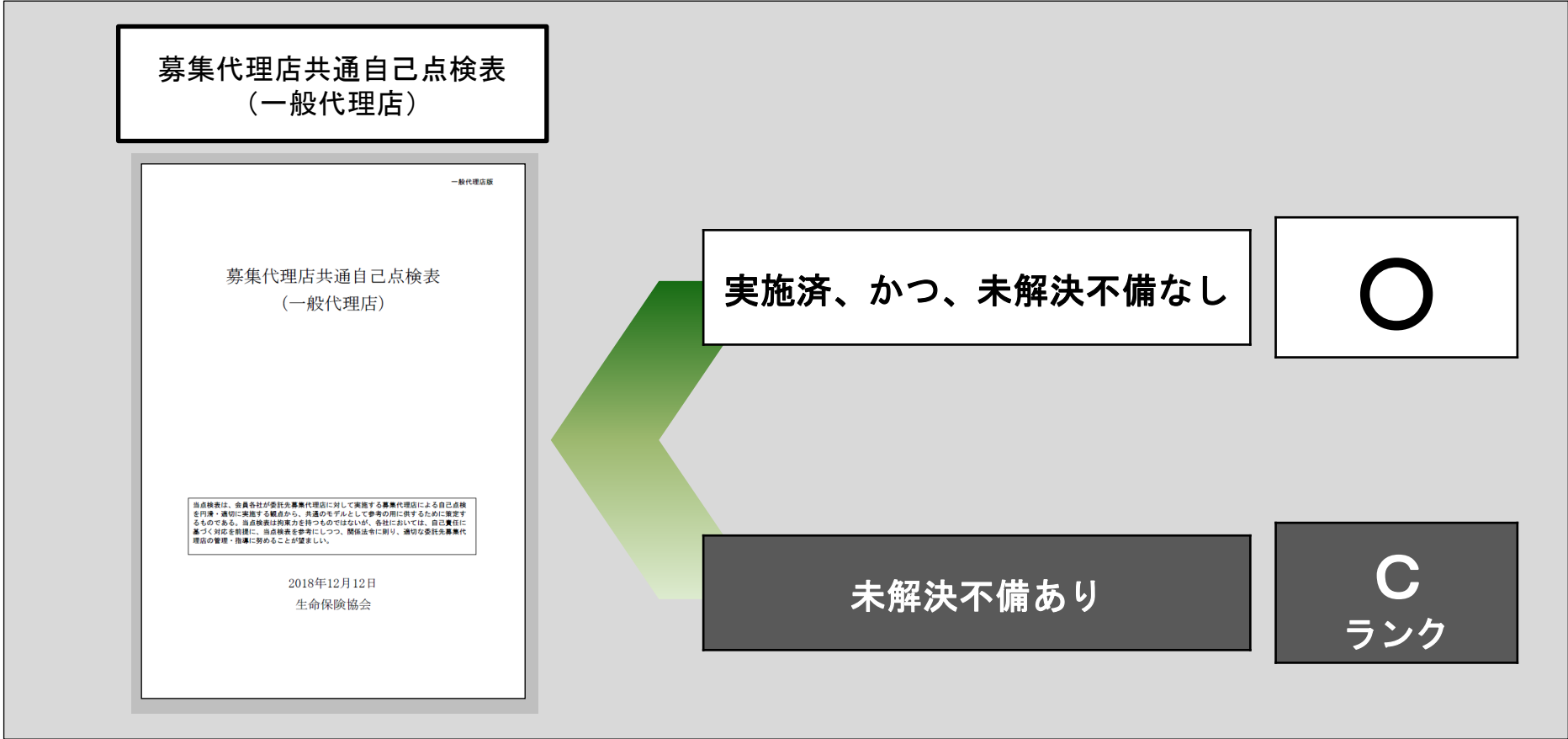
■募集代理店のコンサルティングやアフターフォローの状況を、13ヶ月目および25ヶ月目における契約の継続状況で判定します。

査定基準	・13ヶ月目が「92%以上」かつ25ヶ月目が「87%以上」の場合は「S+・Sランク」水準と判定 ・13ヶ月目が「90%以上」かつ25ヶ月目が「85%以上」の場合は「A・Bランク」水準と判定 ・13ヶ月目が「90%未満」もしくは25ヶ月目が「85%未満」の場合は「Cランク」水準と判定
------	---

継続率の算出方法		判定水準					
分母に含まれる契約のうち 該当の月数※1時点での 保有保険料残高の総額 継続率 = ＝ × 100% 査定対象期間に該当の月数が 到来する新契約の保有保険料 元高の総額 ※1 該当の月数とは13ヶ月目もしくは25ヶ月目を指します。		<table><tr><td>13ヶ月目</td><td>25ヶ月目</td></tr><tr><td>92%以上</td><td>かつ 87%以上</td></tr></table> ※2 S+ランクは100名以上の大型代理店に限る	13ヶ月目	25ヶ月目	92%以上	かつ 87%以上	S+※2・S ランク水準
	13ヶ月目	25ヶ月目					
92%以上	かつ 87%以上						
	<table><tr><td>13ヶ月目</td><td>25ヶ月目</td></tr><tr><td>90%以上</td><td>かつ 85%以上</td></tr></table>	13ヶ月目	25ヶ月目	90%以上	かつ 85%以上	A・B ランク水準	
13ヶ月目	25ヶ月目						
90%以上	かつ 85%以上						
	<table><tr><td>13ヶ月目</td><td>25ヶ月目</td></tr><tr><td>90%未満</td><td>または 85%未満</td></tr></table>	13ヶ月目	25ヶ月目	90%未満	または 85%未満	C ランク	
13ヶ月目	25ヶ月目						
90%未満	または 85%未満						

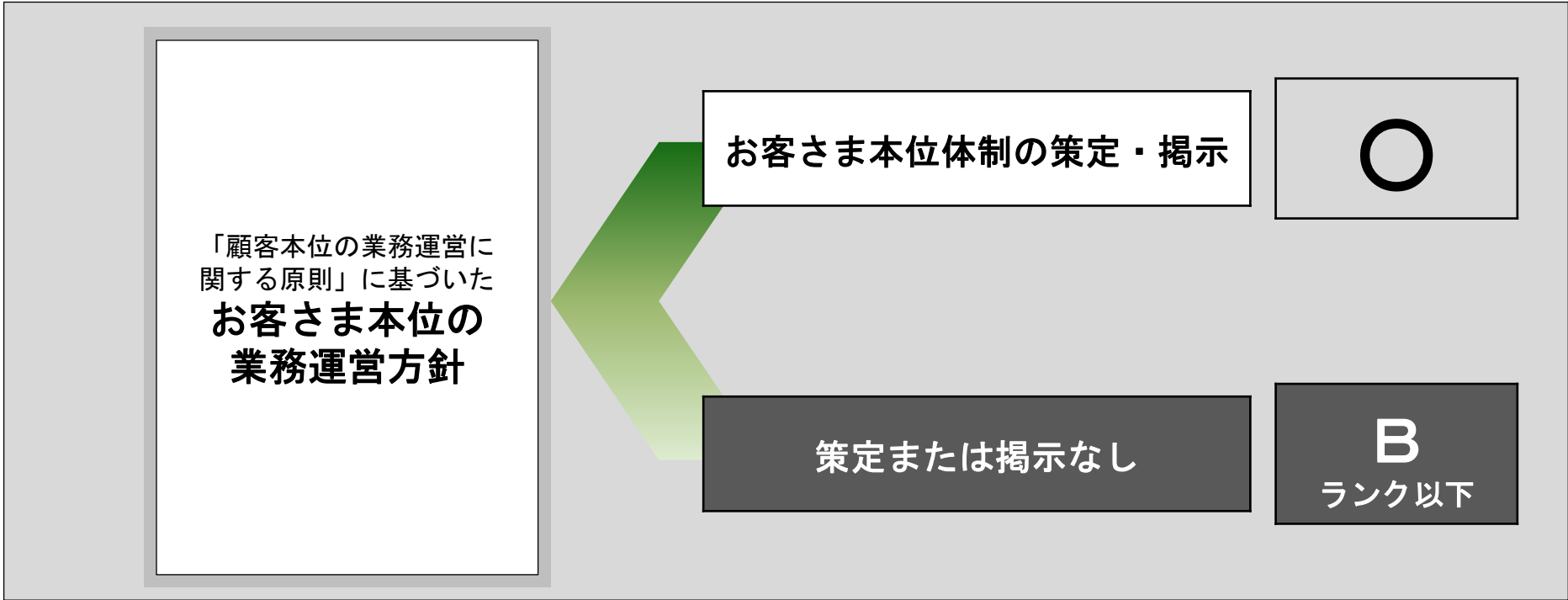
- 募集代理店のコンプライアンス・内部管理に関する品質および取組結果を評価します。
- 生保協会の「募集代理店共通自己点検表（一般代理店）」を用いた代理店自己点検を実施し、検知した不備について、全て解決されているかで判定します。

査定基準	・ 「実施済、かつ、未解決不備なし」の場合 “○” と判定 ・ 未解決項目がある場合は 「Cランク」 と判定
------	--



- 「お客さま本位の業務運営」に対する取組や、それを実現するための体制整備状況等を評価するため、募集代理店における「お客さま本位の業務運営に関する方針の策定・提示」を評価します。
- 募集代理店が金融庁より公表されている「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し、取組方針を策定し、掲示しているかをもって判定します。

査定基準	・ 策定した方針が募集代理店事務所内に掲示されている場合 “○” と判定（募集代理店のホームページ等への掲載も可） ・ 方針を策定していない、または策定した方針を募集代理店の事務所内やホームページ等に掲示していない場合は「Bランク以下」と判定
------	---



- 募集代理店が、策定した「お客さま本位の業務運営に関する方針」を実行し、PDCAを回して実効的に経営へ反映していくための組織を設置しているかをもって評価します。
- 当項目は多くの募集人に対し教育等を徹底する体制を設けているかを評価する観点で設定しているため、大型代理店（募集人※1100名以上）のみ適用します。

※1 募集人とは、大樹生命にて「募集人登録」されている人のことを指します。

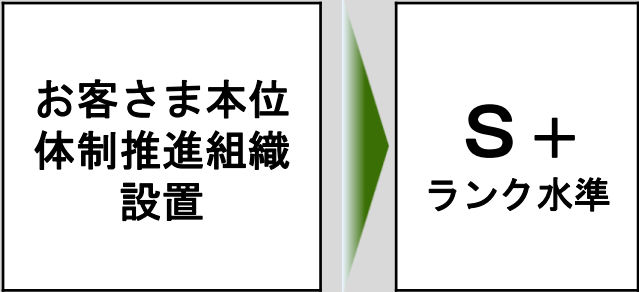
査定基準	・ 組織図等を確認し、「お客さま本位体制推進組織」が設置されていれば「S＋ランク」水準と判定
------	--

＜「お客さま本位体制推進組織」の考え方＞

- ☐ 自社の募集人に対し、保険募集や金融業務に関する専門知識の教育を行う組織
- ☐ 保険契約や保険募集に関する業務の内容に関する教育指導を行う組織
- ☐ お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反の可能性がある取引）を適切に把握・管理するための業務を行っている組織
- ☐ お客さまから寄せられたご意見、ご要望、ご不満等を「お客さまの声」として収集・分析している部門また、社内で共有することで業務運営への反映を促す業務を行っている組織
- ☐ 自社の内部監査、コンプライアンス管理、情報セキュリティ管理等を実施する組織
- ☐ お客さま本位体制に関する宣言を踏まえた、報酬・業績評価体系を策定する業務を行っている組織

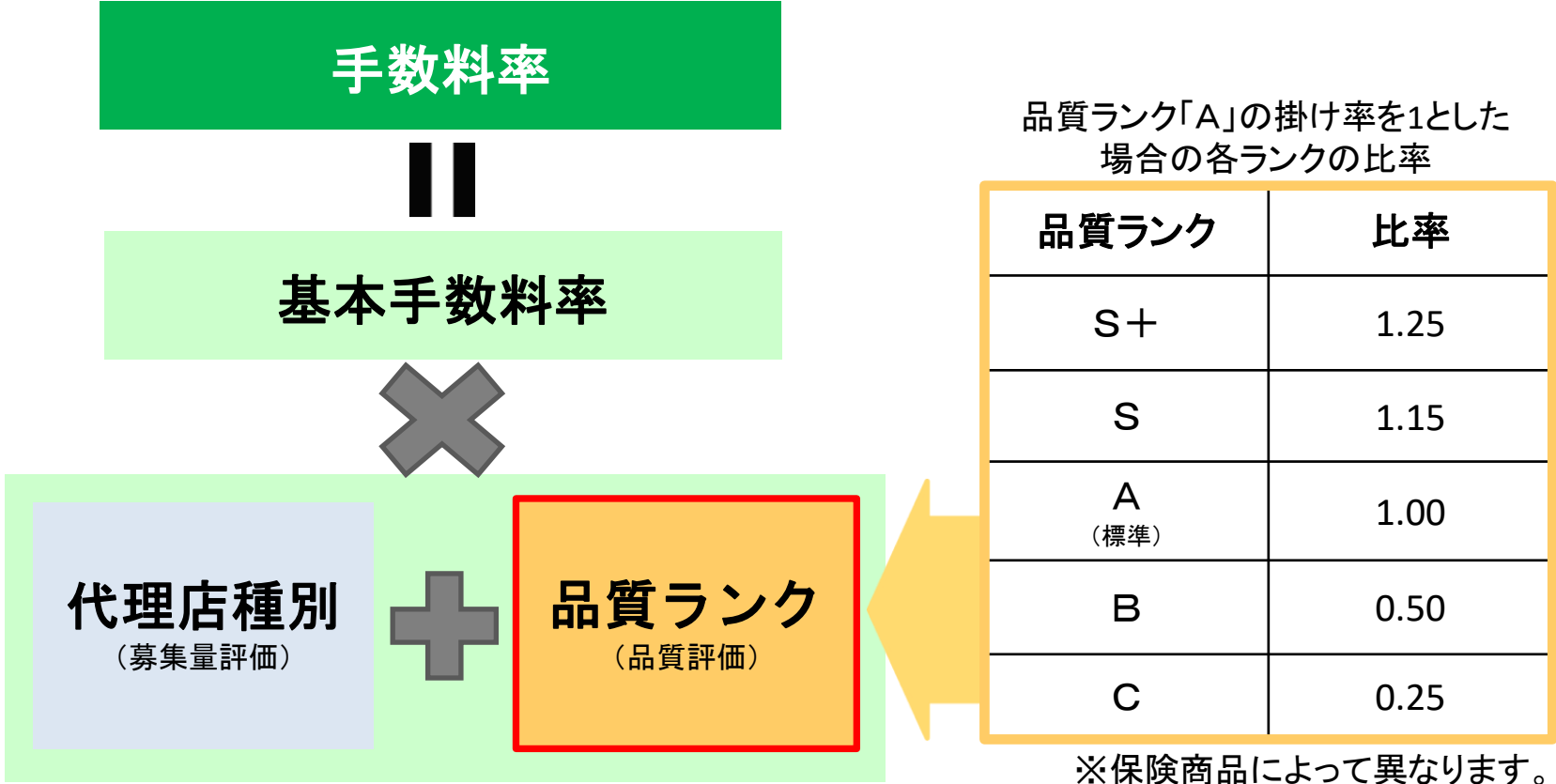
＜組織例＞

営業教育部、コンプライアンス統括部、お客さまサービス部、
監査部、情報資産管理室 等



IV. 品質ランクの構成

- 手数料率は「基本手数料率」・「代理店種別」・「品質ランク」の3つの項目で構成されます。
- 「代理店種別」によって定まる割合と「品質ランク」によって定まる割合は募集代理店ごとに異なりますが、「品質ランク」によって定まる割合が25%程度となる募集代理店が大半となる想定です。
- また、標準的な水準である「A」の掛け率を1とした場合、「S+」～「C」までの各品質ランクの掛け率の比率は、保険商品によって最大1.25～0.25の差異が生じます。



V. 実効性を高める取組

■当社は、今般の募集代理店手数料体系の見直しの実効性を高めるため、次の取組を実施いたします。

取組		概要
①	品質評価に係る 妥当性の検証	・品質評価のうち募集代理店からの報告内容によるものについては、 サンプル調査等を実施し 、評価の妥当性を検証する
②	経営層の参加する会 議への報告	・当社の募集代理店教育・指導に係る取組内容・結果について、 経営層の参加する会議へ報告し 、今後の当社取組みへ反映す
③	振り返りの実施、 ならびに募集代理店 との共有	・当社の募集代理店教育・指導に係る取組内容・結果について、「お客さま本位の業務運営」を鑑みた振り返りを実施する ・品質ランク分布や好取組事例等を当社の募集代理店向け資料に掲載のうえ配布する等、募集代理店と情報共有する
④	募集代理店との 意見交換を通じた、 「お客さま本位の 業務運営」の推進	・募集代理店との意見交換を実施し、当社や募集代理店における「お客さま本位の業務運営」を推進する