

2021年5月31日

「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく 2020年度の取組み概況について

MS&ADインシュアランスグループの三井住友海上プライマリー生命保険株式会社（社長：永井泰浩）は、「お客さま第一の業務運営に関する方針」（以下、「本方針」という）に基づく2020年度の取組み概況を取りまとめましたので、お知らせいたします。

2020年度は、お客さま、金融機関代理店、当社を取り巻く環境が急速に変化する中、多様化するお客さまニーズにお応えする商品ラインアップの充実を図ったほか、わかりやすい募集資料・帳票の作成、金融機関代理店と協働したお客さまへのアフターフォロー、販売担当者に対するオンライン研修等を積極的に推進しました。

これらの具体的な取組みについて、より多くのお客さまにわかりやすくお伝えする観点で本資料を作成し、取組みを客観的に評価する成果指標（KPI）とともに公表いたします。

当社は、MS&ADインシュアランスグループが掲げる「経営理念（ミッション）」、「経営ビジョン」、「行動指針（バリュー）」のもと、一人ひとりのお客さまの声を真摯に受けとめ、本方針に基づく取組みの一層の充実に引き続き努めてまいります。

＜関連ニュースリリース＞

「お客さま第一の業務運営に関する方針」の策定について（2017年6月29日）

https://www.ms-primary.com/news/pdf/2017/20_2017_0003.pdf

「お客さま第一の業務運営に関する方針」の取組み状況（2019年度末概況）等の公表について（2020年5月28日）

https://www.ms-primary.com/news/pdf/2020/20_2020_0004.pdf

＜本件に関するお問い合わせ先＞

三井住友海上プライマリー生命保険株式会社 経営企画部 広報担当 電話 03-3279-9001

Mitsui Sumitomo Primary Life

三井住友海上プライマリー生命

Mitsui

三井住友海上プライマリー生命

お客さま第一の 業務運営に関する方針

Mitsui Sumitomo Primary Life

三井住友海上プライマリー生命

三井住友海上プライマリー生命

2020年度の取組み概況

2021年5月31日

三井住友海上プライマリー生命保険株式会社

MS&AD INSURANCE GROUP

はじめに

- 「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく2020年度取組み状況について取りまとめましたので、客観的に評価する成果指標（KPI）とともに公表いたします。

<もくじ>

方針 1	お客さまに対する三井住友海上プライマリー生命の想い		P.2
方針 2	お客さまにとって最善な商品・サービスの提供		P.3
方針 3	お客さまにとってわかりやすい情報の提供		P.5
方針 4	お客さま視点に立ったアフターフォローの実施		P.8
方針 5	「お客さまの声」を経営に活かす取組み		P.10
方針 6	利益相反の適切な管理		P.12
方針 7	お客さま第一の考えに基づいた業務運営の実践		P.12
	新型コロナウイルスの感染拡大に対する当社取組み		P.13

方針1 お客さまに対する三井住友海上プライマリー生命の想い【お客さま視点に立った業務運営】

- 当社は、MS & ADインシュアランスグループが掲げる「経営理念（ミッション）」、「経営ビジョン」、「行動指針（バリュー）」のもと、**常に「お客さま第一」の考えに立った業務運営**を行っており、「お客さまから選ばれ支持される会社」として成長し続けるため、「お客さま第一の業務運営に関する方針」を定め、取り組んでいます。
- 方針1においては、「プライマリー」には「基本的な、最初の、第一位の、主要な」という意味があること、また、『基本』に忠実な会社であり、**常に『お客さま第一』『お客さま基点』という原点に立つ会社でありたい**という当社社名に込めた想いを掲げています。その想いの実現に向け、**方針2～7に基づき、具体的な取組みを推進**しています。

<当社方針と金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の対応関係>

原則1 方針1：お客さまに対する三井住友海上プライマリー生命の想い

原則2・6

方針2：お客さまにとって最善な商品・サービスの提供

- お客さまニーズにお応えできる商品・サービスの提供
- お客さま対応品質の向上

原則4・5・6

方針3：お客さまにとってわかりやすい情報の提供

- お客さま視点に立ったわかりやすい情報提供と保険募集の実践
- 募集品質の向上に向けた教育・研修

原則2・5

方針4：お客さま視点に立ったアフターフォローの実施

- 長期的な視点に立った契約後のアフターフォローの実践
- 保険金等の適切かつ迅速なお支払い

原則2 方針5：「お客さまの声」を経営に活かす取組み

- 「お客さまの声」を踏まえた業務改善の実践

原則3 方針6：利益相反の適切な管理

- お客さまの利益を不当に害さない業務運営の実践

原則7 方針7：お客さま第一の考えに基づいた業務運営の実践

- 「お客さま第一」の考え方の定着と業務運営を実践する企業文化の醸成

当社方針

金融庁原則

※ 金融庁原則の詳細につきましては、金融庁ホームページにてご確認ください（<https://www.fsa.go.jp>）。

方針 2

お客さまにとって最善な商品・サービスの提供 【商品ラインアップの拡充】

- 「介護」、「自助努力による資産形成」、「つかう」ニーズにお応えする商品を新たに開発し、**商品ラインアップの拡充**を図りました。
- お客さまの「外貨建商品でも円建てで運用成果を確保したい」等のニーズにお応えするため、ターゲット機能※を有した外貨建商品を提供・販売しています（「しあわせ、ずっと2」など）。2020年度は、為替水準が円安となったこと等により、**円建の運用目標値に到達した契約が増加し、多くのご契約者さまが運用成果を確保**することができました。

※ 解約払戻金の円換算額が、ご契約者さまが設定した運用目標値（一時払保険料の105%等）以上になった場合、外貨での運用から円建契約に移行し、運用成果を確保する機能。

<主な商品ラインアップ（2021年3月末現在）>

終身保険		年金保険	
外貨建		外貨建	円建
定額商品	一時払 しあわせ、ずっと2 「ふやす」「つかう」「のこす」機能を持った外貨建て終身保険	一時払 あしたの、よろこび2 お客さまが 人生100年時代を楽しみながら生きる ことをサポートする外貨建て年金保険	
	一時払 やさしさ、つなぐ ご家族に資産をつなぐ「生前贈与」と、生存給付金を自分で受取る「自分年金」の機能を持った終身保険※	一時払 みらい、そだてる 目標値を設定して円建てで 運用成果を自動確保 + 定期的に運用収益を得られる 定額年金保険	
	新商品 一時払 やさしさ、つなぐ^{プラス}介護 「やさしさ、つなぐ」に 介護保障特約を追加 した終身保険※	新商品 一時払 10年先へのプレゼント 運用成果によって 年金原資が上乗せ され、 一度増えた年金原資は減らない、ふやす楽しみ がある定額年金保険	
	一時払 おおきな、まごころ 死亡保障を大きく「ふやして」、ご家族に「のこす」ことができる外貨建て終身保険	平準払 あしたも 充実 毎月一定額の保険料を円で払込みいただき、外貨に換算して積み立てた年金原資をもとに、年金を受取ることができる外貨建て年金保険	
	新商品 一時払 自分で使える終身保険 死亡保障を大きく「ふやして」ご家族に「のこす」+「自由に引出して自分で使う」ことができる外貨建て終身保険		
変額商品	一時払 かがやまっつく2 目標値を設定して 運用成果を自動確保 できる変額終身保険	一時払 届く しあわせ 運用成果の自動確保 + 基本保険金額の100%を最低保証 （年金原資・死亡保険金）する変額年金保険	

※ 2021年4月1日商品改定し、お客さまが希望する任意の日に生存給付金支払日を指定できるアニバーサリー機能等を追加し、「やさしさ、つなぐ2」、「やさしさ、つなぐ+介護2」として販売中。

方針 2

お客さまにとって最善な商品・サービスの提供【コールセンターの取組み】

- コールセンター（お客さまサービスセンター）において、お客さまからのお申し出やお問い合わせに迅速・丁寧に対応できるよう、電話対応の品質向上に向けた取組みを推進しています。

<お客さまの声を反映した取組みの例>

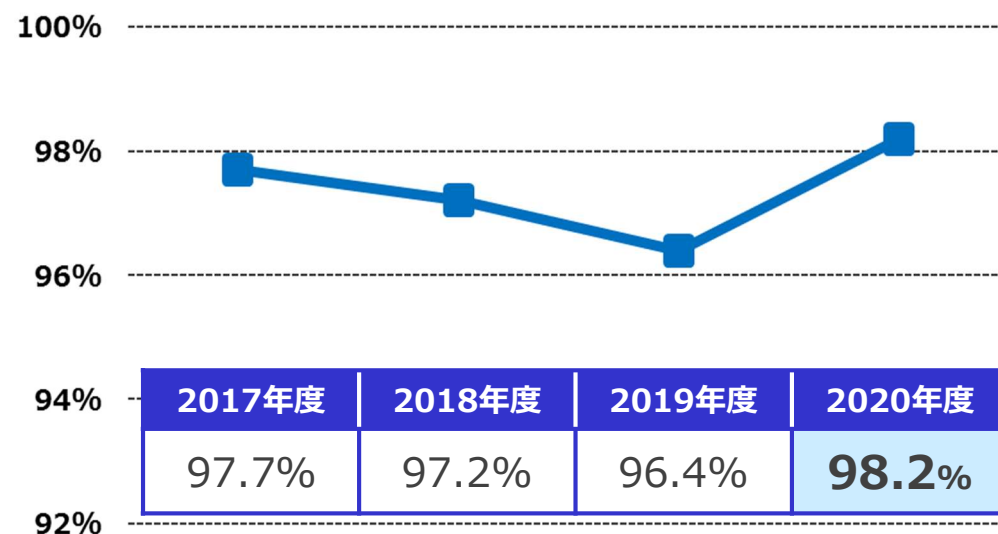
- 80歳以上のお客さまから、コールセンターにお電話をいただいた際、音声ガイダンスを介さず、直接オペレーターへ電話を接続する「ハートフルラインサービス」を導入しました。
- 聴覚・発話に障がいのあるお客さまを対象に、通訳オペレーターを介して、ご契約のお問い合わせ・お手続きの受付を行う「手話・筆談通訳サービス」を導入しました。

<電話対応の品質向上に向けた取組みの例>

- オペレーター向け社内研修において、これまで社員が担っていた対応品質向上に関する研修講師をAIが代替するセルフトレーニングシステムを導入しました。
- オペレーターがいつでも研修を受講できるよう、e-ラーニングコンテンツを拡充するなど、オンライン研修の環境を整備しました。

成果指標 (KPI)

電話対応時のわかりやすさに関する満足度



- 「わかりやすい」「まあわかりやすい」の割合。
- 2020年6月～7月・11月～12月に、電話で契約内容変更・名義変更等のお手続きをされたご契約者さまに対しアンケートを実施（回答数6,344件）。

方針3

お客さまにとってわかりやすい情報の提供 【わかりやすい募集資料と帳票の作成】

■ お客さまにとってわかりやすい募集資料や帳票の作成に取り組みました。

- 当社商品「しあわせ、ずっと2」の「契約締結前交付書面兼商品パンフレット」を全面改訂し、一般社団法人ユニバーサルデザイン協会（UCDA）による「見やすいデザイン」認証を取得しました。
- 「商品のポイント」に加え、「為替リスク」、「外貨運用」、「金利変動リスク」などの解説動画を、お客さまがスマートフォン等を通して、より簡易に視聴できるよう、商品パンフレットにQRコードを掲載しました。
- 「やさしさ、つなぐ」の申込書において、お客さまが記入する項目を少なくしたほか、契約内容によって異なる提出書類をわかりやすく表形式で掲載する等、お客さまの負担軽減と利便性向上を図りました。

お客さまにとってわかりやすい募集資料や帳票の一例

【UCDA認証】



見やすいデザイン



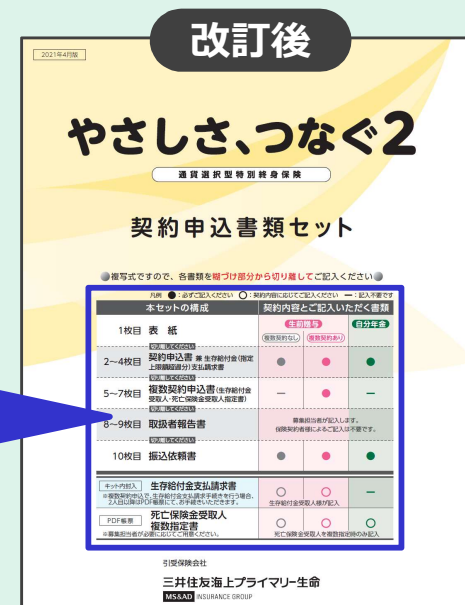
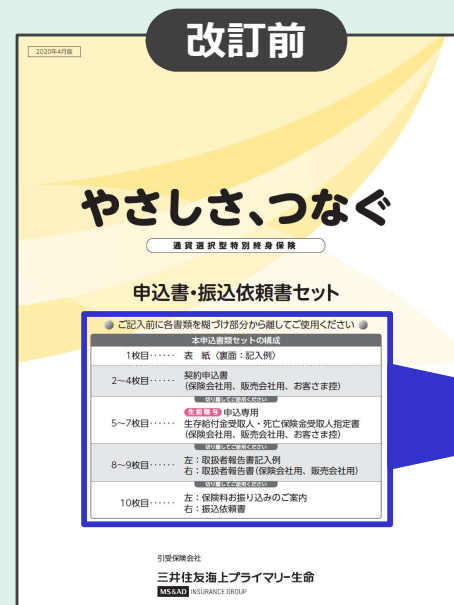
第三者認証

1F2011005(1)

【動画のQRコード掲載】



【申込書記入時の利便性向上】



ご契約内容によって異なる提出書類をわかりやすく表形式とすることで、お客さまが申込書をご記入いただく際の利便性向上を図りました。

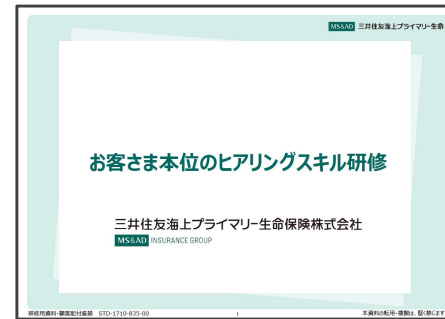
方針3 お客さまにとってわかりやすい情報の提供 【金融機関代理店向け研修・指導等の実施】

- 当社商品の販売に必要な業務知識やコンサルティングスキルの向上のほか、コンプライアンスや苦情未然防止などの「お客さま本位の業務運営」の実践を支援する研修を提供・実施しています。
- 金融機関代理店との定期的な意見交換や「お客さま本位の業務運営」の実施状況の確認、法令等を遵守した保険募集の実施に向けた指導や支援を通じ、金融機関代理店がお客さまのニーズ・ご意向等を踏まえた商品の提案・推奨を適切に行えるよう取り組んでいます。

<研修メニューの例>



具体的な苦情事例をもとに、苦情未然防止のノウハウを体感・習得するとともに、長期的な視点に立ったお客さまへのアフターフォローの重要性を学びます。



「お客さま本位の業務運営」で求められている、お客さまの想いやニーズを引き出すためのヒアリングスキルを身に着けます。

- 多様化するお客さまニーズにお応えするため、FP資格の積極取得を推進するなど、保険商品のみならず、金融商品全般に関する知識や、相続、贈与、税務などの知識を身につけた社員の育成に取り組んでいます。

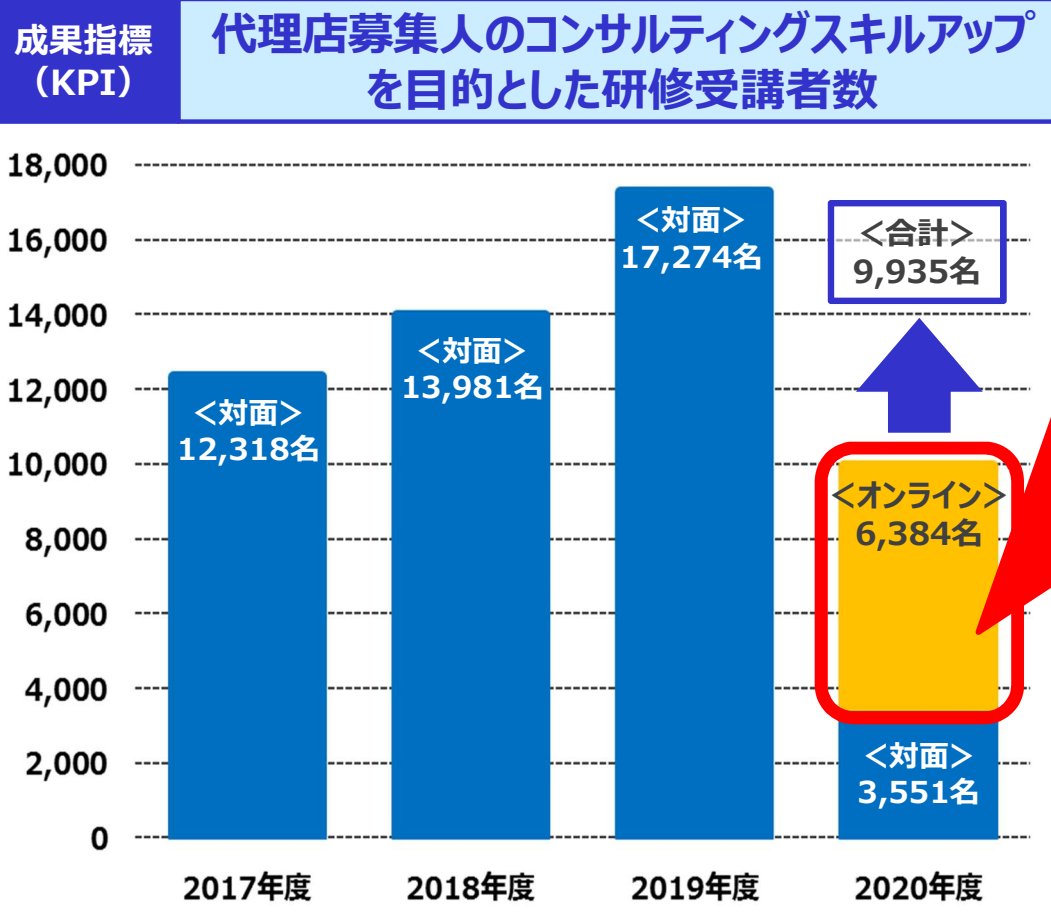
成果指標 (KPI)	FP資格を保有する当社社員数 (保有割合)	342名 (87.7%)
---------------	--------------------------	-----------------

- 2021年3月末時点のFP1級、FP2級、CFP、AFP保有者数
- 2020年3月末時点との対比+22名
- 2021年3月末時点における当社社員数：390名（派遣社員等を除く）

方針3 お客さまにとってわかりやすい情報の提供 【販売担当者向けオンライン研修等の積極推進】

- 2020年度の金融機関代理店向け研修では、コロナ禍において対面による研修の多くが中止になる中、**オンライン研修を積極的に推進**することで、**販売担当者のコンサルティング力の向上や知識・スキルの習得を積極的に支援**しました。

- 全国の販売担当者が自由に参加できる**オープン型研修「プライマリーLIVE」**の運営
- 自由な時間に学べる**オンライン学習サイト「プライマリー・デジタルナレッジ」**の開設
- 最新のデジタル機器等を導入した**映像配信スタジオ「PRIMARY CREATIVE STUDIO」**の新設



- 当社の教育センター部が主催した研修を受講した金融機関代理店の販売担当者の数

オンライン研修等の積極推進



【プライマリーLIVE】

販売担当者が研修テーマを選択して自由に参加することができるオープン型の研修



【プライマリー・デジタルナレッジ】

当社商品に関する知識のほか、社会保障制度・税制・相続・年金などの基礎知識などを自由な時間に“手軽に学べる”オンライン学習サイト



【PRIMARY CREATIVE STUDIO】

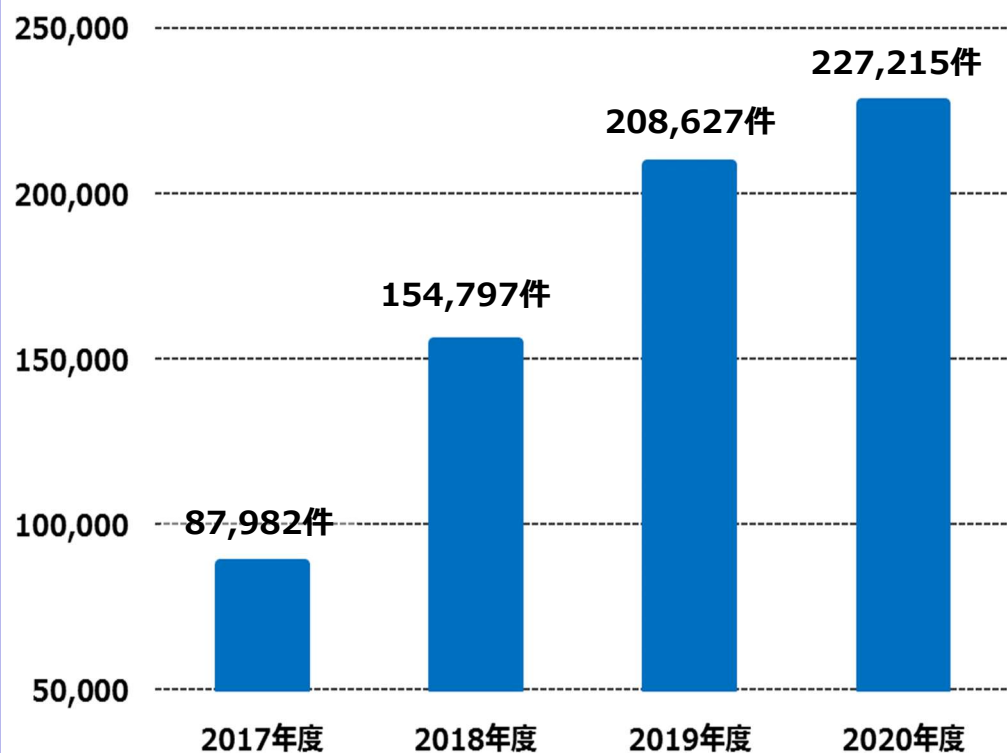
ライブ映像の配信や動画制作等が可能な映像配信スタジオを新設し、販売担当者へのオンライン研修や金融機関代理店が実施するオンラインによるお客さまセミナーの実施を支援

方針 4

お客さま視点に立ったアフターフォローの実施【安心して契約を継続いただく取り組み】

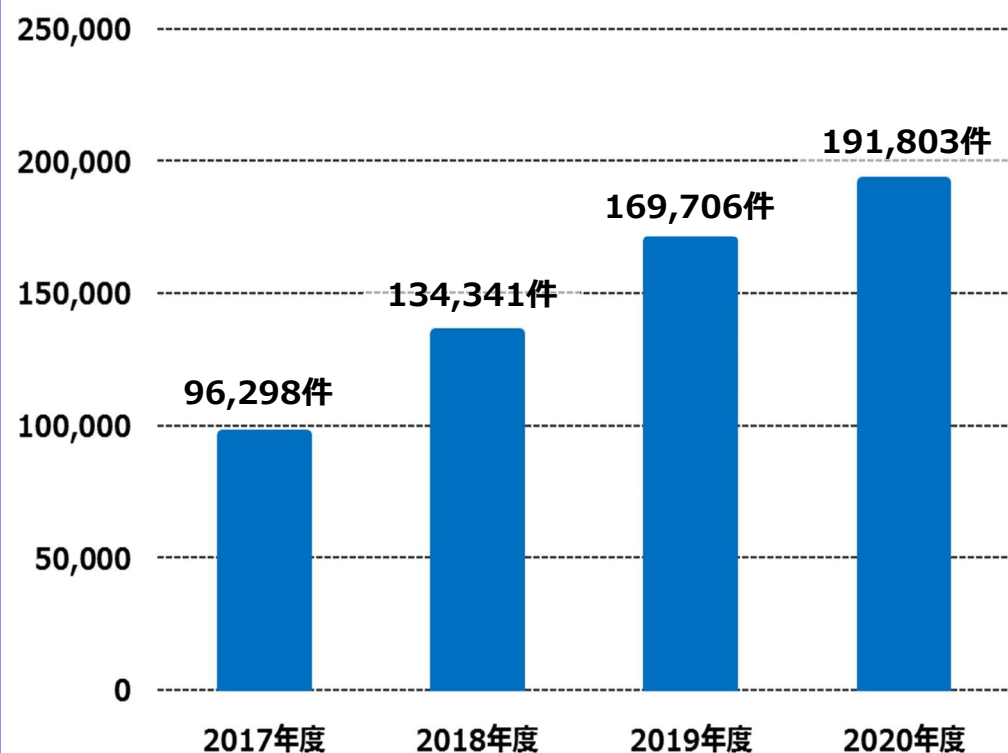
- お客さまご本人によるお問い合わせや手続き等が困難となる場合に備え、事前に登録いただいたご家族に契約内容をご案内するしくみ（ご家族登録サービス）や、年金の請求手続きをご家族等が代理で行うことができるしくみ（指定代理請求特約）を設けるなど、安心してご契約を継続していただけるよう取り組んでいます。

「ご家族登録サービス」の登録件数



- 各年度末時点の累計登録件数
- 2020年度末の件数の前年度対比+18,588件
- 2020年度末時点の保有契約件数：104万件

「指定代理請求特約」の付加件数



- 各年度末時点の累計付加件数
- 2020年度末の件数の前年度対比+22,097件
- 本特約が付加可能な契約の2020年度末時点の件数：42万件

- 生命保険商品は契約期間が長期にわたることから、金融機関代理店と協働したアフターフォローに取り組んでいます。
- ご契約者さまがご契約内容を振り返ることができるよう、定期的に「ご契約状況のおしらせ」をお送りするなど、ご契約後も情報提供の充実を図っています。

＜金融機関代理店と協働した取組みの例＞

- 生命保険協会の「市場リスクを有する生命保険の募集等に関するガイドライン※」の改正を踏まえ、「アフターフォロー推進に関するご提案」を金融機関代理店に提供しました。より実効性のあるアフターフォローを実施するための体制整備のポイントに加え、ご契約を長期保有いただくことの重要性（早期の解約は解約控除額が高くなるほか、お客さまにとって不利益となる契約見直しにつながる可能性がある等）を周知しました。

※ 外貨建て保険等の販売において、特に留意すべき事項を示した自主ガイドライン。2020年4月に改正され、保険会社や金融機関代理店における、既契約者向けアフターフォローの対応方針が示されました。

- 金融機関代理店のアフターフォロー取組みを支援するため、ご高齢のお客さまに対し、ご契約直後に当社からお電話を差し上げ、契約のお礼とともに、ご意向の再確認や商品内容の振り返り等を行う「サンキューコール」を実施しています。
- 販売担当者が日次でお客さまの契約情報を確認し、アフターフォローに活用できる仕組みの導入に向けた準備を進めました（2021年上期中に導入予定）。

＜ご契約後の情報提供の充実に向けた取組みの例＞

- ご契約後に、お客さまが定期的に商品内容の再確認を行い、加入経緯・目的を振り返ることができるよう、商品のポイントを解説した動画を制作しました。
- 「ご契約状況のおしらせ」に動画のQRコードを掲載し、スマートフォン等でいつでも容易に視聴し、振り返りができるようにしました。

「ご契約状況のおしらせ」への動画のQRコード掲載

ご契約いただいている商品の説明動画について

ご契約商品の「特にご留意いただきたい点」を動画でご覧いただけます。当お知らせで「ご契約内容」を確認される際にご活用ください。スマートフォン等から右記のQRコードを読み取って動画をご覧ください。

※QRコードはデンソーウェーブの登録商標です。

方針5 「お客さまの声」を経営に活かす取組み 【「お客さまの声」を経営に活かす体制】

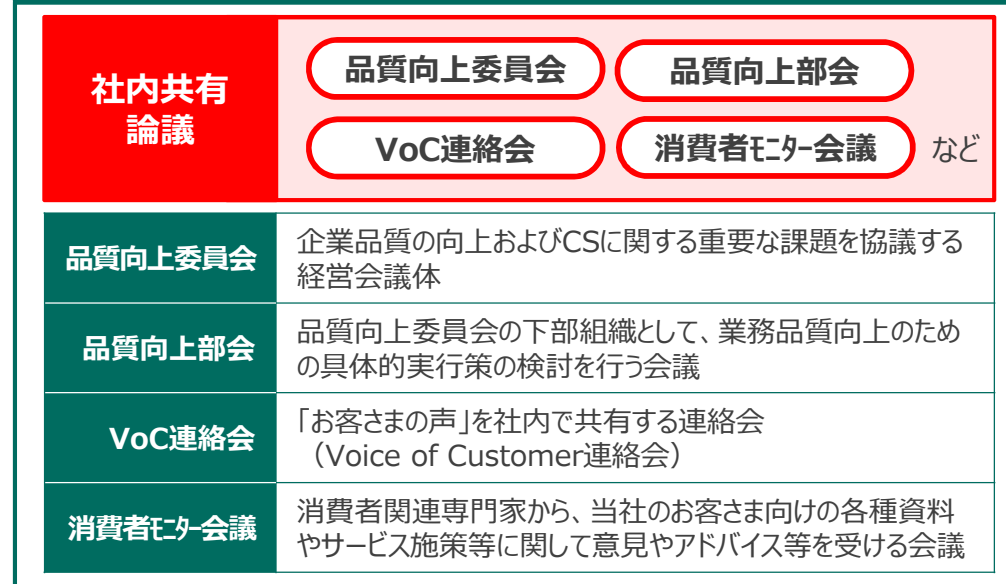
- コールセンターにおけるお客さまからの問い合わせ等への対応や、お客さまアンケートなどの取組みを通じ、「お客さまの声」を広くお伺いし、お客さま満足度の向上および業務改善に繋げるよう、取り組んでいます。

<「お客さまの声」を経営に活かす体制>



集約・分析等

三井住友海上プライマリー生命



業務改善

お客さま満足度の向上／商品・サービスにおける品質向上

「苦情」と「感謝・おほめの言葉」の受付状況

項目	2019年度	2020年度
保険のご加入に関するもの	604件	530件
ご契約後のお手続きに関するもの	588件	603件
保険金・年金等のお支払いに関するもの	318件	268件
その他*1	1,562件	1,416件
合計	3,072件	2,817件
感謝・おほめの言葉*2	1,764件	1,457件

「お客さまの声」を活かした業務改善事例 感謝・おほめの言葉の例

P.11で参照

*1 「運用実績に関する苦情」「フリーダイヤルの受信状況に対する苦情」「会社・代理店の態度等に関する苦情」「電話対応に対する苦情」「代理店担当者やサービスに関する苦情」「商品内容・仕組みに関する苦情」など

*2 「新規保険契約の手続きに関する満足度」調査を通じた集計結果
【回答数】2019年度：35,097件、2020年度：27,905件

方針5 「お客さまの声」を経営に活かす取組み 【「お客さまの声」を活かした業務改善等】

- お客さまアンケート等で把握した「お客さまの声」は定期的に社内で共有し、日々の業務の改善等に活かしています。

「お客さまの声」を活かした主な改善事例

お客さまの声	改善事例
子供や孫の誕生日、結婚記念日等に贈与したい。	お客さまが希望する任意の日に生存給付金支払日を指定できる「 アニバーサリー機能 」を開発しました。
● 電話音声ガイダンスが聞こえにくく、どのメニュー番号を選択してよいのか分かりにくい。 ● 障がいがあり、電話での問い合わせがむずかしい。	「ハートフルラインサービス」、 「手話・筆談通訳サービス」 を導入しました。 P. 4 ご参照
今契約している商品内容を忘れてしまったので、改めて確認したい。	商品のポイントを解説した動画 を制作し、「 ご契約状況のおしらせ 」に 動画のQRコード を掲載しました。 P. 9 ご参照

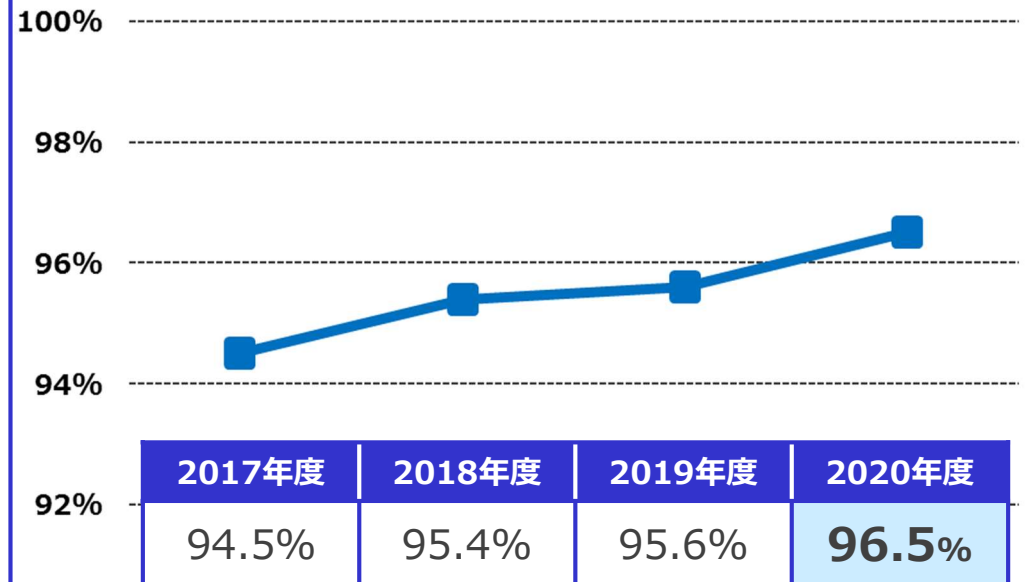
「感謝・おほめの言葉」の例

契約者アンケート

数社のパンフレットを見せていただきましたが、御社のパンフレットの図柄・色合いが好ましく、内容も最も理解しやすかったです。

成果指標 (KPI)

新規保険契約の手続きに関する満足度



- 全体に対する「満足」「ほぼ満足」の割合
- 2020年4月～2021年3月に、新たに保険契約を申し込まれたお客さまに対しアンケートを実施（回答数27,905件）。

方針6 利益相反の適切な管理 【お客さま利益の保護】

- 当社では、「利益相反管理方針」を定め、お客さまの利益が不当に害されるような利益相反のおそれのある取引について、適切に把握・管理しています。

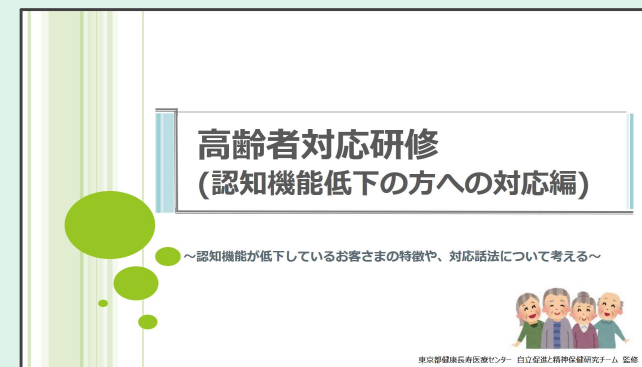
方針7 お客さま第一の考えに基づいた業務運営の実践 【取組みの定着と企業文化の醸成】

- 当社は毎年11月を「企業品質の月」と定め、職場ミーティングの開催や全社員を対象とした品質向上に関する研修等の取組みを通じて、業務品質の向上に向けた行動に繋げていくための意識の醸成と「お客さま第一の考え方」の社内への浸透を図っています。
- 2020年4月に、一般社団法人日本金融ジェロントロジー協会に法人正会員として入会しました※。
ご高齢のお客さまや、障がいをお持ちのお客さま等に寄り添い、お客さまの状況に応じた柔軟な対応を実践していくため、同協会が提供する研修を受講する等、知識の習得に取り組んでいます。

※ 金融ジェロントロジー（金融老年学）とは、加齢とともに身体能力や認知機能の変化が経済・金融行動にどのような影響を与えるかを研究する学問領域のことです。

- 認知症への対応が社会課題の一つとなっていることを踏まえ、地方独立行政法人東京都健康長寿医療センター研究所およびMS&ADインターリスク総研株式会社と認知症に関する共同研究を行いました。
東京都健康長寿医療センター研究所監修のもと、認知機能が低下した方への対応に関する社内研修資料を作成し、ご高齢のお客さまに配慮した業務運営の重要性を学んでいます。

高齢者対応研修（社内研修用）



新型コロナウイルスの感染拡大に対する当社取組み

- 当社では、新型コロナウイルスの影響を受けられたお客さまを対象に、以下の取組みを行っています（2021年5月31現在）。

保険料払込猶予期間の延長

保険料の払込みが一時的に困難となったお客さまについては、お客さまからのお申し出により、保険料の払込猶予期間を最長2021年10月31日まで延長します。

なお、既に保険料のお払込みに関する特別取扱いをご利用中のご契約につきましては、2021年7月31日までとする保険料の払込猶予期間に変更はありません。

保険金および貸付金等諸支払請求の簡易迅速なお取扱い

ご請求手続きに必要な書類を準備することが困難なお客さまについては、お申し出いただくことで、ご請求手続きに必要な書類を一部省略する等、お客さまの個別事情を勘案した簡易迅速なお取扱いを行います。

災害死亡保険金のお支払い

災害による死亡を保障する商品において、災害死亡保険金の支払対象となる感染症の範囲を拡大しました。「新型コロナウイルス感染症」を直接の原因としてお亡くなりになった場合、災害死亡保険金をお支払いします。

取扱いの詳細および最新の情報につきましては、当社オフィシャルサイトにてご確認ください。

<https://www.ms-primary.com/>