

【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：97.0%（2022年度 96.7%、2021年度 98.2%）

※ 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】

2023 年度の本方針に基づく取組結果

2023 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、2023 年のはのべ 9,589 名のお客様にコンタクトをとりました。

【取組事例】

- ・ いつも留守電でコンタクトが取れないお客様に「受取人様の確認(契約者 60 歳超で受取人が親)をしていただくように」とのメッセージを残していたところ、家族登録ご案内 DM に反応いただき、保険会社コールセンター経由で家族登録サービスおよび受取人変更の手続きに繋がった。
- ・ フォローコールの会話の中で受取人変更（離婚した前妻→現在の妻）の手続きが必要であることが判明。先に送付していた家族登録申込書に追加して名義変更請求書を発送した。その際、契約者より受取人変更しなければとの認識あったが失念されており、連絡もらって助かったと仰っていた。

【ライフプラン・アドバイザー在籍数（各年度末時点）】

2021 年：240 人
2022 年：254 人
2023 年：265 人

■ 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。
- ✓ 定期的に、営業部ミーティング・本社 STAFF 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ご提供するために

■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、当社独自の研修プログラムを実施いたしました。
- ✓ 研修プログラムにおいては、コンプライアンスに関わる時間を設け、営業事務、適正販売、苦情などから、必要なテーマの研修を実施しました。
- ✓ 市場リスクを有する商品の保険販売を行う際には、市場リスクの内容およびそれにとも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、契約から所定の期間内に解約し、新たに保険契約をお申込みいただいた契約については、モニタリングを実施しました。

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

- ✓ 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が見える化することで、お客様へ十分なサービスが行き渡るよう体制を構築しています。今後、見える化した活動量をもとに一人当たりの保有契約数の見直しを図ってまいります。
- ✓ 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、2023年度は6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. お客様に保険金を 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

- ✓ アフターサービスに関する活動指標の導入により、担当しているすべてのお客様にバースデーコールによる定期コンタクトの標準化を図っています。また、それを徹底するために、定期コンタクト実施状況のリストを提供しています。
- ✓ お客様からのお申し出や、保険事故が発生した際には、保険会社と連携し、的確かつ迅速に対応しお客様のご安心に努めました。
- ✓ 本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、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】

- ・ 単身赴任で遠方にお住まいのお客様に、毎年バースデーコールで事前に満期を迎える契約があることをご案内差し上げ、満期案内が届くタイミングでも随時フォローコールを実施していたところ、休暇を取ってオフィスに来訪いただきじっくり相談の上受取方法を選択して請求手続きを実施した。「相談できたので納得して決められた。受け取る満期保険金は趣味のゴルフ代に使ってリタイア後の楽しみにしたい」と仰っていただいた。
- ・ お客様がお亡くなりになり、受取人のご主人は保険の内容はご存じなかったが、毎年担当者からバースデーコールをもらっていると聞いておられた。たまたまお亡くなりになった日の前日がお誕生日で、留守電にバースデーコールのメッセージを残していたことから、着信履歴を見てご連絡をいただき、速やかに保険金支払手続きを進めることができた。

方針 5. 利益相反の適切な管理のために

■ 利益相反の管理

- ✓ 利益相反に関するモニタリングとして、12月に「利益相反と倫理に関する質問書」を実施したほか、本社各チームへ取引等において利益相反またはその疑い・懸念がないかを確認した結果、問題は検知されませんでした。
- ✓ ライフプラン・アドバイザーへの初期教育に加え、研修プログラムを実施し、ライフプラン・アドバイザー全員に対して、取扱ルール、営業事務等の教育を実施し適切販売に努めました。
また、本社による点検を実施し、引き続き、お客様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、お客様との商談の際には、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. お客様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い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、定期的に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。
- ✓ 社内横断的タスクフォースを立ち上げ、ライフプラン・アドバイザー雇用関連の規程の見直しをおこなひ、2023 年度より運用を開始しています。

■取り組みの実効性の確保

- ✓ 定期的に、営業部ミーティング・本社 STAFF ミーティング等でコアバリューの浸透に努めました。
- ✓ 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。

【注】金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 5－注 2、原則 6－注 2、注 3 について
当社は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等を行っておらず、また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「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則 5－注 2、原則 6－注 2、注 3 につきましては、当社「お客さま本位の業務運営に関する方針」の対象としていません。

以上