

2019年6月28日  
FWD 富士生命保険株式会社

## お客さま本位の業務運営方針に基づく 2018 年度取組み状況について

FWD 富士生命保険株式会社（代表取締役社長兼 CEO：友野紀夫、以下「当社」）は、「お客さま本位の業務運営方針」（以下、「本方針」）の更なる改善・推進を図るべく、2018 年度の本方針における主な取組み状況をまとめ、本方針をより一層推進する観点から見直しをいたします。

当社は、FWD グループのビジョンである「人々が抱く“保険”に対する感じ方・考え方を刷新すること」の実現を目指し、本方針に基づく取組みの検証・見直しを定期的に行うことにより、本方針の継続的な取組みの強化・充実、および推進に努めてまいります。

## お客さま本位の業務運営方針

FWD 富士生命保険株式会社（以下「当社」）は、FWD グループのビジョンである「人々が抱く“保険”に対する感じ方・考え方を刷新すること」を実現すべく、「お客さま本位の業務運営方針」を定め、当該方針に基づき具体的な取組みを推進してまいります。

### **1. お客さま本位の業務運営の徹底**

- FWDグループのブランドビジョン※<sup>1</sup>、ブランドスローガン※<sup>2</sup>、およびコーポレートバリュー※<sup>3</sup>（以下、ビジョン等）は、FWDグループが考えるユニークな顧客視点やテクノロジーの活用を通じて、お客さまの体験を向上し、お客さまに最善の利益をもたらすことを目標に制定されています。
- 上記FWDグループのビジョン等に則り、当社の全ての役職員は、ひとりひとりがお客さま本位に行動することで、お客さまに最善の利益をもたらすことに努めます。
- 当社は、お客さま本位の行動が全ての役職員に浸透するよう教育研修を実施すると共に、評価体系を整備いたします。
- 当社は、お客さま本位の行動が代理店・保険募集人に浸透し、全てのお客さまに、それぞれにとって最適な商品・サービスを提案できるよう、代理店・保険募集人に対して教育研修を実施、指導することに努めます。

### **2. 最適な商品・サービスの開発**

- 当社は、FWDグループのビジョン等に則り、商品・サービスの開発にあたっては、FWDグループが考えるユニークな顧客視点を元に、お客さまにとって便利・シンプルで分かりやすいと実感できる商品・サービスを開発・提供いたします。

### **3. 情報提供の充実**

- お客さまの取引経験や金融知識を考慮のうえ、明確かつ平易であって、誤解を招くことのない誠実でわかりやすい内容の情報提供を行います。
- 保険の内容だけでなくお客さまの意向に沿った情報提供を行います。

### **4. 利益相反の適切な管理**

- お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引を、適切に管理できる体制を整備いたします。

### **5. お客さまの声を経営に活かす取組み**

- ご不満・ご要望を含め、お客さまの声を幅広く収集し、業務の改善に積極的に活かして行きます。

## 「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組み状況について

### 1. お客さま本位の業務運営の徹底

- FWDグループのブランドビジョン<sup>※1</sup>、ブランドスローガン<sup>※2</sup>、およびコーポレートバリュー<sup>※3</sup>（以下、ビジョン等）は、FWDグループが考えるユニークな顧客視点やテクノロジーの活用を通じて、お客さまの体験を向上し、お客さまに最善の利益をもたらすことを目標に制定されています。
- 上記FWDグループのビジョン等に則り、当社の全ての役職員は、ひとりひとりがお客さま本位に行動することで、お客さまに最善の利益をもたらすことに努めます。
- 当社は、お客さま本位の行動が全ての役職員に浸透するよう教育研修を実施すると共に、評価体系を整備いたします。
- 当社は、お客さま本位の行動が代理店・保険募集人に浸透し、全てのお客さまに、それぞれにとって最適な商品・サービスを提案できるよう、代理店・保険募集人に対して教育研修を実施、指導することに努めます。

#### <主な取組み>

- 2018年7月から11月にかけて全国の全社員に向けて経営層がタウンホールミーティングを実施いたしました。社員に対して、当社の方針や課題を直接説明することで、お客さま本位の業務運営を含めた経営方針の理解の浸透を図りました。また、ディスカッションで浮き彫りとなった、お客さまサービス等に関する課題については真摯に受け止め、解決策を検討・実行しております。以下、改善策の一例を示します。
  - ◇ 控除証明書の発送時期の変更
  - ◇ 契約者通知の内容の改善
- FWDグループのビジョン等を各職場に浸透させることで、お客さま本位の考え方を役職員に根付かせ、お客さま本位の企業カルチャーを醸成していくリーダーとなるFWDアンバサダー（チェンジエージェント、企業文化を変革させる担い手）を任命し、より良い企業風土を作り上げるためのアクションを継続して実施しております。
- 当社は、「CXi (Customer Experience Index)」を定期的に計測し、モニタリングしています。「CXi」は、お客さまのロイヤリティ向上を目指した「お客さまの満足度・充実度」に関する指標、および、より良いカスタマーエクスペリエンスのためのサービス品質向上を企図した「商品・サービスのシンプル&わかり易さ」に関する指標として設定され、この指標をモニタリングすることを通じ、当社はお客さまに提供する価値の最大化を図ってまいります。
- FWDグループは、役職員のコンピテンシーの項目の一つとして“Customer Focus”を掲げており、お客さま視点での取組みを適正に評価する仕組みを整備しております。また、2019年1月からは役職員の年間指標に“Customer Goals”という項目を設け、各自役職・役割に応じたお客さま視点の目標設定を必須とし、お客さま本位の業務運営の浸透を図っております。
- 当社は、募集代理店がお客さまのご意向等に沿った生命保険商品のご提案や、お客さまに商品内容・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、営業担当者を通じて募集代理店に対して対面研修やeラーニングを使った指導・教育を行っております。また、保険商品内容だけでなく、税務知識、がんに対するセミナー、啓蒙活動等、お客さまの意向把握に役立つ色々な情報を提供していくことに注力しております。

※1 FWD のブランドビジョン

**「人々が抱く“保険”に対する感じ方・考え方を刷新すること」**

複雑な保険をシンプルに。退屈な保険を大胆に。FWD 富士生命は、いわゆる「漠然と将来の不安に備える保険」とは一線を画した「今を思いっきり生きるためのエネルギーとなる保険」を目指す、チャレンジャーブランドです。

※2 FWD のブランドスローガン

(FWD のブランドスローガンとは、私たちが日々お客さまに対して志し、もたらすべき価値を凝縮したメッセージとして設定したものです。)

**「いくぜ、人生」**

FWD 富士生命の役割は、お客さまを日々の生活につまとう将来への不安から解放し、今日を思いっきり楽しむための安心と自信の源となること。選んで終わりではなく、選んだ瞬間始まる保険へ。迷いのない率直な意見で、皆さまが自信を持って人生の決断をできるようサポートします。

※3 FWD のコーポレートバリュー

(FWD のコーポレートバリューとは、私たち独自の文化・価値を形づくるための企業の行動基準です。)

**共に成功する-Committed**  
**人と違うことを恐れない-Innovative**  
**情熱を持って成し遂げる-Proactive**  
**正しいことを行う-Open**  
**他者を思いやる-Caring**

**2. 最適な商品・サービスの開発**

- 当社は、FWD グループのビジョン等に則り、商品・サービスの開発にあたっては、FWD グループが考えるユニークな顧客視点を元に、お客さまにとって便利・シンプルで分かりやすいと実感できる商品・サービスを開発・提供いたします。

<主な取組み>

- 法人のお客さまに対して事業承継および万一の備えとして、2016年3月に生活障がい定期保険を発売しました。後継者に関する課題や万が一の対応に悩みを抱えているお客さまに向けた保障となっております。(現在販売停止中)
- 個人のお客さまの幅広いニーズにお応えすべく、2018年8月にFWD収入保障およびFWD収入保障引受緩和を発売しました。お客さまの関心が高い、世帯主が就業不能となった場合の生活資金に対する経済的な備えとしても多くのお客さまにご支持いただいております。また、同一の不慮の事故でご夫婦が2人とも死亡した場合に年金を上乗せしてお支払いする業界初となる配偶者同時災害死亡時割増特則を新設、付加しました。
- 2018年12月から先進医療給付金の直接支払いサービスの提供を開始しました。本サ

ービスは「陽子線治療」および「重粒子線治療」というお客さまの経済的な負担が大きい高額な治療にかかる技術料を直接医療機関にお支払いするというサービスです。今後も対象医療機関の拡大等を検討しサービスの拡充に努めてまいります。

- 商品付帯サービスとして、「FWD 富士生命健康サービス」を提供しており、5つのサービスでお客さまの治療や健康のサポートに努めております。
  - ベストホスピタルネットワークサービス
  - がんトータルサポートサービス
  - 健康医療相談サービス
  - こころのサポートサービス
  - 糖尿病トータルサポートサービス
- がん保険の商品付帯サービスとして、インターネット上でセカンドオピニオンが提供される「Findme F (ファインドミーエフ)」を2019年5月から提供し、お客さまにとってご納得のいく治療方法の選択をサポートするサービスを拡充しております。
- 今後もお客さまの抱く不安を解消する、お客さまの人生を後押しできるような新しいサービスの開発に邁進いたします。例えば当社では、知的障がいのお子さまをお持ちのお客さま向けの生命保険信託商品を提供しております。また、サービス開発にあたっては有望なパートナーとなりうる企業との提携も活用するなど、既成概念にとらわれないユニークなアプローチで取組んでまいります。

### 3. 情報提供の充実

- お客さまの取引経験や金融知識を考慮のうえ、明確かつ平易であって、誤解を招くことのない誠実でわかりやすい内容の情報提供を行います。
- 保険の内容だけでなくお客さまの意向に沿った情報提供を行います。

#### <主な取組み>

- 2018年4月にリブランディングを実施し、お客さまへのご説明に使用するパンフレットや提案書・重要事項説明書（契約概要・注意喚起情報）をFWDらしさを前面に出したデザインに改訂しました。お客さまにとって読みやすく、分かりやすい表現を実現するとともに、募集代理店が説明しやすい内容とすることで明確かつ平易で、誤解を招くことのない情報提供を行っております。
- 年1回ご契約者さまあてに、ご加入いただいているご契約内容や業績などに関する情報等についてのご案内をお送りしております。また、保険金・給付金関連の情報を充実させる等、よりお客さまの視点に立った内容を提供することに努めました。今後もお客さまに対し定期的に分かりやすい情報提供を行ってまいります。
- FWDのブランドビジョンに則り、商品内容をシンプルでわかりやすくお客さまに伝える取組みとして、収入保障保険、がん保険の商品内容の動画を作成し、当社ホームページで公開しております。これらの動画を通じて保険は複雑なものというイメージを払拭し、シンプルでわかりやすい当社の保険がお客さまの人生のサポーターとなるような取組みとなっています。
- 「NPO法人ラン・フォー・ザ・キュア・ファンデーション（RFTC Japan：乳がん早期発見啓発活動推進協議会）」が行う、乳がんの教育啓蒙活動「Know your Lemons」に賛同し、2018年10月を皮切りにセミナーを実施しています。元SKE48の矢方美紀さんをゲストに迎えたトークセッションや乳がんのセルフチェックについての説明を行い、ご参加いただいた方への乳がんに対する情報提供を行いました。今後も日本人女性にとって身近な病気となっている乳がんについての知識をお伝えしてまいります。
- がん治療をしながら働く人が増えるなか、副作用等による外見の変化を強いストレスと感じる方も多くなっております。そのため、医療現場でケアするのは難しいアピアランスについての情報やセミナーをNPO全国福祉理美容師養成協会(NPOふくりび)とパートナーシップを組んで提供しています。がん予防からケアまでトータルでがんに対するサポートを行っております。

- お客さまとの直接の接点となるコールセンターで使用するマニュアルやスクリプトを充実させ、より分かりやすいご説明、ご対応を提供しております。

#### 4. 利益相反の適切な管理

- お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引を、適切に管理できる体制を整備いたします。

##### <主な取り組み>

- 利益相反取引を一元的に管理するため、コンプライアンス部を利益相反管理統括部署と定め、継続的に必要な情報を集約するとともに、利益相反のおそれのある取引の特定および利益相反管理に関する全社的な管理体制を統括し、役職員に対して必要な教育・研修等を実施することにより、お客さまの利益が不当に害されることのないように努めております。
- 当社は、代理店を通じて保険商品の販売を行っておりますが、保険募集の際には、お客さまのご意向を把握し、ご意向に沿った保険プランの提案を行うよう指導しております。
- また、募集代理店への販売手数料については、募集品質に関する評価項目を追加し、募集代理店においてお客さま本位の商品提案等が適切に行われるよう管理するとともに、当社の管理体制/手数料体系を整備してまいります。

※詳細についてはリンク(<https://www.fwdfujilife.co.jp/jp/information/2019/0628>)をご覧ください。

#### 5. お客さまの声を経営に活かす取り組み

- ご不満・ご要望を含め、お客さまの声を幅広く収集し、業務の改善に積極的に活かして行きます。

##### <主な取り組み>

- 2019年1月に長崎市のコンタクトセンター拠点を同市内の新オフィスに移転し、今まで以上にお客さまに寄り添った体制を整備しました。さらにお客さまへの募集活動を行う募集代理店のフォローを充実させることにより、お客さまに提供する顧客体験を一層向上してまいります。
- 2018年8月から、保険金・給付金のお支払時手続きに関する書類を改訂し、記入箇所のシンプル化および削減を図りました。また、よりわかりやすいお手続き案内冊子の提供を開始、請求に必要な書類をお客さまがダウンロードできるように当社のウェブサイトもよりシンプルにいたしました。あわせてショートメールを活用した支払連絡サービスも開始するなど、コンタクトセンターオペレーターの対応力向上にも継続的に取り組んでおります。これにより保険金・給付金請求手続きに対するお客さまの満足度（「とても満足」と「満足」の合計）は、83.3%（2018年3月）から92.5%（2019年4月）に向上しました。今後もお客さまの分かりやすさ、対応の容易さの向上を目指してまいります。
- コンプライアンス・オペレーショナルリスク委員会において定期的にお客さまの声に関する報告を実施し全社的な情報の共有を図っており、あらゆる分野における経営決定の要素として取り入れております。
- 総合通知（ご契約内容のお知らせ）発送時に「お客様満足度」を測る指標として「お客さまアンケート」を実施し、集計結果をサービス向上に活用しております。アンケートの結果のうち一部は以下のとおりです。
  - ◇ 2018年のお客さまアンケートのうち、「ご契約中の保険商品がご自分のニーズに合っているか」の回答結果（「まったく合っていない」、「合っていない」を除く）は92.7%と引き続き高い評価をいただきました。
  - ◇ 一方で、総合通知のわかりやすさ（「とてもわかりやすかった」、「わかりやす

かった」の合計 45.9%) や相談窓口・事務処理サービスの充実度（「とても充実している」、「充実している」の合計 37.3%）においては改善の余地があることがわかりました。

※詳細については 2019 年 7 月発行予定のディスクロージャー誌に掲載予定の「お客さまアンケートの結果」  
[\(<https://www.fwdfujilife.co.jp/jp/about/disclosure>\)](https://www.fwdfujilife.co.jp/jp/about/disclosure) をご覧ください。

アンケート結果をもとに、更なるお客さま対応品質の向上に取り組んでまいります。  
 また、当該方針の定着度を測る成果指標（KPI）については、より良い業務運営を実現するため、不断の見直しを検討してまいります。

- お客さまにとってわかりやすく、記入しやすいなどお客さまの声を取入れ、またユニバーサルデザインを意識して変更した約 70 種の帳票を 2018 年 8 月～2019 年 8 月までの間に順次リリースしていくことを予定しております。以下にリリース済み一例を記載いたします。
  - ◇ 「ご契約者用口座確認不能契約のお知らせ」  
 はがきタイプから封書に形態を変更し、案内文書を簡素化、コンビニ払込み用紙をセット、併せて口座振替依頼書、返信用封筒を同封いたしました。
  - ◇ 「保険証券」  
 新商品の保険商品については、契約内容を項目ごとに区分けし、見やすい表構成に変更。UCDA の認証を取得しております。

以上

## 「お客さま本位の業務運営方針」の見直しについて

### ■ 見直しの概要・目的

見直しを含む方針	見直しの概要・目的
1. お客さま本位の業務運営方針の徹底	<p>お客さまへ新たな価値を提供できるよう役職員はFWDのブランドビジョンやブランドスローガンをより一層意識して本方針に取り組んでまいります。</p> <p>お客さまとの重要な接点となる募集代理店に対しても本方針が浸透するよう徹底した取組みを充実していきます。</p>
2. 最適な商品・サービスの開発	<p>お客さまにとって必要な保障、シンプルでわかりやすい商品・サービスの開発はもちろんのこと、お客さまの日々の生活につきまとう将来への不安を解放し、今日を思いっきり楽しむための安心と自信の源となるような商品・サービスの開発を推進してまいります。</p>
3. 情報提供の充実	<p>保険内容だけでなく、お客さまが自信を持って人生の決断をできるよう様々な情報の提供を行います。</p>

(変更箇所は下線部分)

#### 1. お客さま本位の業務運営の徹底

- FWDグループのブランドビジョン、ブランドスローガン、およびコーポレートバリュー（以下、ビジョン等）は、FWDグループが考えるユニークな顧客視点やテクノロジーの活用を通じて、お客さまの体験を向上し、お客さまに最善の利益をもたらすことを目標に制定されています。
- 上記FWDグループのビジョン等に則り、当社の全ての役職員は、ひとりひとりがお客さま本位に行動することで、お客さまに最善の利益をもたらすことに努めます。
- 当社は、お客さま本位の行動が全ての役職員に浸透するよう教育研修を実施すると共に、評価体系を整備いたします。
- 当社は、お客さま本位の行動が代理店・保険募集人に浸透し、全てのお客さまに、それぞれにとって最適な商品・サービスを提案できるよう、代理店・保険募集人に対して教育研修を実施、指導することに努めます。

#### 2. 最適な商品・サービスの開発

- 当社は、FWDグループのビジョン等に則り、商品・サービスの開発にあたっては、FWDグループが考えるユニークな顧客視点を元に、お客さまにとって便利・シンプルで分かりやすいと実感できる商品・サービスを開発・提供いたします。

#### 3. 情報提供の充実

- お客さまの取引経験や金融知識を考慮のうえ、明確かつ平易であって、誤解を招くことのない誠実でわかりやすい内容の情報提供を行います。
- 保険の内容だけでなくお客さまの意向に沿った情報提供を行います。

以上