

「顧客中心主義に基づく業務運営方針」にかかる 取組結果について（2018年度）

2019年6月28日
SBI生命保険株式会社



1. 「顧客中心主義」の徹底	2ページ
2. 「お客さまの声」を活かす取組み	3ページ
3. 最適な保険商品・サービスの提供	4ページ
4. 分かりやすい情報提供	5ページ
5. 適正かつ迅速な保険金・給付金等の支払い	6ページ
6. 利益相反の適切な管理	7ページ
7. 本方針を役職員に浸透させる枠組み	8ページ

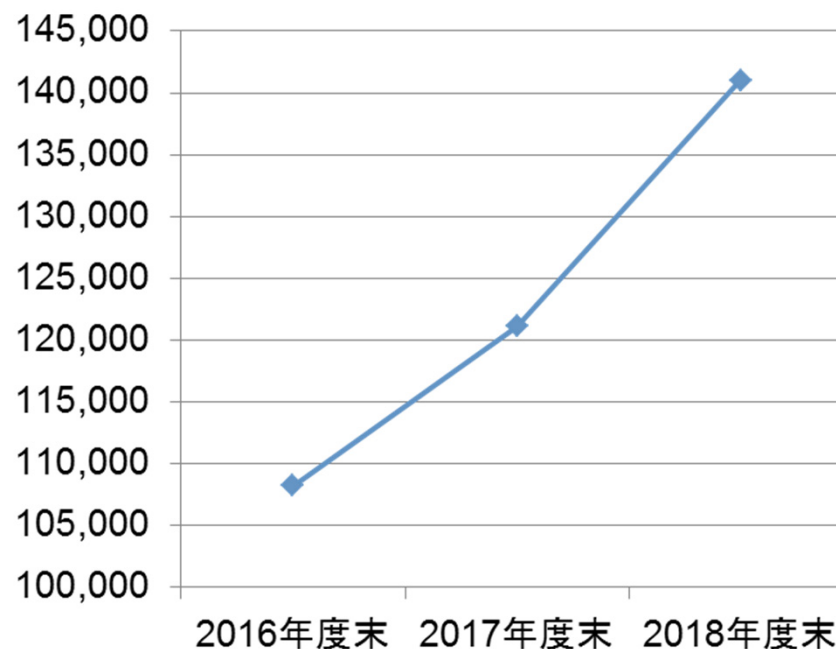
2019年4月以降の取組みも一部含まれております

1. 「『顧客中心主義』の徹底」の取組状況

「顧客中心主義に基づく業務運営方針」の総体的な評価指標【KPI】「保有契約件数」の状況

- 企業理念を踏まえた昨年来の取組の結果、2018年度末の保有契約件数（普通保険契約および団信被保険者数）は、14.1万件（前年度末比+16.4%）と増加いたしました。
- 今後もお客さま本位の業務運営の取組みの定着を継続的に図り真にお客さまの立場に立った新しい商品の開発やサービスの提供に努めてまいります。

保有契約件数



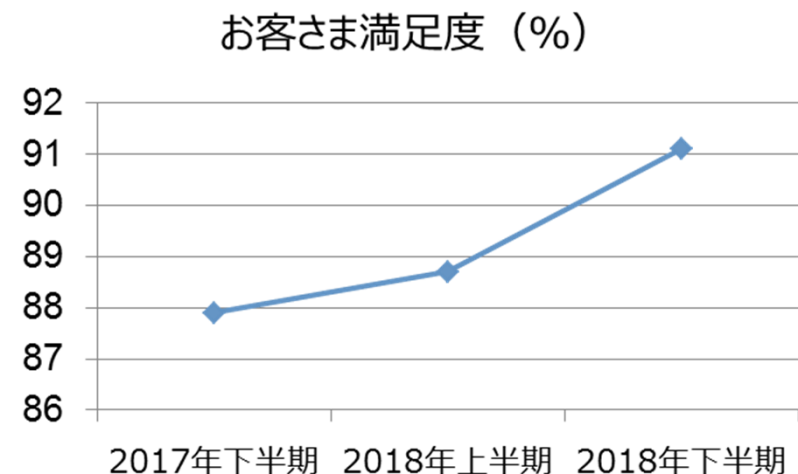
2. 「『お客様の声』を活かす取組み」の取組状況

①「お客様の声」の定期的な分析と業務改善策の策定・実行

- 従来のコールセンター等に加え、パソコンや携帯による当社Webサイトでも、苦情を含め幅広く「お客様の声」を受け付けています。これにより、営業時間の制約に関係無く「お客様の声」を受け付けることができいております。
- お客様から頂いた声は、一元的に集約・分析され業務改善に役立てられ、サービス改善の取組状況について、経営陣へ定期的に報告を行うとともに、当社Webサイトにおいても公表を行っております。
- 顧客中心主義を徹底するために、2019年5月より当社Webサイトにおいて、「ご提案募集コーナー」を設置し、お客様の自由な発想によるご提案の受け付けを開始致しました。頂いたご提案を商品開発やサービスの向上や改善に役立てていきます。

②「満足度アンケート」による総体的な評価指標【KPI】「給付金ご請求時のお客様満足度」の状況

- お客様との大切な接点である給付金ご請求時の当社の取組みを評価する指標【KPI】として、お客様満足度をアンケートにより測定しております。アンケートは半期毎に実施され、5段階評価で高評価（評価5と評価4）の割合が、前回のアンケート時の88.7%に比べ2018年下半期は91.1%と向上いたしました。
- 給付金ご請求時のお客様満足度が向上するような取組みを今後とも継続的に実施してまいります。



3. 「最適な保険商品・サービスの提供」の取組状況

①お客さまに新しい価値を提供する保険商品・サービスの開発

- 新たにかん保障付団体信用生命保険と夫婦連生団体信用生命保険の取扱いを開始し、団体信用生命保険に対するお客さまの幅広いニーズにお応えできるよう商品ラインアップを拡充いたしました。また、お客さまの利便性向上を図るため、団体信用生命保険の引受保険金額の上限を引き上げるとともに、お客さまの健康状態等の告知のみで加入できる保険金額の範囲を拡大いたしました。
- 死亡保険「クリック定期！」について、お客さまお一人おひとりのニーズに幅広くお応えできるよう、選択できる保険期間等の種類を大幅に増やし、「クリック定期！Neo」として発売いたしました。

②先進技術の活用による新たな保険商品やサービスの開発

- 当社Webサイトから24時間365日、住所や電話番号変更が行えるサービスを行っております。
- 保険金支払即日サービスをご利用になるお客さまに対し、必要書類や請求書の記入方法を動画でご案内するサービスを開始いたしました。
- 生命保険料控除制度に係る年末調整等の事務手続きを簡素化・合理化し、より迅速なお客さま対応を行うために、生命保険料控除証明書の電子データによる提供を開始しました。
- 継続保険料の決済において「LINE Pay請求書支払い」に生命保険業界で初めて対応いたしました。
- 代理店窓口販売において、書類を用いた今までの申込みに替わり、申込ペーパーレスシステムによる電子契約を導入し、ペーパーレスの申込手続きサービスを開始いたしました。

4. 「分かりやすい情報提供」の取組状況

お客さまにとって重要な情報について、分かりやすく丁寧な説明のための取組

- 分かり易い情報提供として、当社Webサイトでは、平易な表現にするとともに、お客さまにとって読みやすく分かりやすい内容となるよう引き続き取組んでおります。また、各種手続きの関係書類では、見やすさ・わかりやすさを向上させるため、ユニバーサルデザインに配慮して引続き作成しております。
- 高齢者に対する保険サービスのガイドライン（内規）に従い、保険募集時に高齢者に対してはわかりやすい言葉で丁寧に説明するなどの細やかな配慮を行うように努めております。
- 適切な情報提供を実現するために、お客さまにとって分かりやすく、誤認されないような表示・内容となっているかを、コンプライアンス・リスク管理部門が関係部門と連携して審査・確認を行い不断の見直しを行っております。お客さまからのお問い合わせ業務については、新規のお申込みと既存のご契約のお問い合わせの窓口および担当者を分けることで、より専門的かつ迅速なサービスをご提供できる態勢となっております。
- Webコンテンツによるお客さまへのお役立ち情報をより充実させるために、既存の死亡保険や医療保険関連ガイド、クリック君によるマンガ仕立てのストーリーによる保険やお金の話に加えて、フィナンシャル・プランナーが当社の新マスコットであるスビィくんとのお話形式によるフィナンシャル・プランニング教室やスビィくんが解説するくらしとお金のヒントを新らしく連載し、豊富な情報を分かりやすく解説しております。

5. 「適正かつ迅速な保険金・給付金等の支払い」の取組状況

適正かつ迅速な保険金の支払体制、お客様への情報提供の態勢を整備

- 適正な保険金支払を実現するための体制として、コンプライアンス・リスク管理部門では、毎月、迅速かつ適切な保険金・給付金等の支払等が行われているかについての確認を実施し、保険金・給付金等支払業務の品質向上に引続き取り組んでいます。また、保険金・給付金等のご請求についてお支払対象とならない旨をお客さまに通知した事案について、社外の専門家（医師、弁護士、消費生活専門相談員）による支払検証委員会を設置し、お支払対象外とした判断が適切であったか否かの検証を定期的にも実施しております。
- ご家族に万一のことがあった場合、ご葬儀の手配や諸手続きなどにお役立ていただくために、一定の条件を満たすご契約について、FAX等による簡易なお手続きにより、最短で請求日当日に死亡保険金をお支払するサービスを実施しております。
- 保険金・給付金等の請求方法や各種手続きの方法・必要書類などについては、当社Webサイトやコールセンターでのご案内のほか、当社保険にご加入いただいているお客さま向けに年1回送付している冊子「コミュニケーションガイドブック」にわかりやすく掲載しております。
- 「ご家族連絡先登録制度」を導入し、当社からの郵便物がお客さまに届かない場合や大災害発生時等にお客さまと連絡が取れない場合に、当社からお客さまの連絡先や安否を確認させていただく連絡先として、あらかじめお客さまのご家族の連絡先をご登録いただくことで、お客さまとの連絡がより確実におこなわれるような取り組みを開始いたしました。

6. 「利益相反の適切な管理」の取組状況

「利益相反管理方針」を策定し、社内外に公表するとともに、具体的な運用基準を社内で周知

- 「利益相反管理方針」に基づき、お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反のおそれがある取引）を漏れなく把握し、管理するよう努めております。これらの取組みの結果、利益相反のおそれがある取引は発生していません。
- 「顧客中心主義」の理念を実践し、お客さまの満足度を向上させるために、当社は、真にお客さまの立場にたち、お客さまの期待に応えることができる代理店を理想としております。そのために当社募集代理店は、顧客本位の業務運営に基づき、お客さまのご意向に沿い適切な比較推奨による募集を行い、十分なアフターフォローを行うことが必要と考えております。これらを実践している募集代理店を適切に評価し、お客さまの満足度がさらに向上するために、募集代理店手数料を2019年10月より改定する予定でおります。なお、当内容については、当社Webサイトにも掲載いたします。

7. 「本方針を役職員に浸透させる枠組み」の取組状況

本方針の理解促進に向けた研修の実施

- 顧客中心主義という当社の経営理念に関するテーマについて全社員を対象とした研修を実施し理解の促進を図りました。また、お客さま対応部門においては顧客対応品質の向上に向けて定期的な研修を実施してきました。
- カスタマーセントリシティ委員会を新たに発足させ、顧客中心主義に伴う業務運営方針に沿った業務運営が行われているかを経営陣が定期的に検証していきます。

業務運営の定着を測るために、K P I を設定しその進捗状況の確認

- 本方針に基づく取組内容を実効性ある取組みとして推進していくために、前述のとおり、2つのKPIを（保有契約件数および団信被保険者数、給付金ご請求時のお客さま満足度）設定しており、各種取組みの定着度合とともに定期的に経営会議でモニタリングを行っています。