

2021年度

「顧客中心主義に基づく業務運営方針」 にかかると組結果について

2022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	5 ページ
4. わかりやすい情報提供	9 ページ
5. 適正かつ迅速な保険金・給付金等の支払い	12 ページ
6. 利益相反の適切な管理	14 ページ
7. お客さまの負託に応える資産運用	15 ページ
8. 本方針を役職員に浸透させる枠組み	16 ページ

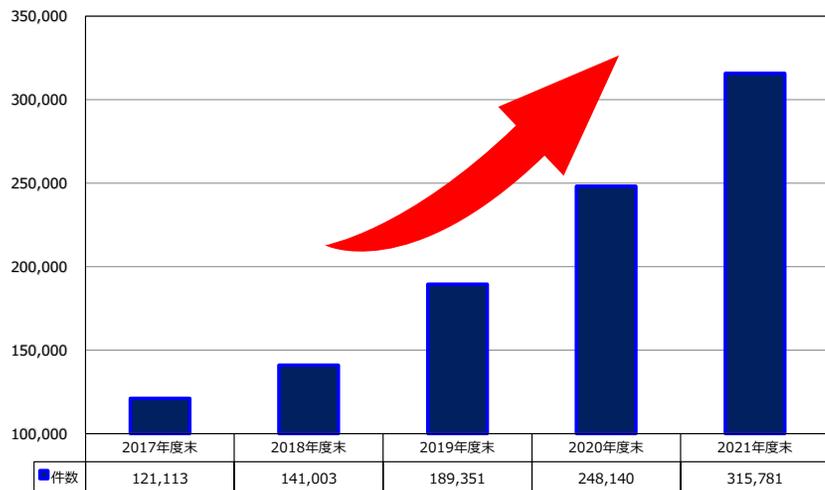
方針1. 「顧客中心主義」の徹底

- 当社では「顧客中心主義に基づく業務運営」の評価指標（KPI）として、「保有契約件数」と「お客さま満足度」を設定し、顧客中心主義の徹底に努めています。

保有契約の加入者数※

顧客中心主義を踏まえた各種取組により、2022年1月には保有契約の加入者数が30万人を突破。2021年度末では、**31.6万人**と前年対比で**27%増**となりました。

※ 個人保険の保有契約件数と団体信用生命の保険被保険者数の合計



お客さま満足度

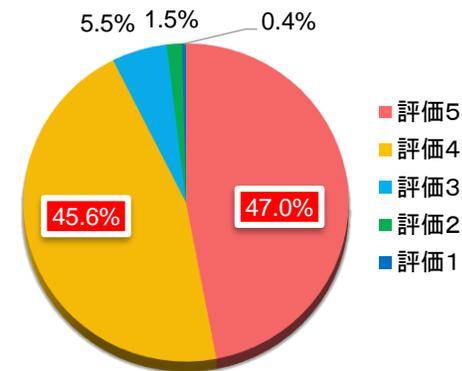
お客さまとの最も大切な接点の一つである給付金ご請求時に、当社対応に関する「満足度アンケート」を実施しています。

2021年4月～2022年3月のお客さま満足度における高評価※の割合は92.6%となっています。

※ 高評価 = 評価5 と評価4 の合計

Q 給付金手続きを通して、当社に対する印象はどのように変化しましたか。

評価5 = 良くなった
評価4 = やや良くなった
評価3 = 変わらない
評価2 = やや悪くなった
評価1 = 悪くなった



お客さまからの感謝の声（抜粋）

- 給付金のお支払いが本当に早くとても助かりました。ありがとうございました。
- 他社の診断書のコピーでいいと言ってくださり、2部取らずに済み、本当に助かりました。すごくいいですね。
- SBI生命さんの保険を選んでよかったです。ご対応ありがとうございました。
- 初めての入院と保険の使用で心配や不安が多いところ、親切に対応いただき、また、書類もわかりやすく手続きができました。

方針2. お客様の声を活かす取組み

取組み体制

「顧客中心主義に基づく業務運営」を徹底するため、経営会議の諮問機関としてカスタマーセントリシティ委員会を設置しています。

当委員会では、社外の意見を聴取し、顧客保護および利便性の確保・向上に反映するためCSアドバイザーボードを設置しています。

■ カスタマーセントリシティ委員会

カスタマーセントリシティ委員会は「顧客中心主義に基づく業務運営」を徹底するため、その具体的な取組みについて、対外的な視点から総合的に検証や確認を行うとともに、諮問機関として経営会議に対し専門的見地から意見を答申しています。お客様の声は当委員会にフィードバックされ、その対応に関する必要な討議、検討課題のモニタリングを実施しています。

■ CSアドバイザーボード

CSアドバイザーボードは弁護士、医師、消費生活相談員の社外有識者で構成されております。お客様の声に基づく改善課題について、年2回の定例会議、および、適宜実施される諮問を通して社外有識者の提言を踏まえ適切な業務改善等について検討をしています。

2021年度は、CSアドバイザーボードを通して、「ご契約内容のお知らせ」「パンフレット」「WEB申込画面」「被保険者のしおり」等の表記に関する事項について、お客様の声に基づく様々な改善を行っています。

方針2. お客様の声を活かす取組み

取組み体制

お客様の生の声から、顕在化していないニーズを捉えて、新しい商品やサービスの開発・提供につなげることを目的に「ご提案募集コーナー」を開設しております。

あったらいいのに
こんな保険やサービス！



■ ご提案募集コーナー

「ご提案募集コーナー」では、2021年6月に第4回、11月に第5回の受賞者の発表を行いました。

第4回では老後に必要となる資金をサポートするアイデアや高齢で一人暮らしの場合に様々な手続きを代行するサービスなど長生きリスクに関するアイデアが最も多く寄せられました。

第5回では出産・子育てに対する経済的不安を保障するアイデア、いじめ・ハラスメントに関するアイデアなど、数多くのご提案が寄せられました。

その結果、SBI生命大賞として以下のアイデアを表彰しました。

- ・ 第4回目（2020年度下期）
「認知症診断の促進と診断後のケアに関するサービス」
- ・ 第5回目（2021年度上期）
「保険を活用した寄付により社会貢献を図っていくアイデア」

今後もお客様の声に耳を傾け、投稿いただきましたアイデアを参考に新しい商品やサービスの開発・提供に努めてまいります。

方針3. 最適な保険商品・サービスの提供

団体信用生命保険

当社の主力商品の一つである団体信用生命保険・団体信用就業不能保障保険を検討されるお客さまのために、お申込時の利便性向上、および商品内容の一層の充実に取り組みました。

利便性向上

保障の充実

- 住信SBIネット銀行との共同開発により、団体信用生命保険・団体信用就業不能保障保険のWEB申込サービスを開始しました。

住信SBIネット銀行の住宅ローンに付帯する団体信用生命保険・団体信用就業不能保障保険について、**専用WEBサイトからお申し込み手続き**いただけるサービスを開始しました。

このサービスによって、保険のお申込時に必要であった書類の記入・捺印・郵送が不要となり、住宅ローンのお申し込みに要する期間が短縮されるなど、お客さまの利便性が大きく向上しました。

- 住信SBIネット銀行の住宅ローン向け団体信用生命保険をリニューアルいたしました。

新プラン「スゴ団信」として、住信SBIネット銀行の住宅ローン向け団体信用生命保険を改定しました。

「スゴ団信」では、通常の団体信用生命保険、全疾病保障に加え、お借入時のご年齢に応じてガン診断時給付を含む3大疾病保障特約(50%)を基本付帯します。**お借入時のご年齢が満40歳未満のお客さまに対して、通常の団体信用生命保険に加え、ガン診断時給付を含む3大疾病保障(50%)および全疾病就業不能保障を基本付帯するのはネット銀行※初**となります。

※ 「ネット銀行」とは、ソニー銀行、auじぶん銀行、PayPay銀行、大和ネクスト銀行、楽天銀行、GMOあおぞらネット銀行、みんなの銀行のことをいいます。2021年9月21日時点の各行HP情報より。

方針3. 最適な保険商品・サービスの提供

最適な保険商品を目指して・・・

保険市場

■ 死亡保険「クリック定期！Neo」

死亡保険部門 資料請求ランキング：第1位（6年連続）※

死亡保険部門 ネット申込ランキング：第1位（2年連続）

定期保険部門 資料請求ランキング：第1位（6年連続）

定期保険部門 ネット申込ランキング：第1位（2年連続）



※ リニューアル前の「クリック定期！」の実績と合算

■ 就業不能保険「働く人のたより」

就業不能保険部門 資料請求ランキング：第1位（2年連続）

就業不能保険部門 ネット申込ランキング：第1位（2年連続）



オリコン

2022年 オリコン顧客満足度®調査
就業不能・所得補償型保険商品 総合1位



- 死亡保険「クリック定期！Neo」、就業不能保険「働く人のたより」は、昨年に引き続き各種のランキングで高い評価をいただきました。

「クリック定期！Neo」は「お手頃な保険料」「簡単＆スピーディな申込手続き」に加え、保険期間を10年から最長30年まで、満了年齢を55歳から80歳の間からご選択できるなど、お客さまの様々なライフステージに合わせ柔軟な選択が可能となっています。

就業不能保険「働く人のたより」はお手頃な保険料に加えて、保障するリスクを3つのタイプから選択可能であることや全疾病型は精神疾患の保障もあることから、働き盛りや共働きの世帯での、働けなくなることによる経済的な不安に対する備えとして、多くのお客さまからご好評をいただいております。

このような点が評価され、国内最大級の保険選びサイト「保険市場」の「2022年版 昨年最も選ばれた保険ランキング」の各部門（資料請求・ネット申込）で、**死亡保険「クリック定期！Neo」と就業不能保険「働く人のたより」が昨年に続き第1位を獲得**しました。

株式会社oricon MEが実施した「2022年 オリコン顧客満足度(R)調査」においても、**就業不能保険「働く人のたより」が昨年に続き「就業不能・所得補償型保険商品」総合1位を獲得**しました。

方針3. 最適な保険商品・サービスの提供

時代の流れに対応したサービス

当社は、SBIグループの一員として、革新的な発想を重視し、変化し続ける時代の流れを着実に捉え、お客さまが真に求める保険商品・サービスを開発・提供してまいります。

新しい金融サービスの提供に向けて

当社は、SBIグループと連携しながら、銀行・証券・保険分野の幅広い商品・サービスをワンストップで提供することによりお客さまへの一層の利便性の向上に努めてまいります。

■ Amazon Echo による音声での保険料見積もりサービスを開始しました。

当社ではスマートスピーカーAmazon Echo※を通じ、商品のお問い合わせ対応やメッセージ通知等のサービスを提供しております。2021年度は、新たにスマートスピーカーAmazon Echo シリーズに搭載されるAIアシスタントのAlexa（アレクサ）を活用した音声による保険料の見積もりサービスを開始しました。本サービスは生保では国内初の取り組みとなります。

今後ともお客さまのさらなる利便性向上のため、DX（デジタルトランスフォーメーション）を積極的に推進することにより、お客さまサービスの一層の改善・拡充に努めてまいります。

※ Amazon Echo および Alexa は、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の登録商標です。Amazon Echo の設定については、公式 HP (<https://www.amazon.co.jp/>) にてご確認ください。なお、メッセージを受け取るには Alexa アプリ内のスキル設定で「アカウントのアクセス権」の「Alexa の通知」をオンにご設定ください。当サービスのご提供は無料となりますが、お客さまのネットワーク環境により別途通信料が発生することがあります。

■ 日本金融サービス仲介業協会へ加盟しました。

1つのライセンスで銀行・証券・保険すべての分野の金融サービスをワンストップで仲介可能とする「金融サービス仲介業」が創設されました。当社は、「金融サービス仲介業」の健全な発展に尽力していくために設立された一般社団法人日本金融サービス仲介業協会に加盟し、代表取締役社長の小野が同協会の代表理事副会長に就任しました。

SBIグループでは、フィンテック（Fintech）や人工知能（AI）などの最新テクノロジーを積極的に活用することで、お客さまの立場に立ったより利便性の高い保険サービスや様々な金融サービスを提供しています。当社では、「金融サービス仲介業」がお客さまの一層の利便性の向上に資するよう、SBIグループ各社とも連携しながら、同協会の活動を積極的に支援してまいります。

方針3. 最適な保険商品・サービスの提供

高齢者・障がい者対応

ご高齢のお客さま、障害のあるお客さまに対して、わかりやすい情報提供、ご利用いただきやすいサービスを提供してまいります。

お客さまのご要望にお応えして

「生命保険料控除証明書」の再発行に係わるご要望にお応えして利便性の向上を図りました。

- 郵送物に「Uni-Voice」を用いた音声案内サービスを導入しました。

ご高齢の方や障害のあるお客さまへの新たなサービスとして、「Uni-Voice[※]（ユニボイス）」を用いた郵送物の音声案内サービスを導入しました。本サービスは、保険料払込のご案内から開始し、その他のご案内にも順次拡大する予定です。

※ 「Uni-Voice」は、「Uni-Voice コード」を読み取ることにより、ご案内文の音声読み上げ、またはテキスト表示を可能とするスマートフォン向けアプリケーションです。

- AI 電話自動応答システムとRPAを活用し生命保険料控除証明書の再発行のお手続きを完全自動化しました。

AI 電話自動応答システムを導入し、RPA（ロボティックプロセスオートメーション）との連携を図ることにより、生命保険料控除証明書の再発行のお手続きを完全自動化しました。

これにより、24時間365日、お客さまのご都合に合わせて「生命保険料控除証明書」の再発行をお手続きをいただくことが可能となり、導入以来、多くのお客さまにご利用いただいております。

方針4. わかりやすい情報提供

ユニバーサル・コミュニケーション・デザイン

提供する情報の内容だけでなく、「見やすさ」「わかりやすさ」も検討のうえ、正しく適切な情報を提供することに努めています。



【UCDA 認証「伝わるデザイン」について】

- 一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会が運営する認証制度で、保険・金融商品の説明資料など人々の生命・財産・健康に関わる重要な情報の「わかりやすさ」を第三者として客観的に評価するものです。
- 「伝わるデザイン」はデザインの「見やすさ」に加え、ユーザーの理解度までを検証して「わかりやすさ」を認証しています。

- 「ご契約内容のお知らせ」がUCDA 認証「伝わるデザイン」を取得しました。

お客さまへの各種ご案内について、「見やすさ」「わかりやすさ」を含め情報伝達の品質を高める改善を継続しております。2021年度は、お客さまへの大切なご案内の一つである「ご契約内容のお知らせ」がUCDA 認証「伝わるデザイン」を取得しました。

UCDA認証は、情報量、文意、色彩設計等、複数の項目について、多様な生活者や高度な知見・経験を持つ専門家により厳格な評価基準にもとづき審査されます。

- 「UCDA アワード2021」にて2賞を受賞しました。

当社の「契約者貸付請求書」が、記入順序と記入箇所の明示により書き漏らしを防ぐ配慮が優れている点を評価され、「特別賞」を受賞しました。また、「わかりやすさ」を理解するための社員研修をはじめ、情報品質を高めるための企業としての取り組みが評価され、「実行委員会表彰 ブロンズ」を受賞しました。

方針4. わかりやすい情報提供

ホームページ

販売チャネル・商品・お客様の属性等や情報媒体の特性を考慮し、常にお客さま目線に立ち、必要な情報を的確に提供できるよう努めています。

- 団体信用生命保険のホームページを改定し、「よくあるご質問」「用語集」を追加しました。

住宅ローンをはじめとした
個人向けローン等の保険



特長

保障内容

よくあるご質問

用語集

- 個人保険のホームページにおいて、お客様の声を基に商品に関するコンテンツを改定しました。

お客様の声を起点として、日々、ホームページのコンテンツのアップデートを行い、わかりやすい情報提供に努めております。2021年度は以下の対応を実施しました。

- ◆ お時間のない方にもわかりやすく簡単にご理解いただくために、就業不能保険「働く人のたより」の内容を1分間の動画にまとめて掲載しました。
- ◆ 新契約をご検討されるお客さまへ、検討の際の参考として既契約者さまから加入動機についてお伺いし、その声を掲載しました。
(対象商品：「クリック定期！Neo」、「働く人のたより」)
- ◆ 「働く人のたより」のFAQに、ご質問の多い7項目を新たに追加しました。

方針4. わかりやすい情報提供

コールセンター

お客さまサービスの基盤となるコールセンターシステムの刷新により、お客さまへのスムーズな対応とわかりやすい情報提供を実施するよう努めてまいります。

- お客さまサービスの向上と効率的な業務運営を推進するため、コールセンターシステムを刷新しました。

当社が推進するDX（デジタルトランスフォーメーション）の一環として、お客さまサービスの基盤となるコールセンターシステムを刷新し、2022年4月1日より稼働を開始しました。

コールセンターシステムの刷新により、これまで使用していた複数のシステムがひとつに集約されました。これによりオペレーターは電話応答から入電後の各種対応まで、一層スムーズに対応することが可能となりました。

この改善により、正確な情報をより迅速にお客さまにご案内することが可能となり、お客さまにご提供するサービスが大幅に向上しました。

将来的には、本コールセンターシステムに蓄積されたお客さまの声を、次世代データウェアハウス (DWH)[※]に連携し、AIによる分析等を通じて、お客さまに対するサービスの一層の向上のために活用していくことを検討してまいります。

※ 次世代データウェアハウス (DWH) とはビッグデータを効率的に蓄積・活用するためのソフトウェアプラットフォームであり、社内外に分散している多様なデータを統合し、利用目的に応じた形で容易に取り出しができるようにするための仕組みです。

方針5. 適正かつ迅速な保険金・給付金等の支払い

体制

■ 適正な保険金・給付金等の支払いを実現するための体制

保険金・給付金等の支払いについては、支払審査部門とは別の部署が検証をおこない、支払業務の品質向上に取り組んでおります。また、顧客中心主義の観点から提言等を行うための諮問機関として設置したCSアドバイザリーボードが保険金等支払検証の機能を持つことにより、社外有識者の意見を聴取し、適切な支払いを迅速に実現する体制を整備しています。

サービス

■ 保険金支払即日サービス

ご葬儀の手配や諸手続きなどの急な出費に少しでもお役に立てるよう、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いするサービスを実施しています。

■ 失効契約の解約返戻金自動振込

お客さまの利便性の向上や解約返戻金の確実な支払いを行うため、失効になった契約において解約返戻金があり、保険料振替口座登録（契約者本人口座に限る）がある場合、お客さまが手続きを行うことなく保険料振替口座へ振込みする取扱いを行っています。

ご案内

■ ご契約内容のお知らせ

毎年、ご契約者さまへ「ご契約内容のお知らせ」を送付し、ご契約内容を確認いただくとともに、住所変更等の必要なお手続きのご案内を行っています。

■ コミュニケーションガイド

保険金・給付金等の請求などの各種手続きや必要書類などについて、当社Webサイトやコールセンターからのご案内の他、「コミュニケーションガイド」にも掲載し、「ご契約内容のお知らせ」に同封して送付しております。

制度

■ ご家族連絡先登録制度

当社からの郵便物が届かない場合や、大災害発生時等に連絡が取れない場合に、事前に登録いただいたご契約者さまのご家族へ、当社からご契約者さまの連絡先や安否を確認させていただく制度を設けています。

方針5. 適正かつ迅速な保険金・給付金等の支払い

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、関係者の皆さまに、心からお見舞い申し上げます。
罹患された皆さまにおかれましては、一日も早いご快復を心よりお祈り申し上げます。

新型コロナウイルス感染症対策

新型コロナウイルス感染症拡の対応として、「保険料払込猶予期間の延長」「保険金・給付金請求手続きの簡易取扱い」等、各種手続きを実施しております。

■ **新型コロナウイルス感染症の対応として以下の各種手続きを実施しております。また、当社ホームページにFAQや関連情報を集約してご案内しています。**

◆ **保険料払込猶予期間の延長**

新型コロナウイルス感染症の影響により保険料のお払込みが困難な場合、ご契約者さまからのお申し出により、保険料のお払込みを猶予する期間を最長6か月まで延長する措置を実施しました。

◆ **保険金・給付金等請求手続きの簡易取扱い**

お客さまからのお申し出により、必要書類を一部省略する等の簡易・迅速なお取扱いを実施しています。

◆ **入院給付金に関する特別取扱い**

医療機関が満床等の理由で入院ができなかった場合、もしくは当初の予定よりも退院が早まった場合で、都道府県が設置した宿泊施設等や自宅において入院と同等の療養を受けた場合には、その期間に療養した事実のわかる医師の証明書等をご提出いただくことで、入院給付金のお支払い対象としています。

◆ **災害死亡保険金等の支払事由に規定する「感染症」の範囲拡大**

新型コロナウイルス感染症を直接の原因として、死亡または高度障害状態に該当した場合にも、災害死亡保険金等のお支払いの対象として取り扱います。

方針6. 利益相反の適切な管理

利益相反

当社では、「利益相反管理方針」に基づき、お客さまとの利益相反のおそれを漏れなく把握し、お客さまの利益が害されることがないよう態勢を整えています。

■ 代理店手数料体系について

当社では「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こそ理想の代理店像であると考えています。そのため、理想の代理店像に向けた取組みを適切に評価し、お客さま満足度のさらなる向上に資する代理店手数料体系としております。

理想の代理店像：

- ①お客さま本位の業務運営に基づき、
- ②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、
- ③十分なアフターフォローを実施する代理店。

代理店手数料のイメージ：

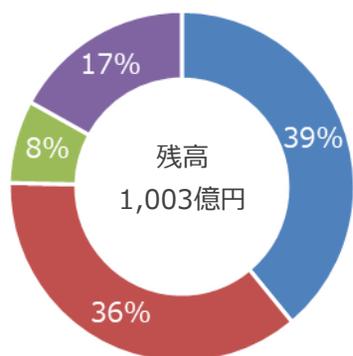


保険商品毎に設定した「基本手数料」と、当社の理想とする代理店像を共有すると認められた募集代理店を対象とした「品質評価手数料」から構成されます。

方針7. お客様の負託に応える資産運用

安定的な収益確保

一般勘定資産構成比
(2022年3月31日現在)



■ 内外公社債 ■ その他の証券 ■ 外国株式等 ■ その他

(注) 「その他の証券」には投資信託で保有する内外公社債を含みます。

ESG投資推進

- ※1. 従来の財務情報だけでなく、環境 (Environment)、社会 (Social)、企業統治 (Governance)に関する要素も考慮した投資を指します。
- ※2. 企業や地方自治体などが、環境改善効果のあるプロジェクト (グリーンプロジェクト) に要する資金を調達するために発行する債券を指します。

- 当社は、負債特性を踏まえ確定利付債券を中心とした資産ポートフォリオを構築しています。

生命保険契約の負債特性を踏まえ、適切なリスク管理のもと長期にわたり、**安定的な収益を確保できるポートフォリオ**を構築することを基本方針としています。

2021年度は、国内の超低金利を受け、円建て債券を抑制する一方、財務の健全性やリスク分散を考慮し、外国証券や内外不動産ファンド等への投資を拡大するなど、**収益源泉の多様化と収益の向上**に取り組みました。

- 中長期的な視点から環境や社会などの課題解決と持続可能な社会の実現に貢献すべく**ESG投資※1**等の取り組みを推進しています。

2021年度は、「社会的課題解決への貢献」の観点から、グリーン・ボンド※2やインフラ・ファンド等、**環境負荷軽減・社会インフラ整備に資する投資を拡大**しました。

方針8. 本方針を役職員に浸透させる仕組み

方針・理念の浸透

「顧客中心主義」を経営の最重要課題として位置づけています。

研修/教育

定期的な研修やE-learning等によって、役職員への周知、方針の浸透を図っています。

アイデアBOX

「顧客中心主義」への取組みに対する動機づけとして、社員からのアイデアを募っています。

当社は、中期経営計画の中で経営方針、基本戦略、基本戦術にもとづく各種施策や部門の取組みを定めていますが、その中でSBIグループが掲げる「顧客中心主義」の理念を徹底して追求することとしています。また、全役職員に向けて発せられる「社長メッセージ」において、経営トップからも「顧客中心主義」を組織全体に浸透するよう継続して発信しております。

全役職員に対し、E-learningを含め研修を定期的実施するとともに、「顧客中心主義」の業務運営に資するトピックスを社内イントラの「顧客中心主義の取り組み」のコーナーへ掲載しております。また、「CS通信」等の社内周知文書に掲載することにより、社内周知を図っています。さらに、各部署ごとに専門研修を実施し、専門的知識の習得にも取り組んでいます。

全役職員から、「顧客中心主義」の業務運営に関する提案、商品・サービス、業務改善等の意見やアイデアを募集して、経営トップが内容を確認し、実現可能なものは順次実行に移し、業務改善等に活かしています。