

2018 年度「ご契約者懇談会」

開催結果報告

 **朝日生命保険相互会社**

## 目 次

1. 開催状況 .....	2
(1) ご出席状況（全体） .....	2
(2) 年齢別・男女別・職業別のご出席状況 .....	3
(3) ご意見・ご要望・ご質問数（全体） .....	4
(4) ご意見・ご要望・ご質問の分布状況 .....	4
2. 主なご意見・ご要望・ご質問事項 .....	5
(1) 会社経営全般 .....	5
(2) 商品・サービス関係 .....	6
(3) 営業職員関係 .....	7
(4) 制度・手続き、情報提供等 .....	8

## 1. 開催状況

広く全国各地のご契約者の皆様からご意見・ご要望を直接お伺いし、会社経営に反映させること、また、生命保険および当社に関する説明、報告を行うことにより、当社と生命保険についてより深くご理解いただくことを目的として1975年から開催しています。

2018年度は、2018年12月から2019年2月にかけて、全国58支社で開催し、79名の総代を含む1,123名のご契約者にご出席いただき、「当社の事業活動や経営戦略」等について説明を行いました。

ご出席された方々よりいただいたご意見・ご要望につきましては、お客様サービスの改善等、お客様満足の向上のための取組みに反映させています。

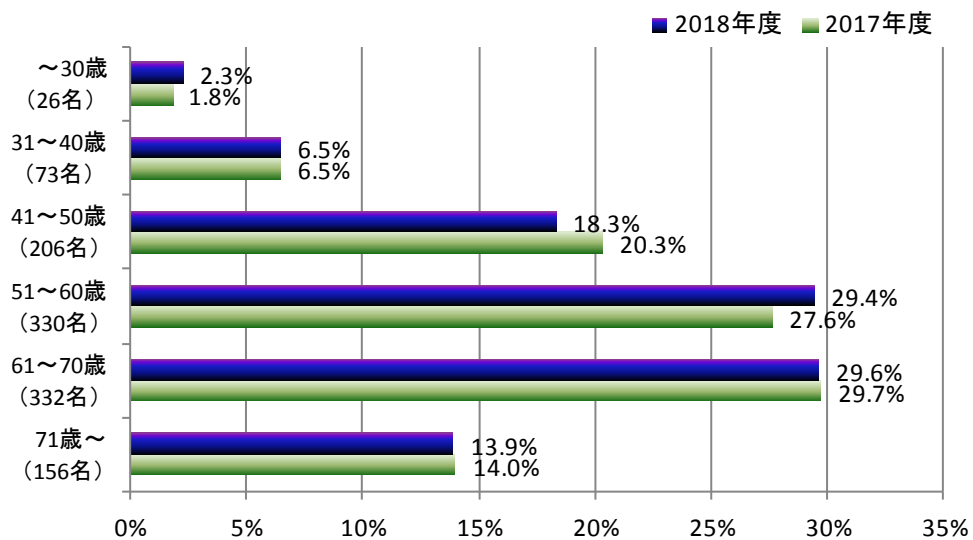
### (1) ご出席状況（全体）

ご出席者数	1,123名（前年差▲47名）
うち総代のご出席者数	79名（前年差+5名）

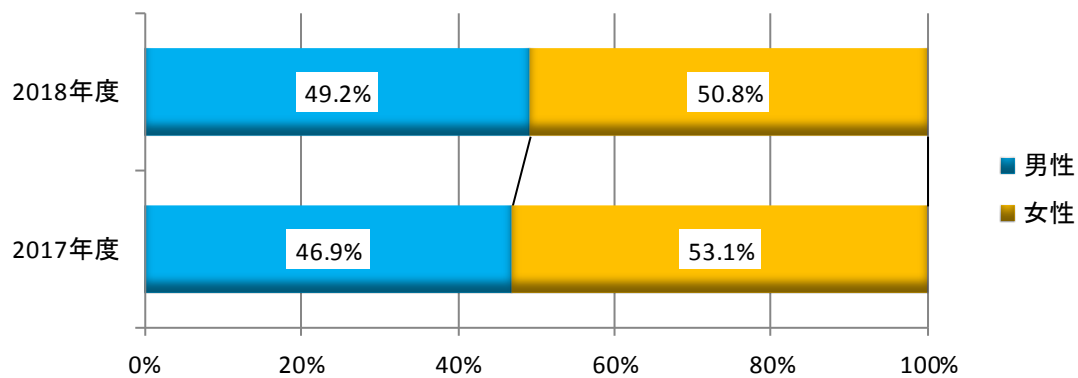
\* 1会場あたりのご出席者数は19.4名となっています。

## (2) 年齢別・男女別・職業別のご出席状況

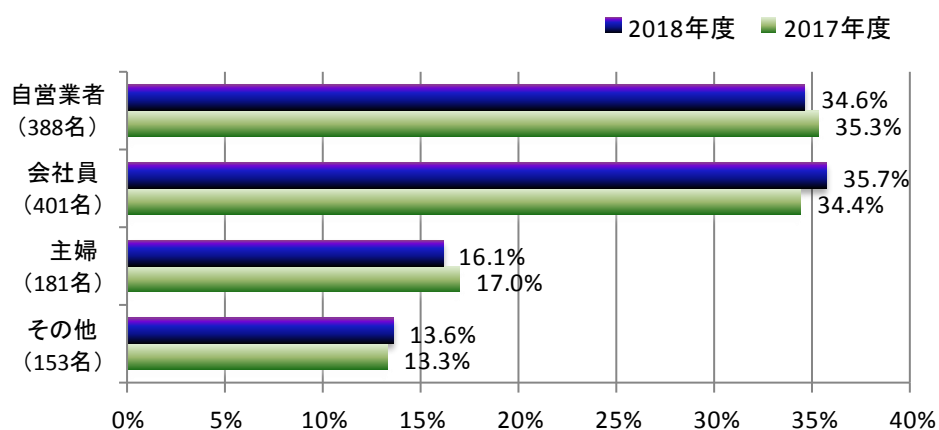
### ① 年齢別



### ② 男女別



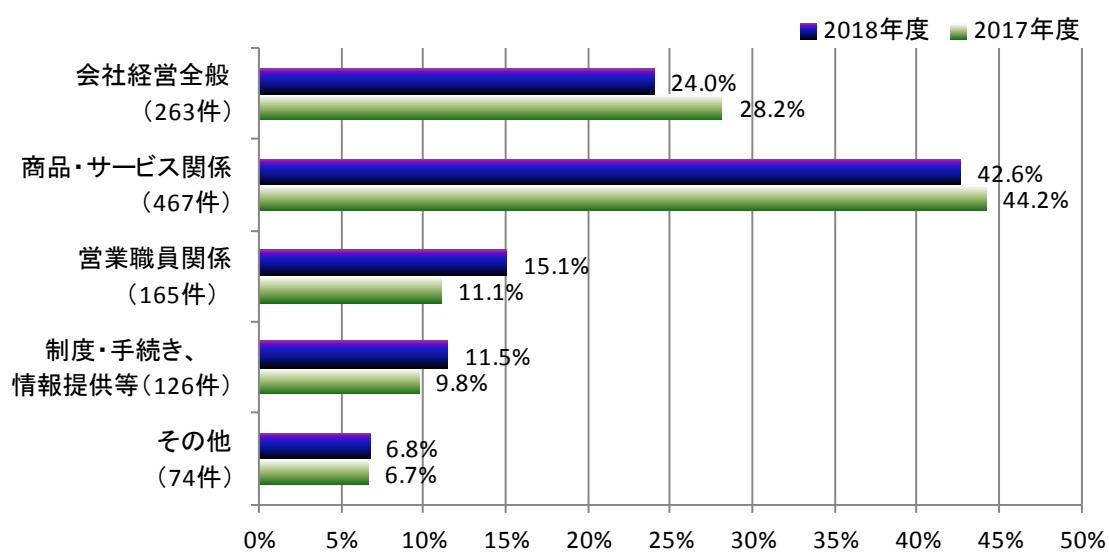
### ③ 職業別



### (3) ご意見・ご要望・ご質問数状況 (全体)

ご意見数	1,095件 (前年差▲14件)
------	------------------

### (4) ご意見・ご要望・ご質問の分布状況



## 2. 主なご意見・ご要望・ご質問事項

### (1) 会社経営全般

ご意見・ご要望・ご質問	当社の回答
<p>CMなどを活用し、イメージ戦略を積極的に推進してはどうか。</p>	<p>中期経営計画で掲げる企業ビジョン「一人ひとりの“生きる”を支える ～ 社会貢献し、お客様から信頼され、選ばれ続ける朝日生命 ～」をベースとした企業メッセージ、商品・サービス等の情報をお客様に幅広くお伝えしご理解頂けるよう、TV等のマスメディアへのCM等による広告宣伝、キャラクター「菅野美穂」等の有効活用等の展開を図っています。さらに、「介護保険といえば朝日生命」というブランドの構築を通じ、当社の一層の認知度向上を図ってまいります。具体的には次のとおりです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャラクター「菅野美穂」を起用し、「介護保険といえば朝日生命」というブランドを訴求するCMのTV・Web放映</li> <li>・キャラクター「菅野美穂」「シナモロール」の販売資料・グッズ・ポスター等への有効活用</li> <li>・11月11日（介護の日）の新聞広告</li> </ul>
<p>インターネット販売等、今後のマーケット戦略を教えてください。</p>	<p>国内市場は、女性の社会進出の進展や、シニア層の増加、晩婚化・非婚化に伴う単身者層の増加等により、医療・介護・所得保障等の第三分野マーケットは拡大していくと認識しています。2018年度からスタートした中期経営計画では、第三分野を中心に「シニア・女性・経営者」および「シングル」マーケットの開拓に取り組んでいます。また、先進的な介護新商品の提供等を通じ、「介護といえば朝日生命」といった存在感を発揮することで、介護マーケットにおける圧倒的なシェアの早期確立を目指してまいります。また、インターネット販売に関しては、社内にデジタルマーケティング戦略を専門に考えるチームを編成し、検討を進めております。また、インターネットを活用し保険をご検討されるお客様への対応として、WEBサイトを基点とした情報発信や、ネット販売を含む申込機能の強化などの検討を進めています。</p>
<p>情報通信技術（ICT）等の具体的な取組内容について教えてください。</p>	<p>ICT等の具体的な取組内容は次のとおりです。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 手続きの電子化             <p>タブレット型端末導入に伴うご加入手続き電子化（2018年1月実施）、アフターサービス手続き電子化（2019年1月実施）により、ペーパーレス化等による簡便でスピーディーなお手続きを可能としています。</p> </li> <li>(2) 手続きのダイレクト化             <p>「あさひマイページ」の機能向上による、インターネットにおける利便性の高いアフターサービス手続きの拡大を進めています。</p> </li> <li>(3) AI・RPA（※）等の活用による本社の業務省力化と支払査定の自動化             <p>AI・RPA等の活用により、本社事務業務を自動化・効率化し、2020年度までに年間17万時間（本社保険関係事務処理業務の2割相当分）の業務量削減を図ります。また、お客様からの給付金のご請求について、診断書等の書類到着後、AIによる言語解析機能を用いて、最短30分程度で支払の査定と送金手配の完了が可能なシステムを導入しています。</p> <p>※これまで人間が行ってきた事務作業の一部を、ロボットを使って自動化する取り組み。</p> </li> </ol>

## (2) 商品・サービス関係

ご意見・ご要望・ご質問	当社の回答
<p>利率が高く、貯蓄性の高い商品を開発してほしい。</p>	<p>現在の低金利環境において、従来型の貯蓄性商品では魅力的な内容で提供することは難しいと認識しています。一方で、利回りを向上させるため、商品性の工夫や元本割れリスクはあるものの外貨建等を含め、お客様にとって魅力的な貯蓄性商品の開発に向け継続して検討してまいります。</p>
<p>健康診断の結果で保険料を割引く商品を開発してほしい。</p>	<p>健康志向の高まりを受け、また、情報通信技術（ICT）の進展により大量のデータ解析が可能になりつつあることから、各社よりさまざまな健康増進型の保険が発売されております。健康増進型の保険には、人間ドック等の結果票の提出による保険料割引制度や、健康改善結果を踏まえ保険料を増減させるなど、さまざまな形があります。当社としても、お客様の健康改善をサポートする保険を提供できるよう、引き続き検討してまいります。</p>
<p>80歳以降も加入できる商品を開発してほしい。</p>	<p>高齢化が進展する社会情勢に鑑み、2013年10月より、主力商品である「保険王プラス」の契約年齢範囲を75歳から79歳に拡大しています。今後についても、拡大した年齢範囲の販売動向やお客様ニーズを踏まえ、新たな高齢者向け商品の開発を検討してまいります。</p> <p>※2019年4月～ 医療保険(2010)等の契約年齢範囲を79歳から85歳へ拡大</p>

### (3) 営業職員関係

ご意見・ご要望・ご質問	当社の回答
<p>定期訪問によるアフターフォローをしっかりしてほしい。</p>	<p>当社では、お客様との信頼関係構築に向け、営業職員が訪問し、ご契約内容等を確認いただく「安心お届けサービス」を展開しています。具体的なサービス内容は次のとおりです。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「あさひマイレポート」、「ご契約レポート」等のお届けを通じ、契約内容にご不明な点はないか、お客様の保障ニーズに適しているか、保険金、給付金の請求等の各種手続きの必要はないか等をお客様に確認いただいています。</li> <li>・災害等「いざ」という時にも速やかに各種お手続きをいただけるよう、ご家族の「ご連絡先」の登録をおすすめする活動を継続しています。</li> <li>・2017年度より、主力商品（保険王・保険王プラス・やさしさプラス）にご加入いただいているお客様のお誕生日に、「プレゼント応募付誕生日カード」をお届けさせていただきサービスを開始し、2018年度より、上記に加え、長期にわたりご継続いただいているお客様も対象に加えています。</li> </ul>
<p>人生100年時代を見据えた保険商品の提案がほしい。</p>	<p>当社では、他社に先駆けて2003年より第三分野に注力していく戦略で取り組んでまいりました。現在は、シニア、女性、企業経営者の3つを戦略マーケットとし、とりわけ介護保険の販売に注力した結果、2016、17年と新契約件数は業界No.1となっております。また、人生100年時代ということで考えると、長生きリスク（健康、生活、財産）にどう対応していくかが重要となり、当社は「生きるを支えるベストプラン」として主に健康と生活についてのトータルな保障の提供を推進しております。具体的には、「通院保障特約」を付加した「医療保険」、当社が業界先駆けとなった「生活習慣病保険」、業界初の公的介護保険の要支援2から保障する「要支援保険」、業界初のグッドデザイン賞を受賞した「あんしん介護」を組み合わせたプランです。この4つの保障を当社は提供し、人生100年に向けて一生お付き合いできる会社であるための存在感を発揮していきたいと考えております。</p>
<p>担当者が休暇の場合のバックアップ体制を検討してほしい。</p>	<p>担当職員が休暇等で不在の場合は、原則として営業所長等が代行するようしております。また、アフターサービス手続きについては、お客様サービスセンターへの電話によるお問い合わせにより、郵送手続きも取り扱っております。例えば、給付金等の請求などのお手続きがその対象ですが、取扱い件数全体の半数ほどを郵送でお手続きいただいています。</p>



#### (4) 制度・手続き、情報提供等

ご意見・ご要望・ご質問	当社の回答
<p>保険加入や各種手続等がインターネットやスマホ等で簡単にできるようにしてほしい。</p>	<p>ホームページ上で各種お手続き（ご契約内容照会、控除証明書発行依頼、保険料振替口座登録・変更、ご登録の住所・電話番号変更等）が完了するダイレクトサービスメニューを拡充しています。スマートフォンでの対応についても、「朝日生命スマートフォンサイト（ご契約者専用サービス）」を開設し、ホームページと同等のサービスの拡充を図っています。また、インターネットを活用し保険をご検討されるお客様への対応として、WEBサイトを基点とした情報発信や、ネット通販を含む申込機能の強化などの検討を進めております。</p>
<p>インターネットサービスを利用しやすくしてほしい。</p>	<p>ホームページ上で各種お手続きが完了するダイレクトサービスメニューの拡充、生命保険を検討されているお客様に対して最適な商品をご案内する機能の搭載などを通じて、当社ホームページに訪問されたお客様の一層の利便性向上に努めるとともに、今後もお客様のお役に立つコンテンツの充実に向け取り組んでまいります。また、2016年10月には女性ブランドサイト「やさしさプラス ONLINE」に加え、2018年4月より、「あんしん介護」サイトを開設しました。両サイトでは商品情報以外にも、付帯サービスのご案内や医学情報等を掲載しております。</p>
<p>パンフレットなどの商品説明は、分かりやすくしてほしい。</p>	<p>設計書やパンフレットについては、日々お客様に接している営業職員や営業所長からの意見・要望を基に、見やすさ、分かりやすさの改善に向けた対応を行っています。その結果、シニアのお客様にも分かりやすい内容等が高く評価され、「保険王プラス」のご提案書（契約概要）が「UCDAアワード2015」（※）の生命保険分野・契約概要部門において、「特別賞」を2015年10月に受賞しました。今後もより分かりやすい資料の作成に努めてまいります。</p> <p>※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、分かりやすさを基準に情報媒体を評価し表彰する制度</p>

以上