

2020年8月7日
朝日生命保険相互会社

「お客様本位の業務運営に関する基本方針」に基づく取組結果等の公表について

朝日生命保険相互会社（社長：木村博紀）は、「お客様本位の業務運営に関する基本方針」（以下、「本方針」）に基づく2019年度取組結果^(※)を取りまとめましたのでお知らせいたします。

当社は、お客様本位の業務運営を推進するため、本方針に基づく取組みの進捗管理を行い、その状況を定期的に公表しています。

2019年度の取組結果（KPIの状況および「お客様の声」に基づく具体的な改善事例を含みます）の詳細は別紙1をご覧ください。

なお、当社は、2018年度から2020年度までの中期経営計画「TRY NEXT～成長を実現し、未来を創る～」において、企業ビジョンとして「お客様一人ひとりの“生きる”を支える～社会に貢献し、お客様から信頼され、選ばれ続ける朝日生命～」を掲げています。本ビジョンの実現に向けて、お客様視点でサービスや諸制度の改善に努めるなど、今後もお客様本位の業務運営を徹底してまいります。

※今回公表する取組結果は、「消費者志向自主宣言」に基づくフォローアップ活動を兼ねています。

別紙1 「お客様本位の業務運営に関する基本方針」に基づく取組結果
（2019年4月～2020年3月）

別紙2 「お客様本位の業務運営に関する基本方針および具体的な取組内容」

以上

「お客様本位の業務運営に関する基本方針」に基づく取組結果 (2019年4月～2020年3月)

(「消費者志向自主宣言」に基づくフォローアップ活動)

2020年8月



本資料は、特段の記載がない限り、2020年3月時点の当社の生命保険商品およびサービスの概要等を記載しています。
生命保険商品にご加入の際は、「ご提案書(契約概要)」、「注意喚起情報」、「ご契約のしおり-一定款・約款」等を必ずご確認ください。
本資料に記載のサービスは、予告なく中止・変更することがありますので、あらかじめご了承ください。

1. お客様本位の業務運営に関する KPI の状況

当社は、「お客様本位の業務運営に関する基本方針」に基づく取組みの進捗状況を定量的に把握する指標(KPI)として、「個人のお客様数・企業のお客様数」、「ご契約の継続率」、「お客様満足度(総合満足度)」を設定しています。

これらの指標(KPI)の 2019 年度の結果は、以下のとおりです。

「個人のお客様数」、「お客様満足度」は着実に増加(改善)しています。「企業のお客様数」は、経営者向け保険の販売減少により減少、「ご契約の継続率」は、経営者向け保険の継続率低下等の影響により低下しました。今後も各指標の向上に向けて定期的に進捗管理や検証を行うなど、お客様本位の業務運営を一層推進してまいります。

(1) 個人のお客様数・企業のお客様数(2020年3月末)

「個人のお客様数」は **256.2 万名(年始差+2.6 万名)**、
「企業のお客様数」は **4.1 万社(同△0.05 万社)**となりました。

(2) ご契約の継続率

「ご契約の継続率」^(注1)は **87.4%(2018 年度差△1.1 ポイント)** となりました。

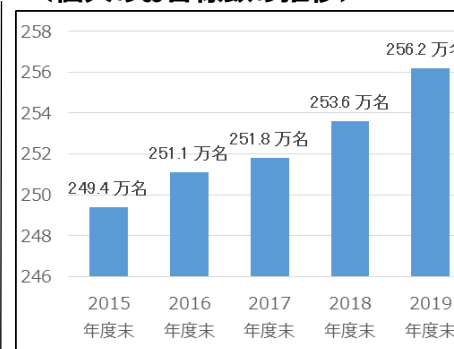
(注1) 営業職員チャネルを通じてご加入いただいたお客様の 25 月目の継続率
(2017 年 1 月～12 月の新契約が対象、保険料ベース)

(3) お客様満足度(総合満足度)

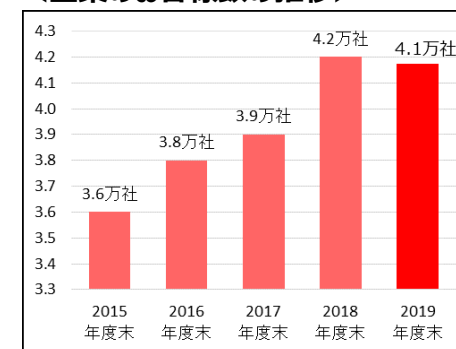
「お客様満足度」^(注2)は **76.2%(2018 年度差+1.2 ポイント)** となりました。

(注2) 総合的な満足度に関する質問項目について、7 段階評価のうち、「大変満足」「満足」「どちらかといえば満足」とご回答いただいたお客様の割合
(2019 年 9～10 月の調査結果)

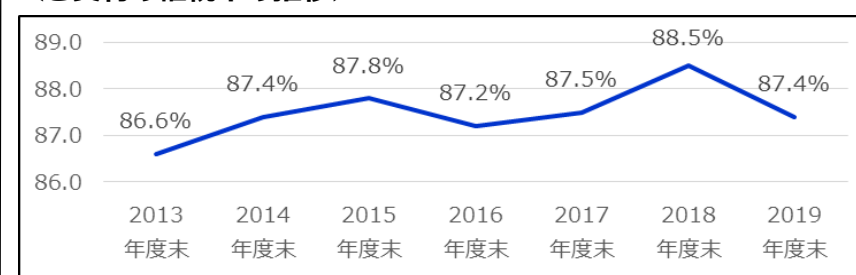
＜個人のお客様数の推移＞



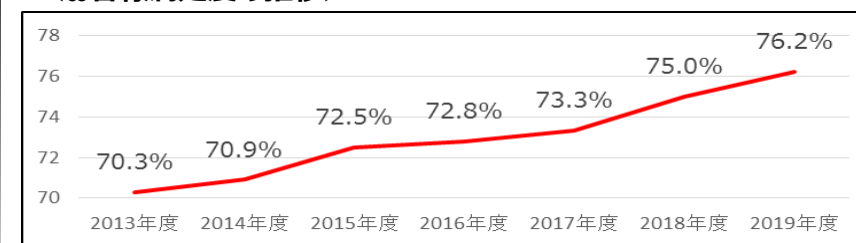
＜企業のお客様数の推移＞



＜ご契約の継続率の推移＞



＜お客様満足度の推移＞



2. 「お客様の声」を経営に活かす取組みの状況

【「お客様の声」をサービス向上につなげる取組み】

- 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する「ご契約者懇談会」を全国で開催しております。2019年度は、全国58支社で開催し、1,150名のご契約者のご出席があり、990件のご意見等をいただきました。
- お客様の声を営業職員にフィードバックするため、保険王プラスにご加入されたお客様等を対象に「お客様の声アンケート」の取組みを2016年度から開始し、営業職員の活動の改善に活かしています。2019年度のアンケートにおける担当者評価は6.49点(7点満点中)となりました。なお、これまでの郵送によるアンケートに加え、お客様の利便性向上により、新たなご意見を収集するため、WEBから回答いただけるアンケート方式を2020年度内に追加する予定です。

【お客様サービスの向上に向けた推進態勢の強化に関する取組み】

- 「お客様の声を経営に活かす取組み」として、「CS向上戦略プロジェクトチーム」の傘下の「お客様の声部会」において、消費者問題に関する有識者を社外委員に加え、「お客様の声」と、お客様に接する職員の「現場の声」を集約するとともに、更なるサービス向上策を検討し、実施しています。
- 「お客様の声に基づく具体的な改善事例」については、10～11頁をご覧ください。

<ご契約者懇談会>



開催風景(新都心統括支社)

<お客様の声アンケート>

～「お客様の声アンケート」へのご協力をお願いいたします～
当社は、お客様の声を積極的にお聞きする取組みを推進しております
いただいた声をもとに、一層のお客様サービスの向上に努めてまいります

ご協力いただいた方の中から、毎月抽選で30名の方へお礼の品を差し送ります。

当選された方には、ご登録の住所宛てに当品プレゼントを送付させていただきます。
（当社使用印に表示の番号でお客様を特定させていただきますので氏名等の記入は不要です。）
※同一ご家庭内に当社の複数のプレゼントに当選された場合は、最高当選品のみのご送付となります。
いずれもご返信いただくこともありませんので、ご了承ください。

当社担当者の対応について、以下の質問にお答えください。
（ご回答はもの回答欄にご記入のうえ、切り離してご返送ください）

質問	回答欄	【回答欄】
問1：今回の対応を含め、当社担当者の対応を総合的に見て、どのくらい満足されていますか。	満足に○してください	① 対応・連絡態度 ② マナー・笑顔 ③ 対応の迅速さ ④ 加入契約の理解度
問2：当社担当者の対応等に関し、①～④について、それぞれお答えください。 ① 前項の対応や連絡の頻度 ② マナーや笑顔（笑顔・滞在時間や応対等） ③ ご質問やご依頼等への対応の迅速さ ④ 担当者の説明を通じた加入契約の理解度 ※ご記入以外のお返事等ではお返事をお付けいたしません。加入契約の理解度を高めるためです。	満足に○してください	① 前項の対応 ② マナー・笑顔 ③ 対応の迅速さ ④ 加入契約の理解度
問3：当社担当者の対応について、「良かった点」や「気になる点」を具体的にご記入ください。また、その他お気づきの点等、ご自由に記入ください。	満足に○してください	自由記入欄

3. お客様のニーズやライフスタイルに合う商品・サービスの提供」に関する取組状況

【商品・サービス開発等に関する取組み】

- 介護状態(要支援状態を含む)となる原因のうち約4割^(注3)を占める生活習慣病に備えるため、一時金のお受取り金額をより柔軟に設定できる「**7大疾病一時金特約(返戻金なし型)**」を2019年10月に発売しました。

(注3) 厚生労働省「国民生活基礎調査」(2016年)

- 認知症の前段階である軽度認知障害の状態を保障する「**軽度認知障害保障特約(返戻金なし型)**」を2020年4月に発売しました。

併せて、「**認知症予防ホッとサービス**」として、認知機能の低下を早期に発見し、予防の効果を期待できる各種サービスを提供しています。

- 株式会社ディー・エヌ・エーの子会社である **DeSC ヘルスケア株式会社との業務提携**により、お客様向け**健康増進アプリ「kencom×ほけん」**の提供を2019年9月から開始しました。

- 東京大学との社会連携講座「糖尿病・生活習慣病予防講座」において、生活習慣病の改善に役立つ保険商品の開発やサービスの提供に向けた各種医療ビッグデータ解析に取り組みました。

- 今後の商品・サービス開発に活かすため、団塊ジュニア世代を含む40～50代の方を対象に、「**親に関して心配なこと**」についての**WEBアンケート**を2019年7月に実施しました。

- お客様の利便性の向上を目的とし、キャッシュカードまたはクレジットカードの読み込みにより、口座情報の登録や保険料払込のお手続きをお客様の面前で完了できる**決済端末**を2019年9月に導入しました。これにより、ご契約の申込から口座情報の登録・保険料払込のお手続きまで、同時にペーパーレスで完了いただけるようになりました。

<商品ご案内チラシ>

7大疾病一時金特約



軽度認知障害保障特約



<健康増進アプリ>

kencom × ほけん

ダウンロードはこちらから

iPhoneの方



Androidの方



<決済端末>



【お客様のニーズに適したチャネル展開の取組み】

○引受基準を大幅に緩和した、個人のお客様向け代理店チャネルの商品「スマイルメディカルスーパーワイド」を2019年4月に発売しました。

○ご加入時の利便性を向上するため、一部の商品^(注4)を対象に、申込手続きをインターネットで完結する取扱いを2020年1月から開始しました。これにより、インターネットで商品に関する情報をご確認いただきながら、申込手続きまで完結いただけるようになりました。

(注4)「スマイルメディカル」、「スマイルメディカルワイド」、「スマイルセブン」

○デジタル技術を活用し、お客様への新たな付加価値の提供、新たなビジネスモデルの創出を目指す ASAHI DIGITAL INNOVATION LAB を2020年4月に創設しました。詳細は特設サイトをご覧ください。

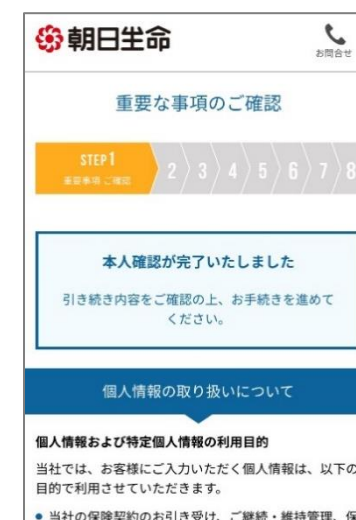
URL : <https://www.asahi-life.co.jp/lab/ADIL/>



<個人のお客様向け代理店チャネルの商品>



<インターネットでの申込画面>



<ASAHI DIGITAL INNOVATION LAB>



4. 「ご加入時のお客様への情報提供の充実」に関する取組状況

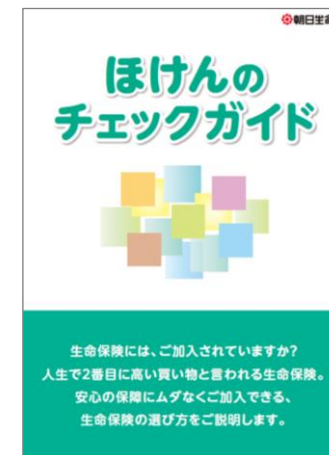
【お客様にわかりやすい保険募集資料等の作成に向けた取組み】

- 生命保険の基本的な情報を掲載し、安心の保障に無駄なくご加入いただくための選び方を解説する「ほけんのチェックガイド」を2019年4月に作成しました。
- 2019年4月より、お客様が保険証券到着後にご契約内容を十分にご確認いただけるように、**クーリング・オフ制度の適用期間**について、起算日からその日を含めて8日以内から**20日以内に延長**しました。

【重要な情報のご説明および開示】

- 「クーリング・オフ制度」「告知について」「保険金等をお受取りいただけない場合について」「解約と返戻金について」など、重要事項については、「重要事項説明書(注意喚起情報)」「ご契約のしおり(定款・約款)」に明示することにより、商品のご提案およびご契約のお申込みの際に、お客様にご理解いただけるよう努めています。

<ほけんのチェックガイド>



<ご契約のしおり(定款・約款)>



5. 「ご加入後のお客様サービス活動の充実」に関する取組状況

【「安心お届けサービス」「ご契約内容ご家族説明制度」の取組み】

- 営業職員がご契約者を訪問し、ご契約内容等を確認いただく「安心お届けサービス」を継続して実施しました。また、ご契約内容をご家族に理解していただき、給付金等の円滑なお支払いにつなげる「ご契約内容ご家族説明制度」のご案内活動を実施し、57 万件を超えるお客様にご登録いただいています。
- 2009 年度より推進しているピンクリボン運動については、全国の支社の街頭等において、「ピンクリボン街頭キャンペーン」を実施するなどの活動を 2019 年 10 月に行うとともに、各自治体が発行する乳がん検診のお知らせ活動を行いました。

【給付金の正確かつ迅速なお支払に関する取組み】

- 大規模災害発生時における事業継続体制の一層の強化を目的に、2019 年 4 月に「**福岡総合サービスセンター**」を開設し、給付金の支払業務およびコールセンター業務を開始しました。
- お客様の利便性向上を目的に、営業用タブレット型端末「スマートアイ」を活用し、**簡易な給付金請求のお手続きをその場で完了できるサービス**を 2020 年 3 月から開始しました。

＜安心お届けサービス＞



ご契約内容を確認いただく際の資料

＜ピンクリボン運動の取組み＞



朝日生命は
日本乳がんピンクリボン運動
を応援しています。



街頭キャンペーンの様子(大阪統括支社)

6. 「お客様からの負託にお応えする資産運用」に関する取組状況

【安定した資産運用収益の確保に関する取組み】

- 当社は、生命保険契約の負債特性を踏まえ、国内公社債・貸付金等の円金利資産を中心とした資産ポートフォリオを構築しています。
- 2019年度は、国内金利が引き続き低位で推移したことから、円金利資産への資金配分を抑制する一方、厳格な案件選別や分散投資を通じてリスクの抑制に取り組みつつ、外貨建債券等の買入れやオルタナティブ投資^(注5)を行い、投資対象資産の拡大を通じた収益源の多様化に取り組みました。

(注5) 伝統的な運用資産である株式や債券の代替投資とされるインフラファンド、不動産投資信託(リート)およびヘッジファンド等を活用した投資手法

- フランスの大手資産運用会社 **ナティクシス・インベストメント・マネージャーズ** との間で締結したビジネスパートナーシップに基づき、**事業展開における協力関係の強化および投資機会の拡大**に努めました。

【ESG 投融資の推進に関する取組み】

- 「ESG 投融資の基本方針」に基づき、ESG(環境、社会、ガバナンス)要素を考慮した投融資を推進し、2019年5月に**サステナビリティボンド**^(注6)、2020年1月に**グリーンボンド**^(注7)等への投資を行いました。

(注6) 用途が、①環境改善効果があり(グリーン性)、かつ、②社会的課題の解決に資する(ソーシャル性)債券

(注7) 再生可能エネルギーの活用や省エネルギー性の向上といった環境改善効果のある事業(グリーンプロジェクト)の資金を調達するために発行される債券

【スチュワードシップ活動の推進に関する取組み】

- 「スチュワードシップ責任を果たすための基本方針」に基づき、ESG要素を考慮しつつ、投資先企業との対話や議決権行使を通じて、企業価値の向上や持続的な成長を促すことにより、お客様からお預かりしている資産の運用効率の向上に努めています。

＜当社と「SDGs」との関わり＞



- 「SDGs」は、2015年9月に国連サミットで採択された、「誰一人取り残されない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を期限とする17の目標です。
- 当社は、各取組みを通じて「SDGs」達成への貢献を図ることにより、「お客様から信頼され、選ばれ続ける会社」を目指していきます。

7. 「利益相反の適切な管理」に関する取組状況

【利益相反取引の管理体制の強化に関する取組み】

○当社では、「利益相反管理方針」等の規程にもとづき、管理の対象とする取引をあらかじめ特定のうえ類型化し、利益相反のおそれがある取引の適切な管理を行っています。

【代理店に対する適切な募集委託に関する取組み】

○当社が代理店を通じて当社保険商品を販売する際には、代理店に対し、適切な比較推奨販売のもと、お客様のご意向を踏まえた保障を提供するとともに、ご加入後においても、お客様に寄り添ったサービスを提供し続けるよう指導しています。

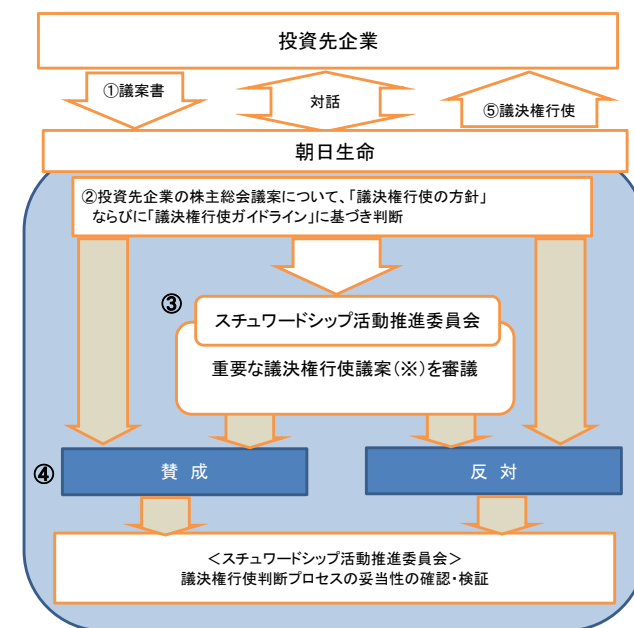
○手数料体系の考え方についての詳細は、当社ホームページに掲載しています。

【資産運用における利益相反管理に関する取組み】

○社外の専門家を委員に含めた「スチュワードシップ活動推進委員会」において、保有する株式の議決権行使について利益相反管理の観点から検証を行うなど、ガバナンス体制の強化と透明性の確保を図っています。また、会社提案に反対の議決権行使をした企業名、議案、理由を公表し、投資先企業の企業価値向上を促すとともに、議決権行使の透明性向上を図っています。(注8)

(注8)2020年6月に「スチュワードシップ責任を果たすための基本方針」を改正し、議決権行使結果等の開示・説明の拡充(反対議案の理由を含めた個別開示に加えて、賛成した議案のうち、対話に資する観点から重要と判断される議案は理由を含め個別開示)や、サステナビリティの考慮等にも取り組んでいます。

＜当社の議決権行使プロセスのイメージ＞



※重要な議決権行使議案について

- ・保険契約や投融資等において一定の取引がある投資先企業の議案
- ・当社の役職員が取締役・監査役を兼職している投資先企業の議案

8. 「お客様本位の行動の浸透」に向けた取組状況

【職員教育の実施について】

- 厚生労働省が推進する「認知症サポーターキャラバン」に賛同し、1万5,000名を超える全役職員^(注9)が認知症サポーター^(注10)に認定されています。

(注9)2018年12月末に在籍した役職員が対象(休職者等を除く)

(注10)認知症に関する正しい知識と理解を持ち、地域において認知症の人やその家族を手助けするための資格

- 高齢者の状況や介護のポイントについて理解することを目的に、「杉並ボランティアセンター」の方々を講師に招き、新入研修職員を対象とした「介護の体験研修」を2019年5月に実施しました。研修では、介護を必要とする高齢者の現状や高齢社会の課題を学ぶとともに、高齢者疑似体験を実施しました。

- 介護離職が社会問題化するなか、仕事と介護の両立について理解を深めることを目的に、社外講師を招き、職員を対象とした「**仕事と介護の両立セミナー**」を開催しました。

- お客様のライフサイクルの変化や多様なニーズに的確にお応えするため、国家資格である「FP(ファイナンシャル・プランニング)技能士(1級~3級)」、日本ファイナンシャル・プランナーズ協会が認定する「AFP(アフィリエイトファイナンシャルプランナー)・「CFP(サーティファイドファイナンシャルプランナー)」の資格取得を推進しており、7,700名超の職員^(注11)が取得しています。

(注11)営業職員と内勤職員の取得者数の合計

- 「消費者志向経営」を推進する一環として、「消費生活アドバイザー」の資格取得を推進し、2019年度は12名が合格し、企業別登録者数で13位(54名)となりました。

- 消費者庁が創設した「**内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度)**」^(注12)に2019年11月に登録されました。

(注12)事業者が自らの内部通報制度を評価して、認証基準に適合している場合、事業者の申請に基づき指定登録機関がその内容を確認した結果を登録し、所定のWCMSマークの使用を許諾する制度

＜認知症サポーターキャラバン＞



＜新入研修職員を対象とした介護の体験研修＞



＜内部通報制度認証(自己適合宣言登録制度) WCMSマーク＞



【参考資料】「お客様の声」に基づく具体的な改善事例

お客様の声	具体的な改善内容
保険商品・サービスやご加入のお手続きに関するもの	
1 介護状態や認知症になる前に給付金を受取ることができる商品がほしい。	2020年4月より、認知症の前段階と考えられている軽度認知障害(MCI)と診断確定されたとき、給付金をお支払いする軽度認知障害保障特約(返戻金なし型)を発売しました。
2 生命保険の加入申込をしたが、再度考えた結果、申込みを撤回したい。クーリング・オフの申出をしたところ、クーリング・オフ可能期間の8日を過ぎているため適用対象外と言われた。もう少し考える期間を延長してほしい。	2019年4月より、お客様が保険証券到着後にご契約内容を十分にご確認いただけるように、クーリング・オフ制度の適用期間について、起算日からその日を含めて8日以内から20日以内に延長しました。
ご契約期間中のお手続きやご案内に関するもの	
1 満期保険金の請求書を1か月以上前に送付したが、請求書が届いたとの連絡がない。	満期・第1回年金の請求書類を受理後、65歳以上のお客様に対して書類受理およびお支払予定日を電話でお知らせしていましたが、ご不在で電話が繋がらないことも多かったため、2019年9月から全年齢のお客様に対して郵便による書類受理のお知らせを開始しました。
2 年金請求の手続きが支払期日に間に合わなかったが、送付された「お支払通知書」ではいつ着金するのかわからない。	お支払期日以降にお支払いとなる年金の着金日を明確にするため、2回目以降年金「お支払通知書」について、着金予定日を表示するように2020年3月に改訂しました。

お客様の声		具体的な改善内容
3	満期保険金の請求に印鑑証明書が必要とあるが、原本は他にも使用するのでコピーで対応できないか。	2019年7月から、諸手続き時にご提出いただく公的書類について、原本ではなくコピーのお取扱いも可能とし、有効期限についても、発行日から3か月以内から6か月以内に延長しました。
入院給付金等のお支払い手続きに関するもの		
1	保険金・給付金の請求について、手続きや必要書類を簡素化できないか。	2020年3月より、保険金については、「死亡診断書(死亡証明書)」をご提出いただくことで、「被保険者の住民票」のご提出を不要としました。 また、給付金についても、ご病気での給付金のご請求、かつ「診断書」のご提出を省略できる場合において、タブレットによる電子手続きを導入し、手続きの簡素化、お支払いの迅速化に向けた取組みを行っております。

【参考資料】新型コロナウイルス感染症に関する取扱い等

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および影響を受けられた皆様に心からお見舞い申し上げますとともに、罹患された皆様
の一日も早いご快復を心よりお祈り申し上げます。

当社では、新型コロナウイルス感染症に関し、以下の取扱いを行っています。

- ①保険料払込猶予期間の延長
- ②保険金・給付金の簡易なお取扱い
 - ・ 請求書類の一部の省略、代替書類による請求書等のお取扱い
 - ・ 入院による治療が必要であったにもかかわらず、病院または診療所にご入院できない場合に、入院給付金のお支払対象とするお取り扱い
 - ・ 新型コロナウイルス感染症を災害死亡保険金等のお支払対象とする約款変更(一部商品を除く)
- ③契約更新手続き期限の延長
- ④新規契約者貸付に対する特別金利の適用(利息の免除)
- ⑤法人のお客様への融資に関する返済条件の変更

※詳細は、当社ホームページに掲載しています。

以 上

お客様本位の業務運営に関する基本方針および具体的な取組内容

基本方針 1. 「お客様の声」を経営に活かす取組み

「お客様の声」を幅広くお伺いするとともに、「お客様の声」を経営に活かす取組みを推進し、「お客様満足向上」に努めます。

(具体的な取組内容)

■ 「お客様の声」をサービス向上につなげる取組み

- 当社職員やお客様サービスセンター等を通じたお客様からの直接のお申し出や、全国で毎年開催される「ご契約者懇談会」でお客様からいただいたご意見を集約し、お客様サービス向上につなげています。
- お客様サービスの担い手である営業職員が、より一層お客様の視点に立って行動するよう、営業職員の対応や活動をお客様に評価いただく「お客様の声アンケート」の取組みを行っています。「お客様の声アンケート」を通じて寄せられた「お客様の声」を営業職員にフィードバックすることにより、営業職員の行動の改善に活かしています。
- 当社の商品や事務・サービス、担当者の対応等に関する評価やご意見をいただくために、外部機関を通じて「お客様満足度調査」を実施し、調査結果をお客様サービス向上につなげています。

■ お客様サービスの向上に向けた推進態勢

- 様々な方面から寄せられる「お客様の声」を集約のうえ分析し、「CS 向上戦略プロジェクトチーム」等を通じて、お客様サービスの向上を推進しています。また、2017年度から、同プロジェクトチームの傘下に、社外委員として消費者問題の有識者を加えた「お客様の声部会」を設置しており、お客様の視点から、更なるサービス向上策を検討・実施しています。

基本方針 2. お客様のニーズやライフスタイルに適う商品・サービスの提供

お客様ニーズやライフスタイルの多様化を的確に把握し、お客様に満足いただける先進的な商品を開発するとともに、お客様に適したチャネルを通じて、お客様のご意向を踏まえた商品・サービスをご提供します。

(具体的な取組内容)

■ お客様ニーズやライフスタイルの多様化にお応えする商品の提供

- 「お客様の声」の集約を通じて、お客様ニーズやライフスタイルの変化を的確に把握し、お客様に最適な保障をご準備いただける商品（「保険王プラス」「やさしさプラス」など）をご提供しています。
- 具体的には、「死亡保障」「介護保障」「医療保障」「収入保障」の4つのカテゴリーの保障ユニットから、お客様のニーズに合わせてそれぞれの保障ユニットを自在に組み合わせることができる保険商品「保険王プラス」「やさしさプラス」をご提供しています。
これらの商品をご加入時だけでなく、ご加入後もお客様のライフステージの変化に応じて、保障ユニットを変更することができる仕組みとなっています。

■ お客様のニーズに適したチャネルを通じた商品・サービスの提供

- それぞれのお客様に適したチャネル（営業職員チャネル、代理店チャネル）を準備し、お客様に最適な商品・サービスをご提供しています。

■ お客様のご意向を踏まえたコンサルティングサービス

- 当社は、お客様との対話を通じた丁寧なニーズ喚起と保障に対するお客様のご意向の事前把握を基本とし、ご意向と提案内容の関係性をご説明し、最終的にお客様が十分ご理解のうえ、ご納得いただいた内容でご加入いただくこととしています。
- 特に、高齢のお客様への商品説明の際は、十分にご理解されているか確認をとりながら、繰り返し丁寧に説明するよう留意するとともに、ご契約者のお子様をはじめとするご親族等の同席のお願いをしています。
- 未成年、特に15歳未満を被保険者とするご契約については、適正な保険金額を設定した上で、お客様のご意向を踏まえてお勧めしています。

基本方針3. ご加入時のお客様への情報提供の充実

ご意向に沿った最適な商品・サービスを選んでいただけるよう、商品・サービスの特性等について、わかりやすい資料や丁寧な説明によって、適切かつ十分に情報提供することに努めます。

(具体的な取組内容)

■わかりやすい資料等によるご説明

- 十分にご理解、ご納得いただきご加入いただくために、社内の資料作成基準に則り、わかりやすい資料をご提供することに努めています。
- とりわけ表示項目、デザイン、文字の見やすさといった観点から、高齢のお客様にもわかりやすい「ご契約概要」「ご提案書」等をご提供することに努めています。

■重要な情報のご説明および開示

- 「ご提案書」「ご契約のしおり（定款・約款）」「重要事項説明書」「その他パンフレット・ニード喚起ツール等」を活用し、お客様が必要な保障を選択しやすいよう、保険商品や特約の保障内容、主な支払事由、支払金額、リスクと不利益情報等のご提供に努めています。
- 当社では、お客様に市場リスクのご負担がなく、ご契約時点で保険金額、給付金額等が確定している商品を取り扱っており、お客様にお支払いいただく保険料と、当社がお支払いする保険金額、給付金額等の情報をお客様にご提供しています。
- 変額保険や外貨建保険といった特定保険契約（ご契約時点で保険金額、給付金額等が確定しておらずお客様に市場リスク等をご負担いただく商品）は現在販売していませんが、今後、銀行等金融機関の窓口販売で取扱う場合には、お客様のご負担となるリスクや手数料について、お客様に正しくご理解いただけるよう対応します。

基本方針 4. ご加入後のお客様サービス活動の充実

ご契約期間が長期にわたる生命保険の特性を踏まえ、お客様に寄り添ったお客様サービス活動を行うとともに、お客様への正確かつ迅速なお支払いに努めます。

(具体的な取組内容)

■ 営業職員によるフェイス・トゥ・フェイスの活動

- 当社の営業職員は、フェイス・トゥ・フェイスの活動を基本とし、ご加入後も定期的に訪問し、ライフスタイルの変化にあわせた適切な情報提供等のアフターフォローを行っています。
- ご契約者のご家族に対し、ご契約者と同等の情報開示および情報提供を可能とする「ご契約内容ご家族登録制度」を創設し、ご家族の関与によるスムーズな手続の実施や手続漏れの防止等、ご高齢の契約者およびそのご家族に対する、より万全で安心できるアフターサービス体制を構築しています。
- お客様にお届けしている「あさひマイレポート」「ご契約レポート」「事業保険レポート」では、ご契約内容などに加えて、最新の商品やお客様に役立つ情報などをご案内しています。
- お客様に役立つ情報の一例としては、乳がんに関する基礎知識や「乳がん検診」等の重要性を啓発することを目的として、2009年度より、乳がんについての情報提供、自己検診の習慣化や乳がん検査の受診勧奨などの活動を推進しています。

■ ホームページや書面による情報提供

- 当社ホームページにおいて、お客様のお役に立つ情報をご提供するとともに、ご契約者には「あさひマイページ」を通じたご契約内容の確認や各種お手続きなど、利便性向上に向けたサービスをご提供しています。
- 毎年お届けする「総合通知（インフォメールあさひ）」により、お客様に現在のご契約内容等をお伝えしています。

■ お客様からのお申し出へのご対応

- お電話によるご照会、ご相談、各種手続きのお申し出を「お客様サービスセンター」にて承り、迅速な対応により、お客様サービスの向上に努めています。

■ お客様への保険金等の正確かつ迅速なお支払い

- 査定の自動化による保険金等の正確かつ迅速なお支払い、AI や ICT を活用したアフターサービス手続き等の電子化のシステム導入、手続きの簡略化に継続的に努めています。
- お客様からのご照会に迅速に回答するために、保険金等のお支払いに関するご照会専用の電話対応体制の充実に努めています。
- お客様からいただいた請求書類から追加支払いの可能性がある場合には、お客様への請求勧奨のご案内を速やかに行うよう努めています。
- 社外の専門家も交えた「支払審査審議会」を設置するなど、保険金等支払査定の透明性を高め、より良い支払管理態勢を構築することに努めています。

基本方針5. お客様からの負託にお応えする資産運用

お客様に保険金・給付金を確実にお支払いするため、適切なリスク管理を行い、安定的な資産運用収益の確保に努めます。

(具体的な取組内容)

■安定した資産運用収益の確保

- 当社は、生命保険契約の負債特性を踏まえ、国内公社債・貸付金等の円金利資産を中心とした資産ポートフォリオを構築しています。また、市場環境の変化に適切に対応し、安定的な資産運用収益を確保するため、適切なリスク管理のもとで、相対的に利回りの高い外貨建債券への投資やオルタナティブ投資を行うなど、投資機会の拡大と収益源の分散を通じた資産運用の高度化に取り組めます。

■ESG 投融資の推進

- 国連責任投資原則 (PRI) へ署名し、同原則を踏まえた「ESG 投融資の基本方針」を策定のうえ、ESG 投融資の推進に努めます。

■スチュワードシップ活動の推進

- 「スチュワードシップ責任を果たすための基本方針」に基づき、投資先企業やその事業環境等に関し、ESG 要素を考慮しつつ理解を深めた上で、対話や議決権行使を通じて、企業価値の向上や持続的な成長を促すことにより、お客様からお預かりしている資産の運用効率の向上に努めます。

基本方針6. 利益相反の適切な管理

お客様の利益を不当に害することのないよう適正に業務を遂行するため、利益相反のおそれがある取引を適切に管理するための体制を整備し、維持、改善に努めます。

(具体的な取組内容)

■利益相反の管理

- 当社では、「利益相反管理方針」等の規程にもとづき、管理の対象とする取引をあらかじめ特定のうえ類型化し、利益相反のおそれがある取引の適切な管理を行っています。
- 適切な利益相反管理を行うため、各部署の部長を利益相反管理責任者とするとともに、コンプライアンス統括部門の部長を利益相反管理統括者とし、一元的な管理を行っています。

■代理店に対する募集委託

- 当社は代理店を通じて当社保険商品を販売する際には、手数料の多寡にかかわらず、お客様のご意向に沿った商品のご提案が行えるよう、代理店に対して、適切に指導するとともに、加入後においても、お客様に寄り添ったサービスを提供し続けるよう指導しています。また、代理店に支払う手数料について、代理店による品質向上への取組みを評価する手数料体系とし、一層のお客様サービスの向上を促しています。

■資産運用における利益相反管理

- 当社の資産運用部門は、「資産運用方針」、「スチュワードシップ責任を果たすための基本方針」等にもとづき、法人営業部門から独立して適切に業務を執行する体制としています。
- 投資先の選定および議決権の行使にあたっては、法人営業部門の意向を優先して行動することがないように、法人営業部門と資産運用部門の組織を分離し、その権限は資産運用部門のみに限定しています。
- 議決権行使については、社外の専門家を委員に含めた「スチュワードシップ活動推進委員会」において、利益相反管理の観点から賛否の判断を審議しています。

基本方針 7. お客様本位の行動の浸透に向けた取組み

当社職員に対し、お客様の最善の利益を追求するための意識醸成および教育の推進を図るとともに、お客様本位の行動を当社職員の評価体系に反映することにより、お客様本位の業務運営の浸透に向けて取組みます。

(具体的な取組内容)

■お客様本位の行動に資する職員教育の実施

- お客様本位で行動するためのお客様志向の意識醸成や、お客様の信頼にお応えするためのコンプライアンス強化を目的とした社内研修および社外試験への受験勧奨を実施しています。
- ご加入時やご加入後のアフターサービス活動時に丁寧なコンサルティングを行えるよう、お客様のご意向にお応えするためのコンサルティング教育や、FP知識をはじめとした知識面の教育を強化しています。
- 2012年度より、厚生労働省が推進する「認知症サポーターキャラバン」に賛同し、当社職員を認知症サポーターに養成しており、2016年度からは、新たに入社する営業職員を対象に各支社で実施する入社初期教育のカリキュラムにおいて、認知症サポーター養成講座の受講を必須化しています。

■お客様本位の行動の職員評価への反映

- 当社が目指すべき人材を具現化するために導入した当社職員の共通の評価基準である「朝日の共通評価軸」で職員の評価を行っており、その中の評価項目に「お客様満足の実現」「公正性・誠実性」を設定することで、お客様本位の行動を評価する体系としております。あわせて、各職種別の評価基準においても、同様に評価に反映させています。
- ご契約の継続やご加入後の各種手続き等のアフターサービス活動も評価項目に加え、給与を支払う規程としています。
- 各支社におけるお客様サービスの向上に向けた取組みを推進すべく「お客様満足・現場力向上項目」を評価項目に設定し、取組結果を評価に反映しています。