

## 【営業・サービス関連】

### 5. 充実したアフターフォローや情報提供を今後も継続してほしい

当社は、お客さま満足度の向上を図るため、ご契約者に対するアフターフォローの内容や訪問頻度を標準化した「安心サービス活動制度」を導入しています。

「安心サービス活動」では、ご契約内容の説明を通じて、現在ご加入の保障内容等について理解を深めていただくとともに、保険金・給付金の請求の有無や保障に対するご意向等について確認する「定期点検活動」等を行なっています。また、ご契約者向け各種サービスのご案内や社会保障制度のご説明など、ご契約者に有益かつタイムリーな情報提供に努めています。

さらに、大規模災害等が発生してご契約者との連絡が困難となった場合に備えて、ご家族等の連絡先を登録いただける「MY安心ファミリー登録制度」（第二連絡先）のご案内や、長寿の節目を迎えられたご契約者に対して、当社がご連絡先と各種お手続きの有無を能動的に確認する「MY長寿ご契約点検制度」の取組みを推進しています。

2019年度からは、「みんなの健活プロジェクト」の一環として、「安心サービス活動制度」にご契約者の健康増進を継続的に支援する「健活サポート活動」を新たに加えました。具体的には、「ベストスタイル 健康キャッシュバック」のご加入者に対して、健康診断結果から将来の入院リスク等を予測する「MY健活レポート」を活用した健康アドバイスをご提供するとともに、すべてのご契約者に対して、健康関連の情報提供やイベントのご案内等を行なっています。

## 6. 健康増進に役立つイベント・セミナーを開催してほしい

当社では、「みんなの健活プロジェクト」における取組みの一つとして、全国各地で、お客さまや地域社会のみなさまの健康をサポートするさまざまな健康増進イベントを開催しています。

2019年度は、Jリーグと協働して全国で開催しているウォーキングイベントをはじめ、若年層向けのフットサル大会や、中高年層の参加者が多いゴルフ大会、女性に人気のヨガ教室など、複数のラインアップを全国で展開するとともに、全国の支社等でも独自イベントを開催し、合計で40万人を超える方にご参加いただきました。

今後は、地域ごとの健康課題の解消に向けて、健康増進に役立つイベントやセミナー等のコンテンツをさらに拡充してまいります。

## 7. 最適な商品をわかりやすい資料で提案してほしい

当社は、商品コンセプトや商品内容、その商品を通じてお客さまにご提供する価値等をご説明した冊子「コンセプトパンフレット」を作成しています。

具体的には、「ベストスタイル」の「コンセプトパンフレット」では、お客さまご自身で必要な保障をご確認いただくポイントや、お客さまのご意向とご加入の保障内容が適合しているかお考えいただくポイント等を掲載しており、2019年度のお客さま満足度調査では、「コンセプトパンフレット」を使用してご説明をすることで、商品内容の理解度や説明に対する納得感が高まるとの結果が出ています。

また、「ベストスタイル」以外にも「コンセプトパンフレット」を作成する対象商品を拡大しています。そのなかで、外貨建て保険「つみたてドル建終身」の「コンセプトパンフレット」は、リスク情報等のわかりやすさ等が評価され、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主催する「UCDAアワード 2019」において「アナザーボイス賞」(注1)を受賞しました。

さらに、金融機関窓口で販売する特定保険契約(注2)においても、販売手数料の開示や、商品パンフレット等のより平易で明確な表現への見直しに継続して取り組むとともに、お客さま満足度調査結果や社外の消費者問題の専門家からのご意見をふまえたパンフレット等の作成にも取り組んでいます。また、保険設計書への実質的な利回りの表示追加や、商品概要書への為替変動や金利変動に関するリスクの記載等、情報の充実に取り組んでいます。

ご加入後のアフターフォローも含め、お客さまに保険商品の価値をお伝えし、お客さまに最適な商品を提案できるよう、今後もわかりやすい募集資料の提供に努めてまいります。

(注1) 企業(団体)・行政が生活者に発信するさまざまな情報媒体を、産業・学術・生活者が開発した基準を使用して第三者が客観的に評価し、優れたコミュニケーションデザインを表彰するもの。アナザーボイス賞は、特に生活者から評価が高い企業・団体に贈られる賞

(注2) 特定保険契約とは、金利、為替等の変動により損失が生ずるおそれがある保険契約(変額保険、外貨建て保険等)のこと