

## 【営業・サービス関連】

### 6. 新型コロナウイルス感染症の影響もふまえ、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・連絡頻度を標準化した「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の理解を深めていただくとともに、保険金・給付金のご請求の有無や保障に対するご意向等を確認する「定期点検」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。

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」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」および「認知症ケア」「認知症ケア MC I プラス」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、ご契約者のみなさまに対して、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。

また、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、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。あわせて、2020年6月からは、ご契約者の「想い」を手書きのメッセージでお預かりし、死亡保険金のお支払後に受取人様にお届けする「エピローグ・レター」をご案内しています。

特に、2020年度は、コロナ禍で将来に不安を感じていらっしゃるお客さまに、大切な「保障」を守りながら、さらなる安心をお届けするため、お客さま一人ひとりの状況にあわせた「保障と保険料のコンサルティング」活動を推進しています。

なお、コロナ禍における環境変化等をふまえ、今後は基本的な情報提供はデジタルを活用し、すべてのご契約者に均質かつタイムリーな情報提供を行ない、お客さまのご要望等に応じてMYライフプランアドバイザーが対面または非対面の追加フォローを行なうなど、人とデジタルが融合したアフターフォローに取り組んでまいります。

## 7. 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、全国各地でお客様や地域のみなさまの健康づくりをサポートするさまざまなイベントやセミナー等を開催しています。

2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受ける社会環境のなか、ご自宅等でも実施可能なエクササイズ動画「おうちで健活」をYouTubeの当社公式チャンネルにて配信するなど、オンラインを活用した健康づくりのサポートに取り組みました。

また、コロナ禍により対面型のイベント等の開催に一部制約がありましたが、地域ごとに異なる感染状況を考慮しつつ、当社が定める運営ガイドライン（感染防止対策）を十分徹底し、Jリーグとの協働によるウォーキングイベントや、中高齢層の参加者が多いゴルフ大会、女性に人気のヨガ教室、各支社等での独自のイベントなど、安心してご参加いただける多様なイベントを全国で開催しました。

今後も、「みんなの健活プロジェクト」を通じてお客様の健康意識の向上や行動変容をいっそう後押ししていけるよう、健康増進に役立つイベントやセミナー等の拡充を検討してまいります。

## 8. 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います。

また、「ベストスタイル」以外にも、リスク情報をわかりやすく説明することが必要な外貨建て保険や、保障内容が多岐にわたる医療保険を中心に「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、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」(注 1)において「アナザーボイス賞」を受賞し、また、医療保険「いまから認知症保険 MC I プラス」の「コンセプトパンフレット」は、「UCDAアワード 2020」の「医療保険のパンフレット」部門において「UCDAアワード 2020」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、募集補助資料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)「UCDAアワード」は、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、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・生活者の集合知により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。同表彰のうち、アナザーボイス賞は、特に生活者から評価が高い企業・団体に贈られる賞であり、UCDAアワードは、生活者と専門家による評価が総合的に高い企業・団体に贈られる賞のこと

(注 2) 特定保険契約とは、為替、金利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