

**当社における営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の
さらなる高度化に向けた取組状況のご報告**

2023年7月19日

はじめに

当社のコンプライアンスに対する考え方

- 当社では、コンプライアンスは「法令・社内規程等のルールを遵守することにとどまらず、社会的良識に基づいて公正・誠実に行動すること」、すなわち、「『私たちの行動原則』に沿った行動を心掛け、自らの行動が人に一番やさしい行動であるか、フェアプレーを貫いているかを考えて、実践すること」であると考えています。また、企業ビジョンの「信頼を得て選ばれ続ける、人に一番やさしい生命保険会社」を実現するためには、役員および従業員一人ひとりがコンプライアンスを実践することが前提であるとの考えのもと、コンプライアンスを推進しています。

当社のコンプライアンス態勢

- 明治安田生命グループ全体のコンプライアンスに関する事項を一元管理する部署をコンプライアンス統括部と定め、コンプライアンス態勢の整備・高度化を推進するとともに、全所属に配置した法令遵守責任者・法令遵守担当者と連携し、コンプライアンス教育、不適正事象の未然防止策の推進、不適正事象が発生した場合の対応等を実施しています。
- 明治安田生命グループ全体のコンプライアンス態勢の検討や業務執行部門への適切な提言を実施するため、「コンプライアンス検証委員会」を設置しています。また、社外委員を含む「お客さまサービス推進諮問会議」を設置し、お客さま志向の前提となるコンプライアンスに関する態勢整備・高度化策のうち重要な事項について諮問・報告する態勢としています。

「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化にかかる着眼点」とは

- 2023年2月に生命保険協会において、生命保険各社の営業職員チャネルにおけるコンプライアンス・リスク管理の取組みをいっそう後押しするため、「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化にかかる着眼点（以下、「着眼点」）」が取りまとめられました。
- 「着眼点」は、各社がコンプライアンス・リスク管理態勢の高度化を進めるにあたり留意すべき点について、原理・原則たる「プリンシプル」や、「参考となる取組例」等を整理したものです。

項目	プリンシプル
I. コンプライアンス・リスク管理態勢	1 経営陣の姿勢・主導的役割 2 営業組織における管理者（支社長、営業拠点長等）の役割 3 より良い企業文化の形成に向けた取組み 4 三線管理態勢の構築
II. コンプライアンス・リスクの評価	5 コンプライアンス・リスクの評価
III. コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施	6 業務ルールの明確化 7 教育・研修 8 人事・報酬（表彰）制度 9 営業職員の活動管理
IV. コンプライアンス・リスクのモニタリングおよび不適正事象の（予兆）把握時の対応	10 コンプライアンス・リスクのモニタリング 11 不適正事象の（予兆）把握時の対応
V. コミュニケーション	12 社内におけるコミュニケーション（営業組織内のコミュニケーション） 13 社内におけるコミュニケーション（全社的なコミュニケーション） 14 社外とのコミュニケーション 15 内部通報制度
VI. 監査	16 監査

**「着眼点」をふまえた、これまでの当社の
具体的取組み、および今後の当社取組みの方向性**

I. コンプライアンス・リスク管理態勢

着眼点の記載

「コンプライアンス・リスク管理態勢」は、各社の業務運営の基礎となる組織体制の構築や企業文化の形成等を指す。営業職員チャネルの特徴・強みであるお客さまとの強固な信頼関係に応え変わらぬ安心をお届けしていくためには、目指す理念や価値観の共有、実効的な統制策を遂行する強固な組織体制の構築等、健全なコンプライアンス・リスク管理態勢の整備・維持が求められる。

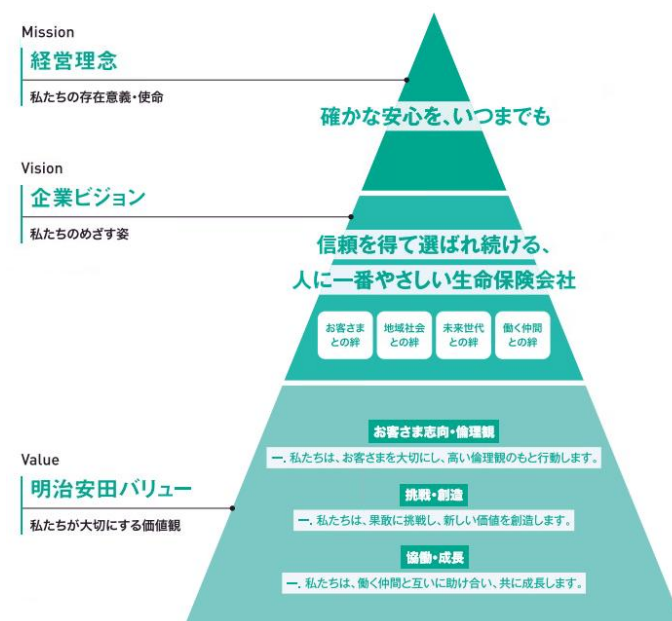
これまでの当社の具体的取組み（コンプライアンス・リスク管理態勢）

プリンシプル 1 経営陣の姿勢・主導的役割

「明治安田フィロソフィー」の浸透・定着

- 当社の基本理念を示した「明治安田フィロソフィー」に関するトップメッセージを繰り返し従業員に発信
- 「明治安田フィロソフィー」における「明治安田バリュー」（「お客さま志向・倫理観」、「挑戦・創造」、「協働・成長」）に沿って個人がなすべき行動を解説したものとして、「私たちの行動原則」を策定
- 全役員・従業員が、「私たちの行動原則」を自らの行動に反映した「私の行動宣言」を策定。全役員から従業員へ、その内容を共有
- 従業員一人ひとりの「私たちの行動原則」に沿った行動発現を促進するため、「『MY Style』実務ガイドライン」を制定し、「明治安田フィロソフィー」のいっそうの浸透・定着に向けて取組み

【明治安田フィロソフィー】



プリンシプル2 営業組織における管理者（支社長、営業拠点長等）の役割

支社長の役割発揮

- コンプライアンス・リスクオーナーとして、支社のコンプライアンス態勢（コンプライアンス取組計画）の整備やコンプライアンス教育を推進
- 推進責任者として、支社の内部管理状況を確認・改善を図る会議を毎月開催し、営業所長に対し、コンプライアンスや内部管理に関する指示・指導を実施

営業所長の役割発揮

- 営業職員の活動管理とともに、営業所内における業務全般に関する内部統制を確実に実施するため、適切な内部管理を実施

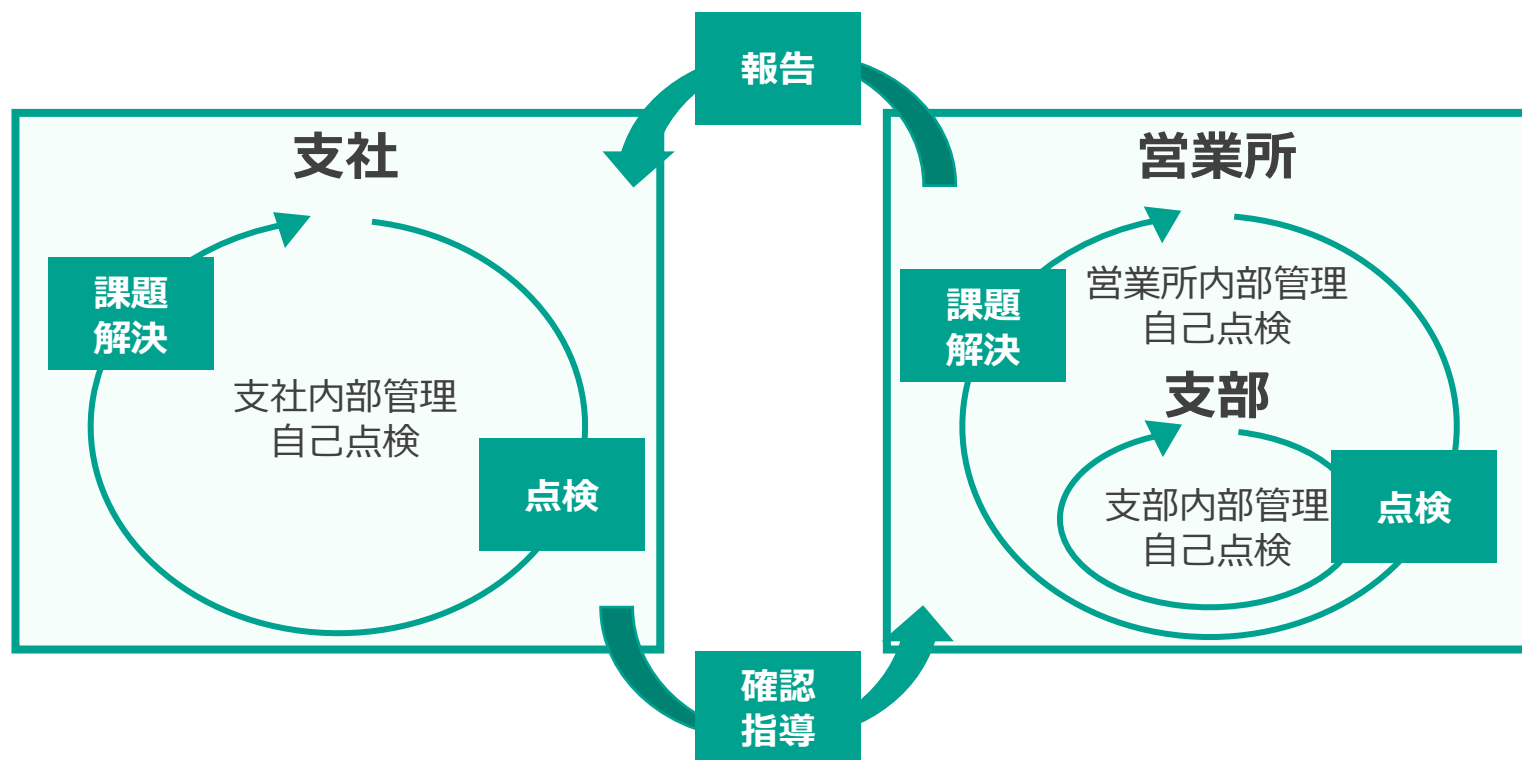
支部マネジャーの役割発揮

- 営業職員のうち、支部（グループ）のリーダーである「支部マネジャー」を管理者として位置づけ
- 営業所経営に参画し営業所長を補佐するとともに、支部の所属員に対してコンプライアンスに関する指導・管理を実施

プリンシプル2 営業組織における管理者（支社長、営業拠点長等）の役割

内部管理自己点検

- 支社長、営業所長、支部マネジャーが管理者として、自組織においてコンプライアンス・リスク管理を含む内部管理が適切に実施されているか自己点検を実施。不適正事象の未然防止と自組織の課題解決に向けたPDCAサイクルを構築
- 支社は、管下営業所・支部における内部管理自己点検の状況を確認・指導（複合的な点検）



プリンシプル3 より良い企業文化の形成に向けた取り組み

企業風土・ブランド創造運動を通じた「明治安田フィロソフィー」の浸透・定着

- 「明治安田フィロソフィー」の浸透・定着に向けて、従業員一人ひとりが積極的・主体的に行動する風土を醸成し、明治安田ブランドを創造するため、ボトムアップ中心の運動を推進する「企業風土・ブランド創造運動」を展開

経営陣と従業員のオープンな議論

- 「明治安田フィロソフィー」の理解・共感を図るため、社長と従業員が直接対話する研修会を実施



「明治安田フィロソフィー」等の理解・浸透の確認

- 「従業員意識調査」等で、従業員の「明治安田フィロソフィー」やコンプライアンスの理解・浸透度を確認

お客さま志向のさらなる推進に向けた業務運営の見直し

- お客さま志向のさらなる推進を企図し、営業職員が中長期的な視点からお客さまのご意向・ご要望に沿った営業活動を行なうため、営業成績の計上ルールを見直す（※）とともに、営業職員都合による募集行為を誘発するような推奨策等を廃止

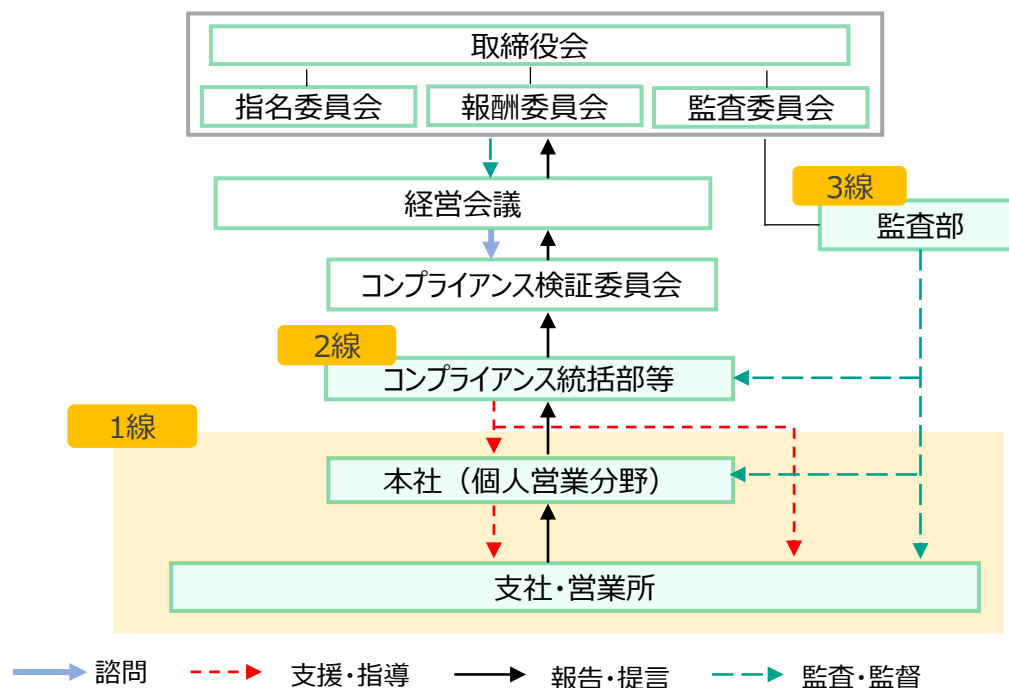
（※） 毎月の締切を前提とした短期的な業績に営業職員が左右されないよう、新契約の成績計上を「当月」「翌月」「翌々月」から選択できる制度を導入し、営業職員の計画的な活動を推進

プリンシプル4 三線管理態勢の構築

3つのディフェンスライン（防衛線）の対応体制

- 内部統制を効果的に機能させることを目的に3つのディフェンスライン（防衛線）の対応体制を整備
 - コンプライアンスの推進等を自ら行なう本社組織（1線）が、支社・営業所を支援・指導
 - コンプライアンス統括部等（2線）が、1線の指導等の適切性・妥当性を管理・監督
 - 執行から独立した監査部（3線）が、1線・2線の取組み等を監査

【営業職員チャンネルにおける3つのディフェンスライン（防衛線）の対応体制】



I. コンプライアンス・リスク管理態勢

今後の当社取組みの方向性（コンプライアンス・リスク管理態勢）

- 「明治安田フィロソフィー」および「私たちの行動原則」のさらなる浸透・定着に向けた取組みを継続してまいります。
- 支社・営業所・支部の内部管理自己点検を通じ、各管理者が自組織の実態や課題の把握、具体的な課題解決策の検討・推進を繰り返すことにより、自組織の正しい風土醸成に取り組むなど、各管理者のさらなるリーダーシップの発揮に努めます。
- 本年7月をコンプライアンス取組強化月間とし、トップメッセージを発信する等、コンプライアンス遵守の意識を高める取組みを進めています。
- 支社・営業所は、お客さま志向の業務運営を継続的に行なってまいります。本社は、その取組状況を所属員アンケート等で確認し、支社長・営業所長にフィードバックすることで、さらなる改善につなげるPDCAを強化し、支社長・営業所長の取組みを後押しします。
- 3つのディフェンスライン（防衛線）の機能発揮に向け、それぞれのディフェンスラインにおける取組みの実効性を高めてまいります。

II. コンプライアンス・リスクの評価

着眼点の記載

「コンプライアンス・リスクの評価」は、自社の事業における固有のリスクや、防止すべき不適正事象の影響度・頻度等について、適切に評価することを指す。それぞれのリスクに応じた適切な態勢を構築するコンプライアンス・リスク管理の考え方においては、各社にて営業職員チャネルの特徴や自社の特性等に応じたリスクの評価がなされることが求められる。

これまでの当社の具体的取組み（コンプライアンス・リスクの評価）

プリンシプル5 コンプライアンス・リスクの評価

コンプライアンス・リスクのモニタリング・分析

- 全社のコンプライアンス・リスクに関する状況をモニタリング・分析し、四半期ごとに社外取締役が過半数を占める監査委員会に報告
- 社外の有識者が参加する「お客さまサービス推進諮問会議」を定期的に開催し、お客さまサービス向上のための改善策やコンプライアンス事項の態勢等に関してご意見をいただき、経営に反映

コンプライアンス取組計画の策定

- 支社は、募集コンプライアンス領域を中心に自支社の不適正発生状況等を分析し、対策を設定のうえ、対策の実施状況を振り返り、課題解決を図るPDCA運営を実施
- 不適正事象を発生させる懸念（リスク）が相対的に高い営業職員を把握し、指導・管理を実施

今後の当社取組みの方向性（コンプライアンス・リスクの評価）

- お客さま志向の業務運営をよりいっそう推進するため、お客さまや社会からの生命保険会社に対する合理的な期待等にも着目し、会社として把握・管理すべき新たなコンプライアンス・リスクがないかをモニタリング・分析する取組みを強化してまいります。

Ⅲ. コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施

着眼点の記載

「コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施」は、統制環境やリスク評価にもとづく、コンプライアンス・リスク管理上の具体的な統制策に関する取組みを指す。営業職員チャネルにおける不適正行為の防止のためには、前述のリスク評価の結果も踏まえた強固な統制策の整備・実施が求められる。

これまでの当社の具体的取組み（コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施）

プリンシプル6 業務運営ルールの明確化（不適正行為全般の防止）

コンプライアンス・マニュアルによるルールの明確化

- ・ 当社営業職員として禁止される行為および「私たちの行動原則」にそった正しい行為を明確化
- ・ 禁止される行為が、お客さまや営業職員本人へ与える影響についても周知

適合性に関するガイドラインの策定

- ・ お客さまのライフステージやご加入目的等、お客さま一人ひとりのご事情や環境をふまえた提案・募集を行なうため、推奨される対応等を明確化

高齢者販売ルールの徹底

- ・ 70歳以上のお客さまへの保険募集に関しては、お客さまのご家族の同席を原則として手続きを実施
- ・ 同席するご家族が70歳以上の場合、70歳未満のご家族に保険設計書をお渡しいただくようご契約者に案内

副業の原則禁止

- ・ 営業職員が、今まで以上に当社職務に専念し、お客さま・地域社会から信頼を得て選ばれ続ける存在となるよう、副業を原則禁止

プリンシプル6 業務運営ルールの明確化（金銭関連不適正行為の防止）

完全キャッシュレス化

- 2019年10月から完全キャッシュレス化を実施済み

お客さまへの注意喚起

- 営業職員が現金を取り扱わないことを以下で周知
 - 当社公式ホームページ
 - お客さま専用サイト「MYほけんページ」
 - 年1回発行する「明治安田生命からのお知らせ」
- 契約者貸付手続きについて、郵送による完了通知等に加え、ショートメッセージサービス（SMS）による注意喚起を実施

営業職員の管理

- 不適正事象を発生させる懸念のある営業職員を管理
 - 懸念される事象をふまえた、営業所長による重点的な指導
 - 新契約成立前に、本社から手続状況についてお客さまへ直接確認

【当社公式ホームページ】



新型コロナウイルス感染症に関する保険金・給付金のご請求について

【注意喚起】当社を偽装した不審サイト・不審メールにご注意ください！

当社では、営業担当がお客さまから直接現金をお預かりしたり、振込先として明治安田生命以外の口座をご案内したり、お客さまの暗証番号をお伺いしたりすることはございません。不審な点がございましたら、こちらまで

注意喚起

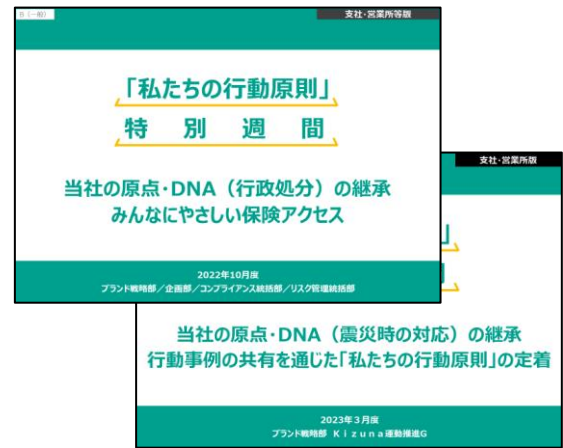
Ⅲ. コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施

プリンシプル7 教育・研修

「私たちの行動原則」特別週間

- 「明治安田フィロソフィー」および「私たちの行動原則」に基づいた行動発現を促進する目的で、年2回実施（10月、3月）
- 風化させてはならない行政処分の経験等を伝承するとともに、コンダクトリスク・コンプライアンスに関する研修・討議等を実施

【「私たちの行動原則」特別週間 教育資料】



全社共通教育カリキュラム

- コンプライアンス知識の習得・定着を目的に、全営業職員向けに実施
- 確認テストを行ない、結果を「コンプライアンス取組計画」の評価に反映

討議型研修

- 過去の不適正事象を例に、営業所ごとに正しい行動を討議する研修を実施
- 支社長・営業所長・支部マネジャーから所属員に対して「コンプライアンス優先」のメッセージを発信

プリンシプル8 人事・報酬（表彰）制度

MYリンクコーディネーター制度

- 2022年4月から、新たな営業職員制度「MYリンクコーディネーター制度」をスタート
 - －長期的な視点でお客さま志向の活動に取り組めるよう、月例給を年間固定とし、処遇を安定化
 - －個人のコンプライアンス遵守状況を評価し、処遇に反映

組織・人事の評価

- 支社・営業所等の評価に、コンプライアンス・リスク管理に関する項目を設定
- 人事評価は、営業成績に過度に偏った判定とならないよう、営業組織におけるマネジメントの実践状況等をふまえた定性評価のウェイトを高く設定

表彰制度

- 支社・営業所等の組織表彰について、コンプライアンス違反の発生や内部管理に関する取組みが不十分な場合には、表彰の対象から除外
- 営業職員の個人表彰についても、コンプライアンス違反があった場合は、表彰の対象から除外

プリンシプル9 営業職員の活動管理

活動管理

- 営業職員の日常的な活動管理のため、以下の取組みを実施
 - 営業端末「マイスタープラス」に入力された活動内容を営業所長が確認
 - 営業所長による個人面談を通じ、営業職員の活動状況を把握
 - 支部マネジャーが所属員のリスク情報を把握した場合は営業所長へ報告
 - 営業所の事務職員が営業職員の不適正懸念事象等を把握した場合、営業所長だけでなく支社に直接報告・相談
 - 所属員の日常の活動状況をふまえ、不適切な契約の取扱いを抑止すべく、支部マネジャーによる申込内容の点検を実施

【営業端末「マイスタープラス」】



営業職員のリスク評価

- 営業職員個人ごとに内部管理上のリスク指標を総合的に評価し、その結果を支社に提供。支社は、営業職員の管理・指導に活用

Ⅲ. コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施

今後の当社取組みの方向性（コンプライアンス・リスクに対するコントロールの整備・実施）

- 営業職員一人ひとりが、お客さまのライフステージ、加入目的、財産状況、および社会保障制度等をふまえた最適な商品をご提案するコンサルティングサービスに努めるよう、引き続き営業職員の教育を徹底します。
- 契約者貸付時のお客さまに対する本人確認を強化します。また、「営業職員が現金を取り扱わないこと」について、当社公式ホームページ等の告知に加え、新契約時にも画面表示することで、注意喚起を強化します。
- さまざまなリスク予兆の把握・分析を進め、金銭関連や募集関連の不適正行為を引き起こす懸念（リスク）が相対的に高く、注意を要する営業職員への支社・営業所での指導・管理を強化します。

IV. コンプライアンス・リスクのモニタリングおよび不適正事象の（予兆）把握時の対応

着眼点の記載

「コンプライアンス・リスクのモニタリング」は、自社におけるリスク評価やコントロールの状況を含む、自社のコンプライアンス・リスク管理態勢の整備・機能状況の監視を指す。新型コロナウイルス感染症の感染拡大やデジタル化の進展等に伴うリモート環境下での活動機会の増加等、環境の変化によりリスクの状況や統制策の実効性等も変化しうるものであり、実効的なコンプライアンス・リスク管理態勢の維持のためには、コントロールを通じて得られる不適正事象の（予兆）情報も含め、適切なモニタリングの実施が求められる。

これまでの当社の具体的取組み（コンプライアンス・リスクのモニタリングおよび不適正事象の（予兆）把握時の対応）

プリンシプル10 コンプライアンス・リスクのモニタリング

契約成立前確認

- 営業職員による不適正行為の有無等を確認するため、所定の条件（※）に該当する場合には、契約成立前に本社からお客さまに対して電話確認、または、契約をお引き受けしない等の対応を実施

（※） 加入と解約を一定回数以上繰り返している、ご加入状況が一定件数または一定水準の保険料となっている等

スクリーニング調査

- ご契約いただいた後、早期に解約となったご契約等、所定の条件にあてはまる契約を対象に、本社からお客さまに電話確認等を実施

プリンシプル11 不適正事象（予兆）把握時の対応

適切な調査態勢の構築

- 不適正事象（予兆）の重大性や調査の難易度等に応じて、本社専門部署が直接調査を実施

伏在調査の実施

- 重大な不祥事故が発生した場合、当該事象が発生させた営業職員による、ほかの事故発生有無を確認する調査を実施

不適正事象（予兆）発生時の指導・教育

- 不適正事象（予兆）が発生した際には、当該営業職員や組織への指導のみならず、発生した事象を全社に周知し教育を行なうなど、再発防止に向けた取組みを実施

IV. コンプライアンス・リスクのモニタリングおよび不適正事象の（予兆）把握時の対応

今後の当社取組みの方向性（コンプライアンス・リスクのモニタリングおよび不適正事象の（予兆）把握時の対応）

- 不適正事象に関する情報収集を強化するため、外部委託による従業員へのアンケート調査を導入いたします。
- 契約成立前確認・スクリーニング調査について、ご契約者単位や営業職員単位ごとに、ご契約の加入状況やお手続きの状況等に着目したモニタリングにより、不適正検知力の向上を図ってまいります。
- 金銭費消等の重大な不適正事象発生時には、調査の初動から本社専門部署が関与するなど、調査態勢の高度化を図ってまいります。
- 不適正事象に関する調査において、メール・LINE等のデータ解析（デジタルフォレンジック）の活用を図ってまいります。
- 調査完了後は、調査の適切性等について検証するとともに、必要に応じて改善策の策定を行なうことで、調査品質の向上を図ってまいります。

着眼点の記載

ここでいう「コミュニケーション」とは、必要な情報が適時適切に、社内外の関係者に伝達されるための管理態勢および日常業務における取組みを指す。社内環境等の要因によるコミュニケーションの不足は、不適正事象の抑止・発見の阻害要因ともなり得ることから、社内・社外（お客さまや各種ステークホルダー等）との適切なコミュニケーションが行われる環境や態勢を構築することが求められる。

これまでの当社の具体的取組み（コミュニケーション）

プリンシプル12 社内におけるコミュニケーション（営業組織内のコミュニケーション）

管理者と営業職員のコミュニケーション

- 営業所長と、それを補佐する支部マネジャーによる複数人の管理態勢とすることで、営業職員が幅広く相談・報告できる環境を整備
- 支部マネジャーによる支部の営業職員との日常的なコミュニケーションや打ち合わせのほか、支部内部管理自己点検等を通じて把握した情報を営業所長と共有

支社と営業所事務職員のコミュニケーション

- 営業所の事務職員が営業職員の不適正懸念事象等を把握した場合、営業所長だけでなく支社に直接報告・相談する仕組みを構築

コミュニケーション状況等の確認

- 本社が営業所に対して実施する監査において、以下の項目を確認
 - 内部管理・コンプライアンスに関する課題・情報などの共有状況
 - 営業所長と営業職員等とのコミュニケーション状況

プリンシプル13 社内におけるコミュニケーション（全社的なコミュニケーション）

社内アンケートの活用

- 全職員向けに「従業員意識調査」をはじめとする各種アンケートを行ない、上司や同僚間の関係等を確認し、結果をフィードバックのうえ、必要に応じて本社からの指導を実施
- 従業員エンゲージメント（※1）をリアルタイムに把握するため、職員へのパルスサーベイ（※2）を実施

※1：従業員が前向きな行動意欲・活力をもって仕事に取り組んでいるかの度合い

※2：簡易的な質問を高頻度・低負荷で繰り返し実施する調査手法

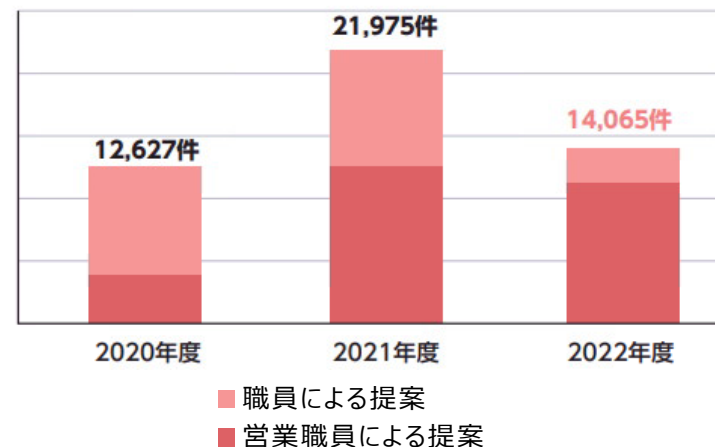
Kizuna提案

- お客さまと身近に接する従業員が、日常業務を通じてお客さまの立場から気付いたこと等を社内で提案する「Kizuna提案」を行ない、お客さま向けサービス等を改善

営業現場から本社への提言

- 支社長が支社・営業所の実態をふまえた「本社への要望・提言」を策定し、役員を含めた本社組織等との意見交換を実施
- 本社組織等は、当該内容を業務運営に適宜反映

【「Kizuna提案」件数】



プリンシプル14 社外とのコミュニケーション

「お客さまの声」を経営に活かす取組み

- お客さまから当社（支社、営業所、コミュニケーションセンター等）に寄せられたご意見やご要望は、全国の拠点をネットワークで結ぶ「お客さまの声システム」を通じて集約・一元管理のうえ、商品やサービス等の改善に活用
- ショートメッセージサービス（SMS）を活用し、営業職員のお手続き・ご案内時のサービス品質に関する「お客さまアンケート」を実施。いただいた評価やご意見を、課題の把握や業務改善に活用
- 年1回、「お客さま満足度・NPS（※1）郵送調査」を実施し、いただいた回答結果をもとに分析を行ない、各種業務改善に活用
- 毎年、「お客さまの声」白書（※2）を発行

※1：「Net Promoter Score」の略。お客さま満足度調査では把握しきれない、お客さまの潜在ニーズを調査・分析することにより、ロイヤルカスタマー創出に向けた全社的な対策の立案および営業活動における改善への活用を企図した、顧客評価の指標

※2：当社にお寄せいただいた「お客さまの声」と、その「お客さまの声」を反映した業務改善への取組状況のご報告を目的として、2006年度から毎年作成・公表しているもの

【「お客さまの声」白書】



みんなにやさしい保険アクセス

- ご高齢のお客さま専用のお問い合わせ窓口、耳や言葉がご不自由なお客さま向けの手話リレーサービス、外国人の方向けの5カ国語（※3）による通訳サービス等により、お手続きの不便を解消

※3：英語・中国語・韓国語・ベトナム語・タイ語

プリンシプル15 内部通報

内部通報窓口の設置

- 不適正事象の発見者が直接報告できる通報窓口として、社外窓口を含む3つの窓口を設置
- 加えて、職場環境の相談窓口として、通報者の職種ごとに3つの窓口を設置
- 通報者の情報については厳格に管理するとともに、通報者への不利益な取扱いが生じないように、安心して通報できる環境を整備

【内部通報の公表件数】

区分	窓口名	2020年度	2021年度	2022年度
通報窓口	人権110番	203	263	162
	コンプライアンス110番	117	115	105
	社外窓口	128	127	85
相談窓口	営業職員専用	394	403	506
	事務職員専用	35	46	53
	営業所長専用	—	—	7
	合計	877	954	918

内部通報制度の第三者検証

- 内部通報の態勢高度化のため、監査委員会および「お客さまサービス推進諮問会議」による第三者検証を毎年実施

V. コミュニケーション

今後の当社取組みの方向性（コミュニケーション）

- 社内外におけるコミュニケーションのさらなる活性化のため、よりいっそうの風通しのよい企業風土の醸成に向けて取り組んでまいります。
- コンプライアンス違反の未然防止のためには、営業職員とのコミュニケーション・日頃からの活動指導が大切であることを、営業組織の指導者層に繰り返し教育してまいります。
- 現在職員向けに実施しているパルスサーベイを営業職員にも拡大し、社内アンケートによるコミュニケーション状況の実態把握および調査結果をふまえた改善の取組みを強化してまいります。

着眼点の記載

「監査」部門は、三線管理態勢において、営業組織等の業務部門（1線）・コンプライアンス部門（2線）のコンプライアンス・リスクに関する態勢や取組みが適正かつ有効に構築・実施されているかの検証を行い、改善につなげる役割を担っている。営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢が実効的に整備されるにあたり、監査部門が営業職員チャネルの特性や自社を取り巻く環境等を理解し、役割を発揮していくことも求められる。

これまでの当社の具体的取組み（監査）

プリンシプル16 監査

内部監査体制の構築

- 営業組織に対する監査は、コンプライアンス統括部内に設置した専管組織が実施し、その実効性を監査部が検証
- また、専管組織は、営業組織においてお客さま志向の業務運営が推進されているか、検証・評価。運営に課題がある場合、所定の本社部（個人営業分野）が当該営業組織を指導
- 監査部は、オフサイト・モニタリングおよびテーマ監査を通じ、営業組織に対する監査の実効性を検証
- 監査の高度化に向けて、継続的なデータ分析・利活用を実施

今後の当社取組みの方向性（監査）

- 営業組織に対する監査において、メール・LINE等のデータ解析（デジタルフォレンジック）の活用を図ってまいります。
- 監査部とコンプライアンス統括部との意見交換・情報共有をふまえたリスクアセスメントの強化を通じて、三線管理態勢の高度化に取り組んでまいります。