

# 社員周知用資料の参考資料

## 目次

1. かんぽ生命の担う社会的使命
2. お客さまからの感謝のお声
3. 学資保険をきっかけとした顧客基盤拡大
4. 更新制度をきっかけとした保障継続
5. ご契約内容確認活動を通じた顧客接点の創出
6. お客さまサービスの向上に向けた「お客さま担当制」見直し
7. お客さまニーズに対応した商品開発
8. マネジメント高度化・営業スキル向上に向けた人材育成
9. 安心して営業活動するための取組み

(注) 本資料には、労働組合と調整中の内容を含んでおり、今後修正の可能性がります。

## かんぽ生命の担う社会的使命（保険金のお支払い等）

### ポイント

1. 社員一人ひとりが、「真のお客さま本位の営業活動」を通じて、「お客さまの人生を保険の力でお守りする」という社会的使命を果たし続けていくことが重要。
2. 実際にかんぽ生命は多くのお客さまに利用いただき、保険金支払いの場面でも多くのお客さまの万が一のお役にたっていることから、自信をもってお客さまにご提案していく。

### かんぽ生命のお客さま数 ※ お客さま数は、契約者および被保険者を合わせた人数（2022年3月末）

お客さま数 **2,105万人**



出典：総務省統計局「人口推計」

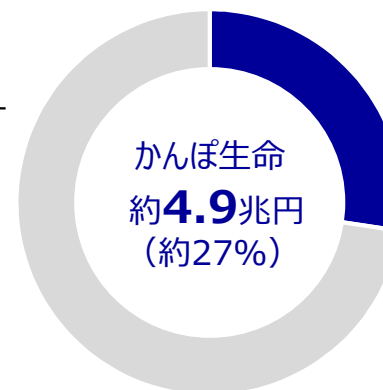
総人口の  
約5人に1人が  
ご加入



### 保険金等支払金額 ※ 保険金・給付金・年金の合計

国内生保合計  
約18兆円  
(2021年度)

出典：生命保険協会  
「生命保険事業概況」



### 災害時等の非常事態への対応

#### 新型コロナウイルス感染拡大への対応(2022.12.31時点)

項目	件数	金額
保険料の払込猶予期間の延伸	22,155件	—
入院保険金	1,469,024件	619億8,676万円
死亡保険金	13,682件 ※倍額支払は13,665件	443億1,567万円 ※倍額支払含む
普通貸付 (利息の減免)	31.4万件	1,345億円

#### ■ 主な内訳（2021年度）

保険金種類	件数	金額
死亡保険金	約30万件	約4,900億円
満期保険金	約130万件	約2.6兆円
入院保険金	約165万件	約1,350億円
手術保険金	約72万件	約540億円

※ 当社が独立行政法人郵便貯金簡易生命保険管理・郵便局ネットワーク支援機構から受再している簡易生命保険契約を含む

## お客さまからの感謝のお声

### ポイント

1. 生命保険はニーズが顕在化していないことが多いが、お客さまに万一があつてからでは遅いため、募集人からお客さまの将来を確認しながらご提案することが重要。
2. 実際に募集人から提案してもらつたことで役に立つたとの感謝のお声もいただいていることから、お客さまのためにも提案を行うことが必要。
3. 自組織で受け付けた感謝のお声は、モチベーション向上やさらなるお客さまサービスに向けて、自組織内でも共有を行う。

### ご案内・情報提供に対する感謝のお声

- かんぽ生命の保険に加入して良かったです。主人が病で亡くなり入院保険金や死亡保険金を受け取ることができてとても助かったことをありがたく思っています。きっかけは勧められて加入したのですが、**もし勧められなかったら、そして加入していなかったらどんなに大変だったか身をもって感じています。**感謝しています。
- 社会人になり保険に興味を持ちましたが、自分で調べてもわからないことばかりで躊躇していました。そんな中、郵便局に行った際、社員の方から声をかけてもらいました。月々の保険料は抑えたいと相談したところ、私に合った保障と一緒に考えてくれ加入することができました。**気楽に相談できて、いろいろお話もできて嬉しかったです。**これからも相談ののってください。

### 郵便局でのお手続きに対する感謝のお声

- 父が亡くなり、年金保険の死亡返戻金請求の際、**分かりやすい手続きの案内**とともに、**話をたくさん聞いていただき**、涙があふれました。父が亡くなる一か月前には、入院先の病院にまでお見舞いに来て**不安を取り除いてくださったこと**を本当に感謝しています。

### 保険金のお支払いに対する感謝のお声

- 退院後、療養のために他県に滞在していますが、入院保険金は保険に加入した郵便局でしか請求することができないと思っていたところ、他の郵便局でも手続きができることを教えていただき、滞在先の近くにある郵便局で手続きができました。**全国どこの郵便局でも手続きが行えるかんぽ生命の保険に加入していて良かったです。**
- 学資保険の満期手続きに来ました。実は、加入して5年後に契約者だった主人が亡くなったんです。当時は途方に暮れましたが、二人の子供には学資保険があつたので、その後の保険料の負担もなく、この度、二人目の子供の満期を迎えて保険金を受け取ることができました。**子供の将来と私たちの生活に非常に役立ちました。**本当にありがとうございます。

## ポイント

### 販売方針

学資保険は収益性を下げて商品の魅力向上を図ることで、学資保険の販売を起点とした顧客基盤拡大／長期的な収益確保を実現するための商品となることを踏まえ、

1. まずは起点作りのため、**学資保険のお知らせを通じた積極販売を行う**とともに、**ご高齢のお客さまにも紹介依頼を行うことで青壮年層への営業活動に繋げる。**
2. 起点作りだけに終わらないよう、**学資保険（基本契約）の単独販売だけではなく、学資保険への特約付加の提案、親への保障提案も併せて行う。**

#### 販売方針 1

### **(1) 学資ニーズの見込まれる青壮年層のお客さまにしっかりとアプローチし、積極的な学資販売を行う**

ア 学資保険ニーズの見込まれる青壮年層のお客さまは活動先として提供(訪問先データで提供)し、確実にアプローチする

例：被保険者が6歳以下となる契約をお持ちのお客さま（第2子誕生が見込まれる）、改氏名手続き後5年以内のお客さま（結婚等の環境変化が見込まれる）、かんぼ生命HPや産院設置の冊子を通じて資料請求されたお客さま

訪問先データの詳細は別途

イ 上記活動先として提供するお客さま以外にも、学資ニーズの見込まれる青壮年層のお客さまと接点を持てた際には積極的にご提案する

例：ご契約内容確認活動等で訪問した際にお子さまがいらっしゃる事が分かったお客さま

### **(2) ご高齢のお客さまに対しても、ご契約内容確認活動等のお客さま接点の中で情報提供及び紹介依頼を行い、営業活動に繋げる**

ア 情報提供を行い、学資ニーズの見込まれるご家族等の紹介を依頼

#### 販売方針 2

### **(3) 学資保険の提案時には、戻り率のみを強調した貯蓄売りではなく、しっかりと保障も併せて提案していく**

ア 教育資金を学資保険で準備するメリットを説明（契約者死亡時の保険料払込免除等、他の金融商品との違いを説明）

イ 医療保障の必要性を説明（乳幼児医療費助成制度等で賄えない費用や入院サポートに伴う親の収入減等の負担があることを説明）

### **(4) 学資保険だけの提案ではなく、親への保障提案も併せて実施**

ア 親自身の万が一に備える必要性を説明（学資満期保険金受取までの期間に備える必要性を説明）

イ 親自身の保障を断られた場合でも、今後、ライフイベントに合わせて訪問し、再提案していけるよう人間関係を構築しておくことで、次の営業に繋げる（1年後に再度提案する等）

### 具体的な内容

ポイント

1. 制度の対象となるすべてのお客さまにしっかりとお会いし、お客さまニーズ／ご意向に沿って、終身保険も含めた保障継続につなげる
2. 更新制度以外での保障を希望されるお客さまが謝絶された場合にも更新制度をご利用いただけるよう満期・満了月の2か月前までのアプローチを徹底
3. ご高齢のお客さまについても、学資保険の被保険者の紹介を受ける等の営業活動を展開

更新制度の特徴

- 特徴① 健康状態の告知なしで保障を継続
- 特徴② 医療環境にあわせて入院・医療特約を最新化
- 特徴③ ライフイベントにあわせて保険期間や保険金額を変更可能



ご契約内容確認活動時に、お客さまへ更新制度をご案内

活動のポイント

1 すべてのお客さまにお会いする

- ご契約内容確認活動等を活用して、制度の対象となるすべてのお客さまにしっかりとお会いし、ツール等を用いて更新制度に関する情報提供を行う。
- 更新制度を前提とした提案とせず、お客さまのニーズ／ご意向を丁寧に把握し、終身保険も含めた保障継続につなげていく。

2 満期・満了月の2か月前までのアプローチを徹底

- 更新制度以外での保障を希望されるお客さまが謝絶された場合にも更新制度をご利用いただけるよう、満期・満了月の2か月前までに実施。
- 更新対象となるお客さまに対する対応の完了率や進捗よく状況を確認し、活動の遅れがあれば迅速に対応していく。

3 ご高齢のお客さまへの紹介依頼

- ご高齢のお客さまとの接点をしっかり作り、更新制度のご案内を行うほか、同席家族に対しても各種情報提供を行い、しっかりと保障提案を実施する等の活動を展開していく。

## 2023年度の主要施策 ご契約内容確認活動を通じた顧客接点の創出

### ポイント

- ご契約内容確認活動では、お客さまに対して担当のコンサルタントの皆さんがアフターフォローを行うことで、お客さまの不安を解消し、「安心」に繋げる。
- 2023年度は、新たにライフイベントが発生している可能性の高いお客さまのデータを本社より提供するので、ご契約内容の確認等を行いながら、お客さまの取り巻く環境やリスクの変化/保障ニーズが生じていないか等を情報収集し、ニーズに沿った提案等につなげる

### 2023年度 ご契約内容確認活動のコンセプト

#### ◆ 現在の保障内容への安心

...

- ご契約内容をご確認いただいた上で、不明な点や不安を解消し、お客さまに「ご安心」と「ご満足」いただく
- 対面でご案内ができていないお客さまに対して、最大限の接触を試みる

#### ◆ 将来の備えへの安心

...

- お客さまの現状を把握し、安心して保険金をお受け取りいただける環境（振込先口座等の各種制度）等を整え、将来起こりうるリスクについて気づきの機会の提供/商品を提案
- 既契約者だけでなく、世帯内未加入者に対しても、将来起こりうるリスクについて気づきの機会の提供/商品を提案

#### お客さま担当制とは

長期的にお客さまを担当することで、担当コンサルタント（担当局）が将来にわたってお客さまの“不安”を解消し、“安心”をお届け  
お客さまの将来にわたる安心のためにライフイベントのタイミングなどに応じた活動を実施することで、お客さまの人生をサポートする

2023年度は本社から満期を迎えるお客さまなど、保険会社として最優先でアフターフォローを行うべきお客さまに加えて、ライフイベントが発生している可能性の高いお客さまなどへの活動を実施

#### 主な活動対象者

NEW

#### ◆ ライフイベントが発生している可能性のあるお客さま

⇒本社からデータ提供を実施

(例) 青壮年 : 被保険者6歳以下、改氏名5年以内  
ミドル世代 : ラストチャンス ( 契約者50歳・55歳) 等

#### ◆ 保険金等の支払予定のお客さま

#### ◆ 担当者として定期的にお会いできていないお客さま

## お客さまサービスの向上に向けた「お客さま担当制」の見直し

### ポイント

- 「お客さま担当制にもとづいて、一人ひとりの社員が責任をもってお客さま対応していく」という考え方は今後も変わらないもの
- 一方で、お客さま間のサービスレベルや、社員のスキル・モチベーション向上など、生じている課題については対策が必要であり、「量的公平性」・「同行要件」・「システム閲覧制限」の3つの緩和・見直しおよびチームによる運用により、解決を図る
- 「量的公平性」の緩和・見直しについては、拠点の状況に応じ、実施可能な拠点において順次取り組みを開始

### 目指す姿 (不変)

- 担当者が責任を持ち、長期的接点の中で質の高いアフターフォロー/情報提供を行うことで、お客さまの体験価値・満足度を向上させる
- 社員一人ひとりが高いスキルとモチベーションを持ち、マーケットの成長を成し遂げる

### 生じている 課題

- お客さま間のサービス格差が生じ始めている
- スキル・モチベーションが高い社員が全力を出せる環境になっていない
- 同行指導による拠点内のOJTによる育成がやりづらい

お客さまとの関係性やスキル等が考慮されず必要以上に「社員間の量的公平性」が重視された担当者設定となっている

同行・システムの顧客情報閲覧制限等、スキル移転をしづらい制度設計になっている

### 課題解決へのアプローチ

#### 量的公平性の 見直し

- スキルの高い社員が、多くのお客さまを担当して質の高いサービスを提供することで、**お客さまサービスを向上**
- **お客さまとの関係性を踏まえた担当者設定で、お客さまの満足度を向上**

#### 同行要件の緩和

- 拠点内のOJTを活性化して人材育成を行うことで、ボトムアップを図り、全体の業績を向上
- 経験の浅い社員が担当する注力顧客にも優秀社員の同行でフォロー

#### システム閲覧制限の 緩和

- 世帯シートの閲覧制限の緩和 (2023.4~)
- 拠点内における閲覧制限の緩和 (2023.10~ (予定))

### 3つの緩和・見直し



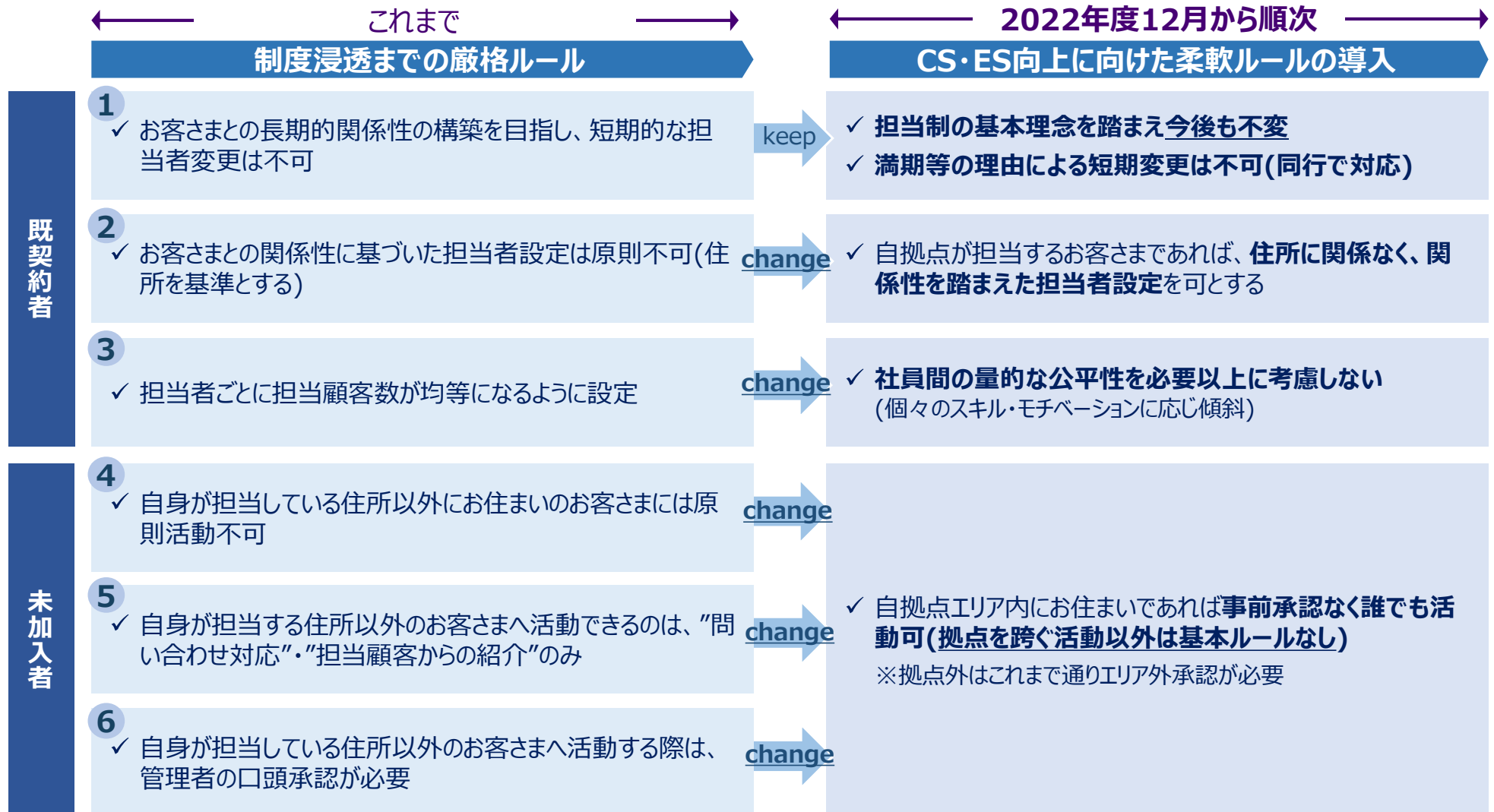
### チームによる運営

インセンティブ、表彰、目標、手当、処遇等を含めた活動方針を検討し、可能なものから順次開始 (2023年度以降)

## お客さまサービスの向上に向けた「お客さま担当制」の見直し

### ポイント

- よりお客さまサービス等の向上につながる制度設計とするため、以下のとおり基本ルールを見直し
- 短期的な担当者変更は、お客さま・社員の双方の目線から不適切な運用となるため、今後も不変のルールとして設定
- また、拠点の担当顧客以外・拠点担当エリア外の住所にお住まいのお客さまに対する事前承認についても継続して実施





## お客さまニーズに対応した商品開発

### ポイント

- ✓ これまで、順次、青壮年層向けニーズに対応した新商品を展開してきたところ。
- ✓ 2023年度は、4月に学資保険を改定し、より青壮年層のお客さまとの接点を強化する。加えて、今年度中に、さらに新商品を投入し、青壮年層に加え、ご高齢のお客さまニーズにもお応えできるよう、商品開発を実施していく予定。
- ✓ 今後も、より幅広く各ライフステージごとのお客さまニーズに対応できるよう、順次新商品を投入していく。

	改正項目	改正内容
21.4	契約転換制度 定期／養老の保険期間延長	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 既契約を解約せず保障を見直すお客さま本位の制度として契約転換を導入</li> <li>✓ 青壮年層に就労期間中の保障を得やすいよう保険期間を延長</li> </ul>
22.4	医療特約の改定	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 昨今の医療環境をふまえ、短期入院・長期入院・外来の手術により手厚く備えるよう特約改定</li> </ul>
22.10	契約更新制度の導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 健康不安のある方でも満期を迎えたお客さまに保障継続してもらえる手段として更新制度を導入</li> </ul>
23.4	学資保険の改定	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ブランド商品である学資保険の商品魅力を改善</li> </ul>

青壮年層のお客さまに興味をもってもらえる商品開発



ご高齢のお客さまも含めた各ライフステージごとのニーズにお応え※する商品開発

23.10以降

### 23.10も新商品の投入を検討中（それ以降も順次、新商品を開発していく）

今後の開発予定については、以下の商品などを候補とし、それぞれのニーズにお応えできるよう検討を進めている。

- ✓ 高齢層が死亡時の相続対策等に備えるための商品 ⇒ 一時払終身保険
- ✓ 働き盛りの青壮年層や中高齢層の保障ニーズに対応した商品 ⇒ 生活障害保障保険・介護保険
- ✓ 若年層等が計画的に老後資金を準備できる商品 ⇒ 個人年金保険

※営業活動のスタンスや営業実績評価も併せて検討していく。

マネジメント高度化・営業スキル向上に向けた人材育成（かんぽサービス部向け研修）

**ポイント** • 2023年度は、かんぽサービス部社員のマネジメントスキル向上、営業スキル向上に向けて役職に応じた研修を実施

#	役職	対象者	研修講師	内容	主催	研修 日数	実施 時期
①	強化 管理者	新任管理者	リテールサービス 教育室	2023年度新任管理者に対する営業プロセスマネジメントを中心とした管理者 機能を発揮するための研修	本社	2日半	2/15～ 17
②			RIL管理者※1 リテールサービス	着任から半年経過目途に、個々の課題を解消するために実施するフォロー研修			
③		エリア本部が指定する 管理者	統括部長 (研修担当)	管理者に対する営業プロセスマネジメントを中心とした管理者機能を発揮するた めの研修(①の対象者を除く)		3日	3月中
④	強化 役職者	新任役職者	CAD (リテールサービ ス教育トレー ナーは必要に 応じサポート)	2023年度新任役職者(担当課長・課長代理)に対する班マネジメントを中心 とした役職機能を発揮するための研修	エリア 本部	3日	3月中
⑤				着任から半年経過目途に、個々の課題を解消するために実施するフォロー研修			
⑥		エリア本部が指定する 役職者	役職者(担当課長・課長代理)に対する班マネジメントを中心とした役職機能を 発揮するための研修(④の対象者を除く)	3日		4月～ 6月	
⑦	New 社員 (主任・勤務)	新規採用社員 転部社員※2	リテールサービス 教育トレーナー (CADは必要 に応じサポート)	2023年度新規採用社員ならびに転部社員等に対する20日間の営業初期教 育研修および実践研修(旧営業力養成センターと同程度の新人教育体制)	20日 (実践除く)	5～6月	
⑧				日々の活動に対する不安や個々の課題を解消するための集合フォロー研修			1日
⑨	スキル向上 コンサルタント		CAD	拠点におけるロートレ15の研修および実施のサポート、「かんぽNEXT」「かんぽ 生命商品とご提案方法の理解」などについての研修	支店	-	通年
⑩		全社員	-	拠点における「かんぽ営業スタンダード」「終活・相続」に関する知識・スキルの習得	本社	-	

**参考**

- ✓ 2023年度リテールサービス教育専門役・リテールサービス教育上席トレーナーおよび2023年度リテールサービス教育専門役・リテールサービス教育上席トレーナーの内命を受けた者に対し、3月以降に実施する研修および教育内容についての研修講師養成研修を実施(本社リテールサービス教育室にて対面実施)
- ✓ 研修講師養成研修を実施後、各エリア本部において、リテールサービス教育トレーナーおよびコンサルティングアドバイザーに対し、3月以降に実施する研修および教育内容についての営業指導者(リテール領域)研修を実施

※1 RIL管理者：リテールサービス教育専門役・リテールサービス教育上席トレーナー

※2 転部社員：上記とは別に3/23(木)～24(金)に本社主催で、コンサルタントとして活動するにあたっての動機付け、不安解消・ディスカッション等を実施

(注)2023年度実施するリテールサービス統括部向けの研修は、かんぽサービス部社員向けの研修に準ずる

ポイント

- ① 2023年4月1日からかんぼサービス部において営業体制をとれるよう、**新任管理者\***に対する営業プロセスマネジメントを中心とした管理者機能発揮のための**研修を2月中旬を目途に実施予定**。（本社リテサ教育室にて**対面実施**）
- ② 新任以外の**マネジメントに不安のある管理者**に対し、管理者機能発揮のための研修を**年度内に実施予定**。（エリア本部にて**対面実施**）
- ③ RIL管理者とリテールサービス統括部長(研修担当)は、①の新任マネジメント研修を、**研修講師となるため受講**。
- ④ 各エリア本部において研修講師として最も適正のある2023年4月以降のリテールサービス統括部長(研修担当)を選定。

① 管理職登用前研修(かんサ部)



**実施目的** ✓ 2023年度新任管理者に対する営業プロセスマネジメントを中心とした管理者機能を発揮するための研修を実施

対象者	研修講師	主催	研修方法	研修日数	実施時期
2023年度新任管理者 内定者	リテールサービス教育室	本社	対面による集合研修	2日半	2月予定

② 管理者マネジメント研修



かんぼサービス部 管理者

マネジメント研修を実施



RIL管理者\*  
リテールサービス統括部長(研修担当)

**実施目的** ✓ マネジメントに不安のある管理者に対する管理者機能を発揮するための研修を実施

対象者	研修講師	主催	研修方法	研修日数	実施時期
エリア本部が指定する管理者	RIL管理者* リテールサービス統括部長 (研修担当)	エリア本部	対面による集合研修	3日	3月予定

③ マネジメント研修 講師養成



RIL管理者\*  
リテールサービス統括部長(研修担当)

1. 各エリア本部において、研修講師として最も適正のあるリテールサービス統括部長を研修担当として選定。
2. 今後、管理者に対する研修に関し、営業マネジメントのパートを担当
3. RIL管理者は、マネジメント研修における営業パートを担当


**リテールサービス教育室が実施する管理職登用前研修(かんサ部)に参加することで、実際に見て学び、合わせてリテールサービス教育室から、マネジメント研修の講師となるためのレクチャーを実施**

※新任管理者：初めてかんぼサービス部管理者の役職につくもの(リテ統部等での管理者経験者含む)  
RIL管理者：2023年4月以降のリテールサービス教育専門役・リテールサービス教育上席トレーナー

ポイント

- ① 役職者機能を発揮するために、新任役職者（担当課長・課長代理）を対象とした**新任役職者マネジメント研修を3月中にエリア本部にて実施**
- ② エリア本部は、かんぽサービス部およびリテールサービス統括部の役職者に転部する役職者、役職者機能を発揮するために研修の受講が必要であるとエリア本部が指定するかんぽサービス部およびリテールサービス統括部の役職者を対象とした**役職者マネジメント研修を4月～6月に実施**

① 新任役職者マネジメント研修




かんぽサービス部 新任役職者 等

**実施目的** ✓ 2023年度新任役職者（担当課長・課長代理）に対する役職機能を発揮するための研修を実施

対象者	研修講師	主催	研修方法	研修日数	実施時期
2023年度新任役職者（担当課長・課長代理）	2023年度 リテールサービス教育トレーナー コンサルティングアドバイザー （内命を受けた者を除く）	エリア本部	対面による集合研修	3日	3月


リテールサービス教育トレーナーおよびコンサルティングアドバイザーが講師となり、役職者機能を発揮するための班マネジメントスキルを付与

班マネジメントスキルを付与



リテールサービス教育トレーナー  
コンサルティングアドバイザー

② 役職者マネジメント研修




かんぽサービス部 役職者 等

**実施目的** ✓ 役職者（担当課長・課長代理）に対する役職機能を発揮するための研修を実施

対象者	研修講師	主催	研修方法	研修日数	実施時期
エリア本部が指定する管理者※1 新任役職者マネジメント研修受講者を除く	2023年度 リテールサービス教育トレーナー コンサルティングアドバイザー	エリア本部	対面による集合研修	3日	4/3～ 6/30

コンサルティングアドバイザー等が講師となり、役職者機能を発揮するための班マネジメントスキルを付与

班マネジメントスキルを付与



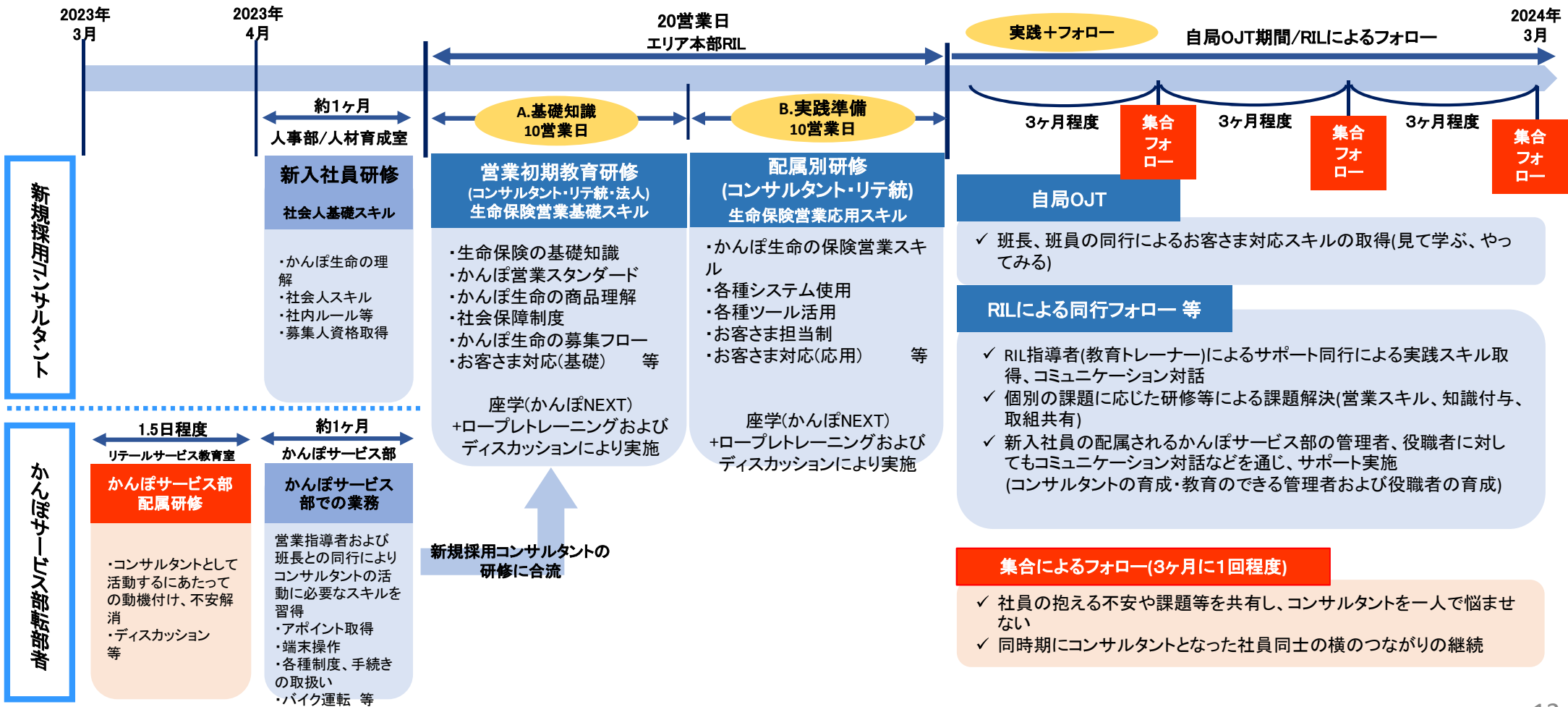
リテールサービス教育トレーナー  
コンサルティングアドバイザー

※ 1 かんぽサービス部またはリテールサービス統括部以外の部等で役職に従事しており、2月の内命でかんぽサービス部またはリテールサービス統括部に配属予定の役職者、役職者機能を発揮するために研修の受講が必要であるとエリア本部が指定するかんぽサービス部およびリテールサービス統括部の役職者

# マネジメント高度化・営業スキル向上に向けた人材育成 (2023年度の新規採用およびかんぽサービス部転部者のコンサルタントに対する営業教育)

## ポイント

- ✓ 2023年度からエリア基幹職(保険コンサルタントコース)の新規採用社員が配属されることから、初年度の新人コンサルタントに対する営業教育を実施
- ✓ 本社、エリア本部およびリテールサービス統括部等からかんぽサービス部(コンサルタント)に転用される社員については、配属前にリテールサービス教育室主催の「かんぽサービス部配属研修」を受講し、社員の不安解消を行うとともに、新人コンサルタントと同様に丁寧な営業教育を実施
- ✓ コンサルタントを初めて経験する社員に寄り添い、不安を取り除くため、配属時には旧営業力養成センターの教育プログラムと同等の研修を実施し、研修後は営業指導者の同行フォローに加え、定期的に集合によるフォローの場を設ける



## -安心して営業活動するための取組み（1/3）-



- 性別等の入力ミスで誤った保障設計書で説明したり、即日訂正しても処分されると聞いた。
- 誤った内容でお申込みいただき、お客さまにご迷惑をかけたのは事実だが、懲戒処分等されるのは重すぎないか。



**“社員の不注意による軽微な過失事案”の場合、懲罰的な「懲戒処分」はありません。**

お客さまにご迷惑をおかけしないための再発防止に向けた注意・研修を行います。

\* 再発防止のための研修日を1日設けています。再発させないようルール等を確認しましょう。



単純なミスでも、“お客さまにご迷惑をおかけする”ため、ミスを発生させないように丁寧な保険募集を行いましょう。ミスの原因はさまざまで、募集人個人に対する責任追及ではなく、業務フローやシステム改善も行いますが、まずは、募集人のみならずチェックする社員も含め、**全社一丸となってミスの発生防止、再発防止に努めましよう。**

【軽微な過失事案の事例】

原因	概要
生年月日・性別の誤入力	生年月日・性別を誤入力し、誤った保障設計書で説明した。
責任開始日指定特則の付加漏れ	責任開始日の具体的な意向を把握していたが、責任開始日指定特則の付加を漏らし、意向とは異なる責任開始日で申込みを受理した。
重要書類の交付漏れ	保障設計書や注意喚起情報による説明は正しく行ったが、交付をし忘れた。



- 申込受理後に不備を発見し、契約締結までに補正した場合の扱いについて、手続きの見直しも検討しています。

# -安心して営業活動するための取組み (2/3) -



「死亡保障はいらなと思ってた」「満期保険金より払込総額が多いなら契約しなかった」といった声(加入時に話していたことと違うお申出等)をご加入後のお客さまからいただいたら、どうなるんだろう…?



結局、お客さまの申出内容を優先するのではないか…?



かんぽ生命の“募集フローに沿って”  
“お客さま本位の募集を行い”、“契約が締結となった場合”、  
 故意による潜脱行為等がない限り、会社は社員の皆さんを守ります!

## 【保険業法】

保険業法では、お客さまに保険にご加入いただくために必要なプロセス(I~III)があります。

I

-顧客の意向把握・  
ご意向に沿った提案-

II

-契約内容の説明-

III

-ご意向に沿った契約であることを  
お客さまが確認する機会の提供-

必要なプロセス(I~III)を実現・担保するため、かんぽ生命の募集フローは、

※保険業法 第294条の2「顧客の意向の把握等」(一部抜粋)

「ご意向お伺いシート」や録音等の仕組み(I~III)を構築し、他社よりも充実した仕組み(IV、V)となっています。

(かんぽ生命の募集フローはお客さまのご意向に沿った保険商品を提案、ご加入いただくために整備しています。)

## 【かんぽ生命の募集フロー(仕組み)】

I

-ご意向お伺いシートによる

意向の事前把握- (2020.4~)

「ご意向お伺いシート」は必ず作成してください。それに基づき提案することでお客さまのご意向に沿った提案をすることができます。

II

-保障設計書等の交付・説明-(2020.8~)

保障設計書等については、必ず交付し、説明してください。また、契約内容の説明から申込受理までの状況は、録音により、後日、適正募集が行われたことを確認できます。

III

-ご意向確認書による  
ご意向と申込内容の確認-

お客さまの最終意向と申込書の内容が一致していることを必ず確認してください。それにより、お客さまのご意向と申込内容の相違を防ぐことができます。

IV

-管理者、申込窓口による複層的な確認-  
募集人以外の第三者がお客さまの意向と申込内容に相違がないか確認します。

V

-お客さま担当制-(2022.4~)

定期的なアフターフォローによりお客さまとの信頼関係を構築できます。それにより、お客さまには安心して保険契約を継続いただけます。



●かんぽ生命の募集フローは、“安心して営業できる仕組み”として設計されています!

●また、お客さま本位の観点から、募集フローの簡素化\*を検討しています。

\* 各種手続きの簡素化、ご意向お伺いシートの簡素化、シンキングタイムの見直し等

# -安心して営業活動するための取組み（3/3）-

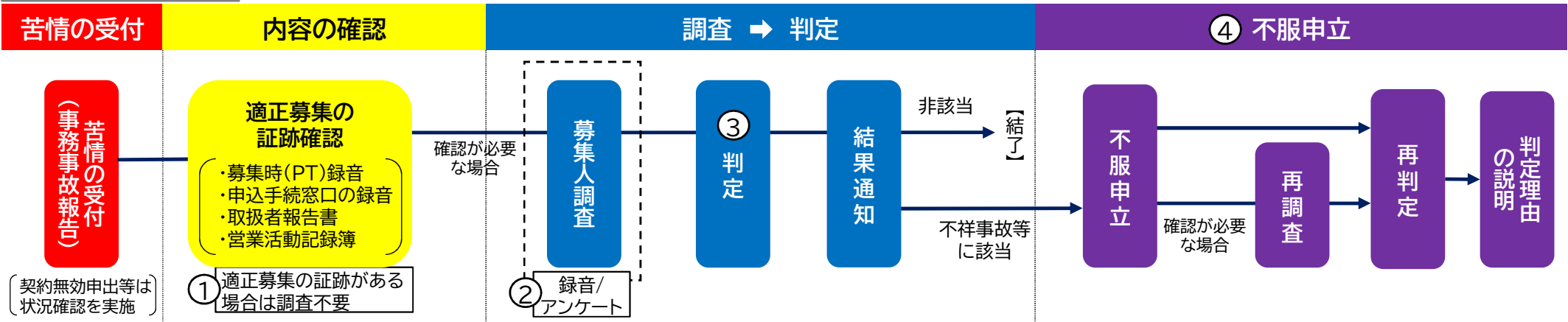


- 募集フローに沿って適切なプロセスを実施することで社員を守ってくれるのは分かったけど、お客さまからお申出を受けた場合には、実際にどういう調査を受けるのか不安だ。
- 以前に調査を受けた同僚からは、お客さまの申出内容が正しいかのように、結論ありきで調査されたと聞いた。



**“真に確認が必要な場合のみ” 募集人調査を行います。  
不適切な調査とならないよう各種取組みを行っています！**

## 【募集人調査フロー】



- ① お客さまの申出等について録音や取扱者報告書等の証跡を確認し、募集人調査が真に必要なか判断します。適正募集が確認された場合、募集人調査を行いません。
- ② 「高圧的」や「決めつけ」といった苦情等を踏まえ、全件録音し、調査を受けた方全員へアンケートを実施することで事後に検証できる仕組みを整えています。また、調査品質向上のため調査担当者への研修を継続して行っています。
- ③ お客さまと募集人の申出内容に齟齬があった場合、客観的事実や物証、又は第三者の信用性ある申出等を総合的に考慮し、全件社外弁護士に確認しています。
- ④ ③に伴い、不服申立制度を導入し、社外弁護士による再判定を行っています。結果については、書面のみならず、電話でも丁寧に説明します。



- 募集時の録音、申込手続き窓口でのお客さま確認状況の録音、取扱者報告書への記録などの各種証跡により、募集人調査を行わない場合も多く、調査を行う場合は録音・アンケートを実施し、事実確認に徹しています。
- また、不祥事故等と判定した場合は、社員の皆さんが不服申立する制度を設けています。