

2019年6月25日

PGF生命
〔 プルデンシャル ジブラルタ ファイナンシャル 〕
生命保険株式会社

「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づく 取組内容の改定等について

PGF生命（プルデンシャル ジブラルタ ファイナンシャル生命保険株式会社、代表取締役社長兼 CEO 阪本 浩明）は、2018年度のお客さま本位の業務運営に関する取組結果をとりまとめるとともに、「お客さま本位の業務運営に関する方針」（以下、本方針）に基づく取組内容を2019年6月24日に改定しましたので、本方針の定着度合いを測る成果指標とともにお知らせします。

今後も引き続き、お客さまの最善の利益を実現するとともに経営の透明性を高めるため、本方針の定着度合いを測りつつ、本方針およびこれに基づく取組みの定期的な見直しを図り、お客さま本位の業務運営のさらなる推進に努めてまいります。

1. 本方針に関する2018年度の実績結果（別紙1）
2. 本方針に基づく取組内容の改定（別紙2）
3. 本方針の定着度合いを測る成果指標（別紙3）
 - ①保有契約件数・保有契約高
 - ②保険契約継続率

「お客さま本位の業務運営に関する方針」取組結果

(2018年4月～2019年3月)

「お客さま本位の業務運営に関する方針」取組結果

- 「1. お客さまの最善の利益の追求」の取組結果
- 「2. 利益相反の適切な管理」の取組結果
- 「3. 重要な情報のわかりやすい提供」の取組結果
- 「4. お客さまにふさわしいサービスの提供」の取組結果
- 「5. お客さまの最善の利益を求める取組みの促進」の取組結果

「1. お客様の最善の利益の追求」の取組結果

取組内容	取組結果
<ul style="list-style-type: none"> ● 企業理念研修や倫理研修を実施するほか、グループ共通の価値観である「Core Values」の推進日を月次で設定するなどにより、お客さま本位の企業文化の醸成を図ります。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 倫理強化月間を設定し、プルデンシャル倫理行動規範を通じ自己に求められている行動を再確認するなどし、倫理アウェアネスの向上を図りました。 ✓ 新入社員を対象にプルデンシャル倫理行動規範をテーマとしたビジネス倫理研修をe-learningにより実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数4回 2018年度受講者数124人 ✓ 「Core Values」を推進する組織としてTeam Core Valuesを設けるとともに、チームや部門を横断して社員が「Core Values」について議論を行いました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数4回 ✓ 社員を対象に経営層が企業理念について研修する「ベーシックプログラム」を実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数2回、2018年度末時点累計受講者数699人 ✓ 社員への企業理念の伝承を目的として、経営層および管理者層を中心に「企業理念研究会」を実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数12回程度(10グループに分かれ実施) ✓ お客様本位の業務運営に関する方針および取組内容の一層の浸透を図るべく、社員全体に情報発信を行う「全社員ミーティング」において、経営トップから、お客さま本位の業務運営に関する方針および取組状況の説明を実施しました。
<ul style="list-style-type: none"> ● お客さまからのご相談やご不満の声等を「お客様の声委員会」において集約、分析し、商品開発やご契約時から保険金等のお支払い時に至るまでのサービスの向上に活かします。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「お客さま志向自主宣言」に基づき、お客さまの声への誠実な対応、保険金等の確実なお支払等、ご契約後のサービスの充実のための取組みのさらなる推進を図りました。 ✓ 「お客様の声委員会」において経営層にお客さまの声の分析結果を、「商品開発委員会」において商品単位の苦情発生状況を、それぞれ定期的に報告することにより、商品・サービスの改善につなげました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数4回 ✓ 提携金融機関等ともお客さまの声について共有を行うことにより、業務改善につなげました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数2回
<ul style="list-style-type: none"> ● お客さまの声を能動的に収集するようお客さま満足度調査を実施し、業務改善に活かします。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2018年度からお客さま満足度調査を開始しました。ご回答頂いたお客様数は1,869名となり、ご回答結果を踏まえ業務改善に繋げていきます。
<ul style="list-style-type: none"> ● 商品開発の状況およびお客さまサービスの向上に向けた取組みについては、ディスクロージャー資料における年次公表を継続します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ディスクロージャー資料において、新規開発商品の状況および保険商品一覧、ならびにお客さまから寄せられたご不満の声の件数やお客さまの声を踏まえて改善を行った事例を掲載しました。
<ul style="list-style-type: none"> ● お客さま本位の姿勢を踏まえた提携金融機関等への研修を実施するとともに研修担当者の更なるスキルの高度化を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提携金融機関等に対する研修の更なる質の向上を図るため、社内研修組織であるPGFビジネスアカデミーのトレーナーに資格制度を設けるなどし、更なるスキルの高度化を図りました。

「2. 利益相反の適切な管理」の取組結果

取組内容	取組結果
<ul style="list-style-type: none"> ● 「利益相反管理方針」などの規程を整備し、利益相反のおそれのある取引を把握し、管理します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「利益相反管理方針」などの規程を整備し、お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引について、継続して把握し管理しました。「利益相反管理方針」は当社ホームページに掲載しています。
<ul style="list-style-type: none"> ● お客さまの利益に相反するおそれのある取引の類型を定め、当社グループのみならず提携金融機関等との間の利益相反も含めて取引の類型を定期的に見直すとともに、モニタリング等によりお客さまの利益が不当に害されることのないよう適切に管理します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ お客さまの利益が不当に害されないよう契約モニタリング等の各種モニタリングを継続して実施し、コンプライアンス委員会にて統括管理しました。これらの取組みの結果、利益相反疑義は発生していません。
<ul style="list-style-type: none"> ● 利益相反の適切な管理を行うため、利益相反に関する研修や指導を実施します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利益相反管理に関する研修をe-learningにより実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■2018年度受講者数735人

「3. 重要な情報のわかりやすい提供」の取組結果

取組内容	取組結果
<ul style="list-style-type: none"> ● 法令等の遵守を確実なものとし、お客さまの信頼にお応えするため、営業活動方針を定めて、適切な保険販売が行われるよう取り組みます。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 生命保険協会作成の「募集代理店共通自己点検表」を用いて、提携金融機関等において、情報提供および意向把握に関する販売管理体制が整備されていることを継続して確認しました。
<ul style="list-style-type: none"> ● お客さまに重要な情報を十分にご理解いただくため、見やすくわかりやすい説明資料を提供します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ お客さまに提供する資料について、見やすさ・分かりやすさの観点から、外部機関によるお客さま目線を重視した顧客行動観察調査を実施し、調査結果に基づき一部商品のパンフレットを改訂しました。 ✓ 積立利率更改型一時払終身保険について、投資信託等との比較等の観点から、積立利率や実質的な利回りを、2019年4月より募集補助資料で提供するほか当社ホームページに掲載しました。 ✓ 提携金融機関等に対して販売補助資料を提供するなどし、お客さま理解の促進を図りました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度新規・改訂数 商品説明の販売補助資料 41アイテム 介護・相続などの情報提供資料 53アイテム
<ul style="list-style-type: none"> ● 保険商品の販売および契約保全の対価として提携金融機関等に支払う販売手数料については、お客さまの金融商品の選択に資するよう、投資信託等との類似性や商品特性を踏まえた情報提供を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提携金融機関等に対して支払う手数料率について、継続して商品概要書等に記載しました。また、一部提携金融機関等においては、継続して手数料額を開示しました。 ✓ 提携金融機関等に支払う手数料が、契約手続きおよび契約の維持・管理等の対価である旨を継続して商品概要書に明示しました。
<ul style="list-style-type: none"> ● お客さまへの適切な情報提供が図れるよう、提携金融機関等に対して研修の実施や研修教材の提供を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提携金融機関等募集人を対象に、相続や介護といった有益な情報をお客さまへ提供するための研修を実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数172回 ✓ 提携金融機関等に対し、商品に関する研修資料を提供したほか、高齢者や投資知識・経験に応じた情報提供のポイントに関する研修教材を提供しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 商品研修資料提供件数16件

「4. お客様にふさわしいサービスの提供」の取組結果

取組内容	取組結果
<ul style="list-style-type: none"> ● お客様のニーズに即した保障を備えた商品を、市場動向等も踏まえ開発し、提供します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品開発にあたっては、お客様ニーズに則するほか、お客様にその商品性をご理解いただける態勢構築などを合わせて行いました。 ✓ 一生涯の死亡保障を提供する商品として販売している積立利率更改型一時払終身保険について、お客様への還元度合いを高める商品改定を2019年1月に行いました。 ✓ 保険金支払時のお客様の利便性の向上を目的として、2019年4月より指定代理請求特約における指定代理請求人の範囲を拡大したほか、保険金即日支払サービスの取扱保険金額上限を300万円から1,000万円に引き上げました。
<ul style="list-style-type: none"> ● お申込み手続きにおけるペーパーレス化を推進し、お客様のわかりやすさ、利便性の向上を図ります。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提携金融機関等とともに各種お申込み手続きにおけるペーパーレス化を実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 導入済提携金融機関数16代理店
<ul style="list-style-type: none"> ● 適合性の原則に基づき、お客様にふさわしい保障をご提供できるよう提携金融機関等における販売管理体制を定期的に確認し、適切な対応を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提携金融機関等において、適合性の原則および意向把握に関する販売管理体制が整備されていることを継続して確認しました。 ✓ 短期間で解約されたご契約等のモニタリングを継続して実施し、お客様の意向に沿わない販売のおそれがないか確認を行いました。
<ul style="list-style-type: none"> ● 「高齢者への生命保険販売における対応ガイドライン」を定め、高齢のお客様に保険商品をご提案する際には、保険契約の内容を十分理解いただけるよう取り組みます。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提携金融機関等において、ご高齢のお客様への対応ルールが整備されていることを継続して確認しました。 ✓ ご高齢のお客様への販売状況の把握や苦情等のモニタリングを継続的に実施しました。
<ul style="list-style-type: none"> ● お客様本位の視点に立ち、お客様のライフプラン上の課題を明確にし、これを解決する手段として保障を提案するニーズ・セールスに関する研修を提携金融機関等に対して実施します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提携金融機関等募集人を対象に、社内研修組織であるPGFビジネスアカデミーによるニーズ・セールス手法の研修を実施しました(ホールセラーによる研修等は除く)。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度実施回数91回

「5. お客様の最善の利益を求める取組みの促進」の取組結果

取組内容	取組結果
<ul style="list-style-type: none"> ● 企業理念に基づき、収益や新契約に関連する指標のみならず、保障の提供や保有契約高等を指標とする業績目標とします。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2016年度から3か年の中期経営計画において、保有契約高および保有契約件数を保有契約目標として設定し、四半期ごとにその達成状況をレビューしました。 ✓ 新たな中期経営計画を策定し、モニタリング対象として保有契約高および保有契約件数を継続して設定しました。 ✓ 当社の取組みをお客さまにより深くご理解いただけるようお客さま本位の業務運営に関連する成果指標として設定した、保有契約高、保有契約件数および保険契約継続率について、継続して公表しました。
<ul style="list-style-type: none"> ● お客さま本位の観点から適切な動機付けがなされるよう、従業員の評価については、販売状況だけではなく、本方針への取組みや法令等の遵守状況等を反映します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「お客さま本位の取組み」および「倫理、法令等遵守」を継続して人事評価項目として設定し、モニタリングを実施しました。
<ul style="list-style-type: none"> ● 提携金融機関等を担当する社員については、金融商品等に関する豊富な知識を習得するよう、各種資格の取得を推奨します。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ホールセラーを対象に証券外務員資格および支払専門士資格の取得を推奨しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 証券外務員資格累計取得者数153人 ■ 支払専門士資格累計取得者数143人
<ul style="list-style-type: none"> ● 本方針の取組みが徹底されるよう、従業員に対し必要な研修を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ お客さま本位の業務運営に関する研修をe-learningにより実施しました。 <ul style="list-style-type: none"> ■ 2018年度受講者数682人 ✓ 管理者層を対象にお客さま本位の業務運営に関する目標設定について研修を実施しました。

お客さま本位の業務運営に関する方針

制定 2017年6月26日

改定 2018年6月25日

改定 2019年6月24日

当社は、代理店チャネル専門会社として、バンカシュアランス（金融機関代理店を通じた生命保険の販売）を中心に事業を展開しており、プルデンシャル・グループ共通の価値観である「Core Values」のもと、企業理念として「Vision」、「Mission」、「Strategy」を定めています。

《Core Values（コアバリュー）》

信頼に値すること（Worthy of Trust）

顧客に焦点をあわせること（Customer Focused）

お互いに尊敬しあうこと（Respect for Each Other）

勝つこと（Winning with Integrity）

《Vision（ビジョン）》

我々は、日本のバンカシュアランスをはじめとした生命保険ビジネスに変革をもたらし、顧客から最も信頼され称賛される会社となります。

《Mission（ミッション）》

我々は、ビジネスパートナーとともに、お客さまに経済的な保障と心の平和を得ていただけるよう最高のサービスを提供することを使命とします。

《Strategy（ストラテジー）》

我々は、顧客のニーズに沿った商品を迅速に開発し、質の高い営業支援サービスをタイムリーに提供することで、ビジネスパートナーから信頼を得ます。また、質の高いサービスを効率よくかつ革新的な方法で提供することで、お客さまの満足度を高めます。

本方針は、この企業理念に基づき、当社が「お客さま本位の業務運営」を行うために、創意工夫を発揮し、お客さまの最善の利益を実現するために取り組むべき当社の姿勢を定めることを目的とします。

また、経営の透明性を高めるため、本方針およびこれに基づく取組みは、定期的に見直しを図り、公表していきます。

1. お客様の最善の利益の追求

当社は、お客様の最善の利益を追求するため、プルデンシャル倫理行動規範や「Core Values」および企業理念に基づく人材教育を徹底することにより、お客様本位の企業文化を醸成するとともに、お客様の声を重視することにより、お客様のニーズを満たす商品およびより質の高いサービスを提供します。

また、ビジネスパートナーである提携金融機関等における販売管理体制の整備を支援するほか、より質の高い研修の提供に努めます。

これによりお客様の信頼を得て、選ばれる会社となり、長期にわたり確実に、お客様に経済的な保障と心の平和を提供します。

◆ 取組内容

- 企業理念研修や倫理研修を実施するほか、グループ共通の価値観である「Core Values」の推進日を月次で設定するなどにより、お客様本位の企業文化の醸成を図ります。
- お客様からのご相談やご不満の声等を「お客様の声委員会」において集約、分析し、商品開発やご契約時から保険金等のお支払い時に至るまでのサービスの向上に活かします。
- お客様の声を能動的に収集するようお客様満足度調査を実施し、業務改善に活かします。
- 商品開発の状況およびお客様サービスの向上に向けた取組みについては、ディスクロージャー資料における年次公表を継続します。
- お客様本位の姿勢を踏まえた提携金融機関等への研修を実施するとともに研修担当者の更なる スキルアップ を行います。

2. 利益相反の適切な管理

当社は、お客様の利益が不当に害されることがないように、お客様の利益に相反するおそれのある取引を適切に管理します。

◆ 取組内容

- 「利益相反管理方針」などの規程を整備し、利益相反のおそれのある取引を把握し、管理します。
- お客様の利益に相反するおそれのある取引の類型を定め、当社グループのみならず提携金融機関等との間の利益相反も含めて取引の類型を定期的に見直すとともに、モニタリング等によりお客様の利益が不当に害されることがないように適切に管理します。
- 利益相反の適切な管理を行うため、利益相反に関する研修や指導を実施します。

3. 重要な情報のわかりやすい提供

当社は、個々のお客さまに最適な保障を提供するため、お客さまのニーズの確認や商品選択に有益な情報および商品の仕組みやリスクなど商品理解に必要な情報を、わかりやすく提供します。

また、これらの情報が適切にお客さまに提供されるよう、提携金融機関等に対し、必要な資料および研修を提供します。

◆ 取組内容

- 法令等の遵守を確実なものとし、お客さまの信頼にお応えするため、営業活動方針を定めて、適切な保険販売が行われるよう取り組みます。
- お客さまに重要な情報を十分にご理解いただくため、見やすくわかりやすい説明資料を提供するほか、商品理解に必要な情報を電子媒体においても提供し、お客さまの利便性の向上を図ります。
- 保険商品の販売および契約保全の対価として提携金融機関等に支払う販売手数料については、お客さまの金融商品の選択に資するよう、投資信託等との類似性や商品特性を踏まえた情報提供を行います。
- お客さまへの適切な情報提供が図れるよう、提携金融機関等に対して研修の実施や研修教材の提供を行います。

4. お客さまにふさわしいサービスの提供

当社は、お客さまに必要とされる商品を開発し提供するとともに、お客さまの利便性を高めるため、日々サービスの向上に取り組みます。

商品販売に際しては、適合性の原則の徹底やお客さまのニーズに即した保障を提案するために、提携金融機関等への高品質な研修の提供に取り組みます。

◆ 取組内容

- お客さまのニーズに即した保障を備えた商品を、市場動向等も踏まえ開発し、提供します。
- 提携金融機関等とともに各種お申込み手続きのペーパーレス化を推進し、お客さまのわかりやすさ、利便性の向上を図ります。
- 保障の提供に加え付帯サービスなどの新たな付加価値を提供することで、お客さまの満足度向上を図ります。
- 適合性の原則に基づき、お客さまにふさわしい保障をご提供できるよう提携金融機関等における販売管理体制を定期的に確認し、適切な対応を行います。
- 「高齢者への生命保険販売における対応ガイドライン」を定め、高齢のお客さまに保険商品をご提案する際には、保険契約の内容を十分理解いただけるよう取り組みます。
- お客さま本位の視点に立ち、お客さまのライフプラン上の課題を明確にし、これを解決する手段として保障を提案するニーズ・セールスに関する研修を提携金融機関等に対して実施します。

5. お客様の最善の利益を求める取組みの促進

当社は、お客様が最善の利益を享受することが当社にとって重要であることを理解し、お客様の最善の利益を求める取組みを促進できるよう、会社の経営目標を定めるほか、従業員の評価体系や従業員への研修等を含む会社の体制整備を図ります。

◆ 取組内容

- 企業理念に基づき、収益や新契約に関連する指標のみならず、保障の提供や保有契約高等を指標とし、その推移をモニタリングします。
- お客様本位の観点から適切な動機付けがなされるよう、従業員の評価については、販売状況だけではなく、本方針への取組みや法令等の遵守状況等を反映します。
- 提携金融機関等を担当する社員については、金融商品等に関する豊富な知識を習得するよう、各種資格の取得を推奨します。
- 本方針の取組みが徹底されるよう、従業員に対し必要な研修 や社内周知を行います。

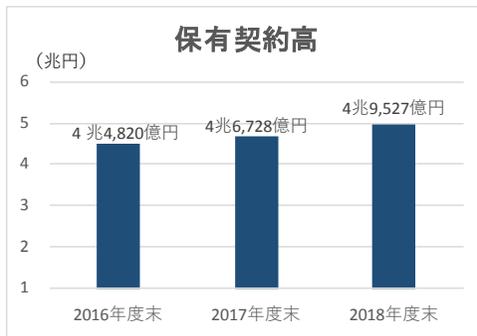
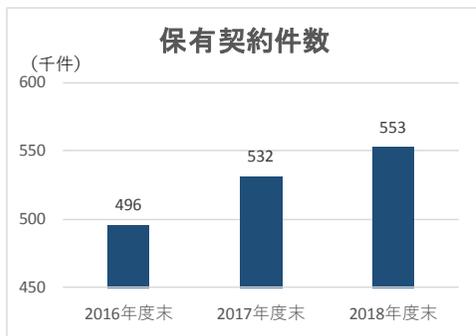
以 上

本方針の定着度合いを測る成果指標

当社は、より多くのお客さまに経済的な保障と心の平和をお届けすることを使命とし、お客さまにニーズに合う商品にご加入いただき、その後もご契約を永くご継続いただくことを経営の最重要事項として捉えています。
これらの達成状況を表す指標として、①保有契約件数・保有契約高、②保険契約継続率を成果指標として設定しています。

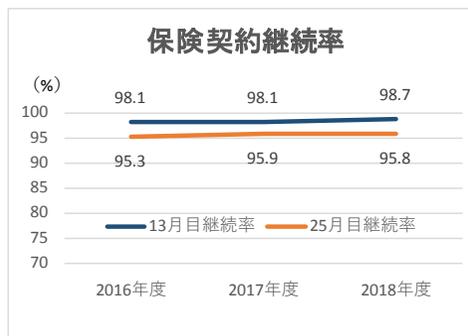
①保有契約件数・保有契約高

保有契約は、個人保険、個人年金保険の各保有契約の合計です。
保有契約件数はご契約いただいている保険契約の件数を表し、保有契約高は個々のお客さまに対して当社が保障する保険金額の総合計額を表しています。



②保険契約継続率

保険契約継続率は、お客さまにご継続いただいている保険契約の割合を示しています。
多くのお客さまにご契約をご継続いただき、良好な水準を維持することができています。



保険契約継続率は、一時払商品を除く保険契約について、保険金額をベースに算出しています。

これからも当社の使命を果たすべく、お客さまに当社を信頼いただきお選びいただけるよう、引き続き尽力してまいります。