
**顧客本位の業務運営方針の
取組結果のご報告について**

**2024年6月
ソニーライフ・コミュニケーションズ株式会社**

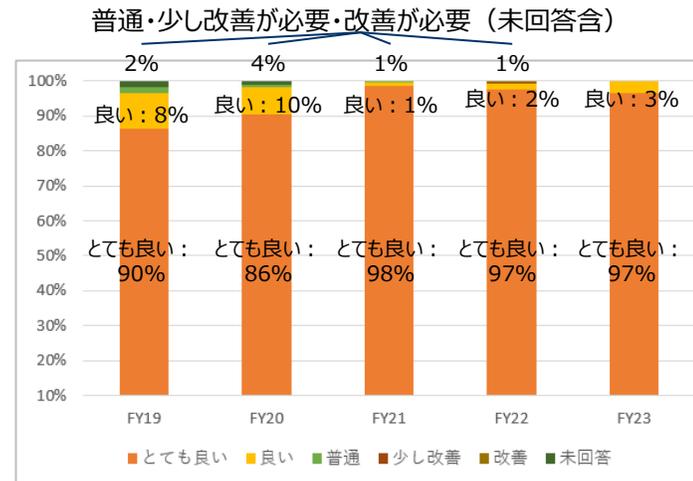
方針① 「お客さま本位の業務運営」に関する取組

当社は、お客さまが保険づくり(※)を通じて、人生をより豊かにすることができるよう、あらゆる業務運営においてお客さま本位で行動するよう努めてまいります。

(※)お客さま自らが保険の仕組みを理解し、あるべき保障を一から作りあげる高質な顧客体験のこと

- 当社は、お客さま本位の業務運営の実行・定着度合いを測定する評価指標として、当社のサービス、商品、ライフプランナーの提案力等の総合的な評価である「お客さま満足度」と「継続率」を設定しております。「お客さま満足度」および「継続率」については、高水準で推移しました。
- 今後も、当指標を用い、お客さま本位の業務運営に係る取組の定着度合いを測定し、取組の有効性を確認・検証することで、お客さま本位の業務運営を推進してまいります。

<お客さま満足度(“とても良い・良い”の合計)>



※FY19 (2020年1月12日～2020年3月31日) 取得数: 118件
FY20 (2020年4月1日～2021年3月31日) 取得数: 322件
FY21 (2021年4月1日～2022年3月31日) 取得数: 377件
FY22 (2022年4月1日～2023年3月31日) 取得数: 659件
FY23 (2023年4月1日～2024年3月31日) 取得数: 695件

<継続率>

98.6%

※対象期間: 2022年4月1日～2024年3月31日

※継続率: $\frac{\text{継続中の契約}}{\text{直近24か月の新契約}}$

方針② 「お客さまの声を業務運営に活かす態勢」に関する取組

お客さまからのご意見やご要望などの「お客さまの声」を広くお伺いするとともに、これを真摯に受け止め、お客さまの声を活かした業務運営を進めてまいります。

- 当社は、「お客さまの声」を広く収集し、業務運営に反映できるよう、ご来店いただいたお客さまに、任意の来店アンケートのご協力をお願いする取組を実施し、2023年度は695名のお客さまにご協力をいただくことができました。
- いただいたアンケート内容については、毎月集計を行い、全社的な会議で共有・意見交換を実施しております。引き続き、当該アンケートを通じて寄せられたお客さまの声(ご意見・ご要望等)を日々の業務運営とお客さまサービスの向上等に活かしてまいります。

<来店アンケート>



保険製作所 来店アンケート

保険製作所へのご来店、そして本日は貴重なお時間を頂戴し、まことにありがとうございました。

保険製作所では、ご来店アンケートを「お客さまのお声」として業務改善やさらなるサービス向上に活かしてまいります。

ご協力よろしく申し上げます。

※リモート面談などにより答えられない質問項目があるお客さまはご記入いただくかなく構いません

1. 来店された店舗名を教えてください ※リモート面談の場合は、ご相談した店舗名を教えてください*

答えの選択



7. その他何かお気づきの点などございましたらご記入ください

回答を入力してください

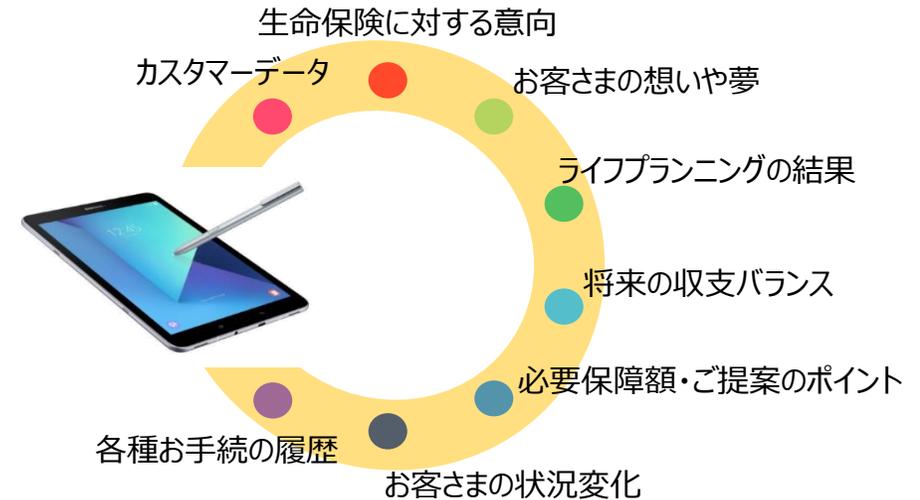
方針③ 「お客さまへの最適な保障の提供」に関する取組（1 / 4）

当社は、社員一人ひとりがコンサルティングセールス・コンサルティングフォローの質を追求し続け、お客さまへ最適な保障を提供し続けてまいります。

<コンサルティングセールス>

- 2022年10月からはGLiP（Goal based Planning Support Service）というシミュレーションツールを導入しており、より精度の高いコンサルティングセールスを推進しております。
- ご契約に至るまでにお伺いした面談の内容をカルテ等に記録しており、ご加入時のライフプランやご意向、そのご意向に基づく商品のご提案理由等を、全てのライフプランナーがいつでもお客さまと確認できる取組を推進しております。

<GLiPイメージ>



方針③ 「お客さまへの最適な保障の提供」に関する取組（3 / 4）

当社は、社員一人ひとりがコンサルティングセールス・コンサルティングフォローの質を追求し続け、お客さまへ最適な保障を提供し続けてまいります。

＜重要な情報のご提供＞

- 当社独自で作成した「保険製作所からのご案内にあたって」を商談時に必ず使用し、取扱保険会社や募集人の権限、個人情報利用目的、商品提案に関する方針等についてご説明しております。
- 外貨建保険や変額保険等の市場リスクのある商品については、加入目的やご意向、投資経験や金融知識等を適切に把握し、お客さまの状況に適した商品の提供に努めております。
- ご加入にあたっては、商品に関する説明のみならず、為替変動や分散投資の考え方等を分かりやすく解説した補足資料を用いて、また手数料等については保険会社の資料を用いて、当該商品の特性やリスクについてご理解いただけるよう努めております。

＜保険製作所からのご案内にあたって＞

方針③ 「お客さまへの最適な保障の提供」に関する取組（4 / 4）

当社は、社員一人ひとりがコンサルティングセールス・コンサルティングフォローの質を追求し続け、お客さまへ最適な保障を提供し続けてまいります。

＜コンサルティングフォロー＞

- 将来の適切な保険金や給付金のお支払いに向けて、面談やお電話による定期的なコンタクトを図り、お客さまの状況やご事情に沿った情報やサービスの提供を行う「コンサルティングフォロー」に全店舗・全ライフプランナーが取り組んでおります。

＜パンフレットイメージ＞



方針④ 「利益相反の適切な管理」に関する取組

お客様の利益が不当に害されることがないようにするため、「利益相反管理方針」等を定め、それらに従って、取引におけるお客さまとの利益相反の可能性について把握し、適切に管理するよう努めてまいります。

- ライフプランナーがお客さまのご意向を踏まえた提案を実施しているか検証するため、面談時に作成するお客さまのご意向と提案商品との関係について記載したカルテ等について、コンプライアンス担当者がサンプル点検を行っております。また必要に応じてライフプランナーに直接ヒアリングを実施し、適切なお提案が行われているかの検証を行っております。
- 早期消滅契約、乗換契約、高齢者募集時などの報告をもとにオフサイトによるモニタリングを行うとともに、コンプライアンス担当者が店舗を訪問のうえオンサイトモニタリングを実施しております。モニタリングした内容を分析・検証し教育・指導に活用しております。
- 内部管理ミーティングを開催し、検証結果を共有するとともに、コンプライアンスに関する各種研修を実施し、ライフプランナーのスキルアップに努めています。

方針⑤ 「方針の浸透」に関する取組

当方針に基づき、あらゆる業務運営において、お客さま本位で行動していくための態勢を構築してまいります。

- 経営層を含めた本社スタッフと各店舗の管理職が集う会議を定期的に行い、意見交換を通じた相互理解の促進、方針の検討・浸透を図っております。
- 教育・育成推進担当者を設置し、ライフプランナーの質を向上していくための研修を定期的に行っております。傾聴・伝達といったコミュニケーションスキルはもちろん、各種税制や社会保障制度、お子さまの教育資金や住宅購入資金など、その内容は、お客さまのライフプランニングに必要な情報を提供するための様々な領域に及びます。

弊社は、今後もお客さま本位の質の高いサービスとお客さまに安心していただける安全な空間を提供するため、知識だけでなく「人としてのあり方」について全社員で分かち合い、組織として社会に貢献できるよう努めてまいります。



▲ 2024年4月開催：全国のゼネラルマネージャーの会議の様子