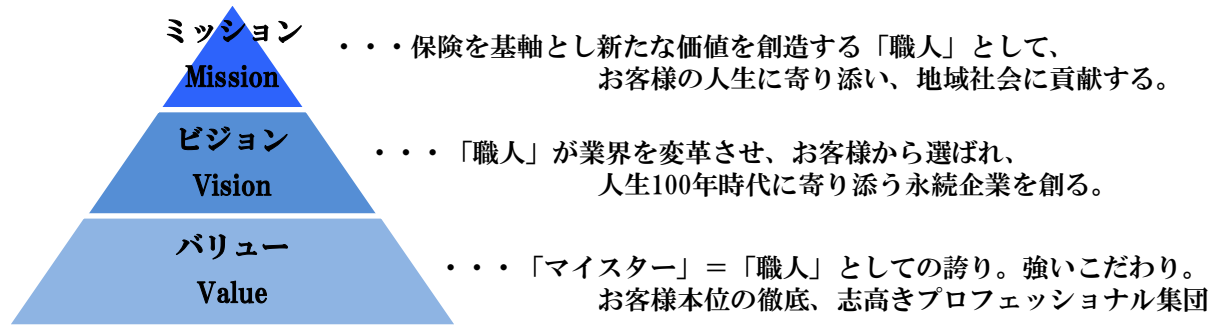
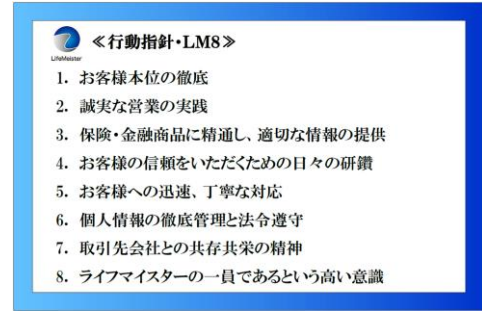
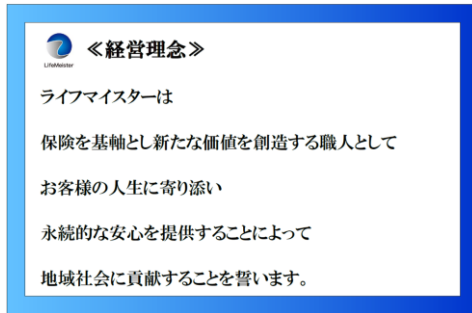


お客様本位の職人宣言（FD宣言）

ライフマスター株式会社（以下、「当社」）は、2021年7月に創業10周年を迎えました。これもひとえに皆様のご愛顧とご支援によるものと深く感謝しております。10周年を迎えた2021年度から「第二の創業」として位置づけ、中期経営計画（3ヶ年計画）を制定・公表しました。当社は、これからも保険を基軸とし新たな価値を創造する「職人」として、お客様の人生に寄り添い、地域社会に貢献するため、今期（2022年度）は中期経営計画2期目として「お客様本位の職人宣言」も具体的な取り組みを新たに定め、取り組み状況を以下の通り、継続して宣言・公表して参ります。



【1】お客様本位の職人宣言

私たちは職人（＝マスター）として「お客様を守る」という強いこだわりを持ち、お客様の人生に寄り添いながら、一生涯のパートナーとして歩み続け、高い「志」をもって、地域社会に貢献して参ります。

<具体的な取り組み①>

・本宣言を、ホームページに公表及び社内に掲示し、定期的に確認することにより社員への周知を図っています。

<取り組み状況（A）>

- a. 当社ホームページのリニューアル（2022年2月）に伴い、トップページに掲載することでお客様ならびに社員をはじめとする関係者が閲覧しやすいように改善しました。

<原則2、原則7、原則7(注)>

<具体的な取り組み②>

・本宣言に係る取組状況を定期的に検証のうえ、ホームページで公表するとともに、本宣言及び取組事項についても定期的に見直して参ります。

<取り組み状況（B）>

- a. 2021年度経営計画説明会（2021年6月開催）及び全社ミーティング（2021年7月開催）において「お客様本位の職人宣言（FD宣言）」について全社員に周知しました。
- b. 拠点長・内勤課長以上の役職者については、より高い認識と各拠点におけるマネジメントガバナンスを目的として、年2回（上・下期）開催する拠点長研修にて「お客様本位の職人宣言（FD宣言）」について外部講師を招いて研修を実施しました。

	対象社員数	参加数	参加率
2021年度経営計画説明会（2021年6月開催）	207名	207名	100%
上期拠点長研修（2021年7月開催）外部講師	31名	31名	100%
全社ミーティング（2021年7月開催）	202名	202名	100%

- c. 当資料「お客様本位の職人宣言（FD宣言）」を全拠点内に掲示することで全社員への周知を徹底しました。

<原則2、原則2(注)>

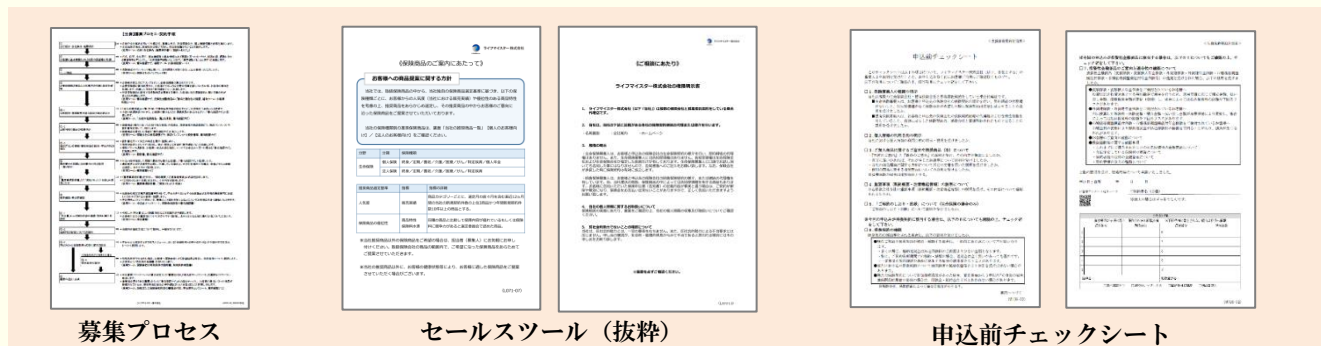
[2] お客様に対する職人のこだわり

私たちは、行動指針・LM8において掲げている「お客様本位の徹底」を実現します。そのために、誠実な営業の実践を心掛け、適切な情報の提供を行うため日々の研鑽を実施し、お客様への迅速、丁寧な対応をお約束いたします。

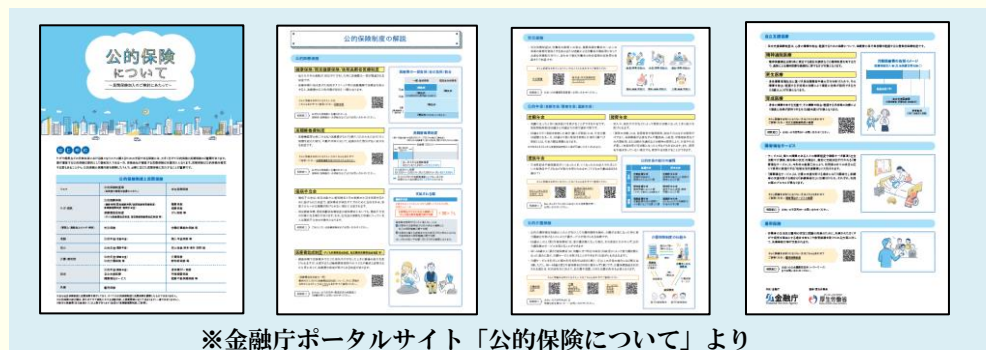
こだわり (1) 誠実な営業の実践

<具体的な取り組み①>

- ME*は、共通のセールスツールを用いて、お客様に分かりやすい営業の実践を行っています。
(*当社では、営業社員のことをマイスター (Meister: 略称 ME) と呼んでいます。)
なお、セールスツールにおいては、定期的な見直しを行っています。



また、公的保険制度の内容を理解して頂いたうえで、必要に応じた民間保険にお客様が加入して頂くことが重要であるため「公的保険について～民間保険加入のご検討について～」をセールスツールに追加します。



※金融庁ポータルサイト「公的保険について」より

<取り組み状況 (C) >

- a. 中途入社のお客様社員に対して入社オリエンテーション内にて研修を実施し、全社員がセールスツールを利用できるように指導しました。

	入社数	参加数	参加率
2021年度入社オリエンテーション研修	22名	22名	100%

- b. 社内ポータルサイト「保険の職人サイト」にてセールスツールを結合化 (PDF) させ、パソコン・タブレット上でお客様へスムーズにご案内できるように改善をしました。これにより、オンラインによる商談時にもスムーズな情報提供が可能となり、お客様へ適切かつ分かりやすい情報提供ができるようになりました。

〈原則 5、原則 5 (注 3)、原則 5 (注 4)、原則 6 (注 1)〉

<具体的な取り組み②>

- お客様に、重要事項等の説明を受けたことについてご確認頂くために「申込前チェックシート」を使用して説明不足や各種誤認を防ぐ取り組みを行っています。なお、「申込前チェックシート」においては、定期的な見直しを行っています。

<取り組み状況 (D) >

- a. 「申込前チェックシート」を取得したお客様件数の把握を2022年1月始期分より実施しました。なお、募集管部門である業務管理部にて全件内容を確認しましたが、問題となる事象はございませんでした。

	2022年1月～3月始期分
申込前チェックシート取得数	2,324件

- b. 定期的な記載内容の見直しについては、特に変更する必要がないことを確認しました。ただし、より良い活用のため、お客様アンケートの二次元コードを掲載しお客様の声を頂きやすく改善をしました。また、MEが「証券番号」と「保険会社名」を記入しやすいように「当社使用欄」を変更しました。


〈原則 5、原則 5 (注 5)〉

こだわり(2) 保険・金融商品に精通し、適切な情報の提供

<具体的な取り組み①>

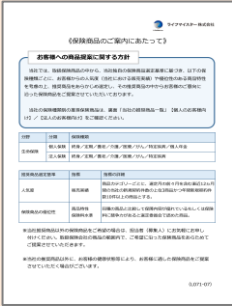
- お客様のご意向をヒアリングし、適切な情報を提供するために、当社では「お客様意向確認ナビ」*を活用しています。なお、より一層のお客様意向の適切な把握、情報提供及びその記録を残すために、当社カスタマイズ可能なシステム改善を予定しています。

*NTT データ保険会社共同ゲートウェイを利用したクラウド型顧客・契約管理システム「WiseOffice®2」



「態勢整備」を実現する保険代理店システム
WiseOffice 2
www.office.nippon-life.com

お客様意向確認ナビ画面



保険商品のご案内にあたって

<取り組み状況 (E) >

a. ご契約者数

ご契約者数は当社の事業に対してお客様からの評価・信頼を頂いたことの成果を総合的に示す指標です。本宣言に基づく取り組みを通じ、より多くのお客様に支持される企業を目指しています。

	2021年度末
ご契約者数	73,160名

b. 保険契約継続率 (=100% - 早期消滅率)

お申込みを頂いた保険契約が早期(契約後13ヶ月以内)に解約、失効等に至っていないかを定期的に集計・検証しています。ご契約が有効に継続することは、当社の提案内容や事務手続き、サービスに関する評価・信頼を継続的に頂いたことの成果を総合的に示す指標です。本宣言に基づく取り組みを通じ、多くのお客様のリスクマネジメントにお役に立てるように日々の研鑽を積み、より高い「お客様満足度」を目指し、さまざまなサービスの品質向上に努めています。

	2021年度
保険契約継続率	96.8%

<原則3、原則6(注1)>

<具体的な取り組み②>

- 「お客様意向確認ナビ」のシステム内において推奨保険商品(損害保険の場合は推奨保険会社)の中から商品の絞り込みを行い、お客様のご意向に沿った保険商品であるかを改めて説明・確認し、その推奨理由及び決定理由の記録を保存しています。

<取り組み状況 (F) >

- a. 「お客様意向確認ナビ」の記録について初期入力率*をもとに全MEへ入力指導を行いました。なお、未入力の場合については必ず入力を実施して商談記録を残しています。

*初期入力率とは、「お客様意向確認ナビ」にて商品の絞り込みを行った際の推奨理由及び決定理由が正しく入力された割合を指します。

	2021年度
初期入力率	82.3%
指導後改善率	100%

- b. 当社の推奨基準に沿った推奨保険商品(推奨保険会社)の見直しのため、定期的(年2回、上・下期)に推奨商品選定委員会を開催しました。

	1回目	2回目
推奨商品選定委員会	2021年9月実施	2022年3月実施

- c. お申込みにあたって、お客様のご意向に沿った保険商品・推奨理由又は決定理由になっているか確認するため、各拠点責任者が「お客様意向確認ナビ」の確認・承認作業を行っています。また、募集管理部門である業務管理部は、お申込み頂いたお客様分の記録が正しく入力されているか確認しています。

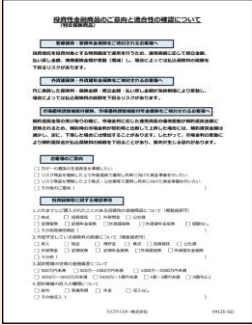
<原則3(注)、原則5>

<具体的な取り組み③>

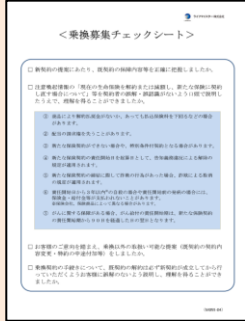
- ・投資性金融商品については、ご意向の確認と適合性の確認をご提案前に行っています。また、お客様が現在加入されている保険契約を解約し、新たな保険にご加入される場合には、「乗換募集チェックシート」を用いて説明しています。

<取り組み状況 (G) >

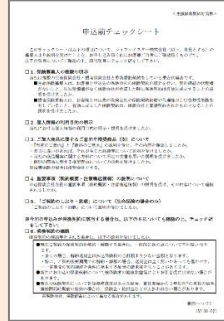
- お客様に変額保険や外貨建保険等の投資性金融商品（特定保険契約）をMEが提案するにあたり、加入目的・金融商品取引の経験及び財産の状況について「投資性金融商品のご意向と適合性の確認について」を用いてお客様に確認しました。
- 乗換募集のご提案をする際は、新契約として取り扱う旨を必ずお客様にお伝えし、誤解を与えることのないように「乗換募集チェックシート」を用いてお客様に確認しました。
- 「投資性金融商品のご意向と適合性の確認について」及び「乗換募集チェックシート」の説明確認については、「申込前チェックシート」にてご確認を頂き、お客様に確認日付、自署を頂きました。



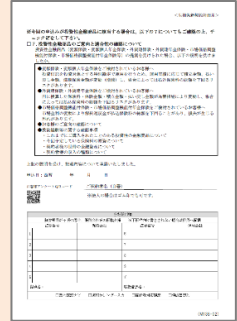
投資性金融商品のご意向と適合性の確認について



乗換募集チェックシート



申込前チェックシート



<原則 5、原則 5 (注 1)、原則 5 (注 3)、原則 5 (注 4)、原則 5 (注 5)、原則 6、原則 6 (注 1)>

<具体的な取り組み④>

- ・保険金融商品等の諸費用については、提供するサービスの内容とともに、その各種費用等の詳細を保険会社の資料を用いて説明します。

<取り組み状況 (H) >

- お客様が負担する各種費用等については、お客様に交付する「ご契約のしおり・約款、注意喚起情報、重要事項説明書」を用いて説明をしました。

<原則 4 >

こだわり (3) お客様の信頼を頂くための日々の研鑽

<具体的な取り組み①>

- ・お客様本位を徹底するために、月2回、全社員参加のミーティングを実施しています。

<全社ミーティングの内容>

- 経営理念・行動指針の唱和
- 代表訓話
- 社内情報の共有
- 新商品等の情報共有
- 販売実践研修
- コンプライアンス研修



社内ポータルサイト「保険の職人サイト」ページ

また、2022年度は月1回全社員参加型の外部講師による勉強会を予定しています。特に、金融リテラシー向上及び社会保障制度の更なる意識向上を目指します。

<取り組み状況 (I) >

a. 毎月第一、第三水曜日にオンラインにて全社員参加のミーティングを開催しました。

2021年6月1日～2022年3月31日	
全社ミーティング	20回

b. コンプライアンス研修については、毎月第三水曜日の全社ミーティング内で研修を行い、ミーティング後にシステムによるコンプライアンステストを全社員実施しました。また、そのテスト回答を集計し、全社員にフィードバックを行い、必要に応じて再研修及び再テストを実施しました。

c. 営業スキルの向上のため各種資格（FP資格*等）の取得を推進しています。なお、FP資格においては、FP3級以上の取得を必須ルールとしています。また、中途入社営業社員は入社日から2年以内に最低3級を取得しています。

		登録数	登録率
社員数		200名	—
FP資格		134名	67.0%
生保資格	専門課程	168名	84.0%
	変額商品販売資格	162名	81.0%
	外貨建商品販売資格	147名	73.5%
損保資格	基礎商品資格	189名	94.5%

* FP資格とは、ファイナンシャルプランナー技能検定1～3級、AFP認定者、CFP認定者のいずれかをいいます。

資格保有状況（2021年度末）

<原則2(注)、原則6(注5)、原則7、原則7(注)>

<具体的な取り組み②>

・社内ポータルサイト「保険の職人サイト」内に、商品情報の共有・各種研修動画等を掲載し、いつでも閲覧できる環境を整え、日々の研鑽に努めています。

トップページ



研修動画の一例



<取り組み状況 (J) >

a. 社内ポータルサイト「保険の職人サイト」内に掲載した商品情報について毎月研修を開催しました。

2021年6月1日～2022年3月31日	
販売商品研修（新商品・改定）	10回

<原則2(注)、原則5、原則7、原則7(注)>

<具体的な取り組み③>

・入社時には、本社主催の社員研修を行っています。入社後も定期的（3ヶ月後、6ヶ月後）にフォローアップ研修を行っています。また、拠点長の研修も定期的（月次会議、年2回の研修）に行っています。

入社オリエンテーションページ



<取り組み状況 (K) >

a. 2021年4月入社社員より入社時研修及びフォローアップ研修（3ヶ月後、6ヶ月後）を実施しました。

	2021年度	対象社員数	参加者	参加率
入社オリエンテーション	6回	22名	22名	100%
3ヶ月後フォローアップ研修	2回	7名	7名	100%
6ヶ月後フォローアップ研修	1回	6名	6名	100%

b. 拠点長研修に外部講師を招き、オンラインにて実施しました。

2021年度	
支店長・支社長会議	12回
支店長・支社長研修	2回

<原則2(注)、原則6(注5)、原則7、原則7(注)>

[3] お客様に寄り添うサービスの提供

私たちは、お客様の資産状況、商品の知識及び目的・ニーズを把握し、お客様に適した商品をご提案しています。なお、ご契約後において、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行っています。

<具体的な取り組み①>

・ご契約をお預かりしたお客様からのアンケート及びお客様の声を大切にしています。



お客様アンケート

二次元コードによるアンケート

お客様の声

<取り組み状況 (L) >

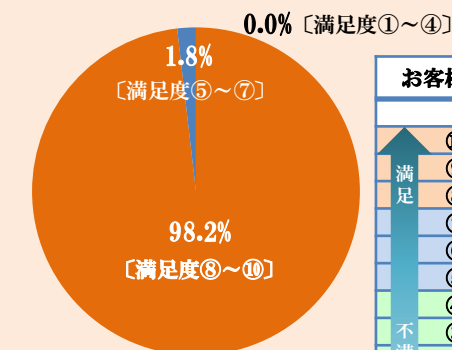
a. 当社の提案内容や事務手続き、サービスに関する評価・ご意見を頂くことを目的として、ご契約者を対象とした「お客様アンケート」を新規ご契約時に実施しました。なお、調査結果のうち「ご提案内容」については、当社の募集品質に対するご契約者の満足度を示す指標として、より高い「お客様満足度」を目指し、お客様のご意向に沿った保険提案の品質向上に努めて参ります。

取得年度	「お客様アンケート」取得件数
2021年度	1,145件

取得年度	「お客様の声」取得件数
2021年度	117件

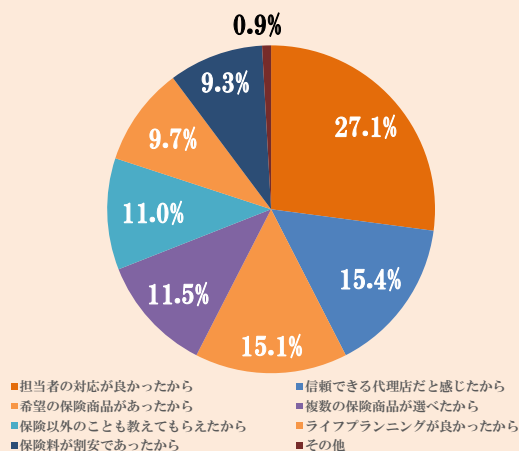
項目[1]：お客様の満足度を10段階でお教えください。

項目[2]：左記点数の理由をお聞かせください。



	票数	割合
⑩	940	82.1%
⑨	90	7.9%
⑧	94	8.2%
⑦	13	1.1%
⑥	7	0.6%
⑤	1	0.1%
④	0	0.0%
③	0	0.0%
②	0	0.0%
①	0	0.0%
計	1,145	100.0%

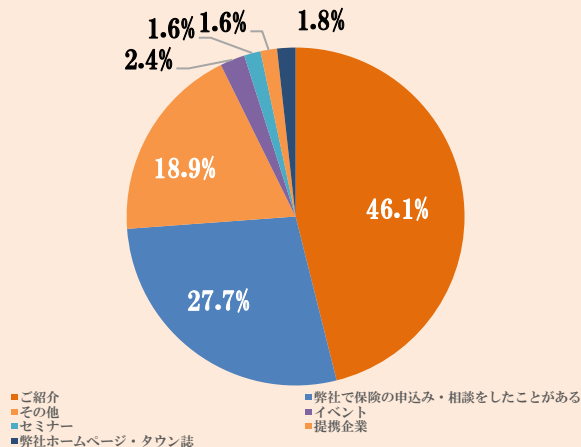
■満足度⑧～⑩ ■満足度⑤～⑦
■満足度①～④



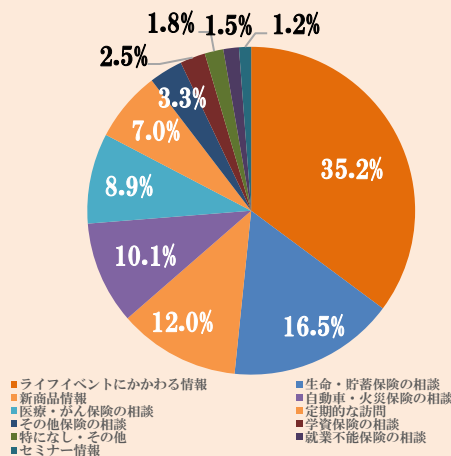
■担当者の対応が良かったから ■信頼できる代理店だと感じたから
■希望の保険商品があったから ■複数の保険商品が選べたから
■保険以外のことも教えてもらったから ■ライフプランニングが良かったから
■保険料が割安であったから ■その他

項目[3]：弊社をどのようにしてお知りになりましたか？

項目[4]：今後、担当者に期待することをお聞かせください。



■ご紹介 ■弊社で保険の申込み・相談をしたことがある
■その他 ■イベント
■セミナー ■提携企業
■弊社ホームページ・タウン誌



■ライフイベントにかかわる情報 ■生命・貯蓄保険の相談
■新商品情報 ■自動車・火災保険の相談
■医療・がん保険の相談 ■定期的な訪問
■その他保険の相談 ■学資保険の相談
■特になし・その他 ■就業不能保険の相談
■セミナー情報

- b. お客様からお預かりしたアンケートやお客様の声（既契約者）の「ご意見・ご要望」をホームページにお役立ち情報として毎月掲載しています。（2022年2月より）



〈原則6(注1)〉

＜具体的な取り組み②＞

- ・アンケート・お客様の声は会社が成長する最高の機会と捉え、取締役会においてお客様から頂いた相談、要望、苦情等についての問題を共有し、各種会議において連携及び改善策を共有しています。

＜取り組み状況 (M) ＞

- お客様から頂いた相談、要望、苦情等について真摯に受け止めて対応することがお客様満足の一環と捉え、サービス品質の向上に役立っています。
なお、お客様の声で頂いた事項については社内で連携・共有しています。
- お客様の声で頂いた事案の中で苦情等に該当する場合、取締役会にて共有し、支店長・支社長会議や全社ミーティングにて周知するとともに、改善策を検討し、改善を図っています。
- お客様がアンケートにお答えしやすい様に紙媒体のみならず、二次元コードによる回答方法を追加しました。
なお、「申込前チェックシート」にもお客様アンケートの二次元コードを掲載しました。



二次元コードによるアンケート

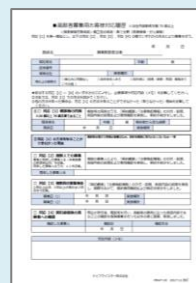
〈原則6(注1)〉

＜具体的な取り組み③＞

- ・高齢者様への情報提供・契約事務については、社内ルールを設けてお客様に寄り添う丁寧な対応を行っています。



高齢者に対する保険募集ルール



面談報告書

＜取り組み状況 (N) ＞

- 高齢者様へ保険商品をご提案するときは「保険募集時に親族等の同席を求める」ことを第一順位とし、以下の順でいずれかの方法により募集を行い、お客様のニーズ、加入目的、保険料の支払能力等を十分把握し、契約内容がお客様の実情に即しているか慎重に確認しました。なお、当社では70歳以上を高齢者としていますが、取扱保険会社のルールが異なる場合は、取扱保険会社のルールに準ずることとしています。

	実施比率
対応【1】 保険募集時に親族等の同席を求める方法	47%
対応【2】 保険募集時に複数の募集人による保険募集を行う方法	1%
対応【3】 保険契約の申込の検討に必要な時間的余裕を確保するため、複数回の保険募集機会を設ける方法	49%
対応【4】 保険契約申込の受付後、電話等を行い、高齢者の意向に沿った商品内容であることを改めて確認することを、保険募集を行った者以外の者に依頼する方法	3%

〈原則6、原則6(注4)、原則6(注5)〉

[4] ライフマイスター（職人）であるという高い意識

<具体的な取り組み>

全社員は常時クレド（志）を携行し、ミーティング時に「経営理念」及び「行動指針・LM8」を唱和し、想いを共有しています。

当社クレド

<取り組み状況 (O) >

- a. 2021年度経営計画説明会（2021年6月開催）において、中期経営計画（3ヶ年計画）の説明を行い全社員に周知しました。
- b. 2021年度経営計画説明会（2021年6月開催）において、当社のミッション・ビジョン・バリューを新しく発表し、「第二の創業」として想いをひとつにスタートしました。
 ※「ミッション・ビジョン・バリュー」は、本資料の「冒頭」に掲載
- c. 2021年7月の10周年を機に「クレド（志）」を刷新し、全社員へ更なる浸透を図っています。
- d. 全社ミーティングやブロック長会議、支店長・支社長会議では、必ず「経営理念」「行動指針・LM8」を唱和しています。

〈原則2(注)、原則7、原則7(注)〉

《原則補足》

当社は保険乗合代理店であることから、当社が取り扱う商品は、各生命保険会社、各損害保険会社及び各少額短期保険会社から販売されている商品のみとなります。
 お客様のご意向に合わせた商品を当社取扱商品の中からご提案させて頂くため、複数の金融商品・サービスについて当社が独自にパッケージとして販売・推奨を行うことはありません。
 また、当社は保険乗合代理店であることから、保険商品及び金融商品の組成には携わっておりません。

<取り組み状況 (P) >

a. 当社では多数の保険会社の商品を取り扱っており、あらゆる保険商品に精通した職人（=マイスター）がお客様のご意向に沿った最適なプランをご提案しています。

	生命保険会社	損害保険会社	少額短期保険会社
乗合保険会社数	26社	12社	2社

※2021年度末現在

〈原則5(注2)、原則6(注2)、原則6(注3)〉

※金融庁の定める各原則の内容につきましては、以下のURLからご確認頂けます。
<https://www.fsa.go.jp/news/r2/singi/20210115-1/02.pdf>

ライフマイスター（職人）はこだわりを持って、「お客様本位の徹底」に取り組んでいます。

実施・不実施		取組方針	具体的な取組状況
【顧客の最善の利益の追求】			
原則 2	実施	[1]お客様本位の職人宣言①②	取組み状況 (A) (B)
(注)	実施	[1]お客様本位の職人宣言② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①②③ [4]ライフマイスター (職人) であるという高い意識	取組み状況 (B) (I) (J) (K) (O)
【利益相反の適切な管理】			
原則 3	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ①	取組み状況 (E)
(注)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ②	取組み状況 (F)
【手数料等の明確化】			
原則 4	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ④	取組み状況 (H)
【重要な情報の分かりやすい提供】			
原則 5	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ①② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ②③ [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ②	取組み状況 (C) (D) (F) (G) (J)
(注 1)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (G)
(注 2)	一部実施／不実施	原則補足	原則補足
(注 3)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (C) (G)
(注 4)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (C) (G)
(注 5)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ② [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③	取組み状況 (D) (G)
【顧客にふさわしいサービスの提供】			
原則 6	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ③ [3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取組み状況 (G) (N)
(注 1)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (1) ① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (2) ①③ [3]お客様に寄り添うサービスの提供①②	取組み状況 (C) (E) (G) (L) (M)
(注 2)	一部実施／不実施	原則補足	原則補足
(注 3)	—	原則補足	原則補足
(注 4)	実施	[3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取組み状況 (N)
(注 5)	実施	[2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①③ [3]お客様に寄り添うサービスの提供③	取組み状況 (I) (K) (N)
【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】			
原則 7	実施	[1]お客様本位の職人宣言→① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①②③ [4]ライフマイスター (職人) であるという高い意識	取組み状況 (A) (I) (J) (K) (O)
(注)	実施	[1]お客様本位の職人宣言→① [2]お客様に対する職人のこだわり→こだわり (3) ①②③ [4]ライフマイスター (職人) であるという高い意識	取組み状況 (A) (I) (J) (K) (O)