



SOMPOひまわり生命

あなたらしい健康が、咲き誇る。

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく 2023年度の実績状況

2024年7月

SOMPOひまわり生命保険株式会社

【前文】

SOMPOひまわり生命保険株式会社（以下、「当社」）は、「お客さまの視点ですべての価値判断を行い、保険を基盤としてさらに幅広い事業活動を通じ、お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービスをご提供し、社会に貢献します。」という経営理念を掲げています。

当社はこの実現に向け、「お客さま本位の業務運営方針」（以下、「本方針」）を定め、生命保険を基盤にお客さまが健康になることを応援する「健康応援企業」としての存在意義を確立してまいります。

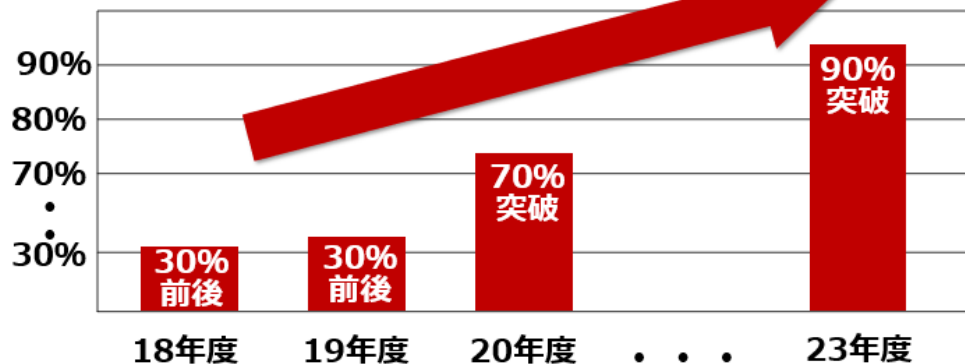
なお、本方針に基づく取組状況は定期的に確認し、業務の見直しを行うとともに、その結果を公表します。

また、本方針はお客さまの視点で定期的に見直しを行います。

- 生命保険は従来、社会保障制度の補完的役割として経済的支援の機能を中心に担ってきましたが、当社は、お客さまを取り巻く環境の変化に対応するべく、万が一の際の保障だけでなく、健康増進（健康に対する意識向上）や健康寿命の延伸をサポートし、ウェルネスマネジメントも含めた今までにない新たな価値「Insurhealth®（インシュアヘルス）」を提供しています。当社は、「Insurhealth®」を原動力として、お客さまの最善の利益を追求するとともに、新たなお客さまを創造することで成長を確かなものにしていきます。
- 「Insurhealth®」のコンセプトや商品ラインアップは、当社公式ウェブサイトをご覧ください。



新契約件数のInsurhealth®占有率



【Insurhealth®】

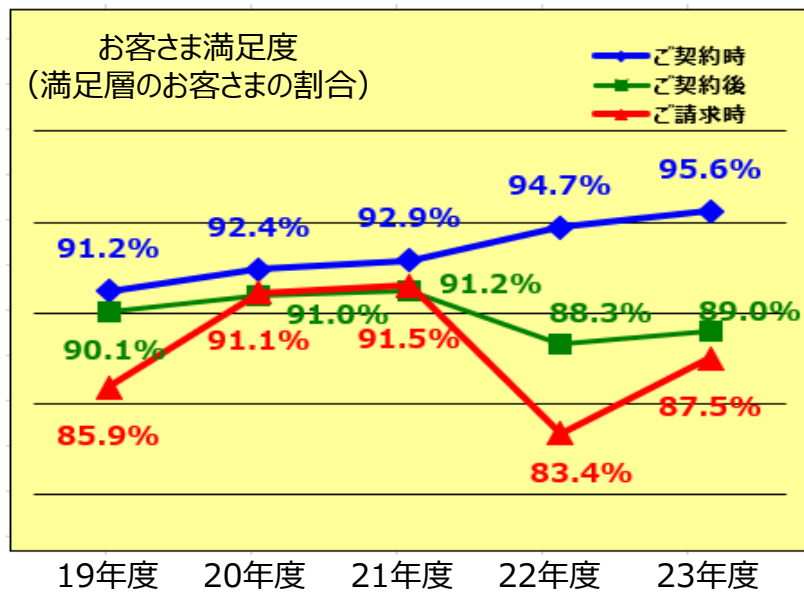
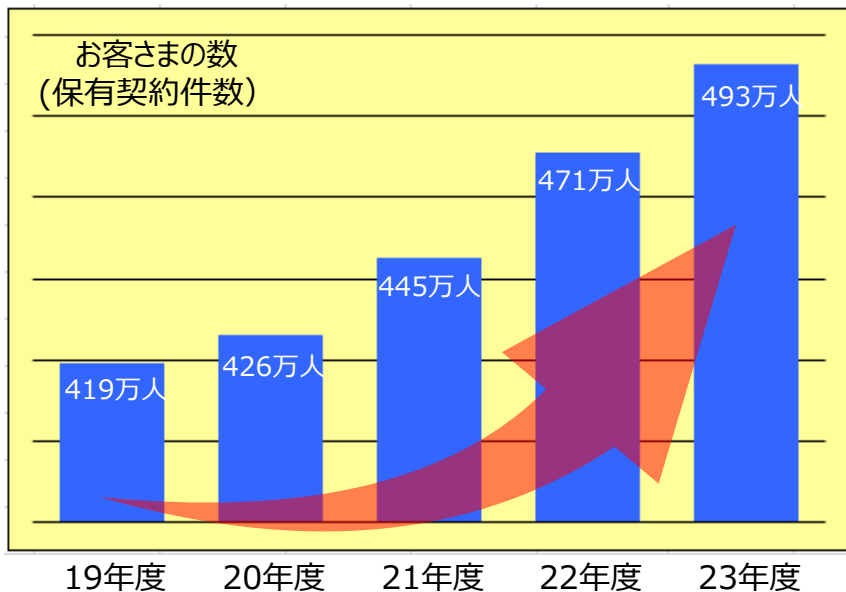
https://www.himawari-life.co.jp/brand_insurhealth/

【成果指標】

「お客様の数」とお客様アンケートに基づく「お客様満足度」を本方針の成果指標（KPI）とし、この成果指標（KPI）は本方針に基づく取組結果と併せて公表します。

- 当社は、「お客様の数（保有契約件数）」とお客様アンケートに基づく「お客様満足度」を成果指標として設定し、本方針に基づく当社の取組状況に対するお客様の評価を確認しています。
- お客様アンケートは、「ご契約時」、「ご契約後の保全手続き時」および「保険金・給付金のご請求時」における当社に対する満足度について10点を最高点とし、0～10点までの11段階でお客様にご回答いただいています。10点・9点を「満足」、8点・7点を「やや満足」、6点～4点を「普通」、3点・2点を「やや不満」、1点・0点を「不満」と定義したうえで、満足層のお客様（「満足」+「やや満足」）の割合を「お客様満足度」としています。
- Insurhealth®商品の推進が順調に推移していることから、保有契約件数は毎年順調に増加しています。
- お客様アンケートに基づく「お客様満足度」は、「ご契約時」は95.6%と非常に高い水準となっています。「ご契約後の保全手続き時」は89.0%、「保険金・給付金のご請求時」は87.5%と、年間を通して安定して推移しているものの、コロナ禍前の水準にはまだ戻っていない状況となっています。

取組状況



【方針 1 / 本文】お客さまの最善の利益の追求

- 当社は、コンプライアンス（法令等遵守）を事業の大前提としたうえで、お客さまの視点ですべての価値判断を行い、最高品質の安心とサービスを提供することによって、お客さまの最善の利益を追求します。
- 当社は、お客さまからのご意見・ご要望等の「お客さまの声」を真摯に受け止め、事業活動の品質向上に活かしてまいります。

【方針 1 / 取組概要①】企業文化の醸成

- 経営層自らが社員に対して、本方針とその実践に関するメッセージを継続的に発信し、本方針に基づくより良い取組みを社員間で認め合い、褒め合うことで、日常業務の中にお客さま本位を定着させ、お客さま本位の行動を育む企業文化を醸成しています。また、この企業文化を当社ブランドの一つとして確立していきます。

- 当社は、日常業務の中にお客さま本位を定着させ、お客さま本位の行動を育む企業文化の醸成に向けて、2023年度は「コエ活」（後記【[方針 1 / 取組概要③](#)】）の取組状況（P5）をご参照）のほか、次のような取組みを行いました。

① 本方針とその実践に関するメッセージの発信

全役職員が出席または動画視聴する戦略会議（春と秋の2回開催）やFD※推進統括責任者（FD推進部担当役員）を通じて、本方針とその実践に関するメッセージを全社員向けに発信しました。

※FD（Fiduciary duty：フィデューシャリー・デューティー）：顧客本位の業務運営

② 職場目標の設定と実践

各職場で、お客さま本位の業務運営に関する勉強会を開催し、これまでの振り返りと当年度の目標を設定しました。さらにこれを実践することで、より良い取組みを社員間で認め合い、褒め合う風土を構築しました。

また、お客さまの声について、ケーススタディを通して原因・対策を考える研修を、2023年度は3回実施しました（8月、10月、2024年2月）。

③ お客さまの声の収集活動（うち、Insurhealth®への感動・感謝の声）

日常業務にお客さま本位を定着させ、これを実践する組織文化の醸成を目指し、引き続きお客さまの声の積極的な収集に取り組みました。

特にInsurhealth®に関するお客さまの声の収集を強化した結果、営業店で収集したお客さまの声（感動・感謝）のうち、Insurhealth®に関する声が約50%となりました。いただいたお客さまの声は、今後の商品開発やサービス推進に活用します。

- 当社は、事業の大前提である「コンプライアンス」を単なる法令等遵守だけでなく、お客さまや社会を含む様々なステークホルダーの信頼や期待に応えるというレベルでとらえています。社員一人ひとりが、コンプライアンスを「ひまわり生命の社員としてお客さまに期待されることを自ら考え、行動に移すことで価値を提供する」という前向きなものにとらえ、「幅広」なコンプライアンスの更なる理解と実践を目指すとともに、お客さまに対する誠実・公正な業務遂行を確保するため、各部門の長によるコンプライアンス宣言の表明や、職場単位の課題に基づく取組計画の策定・対策の実行等を通じて、コンプライアンス推進に取り組みました。
- また、職場単位でコンプライアンス・ミーティングを毎月実施し、社員の理解を深めるとともに、オープンに話し合える職場風土の醸成に取り組みました。

【方針 1 / 取組概要②】お客さま本位の業務運営の推進体制

- 取締役の中から「F D ※推進統括責任者」を選任するとともに、本方針の推進責任を担う部門として F D 推進部を設置し、本方針の推進、定着、進化に向けて取り組んでいます。 ※ F D (Fiduciary duty : フィデューシャリー・デューティー) : 顧客本位の業務運営
- 消費生活相談員や消費生活アドバイザー等の社外有識者からご意見等をいただく場として F D 社外モニター会議を設置し、同会議を毎月 1 回開催しています。

- 当社では、F D 推進統括責任者のもと、F D 推進部は本方針の推進責任、営業部門は代理店・募集人に対する本方針の推進、本社部門は本方針に基づく制度・事務等の設計・運営を担っており、2023年度は引き続き「すべての役職員がすべての業務においてお客さま本位で行動すること (F D の実践) により、お客さまの支持と評価を獲得している状態」を目標に推進を強化しました。
- 当社は、苦情やご意見・ご要望など様々なお客さまの声を基点とした業務改善を推進するため、全社員が提案可能な「 F D 提案制度」を整備するほか、社外有識者に、当社の F D 取組みを評価いただくため「 F D 社外モニター会議」を設置するなど、制度や会議体といった側面においても本方針の推進体制の強化に取り組んでいます。
- 2023年度の F D 社外モニター会議では、7議案について消費生活相談員等の社外有識者から、当社の制度・事務等に対してご意見をいただき、お客さま視点による当社の業務改善に取り組みました。主な議案は次のとおりです。

「健康☆チャレンジ！制度 (変額保険) ※1」のお客さまご案内はがき

モニターからの意見	修正内容
具体的に何をしたら積立金がアップになるのか	成功の条件の表をわかりやすいものに変更
健康☆チャレンジ！制度と健康ステージの関係がわかりづらい	健康☆チャレンジ！制度と健康ステージの関係をイメージ画像に追加し視覚的にも分かり易くしました

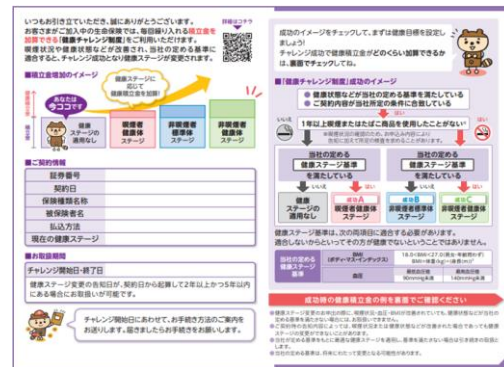
「リンククロス ライフイズ※2」のサービス内容・登録手続きに対する評価

モニターからの意見	修正内容	成果
マニュアルやメールの指示にしたがってやってみたが、どのメールアドレスを使えばいいのかかわからず、登録作業が最後までできなかった (社外モニター3名中登録できたのは1名だった)	登録にはマイリンククロスに登録済みのアドレスが必要となることについて、マニュアルの改定およびユーザー向け登録案内メールの改修を実施しました	利用コード登録画面でメールアドレスにエラーが発生する、どのメールアドレスを入力すればよいかわからないといった問い合わせが減少

※1 ご契約後の所定の期間内に喫煙状況または健康状態などが改善され、当社の定める基準に適合した場合、健康ステージを変更することができます。

※2 女性のからだ・健康の悩みをテクノロジーで解決する“Femtec (フェムテック)”に着目し、働く女性のライフデザインの支援を目的とした有償ヘルスケアサービス。

＜お客さまご案内はがき＞



【方針 1 / 取組概要③】お客さまの声を経営に活かす取組み

- カスタマーセンター、ご相談窓口、アンケート、営業店、代理店など様々な経路を通じて、お客さまからの直接的な感謝、苦情、ご意見・ご要望等に加え、お客さま視点による社員からの提案など、お客さまの声を幅広く収集することに積極的に取り組んでいます。
- 収集したお客さまの声は一元的に管理し、商品・サービスの開発、業務改善・品質向上やお客さまの利便性向上につなげ、お客さまの声を活かした改善に継続的に取り組んでいます。また、その改善事例を定期的に当社ホームページ等で公表しています。

- 当社は、「お客さまの声を経営に徹底活用すること」を「コエ活」と称し、お客さまの声の収集と活用に全社をあげて取り組んでいます。当社は、「コエ活」を本方針の定着に向けた推進エンジンと位置づけており、「コエ活」を開始した2019年度以降、お客さまの声を積極的に収集した結果、2023年度は35,610件（感動・感謝18,377件、苦情9,666件、ご意見・ご要望7,567件）のお客さまの声を収集しました。また、お客さま視点による社員からの提案（F D提案制度）も2023年度は1,255件となりました。

お客さまの声、お客さま視点にて社員からの提案を集める仕組みは定着しつつあるため、今後は件数だけではなく内容を重視し、よりお客さまの声を経営に活用する取組みを推進します。

新型コロナウイルス感染症5類移行にともない、2023年度のお客さまの声の件数は大きく減少しました。

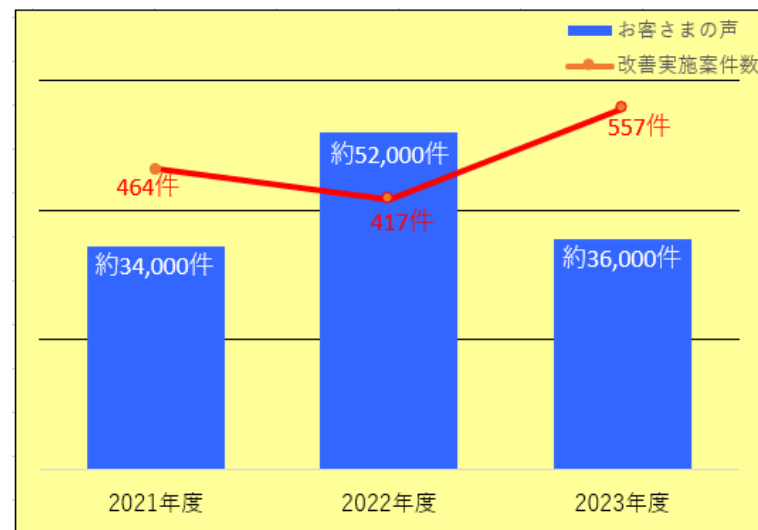
- 当社は、お客さまの声アプリ（社内データベース）を整備し、収集したお客さまの声は同アプリで一元的に管理しています。お客さまの声を当社業務における課題の発見に活用し、対策の検討・実行、結果の検証というサイクルを繰り返すことで、お客さま満足度の向上を目指しています。
- 2023年度は、「LINEによるチャット対応業務の拡大」、「デジタル請求※による診断書請求の取扱い開始」や「AI自動音声応答サービスによる給付金請求受付の範囲拡大」など、合計557件の改善取組みを行いました。 ※インターネット請求およびLINEでの請求改善取組みの事例は当社公式ウェブサイトで公表し、定期的に更新しています。

【お客さまの声から実現しました】https://www.himawari-life.co.jp/customer_voice/voice_hl/

- 収集したお客さまの声は、当社の制度・事務等の改善取組みに活用するだけでなく、お客さまの声の状況や募集人の好取組事例等を毎月社内でも共有しています。また、上記の改善取組みの事例のほか、お客さまの声（感動・感謝、苦情）の状況等も当社公式ウェブサイトで公表しています。

【「ありがとう」の声】https://www.himawari-life.co.jp/customer_voice/arigatou/

【苦情件数】https://www.himawari-life.co.jp/customer_voice/analysis/



【方針 2 / 本文】お客さまへの分かりやすい情報提供

- 当社は、お客さまにとって重要な情報を十分にご理解いただけるよう、提供する商品、サービスの特性に応じ、重要な情報をお客さまに適した方法で分かりやすく提供します。

【方針 2 / 取組概要①】商品・サービスに関する分かりやすい情報提供

- お客さまに分かりやすい情報提供を行うため、パンフレット、契約概要、注意喚起情報や手続書類の作成にあたっては、消費者モニター等外部の意見やユニバーサルデザインの観点を取り入れる等、お客さま視点に基づく分かりやすさを追求する取組みを行っています。

- 当社は、ご契約に際して、お客さまが商品の内容を理解するために必要な情報（商品の仕組み、保障の内容、付加できる主な特約とその概要など）と、お客さまに対して注意喚起すべき情報（クーリング・オフ、告知義務等の内容、責任開始期など）を、それぞれ「契約概要」と「注意喚起情報」として、「ご契約に際しての重要事項」（冊子）を用いてお客さまへ情報提供しています。
- 当社は、お客さまへの適切な情報提供を徹底するため、2社以上の所属保険会社等を有する乗合代理店に対しては、お客さまへ選定した商品の概要を偏りなく説明を行い、商品を選別・推奨する場合にはその理由を適切に説明するなど、適切な保険募集プロセスに関する教育を実施しています。
- 当社は、「お客さまの保護を目的とする諸法令等を遵守すること」、「保険の内容を正しく伝え、よりやさしく、かつ見やすいものであること」などの基本原則のもと、「募集資料作成基準」と「募集資料表示基準」を策定しています。当社の募集用の資料等はこれらの基準にしたがって作成し、明確平易であって、誤解を招くことのない表現となるよう努めています。
- 当社の募集用の資料等は、ユニバーサルデザインフォントの採用や、より重要な情報は赤字、下線、「！」マークのアイコンで強調するなど、より適切にお客さまへ情報を伝えられるよう工夫しています。
- 特に「告知制度」については、ご加入時に正しく告知いただけなかった場合に、お客さまに不利益が生じることがあるため、お客さまがありのままを正確にもれなく告知いただけるよう、当社は次のような取組みを行っています。
 - ①告知にあたってのポイントを具体的に説明した「告知サポート資料」の提供
 - ②告知に関するご不明点をお客さまが直接ご照会いただける専用フリーダイヤルの設置
 - ③お申込後も告知内容をご確認いただけるよう「（告知内容の）お客さま控」の交付
- 当社は、お客さま向けの各種書類やサービス等については、お客さまの声や F D 社外モニター会議※のご意見等をふまえ、お客さま視点に基づく分かりやすい書類づくりやご案内に取り組んでいます。
※「F D 社外モニター会議」に関する取組状況は、前記【方針 1 / 取組概要②】（P4）の取組状況をご参照。

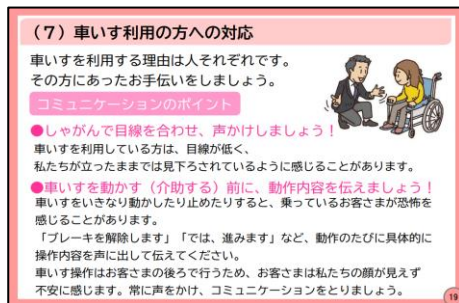
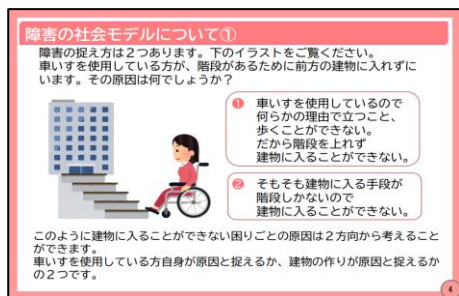
【方針 2 / 取組概要②】ご高齢、障がいをお持ちのお客さまへの配慮

- ご高齢のお客さまとのご契約に際しては、ご家族の同席、複数回の面談や複数の募集人による確認等、お客さまに適切かつ十分なご説明を行うための態勢を整備しています。
- お客さまの特性に応じた見やすさ・分かりやすさを考慮した各種お知らせの送付や、診断書の取付代行など給付金等請求手続きの支援サービスを実施しています。
- お客さまの状況に応じて、ビデオ通話を利用した手話・筆談によるご案内や点字翻訳によるご契約内容のお知らせなどをご用意しています。

- 当社は、申込日におけるご年齢が70歳以上のお客さまへの保険募集に際しては、次の①～③のいずれかの方法で保険募集を行い、お客さまに申込内容をご理解いただいたうえで申込みいただいています。
 - ①親族の同席を伴った保険募集（当社推奨）
 - ②複数回の面談による保険募集
 - ③複数の募集人による保険募集
- 当社は、お客さまへご契約内容や各種お手続きを案内する「ご契約内容のお知らせ」では、70歳以上のお客さまに対して、ご高齢のお客さま向けの各種サービスをご案内するとともに、見やすさとわかりやすさに配慮したサイズ・デザインとしています。
- 当社は、お客さまの特性に応じて、お客さまがご負担なくお手続きを行えるよう、次のような各種サービスをご用意しています。
 - ①診断書取付支援サービス
保険金・給付金のご請求に際して、診断書の取付けが困難な場合に、当社がお客さまに代わって、医療機関に対し文書で診断書発行を依頼します（2023年度のご利用実績：30件）。
 - ②訪問による請求手続き支援サービス
保険金・給付金のご請求に際して、請求書類の作成が困難な場合に、当社の業務委託先の担当がお客さまのご自宅等を訪問し、請求書類の作成の支援や、診断書の取付けを行います（2023年度のご利用実績：54件）。
- 当社は、女性特有の疾病に関する給付金請求など、男性オペレーターへ伝えづらい場合などに配慮し、女性のお客さま専用ダイヤルをご用意し、女性オペレーターによる対応をしています（2023年度のご利用実績：17,088件）。
- 当社は、耳や言葉の不自由なお客さまへは「手話・筆談・チャットサービス」をご用意し、ビデオ通話を利用した手話・筆談、文字チャットによる保険加入のご相談や、既契約に関する各種お手続き・お問い合わせを承っています（2023年度のご利用実績：26件）。

- 当社営業店では、スロープの設置や位置変更などを順次進めるとともに、ルーペ、筆談ボードや耳マークを設置するなど、お客さまの特性や状況に配慮した態勢の整備に努めています。また「障害者差別解消法」の法改正施行に伴う対応として、社内アンケートの実施、新たに社内向け研修資料や代理店向け案内チラシを作成しました。
- また、マネジメントリーダー全員が「ユニバーサルマナー検定 3 級」を受講し、各職場にて勉強会を開催することで理解を深めました。

<社員・代理店向け障害者差別解消法 対応ハンドブック>



<代理店向け案内チラシ>

障がいをお持ちのお客さまへの基本姿勢
—「改正障害者差別解消法」の施行と当社の取り組み—

令和6年4月1日の改正障害者差別解消法施行に伴い、**全ての民間事業者で合理的配慮の提供が【努力義務】から【法的義務】になります。**当社では、従来よりお客さま対応規程において障がいをお持ちのお客さまへの基本姿勢を示していましたが、これを発展・充実させ対応していきます。
※法律（および規程）は「障害」、それ以外は「障がい」と記載します。

「障害者差別解消法」で定められていること
◆不当な差別的取扱いの禁止…障がいを理由として正当な理由なく、サービスの提供を拒否したり、制限したり、条件をつけたりしてはいけません。
◆合理的配慮の提供…障がいのある方から何らかの配慮を求められた際（意思表明）に、負担になり過ぎない範囲で、社会的障壁を取り除くために必要で合理的な配慮を行います。

引受	障がいがあるという事実のみで判断するのではなく、傷病原因と具体的症状の状態によって、障害者と同じ基準で危険選択を行っています（障がいの程度、内容により条件を付して引き受けます）。	個別事情に応じて、ご家族による代筆や代理請求が可能です。
保全	事情に応じて個別対応を行っています。 ※個別対応時の判断要素 ①本人の意思確認方法（書面や社員面談） ②手続きの種類 ③障がいの程度 ④代理人の続柄	
請求	「訪問による請求手続きサービス」、[診断書取付支援サービス]を実施しています。	

◆営業店における対応

ファミリィ	・当社専用案内に設置している応接室等には段差はありません。 ・ビルへの入口等に段差がある場合、スロープの設置および位置変更を行っています（一部営業店）。	
対応キット	・障がい者対応キット（※）を配備しています。 （※）ルーペ、筆談ボード、耳マーク等	

詳細は、個別事情を確認のうえ、担当営業店までご相談ください。
障がいをお持ちのお客さまにも当社サービスをご提供できるよう、積極的にご案内ください。

SOMPOひまわり生命保険株式会社
〒163-8624 東京都豊島区西池袋3-1-1 豊島センタービル14階（〒163-8624）
©2024 SOMPO生命保険株式会社（SOMPO生命保険株式会社）
SOMPOグループの一企業です。

<お客さま向けご案内チラシ>

コールセンター「手話・筆談・チャットサービス」のご案内

「手話・筆談・チャットサービス」とは、耳や言葉の自由なお客さま専用の電話受けサービスです。ビデオ通話を利用した手話・筆談や文字チャットにて各種お手続き・お問い合わせを承ります。オフィシャルホームページや対面対応とあわせてご利用ください。

1. 手話・筆談・チャットサービスの概要

手話通訳コールセンターを運営している株式会社プラスウォイス（以下、「プラスウォイス社」）と提携し、ビデオ通話や文字チャットを通じて各種お手続き・お問い合わせを受け付けることができます。

お客さまのお申し出内容をプラスウォイス社のオペレーターが当社のコールセンターへ音声通話によりリアルタイムに連携し、耳や言葉の自由なお客さまも、保険加入のご相談から契約後のアフターフォローまで、安心してご利用いただけるサービスです。

2. ご利用方法

本サービスをご利用いただく前に、「4. ご注意事項」をお読みください。以下の手順に従い、サービスをご利用ください。

STEP1 QRコードから当社公式ホームページへアクセス

STEP2 お問い合わせ内容ごとにアイコンをクリック

STEP3 「手話・筆談」または「文字チャット」を選択して通話

※本サービスは、耳や言葉の自由なお客さまへのサービスです。それ以外の方のご利用はご遠慮ください。

【方針 2 / 取組概要③】投資性商品にかかる情報提供

- 投資性商品である変額保険については、市場リスクやお客さまにご負担いただく費用等に関する情報をお客さまへ提供します。また、ご加入いただいた後は、定期的な運用実績等に関する情報を提供します。
- 銀行等金融機関を通じて投資性商品である変額保険を取り扱う場合は、上記の情報に加えて、お客さまに市場リスクをご負担いただく投資信託等と同様に、当社が金融機関に支払う販売手数料に関する情報をお客さまへ提供します。

- 2023年5月に『健康をサポートする変額保険 将来のお守り』を発売しました。投資性商品（特定保険契約）である変額保険の発売にともない、上記**【方針 2 / 取組概要③】投資性商品にかかる情報提供**について所要の改定（2023年4月1日付）を行い、お客さまへ新たに以下の情報提供を実施しています。
 - ✓ 投資リスク（市場リスク等）やお客さまにご負担いただく費用等に関する情報
 - ✓ ご加入いただいた後の定期的な運用実績等に関する情報
 - ✓ 銀行等金融機関を通じて投資性商品である変額保険を取り扱う場合の、当社が金融機関に支払う販売手数料に関する情報
 - ✓ 当社独自の確認コール実施による丁寧な対応
 - 申込手続き時に『健康をサポートする変額保険 将来のお守り』確認コール※を行い、
 - ①適正な意向把握・適合性確認
 - ②お客さまの重要事項の理解度確認
 - ③お客さま保護の観点から、不適切な募集の発見やモニタリング結果を活用した募集人指導により、募集品質の向上を図っています。
- 電話回線混雑時やオペレーター受付時間外にも確認コールが実施できるよう、利便性およびお客さまの満足度の向上のため、2023年9月1日より、自動音声応答機能を導入しました。
- ※変額保険固有のリスク、内容等について、募集人以外の第三者（確認コールセンター職員）による、複数の質問を行い、投資性商品における重要事項についてご理解をいただいているか確認をさせていただいています。

【方針 3 / 本文】お客さまにふさわしい商品、サービスの提供

- 当社は、お客さまの状況、知識や経験、加入目的および加入内容等を勘案し、お客さまのご意向に沿った適切な商品・サービスを提供します。
- 当社は、お客さまに万が一の際の保障に加え、健康の維持、増進という価値を提供します。契約前後においてもお客さまと「健康」を軸につながり続けることによって、お客さま一人ひとりに最適な商品・サービスを最適なタイミングで提供します。

【方針 3 / 取組概要①】お客さまのご意向の適切な把握・確認

- お客さまのご意向の把握、お客さまのご意向と提案内容の関係性の説明、ご契約内容がお客さまのご意向に合致していることの確認など、お客さまのご意向に沿った適切な商品・サービスを提供するための態勢を整備しています。

- 当社は、勧誘方針の一つとして、「お客さまの保険商品に関する知識・経験、購入目的、資力状況等を総合的に勘案し、お客さまの意向と実情に応じた適切な勧誘に努めます」を掲げており、この勧誘方針※にしたがって適正な勧誘・募集活動を行うよう代理店・募集人教育を実施しています。
※当社の勧誘方針は、当社公式ウェブサイトで公表しています。

【勧誘方針】<https://www.himawari-life.co.jp/company/introduction/governance/course/>

- 当社は、お客さまのご意向※の把握、お客さまのご意向と提案内容の関係性の説明、ご契約内容がお客さまのご意向と合致していることの確認など、お客さまのご意向の把握・確認をはじめとする適切な保険募集プロセスに関する代理店・募集人教育を実施しています。
また、代理店におけるお客さまのご意向の把握・確認に関する態勢は、代理店点検等を通じて検証し、その態勢の強化を図っています。
※保障の分野、貯蓄部分の必要性、保険期間・保険料・保険金額等の範囲、その他優先する事項など。
- 当社が想定するお客さまのご意向（保障の分野）を商品ごとに特定し、当社公式ウェブサイトで公表しています。また、代理店が当社商品を販売する際には、当社が想定するお客さまのご意向（保障の分野）を含む商品内容に関する研修等を実施しています。

【公式ウェブサイト】<https://www.himawari-life.co.jp/>

- 当社は、ご契約に際して、お客さまのご意向に関する情報や、ご契約内容とお客さまのご意向の対応関係などを記載した「意向確認書」を用いて、ご契約内容がお客さまのご意向と合致していることをお客さまにご確認いただいています。
また、ご契約後も「保険証券」とともに「ご契約内容確認のお願い」を同封し、保険証券に記載された内容に誤りがないか、ご意向に沿ったご契約内容となっているかなどをお客さまにご確認いただいています。
- なお、2023年5月に『健康をサポートする変額保険 将来のお守り』を発売しました。投資性商品（特定保険契約）である変額保険の発売にともない、上記**【方針 3 / 取組概要①】お客さまのご意向の適切な把握・確認**について所要の改定・追記（2023年4月1日付）を行い、「意向確認書」によるお客さまのご意向確認に加えて、お客さまの知識、投資経験、財産の状況、契約締結の目的等を、「適合性確認シート」を用いて確認しています。

【方針 3 / 本文】お客さまにふさわしい商品、サービスの提供

- 当社は、お客さまの状況、知識や経験、加入目的および加入内容等を勘案し、お客さまのご意向に沿った適切な商品・サービスを提供します。
- 当社は、お客さまに万が一の際の保障に加え、健康の維持、増進という価値を提供します。契約前後においてもお客さまと「健康」を軸につながり続けることによって、お客さま一人ひとりに最適な商品・サービスを最適なタイミングで提供します。

【方針 3 / 取組概要①】お客さまのご意向の適切な把握・確認

- お客さまのご意向の把握、お客さまのご意向と提案内容の関係性の説明、ご契約内容がお客さまのご意向に合致していることの確認など、お客さまのご意向に沿った適切な商品・サービスを提供するための態勢を整備しています。

- 保険本来の趣旨を逸脱した募集および社内資料の根絶に向けて、以下の継続的な取組みを実施しています。
 - ✓ 明確化したチェックポイントなどに沿った実効的な毎月点検の実施
 - ✓ 本社主管部門による営業店研修用資料作成ガイドライン遵守状況のモニタリングと営業店研修用資料作成ガイドラインの改定
 - ✓ 営業店研修用資料の作成や保管に不備があった場合、不備根絶に向けた改善指導を実施
- 『健康をサポートする変額保険 将来のお守り』取扱開始により、変額保険の研修資料については、従来商品に対する作成上の注意点に加え、「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」などを遵守する必要があり、それに伴いガイドラインを改定しました。

【方針 3 / 取組概要②】「保険」と「健康」を統合した新たな価値（Insurhealth®:インシュアヘルス）の提供

- 当社は、保険本来の機能（Insurance）と健康を応援する機能（Healthcare）を統合した従来にない新たな価値（Insurhealth®）のお客さまへの提供を通じて、お客さまの万が一に備えるだけでなく、予測・予防・寄添いによりお客さまの健康の維持・増進のお手伝いをしています。
- デジタル技術等も積極的に活用し、今後も新たな価値（Insurhealth®）を継続して提供していきます。

- 2023年5月に『健康をサポートする変額保険 将来のお守り』を発売し、2024年3月時点での累計販売件数は3万件を突破しました。

この商品は、人生100年時代における理想のライフプラン実現に向けて、死亡・所定の高度障害・所定の就労不能状態・所定の要介護状態の保障を確保し、安心して資産形成を行うことができます。

健康状態・喫煙状況などにより、「健康ステージを適用する場合の特則」を付加することができます。特則を付加した場合、適用される各健康ステージに応じて、当社が定める金額（健康積立金）を積立金に毎月加算します。

また、喫煙状況または健康状態などが改善した場合、健康ステージが変更となる「健康☆チャレンジ！制度」により、ご契約後もお客さまが健康であり続けることを応援します。

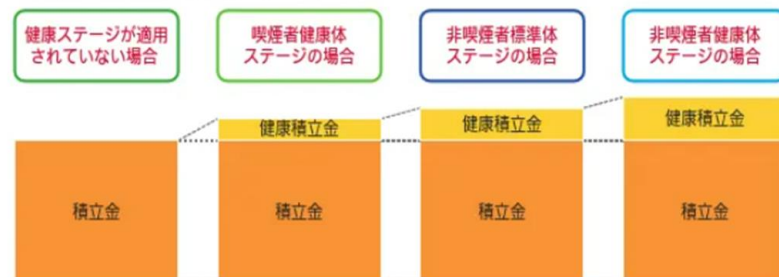
- 2018年4月から提供を開始したすべてのInsurhealth®商品の新契約年換算保険料の累計が1,000億円を突破しました。
また、Insurhealth®商品である『健康をサポートする医療保険 健康のお守り』（2020年6月発売）と『健康をサポートするがん保険 勇気のお守り』（2021年10月発売）の累計販売件数がそれぞれ50万件を突破しました。

- 「Insurhealth®」のコンセプトや商品ラインアップは、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

【Insurhealth®】

https://www.himawari-life.co.jp/brand_insurhealth/

【毎月の健康積立金の加算イメージ（月払の場合）】

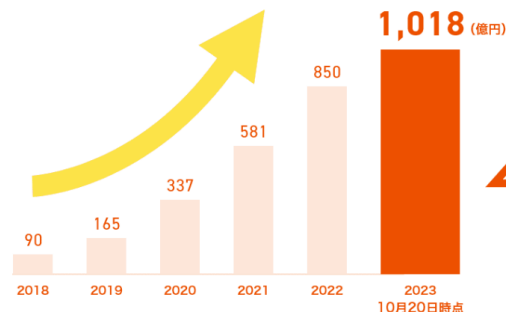


- 健康ステージにかかわらず、第1保険期間（保険料払込期間）のうち積立金額が基本保険金額を超えている期間は、健康積立金は発生しません。また、第1保険期間（保険料払込期間）のうち積立金額と基本保険金額の差が小さい期間においても、健康積立金は発生しない場合があります。
- 健康ステージが適用されていない場合は、健康積立金の加算はありません。
- 健康ステージにかかわらず、お払込みいただく保険料に変更はありません。



- 基本保険金額や第1保険期間（保険料払込期間）などのご契約内容によっては、健康積立金がかわずかな場合があります。年齢や性別によっては、まったくない場合もあります。
- 被保険者が女性かつ非喫煙者標準体ステージの場合、第1保険期間（保険料払込期間）のうち20歳～27歳の各年齢においては、健康積立金は発生しません。

インシュアヘルス商品の累計新契約年換算保険料の推移



年間保険料

1,000 億円

突破!!

【方針 3 / 取組概要③】アフターフォローの取組み

- Insurhealth®では、お客さまの毎日の健康に寄り添うことで、お客さま一人ひとりに最適な情報を最適なタイミングで提供しています。
- お客さまにご契約内容等を定期的にご確認いただくため、毎年、お客さまにご契約内容や各種お手続きを案内する「ご契約内容のお知らせ」をお送りしています。

【方針 3 / 取組概要④】健康サービスブランド「リンククロス」の提供

- 「リンククロス」は、お客さまと一生涯のつながりを持つことを目指し、お客さまに心地よく、楽しく、健康を維持していただくことをコンセプトとした健康サービスブランドです。
- 「リンククロス」は、ご契約者のみならず広く一般消費者の皆さまに、健康維持・増進に資する各種サービスを提供しています。

- 2021年より、Insurhealth®商品の加入者やヘルスケアサービス（以下「サービス」）の利用者を“ひまわりファン”と位置づけ、健康応援 C X（カスタマーエクスペリエンス）※により“ひまわりファン”の皆さまを健康にする取組みを行ってきました。

※ 保険機能とチャレンジ制度、サービスなどの健康応援機能の価値を、“ひまわりファン”に理解し享受いただくための一連の流れを指します。営業店と本社が一丸となり、“ひまわりファン”を健康にしていくコミュニケーション活動です。

< 1 > Insurhealth®商品・健康応援機能の拡充

『健康をサポートする変額保険 将来のお守り』のリリースにより、Insurhealth®商品のラインアップが充実し、多項目提案とお客さまフォローによってお客さまにInsurhealth®の真の価値を届けることが可能となりました。

< 2 > 有償サービスの推進強化

「リンククロス 血糖コーチング」や「リンククロス ライフイズ」などの有償サービスの推進を健康応援企業として積極的に取り組み、2023年度は多くの企業に採用いただきました。

< 3 > Insurhealth®の実績

Insurhealth®の代表である「健康☆チャレンジ！制度」の成功者数は1.3万人を突破し、多くの“ひまわりファン”に価値を実感いただいています。実績については、2024年1月にリニューアルした当社公式ウェブサイトで紹介しています。

【Insurhealth®】https://www.himawari-life.co.jp/brand_insurhealth/

【方針 3 / 取組概要③】アフターフォローの取組み

- Insurhealth®では、お客さまの毎日の健康に寄り添うことで、お客さま一人ひとりに最適な情報を最適なタイミングで提供しています。
- お客さまにご契約内容等を定期的にご確認いただくため、毎年、お客さまにご契約内容や各種お手続きを案内する「ご契約内容のお知らせ」をお送りしています。

【方針 3 / 取組概要④】健康サービスブランド「リンククロス」の提供

- 「リンククロス」は、お客さまと一生涯のつながりを持つことを目指し、お客さまに心地よく、楽しく、健康を維持していただくことをコンセプトとした健康サービスブランドです。
- 「リンククロス」は、ご契約者のみならず広く一般消費者の皆さまに、健康維持・増進に資する各種サービスを提供しています。

< 4 > Insurhealth®の効果

「健康☆チャレンジ！制度」成功者の入院率は、未成功者の入院率よりも約50%低くなっています※。

※入院率は「健康☆チャレンジ！制度」にチャレンジ可能、かつ調査期間開始時点で有効な2018年度～2019年度契約を対象として、調査期間中の支払実績に基づき算出。
%は未成功者入院率を100とした場合。

※「成功」および「未成功」の分類、および調査期間は以下のとおり。

- ・2018年度契約：2021年3月末の成功状況に基づき、2021年4月～2023年3月の支払実績を調査
- ・2019年度契約：2022年3月末の成功状況に基づき、2022年4月～2023年3月の支払実績を調査

※入院の支払実績は、対象契約の被保険者と同一の被保険者が加入している医療保険契約における、当社の定める七大生活習慣病に該当する傷病による支払いを集計。



- サービスラインアップは、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

【Insurhealth®】 https://www.himawari-life.co.jp/brand_insurhealth/

【方針 4 / 本文】利益相反取引の適切な管理

- 当社は、お客さまの利益を害する恐れのある取引を適切に把握する態勢を整備し、管理します。

【方針 4 / 取組概要】利益相反取引の管理

- お客さまの利益を不当に害することのないよう、SOMPOグループ利益相反取引管理基本方針※に基づき、当社グループ金融機関の取引等に起因する利益相反を適切に管理しています。

※<https://www.himawari-life.co.jp/company/introduction/governance/conflict/>

- 当社との取引関係が資産運用に係る銘柄選定に影響を及ぼすことのないよう、資産運用部門とその他の部門との情報遮断を徹底しています。

- 当社は、利益相反管理統括部署をコンプライアンス部と定め、SOMPOグループ利益相反取引管理基本方針に基づき、当社または当社グループ金融機関が行う利益相反のおそれのある取引について、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、法令等に従い適切に管理しています。
- 利益相反取引の管理対象や管理体制等は、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

【利益相反取引の管理】<https://www.himawari-life.co.jp/company/introduction/governance/conflict/>

【方針 5 / 本文】方針の定着に向けた取組み

- 当社は、社員に対し、本方針の定着に向けた動機づけの枠組みを構築し、健康経営、ダイバーシティ&インクルージョン推進、働き方改革に取り組めます。
- 当社は、商品・サービスの提供を委託する代理店、募集人に対し、本方針の定着に向けた指導、教育を行うとともに動機づけの枠組みを構築します。

【方針 5 / 取組概要①】徹底したお客さま視点を持った社員の育成

- 社員一人ひとりがお客さまにより近いところで自ら課題を設定し、知恵を出し合い、職場・会社全体のチームワークで改善・進化する力（現場力）を発揮して、お客さま視点で様々な業務に取り組んでいます。
- スキルだけでなく、真にお客さまの立場になって判断し、常にお客さまに寄り添える社員を育成するため、定期的にコンプライアンス、健康や医療等に関する研修を実施し、本方針の定着に向けた取組みを進めています。
- 営業社員の人財育成に特化したトレーニングセンター室を設置し、お客さまから評価いただける代理店・募集人を育成するために、営業社員の指導・トレーニングを継続的に行っています。

- 当社は、毎年本方針に関する取組内容について、通達を発信し、全社員に周知しています。
- 当社は、組織の壁をできるだけなくし、会社全体、お客さまと直接接点を持たない職場も含め、「すべての職場」が現場となることを目指しており、2023年度は次のような取組みを行いました。

①あしたのひまわり検討会

現場の声を各種施策等に反映させるだけでなく、参加者の成長を促し、自律型人財を増やすことを目的とした全社員が応募可能な検討会であり、2023年度は『『障害者差別解消法』の法改正施行に伴うひまわりファン拡大にむけた新たな取組み（成果物はP8をご参照）』『【公式サイト】インシュアヘルスページの改定（成果物は右図）』など、合計10テーマを検討しました（参加者78名）。

②あしたのひまわり座談会

経営ビジョンの社内浸透と、トップ層（社長）と社員のコミュニケーション機会の創出を目的とした全社員が参加可能な座談会であり、2023年度は合計8回開催しました。また、現場の声をより多く集め、会社全体で現場力を発揮することを目的として、テーマ座談会を開催しており、2023年度は商品やサービスの開発に関するアイデアなどについて意見交換しました。

- 当社は、真にお客さまの立場になって判断し、常にお客さまに寄り添える社員の育成や、社員のヘルスリテラシー向上のため、職場単位で「コンプライアンス・ミーティング」※と「健康応援ミーティング」を実施しています。
※当社のコンプライアンスに関する取組状況は、前記【方針 1 / 取組概要①】の取組状況（P 3）をご参照。
- 当社は、「Insurhealth®」の価値をより多くのお客さまへお届けできるよう、トレーニングセンター室を設置し、営業社員の代理店対応力や専門性の強化、マーケット開拓力などのスキル強化に取り組んでいます。

<当社公式サイト>



【方針 5 / 取組概要②】社員に対する適切な動機づけの枠組み

- お客さまに新たな価値を提供し、お客さまの健康を応援する企業となるため、健康経営を実践し、新たな業務オペレーションやワークスタイルの確立に向けた働き方改革に取り組んでいます。
- 社員の人事評価制度と営業店の組織表彰制度の評価項目として、本方針の実践に関する項目を設定し、本方針の実践を促す枠組みを構築しています。

- 当社は、社員一人ひとりが健康を実感し、お客さまの健康を応援する「健康応援企業」として健康経営を推進するとともに、社員一人ひとりの成長とスキルの発揮を支える基盤構築による生産性向上のために、働き方改革に取り組んでいます。
これらの取組みについては、当社公式ウェブサイトをご覧ください。
【健康経営】<https://www.himawari-life.co.jp/company/kenko/>
【働き方改革】<https://www.himawari-life.co.jp/company/diversity/>
- 当社は、経済産業省と日本健康会議が運営する「健康経営優良法人 大規模法人部門」に8年連続で認定されました。
また、健康経営優良法人のうち、上位500社のみが認定される「ホワイト500」にも認定されました（いずれも2024年3月認定）。
- 当社の人事評価制度は、「仕事」と「行動」の2軸で評価する制度設計としており、仕事評価では「お客さま本位の業務運営」に関する目標の達成状況を考慮するとともに、行動評価では着眼点の一つとして「お客さま視点」を設けるなど、社員による本方針の実践を促す枠組みとしています。
- 当社営業店の組織表彰制度は、Insurhealth®の推進状況、当社の最高品質の募集人の育成状況や、お客さまの声の収集状況などを評価項目に盛り込むことで、営業店による本方針の実践を促す枠組みとしています。

【方針 5 / 取組概要③】代理店、募集人の業務品質向上

- お客さまに適切に商品・サービスを提供する態勢を維持・強化するため、次の事項に重点を置いた各種研修・教育制度等を通じて、代理店と募集人の業務品質の向上を図っています。
 - ①意向把握、重要事項説明、告知の取扱いなど保険募集に関する事項
 - ②お客さまへの最適な保障・サービスの継続的な提供（アフターフォロー）に関する事項
 - ③代理店自身の業務改善サイクル（代理店の内部管理態勢）の整備・強化に関する事項
- 「高いコンサルティング提案力」、「健康応援の実現（Insurhealth®推進）」、「お客さま本位の業務運営」を兼ね備えた当社の最高品質の募集人を「H Lアドバイザー®」と定義し、お客さまに感動していただける募集人の育成を進めています。

【方針 5 / 取組概要④】代理店、募集人に対する適切な動機づけの枠組み

- 代理店手数料の評価項目として業務品質項目を設定し、お客さまの最善の利益を追求する代理店を評価する体系※とすることで、本方針の実践を促す枠組みを構築しています。
※手数料体系の詳細は当社公式ホームページ（<https://www.himawari-life.co.jp/company/fee/>）において公表しています。
- 代理店と募集人の表彰制度の評価項目として業務品質項目を設定しており、お客さま本位の業務運営を着実に実行し、お客さまの最善の利益を追求する代理店と募集人を模範として表彰することで、本方針の定着を図っています。

- 当社は、継続教育制度等を通じて、意向把握、重要事項説明、告知の取扱い、商品を選別・推奨する理由の適切な説明など保険募集に関する事項や、お客さまへのアフターフォローに関する事項などを教育することで、代理店、募集人の業務品質の向上を図っています。
- 当社は、「H Lアドバイザー®」の認定基準として、Insurhealth®商品の販売件数等の販売基準だけでなく、ペーパーレス申込手続き率やF P 資格保有状況等の品質基準も設定しており、2023年度（2024年3月末時点）は394名の募集人を「H Lアドバイザー®」として認定し、H Lアドバイザークリスタル（認定盾）と証券フォルダーを贈呈しました。
【「H Lアドバイザー®」のご紹介】<https://www.himawari-life.co.jp/hla/>
- 当社は、当社代理店が「当社とともにお客さま本位の業務運営を着実に実行し、お客さまの最善の利益を追求する」ことを理想としています。この理想とする代理店像を踏まえ、お客さまアンケート結果、アフターフォローの実施状況、「H Lアドバイザー®」の輩出状況などを評価項目として盛り込むことで、当社代理店による本方針の実践を促す枠組みとしています。2023年度は、新設代理店の業務習熟に有効な評価基準を追加するなど、評価項目の一部を見直しました。
- 当社の代理店手数料体系の考え方の詳細は、当社公式ウェブサイトをご覧ください。
【保険募集代理店に支払う手数料体系について】<https://www.himawari-life.co.jp/company/fee/>

【方針 5 / 取組概要⑤】本方針の実効性向上の取組み

- 本方針に基づく取組状況は分析のうえ、全取締役、監査役および執行役員が参加する経営会議でその十分性を確認・評価しています。また、同会議では、当社の取組状況、社会情勢や環境の変化、他金融事業者の取組事例、および社外有識者からの助言等を踏まえ、本方針の見直しの可否を協議しています。

- 2023年度は、半期ごと（10月と3月）に、本方針に基づく取組状況を経営会議において確認・評価しました。
- 2023年度末の経営会議では、本方針の定着に向けた推進エンジンである「コエ活」の活動実績等をふまえると、企業文化としてのF Dは浸透しつつあるが、本方針の定着に向けては、お客さま評価の獲得をさらに意識した改善取組みが必要と総括しました。
- 2024年度より新中期経営計画のスタートにあたり、経営方針の内容をふまえ、健康応援企業の確立に向け、コンプライアンス・F Dがすべての価値判断となることを明確にするために、「方針 1」を、2024年4月1日付で改定しています。

【改定内容】

改定前 当社は、コンプライアンス（法令等遵守）を事業の大前提としたうえで、お客さまの視点ですべての価値判断を行い、最高品質の安心とサービスを提供することによって、お客さまの最善の利益を追求します。

改定後 当社は、コンプライアンス（法令等遵守）およびF D※を事業の大前提としたうえで、お客さまの視点ですべての価値判断を行い、最高品質の安心とサービスを提供することによって、お客さまの最善の利益を追求します。

※ F D（Fiduciary duty：フィデューシャリー・デューティー）：顧客本位の業務運営

なお、「方針 1 および方針 5 の『取組概要』」についても軽微改定しています。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下「金融庁原則」といいます。）と、当社「お客さま本位の業務運営方針」（以下「当社方針」といいます。）との関係は、下表のとおりです。

金融庁原則（※）	当社方針
原則2. 顧客の最善の利益の追求 (注)	方針1. 本文・取組概要①～③、およびこれらの取組状況 前文、方針1. 本文・取組概要①～③、成果指標、およびこれらの取組状況
原則3. 利益相反の適切な管理 (注)	方針4. 本文・取組概要、およびこれらの取組状況 方針4. 本文・取組概要、方針5. 取組概要③・④、およびこれらの取組状況
原則4. 手数料等の明確化	方針2. 取組概要③、およびその取組状況、方針5. 取組概要④、およびその取組状況
原則5. 重要な情報の分かりやすい提供 (注1) (注2) (注3) (注4) (注5)	方針2. 本文・取組概要①～③、およびこれらの取組状況 方針2. 本文・取組概要①～③、方針5. 取組概要③、およびこれらの取組状況 当社において該当する商品・サービスの取扱いがないため、当社方針の対象としていません。 方針2. 本文・取組概要①～③、方針5. 取組概要③、およびこれらの取組状況 方針2. 本文・取組概要①・③、およびこれらの取組状況
原則6. 顧客にふさわしいサービスの提供 (注1) (注2) (注3) (注4) (注5)	方針3. 本文・取組概要①～④、およびこれらの取組状況 当社において該当する商品・サービスの取扱いがないため、当社方針の対象としていません。 方針3. 本文・取組概要①、方針5. 取組概要③、およびこれらの取組状況 方針3. 本文・取組概要①、方針2. 取組概要②・③、およびこれらの取組状況 方針3. 本文・取組概要①、方針5. 取組概要③、およびこれらの取組状況
原則7. 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等 (注)	方針5. 本文・取組概要①～⑤、およびこれらの取組状況

※金融庁原則は、金融庁ホームページ（<https://www.fsa.go.jp/>）でご確認ください。



SOMPOひまわり生命

あなたらしい健康が、咲き誇る。