



「お客さま本位の 業務運営」に係る 取組状況

2025年6月

- ・生命保険商品・各種サービス等はすべて概要を説明したものであり、生命保険商品ご加入のご検討や各種サービスのご利用等に当たっては、最新の情報を必ずご確認ください。
- ・本資料は2024年度(2024年7月～2025年6月)の取組みをまとめたものです。



エヌエヌ生命保険株式会社

お客様の“大切なもの”を共に守るために

私たちは、「中小企業の“大切なもの”を共に守ります」という使命のもと、お客様の最善の利益を追求するため、時代の変化やお客様のニーズに真摯に向き合いながら、「お客様本位の業務運営」にたゆまず取り組んでいます。

約40年、日本の中小企業と共に歩んできた私たちは、保険本来の趣旨である保障を確実にお届けするとともに、「法人保険の新しいスタンダード」を作る存在でありたいと考えています。

この想いのもと、2025年3月には、新たな保障の選択肢として変額保険(定期型)を発売いたしました。マーケットの変動によるインフレリスクに対応することで、経営者の皆さまの多様なニーズにお応えします。

エヌエヌ生命はこれからも「中小企業サポーター」として、常に経営者の皆さま、そのご家族・社員の方々の声に耳を傾け、業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、お客様本位の業務運営のさらなる推進に努めてまいります。



エヌエヌ生命保険株式会社
代表取締役社長
マリウス・ポペスク

A handwritten signature in blue ink, corresponding to the name Marius Popescu mentioned in the text above.

エヌエヌ生命について

エヌエヌ生命は、1845年にオランダで創立したNNグループの一員です。NNグループはヨーロッパおよび日本を主な拠点とし、10カ国にわたり、保険事業、年金事業、銀行および投資業務を展開しています。その名は、源流である「ナショナーレ・ネーデルランデン」に由来しています。エヌエヌ生命は、1986年に日本で初めてのヨーロッパ生まれの生命保険会社として営業を開始して以来、約40年にわたり、「中小企業サポーター」として、中小企業の“大切なもの”を共に守る商品やサービスをご提供しています。

信頼の財務健全性

生命保険は何年、何十年も続く長期のご契約。お客さまからお預かりした大切な資産を守り、将来にわたって保険金・給付金を確実にお支払いしていくため、エヌエヌ生命は、財務健全性の維持に万全を期しています。

A

S&P 保険財務力格付け
(2024年6月26日現在)

エヌエヌ生命は、スタンダード&プアーズ社より保険財務力格付け「A」を取得しています。

※ 上記格付けは2024年6月26日現在のものであり、本書面をご覧の際には、すでに格付けが変更されている可能性があります

863.9%

ソルベンシー・マージン比率
(2024年度末)

ソルベンシー・マージン比率とは

例えば大災害や株価の大暴落など、通常の予測を超えて発生するリスクに対応できる「支払余力」を有しているかどうかを判断するための行政監督上の指標のひとつです。法令により定められた早期是正措置(業務改善命令等)の発動基準は200%となっています。

エヌエヌ生命の概要

商号	エヌエヌ生命保険株式会社
代表取締役社長	マリウス・ポペスク
従業員数	984人 ^{※1}
資本金	324億円 ^{※2}
保険料収入	3,145億円 ^{※2}
総資産	2兆2,188億円 ^{※2}
株主	エヌエヌ・インシュアランス・ユーラシア N.V. (100%)

※1 2025年3月末日現在 ※2 2024年度決算より

日本法人の沿革

- 1985年10月 ナショナーレ・ネーデルランデン生命保険会社N.V.日本支店設立
- 1986年 3月 大蔵省より生命保険事業免許を取得
- 1986年 4月 営業開始
- 1991年 1月 逡増・逡減定期保険特約販売開始
- 1995年 1月 ナショナーレ・ネーデルランデン生命保険株式会社設立
- 1997年 1月 商号をアイエヌジー生命保険株式会社に変更
- 1999年 4月 日本初の変額年金保険販売開始
- 2015年 4月 商号をエヌエヌ生命保険株式会社に変更
- 2026年 4月 創業40周年

目次

お客様の“大切なもの”を共に守るために	2
エヌエヌ生命について	3
お客様本位の業務運営に関する取組方針とKPI	5
取組方針1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着	6
取組方針2. お客様のニーズに沿った商品とサービスの充実	8
取組方針3. プロフェッショナルな代理店との関係を通じた業務品質の向上	14
取組方針4. お客様への分かりやすい情報の提供	19
取組方針5. 利益相反の適切な管理とコンプライアンスの遵守	22
取組方針6. お客様本位の業務運営の実効性を高める体制の構築	24
取組方針7. “中小企業サポーター”ならではの価値の提供	26
プロダクトガバナンス	28
1. 商品開発理念とプロダクトガバナンス	29
2. 商品開発時の対応	32
3. 商品開発後の対応	35
お問い合わせ	39

お客さま本位の業務運営に関する取組方針とKPI

お客さま本位の業務運営を継続し実現するために「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」を策定しています。また、各種KPIを設定し、PDCAサイクルを回すことで業務運営の強化・改善を図っています。

取組方針の構成

取組方針1 お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

取組方針2 お客さまのニーズに沿った商品とサービスの充実

取組方針3 プロフェッショナルな代理店との関係を通じた業務品質の向上

取組方針4 お客さまへの分かりやすい情報の提供

取組方針5 利益相反の適切な管理とコンプライアンスの遵守

取組方針6 お客さま本位の業務運営の実効性を高める体制の構築

取組方針7 “中小企業サポーター”ならではの価値の提供

お客さま総合満足度^{※1}（5段階評価）



お手続き別お客さま満足度^{※2}（5段階評価）

2024年

新契約のお申込み

4.5

契約者貸付のご利用

4.8

解約のお手続き

4.7

保険金のご請求

4.5

※1 お客さま総合満足度は、毎年お客さま向けに実施しているアンケート調査（リレーションシップNPS調査）を通じて、当社のブランド体験全体を評価いただくことで算出しています。このアンケート調査では、主要な体験に関する満足度設問（全8項目）を5段階評価で設けており、その結果に基づいて総合満足度を導き出しています。

※2 お手続き別お客さま満足度は、お客さまのお手続き完了後に実施しているアンケート調査（トランザクションNPS調査）を通じて、各お手続きを評価いただくことで算出しています。

取組方針1. お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

私たちは、「中小企業の“大切なもの”を共に守ります」という使命のもと、お客さまの最善の利益を追求するために「お客さま本位の業務運営」にたゆまず取り組み、企業文化としての定着を実現します。

● エヌエヌ生命のバリュー(価値基準)

「中小企業の“大切なもの”を共に守ります」という使命を果たすため、全役員・従業員一人ひとりがCare, Clear, Commitの3つのコアとなる価値基準に基づいて行動します。



私たちは気に掛けます

私たちは人々が最良の選択ができるよう支援します
私たちはお互いと私たちの社会を尊重します

Care



私たちは明瞭です

私たちは積極的かつ誠実に情報を伝えます
私たちはオープンで接しやすい存在でありたいと考えます

Clear



私たちは責任を持ちます

私たちは誠実に行動します
私たちは将来を見据えて事業を展開します

Commit

● エヌエヌ生命のカルチャーステートメント (目指すべき文化)

2025年、お客さまとコンプライアンスを最重視する永続的な企業文化を醸成しより良い組織となるために「カルチャーステートメント」を改定しました。

エヌエヌ生命のカルチャーステートメント

私たちは、保険業の公共性に沿って顧客とコンプライアンスを最重視する永続的な企業文化(Customer Centric Compliance Culture = 4C)を根付かせ、3線管理態勢^{*}を整えることで経営管理(ガバナンス)態勢を強化し、中小企業の“大切なもの”を共に守り成長し続ける生命保険会社を目指します。

カルチャーステートメントについて理解を深め、日々の業務で常に意識し、判断や行動の指針としていくことを目的に、全役員・従業員受講必須のカルチャーステートメント研修を毎年実施しています。

※ 営業組織等の事業部門(第1線)、各組織のコンプライアンス・リスク管理への牽制・支援等を担当する管理部門(第2線)、第1線・第2線のコンプライアンス・リスクに関する管理態勢の有効性を監査する内部監査部門(第3線)から構成されるリスク管理態勢。

取組方針1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

お客様本位の業務運営におけるガバナンスの強化

● 方針・規程の整備

経営の役割と責任を明確化し、社内ガバナンスを強化するための「お客様本位の業務運営方針」、業務運営のPDCAサイクルを効果的に実践するための「お客様本位の業務運営規程」を新たに設けました。

● 3線管理態勢

第1線の顧客エクスペリエンス部が本業務運営の主管部署を務め、商品開発や募集管理、顧客サービスまで、エンドツーエンドでの業務運営を強化します。また、コンプライアンス部門およびリスク管理部門が第2線として、監査部が第3線としてそれぞれの役割を果たし、本業務運営の強化に努めます。

● お客様本位推進委員会の新設

本業務運営の実践に関わる戦略的な意思決定を行う場として、代表取締役社長を議長、全経営会議メンバーを委員とする「お客様本位推進委員会」を設立しました。第1回委員会を2024年8月に開催し、以後原則四半期ごとに開催しています。



取組方針2. お客様のニーズに沿った商品とサービスの充実

- 私たちは、お客様の声に常に耳を傾けてニーズを的確に把握することで、お客様にとって適切な商品を開発し、確実に保障をお届けします。
- 私たちは、お客様にとって快適でスムーズな手続きやアフターフォローを通じて、サービスの充実を実現します。

お客様のニーズ把握

商品開発はお客様のニーズに的確にお応えすることを主眼としており、データに基づくニーズの検証や、実際のお客様へのヒアリングを重視しています。

● 事業継続に必要な資金ニーズ「かうじそふ」

中小企業が事業を継続するためには、会社と経営者を取り巻くリスクを知り、それに備えておく必要があります。中小企業が不測の事態で事業継続が困難になることのないように、5つの資金による「事業継続保障」を提唱しています。



● ユーザーテスト

中小企業経営者やそのご家族の課題やニーズを深く理解するため、カスタマーエクスペリエンス部が、ご協力いただける方との接点づくりやヒアリング内容の設計を支援し、各実務部門がお客様へのヒアリングや検証を実施する仕組みを整えています。この仕組みを通じて、お客様の声を直接伺い、ニーズをよりの確に把握することで、新たなサービスや商品の開発、また既存施策の改善につなげています。



お客様向け通知物のユーザビリティを検証するため株式会社防災地理調査 今村 隆正さまにご協力いただいている様子

- ・プロダクトガバナンスの詳細についてはP28以降をご参照ください。
- ・当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨しておりません。したがって、当該事項に係る金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則6-注2につきましては、当社「お客様本位の業務運営に関する取組方針」の対象としておりません。

取組方針2. お客様のニーズに沿った商品とサービスの充実

お客様ニーズに沿った商品の開発・提供

お客様のニーズにお応えする商品とサービスの提供に尽力しています。また、顧客適合性、コンプライアンス、リスク、資本、及び収益性に関する要件を満たすよう商品ラインナップの定期的な見直しを行っています。

● 変額保険(定期型)の発売

2025年3月3日に特別勘定の運用成績に応じて保険金額が変動し、定期保険に比べて保険料が低廉な変額保険(定期型)の販売を開始しました。これにより、若年層の中小企業経営者または創業～成長期にある中小企業の長期保障ニーズに応え、さらなる顧客層の拡大を図ります。



● 付帯サービスのご提供

生命保険は長期で当社とお付き合いいただくものだからこそ、保険だけではないプラスのサービスとして、経営者の皆さまがもっと安心できる専用サービスも提供しています。



助成金・補助金活用サポート



プライベート看護



メンタル相談・健康医療相談ダイヤル



ファインド・ベスト・ドック™ (医師紹介サービス)

取組方針2. お客様のニーズに沿った商品とサービスの充実

確実な保障のお届け

保険金・給付金等をお支払いすることは、生命保険会社の最も基本的かつ重要な機能であるとの認識を高く持ち、保険金・給付金等の支払管理態勢の整備に取り組んでいます。

● 支払諮問審議会

保険金・給付金の支払査定判断の妥当性を審議する「支払諮問審議会」を運営しています。同審議会は、社外の中立的な立場の専門家のほか、社内の保険金等支払業務から離れた立場の責任者によって構成されています。同審議会では、支払査定部門と検証担当部門での点検を経たうえで、お支払事由に該当しないと判断されたすべての事案を対象として、査定判断の妥当性を審議しています。

● 保険金・給付金のお支払い状況

	保険金	給付金
2024年4月～2024年9月	685件	2,064件
2024年10月～2025年3月	712件	2,160件

・上記件数については、生命保険協会にて策定した基準に則って計上しております。

・上記件数には団体保険を含みます。なお、同期における団体保険のお支払い事案はございません。

● 保険金請求手続きサポート

代表者死亡時に、保険金請求手続き全般に関して、当社の保険金専門チームの担当者が請求書のご説明と必要書類のご案内サービスをオンラインでご提供します。ご提供開始以来、ご利用いただいた後継者の方々からは「会社の運営・登記手続き・各社保険金の請求手続き等によりとても多忙ななか、とにかくスムーズに手続きを終わらせたかったので、直接サポートしてもらえるのは本当にありがたい」等のお声を頂戴しています。



直接サポートしてもらえると確実に手続きを進められるため非常に助かる

飲食サービス業 親族



何が必要でどこに何を書けばいいかわからなかったため、専門の担当者があると非常に安心感を覚える

石工品製造業 後継者

取組方針2. お客様のニーズに沿った商品とサービスの充実

快適でスムーズなお手続きを通じた各種サービス

忙しい経営者が限られた時間のなかでストレスなく手続きや問い合わせをできるよう快適でシンプルな手続きを提供しています。

● インターネットサービス「マイページ」

ご契約者さま専用のインターネットサービス「マイページ」では、ご契約内容の確認や各種お手続きをいつでも手軽に行っていただけます。

マイページの主な機能

● ご契約内容の照会

保険料の経理処理例の参照
ご契約の証明書発行
ご契約のしおり・約款の照会

● お知らせの受信

保険料の払込時期等に関するお知らせメールの受信

● お手続きのお申込み

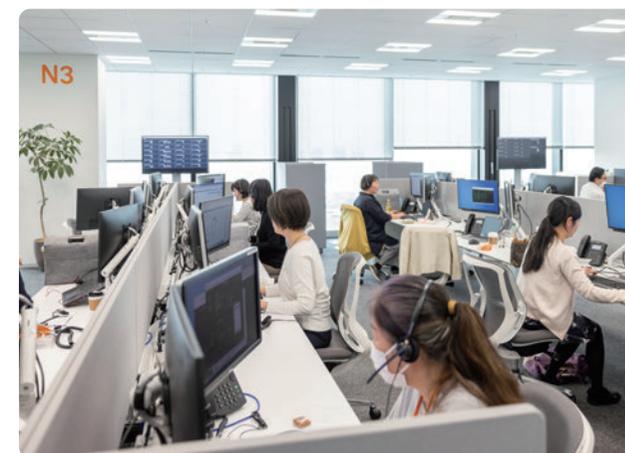
ご登録住所や電話番号・メールアドレスの変更
契約者貸付のお申込み
貸付金返済のお申込み
保険証券再発行のお申込み
団体保険料の調整

※ご契約内容により一部の機能が使えない場合がございます



● サービスセンター

お客さまからの各種変更のお手続きなどのお申し出や、ご契約内容・商品に関してのお問い合わせに対し迅速にお応えできるように、サービスセンターにて、電話を中心とした受付体制を整えています。



取組方針2. お客様のニーズに沿った商品とサービスの充実

● ご家族情報登録制度

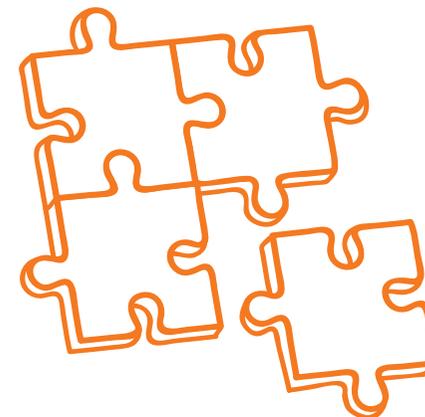
ご契約者さまに事前に登録いただいたご家族の方が、ご契約者さまに代わって「保険契約内容のお問い合わせ」や「各種手続き書類の送付依頼」をできるご家族情報登録制度を導入しています。

● ご高齢のお客様への対応

ご高齢のお客様に対する募集時には、お客様に商品の内容を十分にご理解いただけるよう複数回に分けての説明の実施、お客様の親族もしくは法定相続人同席の上での説明の実施など、より丁寧な対応を行っています。また、保険契約は契約期間が長期にわたるため、アフターフォロー時にも適切かつ十分な説明を行うよう留意しています。

● 障がいがあるお客様への対応

- ・ 聴覚や発話に困難があるお客様のために、電話リレーサービスでのお問い合わせを承っています。
- ・ 目の不自由なお客様のために、「音声コード(Uni-Voice)」を貼付した書面をご用意しています。
- ・ 自筆困難なお客様のために、お申込みにおける取扱条件や取得書類を明確化して手続きをやすくしています。
- ・ 知的・精神・発達障がいにより単独でのお手続きが困難なお客様のために、成年後見制度で選任された後見人等によるお申込み代理手続き等の取扱いをしています。



取組方針2. お客様のニーズに沿った商品とサービスの充実

● お客様の苦情

お客様から寄せられる貴重なご意見・ご要望などの「声」は、商品・サービスのさらなる充実や業務プロセスの改善のために活用しています。当社に対するお客様の不満のお申し出をすべて「苦情」として取り扱い、お客様への適切な対応や経営改善への活用のためにその内容を記録しています。

● お手続き完了後のアンケート調査の実施

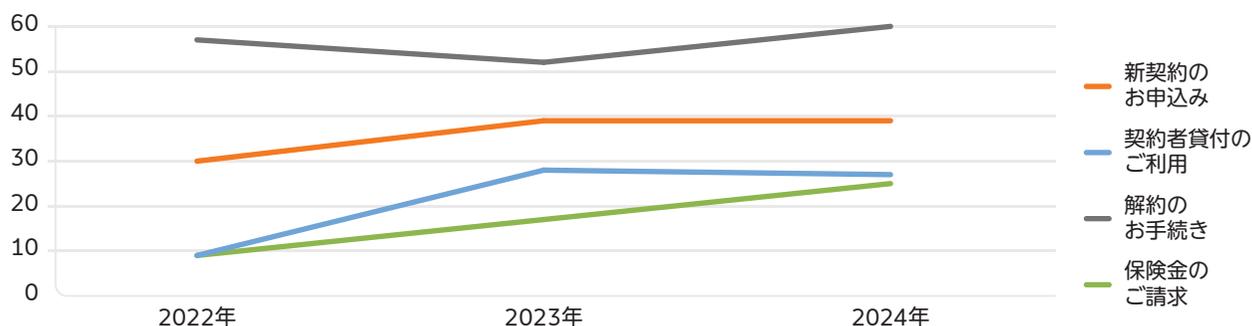
対象となるお手続き完了後にアンケート調査を実施してお客様の特定の利用体験を評価いただき、お客様の評価やお声を、お手続きにおける課題の発見や改善に役立てています。

2024年度 お客様から寄せられた苦情の件数

項目	主な苦情内容	件数	占率(%)
新契約関係の苦情	ご契約のお申込み・締結に関する苦情	92	9.7
収納関係の苦情	保険料のお支払いやご契約の失効・復活に関する苦情	67	7.1
保全関係の苦情	解約やご契約内容の変更に関する苦情	561	59.1
保険金・給付金関係の苦情	保険金・給付金などのお受け取りに関する苦情	103	10.8
その他の苦情	上記以外の苦情(マナー、税金、個人情報保護、アフターフォローに関するものを含みます)	127	13.4
合計		950	100.0

※%は表示未満を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります。

お手続き別お客様推奨度(NPS®)の推移



NPS®とは、Net Promote Score(ネットプロモータースコア)の略で顧客ロイヤルティを測る指標のひとつです。顧客に、「この商品・サービスを友人や同僚に薦める可能性はどのくらいありますか?」という質問に0~10点の11段階で回答してもらい、10~9点と回答した顧客を「推奨者」、8~7点を「中立者」、6~0点を「批判者」として3つのセグメントに分類し、推奨者の割合から批判者の割合を引いたもので、-100から+100までの間のスコアで示されます。なお、NPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems,Inc.の登録商標です。

取組方針3. プロフェッショナルな代理店との関係を通じた 業務品質の向上

私たちは、お客さま本位の業務運営を積極的に取り組む代理店との繋がりを強め、またデータやデジタルの活用を通じて、お客さまへお届けする業務品質の向上を図ります。

お客さま本位の業務運営を支える各種代理店制度

お客さまへのご提案は、当社の委託を受けた代理店が担当します。代理店は、中小企業の経営課題やリスク、生命保険などに関する当社の専門的な研修を受けて、中小企業の皆さまのニーズに耳を傾け、最適な選択肢をご提案します。

● 適切な代理店手数料体系

当社は、代理店におけるお客さま本位の業務運営、及び代理店による自律的・継続的な業務品質の向上を後押しする目的から、一般社団法人生命保険協会の「代理店業務品質評価運営」を踏まえた手数料体系を導入しています。これは、代理店業務品質、内部管理態勢などの、保険販売及び代理店業務の「質」の視点を重視した体系です。当該制度については定期的に見直しを行い、お客さま本位の業務運営に資する手数料体系を目指すとともにお客さまにご理解いただけるよう公表してまいります。詳細は、当社ウェブサイトの「お客さま本位の業務運営に資する募集代理店手数料体系の考え方」についてをご参照ください。

● 「募集人向けコンプライアンス研修」の実施

保険本来の趣旨に沿った適切な募集活動を実現するため、保険募集コンプライアンスに係る計画的かつ体系的な研修を実施しています。デジタルと対面研修の併用や視聴しやすい動画コンテンツの強化に取り組み、研修効果の向上、意識や知識の定着、参加者の拡大と受講促進等を図り、年間を通じて多くの研修の機会を提供しています。

取組方針3. プロフェッショナルな代理店との関係を通じた 業務品質の向上

● 代理店向けインターネットサービス「IRIS」

代理店によるお客さまへのタイムリーなサービスの提供を支援するために、代理店向けインターネットサービス「IRIS」を通じて、既契約情報を確認できる「保有契約」確認・通知機能、新契約提案時に必要なツールを利用できる「新契約提案」機能、各種募集補助ツールや研修動画を確認できる「営業支援(資料・動画)」機能等を提供しています。



● 代理店によるコンサルティング力強化のための取り組み

当社が提唱する5つの資金対策の考え方「かうじそふ」を体系的に習得いただくため、約6ヶ月にわたる人数限定の集合研修プログラムをご提供するほか、さまざまな動画コンテンツ、募集補助資料等をご用意しています。代理店向け動画配信サイト「NN Tube」では、法人保険の基礎や周辺知識、商品研修、成功事例、専門家による講座、募集コンプライアンス研修など、200本以上の豊富なコンテンツをいつでも無料で視聴いただけます。他にも外部講師などによるセミナーをライブ配信でお届けする「NNTV」やメールマガジンでの情報配信、対面での集合研修など、多岐にわたるアプローチで代理店募集人のコンサルティング力の強化を支援しています。



取組方針3. プロフェッショナルな代理店との関係を通じた業務品質の向上

適切な募集活動

保険会社としての業務を健全かつ適切に運営し、保険募集の公正を確保することによってお客さまの保護を図るため、保障ニーズに基づく募集活動の徹底に向け各種営業プロセス等を構築しています。

● 保険本来の趣旨を踏まえた募集プロセス

保険本来の趣旨を踏まえた募集プロセスとは、保障を主とした保険提案・募集のことを指します。お客さまが抱える経営課題から資金ニーズを特定し、経営者の不測の事態(死亡・病気等)における保障ニーズを明確にすることで、保障を主とした保険提案・募集の実現を目指しています。

保険本来の趣旨にもとづく募集プロセス



取組方針3. プロフェッショナルな代理店との関係を通じた 業務品質の向上

● 法人のお客さまへの保険募集に関する宣言書

中小企業サポーターとして生命保険商品や各種サービスの提供を通じ、中小企業経営者やその家族・社員を守るために、法人のお客さまへの保険募集において、保険本来の趣旨である保障ニーズに基づいたソリューションを提供することを宣言する「法人のお客さまへの保険募集に関する宣言書」を公表しています。

● お客さまの意向把握・確認

お客さまがニーズに合致した保険商品に加入できるよう、お客さまの当初の意向を把握し、その意向に沿った保険商品の提案を行い、契約締結の際は当初意向と最終意向を比較する機会、及び最終意向と申込内容が合致していることをお客さまが確認する機会を提供します。

● 特定保険契約※の募集

市場リスクのある変額保険の募集にあたっては、お客さまのニーズやご意向等の確認に加え、投資経験、投資目的、収入・財産の状況等に応じて商品及びリスクの内容について正しく理解いただけるよう、より慎重かつ丁寧にご説明します。

※金融商品市場における相場その他の指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある保険契約。



取組方針3. プロフェッショナルな代理店との関係を通じた 業務品質の向上

デジタル・データを活用したサービス

代理店を通じてデジタルと人を融合させ進化したサポートをお客さまにお届けします。また、データに基づいた分かりやすく最適な選択肢をご提示します。

● 営業支援ツール「Bionic IRIS」

中小企業の経営者が抱える課題解決のための営業支援ツール「Bionic IRIS」により、データに基づいた最適な選択肢を分かりやすく提供します。お客さまの万一の際や働けなくなったときの財務上のリスク、相続発生時の事業承継上のリスクを見える化し、お客さまに最適な保障額を算出します。また、AI(機械学習)などの最新技術を用いて、お客さまの抱えるリスクに応じたおすすめの生命保険をご提示します。

● 法人契約にも対応する電子申込

電子申込システムを通じてお申込み手続きを完了いただけるサービスを提供しています*。法人のご契約もお申込みができ、法人印や署名がいらぬなどお客さまの利便性が向上するほか、紙でのお手続きと比較してより早く契約査定が始まるというメリットもあります。

※お取扱いは一部のお申込みに限ります。



取組方針4. お客さまへの分かりやすい情報の提供

私たちは、お客さまの適切なお理解・ご判断のために必要な情報を、最適な方法で分かりやすく提供します。

必要な情報の分かりやすい提供

当社は、お客さまのご判断にお役立ていただく適正な情報を、正確で丁寧に、かつ十分な提供を行い、またデジタル・アナログ媒体を問わず、さまざまな形で提供しています。

● デジタルデータブック「デジタル×データ」

デジタルとデータが融合した、中小企業やライフプランにまつわるデータを100個以上保有するウェブツールです。お客さまのニーズに合わせたデータを選択し、カスタマイズした資料をお届けします。



● デジタルパンフレット

パンフレットに音声とアニメーションを追加した「デジタルパンフレット」を提供しています。音声とアニメーションで、基本的な保障内容や、お客さまがご理解しづらいと思われる箇所を解説します。また、給付金の受取イメージをアニメーションにしたことで、紙面のみでは実現できない時系列での確認ができ、より商品の理解を深めていただくことができます。



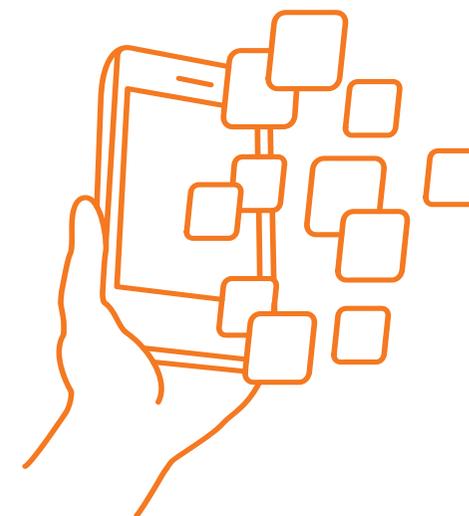
当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨しておりません。したがって、当該事項に係る金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則5-注2につきましては、当社「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」の対象としておりません。

取組方針4. お客さまへの分かりやすい情報の提供

● 重要な情報の提供

- ・ 保険商品の内容や特徴、ご契約条件などの重要な事項については、保険商品の内容を理解するために特に説明すべき重要な情報・事項を記載した「契約概要」、ご契約にあたって特に注意すべき情報・事項を記載した「注意喚起情報」などを用いて、お客さまに正しくご理解いただけるよう丁寧に説明しています。
- ・ 特定保険契約[※]については、商品パンフレットおよび「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」に加え、「はじめての資産運用ハンドブック」・「リスク許容度診断シート」を用いて、慎重かつ丁寧な説明に努めています。
- ・ ご説明に際しては、所定の審査を経た適正な資料のみを使用するよう、周知・徹底を図っています。審査対象となる募集資料は、当社ガイドラインで明確化しています。
- ・ お客さまの利便性の向上、環境保全への配慮などを目的に、ウェブ版「ご契約のしおり・約款」を導入しています。

[※] 金融商品市場における相場その他の指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある保険契約。



取組方針4. お客さまへの分かりやすい情報の提供

最適な方法での分かりやすい情報提供

当社は、すべてのお客さまが当社の情報にアクセスでき、また当社を通じてさまざまなお役立ち情報に触れていただけるよう、情報発信に努めています。

● アクセシビリティに配慮したウェブサイト

障がいのある方やご高齢の方を含むすべてのお客さまが利用しやすいデジタルサービスのご提供を目指しています。当社はNNグループの一員として、欧州のアクセシビリティ基準で培った知見をもとに、お客さまのデジタル体験価値の向上に継続的に取り組んでおり、Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)への対応を進めています。

● ユニバーサルデザイン

パンフレットや書類にはPLAINランゲージやユニバーサルデザインフォントを採用し、必要な情報を適切にお客さまにお届けできるようにしています。

● 広報誌「Hoi」

当社では、お客さまにお役立ていただける情報をまとめ、広報誌としてご契約者さまにお送りしています。中小企業経営者の方々のインタビュー、専門家によるコラム記事、当社がお客さま向けに実施している取り組みのご紹介など、中小企業サポーターならではのコンテンツをお届けしており、ご好評をいただいています。



取組方針5. 利益相反の適切な管理とコンプライアンスの遵守

- 私たちは、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反のおそれのある取引を防止し、適切に管理します。
- 私たちは、お客さまの信頼にお応えするために、従業員一人ひとりがコンプライアンスを遵守して行動します。

利益相反の防止・適切な管理

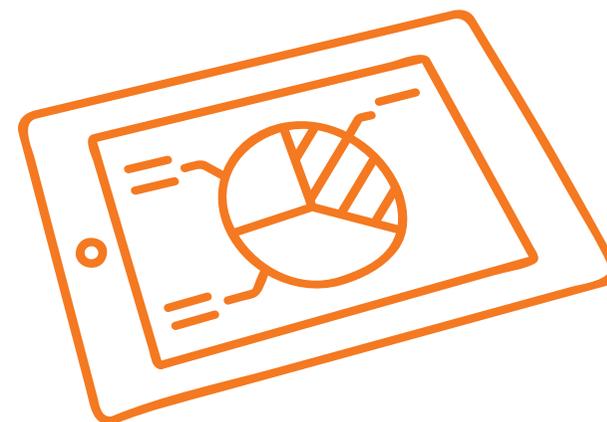
当社は、お客さまの正当な利益の保護および利便の向上により、お客さまから選ばれる会社となるために、利益相反管理の適切性を確立しています。

● 利益相反のおそれのある取引の防止

当社は、当社や当社の親会社、子会社、当社親会社の子会社たる金融機関が行う取引に伴い、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、「利益相反管理方針」を定めるとともに、利益相反管理体制を整備し、利益相反のおそれのある取引の管理を行っています。

● 機関投資家としての責任の全う

- ・ 運用の委託先および商品を選定する際には、運用受託機関の定性評価ならびに運用実績等の定量評価による客観的かつ総合的な評価に基づいて行い、当社の関連会社等を優先することはいたしません。
- ・ 投資先企業の企業価値向上による中長期的な投資収益の向上を目指し、目的を持った対話、及び議決権行使等を通じて、機関投資家としての責任を果たします。外部の運用機関に運用を委託する場合は、同機関に対して、適切なスチュワードシップ活動の実施を要請すること等を通して、同責任を果たします。



取組方針5. 利益相反の適切な管理とコンプライアンスの遵守

コンプライアンスへの取り組み

当社は、保険会社としての社会的責任と公共的使命を踏まえた企業倫理を基本とし、法規制やガイドライン、社会規範を遵守することを経営の最重要課題として位置付けており、全役職員は、誠実かつ公正な業務運営に取り組み、コンプライアンスを推進します。

● コンプライアンス推進体制

当社は、監査等委員会設置会社の組織形態を採用しており、取締役会の業務執行に対し、社外取締役が過半数を占める監査等委員会が監査を行い、その適法性と妥当性を検証しています。取締役会の監督の下、代表取締役社長を議長とし、全経営会議メンバーを委員とするコンプライアンス委員会を設置しています。

コンプライアンス委員会は、下部組織であるコンプライアンス小委員会にて懸念事案・不祥事案に係る各種対応を行い、同じく下部組織であるモニタリング分会を通じてコンプライアンスに係るモニタリング・分析状況等について報告を受け、コンプライアンスに関する重要事項について審議及び決議を行っています。また、チーフ・リーガル&コンプライアンスオフィサーの下、全社的なコンプライアンス推進を統括し、コンプライアンス関連情報を一元的に収集、管理、分析し、その結果に基づき適切な方策を講じる組織としてコンプライアンス部を設置しています。

本社部門長及び営業拠点長は、各部門・拠点におけるコンプライアンス担当者として、行動規範の率先垂範及び遵守すべきルールの周知徹底の役割を担っています。これらのコンプライアンス推進状況について、監査部は内部監査を実施し検証しています。

● コンプライアンス・プログラムの策定・実施

コンプライアンス推進に関わる具体的な実践計画(コンプライアンス・プログラム)を年次で策定し、コンプライアンス委員会で審議・決定し、全社で遂行に努めています。経営陣は、主体的かつ継続的にPDCAサイクルに基づきコンプライアンスを推進するために、コンプライアンス委員会を通じて各部門のコンプライアンス・プログラムの取組状況を定期的に検証し、適宜課題の見直し指示を行います。

取組方針6. お客さま本位の業務運営の実効性を高める体制の構築

私たちは、本取組方針に基づく業務運営の実効性を高めるために、従業員の適切な評価体系などを構築します。

● ニードベースセールス定着のための従業員育成

お客さまの課題や想いを表面的に捉えるのではなく、その背景にある本質的なニーズを丁寧に汲み取り価値を提供するセールスをNEW Salesとして標榜し、必要となる考え方・知識・スキルの習得・定着に向けた研修プログラムを実施しています。誰もが高い水準で価値提供ができる営業を追求し、お客さまのありたい姿の実現に伴走しています。



● 従業員とお客さまを“つなげる”活動

社内のお客さま中心文化を更に醸成するための、従業員とお客さまをつなげる啓蒙活動を、coNNeCt SMEと位置づけています。お客さまが抱える課題やニーズを理解するため、継続的な対面インタビューを通して、従業員一人ひとりがお客さまの真のニーズに沿ったサービスや商品開発に取り組んでいます。社内専用ポータルサイトでは、ご契約者さまに対するアンケート調査結果やインタビュー調査レポートなどを掲載し、コンテンツを通して、全社員が常にお客さまをより深く理解できる環境を整えています。

取組方針6. お客さま本位の業務運営の実効性を高める体制の構築

● お客さま本位の業務運営を基軸とした評価体系

当社では、お客さま本位の業務運営が実際に行動として実践できているかを確認・検証するため、NPS®*を定期的に実施し、そのスコアを全社共通のKPIとして設定、個人の評価にも反映しています。

また営業部門では、営業部門方針に基づき、注力すべき行動を明確にすることで、各自が目指すべき姿を実現できるよう、日々のプロセスやコンプライアンスの推進もパフォーマンス評価に組み込んだSales PMIs (Sales Performance Model Indicators) を独自に策定し、運用しています。

※NPS®とは、Net Promote Score(ネットプロモータースコア)の略で顧客ロイヤルティを測る指標のひとつです。顧客に、「この商品・サービスを友人や同僚に薦める可能性はどのくらいありますか?」という質問に0~10点の11段階で回答してもらい、10~9点と回答した顧客を「推奨者」、8~7点を「中立者」、6~0点を「批判者」として3つのセグメントに分類し、推奨者の割合から批判者の割合を引いたもので、-100から+100までの間のスコアで示されます。なお、NPS®は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc.の登録商標です。



取組方針7. “中小企業サポーター”ならではの価値の提供

私たちは、お客さまの想いに寄り添い、真に必要とされる独自の価値を提供し、経営者の皆さまとそこへご家族・社員の方々のウェルビーイングに貢献します。

● 女性社長のココトモひろば

「突然」事業を引き継ぐことになった女性経営者が、同様の経験をもつ先輩女性経営者から「同じ目線」で「共感できる」アドバイスもらえるオンラインコミュニティを提供しています。



女性社長の
ココトモひろば

● 経営者の妻のための情報サイト つぐのわ

夫に万が一が起きる前に、経営者の妻が「今できる」準備、「知っておくべき」情報をウェブサイトでお伝えしています。経営者の妻の「転ばぬ先の杖」になることを目指した情報サイトです。



経営者の妻のための
情報サイト
つぐのわ

● 「2024年度グッドデザイン賞」受賞

多くの中小企業が直面する後継者問題において、特に表面化しにくい課題を抱える人々の声に耳を傾け、メンタルサポートやネットワーク構築、情報提供などを行った多面的な支援が、デザインの取り組みとして認められました。



GOOD DESIGN AWARD
2024年度受賞

取組方針7. “中小企業サポーター”ならではの価値の提供

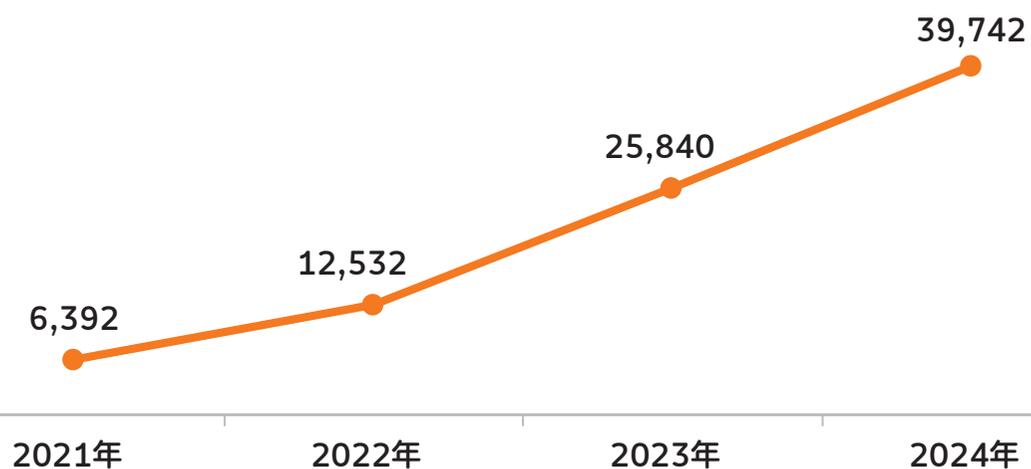
● 家業エイド

「家業に関わる人々」が集まり、オンライン掲示板や独自のSNSを通じて交流できるコミュニティです。同じ境遇にある仲間同士が日々の悩みや喜びを共有しながら、自分の価値観に合った家業との関わり方を実現するため、前向きな一歩を踏み出すきっかけを得ることができます。



累計登録者数

(女性社長のココトモひろば・経営者の妻のための情報サイト つぐのわ・家業エイド)



家業エイド

プロダクトガバナンス

1. 商品開発理念とプロダクトガバナンス

当社は、適切なプロダクトガバナンス(顧客の最善の利益に適った商品提供等を確保するためのガバナンス)の構築を通じて、代理店とともにお客様の最善の利益の実現を図ることを目指しています。

商品開発理念

私たちは、お客様に優れた体験価値を提供することを目指し、保障という“安心”を中小企業にお届けすることによって中小企業とその経営者・ご家族・社員の今と未来を守るために、お客様のニーズに合った魅力的な商品とサービスを提供します。

(経営基本方針より)

中小企業と経営者のリスクに備える生命保険

当社は「中小企業サポーター」として、中小企業とその経営者・ご家族・社員の皆さまを守る生命保険商品の開発に取り組んでいます。



死亡のリスクに
備える保険



病気やケガのリスクに
備える保険



働けないリスクに
備える保険



資産形成に
備える保険

1. 商品開発理念とプロダクトガバナンス

プロダクトガバナンスを支える主な態勢

● 商品開発管理態勢

マーケット調査の結果ならびに販売代理店および当社営業部門の意見を回収し、お客さまのニーズに沿った保険商品の開発を行っています。

1. 各種定量・定性調査からお客さまのニーズと想定されるお客さまの属性を特定
2. 保険数理、リスク、コンプライアンス等の面での検証を実施
3. 社内検証を終了した商品開発案につき、さらにNNグループのリスク検証の基準に従い検証を実施
4. 商品委員会において商品内容を決定し、商品開発を実施

● 保険募集管理態勢

保険募集に関する法令等の遵守の徹底が、お客さまの保護、保険会社への信頼の維持並びに業務の健全性の確保のために必要不可欠であることに鑑み、当社および代理店における保険募集の公正の確保を目的として、保険本来の趣旨に則った適正な保険募集管理態勢を確立しています。

1. 法人向け保険の検討時の留意事項を記載した業界共通チラシの交付・説明
2. 意向確認書および事業保険のご加入に際しての確認書の交付・説明
3. 適切な契約引受管理態勢の構築
4. アウトバウンドコールの実施
5. 募集人向けコンプライアンス研修の実施

● 保険金等支払管理態勢

保険金・給付金等を適切にお支払いするために、以下の施策を実施しています。

1. 支払管理態勢に対する経営陣の関与
2. 支払諮問審議会の運営
3. 支払査定事案に対する検証体制
4. 情報提供の充実
5. 診断書取得費用相当額のお支払い
6. 社内事務手順等の整備
7. システム面の整備
8. 指定代理請求特約の取扱い
9. 失効契約への対応

1. 商品開発理念とプロダクトガバナンス

プロダクトガバナンスに関する様々な品質管理

● NNグループによるデューデリジェンス

商品開発時、新しい資産クラス・投資信託の導入時にNNグループによるデューデリジェンスを実施しています。NNグループ内で知見のない資産クラスに関しては、第三者機関によるデューデリジェンスを取り入れ、プロダクトガバナンスの品質管理を行っています。

● 社外取締役による検証

当社は、監査等委員会設置会社の組織形態を採用しており、取締役会の業務執行に対し、社外取締役が過半数を占める監査等委員会が監査を行い、その適法性と妥当性を検証しています。

● 支払諮問審議会の運営

お客さまへ適切に保険金や給付金等のお支払いができるよう、支払諮問審議会にて外部有識者の意見を取り入れています。

● 消費生活専門相談員によるお客さま苦情の評価

お客さまからいただく苦情については月次の苦情会議および四半期ごとに経営会議へ報告を行い、サービス改善に取り組んでいます。加えて、四半期に一度、消費生活専門相談員にその内容を報告の上、お客さま対応の適切性およびその十分性を確保するために意見を求めています。



2. 商品開発時の対応

お客様のニーズの把握

● 定量・定性調査結果に基づく商品開発

当社では、各種サービスや商品の開発・改善において、お客様の声を重視しています。特に商品開発においては、お客様の真のニーズを理解し、それに的確に応えるために、定量的なデータに加え、定性的なインタビュー（ユーザーテスト）も組み合わせた調査を実施しています。これにより、開発する保険商品が、お客様の期待やニーズにしっかりと合致しているかを多面的に検証しています。

● お客様の抱える資金ニーズ「かうじそふ」

当社はおお客様の抱える資金ニーズ「かうじそふ」とそれに対応する保険商品を公表しています。お客様へご提案する際の設計書においては、特定されたお客様の保障・資金ニーズにチェックを入れていただいております。ニーズに基づくご提案が徹底されています。



	事前情報提供の充分さ						
	★★★★☆ 4.44	★★★★☆ 4.19...	★★★★☆ 4.00...	★★★★☆ 4.18...	★★★★☆ 4.375	★★★★☆ 4.07...	★★★★☆ 4.1
契約内容の明確さ	★★★★☆ 4.41...	★★★★☆ 4.5	★★★★☆ 4.30...	★★★★☆ 4.23...	★★★★☆ 4.23...	★★★★☆ 4.30...	★★★★☆ 3.95
代理店説明のわかりやすさ	★★★★☆ 4.61...	★★★★☆ 4.74...	★★★★☆ 4.50...	★★★★☆ 4.52...	★★★★☆ 4.50...	★★★★☆ 4.77...	★★★★☆ 4.85...
申込書記入のしやすさ	★★★★☆ 4.30...	★★★★☆ 4.61...	★★★★☆ 4.5	★★★★☆ 4.25...	★★★★☆ 4.43...	★★★★☆ 4.5	★★★★☆ 4.2
手続き全体のスムーズさ	★★★★☆ 4.41...	★★★★☆ 4.78...	★★★★☆ 4.62...	★★★★☆ 4.58...	★★★★☆ 4.66...	★★★★☆ 4.75	★★★★☆ 4.6
手続き完了までの迅速さ	★★★★☆ 4.34...	★★★★☆ 4.83...	★★★★☆ 4.68...	★★★★☆ 4.69...	★★★★☆ 4.73...		

2. 商品開発時の対応

想定顧客属性の特定

● 保険商品の複雑性やリスク等に応じてお客さまの最善の利益を実現

当社では、保険商品の開発に当たり、その保険商品の複雑性やリスク等を踏まえて、主な販売対象として想定する顧客属性を特定し、当社がお客さまへご提供できる価値を事前に確認しています。同時に、その保険商品を購入すべきでない顧客属性の特定も行い、適切な販売が行われることに留意しています。

● 適切な意向確認と適合性確認

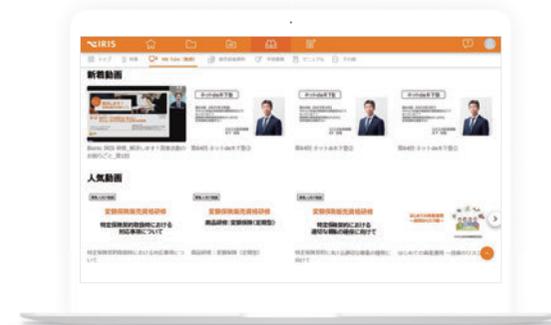
当社では、お客さまのご意向やニーズを正しく把握し、適切な保険商品を販売します。特定保険契約*をお申込みいただくにあたっては、お客さまの投資リスクに対する許容度の有無等と照らし合わせて適切と判断できる場合のみご加入いただける体制を整えています。

※ 金融商品市場における相場その他の指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある保険契約。

● お客さまのニーズに的確にお応えするための代理店研修

当社では、代理店がお客さまのご意向やニーズを正しく把握し、そのニーズに対して適切な保険商品をソリューションとして販売するための教育に積極的に取り組んでいます。保険商品の研修に加え、必要な専門的知識とスキルの学習機会をより多くの代理店に提供するため、動画教育やオンライン研修などにも注力しています。

The image shows two screenshots of insurance application forms. The left screenshot is titled '意向確認書' (Intention Confirmation Form) and the right one is '適合性確認書' (Suitability Confirmation Form). Both forms contain various checkboxes and text boxes for customer information and consent.



2. 商品開発時の対応

商品開発時の検証体制

● 商品の持続可能性の検証

当社では、保険商品の給付内容についてお客さま間における公平性が保たれているか、公序良俗に反する可能性がないか、また、保険料は適正な統計資料により算出可能か、などの観点から検証を行っています。そして、保険商品毎に適切なBEA (Best Estimate Assumptions) 設定を行っており、想定と乖離した際のインパクトについても検証を行っています。

● 商品の合理性の検証

特定保険契約*においては、NNグループの指標であるCIRR (Client Internal Rate of Return) を使用し、お客さまのリスクに対して、お客さまの各年齢における想定リターン率が一定水準以上確保されていることを検証し、合理性を確保しています。

* 金融商品市場における相場その他の指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある保険契約。



3. 商品開発後の対応

商品開発後の検証体制

● ご加入の適切性の検証

当社では、ご加入の引き受け時に、お客さまのニーズに基づく適正な販売がなされたかを確認しています。加えて、特定保険契約^{*}については、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等の確認も行っています。また、当社内外の医学的情報収集や各種統計などを反映させた引受基準に基づいて、適切にリスク管理とお客さま間の公平性を保つための契約の選択を行っています。

● 商品性の検証

保険契約の責任準備金は、お客さまの将来の保険給付を確実に遂行するために必要な積立金であり、当社では、保険商品開発時に設定した予定死亡率・予定罹患率等と実際の経験率とを定期的に比較分析する等により、責任準備金の積立水準が将来の保険金支払への備えとして十分であることを確認しています。そして、特定保険契約^{*}については、投資先ファンドを常時モニタリングしており、当社の定めるパフォーマンス基準を満たさないファンドに関しては、運用改善の働きかけを行い、改善が見られない場合はファンドの入れ替え等を行っています。

また、実際に購入したお客さまの情報のほか、お客さまや代理店から寄せられる苦情や販売状況等も確認し、商品性の改善や見直しに活かしています。



^{*}金融商品市場における相場その他の指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある保険契約。

3. 商品開発後の対応

保険商品とサービスの改善

● 代理店との情報連携を通じた改善

当社の代理店向けインターネットサービス「IRIS」や、中小企業経営者が抱える課題解決のための営業支援ツール「Bionic IRIS」を通じて、代理店向けの商品研修資料や好取組事例、データに基づいた最適な選択肢の共有を分かりやすくタイムリーに行っています。また、代理店が募集を行ったお客さまに関する情報をIRISを通じて提供しており(購入された保険商品や、保険料の未入金案内など)、お客さまへ適切な販売およびきめ細かいアフターサービスが行われるように努めています。加えて、代理店から当社に対しても、販売動向やお客さまの反応等の連携を受けて、その後の商品とサービスの改善や見直しに活かしています。

 **Bionic IRIS**



3. 商品開発後の対応

保険商品とサービスの改善

● 「お客様の声」に基づいた改善への取り組み

お客さまから寄せられる貴重なご意見・ご要望などの「声」は、保険商品・サービスのさらなる充実や業務プロセスの改善のために活用しています。

また、当社では、お客さまの不満足のお申し出をすべて「苦情」として取扱い、お客さまへの適切な対応や経営改善への活用のためにその内容を記録しています。

お客様の声

具体的対応

マイページで利用できるサービスを拡大してほしい

- ・契約者貸付や保険料振替貸付の返済額の試算、当社への返済申込・振込案内のダウンロードまでを、マイページ上でご利用いただけるようになりました。
- ・送金団体ユーザーの方は、保険料請求通知をマイページ上及びメールでお受取りいただけるようになりました。
- ・マイページから、改姓、改称、受取人変更、給付金請求の請求書類のダウンロードや発送依頼ができるようになりました。

マイページ取得の申し出に手間がかかる

マイページのID新規発行、通知書再発行について、代理店や営業担当者を通じて受け付けられるよう範囲を拡大しました。

「契約内容のお知らせ」のフォームを分かりやすく改善してほしい

「契約内容のお知らせ」のフォームを見直し、解約時受取金額等の記載を分かりやすく改善しました。

年金に関する支払調書の到着が遅い

支払調書(遺族年金分)の前倒し発送及び「年金に関する完了通知」を支払調書としても利用できるよう改訂しました。

死亡保険金請求と同時に給付金の請求をする場合、書類が分かりにくい

必要書類を整理した分かりやすい一覧表の作成を行いました。

3. 商品開発後の対応

お客さまへの分かりやすい情報提供

● デジタルパンフレットによる商品性の理解促進

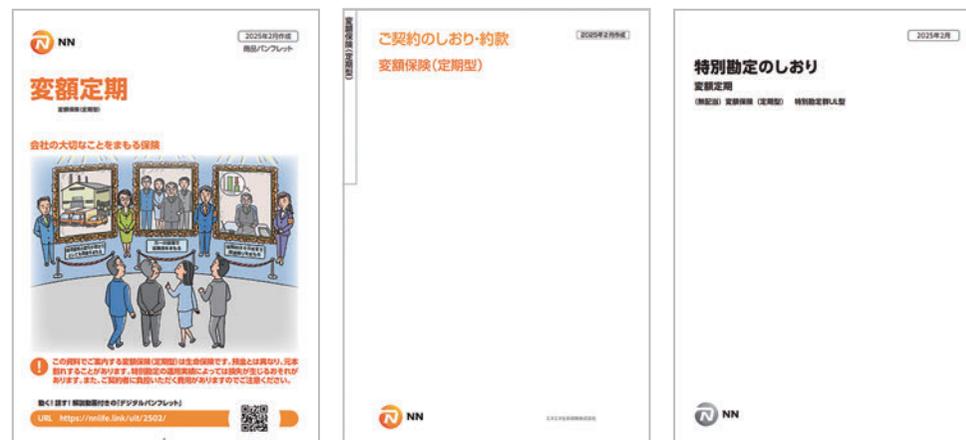
お客さまへ当社の保険商品を分かりやすくご説明するために、通常の商品パンフレットに加えて動画解説付きのデジタルパンフレットをご用意しています。PCだけでなく、モバイル機器から見やすい画面となっており、商品性の理解促進にもおすすめしています。



● 重要な情報提供(特定保険契約※)

特定保険契約※については、「商品パンフレット」「設計書」「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」でリスク等について分かりやすいご説明に努めています。また、「ご契約のしおり・約款」では特別勘定の運用体制や特別勘定の種類等について、「特別勘定のしおり」では特別勘定が主な投資対象とする投資信託等の投資方針および投資等の情報提供も行っています。

※金融商品市場における相場その他の指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある保険契約。



エヌエヌ生命保険株式会社

〒150-6144 東京都渋谷区渋谷2-24-12

渋谷スクランブルスクエア44F

TEL.03-6892-1986

www.nnlife.co.jp