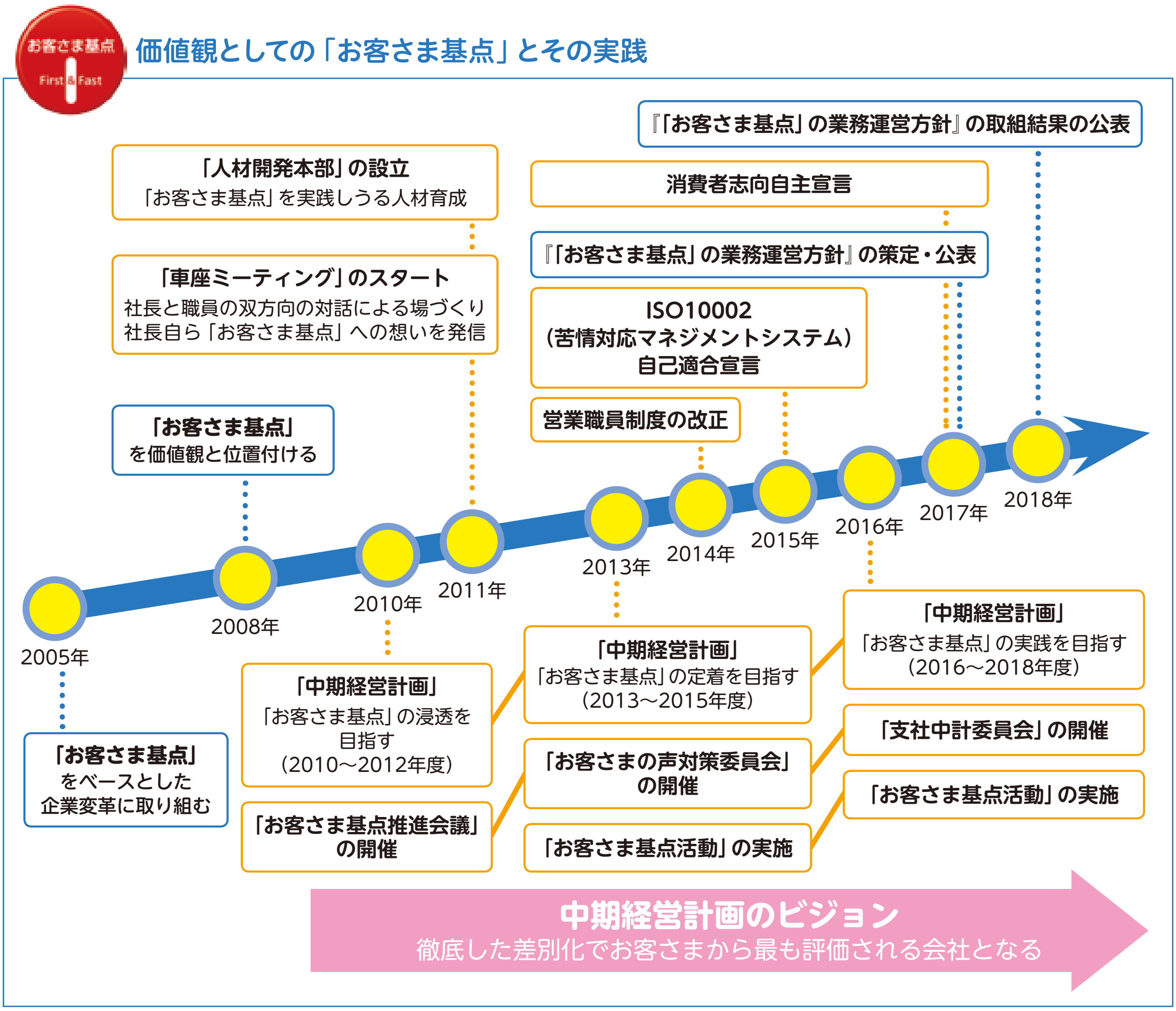
『「お客さま基点」の業務運営方針』

当社は、2005年から「お客さま基点」を実践できる企業を目指し、2008年より「お客さま基点」を価値観と位置付け、最も大切にしなければならないあらゆる企業活動の原点としております。「お客さま基点」とは、当社の役職員一人ひとりが「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまが心から安心できるであろう、富国生命ならではのサービスや経験を創り出し、提供していくことです。

「お客さま基点」のもと、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、2017年６月に『「お客さま基点」の業務運営方針』を策定・公表しております。

価値観としての「お客さま基点」とその実践



『「お客さま基点」の業務運営方針』の取組結果の公表

2019年６月には、本方針に係る2018年度の取組結果を公表いたしました。

当社は、引き続き「お客さま基点」をあらゆる発想や行動の原点とし、お客さま一人ひとりのニーズに対応した保険商品・サービスなどを提供していくことで、お客さまから最も評価される会社となるよう努めてまいります。

『フコク生命グループ：「お客さま基点」の業務運営方針』

フコク生命グループは、「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、フコク生命グループならではのサービスや経験を創り出し、提供していく「お客さま基点」を価値観とし、あらゆる企業活動の原点としてまいります。

この「お客さま基点」という価値観のもと、お客さま・従業員・地域・社会とともに共通の価値を創り出せるよう、お客さま本位の業務運営を遂行してまいります。

決算の概要
お客さま基点
商品・サービス
CSR活動
相互会社運営
経営管理体制

『フコク生命：「お客さま基点」の業務運営方針』

フコク生命は、生命保険業そのものが社会への貢献であると考えております。当社の使命は、生命保険業の公共性を踏まえ、いかなる時にも保険金等を確実にお支払いし、お客さまに安心した生活を送っていただくことです。そのためには、安定した収益基盤と経営の健全性を確保し、お客さま満足度を高め安心して契約をご継続いただく必要があります。当社は、生命保険業を通じて、保険金等のお支払いという経済的なサービスの提供はもとより、お客さま一人ひとりにご安心をお届けしたいと考えております。

フコク生命は、「ご契約者本位」という想いのもと、相互会社として創業されました。ご契約者が保険団体を構成し互いに助け合う相互扶助が保険の精神であり、生命保険会社はご契約者の負託にお応えするために存在すべきで、そのためには相互会社組織が最適であるとの考えに基づき、当社のDNAである「最大たらんよりは最優たれ」を実践し、質を重視した経営の差別化を図ってまいりました。こうした想いや考えは、創業以来変わらぬ経営理念である「ご契約者の利益擁護」、そして価値観である「お客さま基点」に引き継がれております。

フコク生命は、「お客さま基点」に基づいたお客さま本位の業務運営を行い、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、『「お客さま基点」の業務運営方針』をここに定めます。

1.「お客さま基点」の浸透・実践

「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら、お客さまに心からご安心いただける、フコク生命ならではのサービスや経験を創り出し提供することで、お客さまの最善の利益が忠実に図られるよう、「お客さま基点」の浸透・実践に努めてまいります。

2. お客さまの「声」を経営改善に活かす取組み

「お客さま基点」のもと、最優のサービスを提供するために、お客さまの「声」を経営改善に活かしていくことにより、さらなる満足と信頼につながる活動を実践してまいります。

3. お客さまのニーズに対応した責任ある最適な保険商品・サービスの提供

生命保険業の公共性を踏まえ、長期にわたりお客さまの負託にお応えするために、「お客さま基点」のもと、多様化するお客さまのニーズに的確にお応えできる先進性と利便性に優れた保険商品の開発に努めてまいります。ご加入の目的、ライフプラン、財産の状況、保険商品に関する知識などお客さま一人ひとりのご意向をお伺いし、きめ細やかなコンサルティングを通じて、最適なプランをご提案するとともに、お客さまのライフイベントに伴うニーズの変化に対応できるよう努めてまいります。

4. お客さまへの情報提供の充実

保険商品の仕組みや内容はもとより、お客さまにとって重要となる事項についてもご理解いただいたうえで、最適な保険商品をご選択いただけるよう、「お客さま基点」のもと、十分な情報提供とわかりやすいご説明に努めてまいります。

5. お客さまの立場にたったアフターサービスの充実

ご加入から保険金・給付金等のお支払いに至るまで、あらゆるお客さまとの接点において、「お客さま基点」のもと、さらなるご安心につながるよう対応してまいります。

6. お客さまの利益を最優先とした資産運用の実践

「お客さま基点」のもと、生命保険という商品の負債特性を踏まえながら、安全かつ有利の原則に従い、将来にわたって高水準の運用収益を確保する資産運用に努めてまいります。

7. 利益相反の適切な管理

「お客さま基点」のもと、ご契約者の利益擁護を図るべく、お客さまの利益が不当に害されることを防止するための方針やルールを定め、適切な管理を行ってまいります。

8.「お客さま基点」を実践できる人づくり

「お客さま基点」を実践できる人づくりを行うとともに、職員が働きがいを持てるよう自己実現の場を提供し、「お客さま基点」に基づく行動を適切に評価する態勢や動機づけの枠組みなどを構築してまいります。

『「お客さま基点」の業務運営方針』および取組結果については、当社ホームページに掲載しております。
https://www.fukoku-life.co.jp/about/activity/customer-centric/index.html

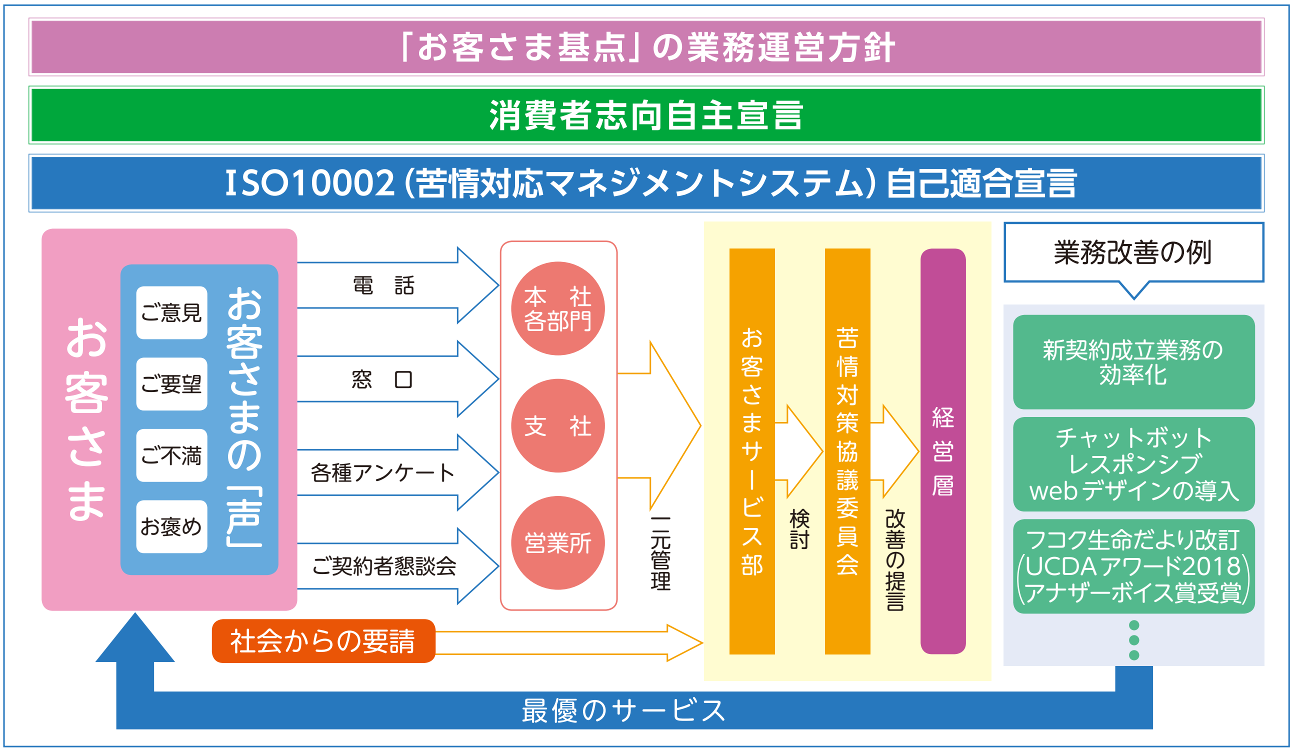
お客さま基点の実践に向けての取組み

当社は「ISO10002」への適合性を今後も維持し、お客さまの「声」や社会からの要請を経営に活かしていくことにより、「お客さま基点」で最優のサービスを提供し、お客さまのさらなる満足と信頼につながる活動に取り組んでおります。

なお、当社の企業活動の原点である“お客さま基点”の取組みを2017年1月に「消費者志向自主宣言」として公表いたしました。

※「ISO10002」
2004年7月に国際標準化機構（ISO）により発行された苦情対応マネジメントシステムに関する国際規格です。

1 お客さまの「声」や社会からの要請を経営に活かす取組み



ISO10002（品質マネジメント－顧客満足－組織における苦情対応のための指針）

ISO10002とは苦情対応マネジメントシステムに関する国際規格であり、お申出を受けた際、組織としてどのような姿勢でどのように対応していくのかを示したものです。当社では、第三者意見書を取得し、2015年９月１日に適合宣言をいたしました。

今後とも「ISO10002」への適合性を維持し、お客さまのさらなる満足と信頼につながる活動に取り組んでまいります。

お客さまサービス部

お客さまサービス部ではお客さまの「声」や社会からの要請を収集・分析し、苦情対策協議委員会で協議のうえ、直接経営層に改善の提言を行い、社内改革を推進しております。

苦情対策協議委員会

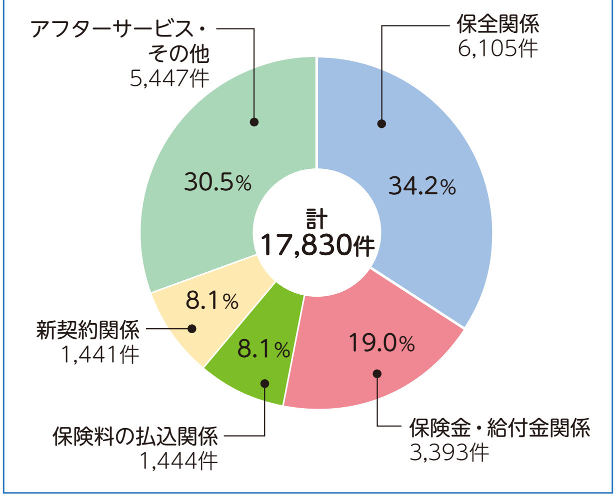
関連部門の部長・室長で構成され、担当役員を委員長として運営されております。その目的はお客さまの「声」や社会からの要請を今後の経営に活かすために、内容の分析・検討を行い、業務の改善策を協議し、所管部門に対策実施を指示することとしております。

また、定期的に外部有識者を招き、提言をいただいております。

【苦情の定義】

お客さまからのご意見・ご不満を幅広く捉え、積極的に経営に活かすため、苦情の定義を「不満足の表明があったもの」としています。

ご不満の「声」の内容（2018年度）



2 お客さまの「声」をお伺いする主な取組み

No.	項　目	内　容
1	ご契約者懇談会	全支社で「ご契約者懇談会」を毎年開催し、フコク生命の経営状況などをお知らせするとともに、契約者さまのご意見・ご要望をお伺いしております。
2	窓口アンケート	本社・支社・営業所の窓口に、「ご意見箱」「お客さま窓口アンケートはがき」を常設し、窓口に来社されたお客さまからのご意見・ご要望などをお伺いできるようにしております。
3	アンケート調査	全契約の中から無作為に抽出した約20,000名の契約者さまに対し、「ご契約者アンケート」を実施し、お客さまの「声」を収集しております。また、「フコク生命だより※」のアンケートでも、お客さまの「声」をお伺いしております。 ※フコク生命だより…毎年８月頃、契約者さまあてに契約状況を郵送で通知する冊子。
4	お客さまデータベース	お客さまからのお申出は「お客さまデータベース」で一元管理しており、お申出に対して速やかに対応できる体制を構築しております。また、「お客さまデータベース」は改善課題の抽出にも役立てております。

3 お客さまの「声」や社会からの要請による改善例

No.	項　目	内　容
1	新契約成立業務の効率化	申込みや告知を画面上で行うペーパーレス手続きにより、申込内容のデータ化を図ったことで新契約成立業務が効率化され、お客さまにより早く保険証券をお届けすることが可能となりました。また、2018年4月より「告知照会専用ダイヤル」を設置しました。告知に関する専門知識を有したオペレーターを配置し、正しく告知いただくためのサポート体制の強化を図りました。
2	チャットボット レスポンシブwebデザイン の導入	2018年４月よりオフィシャルホームページに「よくあるご質問（FAQ）」の中で特に照会の多い内容について、非営業日や営業時間外などでもお客さまサポートを行えるようチャットボット※を本格導入しました。2018年11月には、レスポンシブwebデザインを導入し、タブレット・スマートフォンからの閲覧に対応し利便性を高めました。 ※チャットボットとは…「チャット（LINEのように文字で会話ができるコミュニケーション手段）」と「ボット（ロボット）」を組み合わせた言葉で「自動会話プログラム」のこと。
3	フコク生命だより改訂 （UCDAアワード2018 アナザーボイス賞受賞）	ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会が主催する「UCDAアワード2018」の生命保険分野において、生活者からの評価が高いコミュニケーションデザインに与えられる「アナザーボイス賞」を受賞しました。カラーによる情報整理と一覧表を活用したデザインや封筒に点字を導入し視覚に障がいのある方にも配慮したデザインの改訂を行いました。

4 消費者志向自主宣言

当社の企業活動の原点である“お客さま基点”の取組みを、2017年１月に「消費者志向自主宣言」として公表いたしました。

1 理念

私たちは、「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながら行動する“お客さま基点”を全ての企業活動の原点としております。
お客さまの利益を守り、社会に貢献し続けるとともに、役職員一人ひとりが働きがいを持てるよう、自己実現の場を提供します。

2 取組方針

（1）経営トップのコミットメント
お客さま基点を実現することを目的に自己適合宣言したISO10002（苦情対応マネジメントシステム）に基づき、お客さまのさらなる満足と信頼につながる活動を実践します。

（2）コーポレートガバナンスの確保への取組み
お客さまの「声」はデータとして蓄積し､社内で共有しています。当社役職員で構成する「苦情対策協議委員会」でお客さまの「声」に関する外部有識者のご意見を伺い、協議のうえ、直接経営層に改善を提言します。

（3）役職員の積極的活動への取組み
役職員一人ひとりに対して、適切な研修の機会を提供し、お客さまのさまざまなご要望やご相談にお応えできる人材の育成に努めます。

（4）情報提供の充実・双方向の情報交換への取組み
お客さまとのFace to Faceの情報提供を充実させるとともに、アンケートなどを実施して、お客さまの「声」をお伺いし、業務改善に活かします。

（5）消費者・社会の要望を踏まえた改善への取組み
高齢のお客さまなどへのサポートを充実させるとともに、ユニバーサルデザインを取り入れたわかりやすい帳票を提供します。

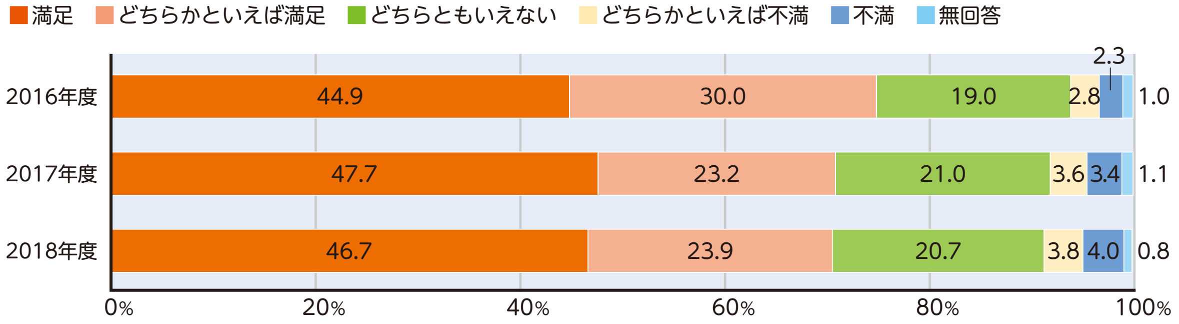
お客さま満足度へのこだわり

昨年度に引き続き契約者さま約20,000名に対して、郵送・WEBアンケートを実施しました（有効回答数：4,239名）。アンケートではお客さまの「声」をお伺いするとともに、「お客さま満足度」の調査を行い、会社施策・改善策の策定や自己検証に役立てております。また当社は中期経営計画（2016年度～2018年度）において、「徹底した差別化でお客さまから最も評価される会社となる」ことを目指し、「お客さま満足度向上」を最重要課題として取り組んでおります。

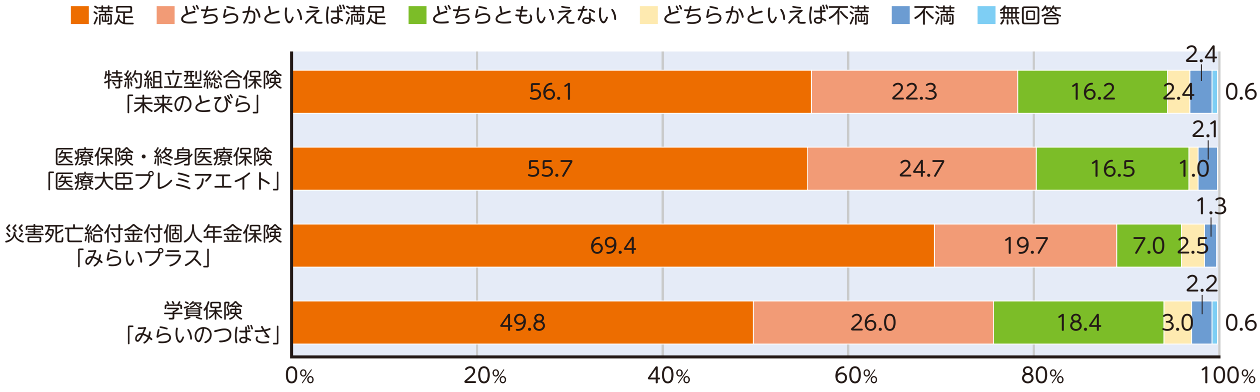
1 総合満足度

2018年度のアンケート調査による当社に対する契約者さまの満足度は、「満足」「どちらかといえば満足」を合計した割合は70.6％（昨年度比▲0.3％）、「不満」「どちらかといえば不満」の合計は7.8％（昨年度比＋0.8％）となりました。

今後も満足度の増加と不満層の解消により、引き続きお客さま満足度の向上を図ってまいります。



2 商品別満足度



金融ADR（裁判外紛争解決手続）

金融ADR（裁判外紛争解決手続）とは、身の回りで起こる金融機関とのトラブルを、裁判ではなく中立・公正な第三者に関わってもらいながら柔軟な解決を図る手続きです。

生命保険業務に関する指定紛争解決機関は、生命保険協会となっており、当社は2010年10月から生命保険協会との間で、紛争解決等業務に関する契約を締結しました。

当社とお客さまとの間で十分に話し合いをしても問題の解決がつかない場合には、生命保険協会の裁定審査会に申立てをすることができます。

生命保険協会へのお申出・相談窓口は下記の通りです。

一般社団法人生命保険協会　生命保険相談所　〒100-0005　東京都千代田区丸の内3-4-1　新国際ビル3Ｆ
電話：03-3286-2648（平日9:00～17:00）
ホームページアドレス：https://www.seiho.or.jp

お客さまの「声」を経営に活かします。

お客さまセンター

　お寄せいただいたお客さまの「声」はデータとして蓄積し、社内で共有・活用することにより、さらに質の高いサービスを提供してまいります。

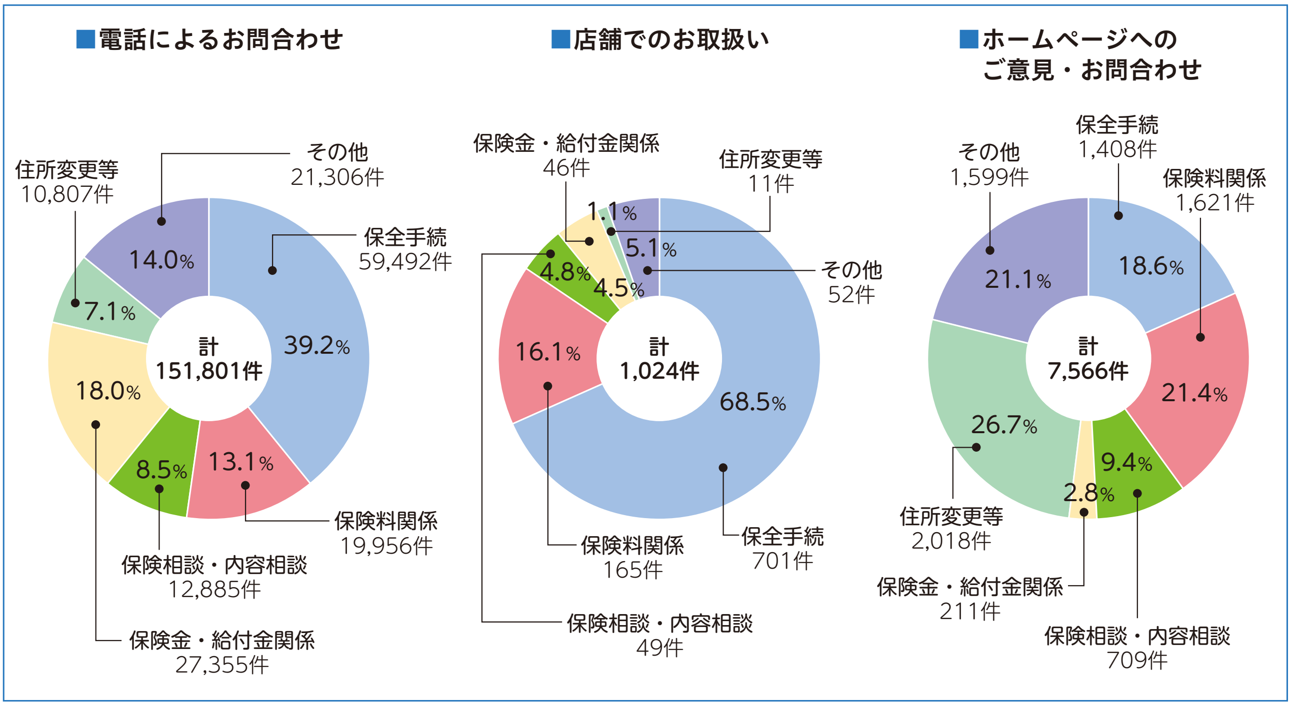
　2018年度の本社へのご相談は、電話によるお問合わせが151,801件、店舗でのお取扱いは1,024件、ホームページへのご意見・お問合わせは7,566件でした。

　これからもお客さまの「声」を大切にすることにより、最優のサービスを提供するように努めてまいります。

全国62支社と内幸町本社ビルにお客さま窓口を設けております

　お客さま窓口では、保険に関するお手続き・ご相談を承っております。富国生命内幸町本社ビルにある「Hello Kitty Forest」ではお客さま窓口にて保険に関するご相談やお手続きを承るほか、当社のイメージキャラクターである「ハローキティ」を鑑賞できるギャラリーを併設しております。

ご相談・お申出の内容（2018年度、本社お客さまセンター）



お客さまサービス担当

　担当のお客さまアドバイザーが退職となったご契約等については、お客さまの大切な保険のアフターサービスを専門に担当する“お客さまサービス担当”が定期的にご自宅を訪問させていただいております。2019年４月１日現在、全国各支社に総数240名（男性223名、女性17名）を配置し、各種お手続きはもちろんのこと、ご加入の保険に関する疑問・ご不明な点などに、迅速に対応できる体制を整えております。

お客さま基点にもとづく適切な保険金等のお支払いに努めます。

当社では、お客さまの生活を守るという公共性の高い生命保険事業を行う企業として、お客さまの信頼に応えるために、保険金等支払管理態勢の整備・強化を行い、お客さま基点による適切な保険金等のお支払いを行うよう努めております。

主な取組み

ご請求手続き案内について

お客さまからのご請求受付からお支払いにいたるまでを一括して管理する「給付金等請求案内システム」を構築し、必要書類や保障内容を記載した請求書類をお渡しすることで、書類不備や請求もれを防止し、お客さまの利便性の向上を図っております。

また、契約ご加入時や給付金等のご請求時に、小冊子「保険金・給付金のご請求のまえに」をお渡しし、お支払いに関する基本的なことがらについて、より早い段階でご理解を得られるよう情報提供に努めております。

給付金の支払システムについて

診断書の内容をデータ化し医学情報と照合を行う「診断書査定支援システム」、査定ノウハウの機械化により自動査定を実現した「給付金イメージワークフローシステム」、テキスト化した診断書のデータを一定のルールに基づきコード化する日本IBM社の「WatsonExplorer（ワトソンエクスプローラー）」の導入により、給付金支払査定事務の精度向上と迅速なお支払いを実現しました。

検証態勢の充実

支払査定部門から独立した組織である「支払監査室」を2006年10月に設置し、保険金・給付金の支払・案内の必要性などに関して、全件検証を行っております。また、外部専門家（大学教授・弁護士）を含めたメンバーにより構成される「支払審議委員会」を設置し、外部専門家の視点から当社の保険金・給付金の支払査定の適切性を審議し、保険金等支払管理態勢の充実を図っております。

保険金・給付金のお支払い状況について

2018年度に保険金等をお支払いしたご契約は、保険金10,067件・給付金265,077件となりました。一方で、適正な支払査定の結果、お支払いに該当しないと判断した契約は、保険金445件・給付金7,796件でした。

■お支払い件数とお支払いに該当しないと判断したご契約件数（2018年度）

区分		保険金	給付金	合計
支払件数		10,067	265,077	**275,144**
支払非該当件数		445	7,796	**8,241**
内訳	詐欺取消・詐欺無効	0	2	**2**
	不法取得目的無効	0	0	**0**
	告知義務違反解除	11	311	**322**
	重大事由解除	0	5	**5**
	免責事由該当	29	112	**141**
	支払事由非該当	405	7,366	**7,771**
	その他	0	0	**0**

※上記件数は、請求種類ごとに集計した、個人保険・団体保険の合計です。ご契約内容によっては1契約で複数の件数を集計する場合があります。
※満期保険金や生存給付金など、特段の支払査定を要しないものは含んでおりません。
※上記件数については生命保険協会で策定した基準に則って集計しております。

■用語のご説明

用語	説明
詐欺による取消・無効	契約者または被保険者の詐欺により保険契約が締結（または復活）された場合、保険契約は取消または無効となり、保険金等の支払事由に該当していても、これをお支払いすることはできません。また、既に払い込まれた保険料も払い戻しません。
不法取得目的による無効	契約者が保険金等を不法に取得する目的または他人に保険金等を不法に取得させる目的で保険契約を締結（または復活）した場合、保険契約は無効となり、保険金等の支払事由に該当していても、これをお支払いすることはできません。また、既に払い込まれた保険料も払い戻しません。
告知義務違反による解除	契約者または被保険者の故意または重大な過失によって、事実を告知されなかった場合や事実でないことを告知された場合には、ご契約が告知義務違反により解除となり、保険金等をお支払いできないことがあります。
重大事由による解除	保険金等を詐取する目的で事故を起こした場合や、保険金等の請求に関して詐欺行為があった場合、ご契約が解除となり、保険金等をお支払いできないことがあります。
免責事由に該当	約款に規定されている「保険金・給付金を支払わない場合」（免責事由）に該当した場合は、保険金等の支払事由に該当しても、これをお支払いすることはできません。免責事由は、ご契約の保険種類や加入時期によって異なります。
支払事由に非該当	保険金等が支払われるのは、約款に規定されている支払事由に該当した場合です。したがって、支払事由に該当しない場合は、保険金等をお支払いできません。

お客さまを第一に考え、適正・適切な営業活動に努めてまいります。

● 営業活動方針

当社は、金融商品の販売をはじめ消費者契約に関するトラブルを防止するためのルールである「金融商品の販売等に関する法律」と「消費者契約法」を遵守し、「ご契約者の利益擁護」という創業以来の経営理念のもと、お客さまを第一に考えた適正・適切な営業活動に努めてまいります。

なお、当社では「金融商品の販売等に関する法律」にもとづく「勧誘方針」として「富国生命の営業活動方針」を定めて公表しております。

※『確定拠出年金制度における運用関連運営管理業務に関する方針』については、別途定めております。（101ページをご参照ください。）

「金融商品の販売等に関する法律」の概要

- 金融商品販売業者等は、お客さまに対し、以下の二点を原因として元本欠損する可能性があるときは、その説明をする義務があり、それを怠ったことによりお客さまに損害が生じた場合には、損害賠償責任を負う。

1. 相場の変動を直接の原因として元本欠損が生じる場合　（市場リスク）
2. 生命保険会社の破綻などを直接の原因として元本欠損が生じる場合　（信用リスク）

- 金融商品販売業者等は、商品の勧誘に際し、適正の確保に努め、勧誘方針を公表しなければならない。

「消費者契約法」の概要

- お客さまは、保険会社などの事業者の不適切な行為により、契約の申込または承諾に際して、自由な意思決定が妨げられた場合、それにより締結した契約を取り消すことができる。

▼ 不適切な行為の例

1. お客さまに事実を誤って認識（誤認）させるような行為
2. お客さまを困惑させるような行為

富国生命の営業活動方針

富国生命は、「ご契約者の利益擁護」という創業以来の経営理念の下、生命保険をはじめとする金融商品の販売にあたりましては、お客さまを第一に考え、以下の方針にもとづいて適正・適切な営業活動を行います。

1. コンプライアンス（法令等遵守）の精神にもとづき、保険業法をはじめとする関係諸法令や、諸規則、ルールなどを遵守し、適正・適切な営業活動を行います。
2. お客さまの商品に関する知識、ご加入の目的、財産の状況、ライフプランなど、お客さま一人ひとりの意向や実情をお伺いし、コンサルティングセールスを通じて、適切な情報の提供とお客さまのニーズにあった商品の提案をします。そのうえで、提案する内容がお客さまご自身の意向と合致していることを確認できる機会を確保します。
高齢の方へは、商品内容等を十分ご理解いただけるよう、より丁寧に対応します。
また、未成年者を被保険者とする生命保険契約については、モラルリスクを排除・抑制する観点から適切に募集します。
3. お客さまご自身の判断により最適な商品をお選びいただけるように、商品内容やご契約に関する重要な事項について、十分にご理解いただけるように説明します。
また、インターネットを活用した通信販売などのように、お客さまに直接対面しない販売方法については、説明方法を工夫します。
4. お客さまを訪問する場合などには、お客さまの立場になって時間・場所などに十分に配慮します。また、お客さまのプライバシーをお守りするために、お客さまの情報については、厳正に取り扱います。
5. お客さまに十分なコンサルティングができるように、職員に対する研修体制や支援体制をさらに充実させ、お客さまに満足してご契約していただけるように努めます。
6. ご契約後もお客さまのさまざまなご要望にお応えできるように、お客さまサービス体制の充実に努めます。
7. 今後もお客さまのさまざまなご意見、ご要望の収集に努め、お客さまにより一層満足していただけるように努めます。ご意見、ご要望などがございましたら、下記のお客さま相談窓口または最寄りの支社までご連絡ください。

フコク生命　お客さまセンター　0120-259-817

※『営業活動方針』は「金融商品の販売等に関する法律」にもとづいて定めたものです。
（注）『富国生命の営業活動方針』は下記の方法により公表しております。
○本社・支社・営業所等にポスターを掲示　○当社ホームページへの掲載（https://www.fukoku-life.co.jp）

「お客さま基点」を実践できる人づくりに力を入れてまいります。

当社は、あらゆる企業活動の原点として「お客さま基点」を掲げ、徹底した差別化でお客さまから最も評価される会社を目指しております。そして、この「お客さま基点」を実践し、徹底した差別化を生み出していく源泉は「人（従業員）」であると考えております。

経営方針のひとつである「お客さま基点での人材育成」にもありますように、当社では「お客さま基点を実践できる人づくり」を目指し、2011年3月に人材開発本部を立ち上げ、同年10月には全職員へのメッセージとして「人づくり宣言」および「人づくり基本方針」を発表しました。当社の「人づくり」とは、働くすべての人が働きがいを持ってお客さま基点を実践できるよう、“個”としての成長を促す“環境”や“場”をつくることです。今後とも、この「人づくりは場づくり」という基本方針のもと、お客さまアドバイザー、内務職員の中長期での人材育成に経営資源を配分し、重点的に取り組んでまいります。

1 人づくり宣言

― フコク生命は「人」が原点である。―

この厳しい環境のもと、「徹底した差別化でお客さまから最も評価される会社となる」という“ありたい姿”を実現するためには、勝てる、強い組織をつくり上げなければならない。そのためには、職員一人ひとりの個性を活かし、尊重する「本当の意味で人が育ち、活躍できる」組織づくりが必須である。

皆が人を育てるという意識を持ち、フコク生命ならではの「人づくり」の文化を築いていこうではないか。

～ 人づくり宣言より抜粋 ～

2 人づくり基本方針

成長を支える「人づくりの根幹」と、それを通じて身につけ、高めてほしい、フコク生命が「『求める人材像』3つの要件」

当社は役職嘱員の健康増進は人材育成である（「健康づくり」＝「人づくり」）という考え方のもと、会社を挙げて健康保持・増進（健康経営）の取組みを進めてまいります。

1 フコク生命「健康づくり」宣言

当社では「人づくり基本方針」のもと、当社役職員が心身ともに健康で、能力や個性を最大限発揮することにより、各々の働き甲斐が向上し、「お客さま基点」の価値観に基づく、お客さま本位の業務運営ができると考えております。
当社が創業以来培ってきた経営理念に基づき、会社、役職員並びにその家族が一体となって「健康づくり」に取組むことで、自らの健康に心がけることと共に、安全な暮らしや健康を望むお客さまの気持ちに応え、地域、社会に貢献できる健康的な経営を推進してまいります。

代表取締役社長　米山　好映

2『健康経営優良法人～ホワイト500～』に２年連続で認定

2019年２月21日に、経済産業省が日本健康会議と共同で主催する「健康経営優良法人～ホワイト500～」に２年連続で認定されました。

今後も当社が創業以来培ってきた経営理念に基づき、役職員並びにその家族が一体となり自らの健康に心がけ、地域、社会に貢献できる健康的な経営を推進してまいります。

2019
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

当社の主な取組み

- 全従業員の定期健康診断の完全実施
- メリハリ休暇取得の推進
  —半期ごとに各３日の普通休暇を取得することとし、さらなるワーク・ライフ・バランスの充実を目指す。
- 総労働時間の縮減
  —働き方改革実現に向けたガイドラインを策定し、全社統一的に早帰りを目指す。
  —長時間労働を行っている従業員に対しては、産業医による面談や人事部からの指導等により、長時間労働の是正を図る。
- ストレスチェックや産業医・産業カウンセラーによるメンタル面のきめ細かなケアを行う。
- 従業員向けのインセンティブ事業「フコク健康ポイント」を導入し、従業員自身の健康状態の把握や健康の維持・増進を図る。

3 富国生命健康保険組合とのコラボヘルス

当社と富国生命健康保険組合では、各々が保有する従業員の健康情報を共同利用することで、より効率的かつ効果的な健康対策を実施できると考え、「健康情報の共同利用に関する覚書」に基づき、従業員の健康保持・増進に資する共同事業（コラボヘルス）を展開しています。

コラボヘルスの内容と共同利用する情報の範囲等

❶ 健診結果及びリスク保持者データの共有による事後指導
❷ 高リスク保有者に対する医療機関への受診勧奨
❸ 健康関連情報の発信とインセンティブ事業

フコク健康ポイント

従業員向けインセンティブ事業「フコク健康ポイント」の導入

富国生命健康保険組合では、従業員に自分の健康をより意識してもらうため、各自のスマートフォン等から利用する「健康増進プログラムサイト『フコク健康ポイント』」を導入し、個々人に応じた健康情報の発信事業、並びに禁煙や運動・食事などの生活習慣の見直しや日々の歩数などに応じて商品交換可能な「健康ポイント」を付与するインセンティブ事業を実施しています。

働きやすい職場づくりに取り組んでいます。

当社では、個人の多様性を尊重し、各自の力を効果的に発揮できるよう、障がい者雇用や女性の活躍推進、仕事と子育ての両立支援など、ダイバーシティの推進に取り組んでいます。

● 障がい者雇用の推進

当社は障がいのある方もその個性を発揮して働くことにより企業の活力となっていくと考えており、障がいのある方の雇用に積極的に取り組んでいます。

雇用状況（2019年３月末時点）

当社では、全国の拠点で202名の障がいのある方が働いています。
現在の雇用率は2.07％であり、法定雇用率（企業が達成すべき障がい者の雇用率）2.20％に対し、下回っている状況です。

雇用環境の整備

当社の障がい者雇用の特徴は、さまざまな障がいをもった方が、健常者と同じ職場で働いていることです。障がいのある方に最大限の力を発揮していただけるよう、入社前の方に対する就労体験を実施して、業務上の課題に加え障がいへの配慮事項を確認し、障がい状態に適した柔軟な対応に努めています。就労後も上司と本人との面談や就労支援センターとの連携により定着支援を実施し、より良い職場作りに繋げています。

また、2018年４月より障がい者雇用の職制について制度改正を行い、給与等の見直し、無期雇用化等の処遇改善を行いました。さらに2019年４月からは人事評定制度を導入し、評定結果によって職位が変わるランク制度や早期無期転換制度を設けました。

これらの取組みにより、2018年度東京都より「心のバリアフリー」サポート企業に登録されました。「心のバリアフリー」サポート企業とは、全ての人が平等に社会参加できる社会や環境について考え、そのために必要な活動を実施している企業のことです。

地域とのつながり

行政や福祉関係機関主催の雇用促進イベントなどに参加し、雇用企業や企業就労を目指す障がいのある方への情報提供や交流を行っています。

2018年度は千葉ニュータウン本社のある印西市より地域自立支援協議会（主催：印西市）の委員を委嘱されました。当社の取組みが、障がい者雇用促進のために、お役に立てればと考えています。

● 女性の活躍推進

女性職員が就業継続し、活躍できる雇用環境の整備を行うために、米山社長のポジティブアクション宣言の下、女性の活躍できる場の拡大や職場風土作りなどに取り組んでいます。

※当社のポジティブアクション宣言内容は「職場風土の改革」「女性の能力開発」「女性管理職の増加」の３点を宣言しています。

イクボス企業同盟への加盟

▲2018.10「ダイバーシティマネジメント研修会」

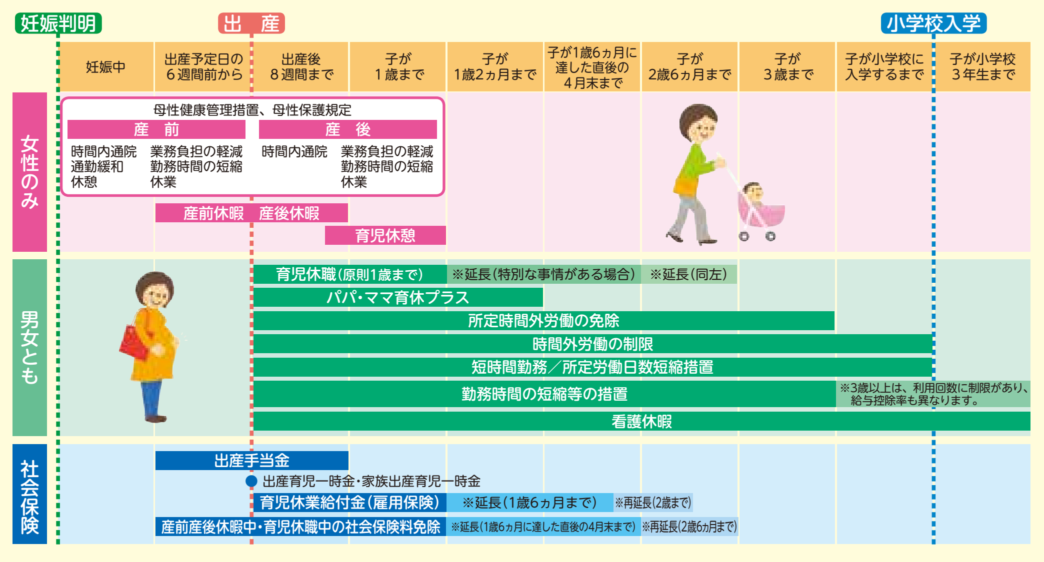
当社は、特定非営利活動法人ファザーリング・ジャパンが設立した「イクボス企業同盟」に加盟しています。「イクボス企業同盟」とは、女性活躍推進やイクメンなど社員が多様化する時代において、「イクボス※」の必要性を認識し、積極的に自社の管理職の意識改革を行って、新しい時代の上司（イクボス）を育てていこうとする企業ネットワークです。2018年10月には特定非営利活動法人ファザーリング・ジャパン理事の川島高之氏を講師に招き、本社管理職向けに「ダイバーシティマネジメント研修会」を行い、管理職層からワークライフバランスを尊重した職場風土の醸成を進めています。

※イクボスとは……職場で共に働く部下・スタッフのワークライフバランス（仕事と生活の両立）を考え、その人のキャリアと人生を応援しながら、組織の業績の結果も出しつつ、自らも仕事と私生活を楽しむことが出来る上司（経営者・管理職）のこと。男性管理職に限らず女性管理職も含みます。

● 仕事と子育ての両立支援

当社は、仕事と子育ての両立を図りながら、安心して働くことのできる職場環境をつくるために、次世代育成支援対策推進法にもとづく行動計画を策定し、育児支援などに取り組んでいます。この取組みが評価され、2009年、2012年と2015年に、「次世代認定マーク（くるみん）」を取得しています。また、仕事と子育てに関連する諸規程や手続き方法をわかりやすくまとめた「仕事・子育て応援ガイド」を作成しています。このガイドには、出産・育児経験者の意見、具体的事例にもとづく説明やQ&Aを掲載するなど、仕事と子育ての両立を目指す職員はもちろん、その上司や同僚・事務担当者も参考にできる内容としています。

■子育てに関する主な制度



ランチ交流会・ファミリーデーの実施

2014年度より仕事と子育てに関する情報共有の場として、年2回ランチ交流会を開催しています。育児休職中の職員やその同僚、子育て中の職員等が参加し、同じような立場の職員同士で悩みや情報、経験を共有することで、新たな気づきやはげみを得ることができ、働きやすい職場環境の醸成につながっています。

また、職員の家族に会社を訪問してもらう本社「ファミリーデー」は2018年度で６回目の開催となりました。職員の家族に会社を知ってもらい、職場においては、それぞれの職員に家族があることを再認識することで、相互理解を深め、より働きやすい職場環境を醸成することを目的としています。

● 仕事と介護の両立支援

2017年９月には介護が必要になったときに仕事と介護の両立ができるように、介護の現状や事前の心構えなどに関する介護のセミナーを本社にて行いました。また、2018年３月には介護への心構えや会社の制度をまとめた「仕事と介護の両立支援ハンドブック」を作成し、介護との両立支援に取り組んでいます。

● 産業カウンセラーの配置について

職員の精神的健康の保持増進を図るため、産業カウンセラーを社内に配置し、職場内のメンタルヘルスケアに積極的に取り組んでいます。また、相談方法については、勤務地に関わらず、誰でも気軽に利用できるよう、面談、電話、電子メールによる相談を受付けています。

営業職員体制の強化のため、営業所長教育に注力しております。

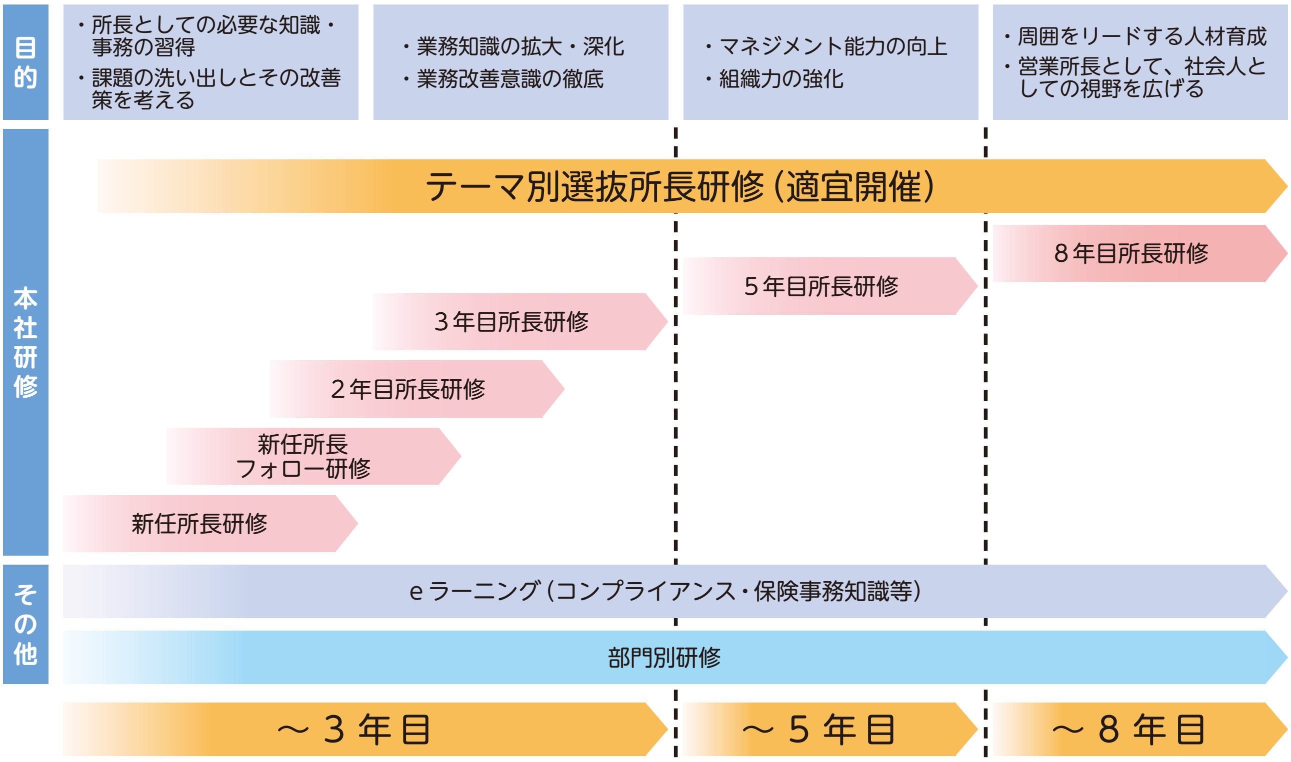
営業所長は「お客さま基点」を実践できる「お客さまアドバイザー」づくりに、日々努めております。当社では、その要となる営業所長への教育を、定期的に実施しています。

「営業所長候補者」向け研修

中途入社者の営業所長専門コースである「営業総合職制度」は、採用から育成に至るまで一貫性のある育成プログラムのもと、営業所長登用に向けスキルや人間力を高めていく教育を行っています。そして、早期所長昇格コースも設け、適正な期間を経て営業所長となり営業の最前線を担っています。内務職員総合職については、将来の経営幹部候補を育てる「経営塾」（後述）があり、ここから営業所長も数多く輩出しております。

「営業所長」

営業所長任命後３年間については定期的に、所長在任期間に応じた営業所経営理論や営業所長としてのスキルアップ研修を実施しています。３年目以降は、社外講師による研修と相互研鑽の機会を提供することで、新たな気づきと成長の場をつくっています。



信頼されるお客さまアドバイザーの育成に努めております。

当社では、生命保険協会による業界共通教育制度をベースにFP資格（国家資格ファイナンシャル・プランニング技能士、日本FP協会AFP資格）取得を推進しております。また、「継続教育制度」を通じてご契約からアフターサービス、保険金・給付金のお支払いに至るまで、お客さまのさまざまなご要望やご相談にお応えできるような信頼されるお客さまアドバイザーの育成に努めております。

教育体制

人材開発本部では、お客さまアドバイザーの教育体系の企画立案、各種教材の制作にあたるとともに、本社集合研修を実施しております。

支社には、お客さまアドバイザーの指導担当として営業部長・営業次長を配置し、教育トレーナーを始めとする教育担当者とともに各種集合研修および実践指導を行っております。

教育システム

お客さまアドバイザーに対する教育訓練は、以下のとおりです。

❶初期教育～継続教育制度　入社後は、生命保険協会のカリキュラムに準拠した研修を実施し、協会が実施する一般課程試験に合格した者がビジネスマナーを始めとした社会人としての基本や商品知識など、フコク生命で営業活動をする上での基本的項目を習得します。

さらに3月目研修を実施しますが、これら一連の3ヵ月におよぶ研修を「Fスクール」と呼び、真にお客さまから選ばれるお客さまアドバイザーづくりを目指した初期教育を行っております。

営業活動を行うにあたり「お客さま対応力」の向上を目的として、「コンプライアンス」「生命保険の実務」をテーマとした研修を、eラーニングにより毎月継続的に実施しております。

これらは、お客さまサービス全般の対応力向上を目指した内容にしております。

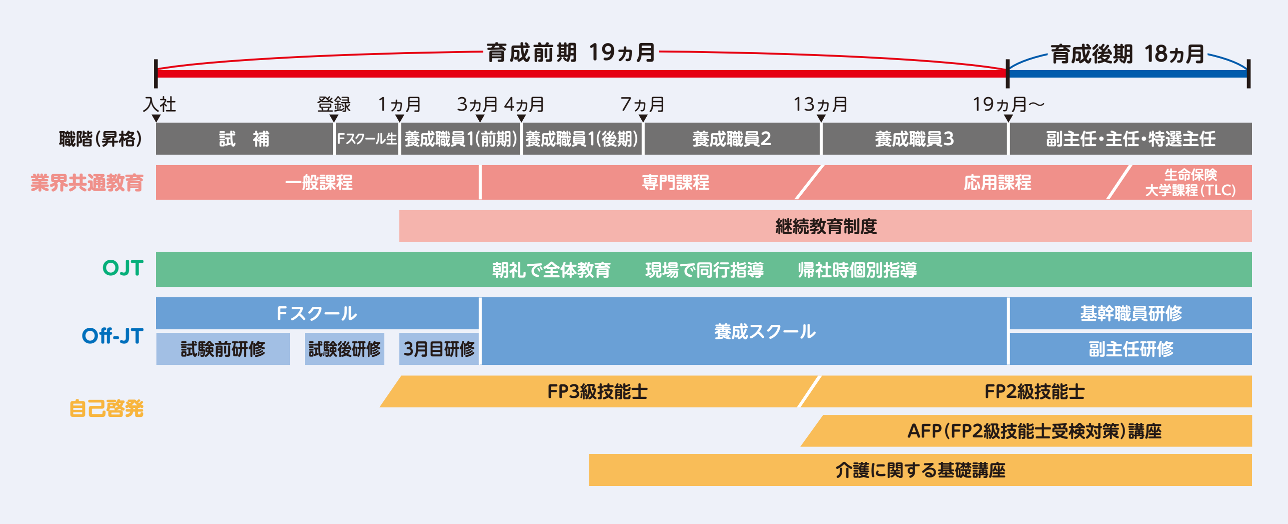
❷業界共通教育　生命保険協会による業界共通教育各課程を新人層の教育システムに取り入れ、専門課程試験・応用課程試験の早期合格、生命保険協会認定FPであるTLC（トータル・ライフ・コンサルタント）の資格取得を推進し、お客さまアドバイザーのレベルアップを図っております。

❸教材提供　お客さまアドバイザーへの知識付与・スキルアップを目的として、以下のような教材を作成・提供しております。

・**教育誌**　お客さまアドバイザー・マネージャー・営業所長取材記事を中心に掲載しております。

・**視聴覚教材**　営業所での好取組事例などを映像化し教育効果の向上を図っております。

教育システム



さまざまな研修などで人材の育成に取り組んでおります。

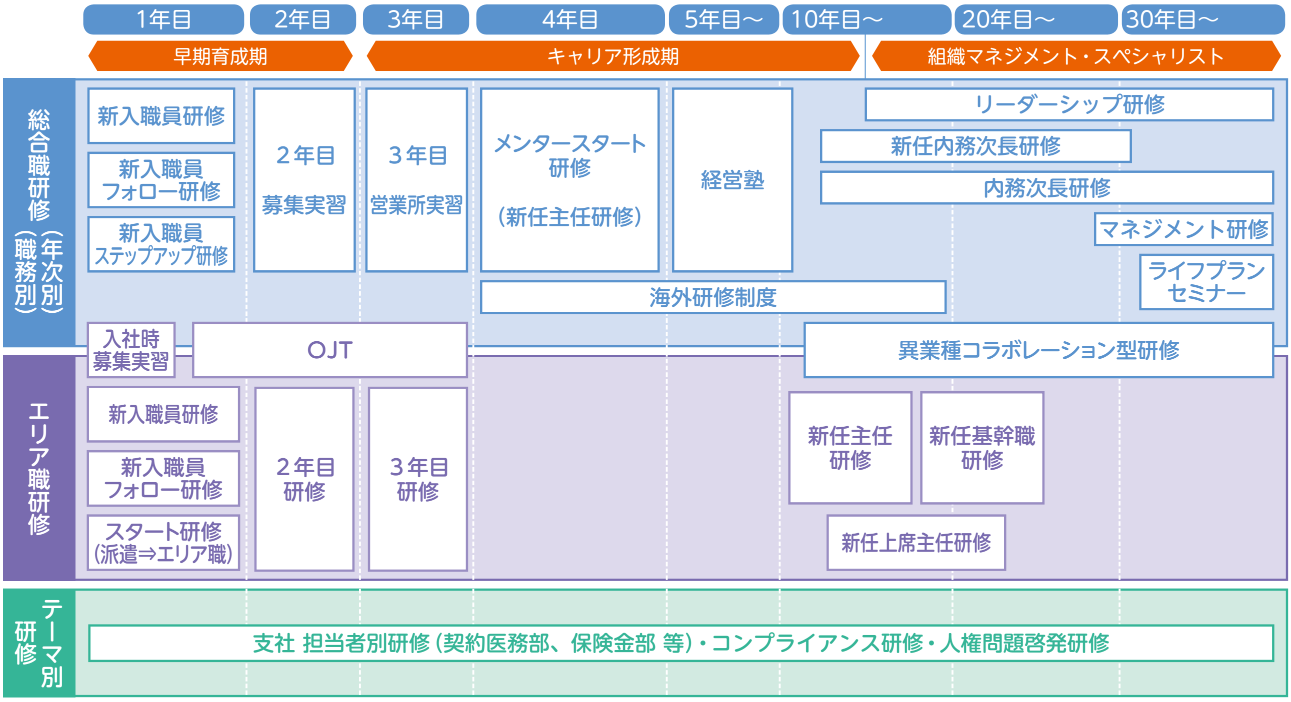
お客さまに確かな安心やサービスをご提供するには“お客さま基点”で考え、行動する人材を育成することが重要です。当社では、さまざまな研修によって、人材の育成に取り組んでおります。

総合職・エリア職の教育体制

総合職については入社から７年目までを重要な初期教育期間と位置づけ、年次ごとの研修とメンター制度を活用し、ビジネスパーソンとして確実にスキルアップしていくための育成プログラムを設けております。研修は、新入職員研修をはじめ、４年目まで年次ごとの研修を行い、キャリア形成を図ります。その他、新任役職者に対する任命時研修、リーダーシップ習得を目指す研修、人材活性化を促す異業種コラボレーション型研修、公募型の海外研修制度など各種導入し人材育成に取り組んでおります。

エリア職についても、新入職員研修に始まり３年目までの年次ごとの研修を実施しており、主任、基幹職への昇格時にリーダーシップ研修を行うなど、お客さまに良質なサービスを提供できる人材として成長するとともに、キャリアアップ志向を醸成するための各種研修を設けております。また総合職、エリア職隔てなく、集合研修以外に各種の能力開発支援制度を用意し、自己実現をサポートしております。

内務職員人材育成プログラム



メンター制度

「メンター制度」は総合職の主任昇格年に全員がメンターとなり、それぞれが担当する新入職員（以下、メンティ）の相談に乗り、助言を与えながら、育成に主体的に関わるというものです。特長として、異なる所属の先輩がメンターになることとしており、所属を越えた「人づくり」を体感し指導力・リーダーシップを深く学べます。関係の質を深める狙いから、メンター・メンティ合同で東日本大震災の被災地復興支援活動も行っております。メンティが前向きに仕事に向き合い成長していく姿をフォローすることで、メンター自身の成長にもつながっています。

経営塾

「経営塾」は、入社４～７年目の若手職員に、将来の経営幹部となり得る人材の育成を行なう、フコク生命独自の研修プログラムです。対象職員は経営塾生として一旦業務を離れ、１年間にわたりユニークで刺激的な研修を経験します。基本コンセプトは、リーダーとしての「基本姿勢」と「基本動作」を身につけてもらうこと。その実現に向けて、『現場力を磨く』『本質力を磨く』『リーダーシップを磨く』という３つのテーマを設け、１年間をかけてステップアップしていけるようカリキュラムを構成しています。

社長自ら参加する「場づくり」を実践しております。

女性活躍

当社では、個々人がモチベーションを高めながら、一人ひとりがやりがいをもって生き生きと働けるよう、女性活躍を人づくりの重要施策の一つに位置付けています。2012年よりお客さまアドバイザー・内務職員合同の研修「女性活躍推進フォーラム」を毎年開催し、モチベーション向上・次世代の女性リーダーの育成に力を入れています。

■2012～2018年度参加者数（過去７年間）

	総 数	お客さまアドバイザー	内務職員
第１回	25	16	9
第２回	31	15	16
第３回	30	15	15
第４回	29	15	14
第５回	30	15	15
第６回	30	15	15
第７回	30	15	15
	205	**106**	**99**

社長車座ミーティング

社長自ら、職員と膝を突き合わせて双方向で対話をする「場」を設けています。トップメッセージとして会社の目指していることや方向性、お客さま基点についてなどを直に伝えると同時に、職員からの率直な質問や意見を聞いて、その場で回答しています。

■2011～2018年度開催実績（過去８年間）

開 催 地	回　数	参加者数
本　　社	218回	1,516名
支　　社	45回	486名
そ の 他	2回	16名
累　　計	**265回**	**2,018名**

働き方改革への取組み

当社では、働く職員一人ひとりが、効率的で生産性の高い働き方を実現することにより、創出した時間を新たな価値の創造にあて、結果として職員および会社が持続的に成長してゆくことを目的とした、「働き方改革」を推進すべく、「働き方改革プロジェクト」を立ち上げ、さまざまな方面から働き方の見直しに取り組んでおります。