

1 特定事案調査

【ご意向確認】

1月28日時点

ご意向確認	対象人数 (万人)	割合 (%)	12/18公表 からの進捗 (百人)	12/18公表	
				対象人数 (万人)	割合 (%)
ご案内が終わっているお客さま	15.4	98	4	15.4	98
ご意向確認ができたお客さま	13.2	85	46	12.8	82

【契約復元等】

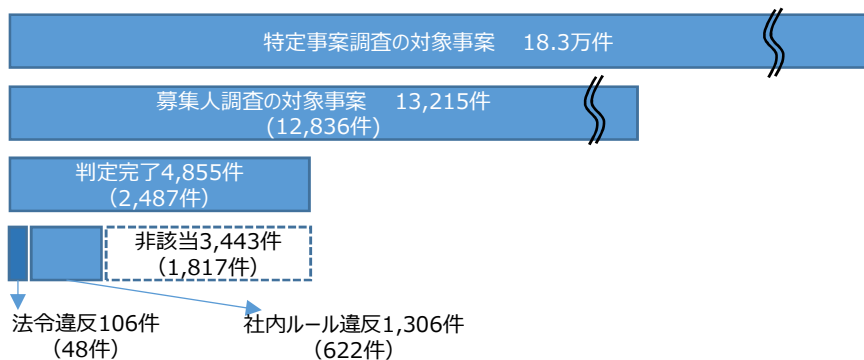
1月28日時点

ご意向確認	対象人数 (人)	12/18公表 からの進捗 (人)	12/18公表 対象人数 (人)
契約復元等について、詳細説明をご希望されたお客さま	47,447	1,985	45,462
契約復元等のご説明完了数	34,057	7,667	26,390
契約復元等が完了したお客さま	20,994	6,239	14,755

※お客さまのご都合による場合を除き、2020年3月末までに契約復元等を完了させる予定

【募集人調査】

1月29日時点、()は12月18日公表



※お客さまへの再確認が必要な事案等を除き、2020年3月末までに判定を完了する予定

2 全ご契約調査

- ・お客さま約1,900万人に対して、約100万通の回答。
- ・順次、お客さま対応を進めており、2020年3月末を目処にお客さま対応を進める。なお、お客さま対応に時間を要する契約措置が必要なもの等については、4月以降も丁寧な対応を継続。

3 今後のお客さま対応の取組み（全ご契約調査の深掘調査）

- ・2020年2月から全ご契約調査のさらなる深掘調査を優先順位の高いものから順次実施。
- ・募集状況等の調査を行い、不利益が発生しているお客さまについては、その解消を図る。

A【多数契約調査】

- ・優先的に対応を開始するお客さま※（約900人）は、訪問によりご契約内容の確認を2020年2月末を目処に進める。

※ 過去5年間で新規契約を15件以上加入し、その半数以上が消滅

- ・上記以外のお客さまについても、訪問によるご契約内容の確認を2020年4月末を目処に進める。

区分	調査対象（定義）	対象契約者数
多数契約	過去5年間で新規契約を10件以上加入し、その3割以上が消滅（解約、失効、減額または保険料払済契約への変更を示す。下表において同じ。）したものの	約0.6万人

B【多数契約以外の調査】

- ・保険料が高額であったり、被保険者や保険種類を変更するなどして新規契約に加入したことがあるなどのお客さまについて、訪問等により、ご契約内容の確認を2020年6月末を目処に進める。

区分	調査対象（定義）	対象契約者数
多額契約	2019年12月時点で65歳以上の契約者が月額保険料10万円以上の払込を行っており、かつ短期消滅契約が1件以上発生（2014年4月～2019年12月）しているもの	約1.8万人
被保険者を替えた乗換契約	過去5年間で契約者が同一で被保険者を変更した新規契約を締結し、その変更後契約が短期消滅しているもの	約2.7万人
保険種類を替えた乗換契約	過去5年間で年金から保険への乗換があったもの、または保険⇔年金の乗換の繰り返しがあったもの	約0.4万人
保険期間等短縮変更制度を利用した乗換契約	過去5年間で既契約の保険期間等を短縮変更し、新規契約の申込をしているものうち、新規契約が引受謝絶等に該当するもの	約0.4万人
		約5.3万人

4 信頼回復・ご契約内容確認のための訪問活動

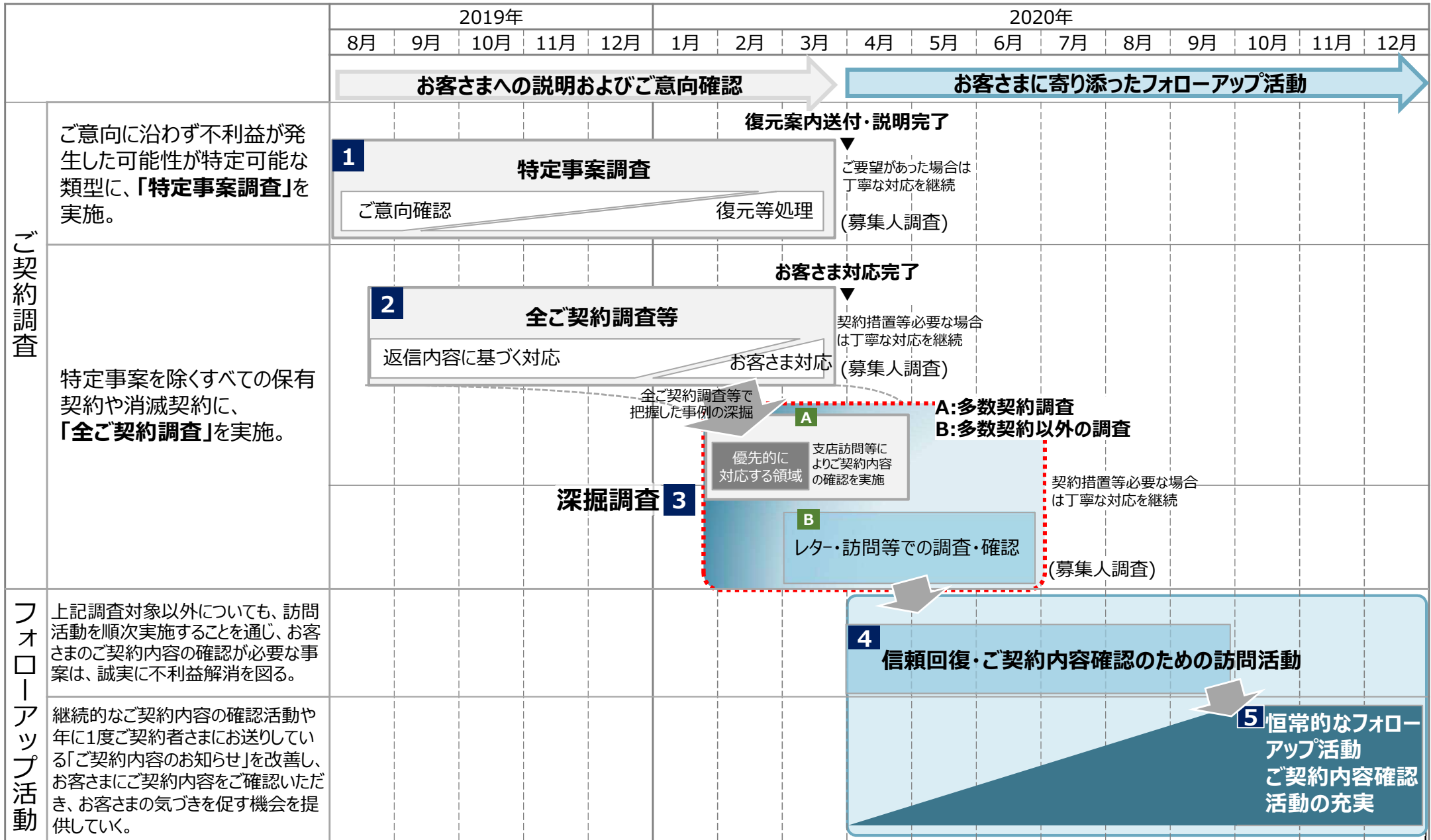
- ・上記調査対象以外についても、訪問活動を順次実施することを通じ、お客さまのご契約内容の確認が必要な事案は、誠実に不利益解消を図る。

5 恒常的なフォローアップ活動、ご契約内容確認活動の充実

- ・継続的なご契約内容の確認活動や年に1度ご契約者さまにお送りしている「ご契約内容のお知らせ」を改善し、お客さまにご契約内容をご確認いただき、お客さまの気づきを促す機会を提供していく。

お客様の信頼回復に向けたご契約調査とフォローアップ活動の対応 ②

- 募集時のご意向等を確認し、お客様の不利益を確認した場合は復元等を行い、同時に募集人の調査を行い厳正な処分を実施。こうした調査に加え、お客様のご契約内容の確認などのフォローアップ活動により、信頼回復の礎としていく。



適正な営業推進態勢の確立

I 健全な組織風土の醸成・適正な営業推進態勢の確立

組織全体にお客さま本位の意識を醸成するとともに、それに基づく保険募集を実践することが適切に評価される態勢を構築する

- (1) **お客さま本位の理念に基づいた行動規範に見直し**
「生命保険本来の役割・使命を踏まえた高い倫理観に基づき保障を提供する」というプリンシプルベースの行動規範（募集（勧誘）方針）の策定
↓
具体化
 - (2) **「かんぽ商品のスタンダードモデル」の策定**
「お客さまの将来への不安や現状等を踏まえた真の保障ニーズをヒアリングシート等により的確に把握したうえで、商品提案を行う」というスタンダードな販売モデルの策定
↓
全社員への浸透
 - (3) **お客さま本位の理念に基づいた行動規範の浸透**
 - 全社員向けの研修
「かんぽ商品販売のスタンダードモデル」を浸透させる研修等、お客さま本位の理念に基づいた行動規範の理解・定着に向け、研修を継続的に実施
 - コーチング型のマネジメント研修の実施
営業推進管理主体のマネジメントから脱却し、コーチングを取り入れた管理・指導方法へ転換するための管理者研修を実施
 - 総合的コンサルティングの推進に向けた体制整備（※名称は全て仮称）
 - ① 郵便局の金融渉外部を「金融コンサルティング部」に改称の上、新たに支社に「金融コンサルティング統括本部」を設置
 - ② 営業力養成センターを「コンサル育成センター」へ改称し、本社直轄へ見直し
 - ③ 総合的コンサルティングを指導できる指導者として「コンサルティング・アドバイザー」を設置
 - (4) **営業目標等の体系の見直し**
 - ① 良質の募集品質を前提とした営業目標を設定
 - ② 募集品質にかかる各種評価ウエイトを引き上げ
 - ③ 渉外社員の基本給と営業手当の支給割合を見直し（2020年1月組合提案済）
 - ④ 営業選奨もお客さま本位の営業活動を踏まえ、より募集品質を重視する方向で見直し（2020年度のかんぽ商品の営業選奨は行わない）
 - (5) **保障見直しの仕組みの改善**
 - ① 条件付解約等制度
契約乗換に際しては制度上途切れることなく保障を継続することを実現
 - ② 契約転換制度
保障の見直しに際して、見直し後の契約では保険金が支払われない場合であっても、見直し前の契約の保障の範囲内で保険金の支払等が可能
- ↓
整合的

適正な営業推進態勢の確立
（お客さま本位の販売の定着）

第1線（郵便局・コールセンター・サービスセンター等）

II チェック・統制

お客さまのご意向に沿わない契約の発生を未然に防止する

- (1) **お申込みから契約締結までの重層的なチェックの実施**
 - ① 郵便局でのチェック
 - ア（申込前／郵便局）「募集事前チェック機能」の対象拡大
 - イ（申込後／郵便局）「郵便局管理者によるご意向確認」の実施（さらに、今後は高度化したお客さま情報を活用できるシステム環境を整備）
 - ② かんぽでのチェック
 - ア（申込後／かんぽ）「申込CCによるご意向確認」の実施、解約の場合もCCによるご意向確認を実施
 - イ（契約締結／かんぽ） 全件チェックによる「引受審査時のご意向確認」の実施

第2線（本社等）

II チェック・統制

- (2) **適正な募集管理のための体制等の強化**
募集管理・コンプライアンス・苦情対応部門の人員拡充等
 - ① 募集品質指導専門役等の体制拡充
 - ② かんぽ本社第2線および支店の調査機能の強化・見直し
 - ③ 苦情等の検知・発生原因の深掘分析
- (3) **事故判定と処分基準の厳格化等によるけん制**
 - ① 自認に頼らない事実認定・事故判定の実施・募集状況の録音・録画・保管
 - ② 不適正募集の態様・程度に応じた処分を実施（業務停止・注意を追加）
 - ③ 不適正募集を発生させた募集人の管理者に対する厳格な処分を実施

第3線（内部監査部門）

II チェック・統制

- (4) **内部監査部門の強化**
 - ① 人材・体制の強化・リスクアセスメントの強化による実効的な監査
 - ② 監査委員会との連携強化

募集管理態勢の強化
（ご意向に沿わない契約の未然防止）

けん制

取締役会等によるガバナンス強化

経営層による管理

III 情報共有・ガバナンス

正確な情報把握に基づきガバナンスを強化のうえ、PDCAサイクルの徹底、再発防止に向けた改善策の着実な実施・定着を図る

- (1) **PDCAサイクルの徹底**
お客さまからの苦情、新たに設置する金融営業専用の社外通報窓口等によせられた社員の声など様々な情報を、リスク感度を高めて把握・分析し、深度ある議論のうえ、改善策の効果検証・見直しを実施
- (2) **各社およびグループのガバナンスの強化**
社外取締役の知見を活用して各社の取締役会等を強化するとともに、内部統制に関するグループ連絡会を設置し、深度ある議論を実施
- (3) **改善策のモニタリングと定期的な進捗状況の公表**
各種の改善策の実施にあたり、タスクフォースを設置し、第三者によるモニタリングを受けつつ、その状況を定期的に公表