

## 1 特定事案調査

### 【ご意向確認】

2月29日時点

ご意向確認	対象人数 (万人)	割合 (%)	1/31公表 からの進捗 (人)	1/31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	99	95	15.4	98
ご意向確認ができたお客さま	13.4	86	1,611	13.2	85

### 【契約復元等】(\*1)

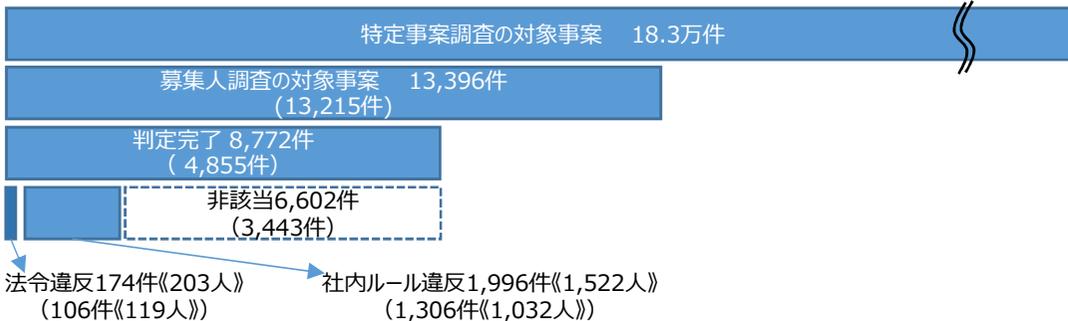
2月29日時点

ご意向確認	対象人数 (人)	進捗率 (%)	1/31公表 からの進捗 (人)	1/31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…A	47,968		521	47,447
契約復元等のご説明等完了数(*2)…B	43,013	(B/A) 89.7	8,956	34,057
契約復元等の意思表示をいただいたお客さま(*2,3)C	36,721	(C/B) 85.4	14,584	22,137
契約復元等が完了したお客さま(*2,3,4)…D	35,564	(D/C) 96.9	14,570	20,994

- \*1 お客さまのご都合による場合を除き、2020年3月末までにお客さま対応を完了させる予定
- \*2 契約復元等の詳細説明を希望されなくなった方(4,845人)を含む
- \*3 当初契約復元等を希望されていたが、ご説明の結果、契約復元等を行わないとされた方(4,813人)を含む
- \*4 復元等申込書を受領したが、最終的に契約復元等の申出を取り下げた方(50人)を含む

### 【募集人調査】

2月29日時点、( )は1月31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。2月29日時点で残り約18万人のお客さまに対しては、3月末を目処にお客さまへの継続したご連絡を実施。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、丁寧な対応を継続。

## 3 全ご契約調査の深掘調査

### A 【多数契約調査（優先対応）】

- ・優先的に対応を行うお客さま(897人)については、2月29日時点でご連絡がとれたお客さまが807人、ご契約内容の確認が完了したお客さまが727人。

#### ■多数契約調査（優先対応(\*1) : 897人)の状況(\*2)

お客さまへのご連絡・ご契約内容確認状況	対象人数 (人)	割合 (%)
ご連絡がとれたお客さま	807	90
ご契約内容の確認が完了したお客さま	727	81
ご意向に沿う(*3)	309	34
ご意向に沿わない(*4)	418	47
アポイント取得済み	80	9
アポイント取得中のお客さま	90	10
計	897	100

- \*1 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
- \*2 2月29日時点
- \*3 「事業の資金繰りのため」や「住宅のリフォーム資金のため」などお客さまのご意思によるもののほか、募集人の家族等が契約関係者となっている解約・新規申込み
- \*4 「郵便局員に勧められるがまま解約や新規申込みをした」や「解約・新規申込みの認識がない」などお客さまのご意思によらない解約・新規申込み

### B 【多数契約調査（優先対応以外）】

- ・優先対応以外のお客さま(5,532人)については、2月29日時点でご連絡がとれたお客さまが1,500人、ご契約内容の確認が完了したお客さまが882人。

### C 【今後の対応】

- ・多数契約調査について、ご契約内容の確認を4月末を目処に進め、募集状況の確認を併せて行い、不利益が発生している場合、その解消を図るとともに、必要に応じて募集人調査など適切な対応を行っていく。
- ・多数契約以外の調査について、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への電話や訪問等によるご契約内容の確認を6月末を目処に進めていく。
- ・上記調査対象以外についても、信頼回復・ご契約内容確認のための訪問活動を通じ、お客さまのご意見・ご要望を丁寧にお聞きしていく。
- ・継続的なご契約内容の確認活動等、様々な機会を通じてお客さまからの声をいただくことを継続し、お客さまのご意向に寄り添っていく活動を続けていく。

## 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、お客さま本位の業務運営に関する基本方針）の策定（2020年2月）
- (2) 「かんぽ営業スタンダード」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（2020年2月）

具体化

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  
 「かんぽ営業スタンダード」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（2020年2月開始）
  - 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（2020年2月決定）
    - 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

総合的

- (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（2020年度の営業目標は設定しない）
  - 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2月組合妥結承認）
  - 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（2020年1月）  
 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

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（2019年4月）
    - イ（申込後／郵便局）「郵便局管理者によるご意向確認」の実施（2019年9月）  
 （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（2020年1月）  
 解約の場合もCCによるご意向確認を実施（2020年1月）
    - 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（2019年8月）

けん制

## 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（2020年2月組織改正決定）
  - ② かんぽ本社第2線（2020年4月組織改正）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（2019年12月以降順次）
- (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（2019年11月）
  - ② 募集状況の録音・録画・保管（録音・保管につき2020年3月試行開始）
  - ③ 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）
  - ④ 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（2020年2月組織改正決定）
  - ② 監査委員会との連携強化（2020年2月以降継続実施）

募集管理態勢の強化  
 （ご意向に沿わない契約の未然防止）

## 経営層による管理

## 取締役会等によるガバナンス強化

### 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、業務相談窓口（2020年2月）、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（2020年1月）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