

2024年度「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組み状況について

メディケア生命保険株式会社（社長 西野 貴智）は、2024年度における「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組み状況をまとめました。また、より深度ある取組みへ向け「『お客さま本位の業務運営方針』に基づく具体的な取組み」を改正いたしましたので、お知らせいたします。

当社は2017年6月に、より一層、お客さま本位の業務運営を推進するため「お客さま本位の業務運営方針」を策定いたしました。

以降、定期的に本方針における各種取組みの実施状況を振り返るとともに、この振り返り等を踏まえ、本方針を改正しております。

今後とも本方針における具体的な取組みを積極的に推進し、お客さまの最善の利益を追求するとともに、住友生命グループの2030年にありたい姿を定めた「住友生命グループ Vision 2030」を踏まえウェルビーイングに貢献する「なくてはならない保険会社グループ」を目指し、お客さまに最も身近に感じていただける会社となるよう努めてまいります。

以 上

本件に関するお問い合わせ先

【お客さま】 コールセンター 0120-315-056
【報道関係者さま】 経営管理部 03-5621-3367



メディケア生命

住友生命グループ

2024年度 「お客さま本位の業務運営方針」 に係る取組み状況について

生命保険商品・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。

2025年6月27日

メディケア生命保険株式会社

当社のお客さま本位の業務運営方針

お客さまの最善の利益の追求

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(P3～7)

【原則2】

方針2. お客さまにとって最適な商品・
サービスの提供(P8～14)

【原則5、6、補充原則1、2、3、4、5】

方針3. お客さまにとってわかりやすい
情報の提供(P15)

【原則4、5、6】

方針4. お客さまのニーズに適った商品提供
を支える資産運用(P16)

【※当社独自に設定】

方針5. お客さま本位の業務運営に資する
従業員教育や評価体系(P17～18)

【原則2、6、7】

方針6. 利益相反の適切な管理と
保険募集管理態勢の構築
(P19～20)

【原則3、5】

方針7. お客さま本位の業務運営の
実効性を高める取組み
(P21～22)

【原則2、7】

【 】内は当社方針等に対応する、金融庁「顧客本位の業務運営原則」(以下、金融庁原則。詳細は金融庁ウェブサイト[こちら](#)をご覧ください。)。なお、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ので、金融庁原則5(注2)および原則6(注2)は当社方針の対象としておりません。また、補充原則において想定されるような外部委託商品は販売しておりませんので、補充原則4(注3)も当社方針の対象としておりません。

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

経営方針

- 当社は、経営ビジョンである「Challenge For the Future!!」および経営理念によって構成される経営方針や、「ブランドビジョン」等に則り、役職員一人ひとりがお客さまに対して誠実・公正に、また、最善の利益を図る視点を持って業務に取り組んでおります。

経営ビジョン

Challenge For the Future!!

メディケア生命は、お客さまにとって保険を身近なものにします。

- ①シンプル・わかりやすい・選べる保険
- ②丁寧・迅速・正確なサービス

住友生命のグループ会社であるメディケア生命は、住友生命の経験とノウハウを活かした商品とサービスの提供で、お客さまに信頼・安心いただける会社を目指します。

経営理念

1. お客さまのために

多様化するお客さまのニーズを的確にとらえ、常にシンプルさとわかりやすさを意識しながら、お客さまに選んでいただける保険商品やサービスをご提供します。

2. ビジネスパートナーのために

代理店・取引先をはじめとするビジネスパートナーと信頼関係を構築し、共利共生を志向しながら、多様化するお客さまニーズに安心と満足を提供できるサポートを実践します。

3. 従業員のために

従業員一人ひとりの個性と人格を尊重し、個々の能力を最大限に発揮できるような風土を築き、その社会生活においてゆとりと豊かさを実現します。

4. 社会のために

生命保険事業の健全な運営と発展を通じて、豊かな社会の創造と発展に貢献します。

ブランドビジョン

当社の経営ビジョン・経営理念をより分かりやすく表すものとして、以下の3点を柱とするブランドビジョンを策定しております。

もっと！フィット！

- ◆時代を先取りした商品・サービスの開発で、お客さまのみらいと安心にもっとフィットします。
- ◆心を込めたサポートで、多様な価値観にもっとフィットします。
- ◆働きがいに満ちた、わくわくする会社づくりを目指して、もっとフィットするための挑戦をし続けます。

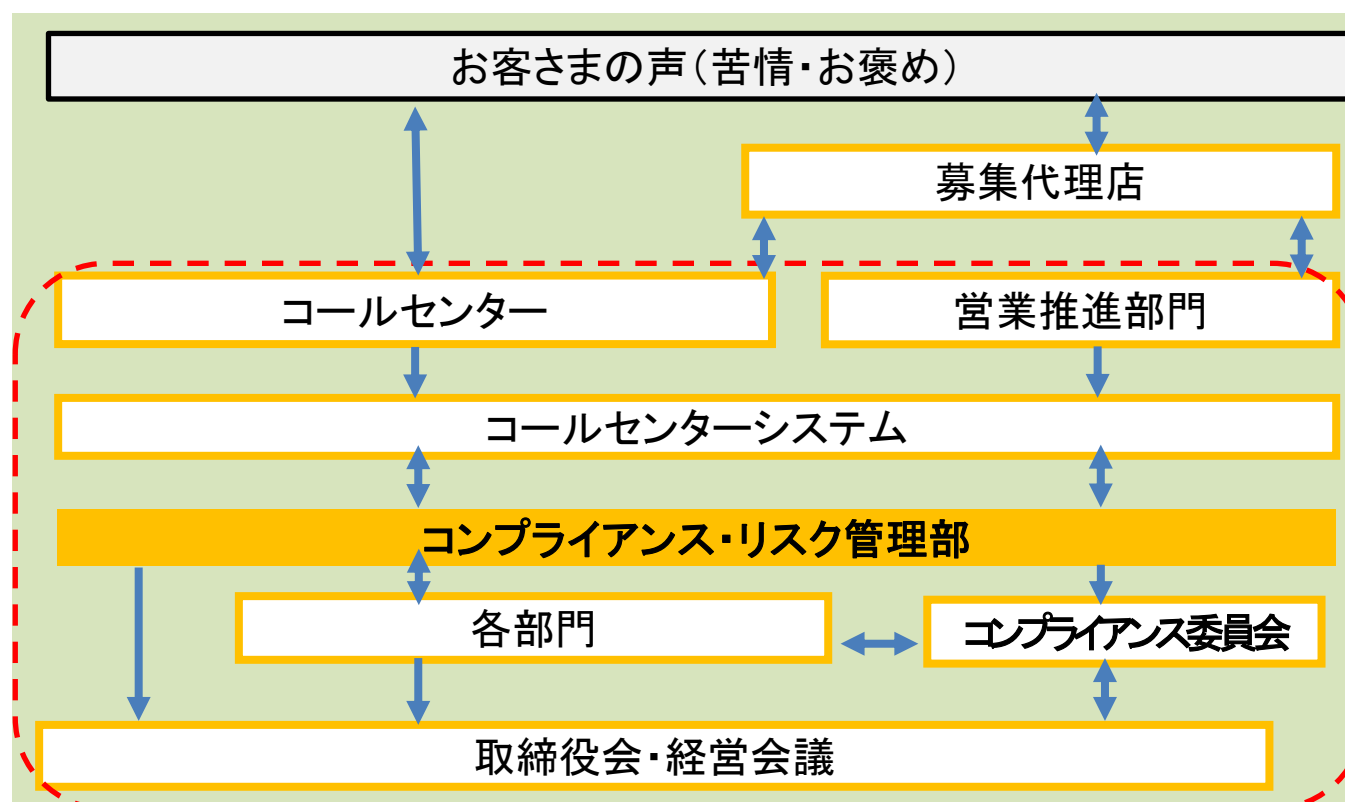


方針1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

お客様本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取組み

お客さまに対して誠実・公正に業務を行うため、以下の取組みを行っております。

- 当社にお寄せいただいた「お客さまの声」を関係部門間で共有し、対応策・改善策を検討しております。
- 苦情については「コンプライアンス・リスク管理部」で一元管理し、その分析に基づく改善を推進しております。



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

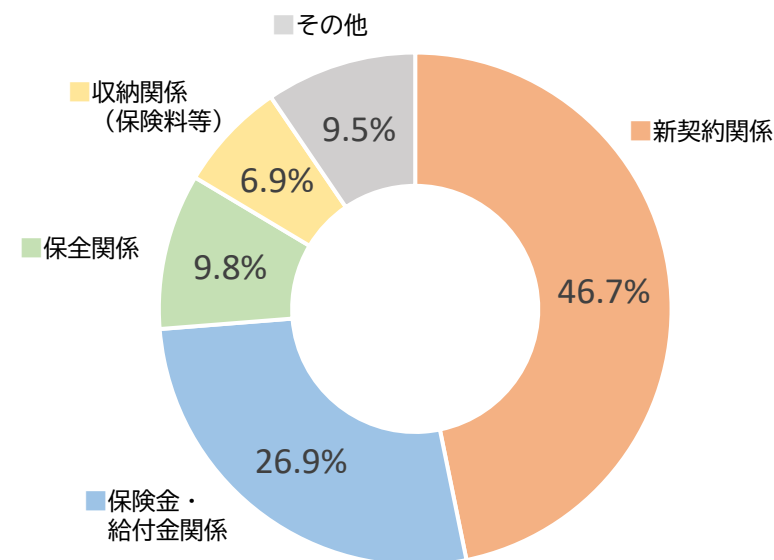
お客様本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取り組み

- お客様とのお取引に際し、良質なサービスを提供し、お客様の最善の利益につなげることを目指すという観点から、「お客様の声」を貴重な当社の「経営資源」としてとらえ、業務改善はもちろんのこと、商品開発やお客様サービス施策の充実に役立てています。

感謝の声・苦情の件数

感謝の声	苦情
10,446件	2,869件

苦情の内訳



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の実践とお客さまの声を経営に活かす取り組み

お客さまの声を改善に活かした事例

改善項目	お客さまの声等	実施内容
コールセンター	自動応答ガイダンスがわかりにくい	スマートフォンをご利用の場合、音声でのご案内に加え、画面でのご案内を選択できるようにいたしました（画面でのご案内をご希望の場合、URL を記載した SMS をお送りします）。
給付金請求のお手続き	給付金請求に関する書類をマイページから印刷できるようにして欲しい	給付金のご請求をいただく際に必要な診断書フォームをマイページからダウンロードできるようにいたしました。

その他、「お客さまの声」を改善に活かした事例については、当社ホームページ「[「お客さまの声」を把握し、経営に活かす取り組みについて](#)」をご参照ください。

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

企業文化としての定着

「お客様本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、以下の取組みを行っております。

- 職員一人ひとりが、お客様のみらいと安心にもっとフィットするために何ができるかを考えるブランドミーティングを実施しております。
- 全ての役職員が、高い倫理観を持ち、より一層信用・信頼される行動を取ることができるよう、社内研修等を通じて、住友生命グループ行動規範の浸透を推進しております。
- 従業員がいきいきと働き、心から会社の成長・お客様の満足を目指す企業風土の醸成に向けて、部門を横断した社内プロジェクトを実施し、職員自身による課題提言・実行を推進しております。
- 当社が出会うすべてのみなさまが安心と希望に満ちて健やかにくらしていける社会の実現のため、職員はじめ関係者の健康維持・増進を図る健康経営を推進し、「健康経営優良法人2025(大規模法人部門)ホワイト500」に3年連続で認定されたほか、スポーツ庁による「スポーツエールカンパニー2025」に認定されました。
- 「お客様本位の業務運営」が企業文化として定着しているか確認できるよう、職員アンケートを実施しております。



方針2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

お客様ニーズに沿った商品の開発・提供

- お客様にふさわしい金融商品やサービス組成のため、募集代理店等を通じてお客様の声を収集し、お客様ニーズを適時・適切に捉えたタイムリーな商品開発やサービスの提供を行っております。

商品開発

- これまで以上にお客様のご期待にもっとフィットする保険商品を目指して、2024年7月に、持病や病歴のある方でもお申し込みいただける医療保険の特約ラインナップを大幅に拡充するなど、全面的にリニューアルした「新メディフィットRe」を発売いたしました。
- 2025年4月には、当社主力商品である「新メディフィットA」等を改定し、特に重篤ながんにおいて、経済的に心配することなく、最適ながん治療を受けられるよう、「がん自由診療特約」を創設いたしました。また同時に、特定3疾病（がん・心疾患・脳血管疾患）を保障する特約について、一部の保障対象に「在宅医療」を追加して保障の拡充をいたしました。
- さらに、ご加入後も安心して継続いただける仕組みとして、がん保障の無効を廃止し、責任開始日から90日以内にがん診断確定があっても、1年経過後の再発等はお支払いの対象といたしました。また、失効取消制度を導入し、延滞した保険料の払込みのみで、失効の取消しが可能となりました。

限定告知型医療終身保険（無解約返戻金型）(24)



医療終身保険（無解約返戻金型）(20)



詳細は、2024/6/12付ニュースリリース「[持病や病歴のある方でもお申し込みいただける医療保険「新メディフィットRe」の発売](#)」、
2025/3/27付ニュースリリース「[「新メディフィットA」等の改定（がん自由診療特約の新設、お客様本位の業務運営に基づく改定等）](#)」をご確認ください。

お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

お客さま向けサービス

- お客さまにとってより魅力あるサービスを提供するために、24時間・年中無休で専門スタッフが相談に応じる「24時間電話健康相談サービス」や、女性ならではの病気や症状に関する悩みを24時間いつでも女性看護師等に相談できる「女性のための24時間電話健康相談サービス」、総合相談医のセカンドオピニオンを無料で手配する「セカンドオピニオン手配サービス」、専任のスタッフが医療機関への受入確認や受診の手配をする「受診手配サービス」、ドクターたちにより推薦・選考された専門医を案内する「『ドクターが薦める専門医』情報提供サービス」を提供しております。
- また、マイページにご登録されているお客さまを対象に、オンライン診療サービス「curon(クロン)」を提供しております。

- また、マイページにご登録されているお客さまを対象に、オンライン診療サービス「curon(クロン)」を提供しております。

メディケア生命の 健康・医療に関する無料サービス

(※県：タイピング株式会社)

1 24時間365日年中無休の電話健康相談サービス

医師・看護師・薬剤師・公認心理師がスタッフによる

【ご利用にあたって】このサービスの利用は、一般保険者とその家族および同居の世帯に限定。

健康	食事や運動、 人間ドック・健診結果の見方 など
医療	気になる症状についてご相談、 治療に関する相談 など
介護	運動指導、食事指導、 介護施設、介護保険 など
育児	不妊症および専門医、 産院情報・出産方法 など
メンタルヘルス	不妊悩みの悩み、子育てのストレス、 不安感・心労 など

＜相談内容分野＞

- 気になる身体の部位についての相談
- 治療を受ける期間
- カンサー・インフォームド・チョイスに関する相談
- 母子手帳・育児不安に関する相談
- 産科・小児科受診希望に関する相談
- 栄養指導・介護に関する相談
- 産後・不妊治療希望に関する相談

※ タイピング株式会社
1322年(平成)～2023年(令和前期)まで

3 メディカルナビゲーション

【ご利用にあたって】このサービスの利用は、一般保険者

① セカンドオピニオン¹手配サービス

納得する治療を選択するために、各疾患領域で専門の治療に取り組み全国の医療機関、豊富な知識・経験を有する医師（総合診療）²とセカンドオピニオンを下記します。

ごなときにご相談ください！

- 主治医が正しいのか？ その専門性の診断に疑問を感じ
- 治療方法が本当に正しいのか、主治医の勧めも治療について迷う

② 受診手配サービス

通院先の医療機関では対応できない専門的な治療が必要な場合に、その治療を受けられる医療機関を探し、受診手配します。

ごなときにご相談ください！

- 通院先で治療できないと言われる時――
- 高度な治療が必要になるけど、どこに行ったらいいかわからない

③ ドクターが薦める専門医・情報提供サービス

ドクターより「推薦」・「提案」される専門医³をご案内します。ご案内にあり、看護婦が病名やご希望地域等をお聞きしたうえで、適切な専門医のプロフィール情報を为您提供します。

ごなときにご相談ください！

- お薬の処方箋をいただいた上で、引いていただくこと。
- この場で専門医の紹介状が書ける場合があります。
- 治療が完了すると登録された、自分の分には確認した専門医にかかるとい

※ 1 紹介状がないという場合は、自治体の保健所等へお問い合わせ。
 ※ 2 主治医からの依頼でもなくとも、任意の病院でもオンラインでセカンドオピニオンを希望可能です。
 ※ 3 大学病院・総合病院などにも限らず、個人クリニックなどにも幅広く活用できる専門家ネットワークです。ただし、推薦・提案につきましては、医師間の関係性により異なります。

メディケア生命の 健康・医療に関する無料サービス

(※県：タイピング株式会社)

2 24時間365日年中無休の電話健康相談サービス

医師・看護師・薬剤師・公認心理師がスタッフによる

【ご利用にあたって】このサービスの利用は、一般保険者とその家族および同居の世帯に限定。

健康	食事や運動、 人間ドック・健診結果の見方 など
医療	気になる症状についてご相談、 治療に関する相談 など
介護	運動指導、食事指導、 介護施設、介護保険 など
育児	不妊症および専門医、 産院情報・出産方法 など
メンタルヘルス	不妊悩みの悩み、子育てのストレス、 不安感・心労 など

＜相談内容分野＞

- 気になる身体の部位についての相談
- 治療を受ける期間
- カンサー・インフォームド・チョイスに関する相談
- 母子手帳・育児不安に関する相談
- 産科・小児科受診希望に関する相談
- 栄養指導・介護に関する相談
- 産後・不妊治療希望に関する相談

※ タイピング株式会社
1322年(平成)～2023年(令和前期)まで

3 メディカルナビゲーション

【ご利用にあたって】このサービスの利用は、一般保険者

① セカンドオピニオン¹手配サービス

納得する治療を選択するために、各疾患領域で専門の治療に取り組み全国の医療機関、豊富な知識・経験を有する医師（総合診療）²とセカンドオピニオンを下記します。

ごなときにご相談ください！

- 主治医が正しいのか？ その専門性の診断に疑問を感じ
- 治療方法が本当に正しいのか、主治医の勧めも治療について迷う

② 受診手配サービス

通院先の医療機関では対応できない専門的な治療が必要な場合に、その治療を受けられる医療機関を探し、受診手配します。

ごなときにご相談ください！

- 通院先で治療できないと言われる時――
- 高度な治療が必要になるけど、どこに行ったらいいかわからない

③ ドクターが薦める専門医・情報提供サービス

ドクターより「推薦」・「提案」される専門医³をご案内します。ご案内にあり、看護婦が病名やご希望地域等をお聞きしたうえで、適切な専門医のプロフィール情報を为您提供します。

ごなときにご相談ください！

- お薬の処方箋をいただいた上で、引いていただくこと。
- この場で専門医の紹介状が書ける場合があります。
- 治療が完了すると登録された、自分の分には確認した専門医にかかるとい

※ 1 紹介状がないという場合は、自治体の保健所等へお問い合わせ。
 ※ 2 主治医からの依頼でもなくとも、任意の病院でもオンラインでセカンドオピニオンを希望可能です。
 ※ 3 大学病院・総合病院などにも限らず、個人クリニックなどにも幅広く活用できる専門家ネットワークです。ただし、推薦・提案につきましては、医師間の関係性により異なります。



マイページ
を開発されている
お客様限定

＼ご自宅にしながら安心診療！／ **オンライン診療**

curon(クロン)のご案内

オンライン診療とは、スマートフォンまたはPCから接続して、病院（クリニック）の
予約・診断・診療・処方せんまたは薬の受取り・決済までをインターネット上で予約診療方法です。

＜＜＜＜＜

新規登録

遠隔診察に際し、処方せんをいただく自宅に薬が届くまで、負担なく治療が進められます。オンラインで処方箋発行していただくことができます。

＜＜＜＜＜

高血圧症

通院せずに計測・処方せんをいただく自宅に薬が届くまで、負担なく治療が進められます。オンラインで処方箋発行していただくことができます。

＜＜＜＜＜

新規処方

子どもが小さく、農事に外出できない環境にあるなど、オンラインでの受診が必要となる場合があります。処方箋発行して処方せんに添付してもらえるお薬もございます。

50代男性



30代女性



サービス内容

対象者

オンライン診療を何度受診してもクロン利用料（税込330円）が無料になります！

※診察費・薬料費等は別途負担となります（クレジットカード利用可）

※契約者・被保険者・記帳者および同居のご家族

※個人契約が有効中の患者さまに限りです。

オンライン診療の利用について



マイページの開設が必須となります。

マイページへアクセス
お役立ち情報の専用ページをクリック
＆＆＆＆＆

アクセスはこちら



「curon」の登録方法など詳しいご利用方法はこちら

方針2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

商品の開発・提供・管理の取組み

- 当社では、お客さまにとって保険を身近なものにするため、シンプルでわかりやすく、お客さまに選んでいただける商品をご提供し、丁寧・迅速・正確なサービスを通じてお客さまに信頼・安心いただくことが果たすべき使命のひとつと考え、その旨を「サステナビリティへの取組み」に定めております。
- この「サステナビリティへの取組み」の下、多様化するお客さまのニーズにお応えし、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する商品の開発に取り組むとともに、個々の商品のライフサイクルの中で絶えずその品質向上を推進しております。

金融庁プロダクトガバナンスに関する補充原則への対応状況

		当社の主な取組み
金融庁原則	補充原則1 基本理念	▶ 当社ホームページ「サステナビリティへの取組み」(リンク)において、金融商品提供の理念を明示
	補充原則2 体制整備	▶ 商品提供前に適切な保険募集管理、保険契約管理および保険金支払態勢を整備 ▶ 商品開発後の商品改廃の定期的な検討 ▶ パンフレットの作成等における必要に応じた外部有識者からの意見の取入れ
	補充原則3 金融商品組成時の対応	▶ お客さまニーズに沿った商品の開発と保険契約管理や保険金支払管理面等からの検証（2024年度の主な商品開発状況は8ページ参照）
	補充原則4 金融商品組成後の対応	▶ 提供開始した商品についての定期的な検証による改定検討
	補充原則5 分かりやすい情報提供	▶ 商品特性に応じた当社商品に関する分かりやすい情報の提供

方針2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- 当社は、生命保険商品を提案する際には、お客さまの年齢や性別、家族状況等に基づき推定・把握したお客さまのご意向を、意向把握書面（お客さまのご意向を把握するために作成・使用している書面）やウェブサイトでお客さまご自身にご確認いただいております。
- また、ご加入いただく際には、「申しいただく保険商品の内容」と「お客さまの最終的なご意向」が合致しているかの確認を適切に実施しております。
- 当社が募集代理店となり、将来的に他の保険会社等の市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、お客さまの資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズ等を把握するなど、適合性原則を踏まえたうえで、お客さまに適した商品提案を行います。
- 募集代理店に対しても、意向把握書面の取り寄せや募集代理店点検等を通じて、お客さまのご意向を把握したうえで、ご意向に沿ったプランの提案を行う態勢が整備されていることについての確認をしております。
- 他社の商品を取り扱う際には、当該商品組成会社のお客さま本位の取組みについて情報収集に努める他、適宜、苦情情報等の連携に取り組めます。

意向把握書および意向確認書（イメージ）

I 新メディフィットA(医療終身保険(無解約返戻金型)(20)) 意向把握書 2025年4月版

●今回資料をお送りした商品が、お客さまのご意向に沿った商品(保障)であるかをご確認ください。
資料請求時にご契約者がこの保険にお求めになった保障内容(資料請求時のご意向)と、お申込みにあたってご契約者がお求めになる保障内容をお振り返りいただき、両方が一致している場合は、ご確認後の「はい」に○を、ご確認後、氏名(自署)をご記入のうえ、ご返送ください。
※ご意向が一致しない場合や記載された意向以外の意向がある場合は、あらかじめご意向をうかがいますので募集代理店またはメディアケア生命までご連絡ください。

●資料請求時の主なご意向	●ご確認欄
【保障内容】 病気やケガによる入院等に備えたい。 【貯蓄性】 配当金、解約返戻金はなくてもよい。 【保険期間】 一生の保障がよい。	お申込みにあたり、資料請求などの時からご意向にお変わりはありませんか。 はい 「いいえ」の場合は、募集代理店またはメディアケア生命までご連絡ください。
●送付した商品名 新メディフィットA(医療終身保険(無解約返戻金型)(20))	ご確認日 20 年 月 日 氏名(自署)
●ご案内する商品の保障分野(主契約) 病気やケガによる入院等に備える医療保険です。 ※特約でがんや特定がんの保険の手続き・給付、死亡・高度障害・介護等の保障を備えることができます。特約によっては一生の保障ではないものがあります。	

I 新メディフィットA(医療終身保険(無解約返戻金型)(20)) 意向確認書 2025年4月版

●お申込みの保険がお客さまの最終的なご意向に沿った内容となっているかをご確認ください。

お客さまのご意向確認欄 この保険は以下の保障を目的にご選択いただいたものです。下記事項についてご確認のうえ、すべての項目について「はい」「いいえ」のいずれかに、お答えください。

【保障内容】 病気やケガの保障 / 病気やケガによる入院等に備えたい	はい	いいえ
① 保険種類、保障内容(給付金の支払理由等)はご提案の内容でよろしいでしょうか。	はい	いいえ
② 給付金額等、保険料(払込方法・払込期間・金額)はご提案の内容でよろしいでしょうか。	はい	いいえ
③ 保険期間はご提案の内容でよろしいでしょうか。	はい	いいえ
④ 解約返戻金の水準、配当金がないことをご了解いただいていますか。	はい	いいえ

ご確認いただいた内容に「いいえ」がある場合など、お客さまの最終的なご意向を裏切らない場合や、特に強いご要望がある場合は募集代理店またはメディアケア生命までご連絡ください。



方針2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

お客様の属性や状況に応じた対応

- 生命保険商品の提供を行う際に、お客様の年齢や性別、家族状況などに応じ、公的制度(社会保障制度等)も踏まえ、将来必要となる保障額や備えるべきリスクを確認いただきながら、最適な保障を提供できるよう、パンフレットへ高額療養費制度の説明や高額療養費制度を考慮した治療費の例、公的介護保険制度などを記載するとともに、最新の薬剤治療、女性特有の病気での治療例を記載しております。
- 保険募集やアフターフォローをはじめ、一般的に金融取引被害を受けやすいご高齢のお客様への対応等については、「保険募集コンプライアンス・マニュアル」にご高齢のお客様への募集ルールや対応時の心構え等を記載し、周知徹底を図っています。
- 募集代理店に対しても、募集代理店においてご高齢のお客様への募集ルール等を定め、態勢整備が適切になされていることを確認するとともに、必要に応じて代理店あての指導等を実施しています。

- 保険契約者ご本人によるお手続き等が困難になった場合に備え、サポートいただくご家族をご登録いただき、そのご家族にもご契約内容等の情報をご案内させていただく「家族情報登録制度」を設けております。また、「ご契約内容のお知らせ」にて、「家族情報登録制度」の登録ご家族名をご連絡する対応を実施しております。

家族情報登録制度のお知らせ すぐページ上で登録できます

制度概要

ご契約者さまのご家族の連絡先等をメディア生命に登録いただくことにより、ご登録されたご家族に以下のようなサービスをご提供いたします。

ご利用例

電話の音が聞き取りにくい
ため、ご契約者さまに代わっ
て契約内容を確認したい。

保険会社から届いた案内に
ついて、家族が代わりに確認
したい。

障がいのあるご契約者さま
に代わって請求書の取寄せ
を依頼したい。

ご契約者さまに代わってご契約内容の問合せや、請求書の取寄せができます。

ご登録いただけるご家族

日本国内にお住まいの、3親等以内のご家族(未成年者は除く)
災害時等に備え、ご契約者さまとはお住まいが別、お子さま世代がおすすめです!

注意事項

- 登録されるご家族は、ご契約者さまに代わり請求書を取り寄せることができますが、お手続きやご請求はできません。
- 登録いただく際は、被保険者および登録されるご家族の同意が必要です。

70歳以上のご契約者さまを中心に
メディア生命より申込書類を順次送付しております。



方針2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

アフターフォロー・保全手続き

- 年に1度お届けしている「ご契約内容のお知らせ」において、給付金のご請求やご契約に関する各種お手続きについてご案内しております。2024年度からは、社会環境のデジタル化への対応および持続可能な環境保護に貢献する取組み(サステナビリティ)の一環として、マイページご登録済みのご契約については、郵送からメールでのご案内に変更いたしました。
- お客さまの多様なニーズにお応えするため、シニア向けフリーダイヤルの設置、マイページ機能の拡充、募集代理店店頭でのお手続き内容拡充等、お客さま利便性の向上に取り組んでおります。

2024年度に開始した主なサービス

シニア向けフリーダイヤルの設置	お客さまに寄り添う対応として、シニア向けフリーダイヤルを設置いたしました。音声アナウンスに続いて直接オペレーターにつながります。オペレーターがゆっくりわかりやすくご案内いたします。
マイページ機能の拡充	契約者と被保険者が異なる場合でも、給付金等の請求の受付を可能といたしました。
募集代理店店頭でのお手続き内容拡充	- 店頭での保険料払込方法（クレジットカード、口座振替）のご変更手続きの即時処理が可能となりました。 - 名義変更、払方変更（払込方法変更・回数変更）、住所変更について、店頭での請求書の印刷が可能となりました。

「ご契約内容のお知らせ」ご案内

給付金などの > ご請求チェック

給付金などのご請求もれがないかチェック☑をしてください。

⚠ 同封の「ご契約内容のお知らせ」に記載されている保障内容を必ずご確認ください。
保障がないときはご請求の対象とはなりません。また、お支払いの条件に該当しないこと、および病状や状態によってはお支払いできないことがあります。
 ＊詳細は、ご契約のしおり・約款をご確認ください。

☒ 病氣・ケガで入院した、または退院後に通院した。 ☒ 所定の手術をした。 ☒ 骨折(ひびも含む)、不慮の事故での関節脱臼、筋肉・腱・靱帯・半月板・神経の断裂、熱傷で治療を受けた。 ☒ 特定女性疾病で所定の外来治療を受けた日以後に通院した、または退院後に通院した。 ☒ 不慮の事故による傷害、骨折、熱中症で通院をした。 ☒ 3大疾病(がん ^(※) ・急性心筋梗塞・脳卒中)と診断された。	☒ 次の疾患と診断された。 (がん ^(※) ・心疾患・脳血管疾患・慢性腎不全・肝硬変・慢性肺炎・糖尿病・高血圧性疾患) ☒ 所定の薬剤治療を受けた。 ☒ 退院後の在宅療養が所定の期間継続した。 ☒ 不慮の事故による傷害で回復の見込みのない所定の障害状態になった。 ☒ 回復の見込みのない所定の高度障害状態になった。 (※)上肢内がんを含みます。
---	---

チェック☑で該当がありましたら、メディアケア生命までご連絡ください。

給付金などをお支払いできない主な場合について

以下のいずれかに該当するときは、給付金などをお支払いできません。

- お支払い理由に該当しない場合
- 詐欺による取消しや不法取得目的による無効の場合
- 免責事由に該当する場合
- 重大事由による解除の場合
- 責任開始期前の傷害または疾病を原因とする場合
- 告知義務違反による解除の場合
- 他(※)の保険契約との重複によって、被保険者にかかる給付金等の合計額が著しく過大であって、保険制度の目的に反する状態がもたらされるおそれがある場合
- ご契約が失効した場合

方針 2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

給付金等のお支払い

- 給付金等のお支払いについては、支払業務に携わる担当者への教育を継続的に実施するとともに、給付金等のご請求案内およびお支払手続きにおいては、専用のシステムを用いて正確で迅速なお支払いを行っています。
- 給付金のご請求方法には、書類の他、インターネット(マイページ)でのご請求手続きがございます。

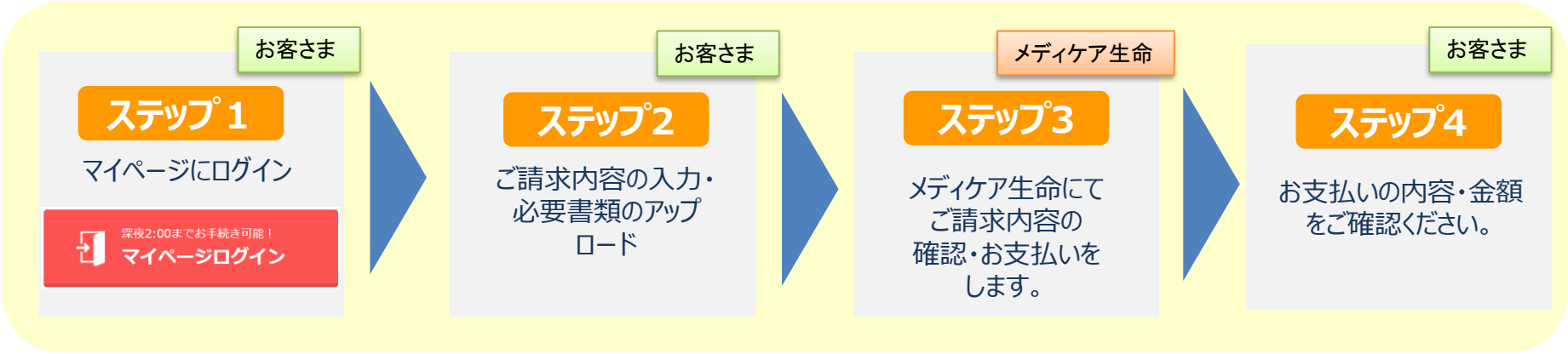
2024年度 給付金等のお支払状況

お支払い件数
33 万件
お支払い金額
261 億円

インターネットでのご請求手続きの流れ

※インターネットでのお手続きは一部の給付金が対象で、ご利用には条件があります。

[詳しくはこちら](#)

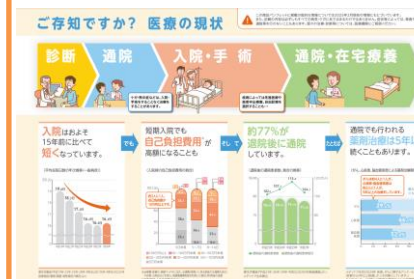


方針3. お客さまにとってわかりやすい情報の提供

わかりやすい情報の提供

契約概要をはじめとした募集資料については、生命保険協会の各種ガイドライン等を踏まえ、以下の点に留意し作成しています。

- 特約の保障内容、支払理由等を個々にスペースを設けて明瞭、簡潔に記載しております。
- デザインを簡素化し、視認性を上げることで、お客さまがご自身のご意向に沿う保障を探しやすく、かつ理解しやすい内容となるよう工夫しております。
- 保険の仕組みや保障内容、保険料、ご加入いただくことが想定される主なお客さま層およびお客さまに影響のあるリスクに関する情報等は、図表等を用いて定量的にわかりやすく記載するよう工夫しています。
- 重要な情報を分かりやすく提供する観点から、ユニバーサルデザインの要素を十分に取り入れております。
- 将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、法令等を踏まえお客さまにご負担いただく諸費用等の開示を行うなど、わかりやすい情報の提供に努めてまいります。
- 将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、募集時のわかりやすい情報提供、他の金融商品との比較を目的として、リスク（為替変動リスク・金利変動リスク）およびリターン（実質的な利回り）、ご加入いただくことが想定される主なお客さま層等を記載した重要情報シートを作成し、募集代理店に提供します。



方針 4. お客様のニーズに適った商品提供を支える資産運用

安定的な資産運用収益の確保に向けた取組み

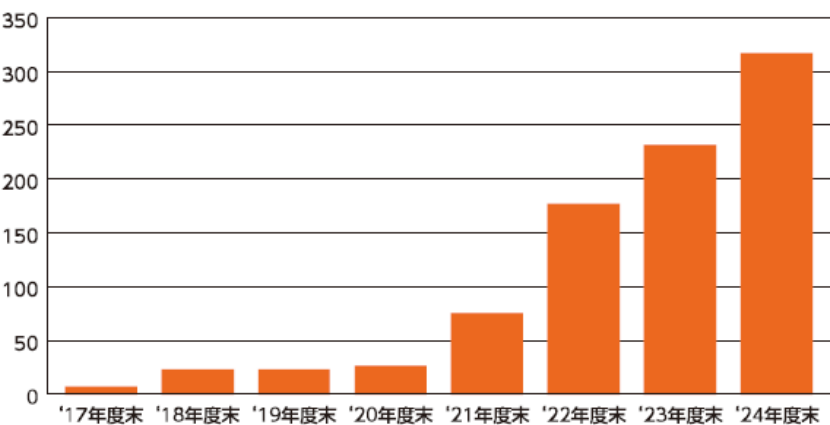
- 公社債を中心としたポートフォリオにより、リスクを適切にコントロールし、資産運用収益の安定的な獲得を目指すことで、低金利環境が継続する中においても給付金等を確実にお支払いできるように努めております。
- また、当社は中長期の投資を行う機関投資家として、ESGの要素を取り込んだ資産運用を実践することで運用収益の向上ならびに持続可能な社会の実現を図っています。

当社総資産（2024年度末）

4,031億円

（前年度末比+13.8 %）

ESG債投資残高(億円) ※額面金額



方針5. お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

従業員教育

- 高度の専門性と職業倫理を兼ね備えた人財を育成するために、各職員の成長のステップに応じた研修等を実施する等、個々の能力を高める教育体系を構築しています。
- お客さまの金融リテラシー向上につながる取組みの一環として、応用課程、大学課程、生保講座、支払専門士、各試験の積極的な受験勧奨および金融商品・社会保障制度に関する豊富な知識を有するFP技能士(厚生労働省所管国家資格)資格取得を推進しております。
- より一層お客さまに寄り添ったサービスを提供できるよう、社外研修による人財育成、一般社団法人日本コンタクトセンター教育検定協会が認定するオペレーター資格・スーパーバイザー資格の取得推進を図り、応対力の向上に努めております。この取組みが認められ、外部評価機関(HDI-Japan)実施のコールセンター対応品質に関する「クオリティ格付け」において、8年連続で三つ星(お客さま視点の最高評価)を獲得いたしました。



※HDI-Japan の定める国際基準に基づいて設定された評価基準に沿って、専門の審査員が顧客の視点から評価し、「三つ星」から「星なし」までの4段階で格付けするもの。

従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

- 各職員の業務遂行結果をよりきめ細かく公平に評価し、「さらなるお客さま満足の向上等」へと繋げていくための評価体系を構築しています。

方針5. お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

募集代理店に支払う販売手数料体系

- 当社は、経営ビジョンを実現できるような「お客さまの意向を踏まえたコンサルティングや丁寧なアフターフォローの取組みを行い、より多くのお客さまの満足度を維持・向上し続ける代理店」や「社会的な要請にも応えながら相応の経営資源を投じて経営体制を構築している代理店」を理想の代理店像と考えております。
- 理想の代理店像の実現に向けては、各代理店における募集品質の向上等に資する取組みを促していく観点も踏まえ、2018年4月より「基本手数料」に加えて、こうした取組みを評価する「代理店品質取組手数料」を支払う販売手数料体系への見直しを行っております。
- 代理店の取組みを評価する販売手数料体系は随時見直しており、2020年4月には品質取組手数料の寄与度を引き上げ、これまで以上に取組みを評価する体系へと見直ししております。
- また、2024年7月から、当社が掲げる理想の代理店像の実現に向け、生命保険協会主導による「代理店業務品質評価運営」の考え方を取り入れた代理店手数料体系へと見直しを行いました。代理店業務品質評価基準の「基本項目」（法令で求められている対応など、代理店として取り組むべき基本的な項目）について、その考え方や視点を導入した「募集代理店共通自己点検表」の「高度化項目」の各設問（39項目）を新設し、顧客本位の業務運営に資する取組み（2項目）と併せて「代理店品質に関する取組項目」として設定のうえ、運営しております。

方針6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

利益相反管理態勢

- 役職員の行動規範である「住友生命グループ行動規範」において、利益相反による弊害を防止することを定めるとともに、利益相反管理方針等を策定し、利益相反を適切に管理する態勢を整備しております。
- 利益相反管理方針等において、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反管理の適切性を確保し、お客さまの保護および利便の向上を図ることを定めております。
- 利益相反管理部門であるコンプライアンス・リスク管理部は各部門が行おうとする取引が利益相反の管理対象取引に該当するか否かを判断し、管理対象取引に該当する場合は、取引に関与する部門間の情報の遮断や取引の中止などの適切な管理を行うこととしております。

資産運用業務における利益相反管理

- 投資判断において資産運用部門が意思決定の独立性を確保すべく、営業部門と資産運用部門を分離し、保険加入等を条件とした投資が行われないための体制を構築しています。

方針6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

代理店販売における適切な保険募集管理態勢の確保

- 生命保険商品にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、お客さまのご意向を適切に把握し、必要な情報を提供のうえ、比較推奨販売等に関して生命保険協会の自己点検表の基準等を踏まえ、適切な対応がなされていることを、委託する募集代理店に毎年確認するなど、適切な保険募集管理態勢の構築を図っております。
- また、募集代理店あての販売手数料については、2018年6月にその体系・考え方をホームページに公表し、2018年10月に品質取組項目の拡大等の見直し内容を反映した後、2019年4月、2020年4月には、より詳細に体系・考え方を公表しております。
- なお、当社では、募集代理店に対し、販売手数料以外の名目で手数料の支払いは行っておりません。
- 当社が募集代理店となり、他の保険会社・少額短期保険会社の商品を提供する場合においても、お客さまの保険加入に関するご意向を把握するとともに、お客さまのニーズを踏まえた商品を提案し、ご加入に際して必要となる情報についても分かりやすく提供することができるよう、引受保険会社・少額短期保険会社と緊密に連携・協議を行い、また当社募集人への指導・教育を行うなど、適切な保険募集管理態勢の整備や各種取組みに努めています。

方針7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取組み

実効性を高めるための体制整備

- PDCA機能発揮の観点から、「お客様本位の業務運営方針」に関する取組みについて振返りを実施し、振返りを踏まえた同方針の改正を含め、各種取組の実施状況について公表しています。
- お客様本位の業務運営方針に基づく各種取組の実効性を高めるべく各種研修を実施するとともに、職員アンケート等を通じて浸透度等を確認することによって実効性の向上に取り組んでいます。
- 各種取組の実効性を高めるべく、住友生命グループの「お客様本位推進委員会」に参加し、グループ内でのお客様本位の業務運営に関する認識を共有し、当社の業務運営に活かしています。

方針7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取組み

評価指標（KPI）の状況

【お客さま満足度（総合満足度）】

- お客さまの最善の利益を図るという観点から、当社の取組みを総体としてご満足いただいているかどうかを図る趣旨で、「お客さま満足度（総合満足度）」を評価指標として設定しております。
- 2024年度のお客さま満足度（総合満足度）は95.8%であり、高い水準を維持しております。

総合
満足度

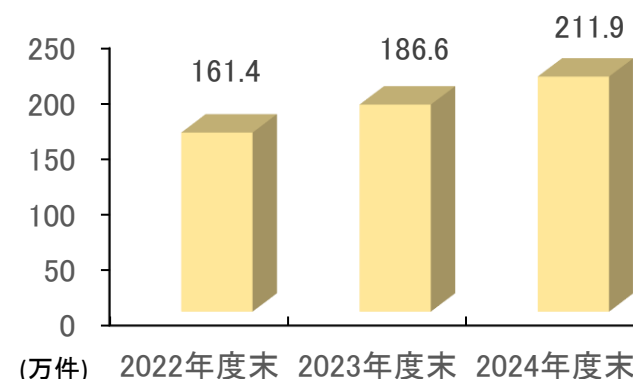
95.8%

（参考）場面別満足度

ご加入時	ご加入後	お支払時
98.0%	94.6%	91.7%

【保有契約件数】

- 当社におけるお客さま本位の業務運営に関する評価指標として、「保有契約件数」を設定しております。
- 2024年度末の保有契約件数は211.9万件（前年度末比+25.3万件）となり、着実な増加を果たしました。



「お客さま本位の業務運営方針」

メディケア生命保険株式会社（以下、「メディケア生命」）では、お客さまの最善の利益を追求する観点から、これまで以上にお客さま本位の業務運営を推進するために、以下の方針を定めます。

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

メディケア生命では、経営ビジョンである「Challenge For the Future!!」および経営理念によって構成される経営方針や、「ブランドビジョン」、「住友生命グループ行動規範」を踏まえて策定した「メディケア生命役職員行動憲章」に則り、役職員一人ひとりがお客さまに対して誠実・公正に、また、最善の利益を図る視点を持って業務に取り組むとともに、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、継続して努めてまいります。

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

メディケア生命では、多様化するお客さまのニーズにお応えし、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する、お客さまにとって最適な生命保険商品の開発・提供に取り組んでまいります。また、生命保険が長期にわたる商品であることも踏まえ、生命保険商品ご加入後においても、継続的にお客さまへの情報提供等のサービスを行うとともに、生命保険会社の重要な根幹業務である給付金等のお支払いを正確、迅速かつ誠実に遂行することで、お客さまサービスの向上を実現してまいります。

3. お客さまにとってわかりやすい情報の提供

メディケア生命では、生命保険商品の内容等に応じ、お客さまが商品選択するうえで重要な情報をわかりやすく提供いたします。将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、法令等を踏まえお客さまにご負担いただく諸費用等の開示を行うなど、わかりやすい情報の提供に努めてまいります。

4. お客さまのニーズに適った商品提供を支える資産運用

メディケア生命では、お客さまのニーズに適った生命保険商品の提供を可能にするため、そして将来にわたって給付金等を確実にお支払いするために、適切なリスクコントロールのもと、安定的な資産運用収益の確保に取り組んでまいります。

5. お客様本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

メディケア生命では、保険業法および関連法令等に加え、生命保険商品の提供に関し必要な知識を身につけるための従業員教育を実施することで、お客様満足維持・向上に努めてまいります。また、お客様満足維持・向上に向けた取り組みも踏まえた評価体系の構築に努めてまいります。

6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

メディケア生命では、お客様利益の保護を図る観点から、当社とお客様の間、またはお客様相互間の利益相反により、お客様の利益が不当に害されることのないよう、適切な管理態勢を構築いたします。あわせて生命保険にご加入いただくお客様の利益を確保するため、適切な保険募集管理態勢を構築いたします。

7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取り組み

メディケア生命では、お客様本位の業務運営の定着を図り、より良い業務運営としていくために、実施状況について定期的に検証を行い、方針に基づく各種取り組みの実効性を高めてまいります。

以 上

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく具体的な取組み

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

メディケア生命では、経営ビジョンである「Challenge For the Future!!」および経営理念によって構成される経営方針や、「ブランドビジョン」、「住友生命グループ行動規範」を踏まえて策定した「メディケア生命役職員行動憲章」に則り、役職員一人ひとりがお客さまに対して誠実・公正に、また、最善の利益を図る視点を持って業務に取り組むとともに、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、継続して努めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【経営方針】

○メディケア生命の経営方針は、経営ビジョンである「Challenge For the Future!!」および経営理念によって構成されます。

○「Challenge For the Future!!」では、以下の方針のもと、住友生命のグループ会社として住友生命の経験とノウハウを活かした商品・サービスの提供により、お客さまに信頼・安心いただける会社を目指していくことを掲げています。

1. シンプル・わかりやすい・選べる保険
2. 丁寧・迅速・正確なサービス

○また、経営理念として以下の方針を定めています。

1. お客さまのために
多様化するお客さまのニーズを的確にとらえ、常にシンプルさとわかりやすさを意識しながら、お客さまに選んでいただける保険商品やサービスをご提供します。
2. ビジネスパートナーのために
代理店・取引先をはじめとするビジネスパートナーと信頼関係を構築し、共利共生を志向しながら、多様化するお客さまニーズに安心と満足を提供できるサポートを実践します。
3. 従業員のために
従業員一人ひとりの個性と人格を尊重し、個々の能力を最大限に発揮できるような風土を築き、その社会生活においてゆとりと豊かさを実現します。
4. 社会のために
生命保険事業の健全な運営と発展を通じて、豊かな社会の創造と発展に貢献します。

○経営環境の変化に対応する観点から、将来に亘ってもっと！フィット！するサービスを提供するための体制づくり、デジタルインフラ導入等の検討・推進に取り組んでまいります。

【ブランドビジョン】

○「ブランドビジョン」では以下の方針を掲げています。

1. 時代を先取りした商品・サービスの開発で、お客さまのみらいと安心にもっとフィットします。
2. 心を込めたサポートで、多様な価値観にもっとフィットします。
3. 働きがいに満ちた、わくわくする会社づくりを目指して、もっとフィットするための挑戦をし続けます。

【メディケア生命役職員行動憲章】

○「メディケア生命の経営方針」や「ブランドビジョン」、「住友生命グループ行動規範」を踏まえ、「保険事業の健全な運営と発展を通じて豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する」との理念を反映した「メディケア生命役職員行動憲章」を策定しています。

○この「メディケア生命役職員行動憲章」の中では、「お客さまからの信頼をあらゆる活動の起点とし、保険事業の健全な運営を通じて、一人ひとりに最適なサービスを提供する」との基本姿勢を定めています。

○役職員一人ひとりが、「メディケア生命役職員行動憲章」に則り、生命保険商品やサービスの提供を通じて、「お客さま本位の業務運営」に向けた取組みを実践します。

【お客さま本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取組み】

○メディケア生命の役職員一人ひとりが「お客さまの声」を真摯に受け止め、その声を活かして商品・サービスの開発や業務の改善・向上を図り、お客さまからより一層信頼され、ご満足いただけるよう、日々、以下のとおり取り組んでいます。

- ・当社に寄せられる「お客さまの声」については、全件集約のうえ、関連する業務を所管する部門間で共有化し、対応策・改善策を検討しています。特に苦情については、「コンプライアンス・リスク管理部」で一元管理し、その分析に基づく改善を推進しています。
- ・部門横断的・全社的な課題については、「コンプライアンス委員会」「経営会議」において改善策の検討を行う等、必要な対策を講じ、審議結果を取締役に報告しています。

【企業文化としての定着】

○メディケア生命では、このような経営方針やブランドビジョン、行動憲章に則った取組みを通じて、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう努めています。

2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

メディケア生命では、多様化するお客様のニーズにお応えし、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する、お客様にとって最適な生命保険商品の開発・提供に取り組んでまいります。また、生命保険が長期にわたる商品であることも踏まえ、生命保険商品ご加入後においても、継続的にお客様への情報提供等のサービスを行うとともに、生命保険会社の重要な根幹業務である給付金等のお支払いを正確、迅速かつ誠実に遂行することで、お客様サービスの向上を実現してまいります。

＜具体的な取組み＞

【お客様ニーズに沿った商品の開発・提供】

- メディケア生命では、代理店営業担当者・コールセンターや募集代理店等を通じてお客様の声を収集するとともに、ライフスタイルの多様化など社会環境の変化を踏まえたうえで、お客様のニーズや利益に真に適った、お客様にとって最適な生命保険商品の開発・提供を行っています。
- お客様にとってより魅力あるサービスを提供するために、24時間・年中無休で専門スタッフが相談に応じる「24時間電話健康相談サービス」や総合相談医へのセカンドオピニオンを無料で手配する「セカンドオピニオン手配サービス」などのお客様向け付帯サービスを提供しています。
- 生命保険商品を提案する際には、お客様の年齢や性別、家族状況等に基づき推定・把握したお客様のご意向を意向把握書面（お客様のご意向を把握するために作成・使用している書面）やウェブサイトにより案内しています。また、ご加入いただく際には、申込書類をご記入いただく前に、「申込みいただく保険商品の内容」と「お客様の最終的なご意向」が合致しているかを確認しています。
- 募集代理店に対しては、意向把握書面の取寄せや募集代理店点検等を通じて、お客様のご意向を把握したうえで、ご意向に沿ったプランの提案を行う態勢が整備されていることについての確認をしています。
- 将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、取扱う募集代理店において、当該商品の提供にあたって必要な情報（お客様の資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズ等）の収集等、適合性原則を踏まえた態勢が整備されていることについて、適合性の確認に関する書面の取寄せや募集代理店点検等を通じて確認します。
- メディケア生命が募集代理店となり、将来的に他の保険会社等の市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、お客様の資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズ等を把握するなど、適合性原則を踏まえたうえで、お客様に適した商品提案を行います。

【商品の開発・提供・管理の取組み】

（基本理念）

○メディケア生命では、お客さまにとって保険を身近なものにするため、シンプルでわかりやすく、お客さまに選んでいただける商品をご提供し、丁寧・迅速・正確なサービスを通じてお客さまに信頼・安心いただくことが果たすべき使命のひとつと考え、その旨を「サステナビリティへの取組み」に定めております。

○この「サステナビリティへの取組み」の下、多様化するお客さまのニーズにお応えし、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する商品の開発に取り組むとともに、個々の商品のライフサイクルの中で絶えずその品質向上を推進し、お客さまの最善の利益に適う商品提供を確保するための取組みを推進してまいります。

（体制整備）

○メディケア生命では、商品の提供開始前に十分な準備期間を設け、適切な保険募集管理、保険契約管理および保険金支払態勢の整備を図っております。

○また、商品開発後にも「お客さまの声」や支払管理の観点なども踏まえて商品改廃についての必要性を定期的に検討し、その結果を今後の商品開発に活かす等、商品の開発・提供・販売後の商品管理の各サイクルにおける品質管理体制を整備しております。さらに、必要な場合には、商品の開発やパンフレットの作成にあたり、外部有識者から意見を取り入れております。

（商品の開発）

○メディケア生命では、保険商品の開発にあたり、あらかじめ想定するお客さまの属性を明確にするとともに、当該お客さまのニーズを想定した上で、開発する金融商品の商品性がそれに合致することを確認しております。また、保険契約管理や保険金支払管理等の面からその持続可能性や合理性等について検証しております。

○将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、想定したお客さまの属性について、他の金融商品との比較を目的として募集代理店が使用する重要情報シートの作成に必要な情報を提供します。また、お客さまの資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズ等を基本として想定顧客属性を具体的に特定するとともに、募集代理店を通じた意向確認書兼適合性確認書の取寄せ、募集代理店に対する点検等を通じて、お客さまへの商品提供の実態把握に努めます。

（商品の開発後の対応）

○メディケア生命では、提供開始した保険商品に関しても、定期的に検証し、当初想定した商品性が確保されているかを確認の上、必要に応じ商品の改定等を検討しております。

○提供開始した保険商品については、その販売状況に加え、早期解約や苦情の発生状況等の情報を募集代理店と連携して把握し、商品性の説明等、適切な保険募集が実施されていることを確認のうえ、その後の商品開発や募集代理店における募集管理態勢の改善などに活かしております。

○将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、リスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証し、当該商品が中長期的にお客さまの利益に適った商品となっているかの確認等を実施します。また、それら確認結果は、商品の改定等の検討に活かすことに加え、商品開発やその後の提供・管理といった各プロセスの見直しにも適宜活用する他、必要に応じて募集代理店にも連携します。なお、募集代理店においてお客さまニーズに沿わない不適切な販売がなされている懸念がある場合は、実態を把握するとともに、改善に向けて適切に対応します。

(分かりやすい情報提供)

○当社商品に関する情報については、その特性に応じて分かりやすくお伝えするよう取り組みます。募集代理店を通じて提供される商品についても募集代理店と連携してわかりやすい情報提供に取り組みます。

○当社のお客さま本位の業務運営方針に基づく、商品開発管理、資産運用の取組みは、「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況において、公表してまいります。

(商品組成会社との連携)

○メディケア生命が募集代理店となり、他の保険会社等の商品を販売するにあたっては、当該商品を組成する会社の顧客本位の取組みを把握します。そして、お客さまの属性や苦情情報等、商品管理の各サイクルの改善に必要な情報を適宜、商品組成会社に連携してまいります。

【お客さまの属性や状況に応じた対応】

○メディケア生命では、生命保険商品の提供を行う際には、お客さまの年齢や性別、家族状況などに応じ、公的制度（社会保障制度等）も踏まえ、備えるべきリスクや保障額を確認いただきながら、最適な保障を提供しています。

○保険募集やアフターフォローをはじめとしたご高齢のお客さまへの対応等については、「保険募集コンプライアンス・マニュアル」等にご高齢のお客さまへの募集ルールや対応時の心構え等を記載し、周知徹底を図っています。

○当社の非対面募集（通信販売・インターネット申込を含む）において、ご高齢のお客さまに生命保険商品を提供する場合には、ご安心いただき、納得のうえご加入いただくために、お客さまの状況に応じた丁寧かつわかりやすい説明に努めています。また、70歳以上のご契約者への保険募集に際しては、保険契約申込の受付後にご契約者あて電話連絡を行うことにより、ご契約者のご意向に沿ったご契約内容であることを確認しています。

○募集代理店に対しては、募集代理店において策定されるご高齢のお客さまへの募集ルールの参考とすべく、次のとおり募集時の推奨ルールを策定しています。

- (1) 申込みお手続き時に「ご親族」（指定代理請求人等）にご同席いただきます。
- (2) 申込みお手続き時に「複数の保険募集人」により対応します。
- (3) 申込みの検討に必要な時間的余裕を確保するため、「複数回の募集機会」を設けます。

また、募集代理店点検等を通じて、募集代理店においてご高齢のお客さまへの募集ルールを定め、ご年齢や生命保険商品の特性等に配慮した募集を行う態勢が整備されていることを確認しています。

○ご高齢のお客さまや障がいのあるお客さまに配慮し、給付金等のご請求に際しては必要書類の簡素化として、一部の給付金請求のお手続き時に診断書が不要となる取扱いを実施しています。

○ご契約者自身によるお問い合わせやご契約者自身へのお手続きの案内が今後困難となる場合に備え、ご契約者本人に加えてご登録いただきましたご家族さまへ、ご契約内容や手続方法・内容等について案内させていただく「家族情報登録制度」について、ご登録いただく活動に取り組んでおります。

【アフターフォロー・保全手続き】

○メディケア生命では、生命保険商品のご加入後においても、年に1回、ご契約者さまに対して、ご加入いただいたご契約の内容についての状況を記載した総合通知を送付しています。総合通知には、お客さまにご確認いただきたい事項をまとめた情報冊子を同封し、住所変更等必要なお手続きやご請求いただける給付金等の請求に漏れがないかといった点について、わかりやすく解説しています。

○ご加入いただいている生命保険契約に関する各種お手続きについて、お客さまからのご要望に対して迅速かつ丁寧な対応に努めています。

○お客さまがインターネットを通じてご利用いただける各種サービスの拡充（マイページを通じたご契約各種保全手続きや入院・手術給付金等のご請求をインターネットで行うことができる機能の提供等）を図るなど、迅速かつ丁寧なお客さまサービスの遂行に努めています。

さらに、お客さまの利便性をより向上させる取組みとして、インターネットについては、スマートフォンからも利用しやすい仕様としています。

○生命保険契約加入後の各種お手続きや給付金等のお支払い手続きに関するご照会等については、フリーダイヤルを設けて、コールセンターにてお客さまと対応しております。またオペレーターによる対応に加え、ホームページやマイページ、お客さまと自動で対話し、お手続きを受付する24時間受付自動応答サービス、希望されたお客さまにSMS（ショートメッセージサービス）を配信する取組等、多様化するお客さまのニーズにあわせて、デジタル技術を活用し、オペレーターによる対応以外のご案内方法を拡充させることにより、お客さまの利便性向上に努めております。

○新契約からお支払いまでの各種手続きにおいてはデジタル化を通じて、迅速化・簡素化を図り、サービスの向上に取り組んでいます。

【給付金等のお支払い】

○メディケア生命では、お客さまに病気やけがなど「もしも」のことがあったとき、給付金等を正確かつ迅速にお支払いすることが、最も重要な使命のひとつと考えています。

○支払業務に携わる担当者およびコールセンターや代理店営業担当者への教育・研修を継続的に実施するとともに、支払部門に所属する職員全員が、一般社団法人生命保険協会主催の「生命保険支払専門士」資格の取得を目指すなど、所定の教育体系により、査定能力の更なる向上を図っています。

○給付金等のご請求案内およびお支払手続きにおいては、専用のシステムを用いる等により正確で迅速なお支払いを行っています。

また、給付金等のご請求案内の際には、ご加入いただいているご契約の保障内容に基づき、病気やケガの内容から関連する各種給付金等について、ご請求可能な給付種類をお客さま自身にご確認いただくことができる帳票を、契約内容通知とあわせて送付しています。

さらに、支払漏れを防止するために、全件、支払後検証による点検を行うとともに、請求勧奨要否についての点検も行っています。

○給付金等のお支払いに関するご相談について、お客さまにわかりやすく丁寧な説明を行うために、専用の相談窓口を開設しご相談を受け付けています。

3. お客様にとってわかりやすい情報の提供

メディケア生命では、生命保険商品の内容等に応じ、お客様が商品選択するうえで重要な情報をわかりやすく提供いたします。将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、法令等を踏まえお客様にご負担いただく諸費用等の開示を行うなど、わかりやすい情報の提供に努めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【わかりやすい情報の提供】

- メディケア生命では、生命保険協会の各種ガイドライン等を踏まえて募集資料を作成し、生命保険商品の内容等に応じ、保険の仕組みや保障内容、保険料、ご加入いただくことが想定される主なお客様層およびお客様に影響のあるリスクに関する情報等をわかりやすく提供しています。
- 契約概要や商品パンフレット等を用いて、お客様のご意向に沿った提案を行うとともに、保障機能（特約）ごとにお支払理由をわかりやすく説明しています。
- 契約概要をはじめとする募集資料の新規作成・改訂の際には次の点に留意しています。
 - ・生命保険商品の魅力に関する情報は、制限事項もあわせて表示する等、その商品のリスクも明確に伝わるよう配慮し、リスク情報については、図表等を用いて定量的にわかりやすく記載するよう工夫しています。
 - ・情報の重要性により記載方法を区別し、特に留意すべき事項については、その旨が分かるよう工夫しています。
 - ・商品内容に応じ、仕組みの単純な商品は簡素な記載に留める一方、複雑な商品においては十分な情報量を確保するなど、その内容に沿った丁寧な情報提供に努めています。
- 重要な情報をわかりやすく提供する観点から、募集資料を作成・改訂する際には、外部コンサルティング会社等の知見を参考とし、ユニバーサルデザインの観点も取り入れて検討・作成するなど、ご高齢のお客様や障がいのあるお客様にも配慮した募集資料の作成に努めています。
- 将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、金利・為替・株式相場等の影響により、お客様のお受け取りになる保険金等が変動するという特性やリスク、お客様にご負担いただく費用等について、募集資料等を通じてわかりやすい情報提供を行います。また、募集代理店に対しても、教材の提供や研修を通じて、指導・定着を図ります。
- 将来的に市場リスクを有する投資性商品を提供する際には、募集時のわかりやすい情報提供、他の金融商品との比較を目的として、リスク（為替変動リスク・金利変動リスク）およびリターン（実質的な利回り）、ご加入いただくことが想定される主なお客様層を記載した重要情報シートを作成し、募集代理店に提供します。

4. お客様のニーズに適った商品提供を支える資産運用

メディケア生命では、お客様のニーズに適った生命保険商品の提供を可能にするため、そして将来にわたって給付金等を確実にお支払いするために、適切なリスクコントロールのもと、安定的な資産運用収益の確保に取り組んでまいります。

<具体的な取組み>

【安定的な資産運用収益の確保に向けた取組み】

○メディケア生命では、適切なリスクコントロールのもと、リスクとリターンのバランスを踏まえた投資を行っています。具体的には、公社債を中心としたポートフォリオに基づきリスクを適切にコントロールし、資産運用収益の安定的な獲得を目指すことで、お客様のニーズに適った商品供給を支えるとともに、給付金等を確実にお支払いできるよう努めています。

5. お客様本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

メディケア生命では、保険業法および関連法令等に加え、生命保険商品の提供に関し必要な知識を身につけるための従業員教育を実施することで、お客様満足の維持・向上に努めてまいります。また、お客様満足の維持・向上に向けた取組みも踏まえた評価体系の構築に努めてまいります。

<具体的な取組み>

【従業員教育】

○メディケア生命では、当社生命保険商品の他、保険業法および関連法令等のコンプライアンスに関する教育を継続的に実施するなど、従業員に対する教育・研修に取り組んでいます。

○従業員の成長ステップに応じ、一般社団法人生命保険協会主催の各種試験への取組みを積極的に推進しています。

○また、生命保険だけではなく金融商品・社会保障制度等に関する豊富な知識を有する「FP技能士（厚生労働省所管国家資格）」資格取得・活用を継続的に推進しています。

【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

○メディケア生命では、営業推進部門を含む全従業員の評価について、生命保険商品の提供やお客様満足の維持・向上に向けた取組み等、総合的な観点から実施する体系を構築しています。

【募集代理店に支払う販売手数料体系】

○メディケア生命では、お客様に安心と満足を実感いただくことが重要だと考えております。募集代理店においては、「お客様の意向を踏まえ、ニーズに合致した保険商品を提供すること」、「比較推奨販売を適切に実践して、お客様に最適な保険を選んでいただくこと」、「ご加入後もお客様の満足度を維持・向上させる取組みを実践すること」が重要であると考えており、募集代理店におけるこうした取組みを評価する販売

手数料体系としています。具体的には、「顧客本位の業務運営」、「募集品質向上」、「アフターフォロー」の3つの視点で募集代理店の品質を評価する体系としています。

○また、代理店の品質を評価する項目ごとの実効性の確認や分析等を通じた振返りを行ったうえで、手数料体系の見直しについて検討してまいります。

6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

メディケア生命では、お客さま利益の保護を図る観点から、当社とお客さまの間、またはお客さま相互間の利益相反により、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切な管理態勢を構築いたします。あわせて生命保険にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、適切な保険募集管理態勢を構築いたします。

＜具体的な取組み＞

【利益相反管理態勢】

○メディケア生命では、役職員の行動規範である「メディケア生命役職員行動憲章」において、利益相反による弊害を防止することを定めるとともに、利益相反管理方針等を策定し、利益相反を適切に管理する態勢を整備しています。

○利益相反管理方針等において、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反管理の適切性を確保し、お客さまの保護および利便の向上を図ることを定めています。利益相反管理部門であるコンプライアンス・リスク管理部は各部門が行おうとする取引が利益相反の管理対象取引に該当するか否かを判断し、管理対象取引に該当する場合は、取引に関与する部門間の情報の遮断や取引の中止などの適切な管理を行うこととしています。

【資産運用業務における利益相反管理】

○メディケア生命では、資産運用業務における利益相反について、次の取組みにより、保険契約等の取引関係に関わらず、投資判断において資産運用部門が意思決定の独立性を確保することにより、適切な管理態勢を構築します。

- ・営業推進部門と資産運用部門を分離し、保険加入等を条件とした投資が行われないための体制を構築しています。
- ・当社の保険商品に加入すること等を条件とした有価証券取引等を利益相反の管理対象取引としています。

【代理店販売における適切な保険募集管理態勢の確保】

○メディケア生命では、生命保険商品にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、委託する募集代理店等に対して、お客さまのご意向を適切に把握し、必要な情報を提供のうえ、比較推奨販売等が適切に実施されるよう、保険募集管理態勢が整備されていることについて、毎年募集代理店に確認するなど、適切な保険募集管理態勢の構築を図っています。

○また、募集代理店あての販売手数料については、その体系・考え方を当社ホームページで公表しています。公表内容は、よりわかりやすい説明となるよう今後も検討してまいります。

○なお、メディケア生命では、募集代理店に対し、販売手数料以外の名目で手数料の支払いは行っておらず、また、募集代理店向けの華美な施策等も実施しておりません。

○メディケア生命が募集代理店となり、他の保険会社・少額短期保険会社の商品を提供する場合においても、お客さまの保険加入に関するご意向を把握するとともに、お客さまのニーズを踏まえた商品を提案し、ご加入に際して必要となる情報についても分かりやすく提供することができるよう、引受保険会社・少額短期保険会社と緊密に連携・協議を行い、また当社募集人への指導・教育を行うなど、適切な保険募集管理態勢の整備や各種取組みに努めています。

7. お客さま本位の業務運営の実効性を高める取組み

メディケア生命では、お客さま本位の業務運営の定着を図り、より良い業務運営としていくために、実施状況について定期的に検証を行い、方針に基づく各種取組みの実効性を高めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【実効性を高めるための体制整備】

○メディケア生命では、「お客さま本位の業務運営」の実施状況について、社長が議長となる経営会議において、役員・部長による定期的な振返りを行い、PDCA機能を発揮し、各種取組みの実効性を高めていきます。その結果も踏まえて、適宜方針の見直しを検討するとともに、ホームページでその状況を公表します。

○お客さま本位の業務運営方針に基づく各種取組みの実効性を高めるべく、「お客さま本位」に関する研修を実施するとともに、職員アンケート等を通じてお客さま本位の業務運営についての浸透度等を確認しています。

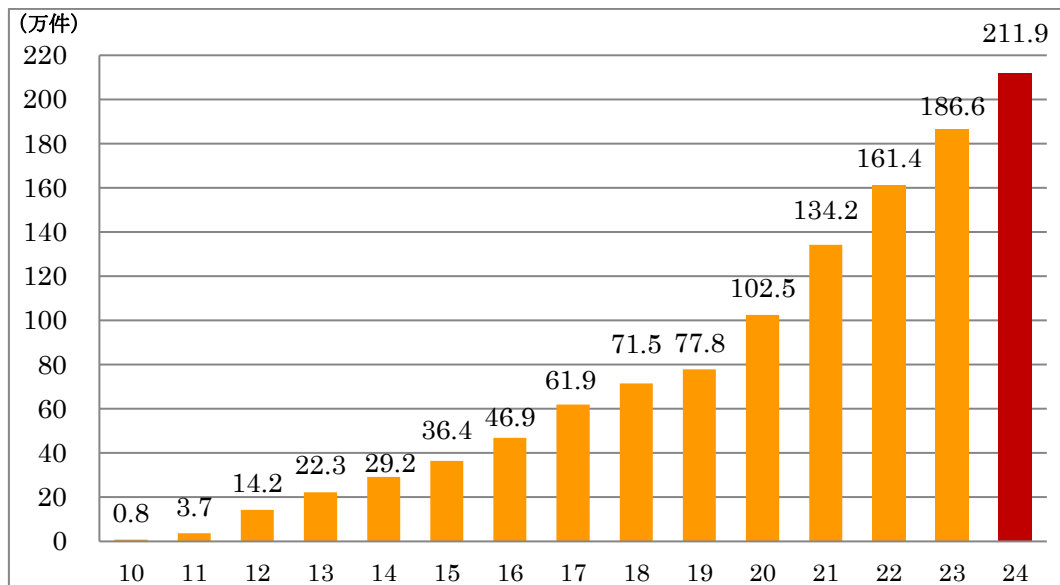
○住友生命グループとして、グループ各社がお客さま本位の業務運営に関わる認識を共有し取組みを推進していくために設置された住友生命のお客さま本位推進委員会(※)に、当社社長が構成員として参加し、グループ全体の振返りを定期的に行います。

(※) 住友生命社長が議長を務め、住友生命の関係役員、住友生命子会社の当社社長、いずみライフデザイナーズ社長、保険デザイン社長が構成員となる協議会

【評価指標の設定】

○お客さま本位の業務運営の定着を図るために以下の評価指標を設定し、各種取組みとあわせて、定期的に進捗状況を確認します。

- ・当社としての取組みを総体としてご満足いただいているかどうかを図る趣旨で、「お客さま満足度（総合満足度）」を設定します。
- ・お客さま本位の業務運営に関する取組みの評価指標として「保有契約件数」を設定し、着実な増加に向けて取り組みます。



以 上

当社は複数の金融商品・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、原則６－注２につきましては、当社「お客さま本位の業務運営方針」の対象としておりません。また、補充原則において想定されるような外部委託商品は販売しておりませんので、補充原則４－注３も当社方針の対象としておりません。