

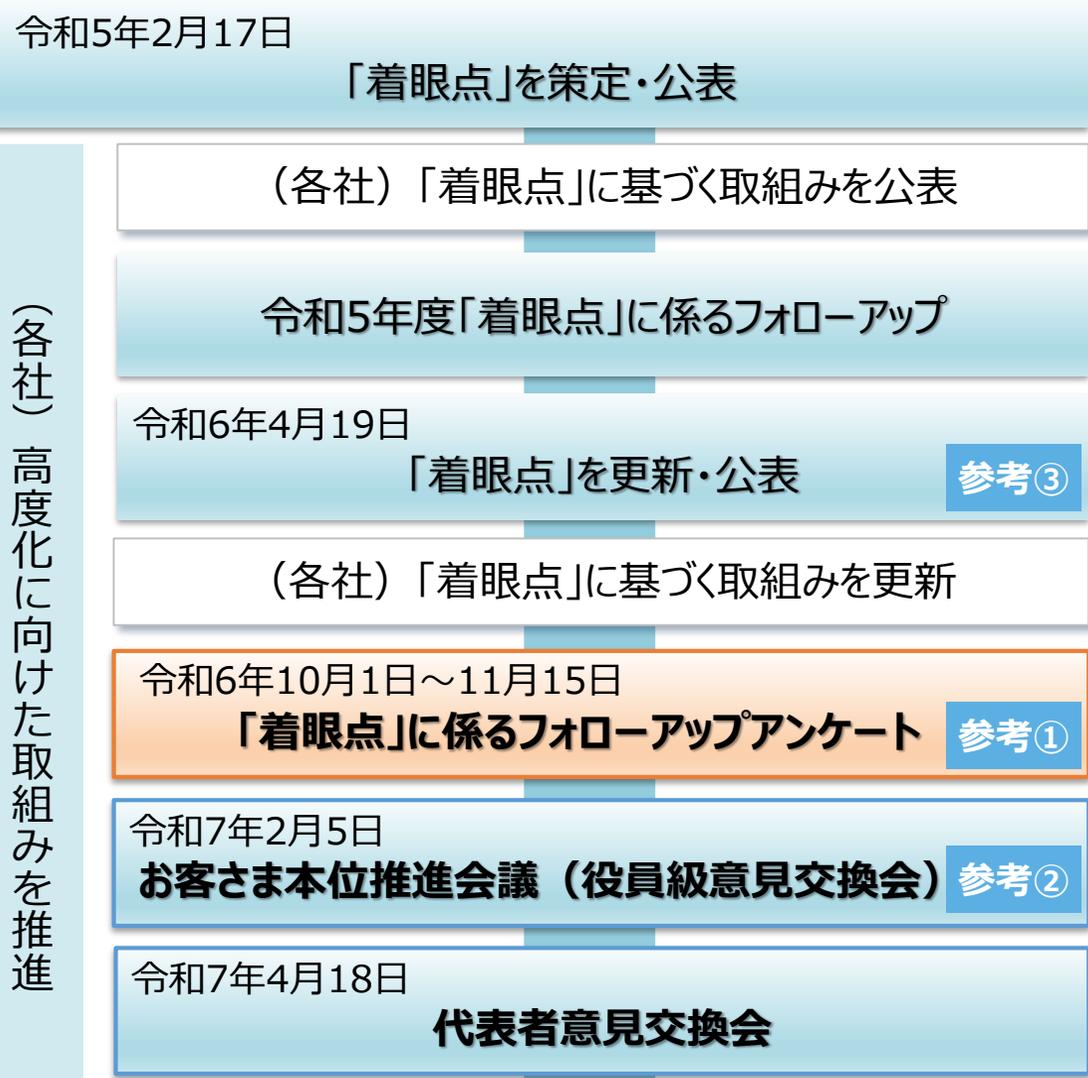
# 令和6年度「着眼点」に係るフォローアップ を踏まえた対応について

令和7年4月18日

 一般社団法人  
生命保険協会

# 1. 令和6年度「着眼点」に係るフォローアップについて

✓ 令和5年2月に作成した「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化にかかる着眼点（以下「着眼点」）」について、令和6年度は、生命保険協会にて以下のとおりフォローアップを実施



（各社）高度化に向けた取組みを推進

・顧客本位の業務運営にかかる社会的要請の高まり、コロナ感染症拡大やデジタル化の進展による活動環境の変化、金銭詐取事案の発生等を踏まえ、「着眼点」を策定

・令和5年度「着眼点」に係るフォローアップアンケートの結果や、お客さま本位推進会議で共有された各社の取組みの中で見られた、各社の新たな取組みについて、「着眼点」の「参考となる取組例等」に追加

・営業職員チャネルを有する全ての会社において、「着眼点」に記載されたプリンシプルに対応する取組みを行っており、「コンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化」に向けた取組みを進めていることを確認

・フォローアップアンケートをもとに、各社における高度化に向けた取組みや、不適正事案に対する再発防止取組等を共有  
・会議に参加した有識者から、各社取組みに対する評価等を共有いただいた

## 2. 令和6年度「着眼点」に係るフォローアップを踏まえた「着眼点」の更新について

- ✓ 「着眼点」に係るフォローアップアンケートの結果や、お客さま本位推進会議で共有された各社の取組みの中で見られた、会員各社の新たな取組みについて、「着眼点」の「参考となる取組例等」に追加。

### 新たに加える取組み

#### <金銭関連不適正行為の防止に関する取組み>

- ・自社が取り扱う商品以外の金融商品に関する紹介・勧誘行為を行い、結果としてお客さまからの信頼を損なうことがないように、投資勧誘等に関するルール（会社で取り扱わない金融・投資商品やネットワークビジネス等の紹介・勧誘行為について、**手数料の有無にかかわらず禁止等**）を整備している。

#### <管理者に関する取組み>

- ・管理者向けのマニュアル等において、**営業組織の管理者の役割として、「リスク管理」「予兆把握」「コンプライアンス風土の醸成」等を明確化**し、それぞれの役割における求められる行動・ふさわしくない行動を示すほか、営業職員との面談や申込書点検の場面で**不適正の予兆を把握するポイント等**を示している。

#### <コンプライアンス・リスクの評価>

- ・支社において**高リスクと考えられる拠点を選定し、支社から当該拠点に対する指導・アドバイスを積極的に行う**ことで、リスク管理態勢の強化を図っている。

※その他、取組例として、複数の個別監査で発見した内部統制上の課題と、統制が機能しなかった理由等の分析を通じた監査態勢の高度化に向けた取組みや、営業職員に顧客本位の企業文化を一層定着させる観点から、お客さまからの感謝の声について討議する機会を提供する取組み等を追加

生命保険協会では、引き続き各社の高度化に向けた取組みをフォローアップ

タイトル

「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化にかかる着眼点」に関するフォローアップアンケート

実施期間

令和6年10月1日～令和6年11月15日

質問内容

- Q1：「着眼点」更新（令和6年4月19日公表）を受けた、各社取組の公表状況  
Q2：現状の取組と今後の取組  
①：現状の取組有無  
②-1（①で「有」の場合）：具体取組（10月1日時点の取組を全て記載）  
②-2（①で「無」の場合）：プリンシプルに即した取組をしていない理由  
③：今後の取組（検討中のものも含め記載）  
Q3：取組を進める中での運用上の課題（自由記載）  
Q4：プリンシプルそのものではないが関連する取組や「着眼点」の改訂を検討するにあたって参考としてもよい取組（自由記載）

回答会社

営業職員チャネルを有する会社（20社）

アクサ、朝日、オリックス、ジブラルタ、住友、ソニー、SOMPOひまわり、第一、大樹、大同、太陽、東京海上日動あんしん、日本、富国、プルデンシャル、マニユライフ、三井住友海上あいおい、明治安田、メットライフ、かんぽ

- ✓ フォローアップアンケートを実施した結果、営業職員チャネルを有する**全ての会社において**、「着眼点」に記載されたプリンシプルに対応する取組みを行っており、「**コンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化**」に向けた取組みが**継続されている**ことが確認できた。
- ✓ 前回のフォローアップアンケートを通じて共有した各種好取組が、**各社において、自社独自のアレンジを加えながら、実務に取り入れられている**ことが確認できた。

## ■ 各社の新たな取組みや検討中の取組み

### 1. コンプライアンス・リスク管理態勢

#### (1) 経営陣の姿勢・主導的役割

- ✓ 全営業管理職を対象にした会議体において、経営陣から、不適正事象が複数発覚していること、支社における注意喚起の必要性を共有する等の取組みが見られた。

#### (2) 営業組織における管理者（支社長・営業拠点長等）の役割

- ✓ 支社・営業拠点の管理者が連携し、定期的・重層的に内部管理を実施する仕組みを設けることで、自組織における課題解決と不適正事象の未然防止を図る等の取組みが見られた。

#### (3) より良い企業文化の形成に向けた取組み

- ✓ **ケーススタディを通じて行動規範を学ぶ教材を提供**することで、社員が行動規範を起点に考え、行動できる習慣づくりをサポートする等の取組みが見られた。
- ✓ **「違和感や気づき」の報告を歓迎する文化を浸透**させるため、**社員が感じた「違和感や気づき」を経営陣や管理者に報告することの重要性について会社全体で共有**する等の取組みが見られた。

#### (4) 三線管理態勢の構築

- ✓ コンプライアンス・リスク管理態勢の実効性向上に繋がる協働検討等を目的に、定期的に2線部署・3線部署間の情報連絡会を開催する等の取組みが見られた。

2. コンプライ  
アンス・リスク  
の評価

- ✓ 各支社のコンプライアンス取組計画策定時に、本社が提供するデータ等に基づき、**支社で高リスクと考える営業拠点を選定し、支社から当該拠点に対する指導・アドバイスを積極的に行う**ことで、リスク管理態勢の強化を図る取組み等が見られた。

(1) 業務ルールの明確化

- ✓ 管理者向けのコンプライアンス教材において、**管理者に求める姿勢や不適正予兆把握のポイントを明確化し、役職員への周知**を実施等の取組みが見られた。
- ✓ **会社で取り扱わない金融・投資商品やネットワークビジネス等の紹介・勧誘行為について**、会社の信頼性を毀損するリスクや、お客さまおよび営業職員が詐欺・トラブルに巻き込まれるリスク等を踏まえ、**手数料の有無にかかわらず禁止**する等の取組みが見られた。
- ✓ **金融・投資商品やネットワークビジネス等の紹介・勧誘行為等に関するルールの理解促進**に向けて、**ルールや具体的事例等をポータルサイトとしてまとめて現地に提供**する等の取組みが見られた。

(2) 教育・研修

- ✓ **お客さま本位の行動を実践し、お客さまから感謝いただくことができた事例について、営業職員間で話し合う機会**を提供する等の取組みが見られた。
- ✓ 本社組織の討議テーマとして、自組織の制度・取組みが現地に対して不正を誘発するものになっていないかを確認し、本社組織として必要となる行動を議論する機会を設ける等の取組みが見られた。

(3) 人事・報酬（表彰）制度

- ✓ 営業組織の表彰制度において、地域振興やお客さま本位の業務運営に向けた取組内容に対する評価を実施する等の取組みが見られた。

(4) 営業職員の活動管理

- ✓ 営業職員の日々の活動結果入力の失念防止のため、未入力時のアラート機能や入力負荷軽減を目的としたシステム改訂を実施する等の取組みが見られた。

3. コンプライ  
アンス・リスクに  
対するコント  
ロールの整  
備・実施

4. コンプライアンス・リスクのモニタリングおよび不適正事象の（予兆）把握時の対応

**(1) コンプライアンス・リスクのモニタリング**

- ✓ 内部管理のリスク要因指標・不適切取扱・金銭貸借・金銭トラブル等の金銭不祥事故に繋がる可能性のある事象をモニタリングすることにより、金銭不祥事故の兆候を事前に把握し、レポート形式で取りまとめる等の取組みが見られた。

**(2) 不適正事象の（予兆）把握時の対応**

- ✓ 不適正事象の懸念情報が検知された際には、経営陣、関係部署、および親会社等に対し速やかに報告される仕組みを整備する等の取組みが見られた。
- ✓ 新契約申込時の事前確認等により不適正懸念のある契約成立を防止した事例等、内部管理上の取組事例を選定し、現地の内部管理担当者を対象とした会議等で情報共有する等の取組みが見られた。

5. コミュニケーション

**(1) 社内におけるコミュニケーション ①営業組織内のコミュニケーション**

- ✓ 支社において異なる職種（内勤職員・営業職員）による職場環境改善ミーティングを開催し、コミュニケーションの企画を設けることで円滑な職場環境を整備する等の取組みが見られた。

**(1) 社内におけるコミュニケーション ②全社的なコミュニケーション**

- ✓ 営業職員に関する懸念情報等に関して、営業拠点内の事務職員の気づきを支社・本社と共有する仕組みを導入する等の取組みが見られた。

**(2) 社外とのコミュニケーション**

- ✓ お客さまあて送付文書に、金銭等の詐取につながる行為の例示を掲載することで、お客さまへの注意喚起を強化する等の取組みが見られた。

## 5. コミュニケーション

### (3) 内部通報

- ✓ 内部職員・営業拠点長に対する内部通報制度に関する研修会を開催する等の取組みが見られた。

## 6. 監査

- ✓ 複数の個別監査で発見した問題点に共通する内部統制上の課題と、統制が機能しなかった理由等を分析し、会社横断的に同様の問題が起きていないかについて監査で確認する等の取組みが見られた。

### ■ 取組を進める中での運用上の課題

- ✓ 以下のような意見があった。
  - ・モニタリング実施対象の拡大や頻度引き上げにより実効性向上を図る一方で、お客さまに無用な不信感を与えない工夫や、実効性との適度なバランスを維持することに課題。
  - ・全支社一律のコンプライアンス・リスク管理取組みを単純に積上げることは、現地業務のひっ迫を招き、却ってリスクへの対応力を損ないかねない。支社により課題が区々である中、各支社がリスクベースで自主的・自律的に課題に向き合えるような取組みや態勢整備への支援が必要。

<b>A社</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>不正を発生させない組織風土の醸成には、指導者の意識改革、コンプライアンスの取組みへの理解が不可欠であるという認識のもと、指導者向けに新設したコンプライアンス教材において、指導者の役割が「リスク管理」「予兆把握」「コンプライアンス風土の醸成」であることを明確化し、求められる行動・ふさわしくない行動を示している。</li></ul>
<b>B社</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>直接的には社業とは言えない行為や、退職した社員による行為等、法的に会社に責任がない場合であっても、お客さま視点に立て、会社として社会的責任を持って向き合うことが重要と考えている。</li></ul>
<b>C社</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>支社で把握した情報や本社提供データを基に、支社にてサポート対象拠点を選定し、拠点長に対しては、一線の自律管理的なコンプライアンス運営のために何をすべきかという観点で教育をしている。支社から拠点長に対して一方的に押しつけるのではなく、拠点長が自身の言葉で語ることで、営業拠点における課題を明確化でき、一線の自律性を高めていくことができると考えている。</li></ul>
<b>D社</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>優績者の営業活動点検時に、本社コンプライアンス部門担当者を立ち合わせることで、複眼管理を強化し、検査の実効性を高めている。また、優績者の営業活動管理を営業拠点検査の重点項目に設定し、検査における指摘事項等を営業チャネル内で共有することで、検査を通じた注意喚起や牽制に繋げている。</li></ul>
<b>E社</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>予兆把握の観点から、過去の不適正事象を参考に、予防効果が高いと判断されたデータをまとめた営業管理職向けのレポートを作成している。レポートは、毎月本社で最新データに更新のうえ、営業管理職に開示している。</li></ul>
<b>F社</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>担当の営業職員が退職した後であっても、当該職員による不適正事象を把握できるように、お客さま向けに送付する担当者退職通知（返信用ハガキ）にフリースペース欄を設けることで、担当者在籍中にお客さまが保険会社へ伝えづらい声も収集している。</li></ul>
<b>有識者</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>「着眼点」は既にここまで練り上げられてきたものであり、叡智の結晶だと思う。それぞれの場面で、縦にも横にも実に熟慮した対策が考えられていて、実に適切かつ有益である。「着眼点」に敬意を表し、ぜひ実践してほしい。</li><li>今、私たちはデジタル時代の渦中にいる。SNSというツールもあるので、万が一不祥事が発生した際には、まずは何よりも事実を隠さずに正直に説明する姿勢が、従来よりもより一層問われるようになった。</li><li>今後は、データ利活用の機会の増加に伴い、データがより価値を持つ時代になる。データに関する不祥事も想定されるため、教育・研修を通じて、データの取扱いの基本知識を持つこと、取扱いに自覚を持つことを実施してほしい。</li></ul>

会社名	URL
アクサ生命	<a href="https://www2.axa.co.jp/info/news/2024/pdf/240628.pdf">https://www2.axa.co.jp/info/news/2024/pdf/240628.pdf</a>
朝日生命	<a href="https://www.asahi-life.co.jp/company/newsrelease/20240627_2.pdf">https://www.asahi-life.co.jp/company/newsrelease/20240627_2.pdf</a>
オリックス生命	<a href="https://www.orixlife.co.jp/about/notice/2024/pdf/n240627_1.pdf">https://www.orixlife.co.jp/about/notice/2024/pdf/n240627_1.pdf</a>
ジブラルタ生命	<a href="https://www.gib-life.co.jp/st/about/is_pdf/20241225.pdf">https://www.gib-life.co.jp/st/about/is_pdf/20241225.pdf</a>
住友生命	<a href="https://www.sumitomolife.co.jp/about/newsrelease/pdf/2024/240626a.pdf">https://www.sumitomolife.co.jp/about/newsrelease/pdf/2024/240626a.pdf</a>
ソニー生命	<a href="https://www.sonylife.co.jp/company/news/2024/files/240628_chakuganten.pdf">https://www.sonylife.co.jp/company/news/2024/files/240628_chakuganten.pdf</a>
SOMPOひまわり生命	<a href="https://www.himawari-life.co.jp/-/media/himawari/files/company/news/2024/a-01-2024-08-06.pdf">https://www.himawari-life.co.jp/-/media/himawari/files/company/news/2024/a-01-2024-08-06.pdf</a>
第一生命	<a href="https://www.dai-ichi-life.co.jp/company/news/pdf/2024_006.pdf">https://www.dai-ichi-life.co.jp/company/news/pdf/2024_006.pdf</a>
大樹生命	<a href="https://www.taiju-life.co.jp/corporate/csr/compliance_risk.htm">https://www.taiju-life.co.jp/corporate/csr/compliance_risk.htm</a>
大同生命	<a href="https://www.daido-life.co.jp/company/satisfied/pdf/compliance_and_risk_management2024.pdf">https://www.daido-life.co.jp/company/satisfied/pdf/compliance_and_risk_management2024.pdf</a>
太陽生命	<a href="https://www.taiyo-seimei.co.jp/company/activity/download/customer_first/status.pdf">https://www.taiyo-seimei.co.jp/company/activity/download/customer_first/status.pdf</a>
東京海上日動あんしん生命	<a href="https://www2.tmn-anshin.co.jp/download/1044/240626news.pdf">https://www2.tmn-anshin.co.jp/download/1044/240626news.pdf</a>
日本生命	<a href="https://www.nissay.co.jp/kaisha/otsutaeshitai/customer/pdf/eishokuchannel.pdf">https://www.nissay.co.jp/kaisha/otsutaeshitai/customer/pdf/eishokuchannel.pdf</a>
富国生命	<a href="https://www.fukoku-life.co.jp/about/activity/upload/20240628_chakugannten.pdf">https://www.fukoku-life.co.jp/about/activity/upload/20240628_chakugannten.pdf</a>
プルデンシャル生命	<a href="https://www.prudential.co.jp/news/pdf/894/20241225.pdf">https://www.prudential.co.jp/news/pdf/894/20241225.pdf</a>
マニライフ生命	<a href="https://www.manulife.co.jp/ja/individual/about/company/customer-promise/sales_representative.html">https://www.manulife.co.jp/ja/individual/about/company/customer-promise/sales_representative.html</a>
三井住友海上あいおい生命	<a href="https://www.msa-life.co.jp/news/pdf/20240711_compliance.pdf">https://www.msa-life.co.jp/news/pdf/20240711_compliance.pdf</a>
明治安田生命	<a href="https://www.meijiyasuda.co.jp/profile/compliance/pdf/compliance_report_2024.pdf">https://www.meijiyasuda.co.jp/profile/compliance/pdf/compliance_report_2024.pdf</a>
メットライフ生命	<a href="https://www.metlife.co.jp/content/dam/metlifecom/jp/corp/pdf/about/press/2024/240701_01.pdf">https://www.metlife.co.jp/content/dam/metlifecom/jp/corp/pdf/about/press/2024/240701_01.pdf</a>
かんぽ生命	<a href="https://www.jp-life.japanpost.jp/information/assets/pdf/2024/0731news-01.pdf">https://www.jp-life.japanpost.jp/information/assets/pdf/2024/0731news-01.pdf</a>