

2019年7月1日

「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」に基づく活動のお知らせ

当社の「お客さま本位の業務運営に関する取組方針」に基づく活動結果について、お知らせいたします。

当社では、お客さまの最善の利益の追求のため、お客さま本位の情報提供を実践するとともに、お客さまとの利益相反を排除し、お客さま本位の販売態勢の整備に努めております。今後とも、「お客さま本位の最適な商品のご提案」を行うため、全社員が一丸となって取り組んでまいります。

1. 生命保険商品の上位販売件数（対象期間 2018.4.1～2019.3.31）

| 順位 | 保険種類 | 商品名 | 保険会社名 |
|----|-------------------|-----------------|----------------|
| 1 | 養老保険 | ニッセイ福利厚生プラン | 日本生命保険 |
| 2 | がん保険 | 生きるためのがん保険Days1 | アフラック生命保険 |
| 3 | 災害保障重点期間設定型長期定期保険 | プラチナフェニックス | 日本生命保険 |
| 4 | 一定期間災害保障重視型定期保険 | ネオdeきぎょう | ネオファースト生命保険 |
| 5 | 医療保険 | ちゃんと応える医療保険EVER | アフラック生命保険 |
| 6 | 医療保険 | メディカルKit NEO | 東京海上日動あんしん生命保険 |
| 7 | 介護・保障型定期保険 | 介護定期災害保障タイプ | エヌエヌ生命保険 |
| 8 | 医療保険 | 新医療保険Aプレミア | 三井住友海上あいおい生命保険 |

2. 生命保険商品の販売後2年間の継続率（対象期間 2017.4.1～2019.3.31）

95.3%

※継続率＝(当該期間新規契約数－当該期間契約分の解約数)／当該期間新規契約数