

2023年6月29日

## 「『お客さま第一の業務運営方針』に係る 2022年度取組み状況」の公表

ネオファースト生命保険株式会社（代表取締役社長：徳岡 裕士）は、第一生命グループで定めた「お客さま第一の業務運営方針」に基づく、2022年度の取組み状況をまとめましたのでお知らせします。

第一生命グループは、「一生涯のパートナー」をグループミッションとして掲げ、「お客さま満足」等の原則を掲げた企業行動原則のもと、経営品質の絶えざる向上に取り組んでいます。

また、お客さま一人ひとりの「幸せ」を想い、その人生に寄り添う最良のパートナーとして選ばれ続けるため、私たちが考える「お客さま第一」を本方針に掲げ、グループ内に共有・浸透を図り「お客さま第一の業務運営方針」を推進しています。

当社は、お客さまから更にご支持をいただける保険会社として進化し続けることを目的に、「お客さま第一の業務運営」に係る具体的な取組み状況を「見える化」し、また、お客さまからの評価等を真摯に受けとめ、業務の品質向上やその取組みのスピードを加速させるとともに、その状況を積極的に公表しています。

公表内容の詳細につきましては、別紙をご覧ください。

これからも、お客さまに最も選ばれ、愛される会社になるよう、様々な分野において「お客さま第一の業務運営」を推進してまいります。

以上



# 「お客さま第一の業務運営方針」に係る 2022年度取組み状況

2023年6月

ネオファースト生命保険株式会社

# 取組み状況公表にあたっての基本的な考え方

- 取組み状況は「取組みの実践状況」、取組みの実践の結果としての「お客さまからの評価」、最終的な「事業の成果」に区分しています。
- 各視点に基づく取組みについては、改善活動などの定性的な取組みに加えて、各取組みの進捗を定量的に計る指標(KPI)を設定しており、その実績を併せて公表しています。
- 合わせて、各取組み状況が「お客さま第一の業務運営方針（以下、方針）」の、どの方針に基づく取組みであるのか、それぞれ表示しております。また、各方針と金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則（以下、原則）』の対応につきましては、当社ホームページに対応表を掲載しています。

| お客さま第一の追求に向けた3つの視点          | 具体的取組み  | 取組みの実践状況  | お客さまからの評価   | 事業の成果  |
|-----------------------------|---|---|---|--|
| ①お客さま第一を実践し、自ら高めていく         | <p>1.高い専門性と職業倫理の追求 <span style="border: 1px solid green; border-radius: 5px; padding: 2px;">方針1</span><br/><span style="border: 1px solid orange; border-radius: 5px; padding: 2px;">原則2</span></p> <p>2.あらゆる業務品質の向上 <span style="border: 1px solid green; border-radius: 5px; padding: 2px;">方針1</span><br/><span style="border: 1px solid orange; border-radius: 5px; padding: 2px;">原則2</span></p>                       | <p>各取組みの振返り・評価等 + KPI<br/>[FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数]</p> <p>各取組みの振返り・評価等 + KPI<br/>[お申し出（感謝の声・苦情）の状況]<br/>[苦情発生率]</p> |   |  |
| ②お客さまにとっての最高の安心を、今も未来もお届けする | <p>3.良質な商品、サービスのわかりやすいご提供 <span style="border: 1px solid green; border-radius: 5px; padding: 2px;">方針2・3</span><br/><span style="border: 1px solid orange; border-radius: 5px; padding: 2px;">原則4・5・6</span></p> <p>4.定期的・継続的な情報提供、フォローアップ <span style="border: 1px solid green; border-radius: 5px; padding: 2px;">方針2</span><br/><span style="border: 1px solid orange; border-radius: 5px; padding: 2px;">原則6</span></p> | <p>各取組みの振返り・評価等 + KPI<br/>[保険金等支払実績]<br/>[保険金・給付金期限内支払率]<br/>[ご契約の解約・失効率]</p>   | <p>各取組みの振返り・評価等 + KPI<br/>[お客さま満足度]<br/>[NPS(自社調査)]</p> | <p>各取組みの振返り・評価等 + KPI<br/>[お客さま数 = 保有契約件数]</p> |
| ③お客さま・社会への社会的責任を果たす         | <p>5.利益相反の適切な管理 <span style="border: 1px solid green; border-radius: 5px; padding: 2px;">方針5</span><br/><span style="border: 1px solid orange; border-radius: 5px; padding: 2px;">原則3</span></p> <p>6.サステナビリティの推進 <span style="border: 1px solid green; border-radius: 5px; padding: 2px;">方針4</span></p>   | <p>各取組みの振返り・評価等</p> <p>各取組みの振返り・評価等</p>   |   |  |

※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。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「お客さま第一の業務運営方針」の対象としておりません。

## 取組みの実践状況

お客さま第一の追求に向けた3つの視点

① **お客さま第一を実践し、自ら高めていく**

# 1. 高い専門性と職業倫理の追求

## 高い専門性・コンサルティング力とお客さまに寄り添ったサービスを提供するための教育等

|           |           |
|-----------|-----------|
| 方針1、1-(1) | 方針2-(5)   |
| 原則2       | 原則6-(注) 5 |

- ▶ 営業担当者の高度なコンサルティング力の習得に向け、ベースとなる知識のスキル向上と均質化を目的とした「営業担当者知識確認テスト」の定期的な実施、「生涯現役社会から考えるがん保険」「～生涯現役社会の到来～新たな社会にあった保険提案について」といった社会環境から保障の必要性やアフターフォローの重要性を訴求する研修の実施など、お客さまへ高品質なコンサルティングを提供できる知識や対応力の強化に努めています。
- ▶ コンタクトセンターでは、お客さまに寄り添った最高のサービスのご提供に向け、定例研修に加え、双方向参加型のCSワークショップ・認知症サポーター養成講座などの専門的な研修、定期的なモニタリング、ご案内内容の改善などを実施し、迅速でわかりやすく、心のこもった対応ができるよう努めております。その取り組みが認められ**16年連続でHDI格付けベンチマーク「クオリティ」格付け（※1）にて三つ星**を獲得しました。
- ▶ 代理店サポートデスクでは、代理店向けチャットボットに政府や自治体の最新動向も踏まえた新型コロナウイルス感染症請求に関するFAQをタイムリーに提供しました。また、社外講師研修、新商品・商品改定、法人経理や給付金等支払など各項目別の研修を定期的を実施するとともに、個人単位で自習時間を設け、応対力の向上に努めています。

HDI 格付けベンチマーク「クオリティ」格付け（※1）にて

**16年連続**  
**『三つ星』を獲得**



※1 サポートサービス業界の国際機関HDIの日本法人HDI-Japan（運営会社：シンクサービス株式会社、本社：神奈川県 川崎市、代表取締役CEO：山下 辰巳）が実施するHDI 格付けベンチマーク「クオリティ」格付け

## 【KPI】FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数

|           |           |
|-----------|-----------|
| 方針1、1-(1) | 方針2-(5)   |
| 原則2       | 原則6-(注) 5 |

- ▶ 多様なお客さまニーズに対応できる専門的な知識の習得と高品質なコンサルティングの提供に向けて、営業担当者、お客さまや代理店からの照会対応担当者、新契約事務担当者に加え、全社的に積極的な資格取得を推進しています。
- ▶ 2022年度末在籍者の該当資格（※2）の新規合格者は70名、該当資格取得者数は、昨年度より23名増加し337名となりました。

## FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数

**314名 → 337名**

（2021年度末実績）

（2022年度末実績）

※2 FP技能士（1級、2級）、AFP、CFP®資格、日本アンダーライティング協会（初級、中級、上級）資格、生命保険面接士、生命保険支払専門士、お客さま対応専門員（CAP）、消費生活アドバイザー

## お客さまに選ばれる体制づくりとお客さまのしあわせの実現に向けた企業風土の醸成

|           |            |
|-----------|------------|
| 方針1、1-(2) | 方針6        |
| 原則2       | 原則7, 7-(注) |

- 2021年度より、ココロとカラダの充実・健康と定義した「Wellness～“もっと自分らしく”～を応援する。」を中長期ビジョンとして掲げました。その実現に向けて、会社の想いや姿勢を示すものとして「**私たちの誓い**」を制定しました。この「私たちの誓い」を全社員の共通の価値観として持ち、お客さまの「Wellness」を応援することで、お客さまが毎日を「もっと自分らしく」過ごせるよう、社員一丸となって様々な取組みを推進しています。
- 毎年10月に企業理念の浸透に向け、好事例取組みの共有、経営品質向上取組みへの顕彰などを目的とした「**DSR推進大会**」、毎年3月には全社員が生命保険が果たす役割の重要性や「**一生涯のパートナー**」としての使命を果たす大切さを全社員で改めて確認・共有する機会として「**保険の原点を考える日**」を実施し、お客さまのしあわせの実現に向けた企業風土の醸成に努めています。
- パンフレットやチラシ、ホームページをはじめとするあらゆるお客さまとの接点において、お客さまにわかりやすく適正な情報を発信し、お客さまの声を取り入れた各種サービス改定などを適宜実施しています。また、社員へは高品質なコンサルティング力と応対力の習得に向けた、専門的な研修などを定期的かつ継続的に実施し、**お客さまに選ばれる体制の強化**を図っています。

ネオファースト生命が中長期ビジョンとして目指すもの

当社は、2021年度からの中長期経営計画のビジョンとして、「Wellness～“もっと自分らしく”～を応援する。」を選び、この実現に向けた会社の想いや姿勢を示すものとして、「私たちの誓い」を制定しました。

また万一の時に備えるだけでなく、保険に加入することや、継続することでも健康増進のお役に立てるような商品・サービスの開発を推進しています。

**「私たちの誓い」**

Wellness  
～“もっと自分らしく”～を応援する。

人それぞれが描く未来図。  
そのためには「ココロとカラダの充実(Wellness(ウェルネス))」が不可欠です。  
私たちは、お客さまの豊かな人生の実現に向けて、お客さまのWellnessを応援します。  
たとえば、健康の維持・改善につながるような“保険で健康になろう”という新たな視点を入れた保険商品、ヘルスクエアを取り入れたサポートメニュー、最新のテクノロジーによるお手続きの仕組み、お客さまに寄り添った丁寧な対応など、あらゆるつながりにおいて、お客さまに感謝いただけるよう、取り組みます。

私たち自身のWellnessも実現しながら、お客さまのWellnessを応援する存在となること。  
私たちネオファースト生命の誓いです。

※ ネオファースト生命では、豊かな人生に向けて心身の充実を感じている状態のことを「Wellness(ウェルネス)」と定義しています。

ホームページ「中長期ビジョン」

## 2. あらゆる業務品質の向上

### お客さまの声を幅広く拝聴するとともに、お客さまの声を起点とした弛まぬ改善取り組み

方針 1-(3)

原則 2-(注)

- ▶ 「お客さま第一推進分科会」を毎月実施し、「感謝」「苦情」「意見」のお客さまの声の共有を実施しております。また、お客さまの声に基づいた各種対応策の検討を行い、迅速な改善取り組みへとつなげています。
- ▶ 「VOC会議」（※3）を定期的 to 実施し、関連所管にてお客さまの声の真因分析を行うとともに、「より具体的」で「実効性の高い」再発防止策の策定を迅速に実施しています。
- ▶ お客さまの声を起点に、より迅速なSTPDサイクル（※4）を遂行できるよう、2022年12月オフィシャルホームページ改定時に「トランザクショナルNPS調査」（※5）のレベルアップを実施しました。これにより、お客さま接点ごとの、より詳細なお客さまの声もリアルタイムに把握できるようになり、お客さま満足の更なる向上に向けた分析・対応策の検討・実行につなげています。

※3 VOC会議：VOC=Voice of Customerの略

※4 当社STPDサイクル：「See」「Think」「Plan」「Do」=「お客さまの声を聴き」「事実を調べ」「どうすれば良いか考え」「実行する」

※5 トランザクショナルNPS調査：特定のお客さま接点（Webお手続き等）におけるお客さまの評価を測定する調査。定常的に実施し、課題を特定し改善することを目的とした調査。

### <2022年度に実現したお客さまの声からの「改善取り組み」の一例>

| お客さまの声                                   | 実施内容  |
|--|---|
| （新型コロナウイルス感染症拡大時）<br>電話が繋がらず、給付金請求ができない。 | AIボイスボットによる「新型コロナウイルス感染症給付金請求」受付（2022年8月実施） |
| 給付金請求書の書き方が分かりにくい。                       | 給付金請求書記入見本の改定（2022年11月実施）                   |
| ホームページ上で契約内容を確認したい。                      | マイページによる契約内容照会機能の提供（2022年12月稼働）             |



### 【KPI】お申し出（感謝・苦情の声）の状況

方針1-(3)

原則2-(注)

- ▶ 多くのお客さまとの接点でいただいたお客さまの声を起点とした対応の積み重ねや、コンタクトセンターの応対力強化、お手続きのデジタル化推進への取組みなど、CX（※6）向上に向けた様々な取組みにより、感謝の声は昨年度より約4,000件増加しました。一方で、苦情件数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で給付金等のお支払件数が大幅に増加したことに伴い「電話が繋がらない」等お手続きに関する苦情が増加しましたが、改善に向け各種取組みを実施しています。
- ▶ お客さまからいただいた貴重なご意見は、共有・分析を実施し、経営への報告、対応策の検討などさらなる業務品質の向上に活用しています。



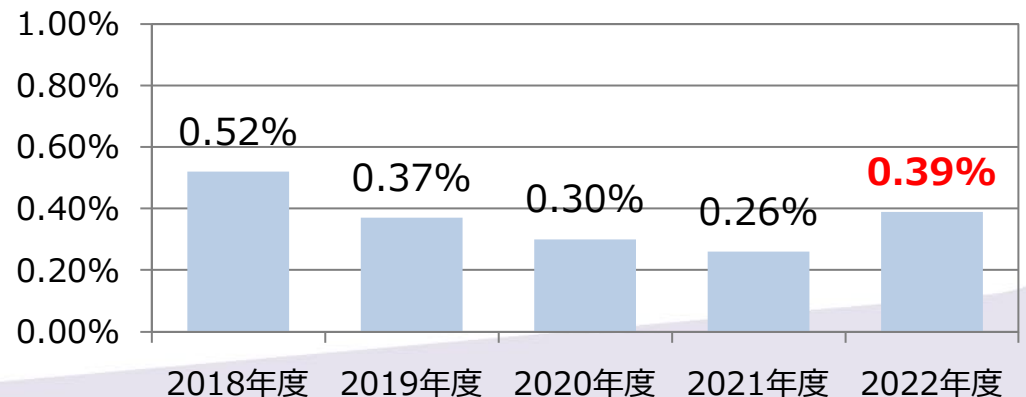
※6 CX：顧客体験価値

### 【KPI】苦情発生率（※7）

方針1-(3)

原則2-(注)

- ▶ 2022年度における苦情発生率は0.39%と昨年度より0.13%増加しました。
- ▶ お客さまの声に基づきSTPDサイクルを迅速に実施し、対応策の検討・実行を行い、業務品質のさらなる向上に努めてまいります。



※7 「期始保有契約件数+当年度新契約件数」に対するお客さまからの苦情件数の割合

お客さま第一の追求に向けた3つの視点

②お客さまにとっての最高の安心を、今も未来もお届けする




### 3. 良質な商品・サービスのわかりやすいご提供

#### お客さまの「あったらいいな」の実現に向けて

方針 2, 2-(1), 2-(2)

原則 6, 原則 6-(注)1, 3

- 2022年9月、多様化するがん治療に備えることができる「**ネオdeがんちりょう**」の販売を開始しました。また12月には、Webサイトを通じた販売および通信販売専用の「**ネオde定期**」の販売を開始し、多様化するお客さまのニーズによりきめ細やかに対応できる商品ラインナップを拡充しました。
- 2022年7月、健診結果改善サポートアプリ「**Neoコーチ**」をリリースし、2023年3月末時点で約6.3万ダウンロードしていただき、お客さまの生活習慣改善に向けたサポートを提供しています。
- 商品・サービス開発にあたっては、多様化するお客さまニーズを把握し、様々な視点から検討を重ね、お客さまの「Wellness」を応援する商品を提供できるよう、開発を進めています。また、販売後も適切なフォローアップを行っています。

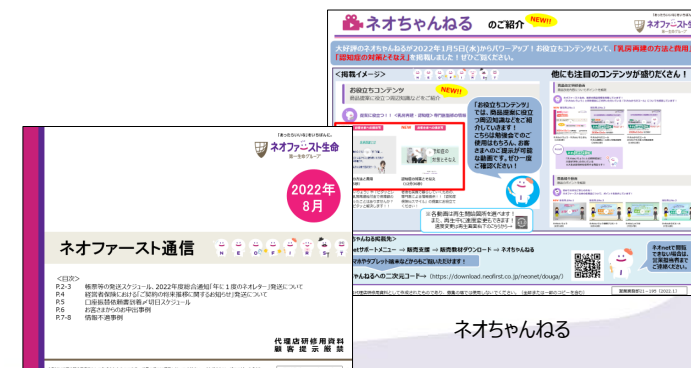
| 新商品・新サービスの概要  |   |
|---|---|
|  | 喫煙状況に応じた保険料割引の仕組みを導入。多様化したがん治療に備えることができる保険です。 |
|  | 万が一に備えて、必要な保障額、保険期間を柔軟に設定できる保険です。             |
|  | 健康診断結果の改善をサポートする無料のアプリです。                     |

#### お客さまのご意向に合った商品・サービスのご提案、代理店への情報提供

方針 1-(2), 方針 3, 3-(1), 3-(3)

原則 5 原則 5-(注) 1, 3, 4

- 委託代理店がお客さまニーズに合致した提案や適切な情報をお客さま提供できるように、委託代理店へ「ネオファースト通信」等の教材や営業担当者を通じ、適時適切に情報提供や研修を行い、適切なコンサルティングの推進に努めています。
- 委託代理店に対しては募集品質に関する各指標のモニタリングや情報提供・共有の実施に加え、お客さまからの入電内容などを確認し、お客さまの意向にあった提案が確実に実施されているか、継続的に確認や指導を実施しています。
- 「保障設計書」、「重要事項説明書」や「パンフレット」など、商品の各種保障機能や保険料等について、お客さまに正しくご理解いただけるよう、お客さまの声や代理店からの要望などをもとに適宜検討し改善を実施しています。また、「商品概要書」等を活用し、商品・サービスの内容を容易に比較できるよう努めています。



ネオファースト通信

### 3. 良質な商品・サービスのわかりやすいご提供

#### お客さまの利便性向上のためのサービス提供

方針 2,2-(1),2-(4)  
原則6、原則6-(注)1

➢ 2022年度は、お客さまの利便性向上に向け以下のサービスを開始いたしました。

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <p><b>AIボイスボットでの「コロナ給付金請求」受付</b></p> | <p>2022年8月に、AIボイスボット(自動音声応答)にて、個人のお客さまを対象に新型コロナウイルス感染症による給付金請求書類の発送依頼を受け付けるサービスを開始しました。24時間365日ご利用可能です。</p>                                      |
| <p><b>オフィシャルホームページリニューアル</b></p>     | <p>2022年12月に、オフィシャルホームページをリニューアルしました。複数商品を検討する際の「保険料同時試算」や「同時申込」が可能となり、また、健康診断結果をもとにお客さまに合った納得感の高い医療保険プランの提案できる「健診結果de保険ナビ」などのサービス提供を開始しました。</p> |
| <p><b>マイページの提供</b></p>               | <p>2022年12月に、契約内容照会、お客さまWeb手続きサービスなど、Web基盤でのお客さま手続きの核となるマイページの提供を開始しました。</p>   |



#### 高齢者に向けたわかりやすいサービスのために

方針 2-(3)  
原則6-(注)1,4

- 委託代理店にコンプライアンスマニュアルを配布し、代理店における募集ルールの周知・理解の促進に努めています。加えて、委託代理店における募集ルール遵守状況を確認し、適宜代理店への確認・指導を実施しました。
- 高齢者向けの対応や帳票案内方法のモニタリング、コンタクトセンター入社時から高齢者への対応研修を実施する等、高齢者への更なる対応力の強化に努めました。
- 2022年9月より、契約情報を家族に共有する仕組みである「うちの保険アプリ」や保険金受取人・指定代理請求人からの契約内容照会に関するお問い合わせを可能とする「契約内容ご案内制度」を年に1度お客さまへ発行している「ネオレター」を通じて案内を開始し、高齢者のお客さまのご家族からも照会ができるサービスの周知に努めました。



# 4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

## わかりやすい情報の提供

|            |                        |
|------------|------------------------|
| 方針 2,2-(4) | 方針 3,3-(1),3-(3),3-(4) |
| 原則 6-(注) 1 | 原則 5,原則5-(注) 1、3、4、5   |

- オフィシャルホームページは、お客さまの声やCX向上の観点から、様々な情報をよりわかりやすくお伝えできるよう検討し、随時改定を実施しています。
- 生命保険に関する周辺知識や契約後のサービスに関する情報も盛り込み、重要事項についても目に留まるような配慮をし、適切な情報提供ができる商品パンフレットを作成しています。
- 各種お手続き書類やお客さま宛の通知についても、お客さまや代理店からの要望を踏まえ、レイアウトや記載内容などについて、よりわかりやすく、随時改定を実施しています。



ホームページ

商品パンフレット

## 商品・サービスの内容や関連する情報の提供

|            |
|------------|
| 方針 2,2-(4) |
| 原則 6-(注) 1 |

- ご契約者さま向けに契約内容をお知らせする「年に1度のネオレター（ご契約内容のお知らせ）」をお届けし、ご契約の内容やお手続き方法、サービスなどをわかりやすく提供しています。
- 年度ごとに実績や取組み内容についてまとめた「アニュアルレポート」を作成し、各代理店に設置し、当社ホームページに掲載しています。
- オフィシャルホームページは、お客さまの状況や用件ごとにページをまとめ、商品やサービスについての情報をわかりやすく掲載しています。また、すべてのページに主要ページへのリンクを設けるなど、サイトのあらゆるページからお客さまが知りたい情報や手続きの方法をどこからでも調べることが可能です。



アニュアルレポート



ホームページ「保険商品について」

年に1度のネオレター

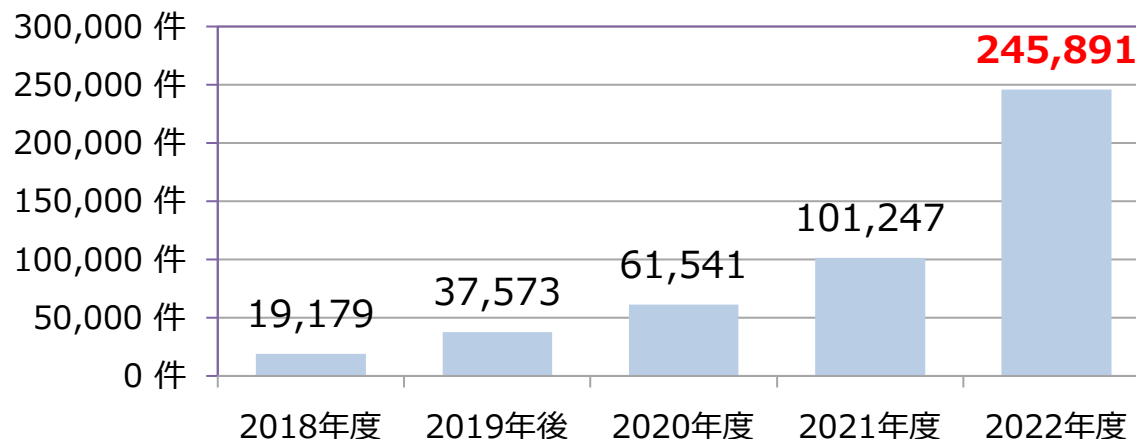
## 4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

### 【KPI】 保険金等支払実績

方針 2,2-(2),2-(4)

原則 6-(注) 1

- 2022年度の保険金等支払件数は、約24万6,000件となり、新型コロナウイルス感染症拡大を主な要因として、昨年度より約2.4倍の死亡、入院等の保険金・給付金をお客さまにお受け取りいただきました。
- これからも、公平・公正なお支払いを徹底するとともに、お客さまの立場にたった、わかりやすいお手続きの充実を図ることで、お客さまに「確かな安心」をお届けしてまいります。

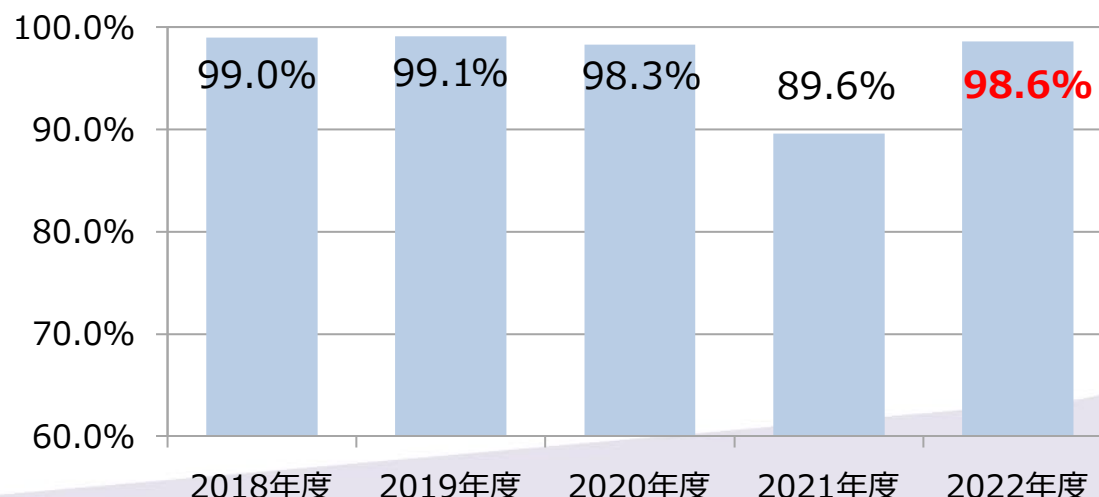


### 【KPI】 保険金・給付金期限内支払率 (※8)

方針 2,2-(2),2-(4)

原則 6-(注) 1

- コロナに関連した給付金のお支払いは急増しましたが、ほぼ期限内にてお支払いすることができ、2020年度水準まで期限内支払率は回復いたしました。
- これからも、お客さまに信頼していただける保険会社であるべく、迅速にお支払いをしております。



※8 書類到着日の翌日からその日を含めて5営業日以内、事実の確認を行った場合は同60日以内を期限と設定しています。なお、事実の確認を行った場合等は期限内支払率の対象から除外しています。

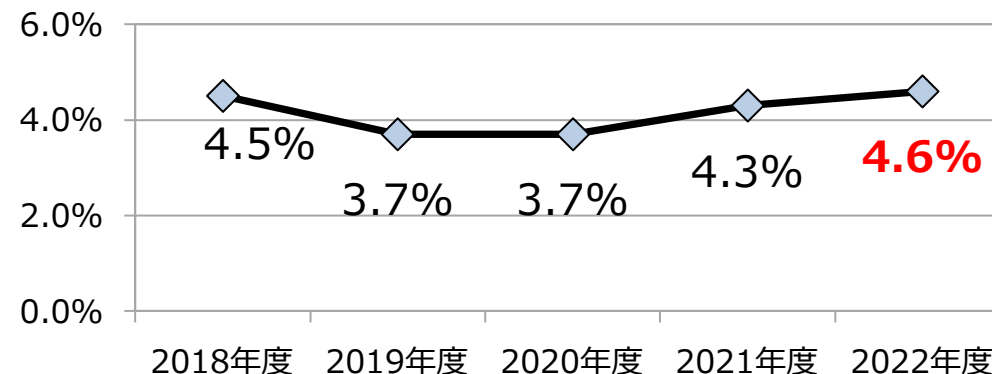
## 4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

### 【KPI】ご契約の解約・失効率（件数ベース）（※9）

方針 2,2-(2),2-(4)

原則 6-(注)1

- ▶ ご契約時のコンサルティングや業務品質の向上に向けたサポート、モニタリングなどの実施、ご加入後にも定期的に情報提供を行うなどの取組みを実施した結果、2022年度は4.6%と前年より増加したものの、例年並みの水準（3～4%台）であり、一定の水準は維持しています。
- ▶ これからも、業務品質やお客さま満足の上に向け、更なる取組みを実施してまいります。



※9 解約・失効率 = (当年度解約件数 + 当年度失効件数) ÷ (期始保有契約件数 + 当年度新契約件数) 「ネオdeきぎょう」「ネオdeきぎょうワイド」は対象外。

お客さま第一の追求に向けた3つの視点  
③お客さま・社会への社会的責任を果たす



## お客さま・社会への社会的責任を果たすための、利益相反の適切な管理

|           |          |
|-----------|----------|
| 方針3-(1)   | 方針5      |
| 原則3、3-(注) | 原則5-(注)1 |

- ▶ 利益相反が発生することによりお客さまの利益が不当に害されることがないよう、「利益相反管理方針」等の方針・規程を制定するとともに、利益相反管理所管および利益相反管理者を定め、適切に管理しています。また、第一生命ホールディングスの利益相反管理統括所管とも連携して定期的に管理体制を検証し、必要に応じて見直しをしています。
- ▶ お客さまの利益が不当に害されることがないよう、募集代理店がお客さまへ当社商品を販売する際に、お客さまのニーズに沿った商品の提案を行うために、募集代理店に対し適切な指導を行っています。
- ▶ 営業担当者と資産運用担当者を分離し、保険契約・投融資等の取引を条件に行う投融資取引、投融資を条件に行う保険契約等の取引を強要することを防止する体制としています。

### 利益相反管理方針

ネオファースト生命保険株式会社（以下、「当社」といいます）は、「お客さま第一の業務運営方針」を履行するとともに、第一生命グループの「グループ利益相反管理基本方針」に基づき、当社または当社の親金融機関等もしくは子金融機関等（以下、「当社等」といいます）が行う取引に伴って利益相反が発生することによりお客さまの利益が不当に害されることがないよう、利益相反のおそれがある取引の適切な管理を行います。

- 1. 利益相反管理態勢の整備**  
 当社は、利益相反管理所管および利益相反管理者を定め、業務担当所管等から独立した立場で利益相反取引を一元的に管理します。また、当社は親会社の利益相反管理統括所管と連携し、定期的に管理態勢を検証し、必要に応じて見直しを行います。
- 2. 利益相反のおそれがある取引の特定プロセス、類型等**  
 利益相反管理の対象となる取引とは、お客さまが自己の利益を優先させるとの合理的な期待を抱く状況において、お客さまの利益が不当に害されるおそれがある取引（以下、「対象取引」といいます）です。  
 対象取引の特定にあたっては、利益相反管理者が、個別具体的な事柄を総合的に勘案して決定します。  
 対象取引の類型は、「グループ利益相反管理基本方針」に則り以下のとおりとします。なお、これらは継続して検証を行い、必要に応じて見直しを行います。
  1. 当社等の利益を不当に優先させることにより、お客さまの利益を不当に害する可能性がある場合
  2. 他のお客さまの利益を不当に優先させることにより、お客さまの利益を不当に害する可能性がある場合
  3. お客さまの取引情報を当社等が不当に利用して利益を得る可能性がある場合
  4. その他お客さまの利益を不当に害するおそれがある場合

ホームページ「利益相反管理方針」

## サステナビリティの推進に向けた取組み

方針4

- ▶ 気候変動への対応（CO2削減・責任投資）・地域社会へのCSR活動・人権研修を通じ、サステナビリティ推進に取り組んでいます。
- ▶ CO2削減においては主に電力使用量の削減目標を設定し、不要照明の消灯や空調温度調節等の活動を推進しています。



持続可能な社会の実現に貢献することを目指し、社会貢献活動や環境対策に取り組んでおります。

CSRの取組み

ホームページ「CSRの取組み」

## 業務運営を適切に評価する体制の構築

## 7. 業務運営を適切に評価する体制の構築

### お客さま満足向上に資する業務運営を適切に評価する体制の構築

方針 3-(2)

方針6

原則 4

原則7, 7-(注)

- ▶ 全社を対象とする各種研修等により、社員としての基本的行動原則等の徹底・浸透を図り、倫理観の醸成、コンプライアンス意識の向上に努めています。
- ▶ 「お客さま第一の業務運営方針」に基づき、社員研修等を通じてお客さま満足に資する行動を推進しています。
- ▶ 「理想の募集代理店像」の実現に向けて、募集代理店手数料体系を見直し、2018年4月より、「基本手数料」の他、募集代理店における業務品質向上に資する取組みを評価する「CS手数料」を導入しました。「CS手数料」は、評価項目と品質実績の相関関係の分析等のPDCAを進めながら適宜見直しを行い、また、方針の高度化・効率化に向け検討を実施しています。
- ▶ 募集代理店手数料の考え方・体系は当社ホームページにて公表しています。



ホームページ「お客さま第一の業務運営方針」

### 理念体系の浸透に向けた取組み

方針6

原則7,7-(注)

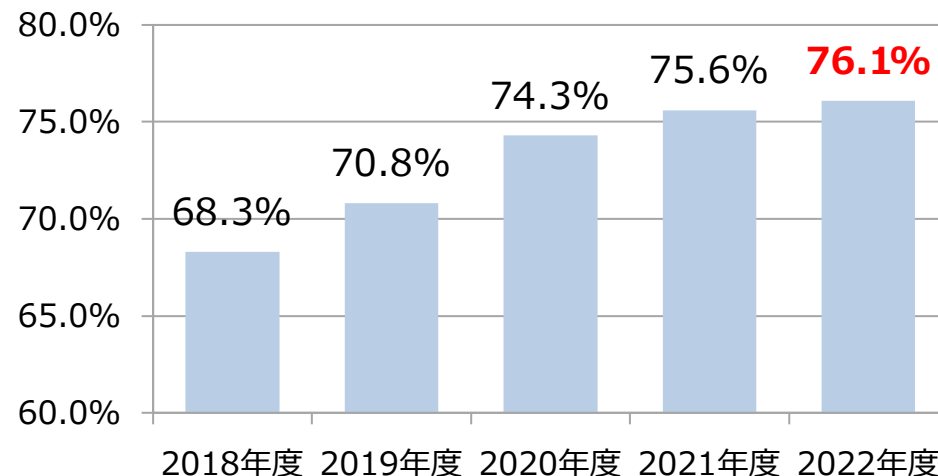
- ▶ 「一生涯のパートナー」をグループミッションとする第一生命グループの一員として、お客さまご自身がまだ気づかれていない「あったらいいな」を感じ取り、新しい発想で、これまでになかった新たな価値を提供していくことを大切にしています。
- ▶ 社長から全社員向けのメッセージ発信、全社員での進発会議、DSR推進大会の実施など、様々な切り口から繰り返し理念体系の浸透を図るとともに、「人財育成方針」に基づき、社員一人ひとりが、ビジョンを理解し、自発的に行動できるよう取り組んでいます。



お客さまからの評価と事業の成果

### 【KPI】お客様満足度 (※10)、NPS(自社調査) (※11)

- ▶ 当社は、「お客様第一の業務運営方針」に基づいた各取組みの進捗が、お客様や社会からどのように評価を受けているかを測るべく、ご契約者さまへ定期的にアンケートを実施し、お客様満足度調査、NPS(自社調査)を行っています。
- ▶ お客様満足度調査について、2022年度は**76.1%**となり、昨年度より0.5ポイント上昇しました。
- ▶ 2022年度の新規KPI指標であるNPS(自社調査)は**-28.6**の結果となりました。今後もお客様からの推奨度上昇をめざしてまいります。



※10 当社が実施したお客様満足度の全調査の総合的な満足度において「満足」「やや満足」と回答いただいた占率。2021年度より個人・法人区分にかかわらず全回答にて集計

※11 NPS (Net Promoter Score) とは、顧客ロイヤルティを計測する指標。家族や友人・知人へ当社をどの程度薦めたいか、推奨度を測定。

### 【KPI】お客様数 (= 保有契約件数)

- ▶ 各取組みの実践の結果、保有契約件数は70万件を超え2022年度末時点で**約74万件**となりました。
- ▶ これからも、お客様に選ばれ続ける会社となるべく、当社のミッションである「あったらいいな」を考え、お客様へ最高のCXをお届けできるよう努めてまいります。

