



2025年6月30日

『『お客さま第一の業務運営方針』に係る 2024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：上原 高志、以下「当社」）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、2024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、グループ企業理念におけるブランドメッセージとして「一生涯のパートナー」を掲げ、グループ行動規範のもと、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」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、当社ビジョンである「“生命保険から人生保険へ” 小さな人生不安にも、向き合う保険サービスを。」を実現できるよう、お客さまの小さな不安に気づき、向き合い、お客さまの長く健やかな人生の実現をお手伝いできるパートナーとして、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 2024年度取組み状況

方針 1

- お客さまの最善の利益の追求

原則 2

補充原則 1・2

私たちは、お客さまに最良のサービスをお届けします。「一生涯のパートナー」として、お客さまの安心に満ちた豊かで健康な人生の実現をお手伝いすることこそが使命であり、これに寄与しないサービスの提供はいたしません。

また、最良のパートナーたるために高い専門性と職業倫理を持って誠実かつ公正に業務に取り組むとともに、お客さまとのあらゆる接点において、お客さまの最善の利益に適った商品・サービスを目指し、また、その品質を高めていきます。

方針 2

- 利益相反の適切な管理

原則 3

私たちは、お客さまの利益が不当に害されることがないよう、利益相反の防止に関する方針・ルールを定め、そのおそれがある取引について適切な管理を行います。

方針 3

- 手数料等の明確化
- 重要な情報の分かりやすい提供

原則 4・5

補充原則 5

私たちは、お客さまの真のご理解につながるよう、商品・サービス、また、それらがお客さまの最善の利益に適っているかを確認・検証する態勢や運用体制等に関する重要な情報について、その特性を踏まえ分かりやすくご提供します。

方針 4

- お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

原則 6

補充原則 3・4

私たちは、お客さまとのあらゆる接点を通じて、お客さまニーズの理解に努めます。また、お客さまがまだ気づかれていない潜在的な価値も含め、あらゆる接点を通じてお客さまのwell-beingの実現に資する商品・サービスをいち早くご提供し、お客さま満足の向上を図るとともに、長期的な視点にも配慮した定期的・継続的な情報提供、フォローアップについても、お客さまのご意向を踏まえて適切に行います。

方針 5

- 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

原則 7

私たちは、本方針に基づく業務運営の推進に向け、従業員による業務運営の状況を適切に検証・評価するとともに、従業員を支援していくための必要な体制を構築します。

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は、改善活動等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、各方針と金融庁が掲げる『顧客本位の業務運営に関する原則（以下、原則）』の対応についても、当社ホームページに対応表を掲載しています。

お客さま第一の業務運営方針	取組みの実践状況	お客さまからの評価	事業の成果
<p>原則2 補充原則1・2 方針1</p> <p>1.お客さまの最善の利益の追求</p>	<p>各取組みの振返り・評価等 + 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] [お申し出（感謝の声・苦情）の状況] [苦情発生率]</p>		
<p>原則3 方針2</p> <p>2.利益相反の適切な管理</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>	<p>各取組みの振返り・評価等</p>
<p>原則4・5 補充原則5 方針3</p> <p>3.手数料等の明確化 重要な情報の分かりやすい提供</p>		<p>+</p>	<p>+</p>
<p>原則6 補充原則3・4 方針4</p> <p>4.お客さまにふさわしい商品・サービスの提供</p>	<p>各取組みの振返り・評価等 + KPI [保険金等支払実績] [保険金・給付金期限内支払率]</p>	<p>KPI [お客さま満足度] [NPS(自社調査)]</p>	<p>KPI [お客さま数]</p>
<p>原則7 方針5</p> <p>方針5. 従業員に対する適切な 動機づけの 枠組み等</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」および「運用の外部委託」をしておりません。したがって、当該事項に係る金融庁が掲げる「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および補充原則4-注3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

1. お客様の最善の利益の追求

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-(2)

方針4-(6)

原則2

原則6-(注) 5

- 代理店営業担当者の知識向上や募集品質の更なる向上に向けた研修や保険代理店に対する定期的な研修会の実施に加え、保険代理店の特性や販売傾向に応じた募集品質の分析・フォローアップを行い、お客さまへ高品質なコンサルティングを提供できる体制の強化に努めました。
- 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、定期的なモニタリング、ご案内内容の改善等を実施し、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18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、1on1ミーティング等を通じた従業員の成長支援、社外講師研修によるオペレーターの応対品質の向上、定期的なコンプライアンス研修、新商品発売時には商品特性に合わせた社内研修等を実施するとともに、保険代理店からの照会時に不適切な取扱いの予兆が窺われた場合の早期報告の実践等の法令遵守の徹底と態勢の強化を図りました。

HDI 格付けベンチマーク「クオリティ」
格付け（※1）にて

18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-(2)

方針4-(6)

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、代理店営業担当者、お客さまや保険代理店からの電話照会対応担当者、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。
- 2024年度末在籍者の該当資格（※2）の取得者数は、前年度末の475名から10名増加し485名となりました。なお、従業員数に対する取得者数割合は約86%となっております。

FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数

475名 → 485名

（2023年度末実績）

（2024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

1. お客様の最善の利益の追求

お客様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-(1),1-(3)

方針5

原則2

原則7, 7-(注)

補充原則1

- 2024年10月より、「“生命保険から人生保険へ”小さな人生不安にも、向き合う保険サービスを。」を新ビジョン（私たちの目指す姿）として策定しました。新ビジョンでは、多くの重大なリスクが、小さな不安への対処を後回しにすることで起きてしまうことを踏まえ、そんな小さな不安に気づき、向き合い、お客さまの長く健やかな人生の実現をお手伝いできるパートナーとして、お客さまの人生に向き合う保険サービスをお届けすることを目指しております。これらの実現に向け、経営基本方針のもと従業員一丸となって様々な取組みを推進しています。
- 10月に経営理念の浸透に向け、好事例取組みの共有、経営品質向上取組みへの顕彰等を目的とした「OneTeam推進大会」、毎年3月には全従業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従業員で改めて確認・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等を適宜実施しています。また、従業員へは高品質なコンサルティング力と応答力の習得に向けた、専門的な研修等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。

ホームページ「私たちの目指す姿」

“生命保険から人生保険へ”
小さな人生不安にも、向き合う保険サービスを。

これまでの生命保険は、
「いつか」起こるかもしれない重大なリスクに向けた備えでした。
時代とともにお客さまを取り巻く環境が変化する中、
私たちが提供するサービスはそのまま良いのでしょうか。
多くの重大なリスクは、小さな不安への対処を
後回しにすることで起きてしまいます。
それはお客さま自身で気付いていたとしても、
時間やお金をかけたり、人に頼ることができないようなことかもしれません。
これからのネオファースト生命は、そんな小さな不安に気づき、向き合い、
お客さまの長く健やかな人生の実現をお手伝いできるパートナーでありたい。
お客さまの人生に向き合う保険サービスを、
ネオファースト生命はお届けし続けます。

“生命保険から人生保険へ”
小さな人生不安にも、向き合う保険サービスを。

ネオファースト生命
NEO FIRST LIFE

※「私たちの目指す姿」に関する詳細は、
<https://neofirst.co.jp/company/vision.html>をご覧ください。

1. お客様の最善の利益の追求

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

方針1-(4)

原則2-(注)

- ▶ お客様対応業務等をおこなう所管を中心に選定された委員で構成している「お客様第一推進分科会」を毎月実施しております。同分科会では、「感謝」「苦情」「意見」のお客様の声を共有するとともに、お客様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。
- ▶ また同分科会とは別に担当所管との「VOC会議」（※3）を定期的実施し、より詳細なお客様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」対応策の検討・策定を迅速に実施しています。
- ▶ より迅速なSTPDサイクル（※4）を遂行できるよう、お客様接点ごとの「トランザクショナルNPS調査」（※5）を継続して実施しており、タイムリーにお客様の声を収集しております。お客様満足の更なる向上への分析・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」＝「お客様の声を聴き」「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：特定のおお客様接点（WEBお手続き等）におけるお客様の評価を測定する調査。定期的実施し、課題を特定し改善することを目的とした調査。

2024年度に実現したお客様の声からの改善取り組みの一例

お客様の声	主な実施内容
都合がつく時間帯に電話が欲しい	コンタクトセンターの受付時間外にAIボイスボット（自動音声応答）で手続きが完了しなかったお客様のうち、折り返しの電話を希望するお客様に対して、ご希望の時間にコンタクトセンターからコールバックを行うサービスを開始。（2024年12月実施）
請求手続きを簡略化して欲しい	医療保険等における死亡時支払金の請求手続きについて、コンタクトセンターでのお申し出のみ（書類提出不要）で完結させる運用を開始（2024年12月実施）、法人契約の一部手続きにおける必要書類の簡略化等を実施（2024年7月実施）

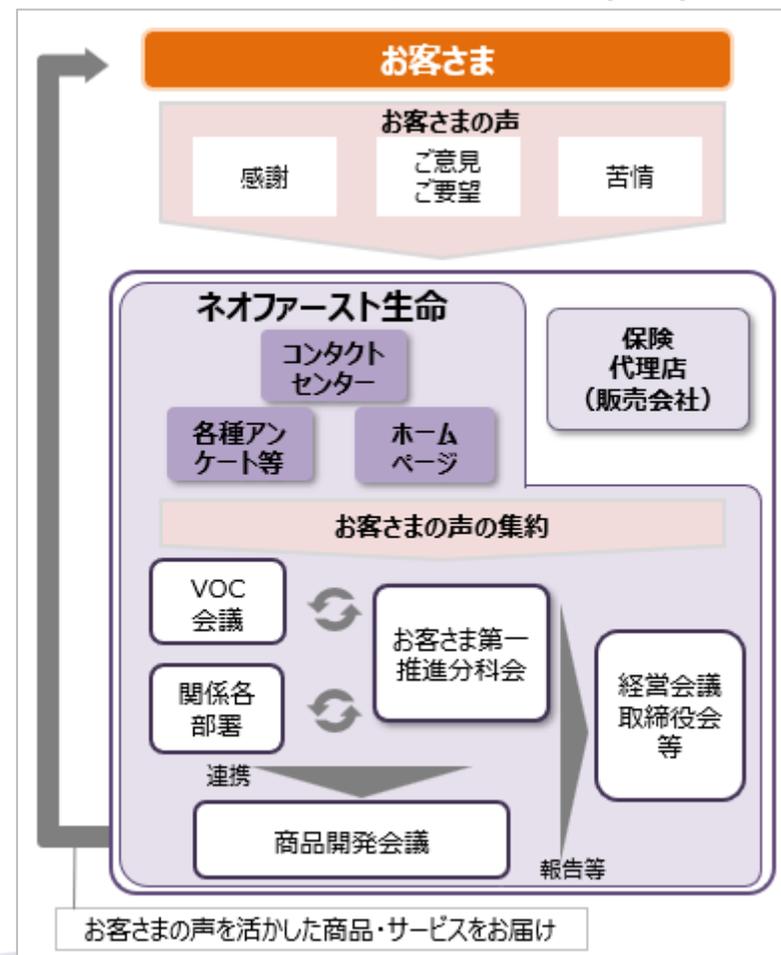
1. お客様の最善の利益の追求

お客様の最善の利益に適った商品・サービスの提供に向けた取組み

方針1-(1) 方針4-(5),(6) 原則6-(注)6,7 補充原則1
補充原則2 補充原則2-(注)1,2 補充原則4 補充原則4-(注)2

- ▶ 商品開発においては、お客様にとってより良い商品をお届けできるよう「商品開発に係る基本方針」を定めています。この方針に基づき、お客様や保険代理店からの声を踏まえたニーズの把握と、それに合致した商品開発を行うとともに、お客様の保護、利便性および公平性の確保に向けた態勢の強化に努めています。
- ▶ 新商品の開発や発売後の商品のフォローアップにあたっては、お客様の最善の利益の実現を図るため、商品の持続可能性の確保や改善を目的とし、商品の開発・提供・管理の各プロセスに対して関連する部門（商品開発部門、販売部門、リスク管理部門、コンプライアンス部門等）の役割を明確にした上で、相互牽制機能を発揮しながら経営層も参画する「商品開発会議」等にて協議・検討をしています。
- ▶ 「商品開発会議」等での検討内容は「経営会議」や「取締役会」にも報告等を行い、適切なプロダクトガバナンスの確保に向けた体制を整備しています。商品・サービスは、多様化するお客様ニーズに対応するため、お客様や保険代理店からの声を調査・分析するとともに、以下の観点から検討を重ねた上で開発をしています。
 - ・ 想定されるお客様属性の明確化
 - ・ 商品の保障内容や保険料の妥当性
 - ・ 販売手法の適切性や加入手続きの利便性
 - ・ 多くのお客様に保障をお届けする上での持続可能性やリスクの検証
- ▶ また、商品販売後には、開発時に想定していたお客様の属性と実際にご加入いただいたお客様との差異を分析するとともに、保険金等のお支払い実績等のデータをもとに、商品設計の妥当性を検証しています。加えて、想定していた商品性が確保できているかの検証を「お客様第一推進分科会」等でも分析し、適切なフォローアップを実施しています。

お客様の声を活かした商品・サービス開発体制



1. お客様の最善の利益の追求

【KPI】お申し出（感謝・苦情の声等）の状況

方針1-(4)

原則2-(注)

- ▶ お客様からいただいた声に基づく対応策の検討・実施、およびお客様との重要な接点であるコンタクトセンターの応対力強化、お客様の利便性向上のためのお手続きのデジタル化等の様々な取組みにより、お客様からの苦情申出件数は約1,700件と昨年度より減少するとともに、お客様からいただいた感謝の声は2年連続で10万件を超えました。
- ▶ この結果に甘んじることなく、お客様からいただいた貴重なご意見の共有・分析を実施し、経営への報告、対応策の検討等さらなる業務品質の向上に活用してまいります。

お申し出（感謝・苦情の声等）の状況

感謝	苦情	ご意見・ご要望
(2024年度実績)	(2024年度実績)	(2024年度実績)
109,543件	1,703件	2,001件

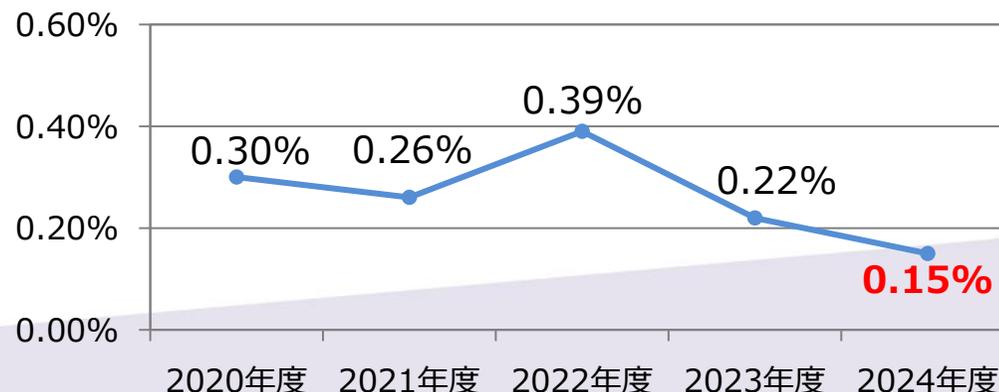
【KPI】苦情発生率 ※6

方針1-(4)

原則2-(注)

- ▶ 2024年度における苦情発生率は0.15%と昨年度より0.07%減少しました。
- ▶ お客様の声に基づきSTPDサイクルを迅速に遂行し、対応策の検討・実施を通じ、業務品質のさらなる向上に努めてまいります。

苦情発生率推移



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

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2

方針3-(1)

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に、「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実施しています。
- ▶ お客さまの利益が不当に害されることがないように、保険代理店の保険募集品質に関するモニタリングを定期的の実施した上で、募集品質の傾向を分析し、お客さまに寄り添った提案ができるよう保険代理店に対し適切な指導を行っています。
- ▶ 代理店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。

ホームページ「利益相反管理方針」

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に、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てくれ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、個別具体的な事情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

※利益相反管理に関する方針の概要の詳細は、<https://neofirst.co.jp/coi.html>をご覧ください。

3. 手数料等の明確化、重要な情報の分かりやすい提供

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4-(1)	方針3,3-(1),3-(3)	補充原則5(注)1,2
方針1-(2)	原則5,5(注)1,3,4	補充原則3,3(注)2,3

- 保険代理店がお客さまニーズに合致した保険商品の提案や医療実態・社会保障制度等の適切な情報をお客さまへ提供できるように、「ネオファースト通信」等の教材発信やオンラインセミナーの定期開催、代理店営業担当者を通じた適時適切な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。
- 保険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等を確認し、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。
- インターネットを通じてお客さまが保険を検討される画面においては、お客さまの属性に合わせたお客さまからの声が表示される仕組みを導入するとともに、お申込みの流れを分かりやすく表示する等、ユーザーインターフェースの改修を実施しました。引き続き、お客さまに分かりやすく、ストレスが少ないシステムを目指し、改修等を重ねてまいります。

ネオファースト通信



ホームページ「保険料お見積もり（PC画面）」



ホームページ「保険料お見積もり（スマートフォン画面）」



3. 手数料等の明確化、重要な情報の分かりやすい提供

分かりやすい情報の提供

方針3,3-(1),3-(3),3-(4)

方針4,4-(1),4-(4)

原則4

原則5,原則5-(注)1,3,4,5

原則6-(注)1

補充原則5,補充原則5-(注)1,2

- 当社ホームページは、お客さまの声やCX（カスタマーエクスペリエンス）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。
- 「商品パンフレット」、「保障設計書」、「重要事項説明書」等、商品が有する各種保障機能や保険料等について、重要な情報がお客さまへわかりやすく、かつ正しくご理解いただけるよう、文字の大きさやデザインに留意するとともに、お客さまの声や保険代理店からの要望等も踏まえ改善を実施しています。
- 各種お手続き書類やお客さま宛の通知についても、お客さまの声や保険代理店からの要望等を踏まえ、レイアウトや記載内容等について、よりわかりやすく、随時改訂を実施しています。
- 年度ごとに実績や取組み内容、商品に関する各種情報等についてまとめた「アニュアルレポート」を作成し、各保険代理店に提供するとともに、当社ホームページに掲載しています。
- 保険代理店に対する手数料体系について、体系の全体像および当社の考える「理想の募集代理店像」や「実効性を高める取組み」等について明文化し、当社ホームページに掲載しています。

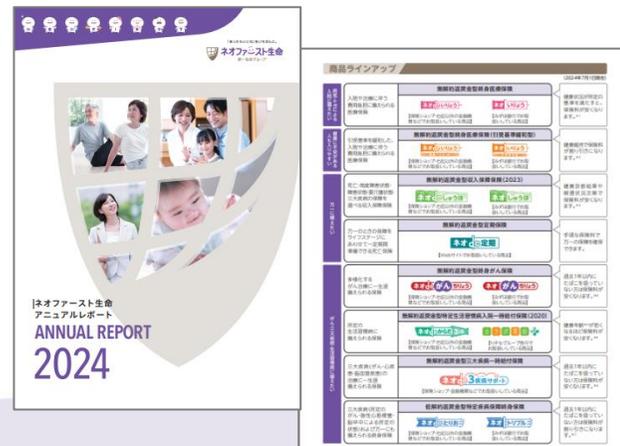
ホームページ



商品パンフレット



アニュアルレポート



4.お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

お客さまの「あったらいいな」の実現に向けて

方針 4, 4-(1), 4-(2), 4-(5)	補充原則 4, 補充原則 4-(注) 1, 2, 3
原則 6, 原則 6-(注) 1, 3	補充原則 3, 補充原則 3-(注) 1, 2, 3

- 2024年8月より「ネオdeいりょう」を改定し、効率よく入院に備える保障や生活習慣病の早期治療に向けた保障を新設する等、多様化するお客さまニーズにお応えできる対応を行いました。
- また、2025年2月に法人のお客さま向けに経営者の万一のとき、経営への影響が大きい重度のがんと診断されたときの保障を備えた「ネオdeきぎょう重度がんプラス」を発売しました。
- 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るとともに、ご加入いただく想定のお客さまの属性も考慮した上で商品開発を実施しております。
- また、商品販売後は開発時に想定していた属性のお客さまと実際にご加入いただいたお客さまとの差異を確認するとともに、お支払いの実績やお客さま・保険代理店からの声の分析を行う等、適切なフォローアップを実施しています。

新商品の概要



万一のときに加え、重度のがんによって働けなくなったときの事業保障を確保することができる保険です。

商品・サービスの内容や関連する情報の提供

方針 4, 4-(4)
原則 6-(注) 1

- 「マイページ」を利用したWEB上で可能なお手続きの範囲は、2024年時点で約9割まで拡大しています。今後も利用可能なお手続きの拡大や、より分かりやすく・使いやすいお手続きへの改善に取り組んでまいります。
- ご契約者さま向けに年に1度契約内容をお知らせする「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、マイページの利用方法等を分かりやすく情報提供しています。
- 各種お手続き書類やお客さま宛の通知についても、お客さまや保険代理店からの要望を踏まえ、レイアウトや記載内容等をよりわかりやすく、随時改訂しています。
- 当社ホームページは、お客さまの状況や要件ごとにページをまとめ、商品やご利用いただけるサービス内容等、お客さまが知りたい情報や手続きの入り口を分かりやすく掲載しています。また、新商品発売時等、ホームページの改修を適切に実施しています。

年に1度のネオレター

年に1度のネオレター
(ご契約内容のお知らせ)
をお誕生月に発送しています!

・ご開設されているお客さまであっても、お誕生月が異なる場合、発送のタイミングが異なりますのでご注意ください。
・ご契約内容や郵送状況によっては、お誕生月以外に到着する場合があります。ご了承ください。

!! 3つのポイントについてご確認ください !!

1. ご契約内容をご確認ください
ご加入の保険契約について、ご家族にもお知らせください。
2. ご契約内容の変更はありませんか?
ご住所やご連絡先など、変更がある場合は「お客さまWEB検索サービス」等からご変更お手続きをお願いします。
3. 保険金や給付金のご請求
はありませんか?
同封の「保険金・給付金等のご請求について」とあわせてご確認ください。

※年に1度のネオレターには保険商品に関するサービスのご案内や、発生後返済時に必要な書類に関するサービスに関するご案内を同封しております。内容をよく確認いただき、ぜひご利用ください。
※1年間のみの契約のご契約者さまあてには、変更のご案内にてご契約内容をお知らせしておりますので、年に一度のネオレターの送付はございません。

ホームページ「ご利用いただけるサービス」

ご利用いただけるサービス

お手続きサービス

- > 入院費用払いサービス
指定の条件を満たした場合、入院一時金を前払いしてお支払いいただくことができます。
- > 特定先進医療キャッシュレスサービス
指定の先進医療による治療の一時的金額利用が簡単になります。
- > 戸籍代行取得サービス
全国の市区町村すべて（※）で本宅代行取得サービスを実施する市区町村は全国に約1,000箇所あります。 ※特約

※「ご利用いただけるサービス」に関する詳細は、<https://neofirst.co.jp/customer/about/>をご覧ください。

4.お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

お客さまの利便性向上のためのサービス提供

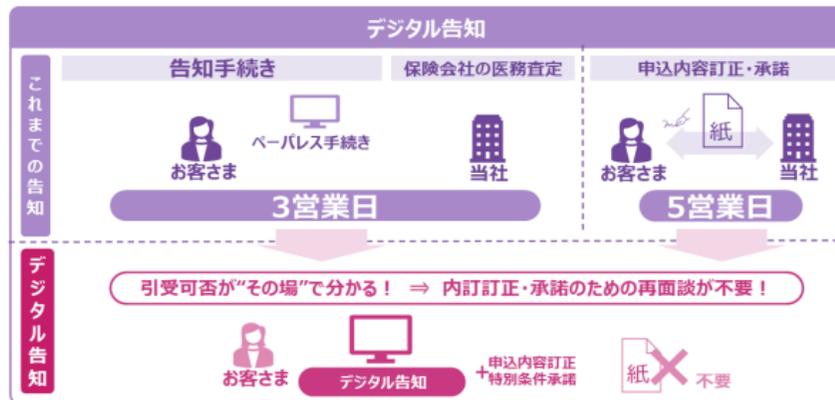
方針4,4-(1),4-(4)

原則6,原則6-(注)1

▶ 2024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>お申込み手続き</p>	<ul style="list-style-type: none"> 2024年12月よりお客さまの利便性向上に向け、スムーズな告知手続き（健康状態の告知と同時に医学的査定結果が即時に判別可能）による契約成立の早期化が可能となる「デジタル告知」の取扱いを開始（※7）
<p>コンタクトセンター</p>	<ul style="list-style-type: none"> 2024年4月よりAIボイスボット(自動音声応答)にて住所・電話番号の変更の受付を開始 2024年5月からは給付金請求書類の発送も対象とし、サービスを拡充 2024年5月よりお客さまへWEBのURL付のSMS（ショートメッセージ）をお送りし、スマートフォン上で問い合わせ内容の選択が可能とする「ビジュアルIVR（音声自動応答システム）」を開始

デジタル告知お手続きイメージ



※7 「デジタル告知」の査定結果はお客さまに告知いただいた内容の医学的査定結果となり、当社への過去の申込内容や給付歴等の審査は申込後に別途実施します。

高齢者に向けた分かりやすいサービスのために

方針4-(3)

原則6-(注)1,4

- ▶ 保険代理店に対しては、コンプライアンスマニュアルを配布し、募集ルールの周知・理解の促進に努めるとともに、保険代理店における募集ルール遵守状況を確認し、適宜保険代理店への確認・指導を実施しております。
- ▶ コンタクトセンターにおいては、新任者に対し高齢者向けの対応について社外講師による実践形式による研修を実施する等、対応品質の高度化・均質化を図っています。
- ▶ 高齢者やご家族の方がより分かりやすく給付金請求手続きができるように、給付金請求書のレイアウトや配色変更等の継続的な見直しを実施しております。

4.お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

【KPI】 保険金等支払実績 (※8)

方針4,4-(2),4-(4)

原則6-(注)1

- 2024年度の保険金等支払件数は約16万件となり、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、正確・迅速・公平・丁寧なお支払いを徹底するとともに、お客さまに分かりやすいサービスを提供することで、確かな「安心」をお届けしてまいります。

保険金等支払実績推移



※8 アニュアルレポートにて公表している保険金等の支払件数とは算出基準が異なるため件数が異なります。

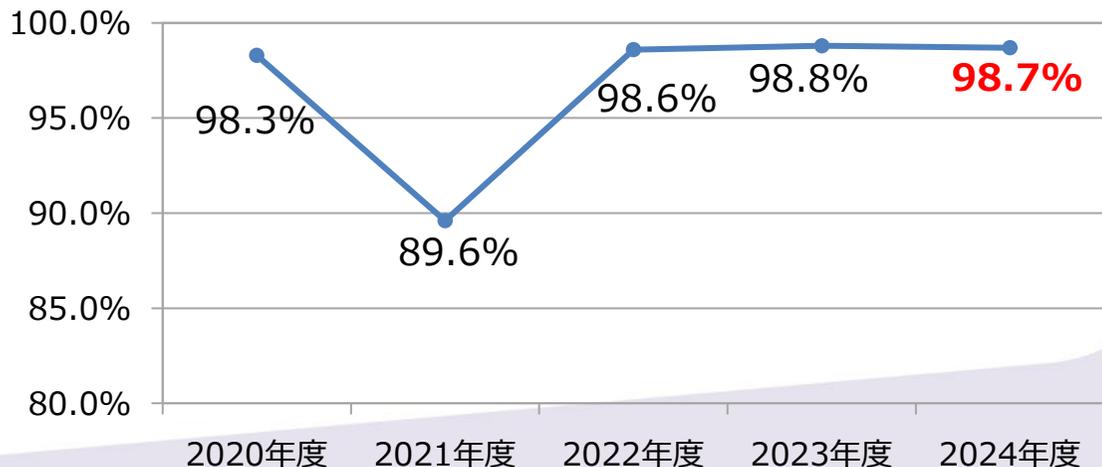
【KPI】 保険金・給付金期限内支払率 (※9)

方針4,4-(2),4-(4)

原則6-(注)1

- お客さまからご請求いただいた保険金・給付金はほぼ期限内にてお支払いすることができました。
- 給付金手続きについてはマイページからもご請求手続きが可能です。マイページのご利用状況を分析し、利便性の向上に向けた改善等をすすめてまいります。
- 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まいります。

保険金・給付金期限内支払率推移



※9 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。

5.従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

お客さま満足の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5,5-(1)

原則 4

原則7, 7-(注)

- 全社を対象とする各種研修等により従業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、従業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。
- 保険代理店に対する手数料体系について、代理店の業務品質をより重視した体系とすべく、ご加入いただく保険商品のご契約内容等に応じて支払う「基本手数料」と、業務品質向上に資する取組みに応じて支払う「CS手数料」の構成割合を見直すとともに、品質評価には生命保険協会が主導する「業務品質評価運営」における認定代理店に対する評価も盛り込む等の改定を実施しました。

ホームページ「お客さま第一の業務運営方針」



※「お客さま第一の業務運営方針」に関する詳細は、<https://neofirst.co.jp/customer-first.html>をご覧ください。

経営理念の浸透に向けた取組み

方針5

原則7, 7-(注)

- 「一生涯のパートナー」をブランドメッセージに掲げ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、これまでにない新たな価値をお届けしていくことを大切にしています。
- 社長、役員から全従業員向けのメッセージ発信、役員と従業員の対話の場であるタウンホールミーティング、全従業員での進発会議、OneTeam推進大会の実施等、様々な切り口から繰り返し経営理念の浸透を図るとともに、「人財育成方針」に基づき、従業員一人ひとりが、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。

※「当社経営理念」に関する詳細は、<https://neofirst.co.jp/company/policy.html>をご覧ください。

ネオファースト生命の経営理念

Brand Message
私たちを象徴するメッセージ

一生涯のパートナー
”「あったらいいな」をいちばんに。”

Purpose
私たちの社会における存在意義

共に歩み、未来をひらく
多様な幸せと希望に満ちた世界へ

Vision
私たちの目指す姿

”生命保険から人生保険へ”
小さな人生不安にも、向き合う保険サービスを。

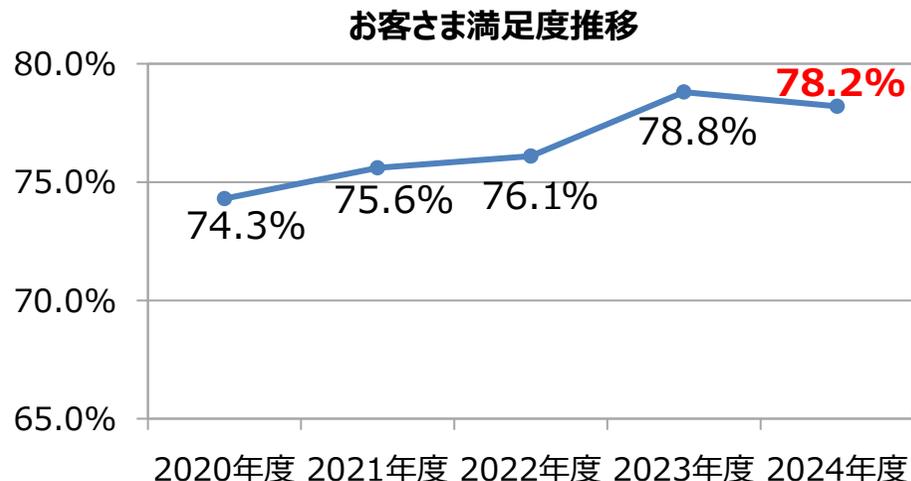
Values
私たちの大切にしている価値観

いちばん、人を考える
まっすぐに、最良を追求する
まっさきに、変革を実現する

6. お客様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、「トランザクショナルNPS調査」に加え、ご契約者さまへ定期的にアンケート調査を実施しております。その調査の中でお客様満足度やNPSの測定を行っております。
- ▶ 各取組みの結果、2024年度のお客様満足度調査は肯定回答率が78.2%となり前年度同様、高水準な結果となりました。またNPS指標も2024年度は-18.5の結果となり、こちらは3.5ポイント上昇いたしました。
- ▶ 今後もお客様満足度の向上に努めてまいります。



※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。

なお、NPS®は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc.の登録商標です。

【KPI】お客様数

- ▶ 各取組みの実践の結果、2024年度末時点のお客様数は約98万名となり、保有契約件数は100万件を超え約105万件となりました。
- ▶ これからも、お客様に選ばれ続ける会社となるべく、当社のブランドメッセージである「あったらいいな」を考え、お客様の期待を超えるCX（カスタマーエクスペリエンス）をお届けできるよう努めてまいります。

