

「お客さま第一の業務運営方針」に係る 2025年度取組み状況

2026.06

第一ネオ生命

お客さま第一の業務運営方針（Daiichi Lifeグループ共通）

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に、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、お客さま接点業務を担う従業員・保険代理店による業務運営の状況を適切に検証・評価するとともに、お客さま接点業務を担う従業員・保険代理店を支援していくための必要な体制を構築します。

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),(4)

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、保険代理店に対しての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。特に、募集品質の観点では、保険代理店への過度の便宜供与やお客さまへの特別利益の提供といった不適切な保険募集の未然防止に向けた日常的な研修や適切な管理・指導等を行いました。
- ▶ 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、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。その取組みが認められ、HDI格付けベンチマーク「クオリティ」格付け（※1）にて19年連続で三つ星を獲得しました。（※2）
- ▶ 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スーパーバイザーのセンター運営やオペレーター育成スキル向上、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）
19年連続
『三つ星』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
 ※2 具体的な評価内容は、当社ニュースリリース（<https://neofirst.co.jp/information/news/assets/2601280001.pdf>）をご覧ください。

【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。
- ▶ 2025年度末在籍者の該当資格（※3）の取得者数は、496名であり、従業員数に対する取得者数割合は約80%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

496名

（2025年度末実績）

※3 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),(3)

方針5

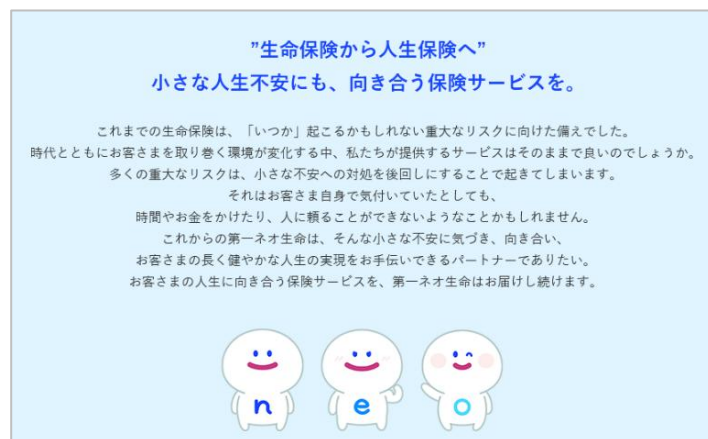
原則2

原則7,7-(注)

補充原則1

- ▶ 当社では、「“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。」をビジョン（私たちの目指す姿）として掲げています。本ビジョンでは、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。
- ▶ また、ビジョンに込めた思想を業務に反映させるための行動指針として「ネオStyle」を新たに策定しました。従業員一人ひとりがお客さまを大切にする姿勢をもって業務できるよう、所管ごとに異なるお客さま視点を踏まえた内容を設定しています。
- ▶ あわせて、所管ごとの「ネオStyle」や好事例、日々の業務の中で判断に迷った際の判断軸などお客さま第一の視点で迷いなく判断・行動するための内容を掲載した「カルチャーブック」を作成しており、お客さまを大切にする姿勢をもって業務に臨んでいます。
- ▶ お客さまのしあわせの実現に向け、各所管が掲げる「ネオStyle」を全社に共有することを目的とした「ネオStyle推進大会」や、お客さまを大切にする行動を実際に体現できた従業員を全社で顕彰しその取組みをロールモデルとして共有することを目的とした「ネオStyleアワード」の実施など、様々な取組みを通じて従業員一人ひとりがお客さまを大切にする企業風土の醸成に努めています。

ホームページ「私たちの目指す姿」



ネオStyle



カルチャーブック



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組み

方針1-(5)

原則2-(注)

- ▶ 関連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」にかかる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（※4）」を定期的実施し、より詳細なおお客様の声の真因分析を行うとともに、「より具体的」「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（※5）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」（※6）を継続して実施しており、タイムリーにお客様の声の収集をしております。お客様満足度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。
- ▶ お客様の声に関するSTPD取組みについては、定期的に「経営会議」や「取締役会」にも報告等を行っています。

※4 VOC会議：VOC=Voice of Customerの略

※5 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」

※6 トランザクショナルNPS調査：特定のお客様接点（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。

2025年度に実現したお客様の声からの改善取組みの一例

お客様の声	主な実施内容
マイページでの手続き中に画面が進まなくなりました。	お手続き中のマイページの画面を、コンタクトセンターの担当者が確認できるツールを導入しました。有人対応にてご入力などをサポートいたします。（2025年4月開始）
オフィシャルホームページからマイページお手続き画面への流れがわかりにくい。	オフィシャルホームページ「各種お手続き」画面上に、マイページで可能なお手続き内容をより分かりやすく表示するように改訂しました。（2025年8月開始） ・保険料払込方法の変更：クレジットカード番号の変更・更新もお手続きできる旨を掲載 ・名義変更（改姓・改名含む）：受取人・指定代理請求人の変更もお手続きできる旨を掲載

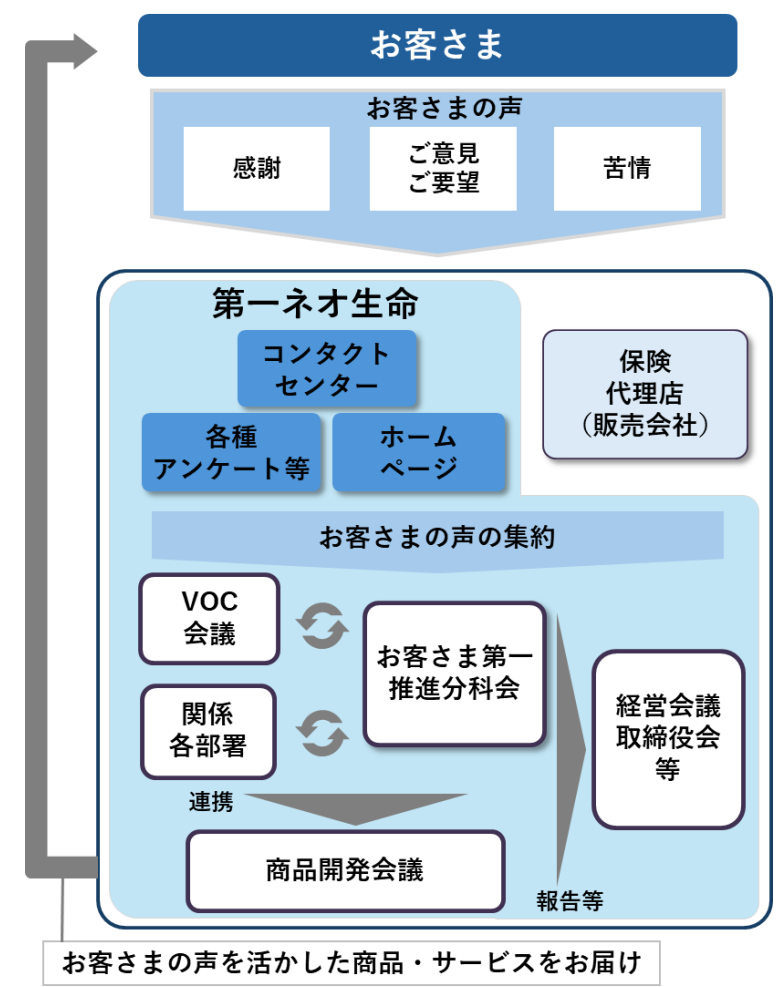
1. お客様の最善の利益の追求

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2,2-(注)1,2	補充原則4,4-(注)2

- ▶ 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・検討しております。
- ▶ 「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。
- ▶ 新商品の開発にあたっては、真のお客様ニーズの把握に向けて、消費者アンケートや代理店ヒアリングの実施数を増やす等、知見・ノウハウの蓄積を進めています。
- ▶ 商品販売後のフォローアップでは、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さま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に加えてコンタクトセンターや代理店を通じて把握したお客様の声の分析をもとに、商品設計の妥当性を検証しています。また、想定していた商品性が確保できているか等の取組みの適切性について「お客様第一推進分科会」で検証しています。

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-(5)

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推進等の様々な取組みを実施しました。
- ▶ コンタクトセンターでは、朝礼等での事例共有や応対時のワンポイントアドバイス等を日常的に実施しており、オペレーターの「感謝の声」に対する意識が定着し、個々の問い合わせに対して1件1件丁寧にお客様対応を行った結果、感謝の声は11万件を超過しました。
- ▶ 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
(2025年度実績) 114,615件	(2025年度実績) 1,612件	(2025年度実績) 1,889件

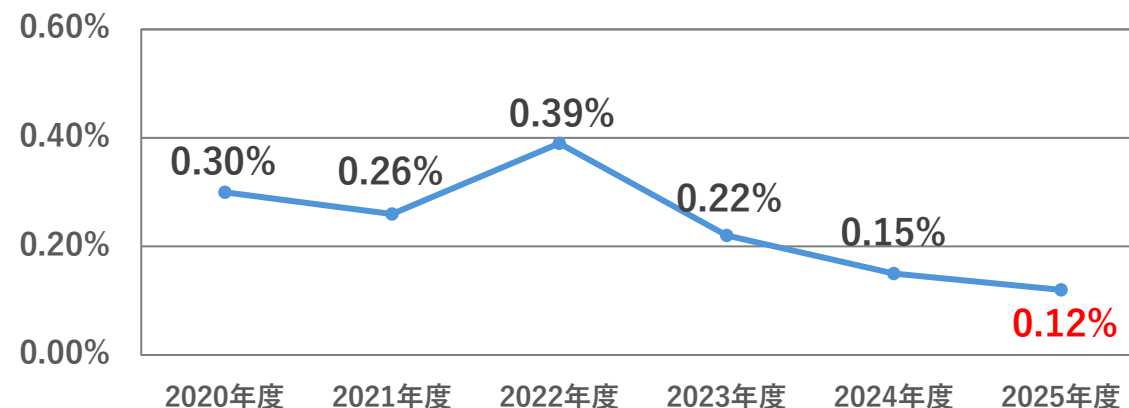
【KPI】苦情発生率 ※7

方針1-(5)

原則2-(注)

- ▶ 2025年度における苦情発生率は0.12%と昨年度より0.03ポイント減少しました。
- ▶ 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



※7 「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

2. 利益相反の適切な管理

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)

方針5-(2)

原則3,3-(注)

原則5-(注)1

ホームページ「利益相反管理方針」

- ▶ 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、第一ライフグループ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を実施した上で、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。特に、保険代理店への過度の便宜供与の防止に向けては、保険代理店との各種取引等に係る判断基準について社内規則を定め、個別判断にあたりコンプライアンス部門が適切に関与するとともに、その運営・モニタリング状況等について経営会議等へ報告がされる態勢を整備しています。
- ▶ 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。

利益相反管理方針

第一ネオ生命保険株式会社（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、Daiichi Life 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1-(2)	方針3,3-(1),(3)	方針4-(1)
原則5,5(注)1,3,4	補充原則3,3(注)2,3	補充原則5(注)1,2

- ▶ 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（※8）」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。
- ▶ インターネットを通じてお客さまにご検討いただく場面においては、お客さまの属性に応じた画面の出し分けや、ニーズに応じた保険プランの提示等を通じて、検討しやすいホームページ構成への改修を実施しました。引き続きお客さまにストレスがなく、分かりやすいホームページを目指してまいります。

ネオファースト通信（※8）

ホームページ「保険料お見積り（PC画面）」

ホームページ「保険料お見積り（スマートフォン画面）」

当内容は、デジタル告知導入代理店さま向けです

「あつらいいな」をいちばんに。
ネオファースト生命
第一生命グループ

ちょうど、ちゃんと、いい保険。
ネオのいい理由 業界初 デジタル告知

お客さま一人ひとりに最適な保険を。無理のない保険料なのに、納得の保障。オンラインでかんたんにできる手続きと、親身なサポート。いざというときには、スムーズなお支払いできると安心と信頼にお応えすること。"ちょうどいい。ちゃんといい。"ネオファースト生命がめざす"いい保険"のかたちです。

2025年4月

ネオファースト通信

<目次>

取納関連スケジュール	P.1	□座振替依頼書到着締切日スケジュール
	P.2	クレジットカード払込申込書到着締切日スケジュール
事務連絡	P.3-4	ネオnet照会機能の利便性向上に向けた対応
事務連絡	P.5-8	Web通知サービスの開始
トピックス	P.9-12	「デジタル告知」のレベルアップ
コンプライアンス	P.13	保全手続取扱不適の防止

※業界初のデジタル告知：医療保険(緩和型を除く)の分野で、必ず即時で告知入力内容の医療査定結果が出るシステムは業界初(2024年10月当社調べ)

代理店研修用教材
顧客提示厳禁

保険料試算
保険料お見積り

おかげさまで保有契約件数100万件突破！※創業後累計

100%突破!

生年月日 1991年01月01日 35歳 性別 男性 年齢・性別を定まる

加入時のライフステージに合わせて準備ができる死亡保険

選択中

ネオの定期
<解約返戻金特約付定期保険>

万一(死亡)に備えたい
高度障害に備えたい(高度障害保障特別を適用する場合)

月払保険料 735円

① 原品価格

編者するならコチラ!

プラン内容を確認・変更する

合計2商品を選択中

月払 年払

合計保険料 1,862円/月

結果を保存

申込み手続きに進む

1,127円/月 1,756円/月

合計保険料: 2,883円/月

保険料払込方法 月払 年払

途中保存OK!あとから再開できます

このプランで検討を進める

申込みを再開される方はこちら

ネットで申し込めて楽。本人確認書類さえ用意できていればすぐに申し込みが終わりました。

30代

※8 2026年4月より、「第一ネオ通信」に改称しております。

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),(4)	方針4,4-(1),(4)	原則4
	原則5,5-(注)1,3,4,5	原則6-(注)1	補充原則5,5-(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。
- ▶ 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、当社ホームページおよび保険代理店向け利用システムに掲載しています。
- ▶ 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),(2),(5)

原則6,6-(注)1,3

補充原則3,3-(注)1,2,3

補充原則4,4-(注)1,2,3

- ▶ 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。
- ▶ 2025年10月より「ネオdeがんちりょう」を改定し、公的医療保険が適用されないがんの治療を受けたときにかかる費用の実額を保障する特約やがんの治療を目的として入院をしたときに備える特約を新設し、ご契約から保障が開始するまでの3か月間の保険料の払込を不要とするなど、多様化するがんの治療に備える網羅的な保障を、納得感のある保険料で提供する対応を行いました。
- ▶ 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。

ネオdeがんちりょう (2025年10月改定)

ネオdeがんちりょう

<無解約返戻金型終身がん保険>

多様化するがん治療への備えとして
まとまった一時金や治療を受けた
月ごとの給付金で、がんの治療費に
備えることができる保険です。

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、新任担当者向けにHDI（※9）のワークショップにて対応の基礎を実践形式で学ぶ機会を設けており、高齢者向けの対応ポイントについて解説を受けるなど対応品質の高度化・均質化を図っています。
- ▶ 大切な情報を確実にお届けできるよう、ご契約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、高齢者向けに印刷物をご登録住所へ送付するサービスを継続実施しております。

4.お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

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)

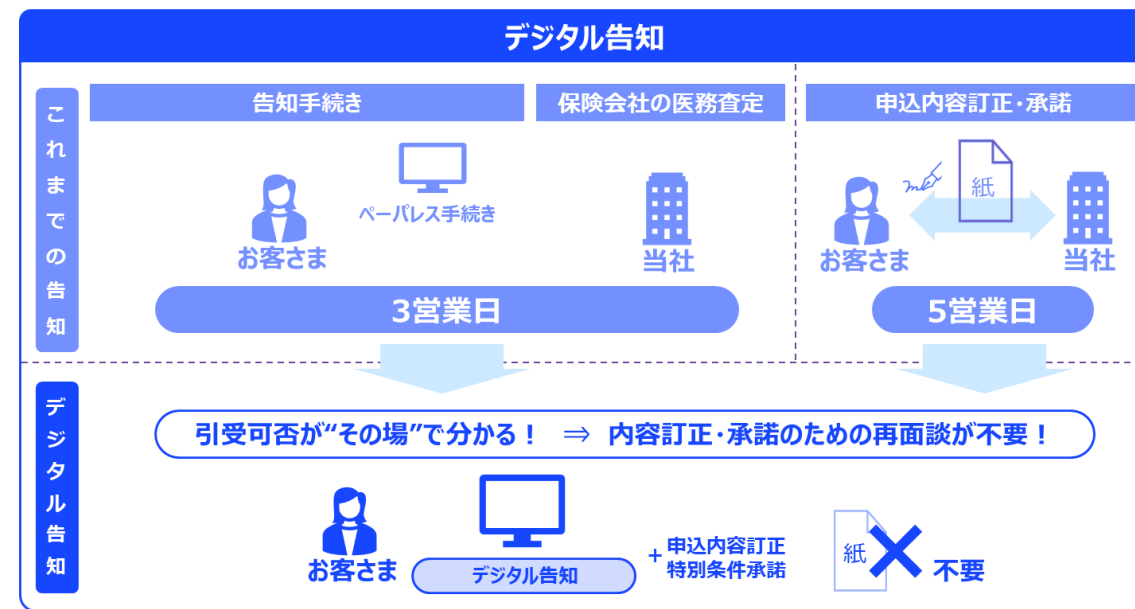
原則6,6-(注)1

- ▶ 2025年8月より、被保険者さまが「マイページ」から給付金を請求される際に、診断書の提出が必要な場合には紙面郵送での診断書受領が必要であったところ、当社オフィシャルホームページもしくは保険代理点向け利用システムからダウンロードした診断書の利用が可能になりました。
- ▶ 2025年10月より、マイナポータルを活用した生命保険料控除証明書の電子交付を開始しました。ご契約者さまは、年末調整手続きや所得税確定申告手続きにおいて、マイナポータルを利用して控除証明書データを一括取得し、そのデータを保険料控除申告書や確定申告書に自動入力することが可能となりました。
- ▶ 申込時の告知と同時に医学的査定結果が即時にわかる「デジタル告知」サービスにおいて、お客さまの利便性向上を目的として、2026年3月より、「ネオdeいりょう 健康プロモート」を対象商品に追加いたしました。

マイナポータルを活用した控除証明書データ取得



デジタル告知お手続きイメージ



※ 出典：国税庁ホームページ「マイナポータル連携特設ページ」 (<https://www.nta.go.jp/taxes/tetsuzuki/mynumberinfo/mynapo.htm>)

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を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。

※「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。

ホームページ「お客さま第一の業務運営方針」



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 Daiichi Life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」、全従業員で実施する進発会議等、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」および「行動規範」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、ビジョンに込めた思想を業務に反映させるための行動指針である「ネオStyle」の策定や、お客さま第一の視点で迷いなく判断・行動するための判断軸等を掲載した「カルチャーブック」の作成等の取組みを実施しています。

※「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。

第一ネオ生命の経営理念

Brand Message 私たちが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（※11）、会社推奨意向(自社調査)（※12）

- ▶ 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会社推奨意向の測定を行っております。
- ▶ お客様満足度調査について、2025年度は肯定回答率が73.7%と高水準な結果となりました。また、会社推奨意向は7.11となり、昨年度6.95から上昇しました。

お客様からの評価

お客様満足度

(2025年度実績)

73.7%

会社推奨意向

(2025年度実績)

7.11ポイント

※11 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。個人・法人区分にかかわらず全回答にて集計

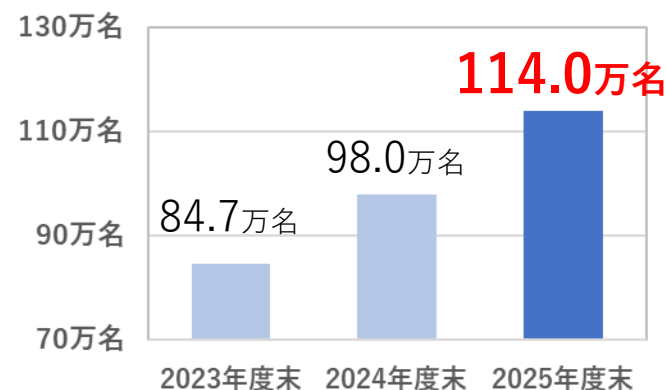
※12 会社推奨意向は、NPS®（Net Promoter Score）の平均値として算出（※13）

※13 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、2025年度末時点のお客様数は約114万名となり、保有契約件数は約125万件となりました。
- ▶ 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価値をお届けできるよう努めてまいります。

お客様数推移



保有契約件数推移

