

2024 年 6 月 28 日

「『お客さま第一の業務運営方針』に係る 2023 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、2023 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、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 2023年度取組み状況

2024年6月

ネオファースト生命保険株式会社

方針 1

- 高い専門性と職業倫理の追求
- あらゆる業務品質の向上

原則 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、お客さまに選ばれる商品・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

- 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供
- 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

原則 6

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向上に資する商品・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 3

- 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

原則 4.5

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

- サステナビリティの推進

私たちは、生命保険が国民生活の安定・向上に寄与するという公共性を踏まえ、生命保険事業や資産運用における責任投資等を通じて、お客さまのwell-being向上や気候変動の緩和をはじめとした社会における重要課題の解決に積極的に取り組みます。

方針 5

- 利益相反の適切な管理
- スチュワードシップ活動の推進

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 6

- 業務運営を適切に評価する体制の構築

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ついては、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『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
方針1 1.高い専門性と職業倫理の追求	原則2	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]		
方針1 2.あらゆる業務品質の向上	原則2	各取組みの振返り・評価等 + KPI [お申し出（感謝の声・苦情）の状況] [苦情発生率]		
方針2・3 3.良質な商品サービスのわかりやすいご提供	原則4・5・6	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] [ご契約の解約・失効率]	各取組みの振返り・評価等 + KPI [お客さま満足度] [NPS(自社調査)]	各取組みの振返り・評価等 + KPI [お客さま数 = 保有契約件数]
方針2 4.定期的・継続的な情報提供、フォローアップ	原則6	各取組みの振返り・評価等		
方針4 5.サステナビリティの推進		各取組みの振返り・評価等		
方針5 6.利益相反の適切な管理	原則3	各取組みの振返り・評価等		
方針6 7.業務運営を適切に評価する体制の構築				

※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

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

- 代理店営業担当者の知識向上に向けた研修に加え、保険募集代理店の募集品質の傾向分析、委託維持基準の見直し等複合的な観点から取組みを推進し、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ご提供に向け、オペレータに対する新商品等の研修に加え、双方向参加型の社外講師を招いた研修、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、心のこもった応対ができるよう努めております。その取組みが認められ**17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や定期的なコンプライアンス研修の実施による法令順守の徹底、および保険募集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や対応の態勢強化を実施しました。

HDI 格付けベンチマーク「クオリティ」
格付け（※1）にて

17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、代理店営業担当者、お客さまや保険募集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。
- 2023年度末在籍者の該当資格（※2）の取得者数は、昨年度より138名増加し475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

337名 → 475名

（2022年度末実績）

（2023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. 高い専門性と職業倫理の追求

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)

原則2

方針6

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」を全従業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、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対力の習得に向けた、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。

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～」を掲げ、この実現に向けた会社の想いや姿勢や示すものとして、「私たちの誓い」を制定しました。

また万が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」

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むけて、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」

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)

- 関連所管を中心に選定された委員で構成している「お客さま第一推進分科会」を毎月実施しております。同分科会では、「感謝」「苦情」「意見」のお客さまの声を共有するとともに、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。
- また同分科会とは別に担当所管との「VOC会議」（※3）を定期的の実施し、より詳細な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」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、お客さま接点ごとの「トランザクショナルNPS調査」（※5）を継続して実施しており、タイムリーにお客さまの声の収集をしております。お客さま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。

＜2023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	主な実施内容
WEBで給付金請求手続きをしたい	お客さま自身がWEBページ（マイページ）からのオンライン給付請求手続きが可能な「お客さまWEB手続きサービス」をリリース（2023年7月実施）
給付金手続きを簡素化、分かりやすくしてほしい	法人契約の保険金・給付金手続き時の印鑑証明書の提出・請求書押印不要化（2023年10月実施）、給付金請求書レイアウトの変更（2024年3月実施）
保全手続の受付時間を延長してほしい	オペレーターの応対時間外でも24時間365日対応可能な「お客さまWEB手続きサービス」の対象業務拡大を実施（2024年2月「解約手続き」を追加）

2.あらゆる業務品質の向上

【KPI】お申し出（感謝・苦情の声）の状況

方針1-(3)

原則2-(注)

- お客さまからいただいた声に基づく対応策の検討・実施、およびお客さま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、お客さまの利便性向上のためのお手続きのデジタル化推進等、CX（※6）向上への様々な取組みにより、感謝の声は2022年度より約2.2万件増加し、合計件数も10万件を超過しました。
- また、お客さまからの苦情申出件数も2022年度よりも減少しました。この結果に甘んじることなく、お客さま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おります。

感謝
(2022年度実績)
88,388件



(2023年度実績)
110,897件

苦情
(2022年度実績)
3,154件



(2023年度実績)
2,177件

ご意見・ご要望
(2022年度実績)
3,946件



(2023年度実績)
2,445件

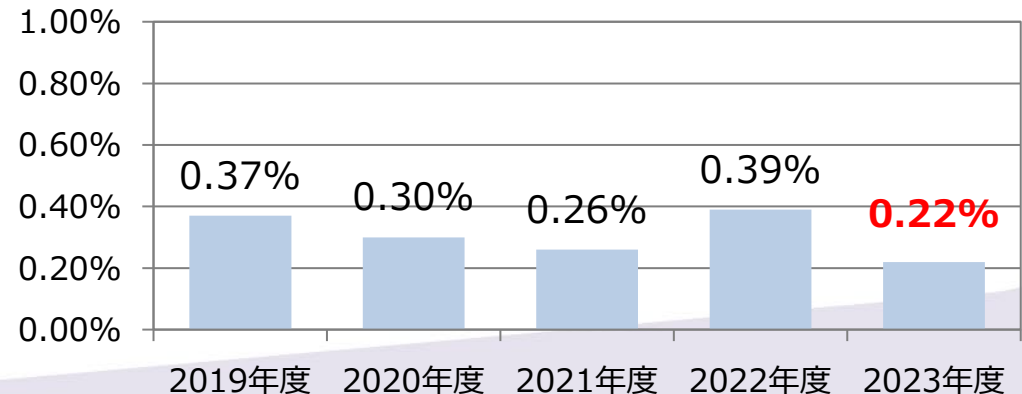
※6 CX：顧客体験価値

【KPI】苦情発生率（※7）

方針1-(3)

原則2-(注)

- 2023年度における苦情発生率は0.22%と昨年度より0.17%減少しました。
- お客さまの声に基づきSTPDサイクルを迅速に回していくことで、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

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

- 2023年4月より、医療の実態を踏まえた幅広いニーズに対応できるよう「ネオdeいりょう」の改定を実施しました。また、同時期には、「ネオdeしゅうほ」の改定も実施し、お客さまニーズによりきめ細かくお応えできるように、設計の自在性向上と生前保障の拡充等を図りました。
- また、2023年10月には、三大疾病と密接に関連のある喫煙状況に応じて保険料を割引く仕組みや、三大疾病罹患後の機能回復に向けた通院によるリハビリ治療の保障を備えた「ネオde 3 疾病サポート」を発売しました。
- 2022年7月にリリースした健診結果改善サポートアプリ「Neoコーチ」は累計ダウンロード数が10万件を突破し、お客さまの生活習慣改善に活用いただいています。
- 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。

新商品の概要



三大疾病によるリハビリ治療にも備えられる一時金タイプの保険です。

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

- 保険募集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、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。
- 保険募集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たWEB申込システム（Neoダイレクト）においては、お客さまがストレスが少なく使いやすいシステムを目指し、ユーザーインターフェースの改修等を重ねています。



WEB申込

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

➤ 2023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。

マイページ	2023年7月よりお客さまがより迅速で不備なくお手続きいただけるように、給付金手続きについて、マイページからのご請求手続き可能な「お客さまWEB手続きサービス」を開始 - 名義変更、更新等、収納保全手続きについてもWEB手続きサービスの対象を拡充
コンタクトセンター	2024年1月より給付金請求・住所変更、2024年2月より解約のお手続きでお電話いただいたお客さまに、マイページより手続きがとれるURL付きのSMSを送信し、オペレーターの応対時間外でもお手続きがスムーズにとれるサービスを開始



マイページからの給付金請求機能

マイページ

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

- 保険募集代理店に対しては、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、保険募集代理店における募集ルール遵守状況を確認し、適宜保険募集代理店への確認・指導を実施しております。
- コンタクトセンターではオペレーターに対して、入社時から高齢者への応対研修を実施する等、高齢者への更なる応対力の強化に努めました。なお高齢者の声もお客さま第一推進分科会にて共有しております。
- 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等を変更いたしました。

The image shows a sample of the revised benefit payment request form. It is a multi-page document with a clean, organized layout. The form includes sections for personal information, policy details, and a declaration of the request. Red boxes highlight specific areas of the form, indicating the changes made to improve readability for elderly users.

給付金請求書

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)

原則 6-(注) 1

方針 3,3-(1),3-(3),3-(4)

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。
- 「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、お客さまに正しくご理解いただけるよう、お客さまの声や保険募集代理店からの要望等をもとにタイムリーに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、お客さまや保険募集代理店からの要望を踏まえ、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、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。
- 年度ごとに実績や取り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、各代理店に提供するとともに、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分かりやすく掲載しており、すべてのページに主要ページへのリンクを設ける等、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入口をどこからでも調べることが可能です。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。



アニュアルレポート

年に1度のネオレター

ホームページ
「保険商品について」

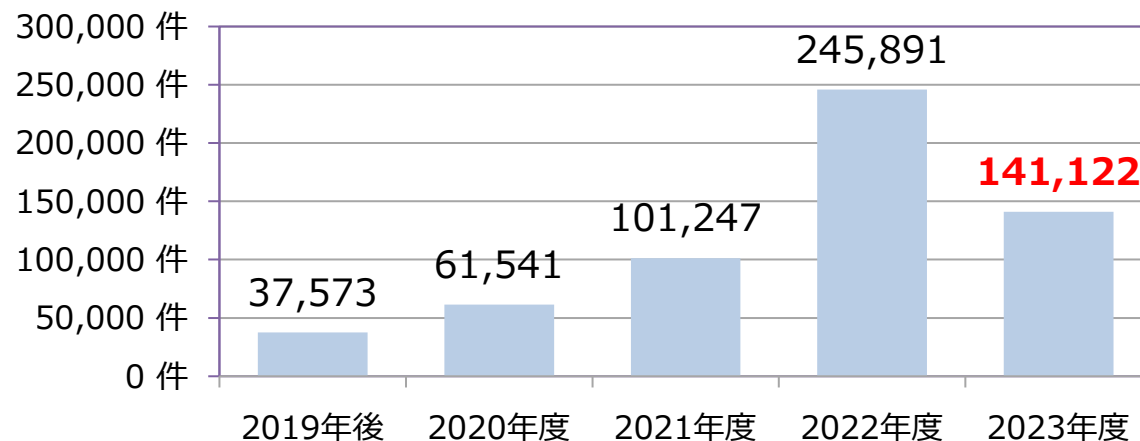
4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

【KPI】 保険金等支払実績

方針 2,2-(2),2-(4)

原則 6-(注) 1

- 2023年度の保険金等支払件数は、約14.1万件となり、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、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。

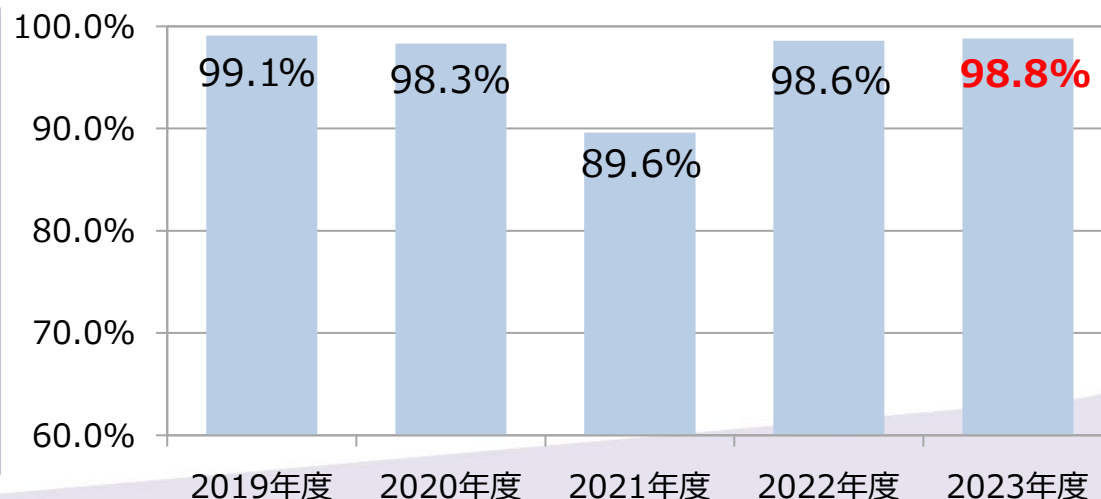


【KPI】 保険金・給付金期限内支払率 (※8)

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も概ね収束し、ご請求はほぼ期限内にてお支払いすることができました。
- 2023年7月よりお客さまにより迅速で不備なくお手続きいただけるように、給付金手続きについて、マイページからのご請求手続きが可能な「お客さまWEB手続きサービス」を開始し、ご請求手続きの利便性を向上させました。
- 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まいります。



※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。

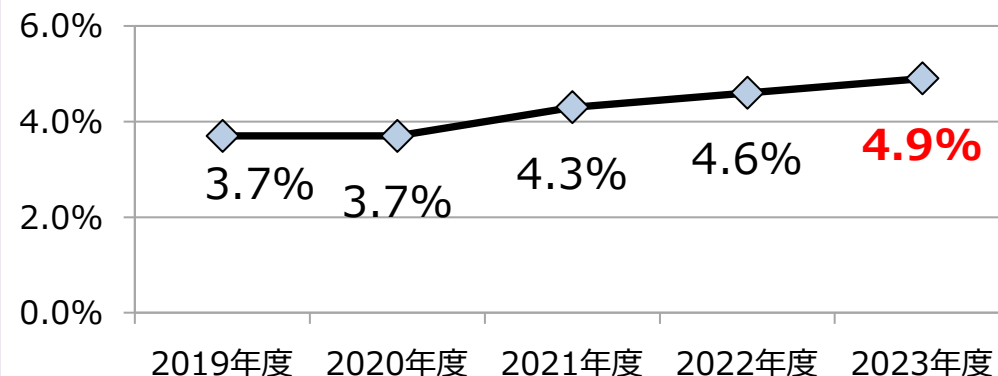
4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

【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

- 2023年度の解約・失効率は4.9%と前年度から上昇しました。
- ご契約時の保険募集代理店によるコンサルティングや業務品質の向上に向けたサポート、モニタリング等の実施、ご加入後にも定期的に情報提供を行う等の取組み等、これからも、業務品質やお客さま満足の向上に向け、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。

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います。

サステナビリティの取組み



ホームページ「サステナビリティの取組み」

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)

原則3、3-(注)

方針5

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、保険募集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募集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。

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会社等もしくは子会社等（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置く状況において、お客さまの利益が不当に害されることがある取引（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」に列記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. 当社等の利益が不当に優先されることにより、お客さまの利益が不当に害される可能性がある場合
2. 他のお客さまの利益が不当に優先されることにより、お客さまの利益が不当に害され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が不当に害されるおそれがある場合

ホームページ「利益相反管理方針」

7. 業務運営を適切に評価する体制の構築

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)

原則 4

方針6

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以上を資する行動を推進しています。
- 保険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」について、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っており、2024年4月に業務品質評価運営を反映したCS手数料体系への改定を実施しました。
- 保険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。



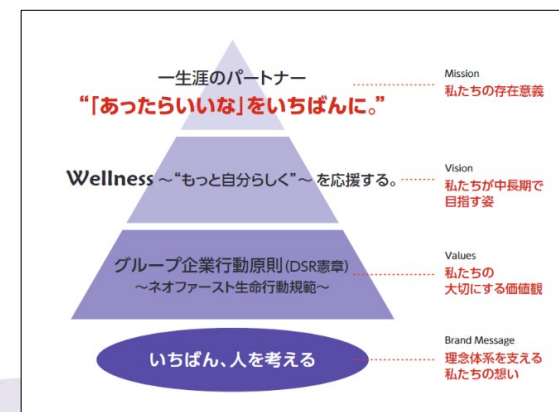
ホームページ「お客さま第一の業務運営方針」

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理念体系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。



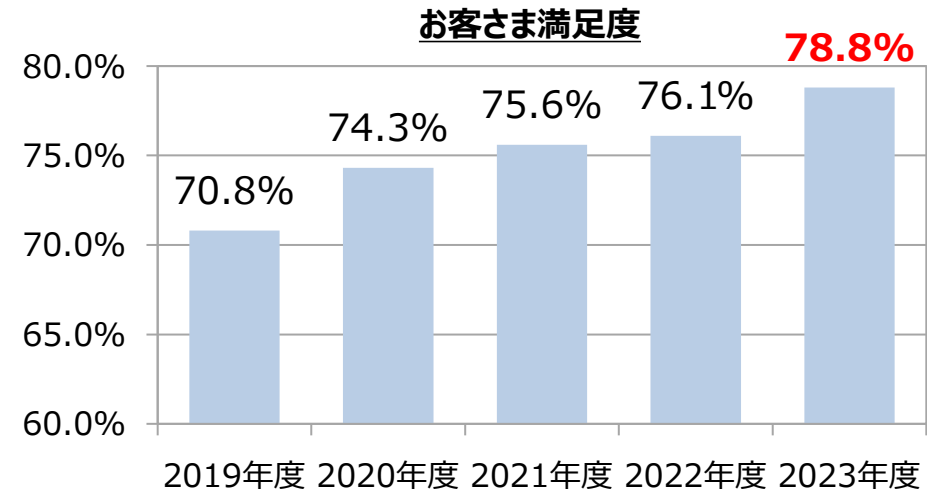
8. お客様からの評価と事業の成果

【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。
- お客様満足度調査について、2023年度は肯定回答率が**78.8%**となり、昨年度より2.7ポイント上昇しました。またNPS指標も2023年度は**-22.0**の結果となり、6.6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。



【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80万件を超え2023年度末時点で**約89万件**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、お客様の期待を超えるCXをお届けできるよう努めてまいります。

