2024年度
「お客さま第一の業務運営方針」に係る
取組状況について

2025年6月

第一生命保険株式会社

一生涯のパートナー

第一生命

Dai-ichi Life Group

はじめに

第一生命におけるお客さま第一の業務運営について

第一生命は1902年の創業以来、「お客さま第一」を経営の基本理念として、各地域で人々の安心で豊かな暮らしと地域社会の発展に貢献してきました。社会は大きく変化しており、人々の価値観や生活スタイルもますます多様化している中においても、当社は「一生涯のパートナー」として生命保険の深化はもちろん、その枠のみに留まらず、長い人生を経済的な不安なく、健やかに、心豊かに歩んでいただくためのお手伝いや、地球環境や地域社会の課題解決に向けた責任ある取組みを進めています。

第一生命グループは、新たな中期経営計画を2024年度からスタートさせ、同時に社会における存在意義（パーパス）として、“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”を掲げました。グループの一員として、パーパスの実現に向けて当社は、ブランドメッセージ「一生涯のパートナー『お客さま第一主義』」をはじめとする経営理念のもと、お客さまにとって最適なタイミング、接点、商品・サービスで、今まで以上に多くのお客さまの人生に寄り添い続けられるよう、お客さま第一の取組みを推進してまいります。

目次

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 P.3

■ 「お客さま第一の業務運営方針」に係る定量指標（KPI）と背景となる考え方 P.4

方針に基づく取組みの実践状況

方針1 お客さまの最善の利益の追求 P.5

方針2 利益相反の適切な管理 P.14

方針3 重要な情報の分かりやすい提供 P.15

方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供 P.21

方針5 従業員に対する適切な動機付け P.28

事業の成果

■ お客さま数 P.30

お客さま第一の業務運営方針

方針1

原則2
補充原則1・2

- お客さまの最善の利益の追求

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

原則3

- 利益相反の適切な管理

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

原則4・5
補充原則5

- 重要な情報の分かりやすい提供

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

原則6
補充原則3・4

- お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

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

原則7

- 従業員に対する適切な動機付け

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。

原則　金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の対応する原則を表示しています

「お客さま第一の業務運営方針」に係る定量指標(KPI)と背景となる考え方

「お客さま第一の業務運営方針」に係る2024年度定量指標(KPI)

＜定量指標(KPI)設定の背景となる考え方＞

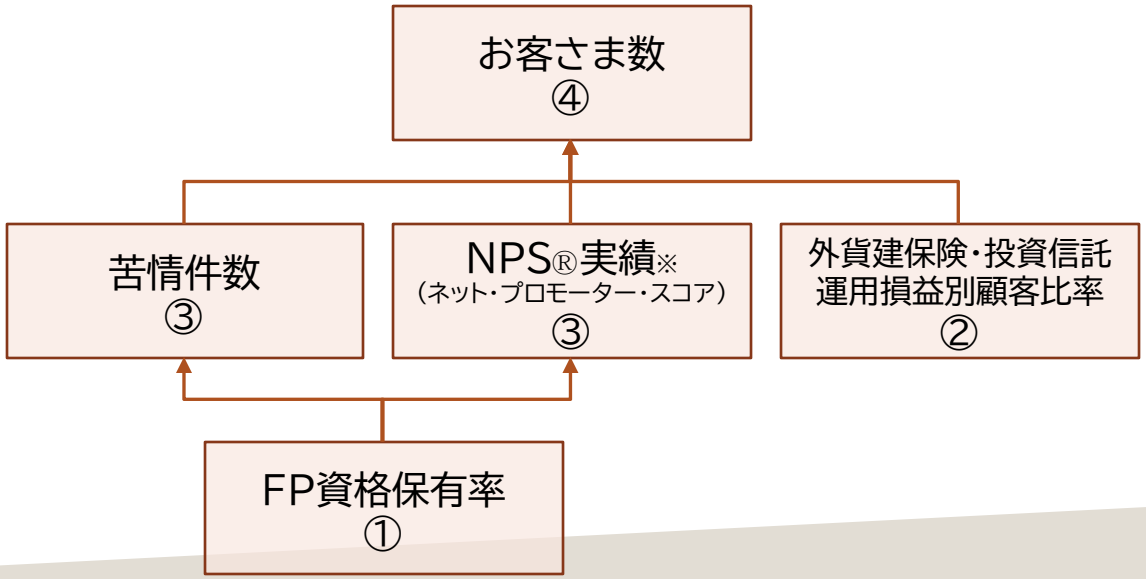
① お客さま一人ひとり異なる価値観・意向・属性等とそれを踏まえた生涯設計に基づいて、「一生涯のパートナー」として人生100年時代における幸せの実現をお手伝いすることが使命と考えています。そのためには、金融知識や社会保障制度等に関する専門知識を持ち、お客さまの最善の利益を勘案して、当社の勧誘方針に沿った誠実かつ公正なコンサルティングを行います。

② 保障コンサルティングにより人生における様々なリスクからお客さまとご家族の生活と資産を守るとともに、長期投資を原則とした資産形成コンサルティングによりお客さまの金融資産を適切に運用し、次世代に承継していくことがお客さまの最善の利益につながると考えます。

③ そうしたお客さま第一の活動・取組みを通じて、お客さまのご不満を縮減するとともに、お客さま満足向上を図ります。

④ 上記の取組みに加えて、各種サービス・情報の提供を通じてお客さまのwell-being(幸せ)の向上とお客さま満足の向上を図ることで、お客さま数の拡大と持続的な成長を実現し、更なるお客さまサービスの向上につなげる好循環を目指します。

＜定量指標(KPI)＞上記の考え方に沿ったKPI設定



※ NPS®とは、「Net Promoter Score(ネット・プロモーター・スコア)」の略で、「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨意向の質問に、0～10点の11段階でご回答いただきます。「推奨者割合」(9点・10点をつけた人の割合)から「批判者割合」(0～6点をつけた人の割合)を差引いた数値で、お客さまのロイヤルティを図る指標のひとつです。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、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

方針1 お客さまの最善の利益の追求

- 第一生命グループでは、目指したい姿を具現化し、グループ一丸となって進む指針とすべく、2024年4月より社会における存在意義（パーパス）と大切にする価値観（バリューズ）を掲げました。当社においても、グループにおける位置づけや事業特性等を踏まえて経営理念を改定しました。
- また、2020年にお客さま・消費者の信用を裏切る不正事案が発覚したことを受け、今一度、当社の経営理念を見つめなおし、ステークホルダーからの信頼回復と、「一生涯のパートナー」としてお客さま一人ひとりの「幸せ」の実現に向けた「誓い」を込めて、2021年に改正した「お客さま・社会への誓い（消費者志向自主宣言）」を全役員・従業員の「具体的な行動の指針・よりどころ」として、日々の業務において体現してまいります。

第一生命の経営理念

■Brand Message 私たちを象徴するメッセージ

一生涯のパートナー「お客さま第一主義」

■Our 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

■Our Values 私たちが大切にする価値観

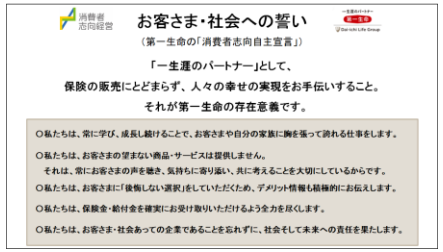
- いちばん、人を考える
- まっすぐに、最良を追求する
- まっさきに、変革を実現する

経営理念を体現するための判断・行動のよりどころ

「わたしたちの行動規範」と「お客さま・社会への誓い（消費者志向自主宣言）」

第一生命グループでは、企業理念を実践・体現するため、行動のよりどころとして行動規範を制定しており、それをもとに第一生命においても「わたしたちの行動規範」を制定しています。

第一生命グループ「行動規範」の内容はこちら⇒



2020年にお客さま・消費者の信用を裏切る不正事案が発覚したことを受け、信頼回復とお客さま一人ひとりの「幸せ」の実現に向けた「誓い」を込めて、2021年に「お客さま・社会への誓い」として改正しました。

「お客さま・社会への誓い」の内容はこちら⇒

経営理念を体現するための具体的な運営方針・取組

「お客さま第一の業務運営方針」

お客さまの最善の利益を追求し、お客さま第一主義を体現するための具体的な運営方針や取組を定めています。

「お客さま第一の業務運営方針」の内容はこちら⇒

方針1 お客さまの最善の利益の追求

お客さまの声に基づく改善取組の推進

「お客さま第一」の考え方に基づいて、「お客さまの声」をあらゆる接点において幅広く収集し、苦情やご意見はもとより感謝の声等を起点とした弛まぬ改善取組みを実践することで、お客さま体験価値（以下、CX）の向上と業務の品質向上に努めています。

～「お客さまの声」を経営に反映させるための仕組み～

（※1）CX･･･Customer Experienceの略で「お客さま体験価値」を表す
（※2）VOC･･･Voice of Customerの略で「お客さまの声」を表す

お客さまの声

- 苦情
- ご意見・ご要望
- 感謝

お客さまの声の集約

- 支社・営業オフィス
- 生涯設計デザイナー®
- 代理店
- コンタクトセンター
- ホームページ

総合的なお客さま評価に関するアンケート調査

- 他社比較NPS調査
- 自社NPS調査（総合）

お手続きごとに実施するアンケート調査

- 自社NPS調査（接点）

品質諮問委員会　**消費者モニター**　**消費者団体・有識者等**

社外の消費者関連の有識者等が参画する「品質諮問委員会」や「消費者モニター制度」等を活用し、消費者の立場からいただいたご意見を業務運営に反映しています。

外部からの意見・諮問

お客さまの声の分析・課題抽出と改善策策定

本社部門

分析結果・改善策の共有

CX向上委員会

「CX(※1)向上委員会」では、取組状況のフォローアップを行うとともに「経営会議」等に報告し品質向上を推進しています。

VOC会議

「VOC(※2)会議」では改善を要する課題を決定し、課題に応じてワーキンググループで改善策を企画・推進・実施します。

報告・共有

経営会議

商品・サービスの開発・改善

「お客さまの声を活かした取組み」レポートの公表

お客さまの声をサービス等の改善に活かすための取組みや具体的な改善事例等を「お客さまの声を活かした取組み」レポートやホームページ上で公開し、当社取組みの理解・普及に努めています。

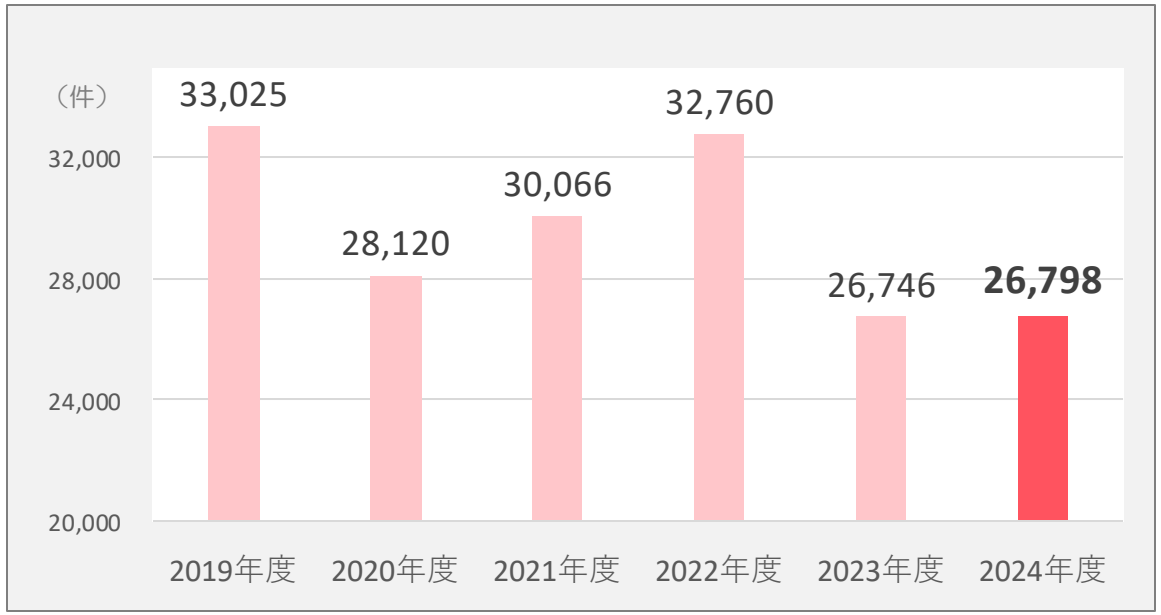
無断転載・二次利用禁止

方針1 お客さまの最善の利益の追求

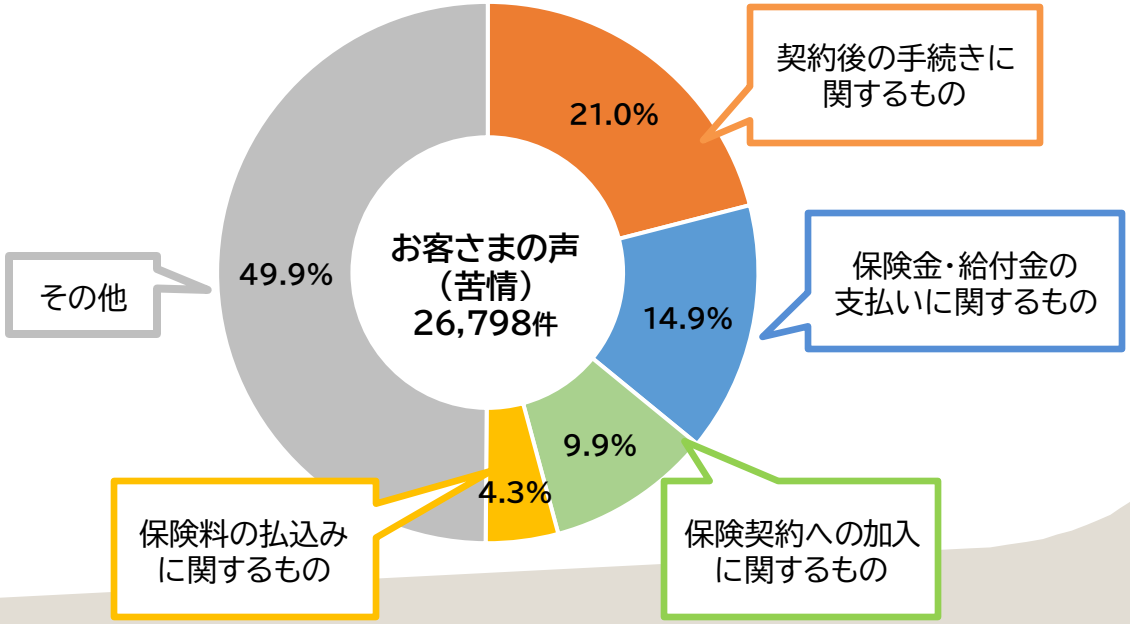
お客さまの声に係る取組状況～苦情件数【KPI】～

- 2024年度にいただいた「お客さまの声（苦情）」は26,798件となり、前年同水準で推移しました。
- 70歳以上のお客さまに保険をご提案する際にお子さま・お孫さまの同席を必須とする丁寧な募集活動に努めるなど、高齢者の新契約苦情件数は2023年度に引き続き減少しました。
- 他方、高齢の生涯設計デザイナー®の退職等に伴って、アフターサービス苦情が増加しました。アフターサービスができていないお客さまに対して、本社担当者より電話等でご連絡をして、今後、生涯設計デザイナー®とともに担当者としてフォローすることをお伝えする活動を通じて、潜在的なお客さまのご不満を承ったことも苦情件数の増加要因となりました。生涯設計デザイナー®の採用・育成を通じた対面でのフォロー活動の推進と、非対面チャネルによるフォロー拡充により、お客さまの苦情縮減とCX向上を図ってまいります。

＜苦情件数の年度推移＞



＜お客さまの声（苦情）内訳＞



方針1 お客さまの最善の利益の追求

2024年度お客さまの声に基づく改善取組事例

2024年度のお客さまの声に基づく改善取組みは、56事例でした。

事例1 請求時に保険金・給付金の受取金額のご案内

お客さま

保険金や給付金の請求をする際に、事前に受取予定金額を教えてほしい。

改善内容

従来より、お客さま自身でホームページ上の「手術給付金お受取額シミュレーション」にて手術給付金の請求可否や受取金額の目安をご確認いただけましたが、新たなシステムの導入により、手術給付金に加えて、入院給付金や保険金等の受取金額の目安も請求時にご確認いただけるようになりました。

事例2 団体保険の異動手続きをデジタル化

お客さま

団体保険の異動手続き（従業員の加入・脱退手続き等）を、完全ペーパーレスで手続きできるようにしてほしい。

改善内容

団体保険インターネット事務サービス「D1-iオフィス」システムを全面リニューアルして、書類のアップロード機能を搭載し、完全ペーパーレスを実現しました。

事例3 告知事項を事前にご案内するリーフレットの自動作成

お客さま

急に正しく告知をするよう言われても、、、
スムーズに告知をするために、事前に必要な情報を教えてほしかった。

改善内容

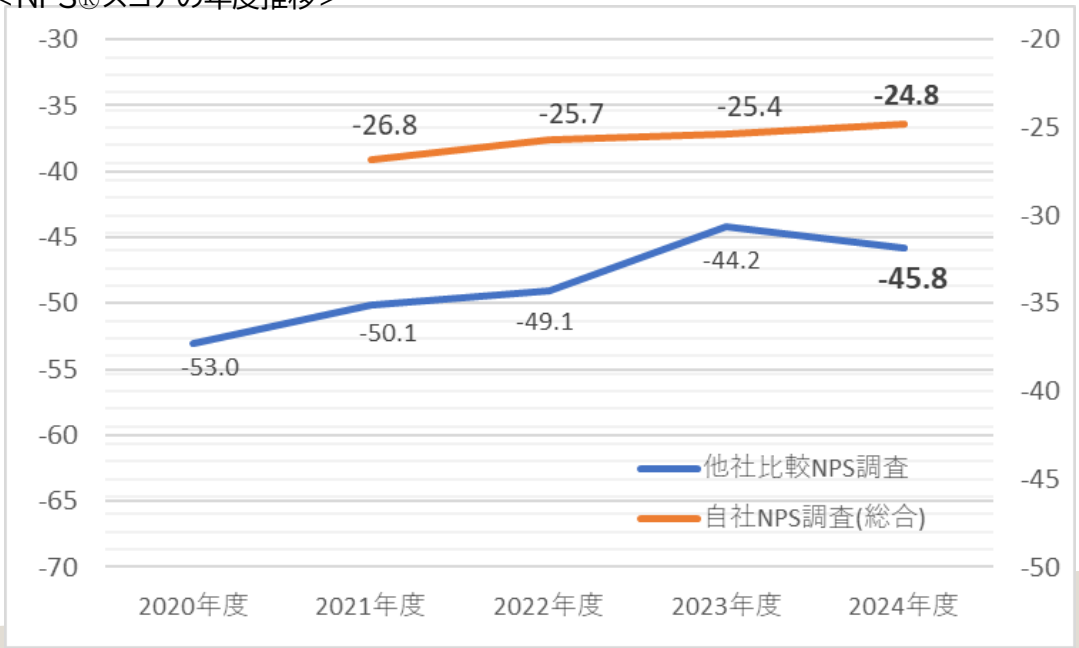
お客さまが意図せず告知を漏らされることがないよう、必ず確認いただきたい特に重要な事項を表紙にまとめた、「告知前に必ずご確認ください」帳票を新設しました。

方針1 お客さまの最善の利益の追求

お客さま満足度調査の概要～NPS【KPI】～

- お客さま満足度調査を3種類実施し、お客さまの声を改善活動に役立てることで、品質・サービスの更なる向上に取り組んでいます。
- その中でも、外部調査機関のモニターを対象とした年1回の「他社比較NPS調査」では、競合他社と比較した当社の強みや課題の抽出・分析・改善策の策定等に活用しています。
- 7月実施の他社比較NPS調査では、コロナ禍後のベテラン生涯設計デザイナー®の退社や限られた回答数による評価の変動等の影響等により、やや低下したものの、11月実施の自社NPS調査（総合）では、新商品のご案内等による営業活動の増加等によりNPSスコアは改善しました。

＜NPS®スコアの年度推移＞



「お客さま満足度調査」の概要

他社比較NPS調査
- 年1回（7月）、外部調査機関によるサンプル調査（約2,000名の回答数）
- 外部調査機関による同業他社と比較した当社の立ち位置および課題抽出

自社NPS調査（総合）
- 年1回（11月）、当社保有契約と相似形で対象抽出（約12,000名の回答数）
- お客さま情報・契約情報等との紐づけによる分析の深掘りと課題の明確化

総合的な評価

自社NPS調査（接点）
- 日々のあらゆる接点における調査（約147,000名の回答数）
- 各領域における改善取組の効果測定と総合的な評価の先行指標として確認
- お客さまからのコメント等の生涯設計デザイナー®へのフィードバックによる活動改善

主な接点例：提案時 ／ 申込時 ／ フォロー時 ／ 保全手続時 ／ 請求時 ／ 解約時

接点ごとの評価

≪NPS®の考え方・スコア算出方法≫
NPS®とは「Net Promoter Score（ネット・プロモーター・スコア）」の略で、「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨意向の質問に、0～10点の11段階でご回答いただきます。「推奨者割合」（9点・10点をつけた人の割合）から「批評者割合」（0～6点をつけた人の割合）を差し引いた数値で、お客さまのロイヤルティを測る指標の一つです。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、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

方針1 お客さまの最善の利益の追求

お客さま第一の実践を支える使命感・価値観の共有・浸透

- **「わたしたちの行動規範」の制定**
  2024年4月に第一生命グループの「行動規範」が改正されたことを受けて、当社における事業の特性を踏まえた「わたしたちの行動規範」を制定しました。そのなかで「お客さまの最善の利益」を追求することを定めています。

- **感謝事例を共有する取組み**
  お客さまからいただいた「感謝の声」の事例をまとめた「CXエピソードBOOK2024」を活用し、お客さまの信頼に繋がる行動について自分ごと化して考え、実践すべき取組みの共有・浸透を図っています。
  お客さまに寄り添う気持ちと行動を最も実践した生涯設計デザイナー®を「CX大賞」として表彰しています。また、大賞の映像教材を全社で共有し、お客さまに寄り添う活動を啓蒙することで、お客さま第一の業務運営の一層の浸透を図っています。

代表的な感謝事例の動画

感謝事例の冊子

- **「保険の原点を考える日」「CX向上を考える日」を通じた理念教育**
  生命保険が果たす役割の重要性や「一生涯のパートナー」としての使命を全社員で共有するため、2012年より毎年3月に「保険の原点を考える日」を実施しています。
  また、毎月「CX向上を考える日」として、支社・営業オフィスにて使命感やお客さまに寄り添う気持ちと行動の共有を図り、お客さま本位の行動の推進に向けた教育を実施しています。

- **CX向上ポイントを冊子にまとめた「プレイBOOK」による教育**
  あらゆる接点でお客さまからいただく「Webお客さまアンケート」の評価とコメント等を参考に、CXの向上に寄与するポイントを冊子にしています。

- **消費生活アドバイザー・お客様対応専門員（CAP）の資格取得推進**
  社員一人ひとりが消費者の視点に立ち、お客さまのニーズを理解し、寄り添った対応ができるよう、お客様対応専門員（CAP）資格およびその上位資格である消費生活アドバイザーの資格取得を推進しています。
  また、2023年から「社内消費生活アドバイザー意見付け制度」を開始しました。お客さま向け資料や商品・サービスについて「お客さま・消費者」と「社内」の両方の目線から、お客さまに伝わりやすいか、使いやすいかなど建設的な意見付けを行っています。

登録者数（※）	消費生活アドバイザー	第3位（536名）
	お客様対応専門員（CAP）	第1位（539名）

※（一財）日本産業協会登録者（2025年4月1日現在）

方針1 お客さまの最善の利益の追求

高い専門性・コンサルティング・コミュニケーション力の教育

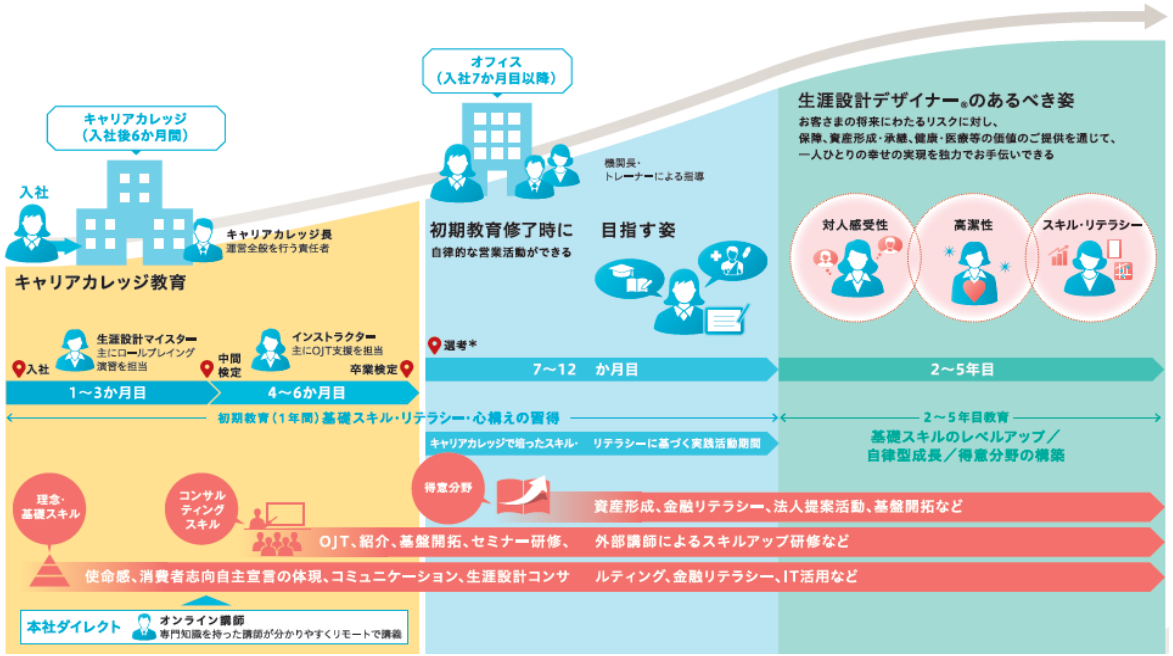
生涯設計デザイナー®に対し、営業活動の基本となるホスピタリティやビジネスマナー、コミュニケーションスキル、さらに商品知識や社会保障制度・税務等の周辺知識を、入社後5年間の重要な期間において集中的に教育し、お客さまニーズに沿った適切な対応が行えるよう、コンサルティング力の強化に向けて取り組んでいます。

- **キャリアカレッジ**
  特に入社後6か月は「キャリアカレッジ」にて、使命感等の理念教育や、コミュニケーション、生涯設計コンサルティング、金融リテラシー、IT活用等を習得します。研修内容に応じて、本社の専門知識を持った講師がオンライン講師としてわかりやすくリモート研修を実施することで専門性の向上を図っています。

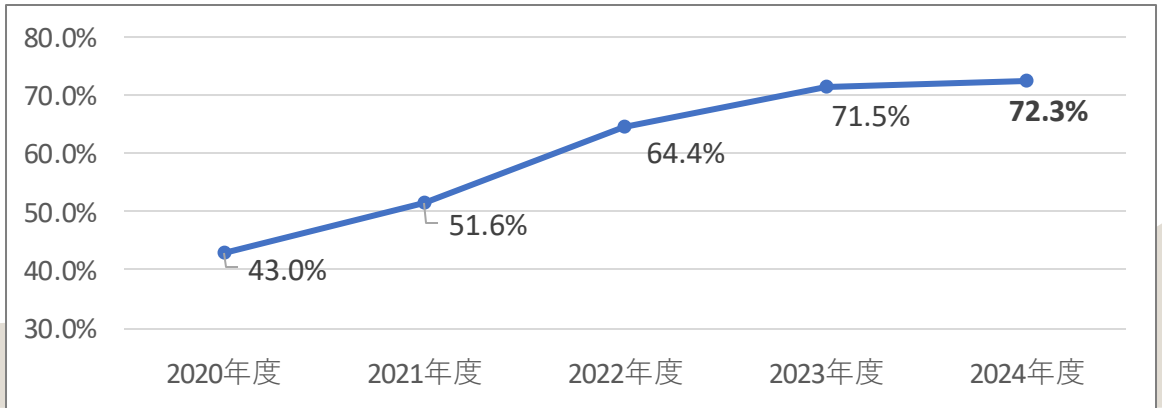
- **コミュニケーション能力向上研修**
  お客さまの潜在的なニーズも含めてご意向を把握し、お客さま一人ひとりに合った適切なコンサルティング・提案ができるよう、ビジネスマナーやコミュニケーション力向上を目的としたカリキュラムを充実させるとともに、提案力の向上を図っています。

- **社会保障制度に関する教育**
  社会保障制度を考慮した保障額をシミュレーションし保障設計書と連動させることで、より納得感の高いコンサルティングに取り組んでいます。

入社5年以内の教育体系



FP資格保有率【KPI】



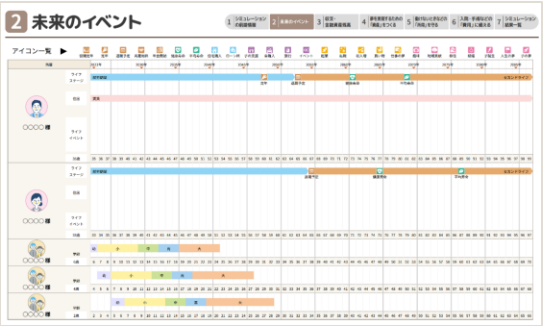
方針1 お客さまの最善の利益の追求

お客さま一人ひとりに最適な生涯設計コンサルティングの推進

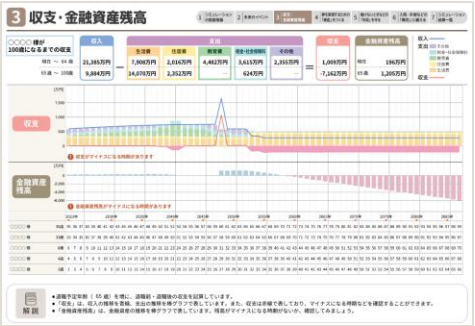
- **生涯設計プランに基づくお客さま一人ひとりに合った提案**
  CX向上に向けて、「生涯設計プラン」では社会保障制度を踏まえたシミュレーションに基づいて「必要資金・必要保障額」を見える化し、商品プランを連動させたコンサルティングによって、お客さま一人ひとりにぴったりなご提案を行っています。

生涯設計プラン

●未来のライフイベント表を作成



●未来の収支を試算



〈社会保障制度の3つの役割〉		〈生涯設計プランのシミュレーションのカテゴリー〉	
①老後の生活保障	→	夢を実現するための	「資産」をつくる
②働けないときなどの所得保障	→	働けないときなどの	「所得」を守る
③医療・介護などの費用補填	→	入院・手術などの	「費用」に備える

- **保障と資産形成・承継の一体的コンサルティング**
  人生100年時代をお客さまに安心して過ごしていただくために、
  - 死亡保障や医療保障等の保障性保険商品
  - 個人年金保険や外貨建保険等の貯蓄性保険商品
  - iDeCo、NISAなどの資産形成に資する諸制度

  を幅広く取扱い、**保障と資産形成・承継の両面からの一体的なコンサルティング**を推進しています。

ぴったりが見つかる保険 ジャスト

指数連動型年金 ステップジャンプ

iDeCo

- **資産形成・承継・相続アドバイザーの創設**
  2023年度、お客さまニーズが高まる資産形成・承継商品等を総合的に提案するチャネルとして、**「資産形成・承継・相続アドバイザー」**を創設しました。2024年度末時点において約700名まで当該アドバイザーを拡充しており、引き続き質の高いコンサルティングを提供できる人財の育成に注力します。

「資産形成・承継・相続アドバイザー」研修の様子

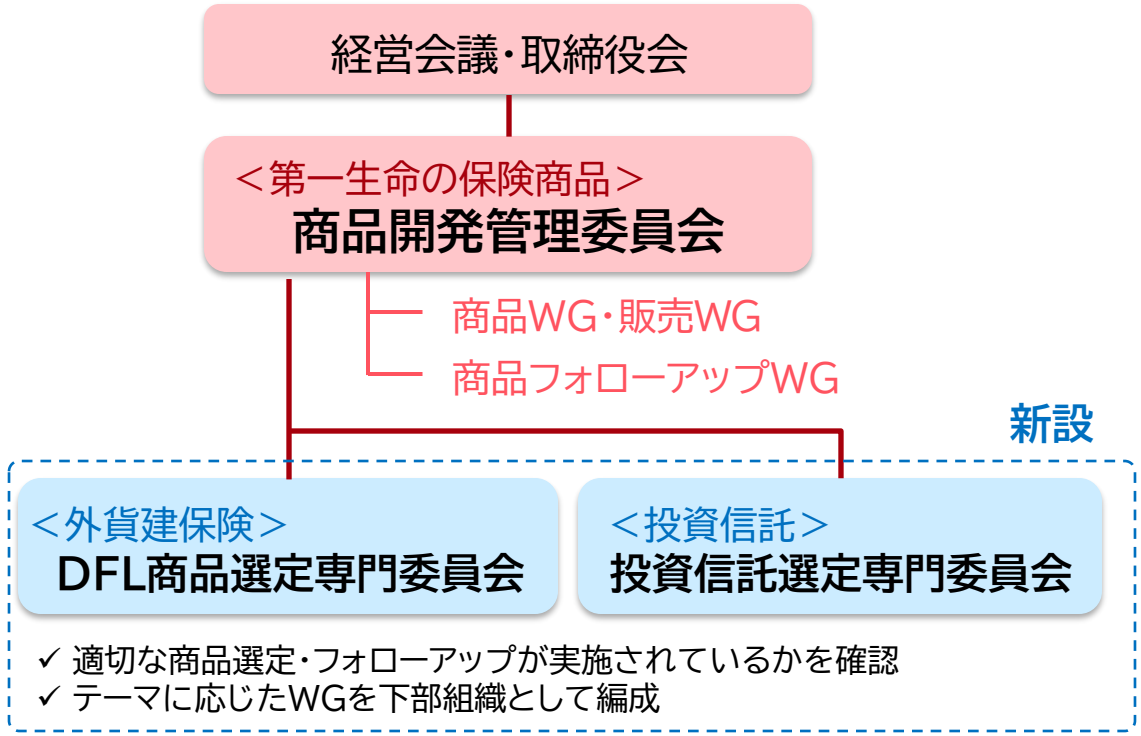
方針1 お客さまの最善の利益の追求

お客さまの最善の利益追求に向けたプロダクトガバナンス態勢強化

- 2024年9月に金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に新設された「プロダクトガバナンスに関する補充原則」を受けて、**「商品開発に関する基本方針」**および各商品に関する**「商品開発手続規程」**を改定し、お客さまの最善の利益の追求や想定お客さま像の設定等を反映しています。
- 第一生命を元受会社とする保険商品については、**「商品開発管理委員会」**とその傘下の商品WG(※1)・販売WG・商品フォローアップWGにて、プロダクトガバナンスの強化を図っています。
  商品開発部門にて、お客さまの声や市場動向調査・分析等を通じて、多様なお客さまニーズを把握し、適切な想定お客さま像を定めて商品開発を行うとともに、商品WG・販売WGにてお客さまの保護・利便性・公平性やコンプライアンス等の観点から検討を行い、販売開始後は販売状況・支払状況・苦情発生状況等について検証を行うことでガバナンス強化を図っています。
- 外貨建保険や投資信託等の金利や為替などで価格が変動する金融商品(リスク性金融商品)の当社での取扱に関する方針として、**「他社リスク性金融商品の選定に係る基本方針」**を新たに制定しました。

  また、商品選定・フォローアップにおけるガバナンス強化策として、商品開発管理委員会の傘下に**「DFL商品選定専門委員会**(※2)**」**および**「投資信託選定専門委員会」**を新設し、以下の取組を進めています。
  - 商品のリスク・リターンや想定するお客さまに関する情報を商品の組成会社より収集・把握し、商品選定を実施
  - 「想定するお客さまとの合致」等の観点でフォローアップを実施し、商品の組成会社と情報連携のうえ商品の改廃を判断
- 団体年金等の運用を外部委託している商品については、外部委託先の運用会社から報告を求め、定量面・定性面から評価・検証を行っています。
- 運用体制・運用実績・業績等に関する情報は、当社ホームページ・アニュアルレポートに掲載しています。また団体年金については、運用会社の運用体制・投資哲学等を販売資料にて開示しています。
- 今後も、社会やお客さまニーズの変化等に常に向き合い、態勢の定期的な検証・見直しを実施するなど、プロダクトガバナンスの高度化に取組んでまいります。

＜第一生命のプロダクトガバナンス推進態勢(※3)**＞**



※1 WG・・・ワーキンググループの略称、※2 DFL・・・第一フロンティア生命の略称
※3 企業保険についても同様の商品開発管理委員会およびフォローアップの会議体を設置してプロダクトガバナンスを図っています。

方針2 利益相反の適切な管理

利益相反の可能性の正確な把握と適切な管理・対応

- 当社では、「利益相反管理方針」等の方針・規程を制定するとともに、利益相反管理統括所管および利益相反管理統括者を定め、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ています。また、定期的に管理態勢を検証し、必要に応じて見直しを行っています。
- 事業特性等を踏まえた具体的な管理対象取引については、「第一生命の管理対象取引一覧」として、業務担当所管およびその管理方法を定めて適切な管理・対応を図っております。
- これまで、保険契約取引における利益相反のおそれがある類型として、投融資先等との保険契約取引に加え、保険募集代理店を通じた保険契約取引を管理対象とするなどの見直しを行い、管理態勢にかかるPDCAを推進しています。
- お客さまの分かりやすさ向上の観点から、当社ホームページに「利益相反管理方針」を掲載しています。

代理店への過度の便宜供与防止に向けた対応

- 比較推奨販売基準の運用など代理店の態勢整備状況にかかるモニタリングとして、代理店に対する自主点検表の徴求・往査を行い、必要に応じ指導支援を行っています。
- 一般社団法人生命保険協会「代理店業務品質評価運営」認定状況や、新たに高度化項目を追加した「募集代理店共通自主点検表」の評価を反映し、業務品質の高い代理店への手数料率評価を高める手数料改定を行っています。

利益相反のおそれがある対象取引の類型

(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

対象取引の管理方法

以下に掲げる方法により管理を行います。なお、これらに限ることなく、個別具体的な事情も勘案し、適切な管理を行います。

(1)対象取引に関わる会社・部署の間で情報の遮断を行う方法

(2)対象取引の公正性を確認の上、取引条件または方法を変更する方法

(3)対象取引を中止する方法

(4)対象取引に伴い、お客さまの利益が不当に害されるおそれがあることについて、当該お客さまに開示する方法

「利益相反管理方針」等の概要はこちら⇒

方針3 重要な情報の分かりやすい提供

「生涯設計レポート」の年1回発信

- 毎年、ご加入の契約内容や各種サービス等をお知らせするため、「生涯設計レポート」を発信しています。
- 「ご契約者専用サイト」にご登録のお客さまは、郵送での連絡に代えて、WEB通知（【WEB版】生涯設計レポート）をご利用いただくことでインターネット上で確認いただけます。
- また、目の不自由な方への配慮として、「音声コード（Uni-Voice）」を印字し本通知の同封物やお問い合わせ先をご案内しています。音声コード対応の携帯電話やスマートフォン等で音声をお聞きいただけます。

「生涯設計レポート」

＜同封物＞

契約内容、保険金・給付金のお支払履歴、制度・特約の加入状況、契約者貸付のご利用状況等を掲載

“安心の定期点検®”を通じた定期的・継続的なフォローアップ

- 「生涯設計レポート」の到着に合わせて、お客さまのご意向に沿った方法で“安心の定期点検®”を実施しています。“安心の定期点検®”では、以下の3つの点検をご案内しています。

点検①： 契約内容の確認
点検②： 保険金・給付金等の支払内容の確認
点検③： 登録内容の確認

- 人生100年時代の到来により長期化するセカンドライフをより豊かなものにするため、シニア層のお客さまを対象にお役に立つ情報提供や、ご加入いただいている保険のコンサルティングを行う『セカンドライフコンサルティング』を実施しています。

連絡先の登録・最新化とお客さまご意向の収集

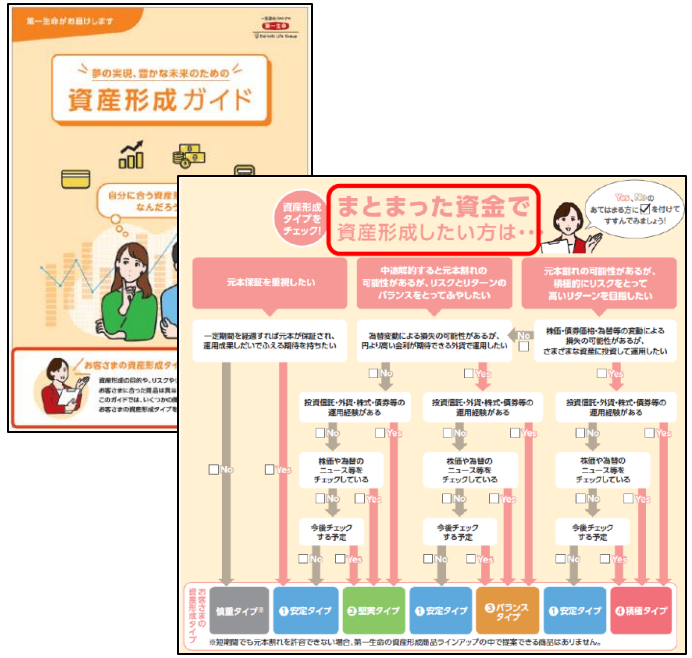
- 有事の際においてもお客さまおよび契約関係者とすみやかにご連絡がとれるよう、携帯電話番号やメールアドレス等の連絡先の登録・最新化を図っています。
- 2025年度より、お客さまのアフターフォローに関するご希望や関心事等を聴取・情報収録し、今後のサービス向上に反映する取組みを開始いたしました。

方針3 重要な情報の分かりやすい提供

リスク性金融商品（外貨建保険・投資信託）の総合提案フローによる適切な商品提案

- 外貨建保険や投資信託といったリスク性金融商品をご提案する際には、**冊子「資産形成ガイド」**にある**「適正商品判定フローチャート」**にて、お客さまの投資経験・知識・リスク許容度等の視点から適切な商品種類を判定し、提案商品の種類を決定しています。また、「資産形成ガイド」では、お客さまが商品を比較検討しやすいよう**「取扱商品比較表」**にて情報提供・説明を行っています。
- （外貨建商品等の場合）**「投資ご相談兼ご意向確認シート」**を用いて、お客さまの資産状況、投資経験、知識及び取引目的・ニーズ等の確認を行い、金融資産に占める投資性資産の割合・投資経験有無・年齢を踏まえて適合性基準に基づいて募集可否を判断しています。
- 最終的なご契約商品は、お客さまとのやり取りを踏まえて決定されるため、適正商品判定結果とともに、お客さまとの応対内容や商品を選択したポイントを「面談記録票」に記録します。記録内容は成立するまでに上長が確認しており、本社所管にて事後モニタリングも実施しています。

冊子「資産形成ガイド」



「適正商品判定フローチャート」

<リスク性金融商品提案時の流れ>

<総合提案フロー>
お客さまにとって適切な商品を確認

<個別商品提案フロー>
個別商品の決定・提案

冊子「資産形成ガイド」活用

適正な金融商品の判定
『適正商品判定フローチャート』

以下の視点で適正な商品種類を判定
- 一時払 or 平準払
- リスク許容度
- 投資経験／知識／行動

商品比較のための情報提供
『取扱商品比較表』

提案商品種類の決定
- 外貨建保険
- 投資信託 ＊1
- 個人年金保険 等

意向確認 → ＊2 商品提案・手続き → 面談記録 → **上長による確認**

- 意向を踏まえた商品選定および金融資産・投資経験を踏まえた適合性に関するシステムチェック

＊1)投資信託は、資産形成・承継・相続アドバイザー（12頁参照）等の販売資格保有者が販売しています。
＊2)2026年4月より複数の金融商品をパッケージとしてご提案する際には、個別加入の可否や手数料等の情報を分かりやすく提供する予定です。

方針3 重要な情報の分かりやすい提供

外貨建保険の適切な情報提供・提案のための取組

- **「外貨運用について考える本」の活用**
  商品提案前に「外貨運用について考える本」等を活用し、為替の仕組みやお手持ちの資金を外貨運用することによるメリット・デメリットを分かりやすくお示ししたうえで、丁寧に説明しています。

外貨運用について考える本

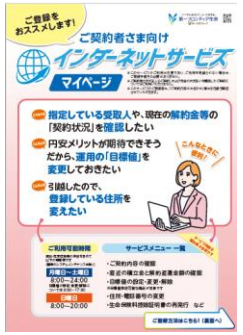
- **重要情報の分かりやすい説明**
  「契約締結前交付書面（契約概要/注意喚起状況）」「ご契約のしおり・約款」をもとに、商品の目的・機能、手数料・費用等の取引条件、為替・金利の変動による影響や元本割れの水準等のリスクといった重要情報を説明しています。
  また、70歳以上のお客さまの場合、**複数回の面談**とともに、原則子・孫による**家族同席を必須**としています。

- **外貨建保険の販売資格運営**
  業界共通教育制度である「外貨建保険販売資格試験」に加えて、当社独自に販売資格運営を行っています。資格取得後は、毎月の継続教育の受講と、年1回「更改総合テスト」を実施し、最新の知識等の維持・向上に努めています。

ターゲット機能付外貨建保険に関する対応

- **ターゲット機能を付加した新契約の取扱停止**
  当社で取扱う第一フロンティア生命のうちターゲット機能付保険(※1)について、為替相場や金利の変動等により目標値の低い契約が早期に目標到達し、解約に至っている事例を確認しました。
  こうした保険は、中長期的な保有を前提とした設計であるため、販売動向を踏まえ、当社では、2024年5月より**ターゲット機能を付加した新契約の取扱を停止**(※2)しました。

※1 設定した目標値に解約返還金額が到達すると自動的に円建終身保険に移行する機能を付加できる外貨建商品
※2 ターゲット機能の中途付加は引き続き取扱中



マイページご案内リーフレット

- **目標値接近を通知するサービスの新設**
  第一フロンティア生命では、お客さまご自身で解約返還金の状況や目標値の変更手続きが可能な**インターネットサービス「マイページ」**を提供しており、当社では積極的に本サービスへの登録をご案内しています。
  また、2025年2月より「マイページ」に登録されているお客さまの契約が設定した目標値に接近した場合、登録されたEメールに通知を発信するサービスを開始いたしました。

マイページ画面

方針3 重要な情報の分かりやすい提供

ご高齢のお客さまへの募集時のルール

- ご高齢のお客さまが第一生命および第一フロンティア生命の商品にご加入される際には、商品内容に対する理解の促進と保険金・給付金請求時のスムーズな手続きの観点から、ご家族（原則、子・孫）の同席を必須とするルールとしています。
- また、2024年9月に第一生命商品の販売対象年齢の上限を一部引き上げたことを機に以下の態勢強化を図り、苦情未然防止を図っています。

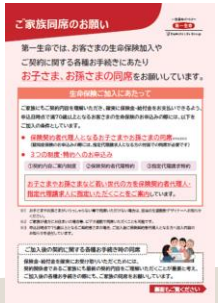
① 保険契約者代理特約、指定代理請求特約、契約内容ご案内制度の付加必須（制度・特約の内容は次頁参照）

② 保険契約者代理人（原則、子・孫）の同席必須
（認知症保険の場合は指定代理請求人の同席も必須）

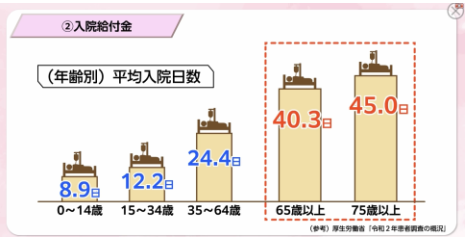
③ 過去にお客さまから照会等が多く、不利益となる可能性がある事項をまとめた留意事項説明動画の視聴必須

④ 契約者が75歳以上の場合には、上記①～③に加え、ご契約成立後、契約関係者あて加入状況のお知らせ通知を郵送

- **ご家族同席依頼リーフレット ①②**
  ご加入時に家族同席や、保険契約者代理特約等を必ず付加いただく趣旨を、高齢のお客さまやそのご家族にご理解いただくために、リーフレットを作成してご案内しています。



- **留意事項説明動画の視聴必須③**
  ご加入後、お客さまから照会等が多く、不利益となる可能性がある事項をまとめた留意事項説明動画を、お申込手続き前に視聴いただくことを必須としています。



- **契約関係者あて通知（75歳以上の場合）④**
  契約者が75歳以上の場合、ご加入後に保険契約者代理人あてに、保険契約者代理人に指定されたこと・加入内容について通知を発信しています。

投資信託にご加入のご高齢のお客さまへの対応

- **口座開設・購入時の対応**
  70歳以上のお客さまが投資信託の口座を開設される際、および投資信託を購入される際には、複数回の面談機会を設けるとともに、ご家族に同席いただくことを必須とするルールとしています。
- **契約継続時の対応**
  75歳以上かつ投資信託を保有しているお客さまを対象に、販売担当者が運用状況等を説明するアフターフォローを2025年7月より新たに開始を予定しています。また、アフターフォローを通じて認知機能等に懸念がある場合には、ご家族と連携してその後のお取引を適切に案内・管理いたします。

方針3 重要な情報の分かりやすい提供

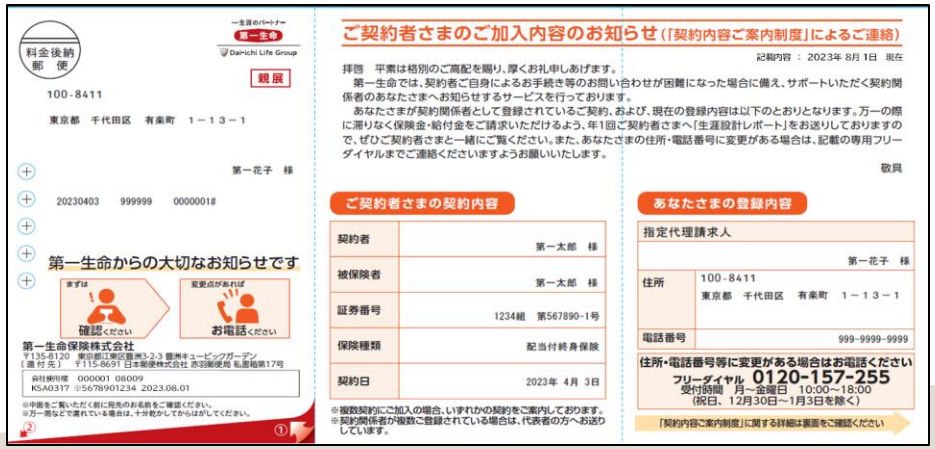
ご家族による代理手続き等を可能にする諸制度

- ご高齢のお客さまに安心してご契約を継続いただくため、ご家族との関係強化を図る下表の制度・特約の案内を行っています。

契約内容ご案内制度	お客さまご本人に代わり、ご家族が契約内容や契約維持に必要な情報を照会・確認可能です。
保険契約者代理特約	契約者が意思表示できない等の特別な事情がある場合、予め指定した代理人により定められた範囲でお手続きが可能です。
指定代理請求特約	被保険者が意思表示できない等の特別な事情がある場合、予め指定した代理人により、保険金・給付金の請求が可能です。

- 「契約内容ご案内制度」が付加された契約にご加入のご高齢のお客さまが、出金を伴うお手続きをされた場合にご本人とともに契約関係者へ手続き完了通知を送付しています。また、契約関係者へお客さまの加入状況に関する通知を定期的に発信しております。
※いずれの通知も所定の条件を満たした場合に送付しています。

＜契約関係者あて加入状況通知（イメージ）＞



ご高齢や障がいのあるお客さまとの電話応対

- **シニア専用フリーダイヤル**
70歳以上のお客さまからのお申出に丁寧に応対することができるよう、「シニア専用フリーダイヤル」を設置しています。
- **第一生命手話リレーサービス**
耳の聞こえないお客さまや聞こえにくいお客さま、発話が困難なお客さま向けに、ビデオ通話を使って通訳オペレーターと手話または筆談でお話しいただける「第一生命手話リレーサービス」を実施しています。

苦情事例に基づくデメリット情報のご説明

- **「お客さまへのお約束」リーフレット**
お客さまから寄せられた具体的な「ご不満の声」を掲載した「お客さまへのお約束」リーフレットをご提示することで、デメリット情報をより分かりやすくご説明し、ご納得の上でご契約いただけるよう努めています。

「お客さまへのお約束」リーフレット

認知症バリアフリー宣言の実施

- 2024年3月「保険契約者代理特約」創設を機に、「認知症バリアフリー宣言」を実施しました。
認知症等のため判断能力が低下した場合でも、お客さまとご家族が安心して暮らし続けることができるよう、活動に取り組んでいます。

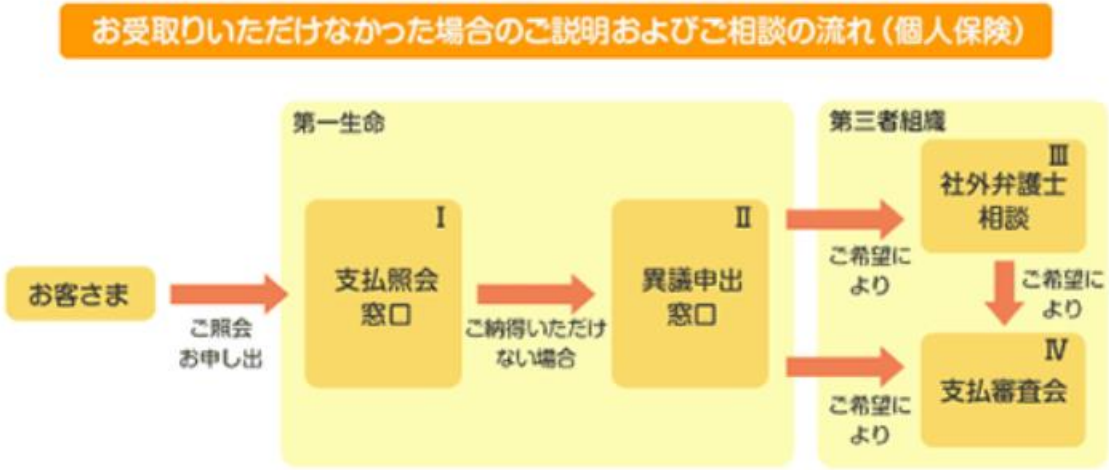
方針3 重要な情報の分かりやすい提供

迅速・確実な保険金・給付金等のお受け取りに向けたお手続き

- **入院・手術給付金のWeb・営業端末での請求手続き**
  入院・手術給付金のご請求について、スマートフォン等からWeb（ご契約者専用サイト）上で給付金の請求が完結するサービス（※1）や、生涯設計デザイナー®の使用する営業端末上で給付金の請求が完結するサービス（※1）を提供しています。
  ※1 ご利用には所定の要件があります。
- **Web・営業端末による請求手続きの利用範囲拡大**
  お客さまの利便性向上のため、Web・営業端末での請求手続きの利用範囲を拡大しました。
- **お受け取りいただく保険金・給付金の納得感・分かりやすさ向上**
  - ご契約者専用サイト上で給付金の支払明細を閲覧できる通知サービスを提供しています。
  - お客さまが手術給付金の請求対象可否を確認することができる「手術給付金お受取額シミュレーション」をホームページ上で公開しています。
  - 保険金・給付金の請求手続き時にお受取金額の概算、手続き後のお受取時にはお受取金額の総額だけでなく内訳金をスムーズに確認できるシステムを導入し、生涯設計デザイナー®がお客さまにより丁寧にご案内できるようになりました。
- **特定先進医療ダイレクト支払サービス**
  「先進医療特約」付加もしくは「先進医療保険」にご加入のお客さまを対象として、特に費用が高額となる先進医療を受けられた場合に医療機関に直接給付金をお支払いするサービスです。今後も、お受取に関するサービスを提供し、利便性の向上を図っていきます。

保険金・給付金等をお受け取りいただけなかった場合の説明充実

- 保険金・給付金等の支払漏れを防止し、お客さまのご理解と納得感のために各種制度を設けて、丁寧な対応を行っています。



＜2024年度実績＞

支払照会窓口照会件数	926件
異議申出窓口申出件数	24件
社外弁護士相談件数	2件
支払審査会実施件数	1件

保険金・給付金等のお支払金額・件数

2024年度　保険金・給付金等のお支払金額

約1兆7,891億円
（1日あたり約49億円）

2024年度　保険金・給付金のお支払件数

※2※3

135万7,206件
（1日あたり約3,718件）

※2 件数については、生命保険協会の「協会件数計上基準モデル」に則って計上しています
※3 満期保険金や生存給付金等の保険金・給付金は含みません

方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

保障性商品
資産形成商品
外貨建保険

多様なお客さまニーズにお応えできる商品の提供

- **お客さまの様々なリスクに備えるマルチブランド戦略**
  第一生命は、創業以来の理念である「お客さま第一主義」を実現するため、お客さまニーズの多様化に対応するため、提携会社・グループ会社の商品を取扱うことで、幅広い商品ラインアップを提供しています。
- **保障と資産形成・承継の一体的なコンサルティングを支える商品ラインアップ**
  老後の年金や社会保障制度等を踏まえて一生涯に必要なお金を見える化する「生涯設計プラン」に沿って、保障と資産形成・承継の一体的なコンサルティングに基づくお客さま一人ひとりの最適な商品ラインアップを拡充しています。

発売時期	商品名	ご加入が想定されるお客さま
2024年10月発売	じぶんケア	高血圧・糖尿病・痛風等の生活習慣病の重症化予防に備えたい20代～50代のお客さま
2025年4月発売	心身サポート	メンタル疾病での休職も含め、働けなくなった場合に備えたい20代～50代のお客さま
2025年4月発売	生活障害年金定期保険 プログシード	要介護状態による休業リスクと退職金等の将来資金を同時に備えたい40代～60代の経営者

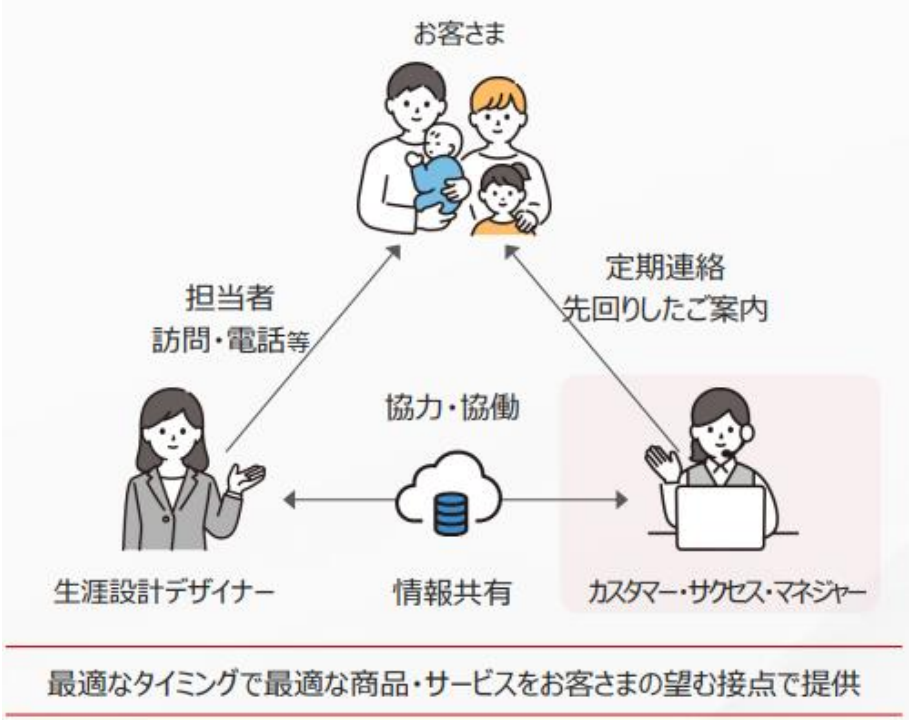
- **医療ビッグデータ解析による生命保険の引受範囲の拡大**
  最新技術・制度の動向調査、医学的知見、公共統計、医療ビッグデータの解析などを組み合わせ、2024年度に8つの疾患についてご加入可能範囲を拡大し、少しでも多くのお客さまの保険をお引き受けできるよう努めています。

お客さまを様々なリスクからお守りする
マルチブランド商品

方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

「カスタマーサクセス(※1)」取組みの推進

- お客さまのライフプラン実現をサポートする取組みとして、生涯設計デザイナー®に加え、本社担当者(CSM※2)が非対面でお客さま一人ひとりに寄り添い、CX向上に資する商品・サービスのご案内等を行う「カスタマーサクセス」取組みを順次拡大しています。
- 2025年度は約420名のCSM体制により、約130万名のお客さまをフォローしています。

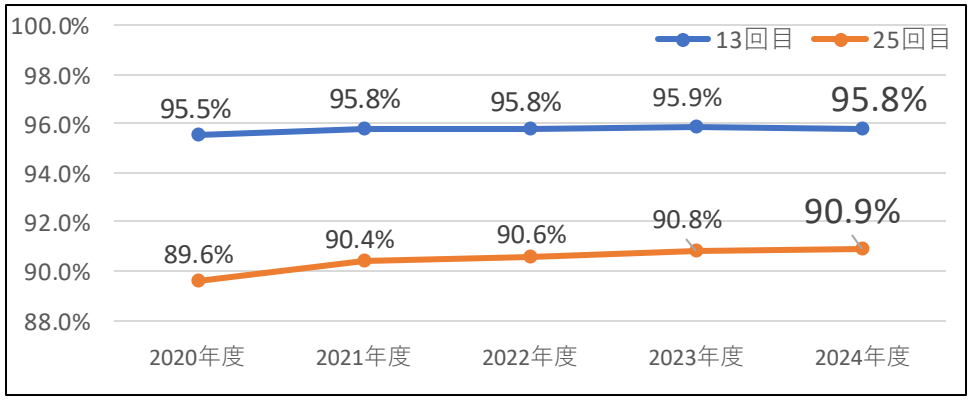


※1カスタマーサクセスとは、お客さまの成功体験の実現に向け商品やサービスの活用を支援し続けることを指します。
※2カスタマーサクセスマネジャーの略

ご契約の継続に関する指標【KPI】

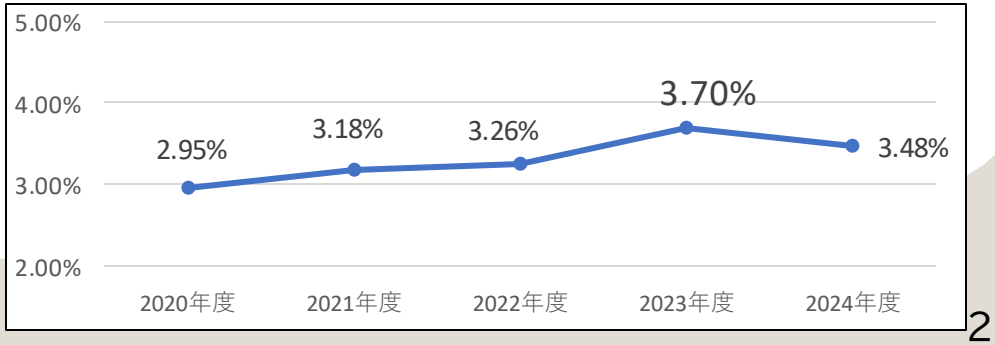
- お客さまのニーズに沿って開発した新商品の発売や、ご契約時の適切な募集管理により、ご契約の継続率は、引き続き高い水準で推移しています。
- 2023年度は市中金利の上昇等に伴って解約が増加したこと等により解約失効率は悪化しました。2024年度も物価上昇等の経済状況でしたが、解約失効率はやや改善しました。

ご契約の継続率



13回目継続率：ご契約から1年後に継続している契約の割合
25回目継続率：ご契約から2年後に継続している契約の割合 ※保険金額ベース

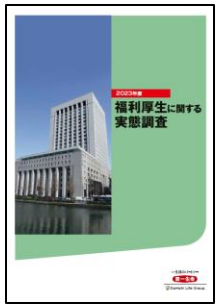
ご契約の解約失効率



方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

「福利厚生に関する実態調査」に基づく企業への情報提供

- 全国の法人のお客さまに福利厚生制度に関するヒアリング調査のご協力をいただき、4,073社の回答結果をまとめた統計資料「福利厚生に関する実態調査」をご提供しています。
- 人事労務のご担当者が、企業全体の傾向や同業種・同規模の企業との比較等を参考に、福利厚生制度や人財活用策をご検討される際の一助としてご活用いただいています。



「福利厚生に関する実態調査」

必要な保障を従業員が選べる「あんしんマイパッケージ」の提案

- 企業が福利厚生制度として複数の保険商品をパッケージとして導入し、導入した保険商品の中から必要な保障を従業員が自分で選んで加入できる「あんしんマイパッケージ」を販売しています。
- 「あんしんマイパッケージ」は、「死亡」「入院・手術」「3大疾病」「介護」といった多様な保障ラインアップを一度に準備でき、多様化する企業、従業員のニーズによりきめ細かくお応えできる商品です。

「あんしんマイパッケージ」ご案内リーフレット

時代の変化に対応した企業保険の商品開発

- 住宅価格の高騰、住宅ローンのペアローン利用者の増加を背景に団体信用生命保険の最高保険金額上限の改定や、ペアローン利用者のいずれか1人に支払事由が発生した際に、両者の債務残高合計額を保険金として支払うことができるよう、**団体信用生命保険**の商品改定を行い、2024年7月よりお引き受けを開始しました。
- 従来、団体信用生命保険の事業性融資への付保は、経営者を連帯保証人とすることが要件とされてきましたが、現在政府の旗振りのもと経営者保証を設定しない融資が推進されている状況に鑑み、一定の要件を満たした連帯保証人ではない法人の代表者を被保険者とできる事業継続支援団体生命保険を創設し、2025年4月よりお引き受けを開始しました。

福利厚生制度の付帯サービスのご案内

- **団体保険付帯サービス「DL Benefit Premium」**
  第一生命の団体保険にご契約いただいている団体の従業員とそのご家族、団体担当者が無料でご利用いただける付帯サービス「DL Benefit Premium」では、多様化する従業員の「働き方」「価値観」に合わせ、従業員の「働きやすさ」や健康経営等、企業の経営課題を解決するサービスをご提供しています。

「DL Benefit Premium」ご案内リーフレット

方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

資産形成に資するサービスの充実

- 資産形成・承継領域における多様化するお客さまのニーズや価値観等にお応えするため、デジタルプラットフォームサービス**「資産形成プラス」**を通じて以下コンテンツを提供しています。
  - ネットバンクサービス
  - 資産寿命シミュレーション
  - 家計管理サポート機能
  - 運用ロボットアドバイザー機能 等

  お客さまのライフプランに沿った将来収支の見える化、資産寿命の延伸、より豊かな暮らしの実現等に向けて活用いただいています。

資産形成ポータルサイト
「資産形成プラス」

- 「第一生命のiDeCoミライデコ」は、多くのお客さまの資産形成をサポートできるよう、口座管理手数料や運用商品ラインアップを見直しています。

  加えて、より簡便にご利用いただけるようWEB完結での申込みを可能にするとともに、ご加入後の掛金配分指定や運用成果の確認、運用商品入れ替えまでをシームレスに行うことができるスマートフォンアプリ「DCのサプリ」を標準付帯しています。

スマートフォンアプリ
「DCのサプリ」

「ライフサイクルゲーム」による消費者教育・金融保険教育支援

- **「ライフサイクルゲーム」の出張授業**

  成年年齢の引き下げや高校における金融教育必須化に伴い、消費者教育・金融保険教育に対するニーズにお応えするため、すごろく形式でお金の大切さや将来への備えの重要性を体感できる教材「ライフサイクルゲーム」を活用して学校や企業・官公庁等で出張授業を行っています。

  2022年にシニア版を新設して、若年層や保障中核世代だけでなく、シニア世代の人生設計にあたっての参考となる仕立てとして活用いただいています。また、オンライン版も新設しており、リモート研修等でも活用いただいています。

「ライフサイクルゲーム」出張授業・研修

2024年度実施回数 **893回**

「ライフサイクルゲーム」

出張授業の様子

(公財)消費者教育支援センター主催「消費者教育教材資料表彰2023」にて「理事長賞」を受賞しました

公益財団法人 消費者教育支援センター 主催
消費者教育教材資料表彰2023
理事長賞

方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

スマートフォンアプリの刷新等による利便性の向上

- **「第一生命アプリ」へのリニューアル**
  - これまでご提供していた健康増進サポートアプリ「健康第一」は、2025年5月21日より「第一生命アプリ」として生まれ変わりました。
  - お客さまからのご意見や実際の利用状況をもとに、健康増進に関するコンテンツを見直すとともに、アプリ全体の画面構成やデザインを刷新し、より使いやすく、分かりやすいアプリにリニューアルしました。
  - さらに、「第一生命アプリ」に加えて、第一生命が提供する「ご契約者専用サイト」や情報サイト「ミラシル」など、さまざまなWebサービスも「第一生命ID」に統合。ひとつのIDで複数のサービスをスムーズにご利用いただけるようになりました。

- **しあわせな暮らしを実現するための情報サイト「ミラシル」**
  - 「ミラシル」では、4つの体験価値（保障、資産形成・承継、健康・医療、つながり・絆）に関する情報コンテンツや、デジタル上での保険相談サービス、当社と協業しているビジネスパートナー企業が提供するサービス等にもアクセスできます。

情報サイト「ミラシル」へはこちら

お手続きサイト・情報サイトとアプリの連携強化

ご契約者専用サイト

お客さまの利便性向上を目的に、アプリのホーム画面に利用頻度の高いお手続き機能を集約し、目的に応じた手続きをスムーズに選択・実行できるように改善しました。

ミラシル by 第一生命

ホーム画面で担当者のプロフィール、メッセージ、連絡先（電話・メール・LINE等）が確認可能になり、担当者へより円滑にご連絡いただけるようになりました。また、アプリからミラシルの情報コンテンツにアクセスできるようになり、ミラシルのキャンペーンへの応募もアプリ経由で行えるようになりました。

方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

健康保険組合向けの医療費適正化支援サービス「Healstep」

- グループ会社QOLead社とともに、将来医療費予測 AI を活用した健康保険組合向け医療費適正化支援サービス「Healstep℠（ヘルステップ）」を提供しています。
- 健康保険組合員や企業の従業員向けのヘルスケアアプリ「QOLism（キュオリズム）」にて、健康的な生活習慣が自然と身につき、健康経営度調査の評価項目に準拠したサービスを提供しています。

ヘルスケアアプリ「QOLism」画面イメージ

全国市民ランナー応援プロジェクト「Run with You」

- 「Run with You」プロジェクトを推進し、各エリアを代表するマラソン大会への協賛をはじめ、健康について考える機会や皆と一緒に走ることの楽しさを実感する機会等の提供を行っています。

ランニング教室

協賛大会での健康測定ブース

「消費者志向経営優良事例表彰」消費者庁長官表彰の受賞

当社の健康増進に向けた以下の取組みを評価いただきました。

- 契約者を主なユーザーとする「健康第一」アプリは健康診断結果の読み取りや疾病リスクチェックなどによる健康状態の可視化やアドバイスの提供を通じて健康意識や行動の変容に寄与。
- 健康保険組合員や企業の従業員及び個人株主をユーザーとする「QOLism」アプリは健康意識や行動の変容に加えて医療費適正化や健康経営に寄与。
- 全国市民ランナー応援プロジェクトにおいて、マラソン大会の協賛や女子陸上競技部元選手によるランニング教室を全国各地で開催し、地域活性化に貢献。

消費者志向経営 Award 2024

消費者志向経営優良事例表彰
表彰式

消費者庁主催「消費者志向経営優良事例表彰」における
「消費者庁長官表彰」受賞に関する詳細はこちら⇒

方針4 お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

ナショナルセンターとの包括的情報連携協定を通じた地域貢献

- 国内最高峰の専門医療機関（ナショナルセンター）すべてと包括的情報連携協定を締結し、47都道府県の地域特性に合わせた健康・医療に関するセミナーを開催しています。
- 2025年に協定締結10周年を迎える国立長寿医療研究センターとは、「認知症予防」をテーマとした自治体共催の市民啓発セミナーを毎年開催しています。
  また、認知症予防運動「コグニサイズ」・認知症予防体操「コグニ体操」に関するDVD配布やYouTube配信により、高齢者の認知症予防・フレイル対策への取組みを行っています。

※2025年4月、国立国際医療研究センターと国立感染症研究所が統合され、国立健康危機管理研究機構が創設

自治体共催セミナー

認知症予防運動（コグニサイズ）

自治体との連携による地域貢献活動の推進

- 全国47都道府県と結ぶ連携協定等を通じ、地域の課題解決に向けた取組みを実施しています。うち44都道府県とは、多分野にわたる協働が可能となる「包括連携協定」を締結しています。
- また、市区町村とのつながりも進展し、430を超える市区町村とも「包括連携協定」を締結（2025年3月末時点）するなど、全国の各地域での様々な取組みを通じ、健康増進や地域活性化等の地域における課題解決に貢献しています。

茨木市と協働で茨木市生涯学習センターにて
エンディングノートの書き方セミナーを開催

秋田市の地域包括支援センター主催イベントにて
エンディングノートの書き方セミナーを開催

大切な方への
絆ノート

未来へつなぐ
自分史年表

- 当社では、オリジナルエンディングノート**「大切な方への絆ノート」**をお客さまにお届けする活動を進めております。地域の皆さまにお役立ていただくため、本冊子のPDFデータを自治体へ無償提供※しています。
- また、「大切な方への絆ノート」の姉妹版として、大切な思い出や未来へ向けて夢や希望等を自由に記入できる**「未来へつなぐ自分史年表」**もご提供しています。

※無償提供にあたっては、著作物利用許諾契約の締結が必要となります

方針5 従業員等に対する適切な動機付け

生涯設計デザイナー®によるお客さま第一の活動に対する評価

- CX(お客さま体験価値)を高いレベルで創出・体現できる自律型生涯設計デザイナー®の採用・育成に資する制度としています。
- お客さま本位の活動となるよう、1ヶ月単位の実績に大きく左右されない給与体系としています。また、4ヶ月単位の実績により支給額を決定していた給与項目についても、年間単位の実績をベースとした支給条件へ見直しを行っています。
- 臨時給与の項目に「CX向上取組部分」を新設し、生涯設計デザイナー®のCX向上に向けた取組み等に対する評価を、臨時給与に反映させる給与体系に改定しています。

臨時給与「CX向上取組部分」の評価方法
- CX向上取組に対する**『加算評価』**
- CXを棄損する言動の改善を目的とした**『苦情判定評価』**

指導者層に対する適切な評価

- 組織の評価については、コンプライアンス・お客さま満足向上・地域課題解決・生涯設計デザイナー®の育成に関する取組みを評価する仕組みとしています。
- 「コンプライアンスを大前提としたお客さま本位の活動の追求」に対する評価ウエイトを重視した配点としています。

お客さま第一の業務運営を支える研修

- 商品・サービス等の知識向上や、その背景となる社会保障知識の向上、コンプライアンス遵守の徹底に向けて、毎月実施の継続教育や営業オフィス統一研修によって生涯設計デザイナー®の継続的な教育・支援を実施しています。
- お客さまに対する適切なコンサルティングを促すため、生涯設計デザイナー®のFP技能士の資格取得を図っており、月例給与の項目においてもFP技能士の到達レベルに応じた評価体系としています。

保険募集代理店に支払う販売手数料体系

- 保険募集代理店に支払う販売手数料については、特定の当社商品や一定の販売量に偏重した上乗せ報酬等の支払いは行わず、契約継続率といった保険募集品質を評価する手数料体系としております。
- また、生命保険協会による「代理店業務品質評価運営」の趣旨に鑑み、当社代理店の更なる業務品質向上を図ることを目的として、生命保険協会より「認定代理店」として認定されている代理店等をより評価する見直しを行っています。
- 引き続き、当社代理店への手数料体系について定める「募集代理店手数料規程」の見直し等を視野に入れつつ、よりお客さま第一の手数料体系のあり方について検討します。

方針5 従業員等に対する適切な動機付け

「保険会社向けの総合的な監督指針」改正趣旨を踏まえた対応

- 損害保険業界における保険金不正請求事案および保険料調整行為事案や、保険会社・保険代理店において相次いで発覚した情報漏えい事案への対応として、下記に関して「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正が予定されています。
  - 保険会社による保険代理店に対する指導等の実効性の確保
  - 保険代理店等に対する過度な便宜供与の防止
  - 保険代理店等に対する不適切な出向の防止
  - 代理店手数料の算出方法適正化
  - 顧客等に関する情報管理態勢の整備
  - 政策保有株式の縮減
  - 仲立人の媒介手数料の受領方法の見直し
- 当社から保険代理店および銀行に出向していた社員により、お客さまの証券番号等の個人情報を漏えいしていた事案が複数件判明しています。いずれの事案も個人情報の二次利用・お客さまへの被害は認められてないものの、事実を重く受け止めて再発防止の徹底に努めています。
- 今回の監督指針改正および今後予定されている更なる改正に関して、迅速かつ真摯に対応してまいります。

＜出向者による情報の漏えいに関するニュースリリース＞

https://www.dai-ichi-life-hd.com/newsroom/newsrelease/2024/pdf/index_022.pdf

https://www.dai-ichi-life-hd.com/newsroom/newsrelease/2024/pdf/index_026.pdf

https://www.dai-ichi-life.co.jp/company/news/pdf/2024_046.pdf

- 監督指針改正を踏まえて、当社では保険代理店に対する以下の対応強化を図ります。

項目	対応
保険代理店に対する教育・支援	➢ お客さま一人ひとりに対してふさわしい商品・サービスのご提案ができるよう、保険代理店等に対して商品・サービスの知識等について継続的な教育・支援を行う態勢整備。 ➢ お客さまの適切な商品選択機会の確保を阻害しないよう、保険代理店に対する過度な便宜供与防止に関する教育・浸透。
代理店手数料の算出方法適正化 過度な便宜供与の防止 保険代理店に対する出向	➢ 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保険代理店等を支援していくための必要な体制を構築。 ➢（代理店手数料の算出方法適正化） 代理店手数料の体系が、保険代理店の業務品質向上、さらにはお客さまへのサービス向上につながるインセンティブとなるよう適切な設定・管理。 ➢（過度な便宜供与の防止） 保険代理店に対する過度な便宜供与防止に向けて、判断基準を示した社規を制定。 コンプライアンス部門による代理店検査、モニタリング等による態勢整備・強化。検査結果の経営層・取締役に対する適時適切な報告と措置。 ➢（保険代理店に対する出向） 保険代理店への出向について、出向者数、出向期間、出向先の業務内容等に照らし、適切なものかを確認・検証し、お客さまの適切な商品選択機会の確保や出向先保険代理店の自立を阻害しない出向の徹底。

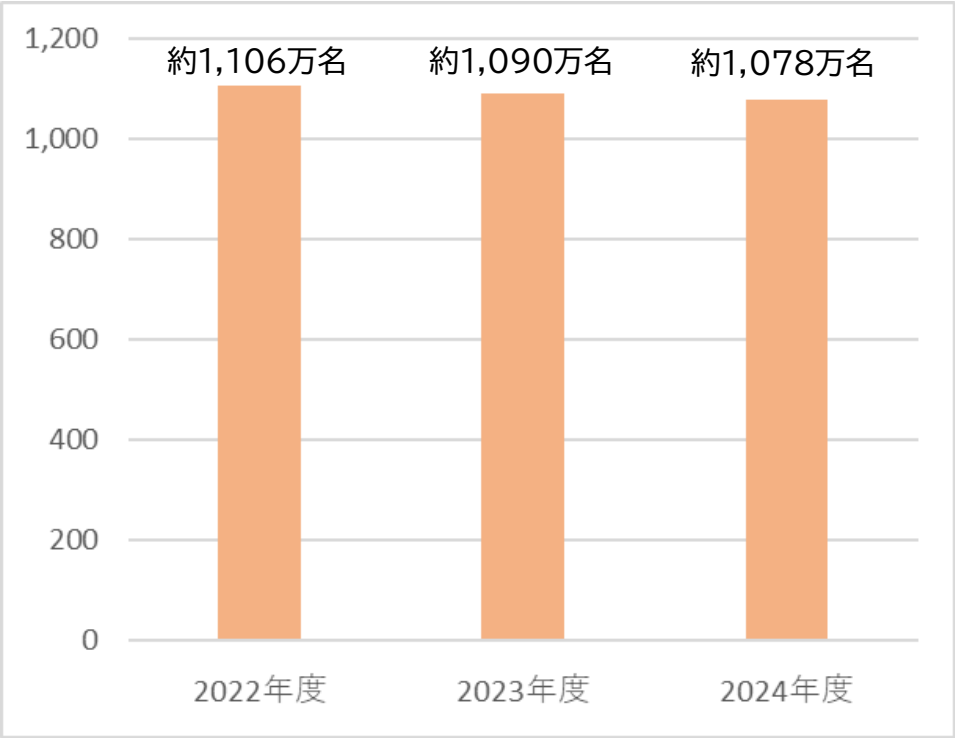
事業の成果

お客さま数【KPI】

- 資産形成ニーズの高まりを背景に2024年1月新商品「ステップジャンプ」や第一フロンティア生命の商品で資産形成・承継のニーズにお応えするも、国内の人口構造の変化等を背景に、お客さま数は前年度から減少しました。
- 多様化するお客さま一人ひとりのニーズに適切にお応えするために、第一生命・第一フロンティア生命・ネオファースト生命等の商品・サービスを、それぞれの特性に応じた最適なチャネルを通じてお届けしています。
- さらに、近年ではアイペット損保のペット保険や投資信託、資産形成に向けたiDeCo・NISAといった制度、第一スマートの少額短期保険等、お客さまの様々なニーズにお応えできる商品・サービスを提供しています。
- 従来の生命保険商品に加えて、新たな体験価値を含む商品・サービスの提供を通じて、これからもお客さまに選ばれ続ける生命保険会社として努めてまいります。

＜お客さま数＞

単位：万名



※お客さま数は、第一生命でお取扱いしている各種商品のいずれかにご加入されている契約者数