

「お客さまの声を活かした取組み」 レポート2022

～「お客さま・社会への誓い」に基づいた取組み～

一生涯のパートナー

第一生命

 Dai-ichi Life Group

第一生命保険株式会社

ご挨拶

平素より、第一生命をお引き立ていただき、誠にありがとうございます。

まずは、当社社員による複数の金銭不正取得事案により、皆さまに多大なるご迷惑とご心配をおかけしておりますことを深くお詫び申し上げます。2020年12月に私を本部長とする経営品質刷新本部を立ち上げ、被害にあわれた方々の救済と管理体制等の強化ならびに企業風土の変革に取り組んできました。2021年度にはご高齢のお客さまへの対応を強化するなど、全役職員が一丸となって金銭に係る不正行為撲滅に向けた取組みを進めております。

その一環として、お客さま・社会と真摯に向き合い、社会的使命を果たしていくための「決意表明」として、「お客さま・社会への誓い（第一生命の『消費者志向自主宣言』）」を2021年9月に制定いたしました（詳細はP3参照）。

この「お客さまの声を活かした取組み」レポートでは、「お客さま・社会への誓い」に基づき実施してまいりました、お客さまの声を品質・サービスの向上に活かすための取組みや改善事例のほか、地域課題解決に向けた取組みを掲載しています。本レポートをぜひご一読いただき当社の取組みをご理解いただければ幸いです。

当社は今年創業120年を迎えるにあたり、昨年度「安心の先にある幸せへ。」という新たなビジョンを掲げました。人生100年時代を迎え、また一人ひとりの価値観が多様化する今、生命保険の枠を超えて、これまで以上にお客さまの人生に寄り添い誠実にお手伝いできる存在になりたい、地域や社会の夢や希望溢れる未来の創造に貢献することができる存在になりたい、という思いを込めています。

お客さまや地域・社会から、より一層共感いただける会社を目指してまいりますので、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



2022年7月
代表取締役社長
稲垣 精二

目次

第一生命の 思い	消費者志向自主宣言の改正 ～「お客さま・社会への誓い」へ込めた思い～	<u>P.3</u>
第1章	「お客さまの声」を活かす取組み	<u>P.5</u>
第2章	お客さまからいただいた声と当社の対応	<u>P.10</u>
第3章	社会・未来への責任を果たす取組み	<u>P.18</u>
資料	2021年度の苦情受付状況	<u>P.27</u>

「お客さま」や「社会」と真摯に向き合い、社会的使命を果たしていくための「決意表明」として、「消費者志向自主宣言」を2021年9月に改正し、あらたに「お客さま・社会への誓い（第一生命の消費者志向自主宣言）」として制定いたしました。

改正の趣旨

2020年に発覚した当社社員による多額の金銭不正取得ならびに度重なる金銭に関する不正事案を受け止め、今一度当社の経営理念を見つめなおし、お客さまをはじめとした様々なステークホルダーからの信頼回復に努めています。そこで、「一生涯のパートナー」として、生命保険による「安心」のお届けと、その先にあるお客さま一人ひとりの「幸せ」の実現に取り組んでいくことを誓う目的で、「消費者志向自主宣言」を改正し、表題も「お客さま・社会への誓い（第一生命の消費者志向自主宣言）」に改めました。（以下、「お客さま・社会への誓い」）

「お客さま・社会への誓い」は、当社の存在意義と5つの“約束”で構成されており、地域や社会への責任を果たしていくための私たちの「決意表明」でもあります。

今後はこの「お客さま・社会への誓い」を全社員の“心と行動のよりどころ”として胸に刻み、日々の業務に努めていきます。



お客さま・社会への誓い

（第一生命の「消費者志向自主宣言」）

「一生涯のパートナー」として、
保険の販売にとどまらず、人々の幸せの実現をお手伝いすること。
それが第一生命の存在意義です。

○ 私たちは、常に学び、成長し続けることで、お客さまや自分の家族に胸を張って誇れる仕事をします。

○ 私たちは、お客さまの望まない商品・サービスは提供しません。

それは、常にお客さまの声を聴き、気持ちに寄り添い、共に考えることを大切にしているからです。

○ 私たちは、お客さまに「後悔しない選択」をしていただくため、デメリット情報も積極的にお伝えします。

○ 私たちは、保険金・給付金を確実にお受け取りいただけるよう全力を尽くします。

○ 私たちは、お客さま・社会あつての企業であることを忘れずに、社会そして未来への責任を果たします。

「お客さま・社会への誓い」の位置づけ

「お客さま・社会への誓い」は当社のMissionである『一生涯のパートナー「お客さま第一主義」』やVision『安心の先にある幸せへ。』を実現するための全社員の“心と行動のよりどころ”であり、大切にしたい価値観です。また、私たちがお客さまや社会に必要とされる存在であり続けるために、全社員が必ず実践しなければならないお客さま・社会との“約束”と位置付けています。



5つの“約束”に込めた私たちの決意

5つの“約束”は私たちがお伝えしたいこと、お客さま・社会と約束すべき次の決意が込められています。

- ①仕事に対する姿勢・誇り
- ②徹底した「お客さま視点」での商品・サービスのご提供
- ③デメリット情報の積極的なご説明
- ④生命保険による安心のご提供
- ⑤「良き企業市民（※）」としての社会・未来への責任

※ 企業は利益を追求する以前に良き市民であるべきであるという概念。

社員の消費者志向意識の醸成

全社員への消費者志向意識の醸成に向け、さまざまな研修や教育を実施しているほか、「お客さま・社会への誓い」を常に意識し、「毎朝、確認してから1日の仕事にとりかかる」など、日々の私たちの“心と行動のよりどころ”として、この「誓い」を大切にし、共有を図っています。そして、全社員が胸を張って誇れる会社を目指していきます。（詳細はP25、P26参照）

第1章

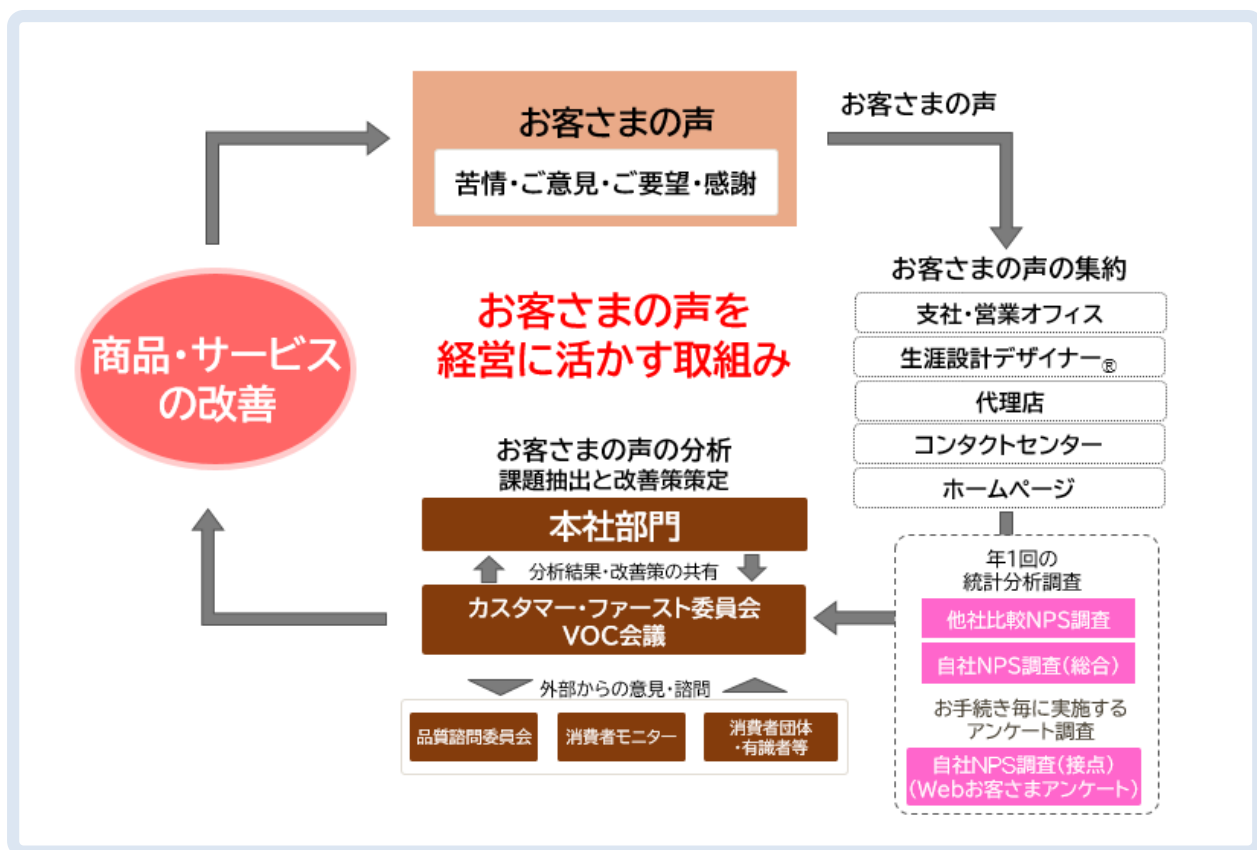
「お客さまの声」を 活かす取組み

当社では「お客さまの声」をあらゆる接点において幅広くお聴きし、「お客さまの声」を起点としたゆめめ改善取り組みを実践し、「お客さま第一」につながる業務の品質向上に活用しています。

「お客さまの声」を経営に反映させる仕組み

日々全国からいただく「お客さまの声」を集約・分析し、経営や業務改善に反映させるための仕組みを1992年に構築し、順次レベルアップを図っています。

具体的には、「VOC（Voice of Customer）会議」でお客さまから寄せられたあらゆる声の分析結果を集約、改善を要する課題を決定し、課題に応じて組成されたワーキンググループで改善策を企画・推進・実施します。改善策の検討に際しては「品質諮問委員会」、「消費者モニター制度」などを通じ、消費者の立場からご意見をいただき、お客さまのご要望に応えられるよう努めています。また「カスタマー・ファースト委員会」では取り組みのフォローアップ・検証を行い「経営会議」などに報告しています。この仕組みのもと、さらなるお客さま満足向上のために、商品やサービスなどの改善を進めています。



社外の消費者関連組織などのご意見を経営に活かす取組み

お客さま満足の上に向けて、当社では、社外の消費者関連組織・団体の有識者などに消費者の立場からご意見をいただき、経営に活かす取組みを行っています。

品質諮問委員会

「品質諮問委員会」は2006年から定期的を開催しており、お客さま満足の上に向けた取組みについてご意見を伺っています。

（2021年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、個別開催、一部Web開催）

＜2021年度の諮問事項テーマ＞

テーマ	消費者志向自主宣言の改正および社内の消費者意識の浸透
	高齢者対応について

＜品質諮問委員会の社外委員＞（敬称略）

委員長	飯沼総合法律事務所 パートナー弁護士	竹山 拓
委員	サステナビリティ消費者会議 代表	古谷 由紀子
	公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長	増田 悦子
	消費生活アドバイザー	宮田 恵



消費者モニター制度

消費者関連の有識者、消費生活センターの相談員の方から、商品やサービス、お客さま向け文書のわかりやすさなどについてご意見をいただき、品質の改善や向上に活かしています。

（2021年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、Web懇談会やアンケート形式にて実施）

＜2021年度実施した主なテーマ＞

テーマ	お客さまへのお約束リーフ改訂	ライフサイクルゲーム改訂
	新商品パンフレット・保障設計書	ご契約のしおり改訂



その他の取組み

■消費生活センター定例訪問

毎年全国の消費生活センターへ定期的に訪問し、生命保険に関する相談状況やご意見・ご要望をお伺いしています。

■消費者問題研究会の運営

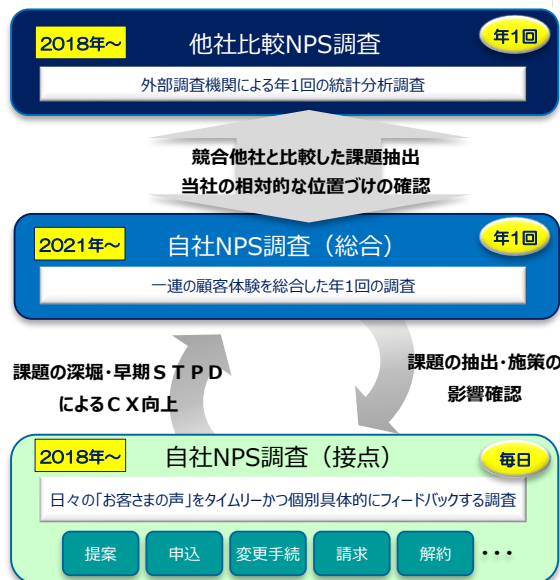
企業の消費者対応のあり方やお客さま本位の経営のあり方などについて、専門家と意見交換を行っています。

お客さま満足度調査の概要ならびに調査結果を活かす仕組み

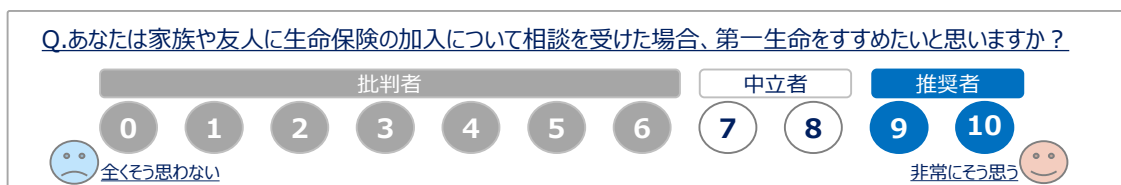
当社では、お客さまからどのような評価を受けているか確認したうえで、さらなる品質・サービスの向上に取り組むため、お客さま満足度調査を実施しています。

2018年度より外部の調査機関を活用した調査と自社で独自に実施する調査の2つの調査を実施していましたが、2021年度よりお客さま満足度よりも高いロイヤリティを測る顧客推奨度『NPS[®]（※）』を導入し、『お客さま満足度調査』から『NPS調査』へ名称変更するとともに、自社調査のレベルアップを図りました。

「自社NPS調査（接点）」で小さなループを回しながら業務改善に努め、年に一度の「自社NPS調査（総合）」で取組みの効果を計測し、次の施策を検討しています。また、「他社比較NPS調査」では外部の調査機関を活用することで、客観的な視点による他社との比較や当社課題の抽出、改善策の策定などを行っています。



＜NPSの考え方・スコア算出方法＞



NPS
(顧客推奨度)



推奨者の割合

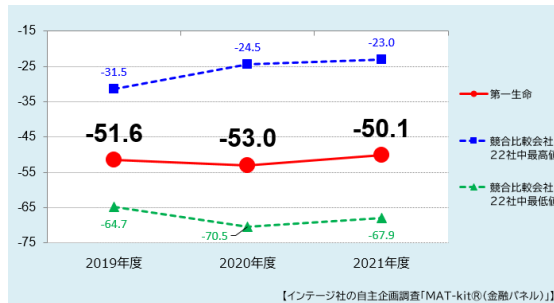


批判者の割合

※ NPS[®]とは「Net Promoter Score（ネット・プロモーター・スコア）」の略で、ペイン・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・システムの登録商標です。現状のお客さま満足度調査にとどまらず、お客さまの潜在的な声の把握などを通じて、より一層のお客さま目線で企業活動の改善を推進するための指標です。

他社比較NPS調査

2018年度より、当社にご契約をいただいているお客さまへ、外部調査機関を通じて年に1回アンケートを送付し、客観的な視点による競合他社と比較した当社の抱える課題の抽出・分析・改善策の策定などに活用しています。2021年度のNPSは、2020年度と比較して上昇しました。



自社NPS調査（接点）（Webお客さまアンケート）

自社NPS調査（接点）（Webお客さまアンケート）では、ご契約時、“安心の定期点検[®]”（※）実施時、保険金・給付金ご請求のお手続きなどのお客さま接点時の生涯設計デザイナー[®]の対応やお手続きなどの満足度についてご回答いただいています。

お客さま一人ひとりにいただいた声は、生涯設計デザイナー[®]や担当部門などへタイムリーかつ個別具体的にフィードバックしています。

2021年度よりお客さま満足度よりも高いロイヤルティを測る顧客推奨度『NPS』を導入し、お客さまへの対応やお手続きなどのサービスのさらなる向上に取り組み、お客さまにとってより良い商品・サービスを提供できるよう努めています。

※ “安心の定期点検[®]”：年1回のご契約内容、お支払事由・履歴、ご登録内容の確認活動

Webお客さまアンケートの仕組み



■Webお客さまアンケートからの改善事例

お客さま
の声

「入院給付金などの請求書類がきちんと到着しているのか不安でした。給付金が振り込まれたら連絡がもらえるといいなと思います。」

改善

給付金のお手続きについて、請求書類が本社に到着したことやお支払手続きの完了をSMS（ショートメッセージサービス）にてご連絡するサービスを実施しています。

※一部のお手続きではご利用いただけません

自社NPS調査（接点）（Webお客さまアンケート）では、お手続きのタイミングでアンケート形式でご回答いただくことにより、お気づきの点やご要望に至るまでタイムリーに確認することができ、より一層、お客さまの率直な声を活かす取組みが可能となりました。

第2章

お客さまからいただいた声と 当社の対応

当社に寄せられた「お客さまの声」は、改善策の検討・実施、検証といったPDCA(※1)サイクルを回し、幅広い分野で業務品質・サービスの改善・向上につなげています。

※1 PDCA：Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）の4段階を繰り返して業務を継続的に改善する方法。

ご契約時に多くいただく「お客さまの声」

お客さまの声

親の保険の内容が変わっていた。担当者と両親だけで手続きしたようだが、高齢者なのに親だけで手続きさせるのはおかしい。



改善

ご高齢のお客さまにお申込みいただく際は、従来からご家族の同席をお願いしておりましたが、社内ルールを改定し、契約関係者(※2)であるお子さま・お孫さまの同席を必ずお願いすることとしました。これにより、ご家族も含め契約内容についてより正しくご理解・ご納得のうえでご加入いただくだけでなく、将来にわたり保険金・給付金を確実にお受取りいただけるよう、若い世代のご家族に確実に契約内容をお伝えできるようになりました。

(2021年10月)



※2 「契約関係者」とは、契約者以外の死亡保険金受取人、指定代理請求人などを指します。

お客さまの声

契約内容が思っていたものと違う。
契約が更新型とは思わなかった。
解約返還金がない商品とは思わなかった。 など



改善

お客さま自身の「生涯設計」に対する考えや、多様化する価値観に寄り添うことのできるライフプランのシミュレーションツール「生涯設計プラン」をリニューアルし、社会保障制度を踏まえたシミュレーションに基づき「必要資金・必要保障額」を“見える化”できるようにしました。これにより、一生涯に必要なお金をシミュレーションし、お客さま一人ひとりにあった“ぴったり”な保険商品をご提供できるようにしました。(2022年7月)

約束
2

私たちは、お客さまの望まない商品・サービスは提供しません。

それは、常にお客さまの声を聴き、気持ちに寄り添い、共に考えることを大切にしているからです。

約束
3

私たちは、お客さまに「後悔しない選択」をしていただくため、デメリット情報も積極的にお伝えします。

当社の対応

「お客さま・社会への誓い」の実践に向けて、デメリット情報も誠実にご説明しています。

デメリット情報のご説明

私たちは、自分自身が知りたいと思うことこそお客さまへ伝えるべき情報と考え、デメリット情報も含めた商品・サービスに関するわかりやすい情報提供に努めています。「お客さまへのお約束」リーフレットでは、お客さまから寄せられた具体的な「ご不満の声」を示すことで、お客さまが知りたいことや気になることの気づきにつながり、デメリット情報についてもしっかりとご説明し納得の上でご契約いただくよう努めています。



お客さまから寄せられたお申出（苦情）が多い事例

- 商品内容・契約内容が思っていたものと違う！
- 高齢の親が契約内容をよく理解していない！
- 解約返還金が支払った保険料より少ない！
- 更新後の保険料がこんなに上がるとは思わなかった！

ご高齢のお客さまへのご説明

ご高齢のお客さまにご契約いただく際には、より正確に商品内容やデメリット情報をご理解いただくため、契約関係者であるお子さま・お孫さまの同席を必ずお願いしています。また、外貨建保険など一部の保険商品にご契約いただく場合には、営業担当者からの説明に加え、契約者・ご家族宛にリスクや商品内容をご理解いただいていることをコンタクトセンターよりご確認させていただき取組みを行っています。



ご契約期間中に多くいただく「お客さまの声」

お客さま
の声

担当者から連絡が無いので、相談ができない。



改善

コンタクトセンターや支社担当者より、お電話にて“安心の定期点検®”のご案内を行うことで、アフターフォローが不足しているお客さまにも均質なサービスをご提供できるよう努めています。

お客さま
の声

2回目以降の保険料もクレジットカードで支払えるようにしてほしい。



改善

第1回目保険料については、これまでもクレジットカードでのお支払いを取り扱っていましたが、お客さまの利便性・満足度向上のため、第2回目以降の保険料についても、クレジットカードでお支払いいただけるようにしました。
(2021年9月)

お客さま
の声

新型コロナウイルスの影響が不安なので対面せずにインターネットで手続きがしたい。



改善

「ご契約者専用サイト」(Webサイト)を活用して非対面でお手続きが完結する「非接触Web手続き」を開始しました。当社にお申し出いただいた後、お客さま宛に送付するEメールに記載のURLより「ご契約者専用サイト」にログインいただくことで、紙でのやり取りを行わずにお手続きいただけるようにしました。また、お客さま自身で解約時の受取金額をご確認いただけるよう「解約時精算金照会」の対象商品を拡大しました。
(2021年6月より順次)



当社の対応

より使いやすい「ご契約者専用サイト」へリニューアル



手続き中BOX

進捗中の手続きがある場合は「手続き詳細を確認する」より手続きを行ってください。

手続き詳細を確認する >

リニューアル1

第一生命からの各種お知らせ（支払明細など）をまとめて確認できるようになりました。

よく使われるメニュー

キーワードを入力して表示されたメニューを選択してください。候補がない場合はメニューが表示されません。

入院

現在の契約内容を確認する

保障内容や契約者貸付などの資金の状況の確認 >

生涯設計レポートを確認する

年に1度お送りする契約内容のお知らせの確認 >

契約申込確認・振替

契約申込時に電子交付された書類の確認
必要書類の提出 >

給付金を請求する

入院や手術の給付金請求 >

登録情報を確認・変更する

住所・電話番号やメールアドレス、通知の受取方法等の確認・変更 >

改姓する

契約者・被保険者・受取人・指定代理請求人の改姓手続き >

生命保険料控除証明書の（再）発行

紙および電子データで（再）発行 >

クイックWebサービス

資金の借入れ・引き出し >

入金・返済する

保険料の入金や契約者貸付金・立替金の返済等 >

その他のメニューを確認する

「よく使われるメニュー」に記載のないメニューは、「その他のメニューを確認する」から確認できます。



お受取時に多くいただく「お客さまの声」

お客さま の声

新型コロナウイルスに感染したので給付金の請求をしたいが手続きが大変。もっと簡単に手続きしたい。



改善

新型コロナウイルス感染症による入院の特別取扱（臨時施設・宿泊療養・自宅療養）は、「ご契約者専用サイト」によるお手続きの対象外でしたが、保険金・給付金をより早くお受け取りいただけるよう「ご契約者専用サイト」からお手続きいただけるようにしました。（2021年9月）

お客さま の声

非対面で保険金請求の代筆手続きができるようにしてほしい。



改善

ケガや病気により請求書類の記入が難しく、ご家族による代筆でのお手続きの場合は、一定の手続きを除いて、当社の責任者などが訪問し対面で手続きをしていましたが、対面に加えリモートによる手続きも開始しました。（2021年10月）



お客さま の声

死亡の請求には必ず診断書が必要なのか。



改善

死亡時支払金のご請求については、当社所定診断書の提出を省略し病院発行の死亡診断書の写しでお手続きいただけるようにしました。（2022年3月）

私たちは、保険金・給付金を確実に受け取りいただけるよう全力を尽くします。

当社の対応

「お客さま・社会への誓い」の実践に向けて、保険金・給付金を「確実・迅速」に受け取りいただけるよう、丁寧でわかりやすいご案内・お手続きを行っています。

コロナ禍における保険金・給付金のお支払い取組み

■災害関係特約に関する保険金などのお支払い（※1）

新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになった場合には、疾病による死亡保険金のお支払いに加えて、災害関係特約の災害割増保険金などについてもお支払いしています。

※1 約款に定められた感染症である場合に限りです

■入院給付金などに対する特別取扱（※2）

新型コロナウイルス感染症と診断されたお客さまに対して、入院ではなく、宿泊施設や自宅にて医師などの管理下で療養している場合には、約款に定める「入院」として取り扱い、入院給付金をお支払いする特別なお取扱いをしています。

※2 2022年6月10日時点の取り扱いになります



よりスムーズなお手続きに向けて

■代筆請求書類記入箇所の削減

これまでは、代筆請求において、代筆確認書へ代筆者住所を必ず記入いただいていたのですが、請求書と代筆確認書の住所が同じであれば、住所の記入を不要とする改訂を行いました。

■給付金手続き必要書類の見直し

入院給付金の簡易請求手続き時には、医療機関発行の入院期間の記載がある「入院費用領収書の写し」をご提出いただいていたのですが、領収書がなくても退院証明書の写しでお手続きいただけるようにしました。

■手術給付金お受取額シミュレーション

手術給付金をどのくらい受け取れるか、事前に知りたいというお客さまのご要望を受けて、当社オフィシャルホームページに手術給付金の給付倍率が確認できる「手術給付金お受取額シミュレーション」を提供し、お客さま自身でもご確認いただけるようにしました。



感謝の声

お客さまからいただいた感謝の声をご紹介します。

契約内容変更の際、強引にすすめるのではなく、メリット・デメリットをわかりやすく説明してくれ、安心して変更することができました。

入院給付金の手続き時に、医師の診断書ではなく、領収書と診療明細書のみで手続きができたので満足しています。

第一生命本社からのショートメールの他に営業担当者からも電話がありました。給付内容や金額、振込日などを直接確認でき、とても安心できました。



請求手続きの際に、体調を気遣いながら丁寧に対応してもらえました。優しい言葉をかけてもらい気持ちが和らぎました。



環境の変化にあわせ、社会保障のことなども踏まえアドバイスをしてくれました。これからも頼りにしています。

保障内容を理解できるまで、嫌な顔をせず何度も説明に来てくれました。わかりやすく説明してくれただけでなく、途中で理解しているか確認もしてくれたので、安心して検討できました。



母子家庭のため将来に備え、生活を切り詰めてでも保険を見直そうと相談した所、「保険も大事ですが今の生活はもっと大事ですよ」と今払える保険料で最適なプランを提案してくれました。本当に今必要な保険を紹介してくれる所が助かっています。本当に感謝しています。

第3章

社会・未来への 責任を果たす取組み

私たちは、お客さま・社会あつての企業であることを忘れずに、社会そして未来への責任を果たします。

「お客さま・社会への誓い」の実践に向けて、持続可能な社会の実現に貢献します。

well-being(幸せ)の実現に向けた取組み

「well-being（幸せ）」とは「安心に満ち、豊かで健康な人生を送り、幸せな状態であること」を意味し、お客さま一人ひとりの求める「幸せ」の実現に貢献したい、という私たちの想いとも合致しています。当社グループは、「将来世代を含むすべての人々の幸せ」の実現に向け、4つの体験価値（「保障」「資産形成・承継」「健康・医療」「つながり・絆」）の提供により、お客さまのQOL（※）向上へ貢献していきます。また、私たちは「将来世代を含むすべての人々の幸せ」は、持続的社會があつてこそ実現するという考え方に立ち、「100年後を見据えた持続的社會の実現」を事業運営の根幹と位置付け、地域・社会の持続性確保に関する重要課題にも、従来に増して取り組んでいきます。

このように、従来の保険会社の枠を超え、様々なサービスを通じてお客さまに寄り添い、地域・社会のために将来にわたりお役に立つ存在になる、という決意をビジョンに込め、様々な挑戦を続けていきます。

※ QOL： 「Quality of Life」の略。物理的な豊かさや個々の身辺自立のみでなく、精神面を含めた生活全体の豊かさと自己実現を含めた概念のことです。



将来世代を含むすべての人々の幸せ ～4つの体験価値の提供～

第一生命グループでは、誰もが安心して自分らしい人生を過ごせるように、QOL向上へのサポートというコンセプトをさらに進化させ、すべての人々の「well-being（幸せ）」実現に向けた貢献に挑戦していきます。

QOL向上サイト「ミラシル」（※）の提供開始 ～デジタル空間での日常的なコミュニケーションを実現～



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の発信やデジタル空間の中でお客さまとの日常的なコミュニケーションを生み出す新たな情報サイト「ミラシル」の提供を2021年12月より開始しました。「ミラシル」では、4つの体験価値を中心として、人と暮らし、健康、お金、保険に関する情報、デジタル空間での保険のご相談サービスなどを順次配信し、お客さまの興味関心にあったコンテンツをお届けします。また、当社が提供するコンテンツのみならず、順次協業を拡大していくビジネスパートナー企業のサービスも、お客さまに最適な方法やタイミングで提供し、お客さまにとって「気づく、楽しむ、役立つ」という、より良い体験価値を感じていただけるよう展開を進めています。

※ 「ミラシル」の名称に込めた想い：4つの体験価値をもとに、「未来（みらい）への道標（みちしるべ）」となり、希望に満ちた未来に向かって進む人を応援したい、そんな想いで名付けました。



お客さまの幸せに繋がるQOLサービスの拡充



お客さまのQOL向上につながる新たな価値を提供していくことなどを目的に、金融機関や異業種企業、各種団体とのパートナーシップの拡大を積極的に進めてきました。人生100年時代を迎え、また、一人ひとりの価値観が多様化するなか、保険の枠を超えたお客さま体験価値（CX）をお届けするために、2021年には、新たなビジネスパートナーと協業し、「住宅ローン借換」、「ホームセキュリティ」、「働く女性向け支援」に関するサービスの紹介を開始しました。

あらゆる人々の健康増進に向けて



第一生命グループでは、テクノロジー企業とも連携し、新たな付加価値の創出を図っています。例えば、健康増進サービス機能を備えたスマートフォン向けアプリの提供や、AIを活用した将来医療費予測の分析など、あらゆる人々の健康増進に貢献していきます。

■最先端テクノロジーを活用した健康増進サービス スマートフォン向けアプリ「健康第一」

「My健診アドバイス」や「疾病リスクチェック」など、お客さま一人ひとりの健康づくりのサポートから、生命保険の確認・手続きまで無料で利用できるアプリを提供しています。

（利用登録者数：約174万件、2022年3月末現在）



■QOLeader（キュオリード）による付加価値の創出

第一生命ホールディングスの100%子会社である「株式会社QOLeader」は、「健康第一」に加えて、かんぽ生命のお客さまへ「すこやかんぽ」アプリ、団体保険のお客さまへ「DL 健康経営バックアップサービス」メニューや法人向け「健康第一」アプリなどの健康増進サービスを提供しています。また、将来医療費予測AIを活用した健康保険組合向け医療費抑制支援サービス「HealstepSM（ヘルステップ）」と健康増進アプリ「QOLism（キュオリズム）」の提供を2021年4月より開始しました。今後も、ヘルスケア、シニア向けサービス領域においてwell-being（幸せ）実現に向けた新たな付加価値を創出していきます。



健康増進アプリ「QOLism」

■健康増進を応援する活動

健康診断やがん検診などの受診をお勧めする「けんしん活動」や、市民マラソン大会への協賛・ランニング教室の開催などといったランナーの皆さまを応援するプロジェクト「Run with You」を全国で展開しています。

また、株式会社ディー・エヌ・エーと業務提携し、多くの人々が悩むダイエットに関する課題を解決するアプリ「カラダモ」を提供しています。

地域・社会と共に歩む地域社会の一員として

創業以来、「お客さま第一主義」を経営理念に掲げ、生命保険によって安心を届け、社会に貢献するという精神を大切に受け継いできました。これからも、生命保険の枠を超え将来にわたり末永くお役に立つ存在になるため、様々な地域課題の解決を目指し、お客さまや地域社会と共に歩んでいきます。

地域との結びつき強化による地域課題解決への貢献



約41,000名の生涯設計デザイナー[®]と約1,300拠点の支社・営業オフィスのネットワークを活かして、全国47都道府県をはじめとする自治体や警察などと連携しながら、健康増進、女性の活躍推進、高齢者支援、安全・防災、スポーツ振興、子ども・教育など、多岐にわたる地域の課題解決に取り組んでいます。



■女性の活躍推進（働きやすい環境づくり活動）

自治体とも連携し地元企業の経営者や人事担当者への「女性活躍推進」や「ワークライフ・バランス」をテーマとしたセミナーの開催、自社保有不動産への保育所・学童保育を誘致するなど、女性が働きやすい環境づくりを支援する活動を行っています。また、株式会社ディー・エヌ・エーと業務提携し、主にミレニアル世代の女性の毎日を応援するWebサービス「ハレトケ」を提供しています。

■高齢者支援（高齢者見守り活動）

認知症を正しく理解し、認知症の方やご家族を温かく見守る「認知症サポーター」の養成や、自治体と連携し、高齢者が安心して暮らせる見守り活動を実施するとともに、認知症を予防するために国立長寿医療研究センターが開発した「頭」と「身体」を同時に使う運動プログラム「コグニサイズ」DVDの提供などを通じて認知症予防啓発も行っています。また、山田エスクロー信託と業務提携し「遺言信託業務」「遺産整理業務」など、相続の発生前後に生じるお客さま一人ひとりの課題解決に貢献していきます。

■安全・防災（犯罪・災害に関する注意呼びかけ活動）

自治体・警察と連携し、防犯や犯罪、交通安全に関する注意呼びかけ、不審な点を発見した際の連絡などの活動や、近年増加している特殊詐欺防止のため「電話de詐欺防止」活動などを行っています。また、地域の営業拠点を「こども110番の家」にする取組みも広がっています。

■地域活性化（地域住民のwell-beingを高めるまちづくり “SETAGAYA Qs-GARDEN”）

東京都世田谷区に所在する豊かな緑に囲まれた第一生命グラウンドの敷地にファミリー向け分譲マンション・クリニックモール、学生向け住宅、サービス付き高齢者向け住宅などを配置し、様々なパートナーとともに、多世代の住民が安心して、豊かに交流しながら、健康的に暮らし続けるまちづくりを目指しています。



■地域しあわせ懇談会の実施

地域の声をお伺いし、地域の方々との結びつきを深め、協働を進めることにより、地域課題解決を目指す懇談会を実施しています。懇談会には、警察や消費者センターなど、様々な団体より多数ご参加いただき、特殊詐欺や女性活躍などの地域の課題解決に向けて意見交換を行っています。



各地域の課題解決に向けた具体的な取り組み

■スマホセミナーの開催

多くの高齢者がスマホの使い方が分からなくて困っているということをお聞きし、地域の高齢者の方々を対象とした「やさしいスマホ教室」を社会福祉協議会・地域ケアプラザと共同開催しました。「LINEができるようになって本当に嬉しい」「とてもわかりやすかった」との感想をいただき、参加者同士が教え合ったり、連絡先を交換するなど、参加者同士のつながりにも貢献できました。また、今回のスマホ講座をきっかけに、他の地区への展開や、スマホ講座以外のテーマでの実施も予定しています。（新横浜支社）



■地元企業を応援

コロナ禍で大きな影響を受けている飲食店や地元商店街のお役に立ちたいとの思いから、地域貢献スタンプラリーを開催しました。また、コロナ禍で遠足や運動会などの学校行事が中止になってしまい、思い出作りの場がなくなってしまった小学生に参加いただくことで思い出作りのお手伝いにもなりました。（江東支社）



社会や消費者を支える企業としての取り組み

消費者のお悩み・疑問解決をサポート ～Yahoo!知恵袋～

2020年9月に国内最大のQ&Aサイト「Yahoo!知恵袋」企業公式アカウントに登録し、当社のお客さまだけでなく、消費者の生命保険全般に関するお悩み・疑問解決をサポートしています。お客さま・消費者の中には、請求の手続きについて教えてほしい、生命保険料控除の仕組みがわからないなど、様々なお悩みや疑問を抱えている方がいらっしゃいます。そうした消費者のお悩み・疑問解決に少しでもお役に立てるよう、消費者の立場に立ったサポートを心がけています。

Q. コロナになったのですが、給付金はもらえますか？自宅療養です。

第一生命 消費者志向推進室さん

企業公式

2021/2/12 19:49

A. こんにちは。
第一生命消費者志向推進室です。
ご質問の件につきまして、回答させていただきます。

消費者教育・金融保険教育支援 ～ライフサイクルゲーム～

豊かな次世代社会の創造に向け、消費者教育・金融保険教育支援にも積極的に取り組んでいます。2021年度は金融や保険、消費者被害などについてすごろく形式で楽しく学べる「ライフサイクルゲームⅡ」を全国の学校や自治体・企業などへ約36,000セット提供し、当社社員による出張授業・研修を年間約300回実施、約10,000名に受講いただきました。

成年年齢の引き下げや「学習指導要領」の改訂、消費者被害も様々な様相を呈しているなど、社会情勢の動向を受け、さらに内容を大幅に見直し、2022年4月に「ライフサイクルゲームⅢ」としてリニューアルしました。



参加者の声

- 結婚や子どもの有無なども選択制になっているため、考える場面がたくさんあった。
- ボーナスチャンスカードのクイズで色々なことが学べて楽しかった。
- 借金や生命保険など、お金の大切さを楽しみながら学べた。



「消費者教育教材資料表彰2022」で最優秀賞を受賞



私たちは、常に学び、成長し続けることで、お客さまや自分の家族に胸を張って誇れる仕事をします。

「お客さま・社会への誓い」の実践に向けて、社員の消費者志向意識の醸成に取り組んでいます。

社員の消費者志向意識の醸成

社員一人ひとりが「生命保険本来の役割を果たすという使命感」をもち、消費者の立場に立ったサービスを提供できるよう、消費者志向人財の育成に向け、全社共通の研修、消費者関連資格の取得推進などを行っています。

「保険の原点を考える日」・「カスタマー・ファーストを考える日」の実施

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があらためて見つめ直す機会として、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。「保険の原点を考える日」では、様々な“安心の絆”をお届けする取組みを振り返るとともに、お客さまからいただいた感謝の声などを共有しています。

また、お客さま志向意識の浸透をさらに進めるため、「カスタマー・ファーストを考える日」を毎月実施しています。自社NPS調査（接点）（Webお客さまアンケート）でいただいたコメントなども活用し、多くのお客さまの声を取り入れた運営によって、お客さま本位の考え方・使命感の醸成を図っています。

これからも創業以来大切にしている「お客さま第一主義」という理念に基づき、「お客さまのために何ができるか」という命題に常に真摯に向き合っていきます。



感謝の声を、よりよいサービスへ ～感動エピソードBOOK2021～

お客さまから寄せられた感謝の声を社内で共有することで社員一人ひとりがお客さま志向意識を高め、お客さま満足の向上に向けた取組みにつなげています。2014年度からは、お客さまの信頼につながる行動について、一人ひとりが当事者意識をもって考え、実践しようとする取組みを「“With You”マインド～お客さまに寄り添う気持ち（行動の源）～」として推進しています。



お客さまからの「感謝の声」を1冊に集約した好事例集

消費生活アドバイザー・お客様対応専門員（CAP）資格取得の推進

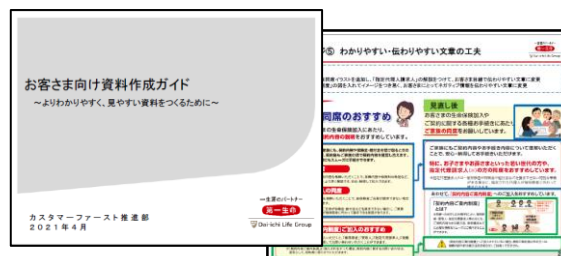
社員一人ひとりが消費者の視点に立ち、お客さまのニーズを理解し、そのニーズに寄り添うことのできる対応力を身につけるため、お客様対応専門員（CAP）資格および、その上位資格である消費生活アドバイザーの資格取得を推進しています。

消費生活アドバイザー資格登録者	564名 「企業での登録者数」第2位
お客様対応専門員（CAP）資格登録者	438名 「企業・各種団体での登録者数」第1位

（2022年4月1日時点、一般財団法人日本産業協会ホームページより）

お客さま志向に基づく、わかりやすく、見やすい資料の提供

お客さま向けにご提供する帳票・資料などをよりわかりやすく、見やすいものにしていくため、「お客さま向け資料作成ガイド」を作成し、社員向けに提供しています。「お客さま向け資料作成ガイド」は、資料作成時に考慮および対応することが望ましい基本事項や具体的事例をまとめた資料で、社外の消費者モニターからいただいたご意見を参考にしています。「お客さま向け資料作成ガイド」に則って資料を作成することで、お客さまにとって「わかりやすい」「見やすい」資料をご提供できるよう努めています。



お客さま向け資料作成ガイド

専門家による社内講演会の実施

消費者団体より専門家をお招きして、社員向けの講演会を実施しています。2022年1月にはサステナビリティ消費者会議（CCFS）代表 古谷由紀子氏を講師にお迎えし、「消費者志向自主宣言をどう進めるか～自分ごと化、共有化、高度化に向けて～」というテーマで講演いただきました。

「お客さま・社会への誓い」の浸透に向けた教育

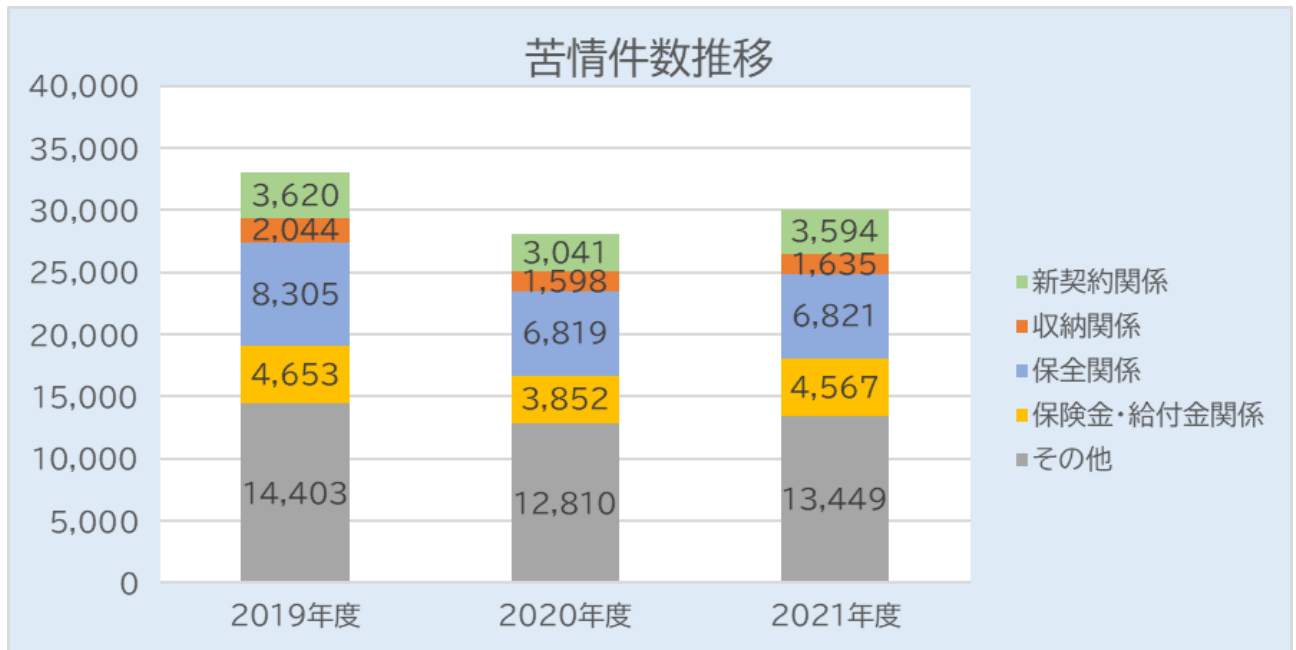
生涯設計デザイナー[®]向けの教材提供、全支社で実施される「カスタマー・ファーストを考える日」や指導者向け研修での理念教育の実施など、繰り返し継続して教育を行うことで、全社員の意識や行動に「お客さま・社会への誓い」が自然と定着する風土づくりを目指しています。



2021年度の 苦情受付状況

2021年度の苦情受付状況

2021年度にお客さまからいただいた苦情は30,066件でした。2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う上半期の活動自粛により苦情が大きく減少したこと、2021年度は新型コロナウイルス感染症の第5波により請求件数が大幅に増加したことによって給付金請求に関する苦情が増加したことにより、年間では前年増加となりました。一方で、2021年10月から70歳以上のお客さまに保険をご案内する際にお子さま・お孫さまの同席を必須としたことや、より丁寧なご説明によってご理解いただけるよう努めた結果、2021年度下半期の新契約時の高齢者苦情は改善傾向となり、2019年度比では減少しました。



- この資料は2022年7月時点のサービスの概要を説明したものであり、契約にかかるすべての事項を記載したものではありません。検討にあたっては「保障設計書（契約概要）」など所定の資料を必ずお読みください。また、契約の際には「重要事項説明書（注意喚起情報）」「ご契約のしおり」「約款」を必ずお読みください。
- 提携企業のサービスについては、第一生命が紹介や取次ぎなどをするものです。利用に際して生じた損害については、第一生命は責任を負いかねます。
- サービスは2022年7月時点の内容であり、予告なく変更・終了することがあります。

一生涯のパートナー

第一生命



Dai-ichi Life Group