
2017年度 消費者志向自主宣言 フォローアップ

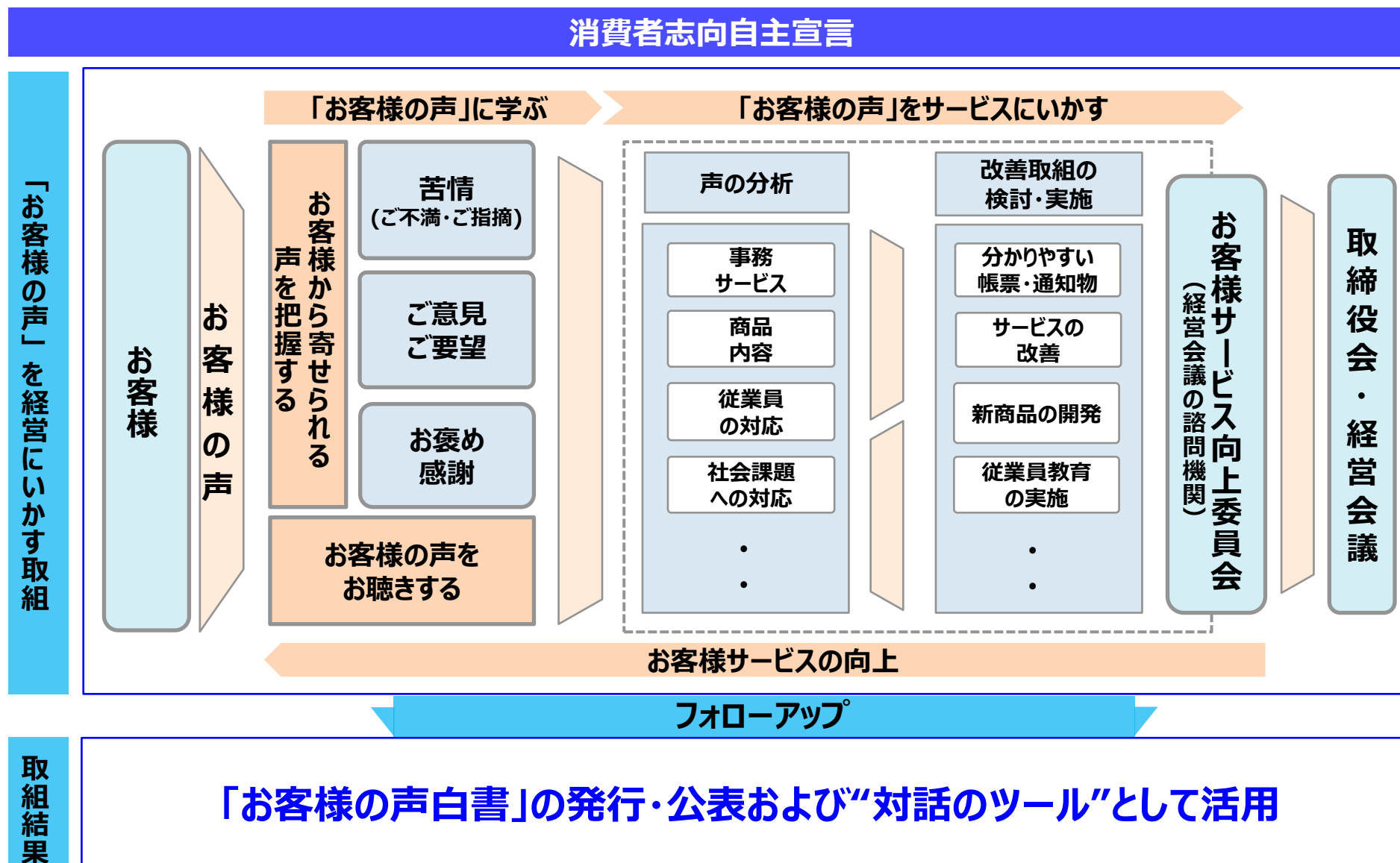
2018年 3月
日本生命保険相互会社

消費者志向自主宣言とフォローアップについて

“大切な人を想う”のいちばん近くで。



- 当社が消費者志向自主宣言（2017.1公表）で掲げている「お客様の声」を経営にいかす取組は以下のとおりです。
- また、取組結果を「お客様の声白書」として発行・公表し、お客様や消費者との“対話のツール”として活用しています。



「お客様の声白書」について

“大切な人を想う”のいちばん近くで。



- 「お客様の声白書」は『消費者志向経営の取組の柱（P.4参照）』を中心に構成しており、お客様の声にもとづく改善取組事例等を掲載しています。
また、「お客様の声白書」は当社ホームページで公表するほか、お客様・消費者との“対話のツール”として、ニッセイ懇話会や消費生活センターでお配りしています。

＜ニッセイ懇話会＞

広く全国各地のご契約者に、当社の事業活動を説明し、経営全般や商品・サービス等に関するご意見・ご要望をおうかがいする場として、1975年から毎年開催しています。

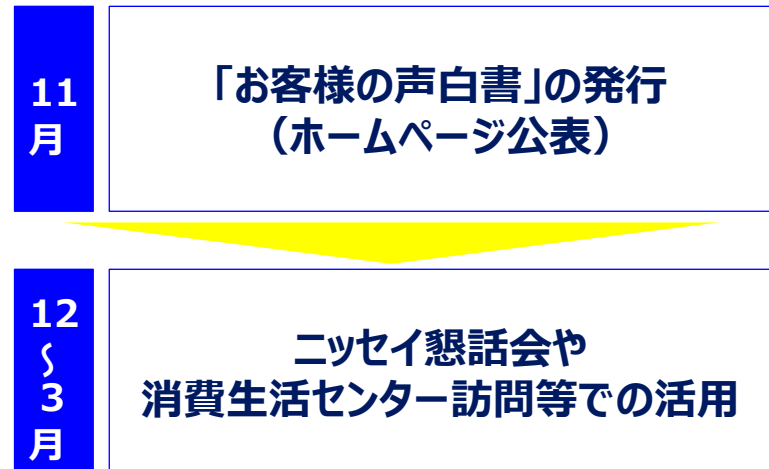
＜消費生活センター訪問＞

当社では、全国の支社が約1,000カ所の消費生活センターを定期的に訪問し、地域ごとの消費者問題や金融サービス等に関する相談内容を共有化しています。

・「お客様の声白書」



・「お客様の声白書」発行～活用のスケジュール



＜お客様の声白書2017のポイント＞

- ・ 保険という“形のない商品”についてお客様にご理解を深めていただくことや、当社がお客様に対してより良いサービスを提供するためには、従業員一人ひとりのお客様・消費者との関わりが大切です。そのため、当社は消費者関連の取組を通じて従業員一人ひとりの意識を醸成していくことが、消費者志向経営を推進する重要な柱であると考えています。
- ・ また、昨今の高齢社会の進展等を背景に、今まで以上に高齢のお客様に寄り添ったサービスの提供に努めています。今後も地域特性やお客様特性、ライフスタイルの多様化に対応したサービスを提供をまいります。

＜従業員の意識醸成＞

■ 仕事と介護の両立 ～介護に向き合う全員行動～（お客様の声白書2017 P.26）

- － 環境変化や多様な価値観に柔軟に対応するために、ダイバーシティの推進による従業員の意識醸成を通じて、多様化する消費者への理解を深めています。

■ 消費生活センターとの定期的な交流（P.27）

- － 全国約1,000カ所の消費生活センターへの訪問を通じ、地域ごとの消費者問題や金融サービス等に関する相談内容を共有化しています。

■ 消費生活アドバイザー取組（P.28）

- － 全社的な消費者視点の醸成に向けて、資格取得を推奨しています。

＜お客様の要望を踏まえた改善・開発＞

■ ご高齢のお客様専用ダイヤルの開設（P.17）

- － 自動音声案内なしにオペレーターへ直接つながり、ご高齢者に伝わりやすい応対等を行っています。

■ ニッセイ・ライフプラザに難聴者向け卓上応接補助機器「comuoon（コムーン）」を導入（P.18）

- － ご高齢のお客様や聴覚に障がいのあるお客様と、より円滑なコミュニケーションができるよう、発話する人の声を高性能マイクが的確に集音し、聞き取りやすい音を作り出すことができる卓上型対話支援システム「comuoon（コムーン）」をお客様対応窓口であるニッセイ・ライフプラザ37店舗に導入しています。

「お客様の声白書2017」について

“大切な人を想う”のいちばん近くで。

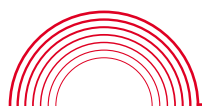


- 当社の消費者志向自主宣言と「お客様の声白書2017」との関連は以下のとおりです。

消費者志向経営の取組の柱※	消費者志向自主宣言	「お客様の声白書2017」
(1) 経営トップのコミットメント	<ul style="list-style-type: none"> ○冒頭に「相互会社としてお客様の声を大切にすることが経営の基本」であることの社長メッセージを記載 ○「経営基本理念」を分かりやすくメッセージ化した「私たちの誓い」を記載し、必携物として携帯するとともに、唱和することを通じて理念の社内浸透に向けた取組を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○冒頭に「相互会社としてお客様の声を大切にすることが経営の基本」であることの社長メッセージを記載 (P.1) ○「経営基本理念」を分かりやすくメッセージ化した「私たちの誓い」を記載し、必携物として携帯するとともに、唱和することを通じて理念の社内浸透に向けた取組を推進 (P.5)
(2) コーポレートガバナンスの確保	<ul style="list-style-type: none"> ○「お客様の声」は、「寄せられる声を把握する」取組、「お客様からご意見を直接お聴きする」取組を中心に収集し、各部門にてサービス改善取組を検討・実施 ○上記取組について、定期的に、経営会議の諮問機関である「お客様サービス向上委員会」にて共有化。また、審議内容を経営会議・取締役会に報告する等、継続的な改善取組を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○お客様からいただいた声を、各部門での改善取組の検討に活用し、役員・部長層をメンバーとする「お客様サービス向上委員会」や「取組役会」「経営会議」において定期的に共有 (P.4)
(3) 従業員の積極的活動 (企業風土や従業員意識の醸成)	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者視点醸成、お客様対応力強化、人材育成を目的に消費生活アドバイザーの育成を推進 ○認知症への理解促進や地域における認知症の人や家族を見守る応援者として「認知症サポーター」の育成推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○企業としての消費者関連取組における、「仕事と介護の両立～介護に向き合う全員行動～」や「消費生活センターとの定期的な交流」「消費生活アドバイザー取組」を通じた従業員の意識醸成 (P.26～28)
(4) 事業関連部門と品消法関連部門の有機的な連携	<ul style="list-style-type: none"> ○「お客様サービス向上委員会」は委員長を販売部門担当役員、副委員長を事務・サービス部門担当役員とし、お客様の声を受ける全ての部門と関係部門の役員・部長が出席 ○特定の部門に偏らない全社的な視点での議論、意見交換を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○お客様からいただいた声を、各部門での改善取組の検討に活用し、役員・部長層をメンバーとする「お客様サービス向上委員会」や「取組役会」「経営会議」において定期的に共有 (P.4)
(5) 消費者への情報提供の充実 双方向の情報交換	<ul style="list-style-type: none"> ○営業職員による「ご契約内容確認活動」を通じた情報提供を実施 ○「お客様の声白書」やディスクロズ誌をオフィシャルホームページに掲載し、サービス改善に至った具体内容について公表 ○お客様からの声を直接収集する取組を通じた双方向の情報交換を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○ニッセイ懇話会や消費者モニター会議を通じた双方向の情報交換の実施 (P.8) ○「ホームページのFAQリニューアル」「契約締結前交付書面 兼パンフレットのわかりやすさを向上する取組」を通じた消費者への情報提供の充実 (P.21～22)
(6) 消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発	<ul style="list-style-type: none"> ○「お客様の声」は、「寄せられる声を把握する」取組、「お客様からご意見を直接お聴きする」取組を中心に収集し、各部門にてサービス改善取組を検討・実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○「一時払外貨建養老保険の発売」「高齢のお客様専用ダイヤルの開設」等のお客様の要望を踏まえた改善・開発 (P.15～20)

※ 消費者志向経営推進組織が示すもの

(白紙、次ページより「お客様の声白書2017」)



お客様の声白書

2017



日本生命保険相互会社

NISSAY

ごあいさつ

平素は、日本生命にご愛顧を賜り、誠にありがとうございます。

当社は、ご契約者同士が助け合う相互扶助の考え方にもとづく「相互会社」の会社形態をとっています。相互会社では、ご契約者が会社の構成員である「社員」となりますので、「社員(お客様)の声」を大切にすることが経営の基本であります。

当社では、毎年、全国の支社で「ニッセイ懇話会」を開催し、幅広く「お客様の声」をおうかがいしています。

また、ニッセイコールセンターやニッセイ・ライフプラザ等へ、昨年度は1年間で約227万件の「お客様の声(ご意見・ご要望、ご不満・ご指摘等)」が寄せられました。

これらの「お客様の声」を経営にいかす場として、役員・部長層をメンバーとする「お客様サービス向上委員会」を定期的に開催し、「お客様の声」にもとづく改善取組を推進しております。

当社は、これらのお客様の声を経営にいかす取組を、2017年1月に「消費者志向自主宣言」として公表していることに加え、2017年3月にお客様本位の業務運営をより一層推進するため、「お客様本位の業務運営に係る方針および取組内容」を策定・公表しました。今年度からスタートした新中期経営計画「全・進-next stage-」(2017-2020)においても、あらゆる業務において、お客様本位の経営に努めてまいります。

この「お客様の声白書」では、取組結果について具体事例を中心にご紹介しています。これからも相互会社として、お客様の声を大切にし、学び、サービスを向上する取組を推進してまいります。



2017年11月
代表取締役社長 筒井 義信

目次

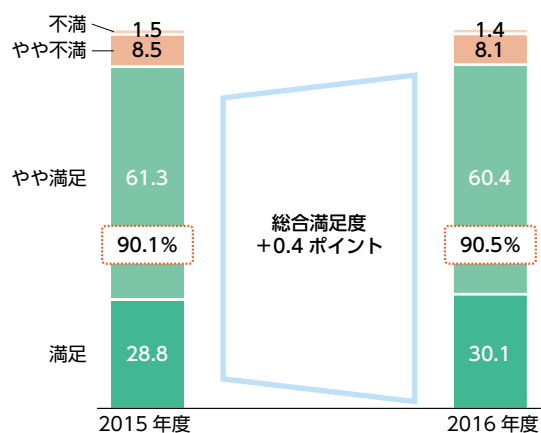
● 「お客様の声」を経営にいかす取組	3
「お客様の声」に学び・いかす取組	4
「お客様の声」の受付体制	6
2016年度当社に寄せられた「お客様の声」	9
2016年度「お客様満足度調査」の結果	10
● 「お客様の声」にもとづく改善取組事例	12
● 企業としての消費者関連取組	25
● 寄稿	29

お客様の声白書 2017 トピックス

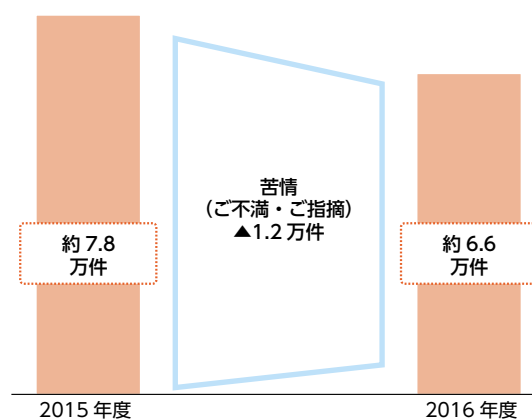
「お客様の声」に学び・いかす取組を継続的に実施した結果、昨年度の「お客様満足度調査」では総合満足度が90.5%（対前年+0.4%）となるとともに、お客様からの「苦情（ご不満・ご指摘）」は減少し、約6.6万件となりました。

●お客様満足度調査（総合満足度）（P.10）

（お客様満足度とは、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」と回答されたお客様の占率）



●苦情（ご不満・ご指摘）（P.9）



「お客様の声」にもとづく改善取組事例や、現時点で対応ができていない事例についても当白書で紹介しています。引き続き「お客様の声」を大切に、お客様サービスの向上に取り組んでまいります。

- 【2017年 3月】 ニッセイ・ライフプラザに難聴者向け卓上応接補助機器「COMUOON(コミュニケーション)」を導入(P.18)
- 【2017年 3月】 ホームページのFAQ(よくあるご質問)をリニューアル(検索性の向上)(P.21)
- 【2017年 4月】 ご契約者の健康取組に応じて独自のヘルスケアポイントを提供するサービスである「健康サポートマイル」を導入(P.19)
- 【2017年 4月】 株式会社ニチイ学館との企業主導型保育所の全国展開(P.20)
- 【2017年 6月】 ご高齢のお客様専用ダイヤルの開設(P.17)
- 【2017年10月】 「一時払外貨建養老保険 ドリームロード」を発売(P.15)
- 【2017年10月】 「ニッセイ就業不能保険(無解約払戻金)“もしものときの・・・生活費”」を発売(P.16)
- 【2017年10月】 「夢のプレゼント(ニッセイ指定通貨建生存給付金付変額保険)」の「契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット」において、わかりやすさを向上する取組を実施(P.22)

**「お客様の声」を
経営にいかす取組**

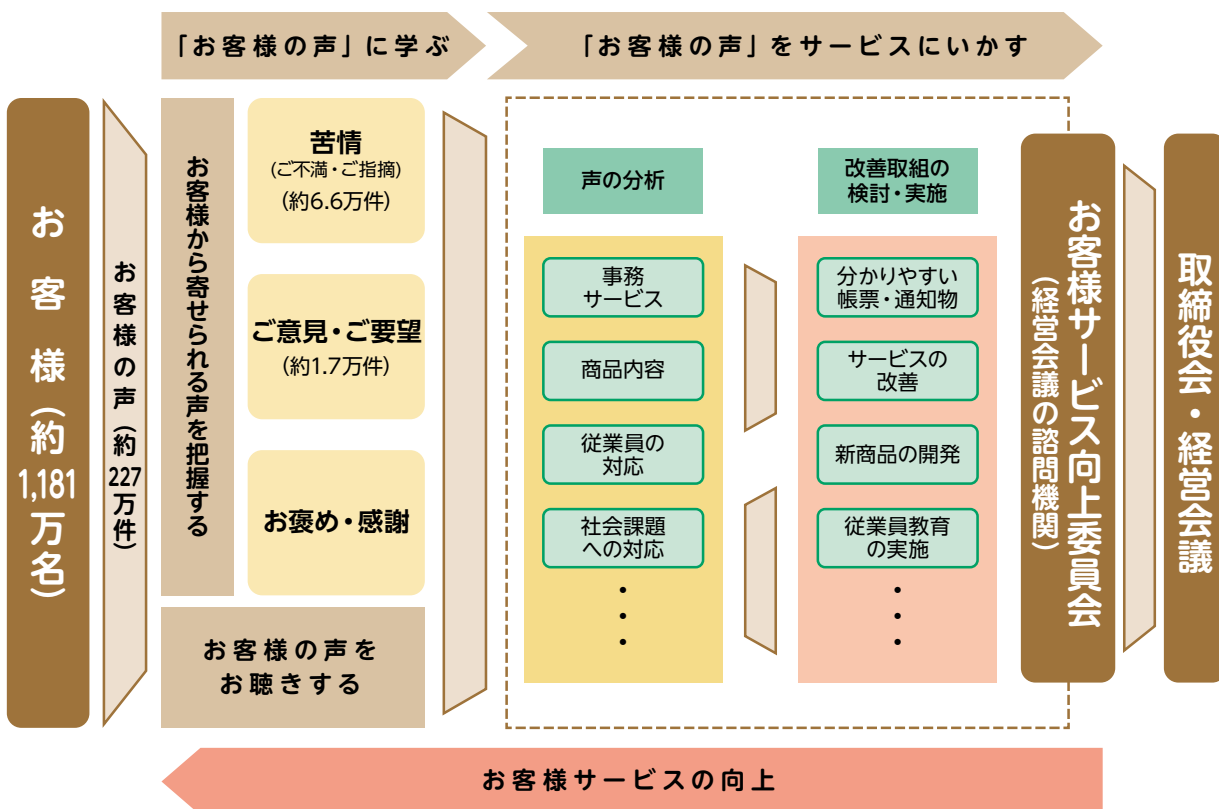
「お客様の声」を経営にいかす取組

「お客様の声」に学び・いかす取組

●取組の全体像

当社では、「お客様の声」をサービス向上のための大切な財産として受けとめ、全国の支社・営業部、ニッセイ・ライフプラザ、ニッセイコールセンター等において幅広い把握に努めるとともに、さまざまな機会を通じ、当社から積極的にお客様のご意見等をお聴きしています。

お客様からいただいた声は、各部門での改善取組の検討に活用し、役員・部長層をメンバーとする「お客様サービス向上委員会」や「取締役会」「経営会議」において定期的に共有する中で、「お客様の声」を基点とした継続的なサービス向上取組を全社で推進しています。



「お客様の声」を経営にいかす取組

●対応方針

当社は、2004年から経営基本理念を分かりやすくメッセージ化した「私たちの誓い」に則り、「お客様の声」への対応を含め、業務を運営しています。

「私たちの誓い」は、社内での浸透に向け、「職員必携」(役職員の常時携行物)の冒頭へ記載し、朝礼や社内研修等の場で職員による唱和を行っています。

「お客様の声」対応方針(私たちの誓い)

- 1 日本生命の代表として、お客様に信頼いただけるよう、最善を尽くします。
- 2 お客様のご要望に、誠実・迅速にお応えします。
- 3 お客様の声を大切にし、学び、サービス向上に努めます。
- 4 仲間の輪を育み、Face-to-Faceで、お客様の輪を拡げます。
- 5 ルール・マナーを守り、社会の一員として、お客様とともに行動します。

●対外公表

「ISO10002」自己適合宣言

2016年4月に苦情を中心とした企業のお客様対応に関する国際標準規格である「ISO10002」^{※1}への自己適合宣言を実施しました。

※1 「ISO10002」とは、2004年7月に国際標準化機構(ISO)によって制定された苦情対応に関する国際標準規格であり、PDCAサイクルによる商品・サービスおよび苦情対応プロセス自体の継続的な改善を目指し、お客様満足度向上のための枠組みを示したものです。

「消費者志向自主宣言」

2017年1月に当社の消費者志向経営に関する「理念」「取組方針」を記載した「消費者志向自主宣言」を策定、公表しました。

「お客様本位の業務運営に係る方針および取組内容」

2017年3月にお客様本位の業務運営をより一層推進するため「お客様本位の業務運営に係る方針および取組内容」を策定、公表しました。

上記取組等の「お客様の声」を重視した運営が高く評価され、2017年2月に「第2回ACAP^(※2)消費者志向活動表彰」を受賞しました。

※2 公益社団法人消費者関連専門家会議

「お客様の声」の受付体制

●ニッセイコールセンターについて

コールセンターでは、保険金、給付金のご請求、住所変更等の各種お手続きやご契約内容に関するお問合せを年間約100万件受付け、専門のオペレーターが正確・迅速・丁寧な対応に努めています。

お客様のご要望等に応じ、当社職員によるフェイス・トゥ・フェイスのサービスのご案内や、ご契約の状況に応じた各種サービス提供にも積極的に取り組んでいます。



今後も、安心してご契約を続けていただけるよう、一人ひとりのお客様に寄り添ったサービス提供に努めてまいります。

《主なサービス提供の取組》

- お客様に保険金の支払事由が発生していないかのご確認
- 給付事由がわかりやすい特約への変更のご案内
- 解約を検討されているお客様に対するコンサルティング
- ホームページ上で、ご契約内容照会や各種お手続きを可能とするお客様番号(お客様ID)、暗証番号(パスワード)発行のご案内

○対応品質向上に向けた取組

電話対応コンクールへの参加やビジネス電話・文書検定の取得等を通じ、お客様対応のスキルアップ、お客様満足度向上に取り組んでいます。

〈2016年度実績〉	ビジネス電話検定	文部科学大臣賞	受賞	(2年連続)
	ビジネス文書検定	団体優秀賞	受賞	(2年連続)

「お客様の声」を経営にいかす取組

「お客様の声」の受付体制

●ニッセイ・ライフプラザについて

ニッセイ・ライフプラザは、どなたでもお気軽にお立ち寄りいただける店舗であり、全国99カ所に展開、年間約25万名のお客様にご来店いただいています。

保険契約に関する各種手続きやご相談はもちろん、資産活用、医療・介護への備え、お子様の教育資金の準備等、幅広くお客様のニーズにお応えし、専門的なコンサルティングを行っています。



○確定拠出年金コールセンターとのTV電話について

ニッセイ・ライフプラザでは、個人保険のみならず、企業保険のお客様にも幅広くサービスを提供していくための新たな取組として、一部店舗において、「ニッセイ確定拠出年金店舗相談サービス」を開始しました。

このサービスは、確定拠出年金の給付を開始するお客様に対して、ライフプラザと確定拠出年金コールセンターをTV電話でつなぎ、書類の記入方法について当社職員がご加入者と同じ資料を見ながら疑似対面でご案内するサービスです。退職金の活用についてもそのままライフプラザで相談が可能です。

<当サービスの利用可能時間（完全予約制）>

月～金曜日 9:00～17:00

（土・日・祝日・振替休日・年末年始を除く）

<対象店舗>

丸の内・品川・池袋・上野・亀戸・新宿・吉祥寺・渋谷・立川・町田・船橋・千葉・柏・さいたま・川越・越谷・横浜・湘南・川崎・武蔵小杉・名古屋駅前・名古屋・本店・梅田・天王寺・布施・堺・茨木・京阪・池田・京都・神戸・奈良・札幌・天神・博多・北九州（2017年10月時点）



●ニッセイ懇話会について

広く全国各地のご契約者に、当社の事業活動を説明し、経営全般や商品・サービス等に関するご意見・ご要望をおうかがいする場として、1975年から毎年開催しています。

2016年度は全国の106会場で2017年1～3月に開催し、総代152名、ご契約者等2,282名にご出席いただきました。



当日は、ビデオ等を使い、2016年度上半期業績、お客様の声にもとづく商品・サービスの改善取組等について説明し、出席者の方々から5,674件のご意見・ご要望をおうかがいしました。

○消費生活センターからのご出席について

地域の消費生活センターの方には、従来から消費者問題の専門家としてご出席いただき、ご契約者向けに、消費生活センターの役割についてお話いただくなど、ニッセイ懇話会運営にご協力いただいています。2016年度は39支社、40会場でご出席いただきました。

ニッセイ懇話会にご出席いただいた消費生活センターの方からの声

- ・生命保険会社と契約者の相互理解の場であると心強く感じ、また多くの意見を聞くことができ、大変有意義に感じました。
- ・今後高齢化社会が進むなかで、高齢者には消費生活センターを活用するよう、本日ご出席の方からも声掛けしてほしいです。何かお困りの事がありましたら、消費者ホットライン(188)で消費生活センターまでお気軽にご相談ください。

●消費者モニター会議について

お客様対応の専門家や企業の消費生活アドバイザー等から、当社サービス全般やお客様向け文書について、ご意見をいただき、サービスの向上、わかりやすい文書の改訂にいかしています。

2016年度は東京、大阪、福岡で計4回開催し、福岡では地域特有の消費者問題について、消費生活相談員や他企業の消費者対応部門の方と意見交換を行いました。



開催時期（会場）	テーマ
2016年 5月（大阪）	年金プラン申込書の新設 等
2016年 10月（福岡）	当社に寄せられる苦情の現状と課題 等
2016年 12月（東京）	お客様の声をサービス改善にいかす取組
2017年 3月（大阪）	「ご契約内容のお知らせ」同封書類の改訂

「お客様の声」を経営にいかす取組

2016年度 当社に寄せられた「お客様の声」

2016年度、全国の支社・営業部、ニッセイ・ライフプラザ、ニッセイコールセンター等の窓口へ、保険に関するご照会やお手続きのご連絡を含め、約227万件的「お客様の声」をいただきました。

その中で、「お褒め・感謝の声」は約27万件、「苦情（ご不満・ご指摘）」は約6.6万件、「ご意見・ご要望」は約1.7万件となっています。

●お客様から寄せられた「苦情（ご不満・ご指摘）」

当社では、「苦情」の定義を「お客様から寄せられる不満のお申し出（事実関係の有無は問わない）」として、幅広くご不満・ご指摘の声をとらえ、お申し出内容や発生原因等に応じた分類・分析を行い、お客様の視点に立った具体的なサービスの改善にいかしています。

保険料関係

- 口座振替に関するもの
- 保険料の前納に関するもの 等

新契約関係

- 新契約の手続きに関するもの 等

お支払関係

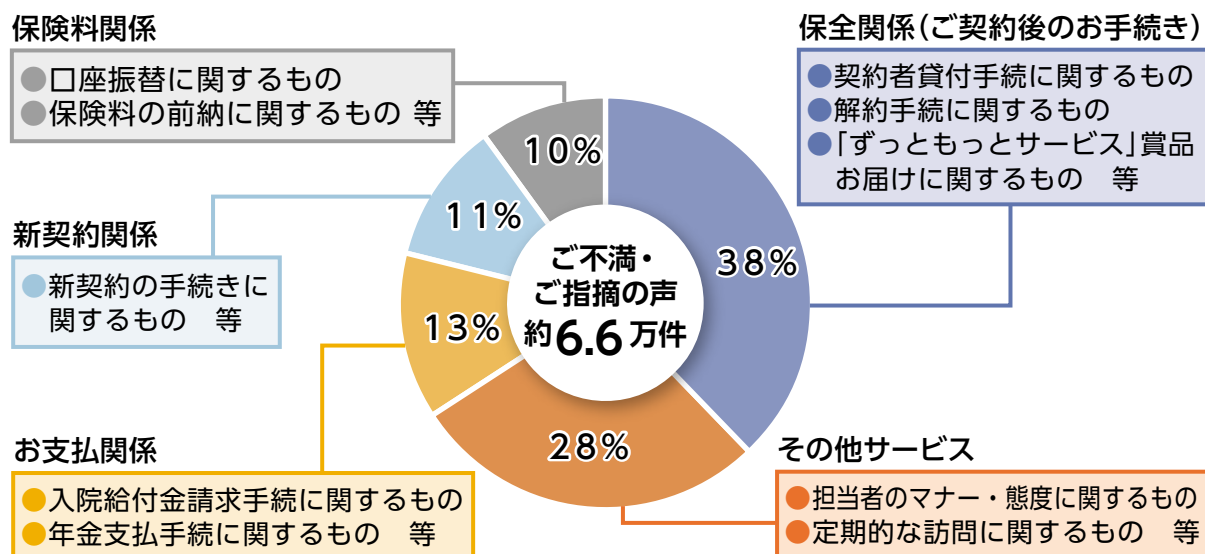
- 入院給付金請求手続きに関するもの
- 年金支払手続きに関するもの 等

保全関係（ご契約後のお手続き）

- 契約者貸付手続きに関するもの
- 解約手続きに関するもの
- 「ずっともっとサービス」賞品お届けに関するもの 等

その他サービス

- 担当者のマナー・態度に関するもの
- 定期的な訪問に関するもの 等



●お客様から寄せられた「お褒め・感謝の声」

お客様からいただいた「お褒め・感謝の声」は社内でも共有し、従業員一人ひとりが、より多くのお客様にご満足いただくための行動を意識し、実践できるよう取り組んでいます。

ご契約内容確認活動への感謝

保険に入っているという安心感から加入内容を忘れてしまう時がありますが、担当の方が来て、丁寧に加入内容を説明してくれたり、入院や手術がなかったかを確認してくれます。保険に入ったあともしっかりとアフターフォローをしてくれるので助かっています。（福島県 40代 女性）

給付金請求勧奨への感謝

給付金が支払われ、今回の手続きはこれで終わったと思っていましたが、追加で支払える可能性があるという丁寧な文書が届いて驚きました。電話での説明もわかりやすく、とても親切で安心できる会社だと思いました。（埼玉県 70代 男性）

2016年度「お客様満足度調査」の結果

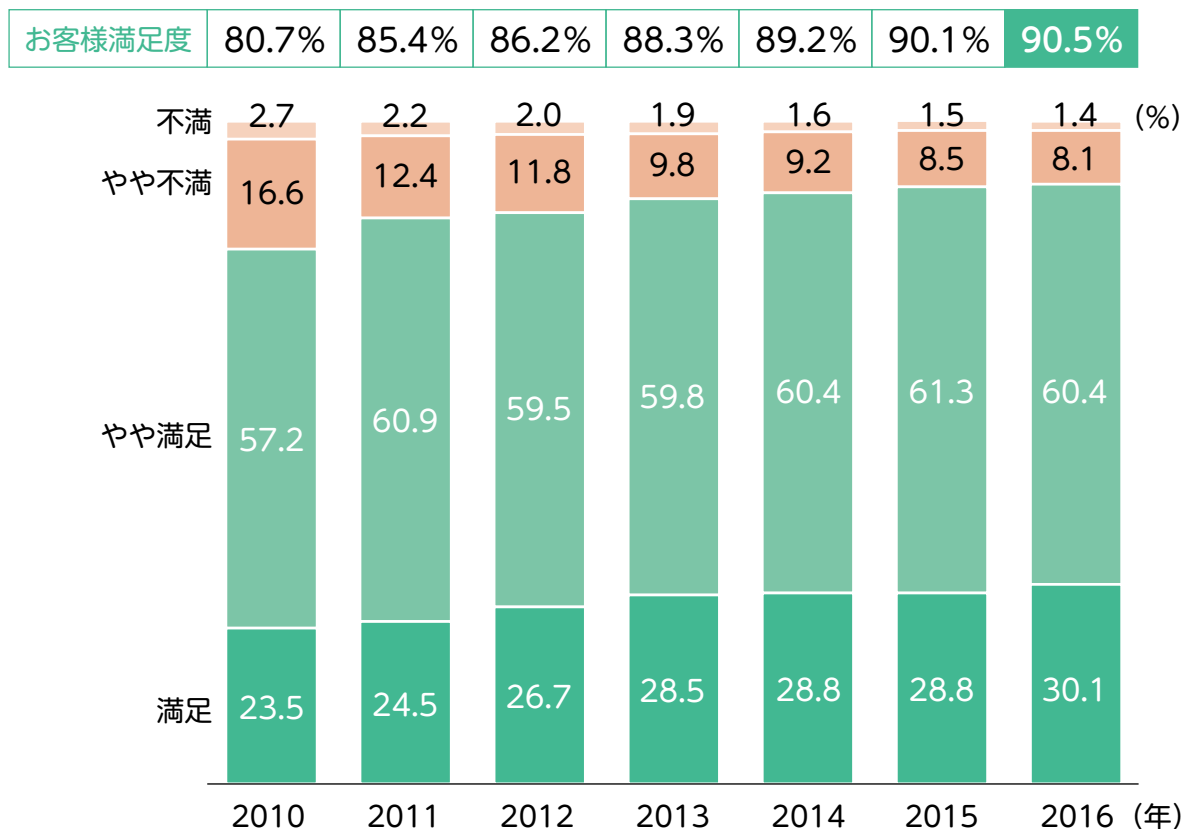
当社では、年1回、社外機関を通じて、ご契約者へ郵送でアンケートを実施し、当社の商品や事務・サービスに関する評価・ご意見をいただいています。

2016年度に実施した調査において、お客様満足度（「満足」「やや満足」と回答されたお客様の占率）は90.5%となりました。

実施概要

調査手法	郵送によるアンケート調査	調査対象	既契約者 約3.6万名
調査時期	2016年9月	有効回答数	約8千名

総合満足度

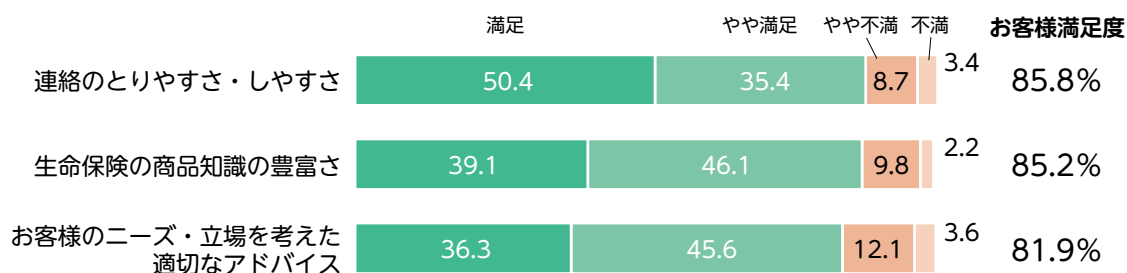


お客様満足度とは、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」と回答されたお客様の占率です。

「お客様の声」を経営にいかす取組

2016年度「お客様満足度調査」の結果

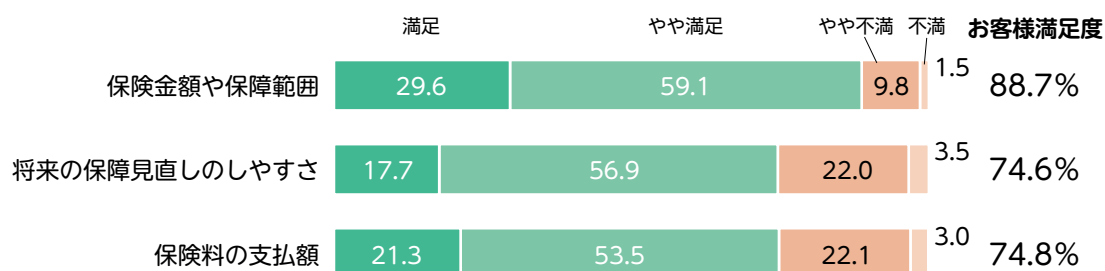
営業担当者に対する満足度



お客様からいただいたご意見・ご要望の例

- ・営業担当者の方とのおつき合いも長くなり、「保険のことは〇〇さんに聞けば大丈夫」という信頼と安心感があります。これは、やはりこれまでの1つ1つの対応に誠実さが感じられるからです。子どもの成長やライフスタイルに合わせた保険商品の提案や契約内容の確認・説明等を通じ、私にとっては、保険・保障内容を見直すだけでなく、自分の人生を見つめ直すきっかけにもなっています。
(東京都 40代 女性)
- ・営業職員の外回り等、大変でしょうが、年に一度くらいは訪問していただき、契約内容、その他について情報を入れていただければいいな、と思います。
(北海道 50代 男性)

ご加入商品に対する満足度



お客様からいただいたご意見・ご要望の例

- ・保険商品はもう少しラインアップがあってもよいと思います。昔に比べると、家族構成、ライフスタイルが人によってかなり違ってきているので、色々選択肢がある方がよいと思います。
(大阪府 50代 女性)
- ・掛金が戻ってくるような、シニア向けの保険の種類を増やして欲しいです。
(東京都 60代 女性)

「お客様の声」にもとづく 改善取組事例

～お客様の要望を踏まえた改善・開発～
～お客様への情報提供の充実～

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の要望を踏まえた改善・開発

事例 No.	お客様の声	改善内容	掲載ページ
1	低金利環境下でも、余裕資金を活用した資産形成をしたい。	「一時払外貨建養老保険 ドリームロード」を発売（当社と経営統合した三井生命からの商品供給）	P.15
2	病気やケガで働けなくなったときの生活費をサポートするような商品がほしい。	「ニッセイ就業不能保険（無解約払戻金）“もしものときの…生活費”」を発売	P.16
3	コールセンターに電話すると自動音声案内が聞き取りづらく、用件選択が難しい。 （とりわけご高齢のお客様）	ご高齢のお客様専用ダイヤルの開設	P.17
4	耳が聞こえにくいですが、スムーズに手続きを行いたい。	ニッセイ・ライフプラザに難聴者向け卓上応接補助機器「COMUOON（コミュニケーション）」を導入	P.18
5	生命保険会社として、契約者の健康増進をサポートするサービスを展開することはできないのか。	ご契約者の健康取組に応じて独自のヘルスケアポイントを提供するサービスである「健康サポートマイル」を導入	P.19
6	生命保険会社として少子化・待機児童問題等の社会課題への対応をしてほしい。	株式会社ニチイ学館との企業主導型保育所の全国展開	P.20

お客様への情報提供の充実

事例 No.	お客様の声	改善内容	掲載ページ
7	ホームページのFAQを使用したが、知りたい内容が見つからなかった。	ホームページのFAQ（よくあるご質問）をリニューアル（検索性の向上）	P.21
8	銀行で購入した商品について、元本割れするとは思わなかった。	「夢のプレゼント（ニッセイ指定通貨建生存給付金付変額保険）」の「契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット」において、わかりやすさを向上する取組を実施	P.22

現時点で対応が難しい事例

事例 No.	お客様の声	掲載ページ
9	確定拠出年金を脱退したい。	P.23
10	保険の手続きをしたいが、近くに営業部や窓口がない。対面で教えてほしい。	P.24
11	年金受取のための請求書類が送付されてきたが、書類が多く、記入方法や必要書類がわかりにくい。	

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の要望を踏まえた改善・開発

お客様の
声

低金利環境下でも、余裕資金を活用した資産形成をしたい。

事例 1

「一時払外貨建養老保険 ドリームロード」を発売
(当社と経営統合した三井生命からの商品供給)

2017年10月～

商品
内容

一定期間の死亡保障と資産形成が両立可能な外貨建の養老保険です。



一時払外貨建養老保険 ドリームロード の主なポイント

ポイント①

米ドルまたは豪ドルで運用し、満期時には満期保険金があります！

この商品は、一時払養老保険ですので、保険期間中に万一の場合は死亡保険金を、満期の場合は満期保険金をお受取りいただけます。

日本円でお払込みいただいた一時払保険料は、現在、日本国債より金利が高いアメリカ合衆国国債（米ドル建の場合）またはオーストラリア連邦国債（豪ドル建の場合）などで運用されます。

ポイント②

ご契約後1年ごとに生存給付金を受取れます！

満期保険金に加え、レジャー資金や教育資金などに自由に使える生存給付金を、ご契約の翌年から毎年1回受取ることができます。

生存給付金は、保険期間満了まで指定通貨ですえ置くことができ、お好きな時にお受取りいただくこともできます。

※指定通貨建の満期保険金額、生存給付金額は、ご契約時に確定します。

ポイント③

目標設定特約を付加することができます！

目標到達時円建年金払移行特約（以下、目標設定特約）を付加いただくと、円に換算した解約返戻金額が目標とする金額以上になった場合、自動的に為替リスクのない円建の確定年金に移行します。

※上記の場合、以後の死亡保険金・満期保険金・生存給付金のお支払いはありません。

⚠️ この商品には諸費用がかかり、為替リスクがあります。また、この商品を解約・減額する際には市場価格調整を行うため、リスクがあります。そのため損失が生じる可能性があります。詳しいご検討にあたっては、「商品パンフレット」「契約締結前交付書面（契約概要／注意喚起情報）」「ご契約のしおり一定款・約款」を必ずご確認ください。

お客様の声

病気やケガで働けなくなったときの生活費をサポートするような商品がほしい。

事例2

「ニッセイ就業不能保険(無解約払戻金) “もしものときの・・・生活費”」を発売

2017年10月～

商品内容

所定の就業不能状態に備える保険です。不足する生活費を毎月の給付金でサポートすることができます。

ポイント1

月々の生活費のサポートとして、毎月給付金をお受けいただけます。

ポイント2

保障する病気やケガを限定せず、精神疾患も保障します。

ポイント3

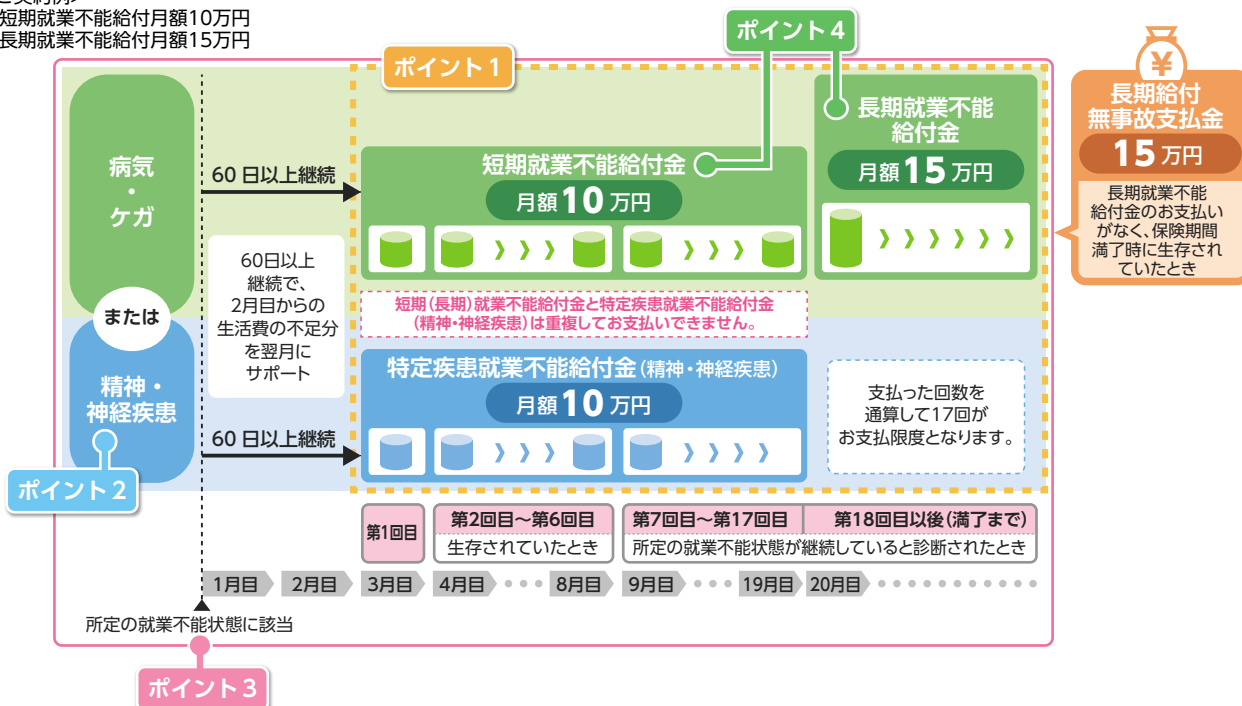
入院・在宅療養*・障がい等級2級以上の状態を保障します。

ポイント4

公的保障をふまえた給付金額を設定できます。

<ご契約例>

- 短期就業不能給付月額10万円
- 長期就業不能給付月額15万円



*在宅療養とは、医師による治療が必要であるため、医師の指示にもとづき日本国内の自宅等において治療に専念することをいいます。また、医師の指示とは、公的医療保険制度にもとづく医科診療報酬点数表によって在宅患者診療・指導料(往診料および救急搬送診療料を除きます。)の算定対象として列挙されている診療行為等をいいます。また、特定疾患就業不能給付金(精神・神経疾患)については、在宅療養は支払対象となりません。

■詳しいご検討にあたっては、「契約概要」「注意喚起情報」「ご契約のしおり一定款・約款」を必ずご確認ください。

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の要望を踏まえた改善・開発

お客様の
の声

コールセンターに電話すると自動音声案内が聞き取りづらく、
用件選択が難しい。(とりわけご高齢のお客様)

事例3

ご高齢のお客様専用ダイヤルの開設

2017年6月～

改善
内容

2017年6月にご高齢のお客様専用ダイヤルを開設しました。自動音声案内なしにオペレーターへ直接つながり、ご高齢者に伝わりやすい対応を行うとともに、手続書類を送付した後に、書類の記入方法をアドバイスする「手続きフォローコール」を実施する等、今まで以上にお客様に寄り添った対応が可能となりました。

●ご高齢のお客様専用ダイヤル 0120-147-369

オペレーター	「高齢者に伝わりやすい発声・発音等の電話対応スキル」等の専門研修を受講したオペレーターが丁寧に対応
電話番号の配列	「147」「369」と、押し間違いを軽減させる配列
自動音声なし	直接オペレーターにつながる
フォローコールの実施	お申し出状況やお手続内容に応じて、書類が到着するタイミングでコールセンターからお客様に電話をかけ、書類記入をサポート



お客様の声

耳が聞こえにくいですが、スムーズに手続きを行いたい。

事例4

ニッセイ・ライフプラザに 難聴者向け卓上応接補助機器 「COMUOON (コミュニケーション)」を導入

2017年3月～

ご高齢のお客様や聴覚に障がいのあるお客様と、より円滑なコミュニケーションができるよう、当社のお客様窓口であるニッセイ・ライフプラザ37店舗に、「コミュニケーション」を導入しました。

(ご参考)

他にも、2016年3月障がい者関連法施行・改正に伴い、「不当な差別的取扱いの禁止」、「合理的配慮の提供」への取組として以下対応を実施

- 各種設備の充実
「簡易スロープ」、段差・柱等の突起物に「注意喚起シール」、音声でのコミュニケーションが困難なお客様が指差しでご希望のお手続きなどを伺う「コミュニケーションシート」の配備
- 社内教育の強化
障がいのある方等に対して、配慮すべき事項をまとめた「心のバリアフリーガイドブック」を活用した全層への教育実施

改善内容

【コミュニケーション使用(イメージ)】



【コミュニケーションシート】

いらっしゃいませ。
以下の項目の中からご用件をお選びください。

希望の際は、
こちらもお選びください。 

お手続き		ご相談	
 入院給付金  手術給付金  死亡保険金	 解約	 生命保険・  損害保険 加入の検討	
 契約貸付  振替金引出  積立配当金引出	 保険料の払込み  貸付金の返済	 ご契約内容 の確認	
ご変更		 相続について	
 住所変更	 預金通帳  口座変更	 その他の お問合せ	
 〇花子  △花子 名義変更	 保障内容の 変更・見直し		

お客様サービス 文2016-493

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の要望を踏まえた改善・開発

お客様の声

生命保険会社として、契約者の健康増進をサポートするサービスを展開することはできないのか。

2017年4月～

事例5

ご契約者の健康取組に応じて
独自のヘルスケアポイントを提供するサービスである
「健康サポートマイル」を導入

改善内容

当社では、2010年4月より、ご契約の継続や日頃のご愛顧に対する感謝の気持ちをサンクスマイルとしてお渡しすることや、健康・介護・育児の無料相談等を備えた「ずっともっとサービス」を提供しております。この「ずっともっとサービス」に、「健康診断・がん検診の受診」や「スポーツイベントへの参加」等、お客様の健康増進取組に対してサンクスマイルが貯まる「健康サポートマイル」を導入しました。貯まったサンクスマイルは、健康グッズをはじめとした様々な賞品と交換いただけます。なお、個人の保険契約者様の健康取組に応じて独自のヘルスケアポイントを提供するサービスは、国内生命保険業界では初めてです。(当社調べ。2017年2月末時点。)



お客様の
声

生命保険会社として少子化・待機児童問題等の
社会課題への対応をしてほしい。

事例6

2017年4月～

株式会社ニチイ学館との企業主導型保育所の全国展開

改善
内容

待機児童問題の解決に貢献する取組として、当社は2017年4月よりニチイ学館と協働で企業主導型保育所*の全国展開を開始し、2018年4月までに全都道府県約100カ所の保育所を開所します。

当社とニチイ学館は、自社従業員だけでなく、地域住民や一般企業等広く利用者を募っていく方針であり、当社は社会課題解決に貢献するとともに、女性の活躍推進を一層支えてまいります。

* 企業主導型保育所とは内閣府が2016年より開始した、政府が企業に対して推奨している保育所形態です。企業が主体となって保育所を設置し、利用者は企業の自社従業員のみならず、複数企業乗合や地域住民への開放も可能であり、一定の基準を満たせば認可保育所並みの助成金を受けられるのが特徴です。



2017年7月1日時点で全国48カ所に開設しています。

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様への情報提供の充実

お客様の声

ホームページのFAQを使用したが、知りたい内容が見つからなかった。

事例7

ホームページのFAQ(よくあるご質問)をリニューアル(検索性の向上)

2017年3月～

改善内容

オフィシャルホームページ上の「FAQ(よくあるご質問)」は、これまで検索機能がなく、お客様にご不便をおかけしていました。お客様の声にもとづき、2017年3月に新しいFAQツールを導入し、検索性を向上させることで、お客様が“知りたいこと”をスムーズに探していただけるようになりました。

また、FAQの内容についても、コールセンターにいただいているお客様の声を踏まえた見直しを進めており、今後も更なる利便性向上を目指して継続的に改善を図ってまいります。

●FAQ(よくあるご質問)画面



お客様のニーズが高いものを表示



カテゴリーの整理、アイコンの追加

お客様の声

銀行で購入した商品について、元本割れするとは思わなかった。

事例8

2017年10月～

2017年10月に発売した、「夢のプレゼント(ニッセイ指定通貨建生存給付金付変額保険)」の「契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット」において、わかりやすさを向上する取組を実施

改善内容

消費者から商品内容の理解が困難な箇所がないか等の視点でご意見をいただく「モニター調査」や、「わかりやすさ」を評価・認証する第三者機関での審査を実施し、文言や構成等を全体的に改善することで、お客様にとってよりわかりやすい「契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット」を作成しました。

※2017年9月以前に発売した金融機関代理店向け商品についても順次改善する予定です。

モニター調査を実施

説明者が誤った説明をしないか、消費者が説明や記載されている内容を理解できているか、わかりやすい文章やデザインとなっているか等を確認し、全体的に改善を行いました。



「契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット」の改善例

元本割れする(損失が生じる)可能性があることを表紙に明記しました。



UCDA 認証「見やすいデザイン」を取得

「わかりやすさ」を評価・認証する独立した、唯一の第三者機関である一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会より、UCDA認証「見やすいデザイン」を取得しました。金融機関代理店向け生命保険商品の「契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット」で当認証を取得したのは、当社が初めてとなります。※2017年8月現在 当社調べ



「お客様の声」にもとづく改善取組事例

現時点で対応が難しい事例

お客様の声

確定拠出年金を脱退したい。

ご回答

確定拠出年金は確定拠出年金法にもとづいた公的年金を補完する制度であり、原則60歳まで途中の引出し、脱退はできません。
 例外的に年金資産を「脱退一時金」として受取る方法がありますが、複数の条件を満たすことが必要です。
 当社としては、ホームページに制度説明の動画を配信するなど制度理解の促進を進めております。



←動画での説明

税制メリット
試算ツール →

税制メリット試算	
個人型確定拠出年金に加入することで、どれだけ税制メリットを享受できるか確認してみましょう。4つの質問で簡単にシミュレーションすることができます。	
掛金 <small>拠出回数期についてみる →</small>	必須 掛金1カ月分を選択してください 30 ,000円
年齢	必須 現在の年齢を選択してください 35 歳
課税所得 <small>源泉徴収票から課税所得の求め方を確認 ↓</small>	必須 課税所得を入力してください 300 万 0 千円
運用利回り	必須 3.0 %
<small>※ このシミュレーションでは、一定の前據のもと、入力情報に基づいて試算をしているもので、将来の税額減額をお約束するものではありません。 ※ このシミュレーションは、平成28年10月末現在の税務の取扱いに基づき試算しております。今後税務の取扱いが変わる場合がございますので、試算結果は将来にわたって保証されるものではありません。 ※ このシミュレーションでは、復興特別所得税について考慮していません。</small>	

現時点で対応が難しい事例

お客様の声

保険の手続きをしたいが、近くに営業部や窓口がない。
対面で教えてほしい。

検討状況

ご迷惑をお掛けし申し訳ありません。お客様のお住まいの近くに営業部や店舗がない場合は、コールセンターでのお手続きのご案内になります。一方、当社ではお客様のご希望に応じたお手続き方法を充実させるべく、2017年6月より一部の郵便局ロビー等に無人窓口を設置し、当社のご契約者に対してTV電話システムを通じた対面でのお手続きやサービスの提供について実証実験を行っています。
今後も、更なるお客様サービスの向上に努め、お客様にとって、“親しみやすく、最も身近な生命保険会社”を目指してまいります。

お客様の声

年金受取のための請求書類が送付されてきたが、
書類が多く、記入方法や必要書類がわかりにくい。

検討状況

現在、お客様にご契約の情報や受取方法を正しくご理解いただくために「説明帳票」や「記入見本」、実際にご記入いただく際の「記入帳票」などの複数の帳票をご確認いただいています。説明がいくつかの帳票にまたがるため、その結果、記入・返送すべき帳票がわかりづらくなっており、ご迷惑をおかけしています。
今後は、記入・返送すべき帳票を1つに合冊し、記入帳票と記入見本を見開きで並べるなど、お客様が正しく、スムーズにお手続きができるよう各種帳票の改善をすすめてまいります。

企業としての
消費者関連取組
～従業員の意識醸成～

企業としての消費者関連取組～従業員の意識醸成～

●仕事と介護の両立 ～介護に向き合う全員行動～

世の中で「介護離職」が問題となるなか、2015年度に社内で「介護実態調査」を実施しました。その結果、50代の従業員については、約2割が介護に関わっており、約7割が5年以内に関わる可能性があること、介護に関わる可能性がある従業員の9割強が介護に対する不安を抱えていることがわかりました。

この調査結果と介護経験者の声をもとに、2016年度から、全社運動として「介護に向き合う全員行動」を開始しました。具体的には、介護を自分のこととして捉えるための「介護体験セミナー」や「高齢者施設での介護ボランティア」に7,000名以上が参加しました。また、近い将来、介護に関わる可能性がある予備層には、家族と対話し事前準備を促す資料を提供し、介護に関わっている両立層には、相談窓口や個別相談会を案内するなど、状況に応じた支援を行っています。

従業員は、これらの取組を通じて高齢者や高齢者を支える方々への理解を深めるとともに、得た気づきや具体事例を共有し、仕事と介護の両立について話し合うことで、職場における「お互い様意識の醸成」を目指しています。



「介護体験セミナー」



「介護ボランティア」

■ダイバーシティ推進について

従業員の約9割が女性である当社では、ダイバーシティ推進の中軸を女性活躍推進として取組を始めました。現在は、人材活躍の普遍的な方針である「ダイバーシティ推進方針」を制定し、育児・介護・病気治療との両立層や、シニア・障がい者・グローバル人材・LGBTなど、「多様な人材の活躍推進」と「多様性を受容する風土作り」に向け、さらなる取組を進めています。

生命保険会社として、永きにわたりお客様を支える社会的使命を全うするためには、環境変化や多様な価値観に柔軟に対応していくことが必要です。ダイバーシティ推進は、従業員の意識醸成を通じて、多様化する消費者への理解を深めることになると考えています。



人材開発部 輝き推進室
梶原 織梨江(室長)
(消費生活アドバイザー31期)

企業としての消費者関連取組～従業員の意識醸成～

●消費生活センターとの定期的な交流

当社では、全国約1,500営業部で約5万名の営業職員が活動をしているため、地域や消費者との関わりは非常に重要です。当社は、全国の支社が約1,000カ所の消費生活センターを定期的に訪問し、地域ごとの消費者問題や金融サービス等に関する相談内容を共有化することで、「より地域に根差した」「より深い関係構築」を目指しています。

また、消費生活センターの方にはニッセイ懇話会 (P.8) や消費者モニター会議 (P.8)、地域ごとに開催しているお客様対応に関する会議等にも、ご出席いただいております。

これらの交流を通じて消費生活センターの方々からいただくご意見は社内でも共有し、業務の改善にいかしています。

消費生活センターからの声

- ・ 訪問いただくことで、相互に理解でき、良い関係ができる。今後の消費者からのお申し出等においてもご協力をお願いしたい。(東京都内)
- ・ 生命保険商品は複雑なので、パンフレットの分かりやすさ等に、更に取り組んで欲しい。(秋田県内)
- ・ 生命保険に限らず、ご高齢の方からのお申し出が増えている。引続き高齢者へのフォローをお願いしたい。(福岡県内)



消費生活センターへの訪問(左:熊本県 右:福井県)

■消費生活センターとの交流を通じて

名古屋東支社のエリアには7つの消費生活センターがあり、定期的な訪問を通じて、情報交換をさせていただいています。また、東海地域全体ではニッセイ懇話会や消費者モニター会議へのご出席においても、ご協力をいただいています。こうした場面での交流を通じ、関係を構築することが、苦情のスムーズな解決に役立つだけでなく、「地域の消費者問題の傾向」等を知ることにも繋がっています。引続きのご協力をお願いするとともに、当社取組への理解を深めていただくために情報提供を継続してまいります。



名古屋東支社
右:元田 博史(支社次長)
(消費生活アドバイザー25期)
左:渡邊 慶三(お客様担当部長)
(消費生活アドバイザー35期)

●消費生活アドバイザー取組

消費生活アドバイザーとは、消費者と企業の架け橋となる人材育成のために1980年に通商産業省(現経済産業省)が中心となり創設された資格です。

当社では、全社的な消費者視点の醸成に向けて、消費生活アドバイザー資格の取得を推奨しています。とりわけ、近年は地域や消費者への理解をより深める目的で、全国の消費者対応を担う職員も資格取得を目指しています。

2017年4月1日現在、社内の有資格者は632名、そのうち全国99支社に132名が在籍しており、本店本部・支社双方で消費者視点をいかし、日々の業務に取り組んでいます。

また、消費者行政や他企業の方を講師にお招きする「消費者志向セミナー」やメールマガジンの配信等を通じて、有資格者の知識のブラッシュアップに取り組むとともに、有資格者が中心となった受験者向けの勉強会なども開催しています。



消費者志向セミナー



受験者向け勉強会

■消費生活アドバイザーを取得して

2014年に現在の担当職務に変更したタイミングで、当時の上司や先輩からの「一緒に受験しよう!」という声掛けをきっかけに受験し、合格することができました。

消費生活アドバイザーには、消費者と企業や行政の架け橋として、それぞれの立場を理解・意識しながら、企業内外で適切な対応を行うことが求められています。

担当職務の一つである「行政の方々との対応」のなかでも「お客様(消費者)」、「行政」、「日本生命(生命保険業界)」それぞれにとって有益になるようなバランス感が求められます。

資格を取得したことによって、そのバランス感を養うことができたのではないかと考えています。



営業企画部

佐山 恵一郎(課長補佐)
(消費生活アドバイザー35期)

最近の消費者問題の傾向は、詐欺的な手口による高齢者の相談は若干の減少が見られるものの高止まりであり、支払ってしまうと被害回復が困難なケースが多くなっています。一方、インターネットの利用により、消費者の情報収集、消費者からの情報発信がたやすくなった今、情報格差が小さくなったという見方もあります。しかし、消費者にとって有益な商品・サービスであっても、正しい情報が判断しにくい、虚偽広告・わかりにくい表示が後をたたず、事業者との格差によるトラブルはむしろ拡大しているのではないかと考えています。インターネット関連の消費者トラブルは年齢に関係なく発生し、特に、アダルトサイトの被害は、若年層では減少し高齢者が増加しており、アクティブシニアのインターネット利用の広がりによるものと推測されます。

こうした状況を受け、本協会でも消費者教育の活動を強化していますが、適切な取引を目指す事業者による、高齢者への丁寧な対応、消費者教育への支援や地域の見守り活動との連携が求められています。

日本生命保険様は以前より、お客様の声を経営にいかすさまざまな取組を推進されています。そのうえで、消費者志向経営の公表をされたことは、社内での議論、これまでの取組との調整など、大変ご苦労されたと推察いたします。そうした作業の中で、社内において「消費者志向経営」について同じ理解、認識の共有が可能となったと思われ、それが何より重要ではないかと思っています。

「お客様の声」にもとづく改善取組として、高齢のお客様のために専用ダイヤルを開設されましたが、高齢者がコールセンターなどに電話をした際、自動音声案内が始まったとたんに切ってしまうたり、何分も待たされると不安になって切ってしまう、結果的に、消費生活センターには、電話が全然繋がらないという苦情として相談が寄せられます。こうした声をキャッチした改善は、お客様満足のために何ができるかという姿勢によるものと思います。また、「介護に向き合う全員行動」を実施されています。介護に従事することの大変さを理解してお互い様意識を醸成することは、働きやすい職場、従業員を大事にする姿勢が表れていると同時に、高齢者を理解することに繋がり、生命保険会社だからこそ必要な行動だろうと考えます。

さらに、各支社による地域の消費生活センターへの訪問は、センターによって対応が異なる場合もあることと思いますが、継続することで消費生活センターとの連携が可能となると思います。また、消費生活相談員がニッセイ懇話会に参加し意見交換をすることで、立場が異なっても目指すところは同じであるというお互いの理解が深まり、問題が発生した際も、適切な助言、スムーズな連携、迅速な解決ができると考えています。

最後に、安全・安心な暮らしを守るために、今後も、皆さまに連携していただき、ご支援・ご協力をお願い申し上げます。



公益社団法人
全国消費生活相談員協会
理事長

増田悦子氏

公益社団法人 全国消費生活相談員協会

1977年に全国で初めての消費者問題の専門家集団「国民生活センター消費生活相談員養成講座修了者の会」として発足しました。その後、1987年に経済企画庁（現在は消費者庁）所管の「社団法人全国消費生活相談員協会」として許可を受け、2012年に内閣府認定「公益社団法人全国消費生活相談員協会」になりました。

主として、全国の自治体等の消費生活相談窓口で、相談業務などを担っている消費生活相談員を主な構成員とする団体です。消費者被害の救済を図り、広く消費者被害の未然防止、拡大防止のために活動しています。また、2007年11月には、内閣総理大臣より「適格消費者団体」として認定を受けました。本協会の組織は、全国7支部（北海道、東北、関東、中部、北陸、関西、九州）におよび、全国で約1958名の会員（2017年10月現在）が多方面で活躍しています。

また、本協会は消費者志向経営の取組を促進するために事業者、事業者団体と連携しています。

生命保険のお手続きやお問合せにつきましては

<インターネットでのお問合せ>

<http://www.nissay.co.jp>

日本生命

検索

※ご住所の変更等のお手続きやご契約内容の照会、資料請求、ご相談等を受付けています。

<電話でのお問合せ>

[ニッセイコールセンター] **0120-201-021** (通話料無料) 受付時間 月～金曜日 9:00～18:00
土曜日 9:00～17:00
(祝日、12/31～1/3を除く)

<ご高齢のお客様専用> **0120-147-369** (通話料無料)

※プライバシー保護のため、お問合せは契約者ご本人からお願いいたします。 ※お電話をいただく際には、証券記号番号または契約番号をお知らせください。
※ニッセイコールセンターへのお電話の内容は、当社業務の運営管理およびサービス充実などの観点から、録音させていただくことがありますので、あらかじめご了承ください。

<窓口でのお問合せ>

ニッセイ・ライフプラザの住所・地図等の店舗情報をご確認いただけます。



日本生命保険相互会社

お客様サービス部

〒100-8288 東京都千代田区丸の内1-6-6

“大切な人を想う”の
いちばん近くで。



日本生命



見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。