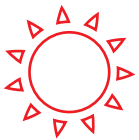


お客様の声白書

.....
2019



日本生命保険相互会社

NISSAY

ごあいさつ

日頃より、皆様のご愛顧を賜り、誠にありがとうございます。

当社は1889(明治22)年の創業以来、共存共栄、相互扶助の精神にもとづき、お客様の利益を最優先に考え、堅実な経営に努めてまいりました。おかげさまでこの7月4日に創業130周年を迎えました。

相互扶助の精神にもとづく生命保険事業は、人々の深い理解と信頼の上に成立つ事業です。当社はお客様、地域・社会をはじめとしたステークホルダーとの対話を重視し、社会とともに歩んできました。2015年に持続可能な開発目標(SDGs)が国連で採択されましたが、様々なステークホルダーの声に耳を傾け、多様化・複雑化する社会課題に企業活動全体を通じて対応していくことは、当社の創業の精神の実現そのものです。

当社では、消費者志向経営に関する理念や取組方針を記載した「消費者志向自主宣言」にもとづき、お客様からいただいた声をサービス向上のための大切な財産として受けとめ、お客様視点に立った経営・サービスの改善に取り組んでいます。

「お客様の声白書2019」の発行は、お客様の声にもとづく改善事例を中心とした当社の取組をご紹介します、お客様・地域社会との更なるコミュニケーションの深化を図ることを目的としています。

今後も変わらず相互扶助の精神をまもりつつ、生命保険会社としてお客様サービスの向上を図り、お客様をお支えし、地域社会とともに発展してまいります。

2019年 11月

日本生命保険相互会社
代表取締役社長 清水 博



目次

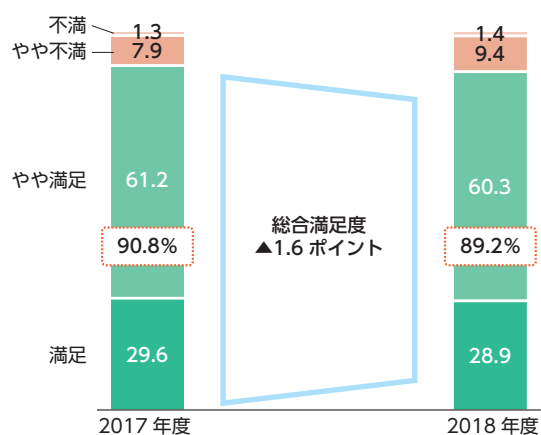
● 「お客様の声」を経営に活かす取組	3
「お客様の声」に学び・活かす取組	4
「お客様の声」の受付体制	7
2018年度当社に寄せられた「お客様の声」	9
2018年度「お客様満足度調査」の結果	10
● 「お客様の声」にもとづく改善取組事例	12
● 企業としての消費者関連取組	25
● 寄稿	29

お客様の声白書 2019 トピックス

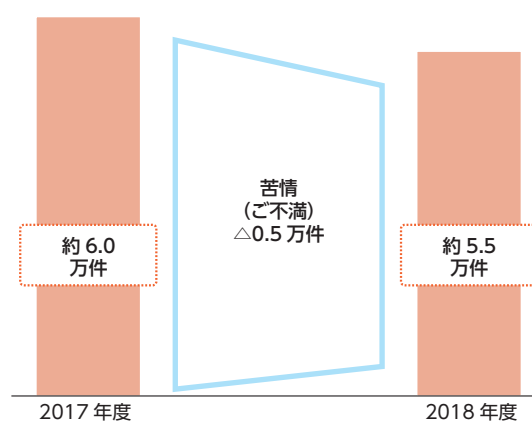
「お客様の声」に学び・活かす取組を継続的に実施した結果、昨年度の「お客様満足度調査」では総合満足度が89.2%と引続き高い水準を確保するとともに、お客様からの「苦情（ご不満）」は減少し、約5.5万件となりました。

●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）（P.9）



「お客様の声」にもとづく改善取組事例や、現時点で取組中の事例についても当白書で紹介しています。引続き「お客様の声」を大切に、お客様サービスの向上に取組んでまいります。

- 【2019年 1月】 被保険者の範囲を拡張した「ニッセイ個人賠償プラン『まるごとマモル』」を発売 (P.15)
- 【2019年 3月】 全国の企業主導型保育所と企業・従業員をつなぐインフラの構築 (P.18)
- 【2019年 4月】 「ニッセイみらいのカタチ 入院総合保険 “NEW in 1”」を発売 (P.14)
- 【2019年 4月】 シニア向けサービス「^{グランエイジ} ^{スター} GranAge Star」のご案内を開始 (P.16)
- 【2019年 4月】 予防・早期発見支援に資するサービスの充実 (P.17)
- 【2019年 4月】 外貨建て一時払終身保険の「為替リスク」等に対する理解促進を図るべく、「募集補助資料」を提供 (P.20)
- 【2019年 4月】 営業職員用タブレット端末「^{タスカル} TASKALL」を導入 (P.21)
- 【2019年 7月】 「ご契約内容のお知らせ」の封筒裏面の注意喚起文言を変更 (P.19)

**「お客様の声」を
経営に活かす取組**

「お客様の声」を経営に活かす取組

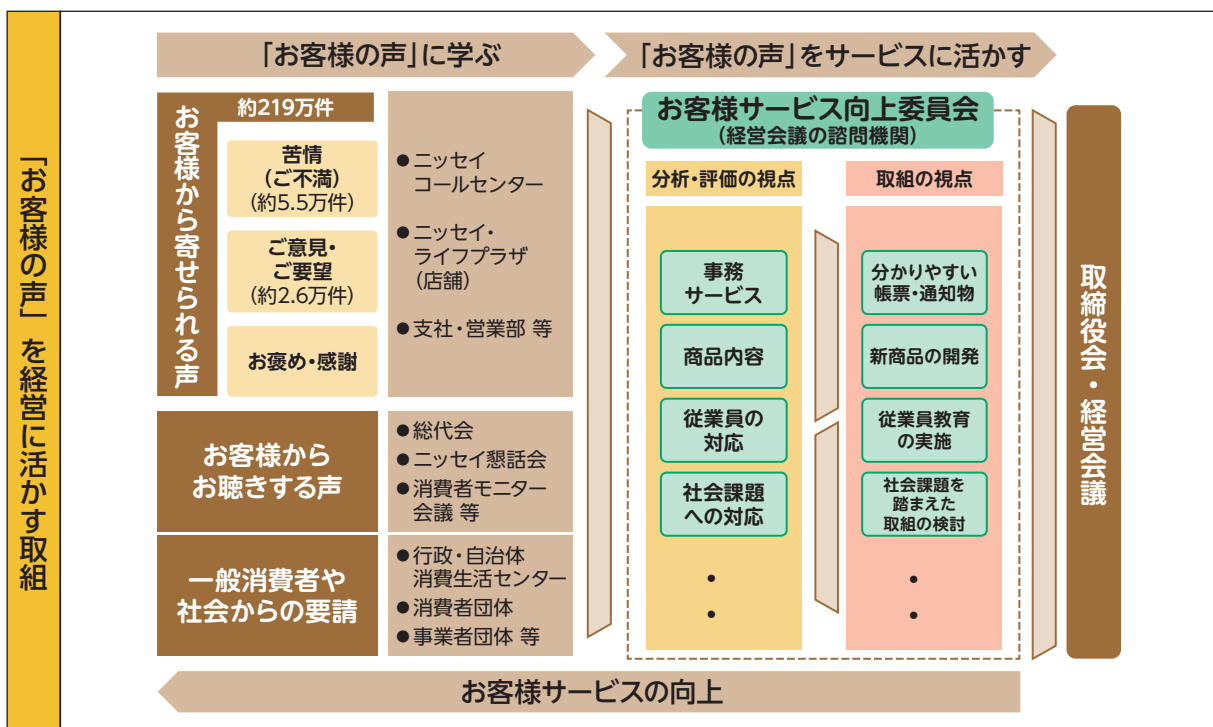
「お客様の声」に学び・活かす取組

●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。また、行政や消費者団体等から、法改正や行政・消費者問題の動向等の情報収集や意見交換を行うとともに、各都道府県や市町村の消費生活センターを訪問し、地域の相談情報を収集しています。

お客様からいただいた声や収集した情報は、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。

一連の取組は、「消費者志向自主宣言」(P.5)にもとづいて実施しています。



取組結果

「お客様の声白書」の発行・公表および“対話のツール”として活用

「お客様の声」を経営に活かす取組

● 「お客様の声」への対応方針

創業以来の「共存共栄、相互扶助の精神」(経営基本理念)にもとづく行動指針「私たちの誓い」が当社の消費者志向経営の理念です。

「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 ～すべてはお客様のために～

“大切な人を想う”のいちばん近くで。  日本生命

- 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、お客様の輪を拓げます。
- 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。

● 関連する对外公表

「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)

お客様本位の業務運営をより一層推進するため策定・公表し、以降、毎年取組内容をまとめ改定し、また、取組結果を公表しています。

「消費者志向自主宣言」 (2017年1月)

当社の消費者志向経営に関する理念や取組方針を公表しており、自主宣言にもとづく取組結果(フォローアップ)を定期的に公表しています。



「ISO10002」自己適合宣言 (2016年4月)

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」^(※)への自己適合宣言を実施しました。

※ 「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。

「当社におけるサステナビリティ経営の考え方」(2018年10月)

経営基本理念にもとづき、あらゆる企業活動において、バリューチェーン全体を通じて、“安心・安全で持続可能な社会”の実現に貢献し、企業価値向上を目指します。取組にあたっては、SDGsを含むステークホルダーからの期待と、当社事業との関連性(社会的責任や当社らしさ等)をもとに選定した「サステナビリティ重要課題」に重点を置き、サステナビリティ経営を推進していきます。

様々な社会課題

ステークホルダーからの期待 × 日本生命の社会的責任 × 日本生命らしさ

— サステナビリティ重要課題 —

お客様／ 地域・社会	お客様満足度の向上・情報提供の充実 商品・サービス提供を通じた社会的課題への対応 ユニバーサル・サービスの提供 あらゆる地域に対する保険サービスの提供 資産運用を通じた持続可能な社会形成への寄与 地域・社会発展への貢献・協調関係の構築
環境	気候変動問題への取組
従業員	多様な人材の採用・育成・定着 ダイバーシティ&インクルージョンの推進 働き方の変革・健康経営の推進
コーポレート ガバナンス	相互会社形態による長期的・安定的な経営 適切な経済的価値分配 コーポレートガバナンスの強化 CSR課題の経営への統合 ステークホルダー・エンゲージメント
コンプライアンス	コンプライアンス体制の強化
人権	すべての人々の人権を尊重する経営
リスク管理	ERM態勢の高度化

〈SDGs 達成に向けた当社の目指す姿〉(2019年3月)



「お客様の声」を経営に活かす取組

「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

お客様からの保険金・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100万件受付しています。

専門のオペレーターが丁寧で分かりやすく迅速な対応に努めています。

■ニッセイホームページのサポートおよびTV電話窓口による手続き・相談受付

ニッセイホームページ上で操作に迷われたお客様向けに、オペレーターがお客様と同じ画面を見ながらサポートするサービスや、一部の郵便局窓口等ではTVシステムを通じてオペレーターとお手続きいただける遠隔での対面サービスを行っています。



TVシステムを通じた遠隔での対面サービスを実施

●ニッセイ・ライフプラザ（店舗）について

どなたでもお気軽にお立ち寄りいただける店舗が全国99カ所にあり、年間約19万名のお客様にご来店いただいています。

保険に関する各種お手続きやご相談はもちろん、資産活用、医療・介護への備え、教育資金の準備等、幅広く専門的なコンサルティングを行っています。

お電話はもちろん、インターネットでも各種お手続き・ご相談のご予約を承っております。

■お客様へのサポートの充実

店舗における設備面での充実とともに、職員の知識取得を通じて、サポートが必要なお客様に、お客様の望まれるサポート方法を提供し、お客様自ら行動・選択できる対応に努めています。



音声でのコミュニケーションが困難なお客様からお手続き等を伺う「コミュニケーションシート」を配備

●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。

2018年度は全国の105会場で2019年1～3月に開催し、総代160名を含む、ご契約者等2,385名にご出席いただきました。

当日は、2018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5,784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しいただくなど、ニッセイ懇話会運営にご協力いただいています。2018年度は49支社でご出席いただきました。

消費生活センターの方からの声

- ・若い方、シニアの方の状況は両極端であり、対応は大変難しいが、それぞれの世代の特徴をみて、これからも対応を続けてほしい。世の中の動きが速い中、これからも様々な商品を期待する。苦情にも素早く対応しており、努力を感じる。

●消費者モニター会議

消費者問題の専門家や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、分かりやすい情報提供や、消費者の要望を踏まえたサービスの向上に活かしています。

2018年度は計3回開催しました。



開催時期 (会場)	テーマ
2018年 7月 (大阪)	お客様専用ホームページとメールを活用した情報提供の充実 等
2018年10月 (徳島)	サービス向上に向けた各お客様接点での取組
2018年11月 (東京)	障がいのある方へ配慮した取組

「お客様の声」を経営に活かす取組

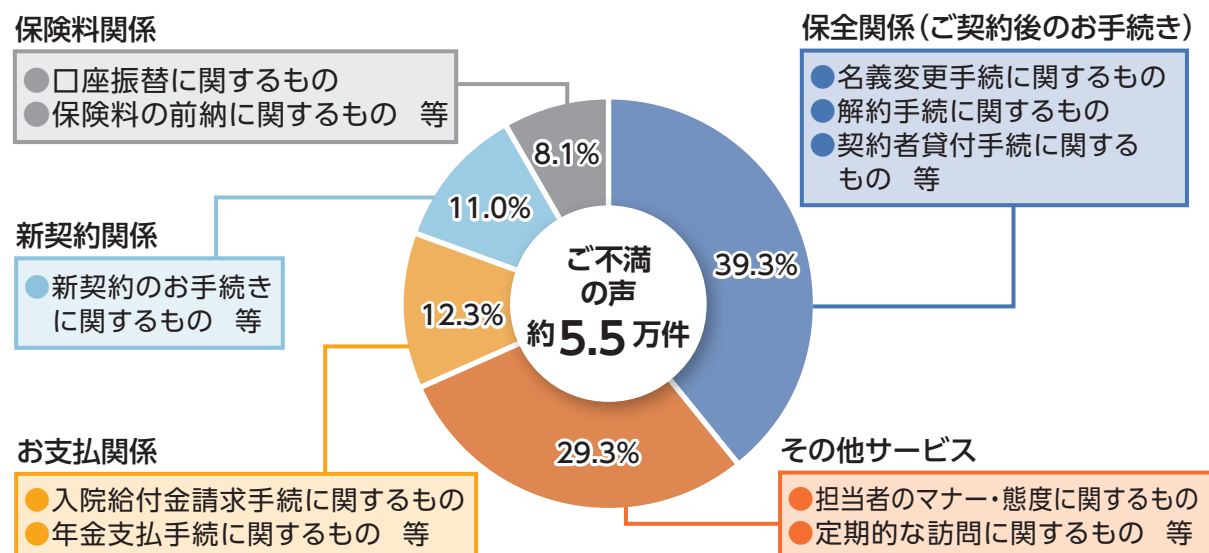
2018年度 当社に寄せられた「お客様の声」

2018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219万件的「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28.4万件、「苦情（ご不満）」は約5.5万件、「ご意見・ご要望」は約2.6万件となっています。

●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申出（事実関係の有無は問わない）」として、幅広くご不満の声をとらえ、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活かしています。



●当社に寄せられた「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

- ・ご契約内容確認活動で訪問してくれた際、対象外と思っていた手術のことを相談するとすぐに支払対象であることを確認してくれて、手続を進めてくれました。訪問してくれると、疑問に思っていたことや不安なことも直接確認できて助かります。（山梨県 70代 男性）

新契約加入時の説明への感謝

- ・保険に加入する際、担当者には長い時間をかけて説明をしてもらいました。説明が良かったから、この保険は良いなと思って申込みをしました。（滋賀県 50代 男性）

2018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おります。

2018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89.2%となり、引続き高位安定しております。

なお、「総合満足度」「加入時手続の満足度」「加入後手続の満足度」は、「お客様本位の業務運営」の定着を測る指標（KPI）として設定しています。

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2.5万名

調査時期 2018年9月

有効回答数 約6千名

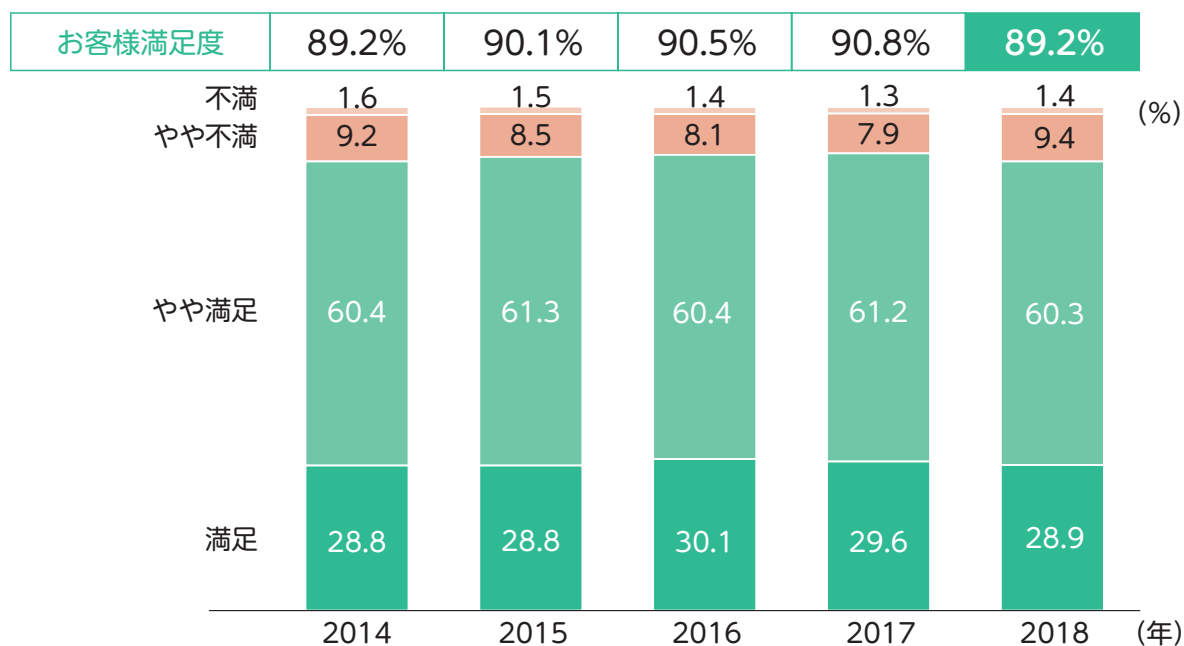
2018年度お客様満足度

総合満足度 89.2%

加入時手続満足度 88.6%

加入後手続満足度 95.5%

総合満足度過年度推移

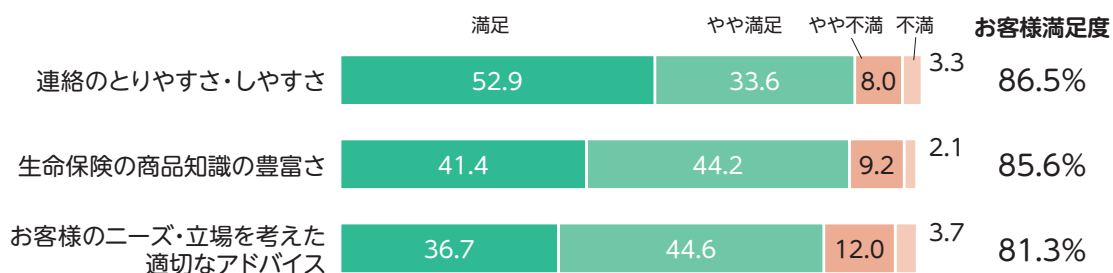


お客様満足度とは、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」と回答されたお客様の占率です。

「お客様の声」を経営に活かす取組

2018年度 「お客様満足度調査」の結果

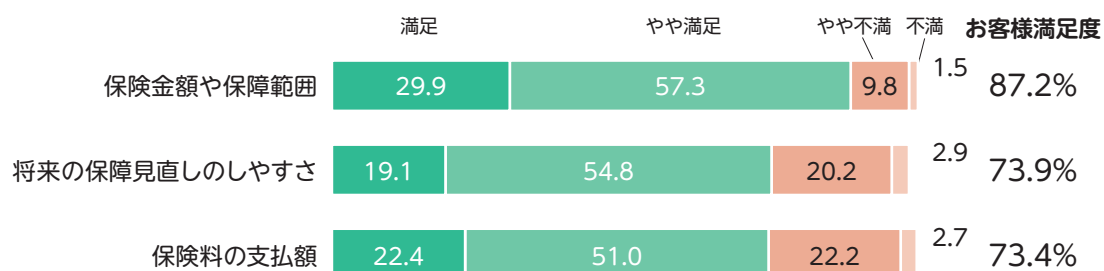
営業担当者に対する満足度



お客様からいただいたご意見・ご要望の例

- ・商品の説明だけでなく、「お元気ですか?」と電話をもらえる等、担当の方が良くしてくださいませ。私にとって保険の内容は難しく感じますが、分かりやすいよう話してください、満足しています。
(山口県 40代 女性)
- ・インターネットのみのサービスになってしまうと、インターネットを使っていない人にとって難しいところがあります。営業職員が頻繁に来てくれて、内容の説明や手続きについて教えてくれると安心できます。
(千葉県 60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

- ・自分のがんになった時、日本生命からの保険金をすぐ受取ることができ、大変助かりました。これからも顧客に寄り添った取組を期待します。
(東京都 50代 女性)
- ・定年後の人生も長いと思うので、病気やケガはもちろんですが、健康だった場合でも安心していただけるような保障があると安心します。
(石川県 50代 女性)

**「お客様の声」にもとづく
改善取組事例**

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

消費者・社会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	日帰り入院等の短期入院でも、何かとお金がかかるので心配だ。	「ニッセイみらいのカタチ 入院総合保険 ニュー インワン “NEW in 1”」を発売	P.14
2	離れて暮らす子供や両親も含めて賠償リスクが心配だ。	被保険者の範囲を拡張した 「ニッセイ個人賠償プラン『まるごとマモル』」を 発売（あいおいニッセイ同和損保からの商品供給）	P.15
3	高齢者の独居世帯が増加する中、「独り暮らし」や「社会的孤立」等の不安に応えるようなサービスを提供してほしい。	シニア向けサービス「GranAge Star」のご案内 を開始 グランエイジ スター	P.16
4	より長く健康でいられるためのサービスを提供してほしい。	予防・早期発見支援に資するサービスの充実	P.17
5	待機児童問題解決に向けて更なる取組みをしてほしい。	全国の企業主導型保育所と企業・従業員をつなぐ インフラの構築	P.18
6	「ご契約内容のお知らせ」の封筒裏面の「本人以外は開封しないでください」との記載について、配慮に欠けていないか。	「ご契約内容のお知らせ」の封筒裏面の注意喚起 文言を変更	P.19

消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

事例 No.	お客様の声	改善内容	掲載ページ
7	銀行で販売する外貨建て商品について、分かりやすく情報提供してほしい。	外貨建て一時払終身保険の「為替リスク」等に対する理解促進を図るべく、「募集補助資料」を提供	P.20
8	分かりやすくスムーズに手続きができるようにしてほしい。また、適切なタイミングや内容での訪問や提案をしてほしい。	営業職員用タブレット端末「TASKALL」を導入 タスカル	P.21

現時点で取組中の事例

事例 No.	お客様の声	掲載ページ
9	高齢となり、保険のいざという時の手続きに不安がある。	P.23
10	スマートフォンからの手続きをもっと便利にしてほしい。	P.24
11	給付金の請求手続きをもっと簡単にしてほしい。	

消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

お客様の声

日帰り入院等の短期入院でも、何かとお金がかかるので心配だ。

2019年4月～

事例1

「ニッセイみらいのカタチ
入院総合保険 “NEW in 1”」を発売



商品内容

従来の「日額方式」ではなく「一時金方式」で入院給付金を支払う、新しいタイプの入院保険です。

日帰り入院からまとまった金額の「一時金」をお受取りいただくことで、入院中の費用だけでなく、入院前後の通院・入院準備費等をカバーすることができます。

また、入院を伴わない手術（外来手術）や、先進医療給付あり型の場合、先進医療についても保障します。

●主なポイント

POINT 1

所定の入院をされた場合、**日帰り入院から入院給付金を一時金**で受取れます！

例) 90日間入院された場合
(入院給付金額30万円の場合)



☑ 長期入院の場合には、**入院初日に加え、入院日数が30日、60日、90日の各日数に達すること**に一時金を受取れるので安心です！

※日帰り入院(入院日数が1日)とは、入院開始日と退院日が同一の日である場合をいいます。

※入院を2回以上した場合でも1回の入院とみなし、入院日数を合算することがあります。

入院を伴わない所定の手術（外来手術）を受けられた場合、**外来手術給付金**を受取れます！

※外来手術給付金は入院給付金額の10%となります。

☑ 外来手術給付金の支払事由は**公的医療保険制度と連動**しています！※抜歯手術を除きます。

入院給付金、外来手術給付金は**診断書の代わりに領収証等の添付**で請求できます！

※所定の条件を満たす場合に限りです。

POINT 2

<先進医療給付あり型の場合>

所定の先進医療による療養を受けられた場合、

先進医療にかかる**技術料と同額の先進医療給付金**を受取れます！

さらに**交通費・宿泊費等、自由に使える先進医療サポート給付金**も受取れます！

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

お客様の声

離れて暮らす子供や両親も含めて賠償リスクが心配だ。

2019年1月～

事例2

被保険者の範囲を拡張した
「ニッセイ個人賠償プラン『まるごとマモル』」を発売
(あいおいニッセイ同和損保からの商品供給)

商品内容

自転車の事故等で関心の高まっている個人賠償責任補償を中心とした傷害保険で、補償範囲を大幅に拡充しました。
自動車保険や火災保険の特約としての付帯ではなく、広く、お客様に提案可能な、充実した内容で日常生活の賠償リスクに備えることができます。

●主なポイント

日本生命でのみご加入いただけます
ニッセイ個人賠償プラン

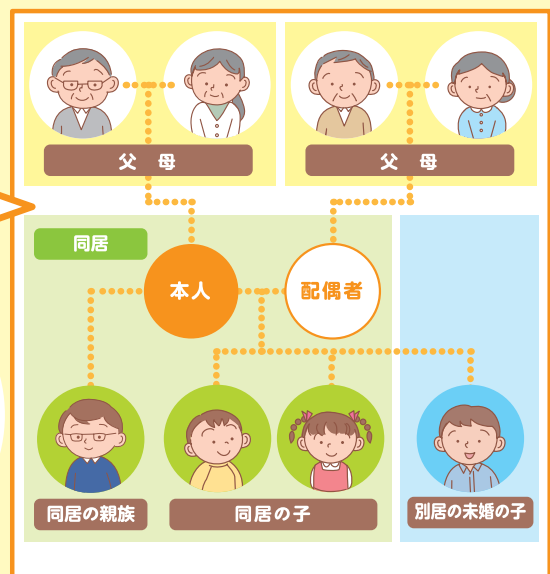
まるごとマモル

の個人賠償責任危険補償は、
本人およびその配偶者の
別居の父母の方まで対象となります！

例えばこんな場合



※上記事例でも、法律上の損害賠償責任が発生しない場合は、保険金お支払いの対象となりませんのでご注意ください。



お客様の声

高齢者の独居世帯が増加する中、「独り暮らし」や「社会的孤立」等の不安に応えるようなサービスを提供してほしい。

2019年4月～

事例3

グランエイジ スター
シニア向けサービス「GranAge Star」のご案内を開始



開発内容

高齢者の方々が安心して、自分らしく、最期まで過ごしていただけるようなシニア向けサービスをパッケージ化した、ご契約者向けサービス「GranAge Star」のご案内を一部地域より開始しました。

●主なポイント

人生100年時代。楽しみもありますが、**不安もたくさんあります。**

独り暮らし



社会的孤立



認知症・健康状態



死後のこと



高齢者の方々が、安心して、自分らしく最期まで過ごしていただけるように。

GranAge Star は、生前から死後までお客さまをサポートします。

ご家族の代わりに寄り添う
生前のサービス

身元保証サービス*



ご家族の代わりに身元を保証します

生活支援サービス*



ご家族の代わりに生活を支えます

任意後見サービス*



万が一、判断力が低下した際も支えます

最期まで寄り添う
死後のサービス

死後事務サービス*



お客さまを最期まで支えます

さらに、楽しみと安心をプラスするサービス

暮らしのサポートデスク

“楽しむ”応援サービス



みまもりサービスの優待



左記いずれかのサービスをご契約いただくこと

※サービスを利用するためには、各サービス提供法人とご契約いただく必要があります。

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

お客様の声

より長く健康でいられるためのサービスを提供してほしい。

2019年4月～

事例4

予防・早期発見支援に資するサービスの充実

改善内容

スタートアップを含む様々なパートナー企業と協力し、生活習慣病・糖尿病予防や早期発見の促進に貢献してまいります。

●がん簡易検査を抽選で提供するサービスの開始

所定の条件※1を満たした、個人のご契約者を対象に、抽選でがん簡易検査を提供しています。

※1 株式会社 ONE COMPATH の運営する、無料のウォーキングアプリ「aruku& (あるくと)」※2で、1日8,000歩以上歩いた方を対象。

※2 「aruku& (あるくと)」は、株式会社 ONE COMPATH の登録商標です。

がん簡易検査として次の2種類を提供



[[おうちでドック®]]

微量の血液の採取・郵送で、がん等のリスクを検査可能。

Saliva Tech

[サリバチェッカー]

唾液に含まれる複数の成分の濃度を測定し、がん疾患リスクを評価可能。

●糖尿病予備群向け予防プログラムの開発

トライアルを開始しており、今後のサービス化を目指しています。

地方自治体が抱える課題

地域医療格差の是正

健康なまちづくり

生活習慣病予防

等

糖尿病予備群向け 予防プログラム

日本生命病院をはじめ様々なパートナー企業と、糖尿病予防プログラムの開発に取り組んでいます

遠隔での保健指導

- 日本生命病院の保健師が、TV電話等の方法で保健指導を実施

公益財団法人 日本生命協会
日本生命病院



+

様々な機器・サービスによるセルフモニタリング

- プログラム参加者が自身の体調をモニタリングできる環境を構築



お客様の声

待機児童問題解決に向けて更なる取組をしてほしい。

2019年3月～

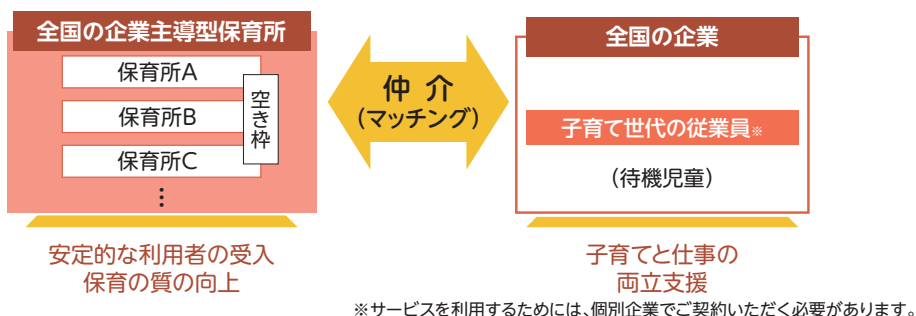
事例5

全国の企業主導型保育所と企業・従業員をつなぐインフラの構築

改善内容

当社は、安定稼働に悩む全国の企業主導型保育所と保育所探しに悩む企業の子育て世代の従業員を仲介する取組の推進を目的に、2019年3月にグローバルキッズと業務提携契約を締結しました。当取組を通じて、一般企業や子育て世代の従業員の方々が、全国の企業主導型保育所を活用できる環境を整備していくことで、待機児童問題の解決に貢献してまいります。

●取組の全体像



〈役割イメージ〉



協力：(株)ベネッセコーポレーション -各種子育て関連情報の提供

サービス拡充に向けて、東京大学大学院教育学研究科附属発達保育実践政策学センターやベネッセコーポレーションとも連携する中で、子育て世代に寄り添ったサービス展開の検討を進めてまいります。

全都道府県
69カ所
に設置完了
(2018年)

(ご参考) 株式会社ニチイ学館との企業主導型保育所の全国展開
当取組とは別に、当社は2017年4月からニチイ学館と共同で企業主導型保育所の全国展開を開始しており、全国約100カ所の展開に向けて対応を進めてまいります。

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

お客様の声

「ご契約内容のお知らせ」の封筒裏面に「宛名のご本人以外は開封しないでください」と記載があるが、本人の健康状態等によっては自ら開けることができない場合がある。
本人や家族の心情への配慮に欠けているのではないか。

2019年7月～

事例6

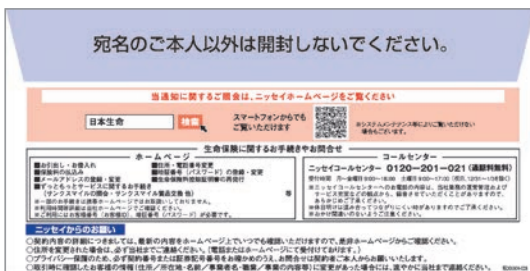
「ご契約内容のお知らせ」の封筒裏面の注意喚起文言を変更

改善内容

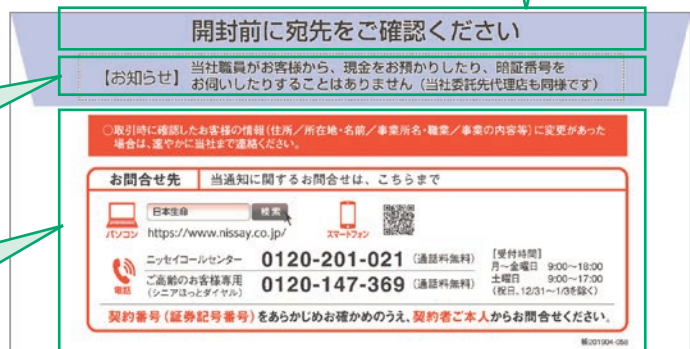
文言は契約者ご本人へのお知らせであることを注意喚起する目的であるため、「開封前に宛先をご確認ください」へ表現を変更しました。
あわせて、情報を削減し、金融犯罪被害防止文言を追加し、視覚的にわかりやすい内容に変更しました。
他の封筒についても、文言を順次変更しています。

●封筒の改訂

【改訂前】



【改訂後】



文言変更

金融犯罪被害
防止文言追加

情報量削減

消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

お客様の声

銀行で販売する外貨建て商品について、分かりやすく情報提供してほしい。

2019年4月～

事例7

外貨建て一時払終身保険の「為替リスク」等に対する理解促進を図るべく、「募集補助資料」を提供

※対象商品：ロングドリームGOLD3（ニッセイ指定通貨建積立利率変動型一時払終身保険（米ドル建・豪ドル建））

改善内容

金融機関代理店で販売する外貨建て一時払終身保険について、お客様への分かりやすい情報提供の充実・投資信託との比較等の観点から、積立利率や実質的利回り、各種リスク・費用等の情報をまとめた補助資料を提供し、お客様の理解促進、金融機関職員の説明のサポートを強化しております。

●募集補助資料のイメージ ※一部抜粋

1

2. リスク

- この保険は、通貨の価格、金利における相場を直接の原因として損失が生じるおそれがある特定保険契約となります。
- 預金とは異なり、また、元本割れすることがあります。以下に記載しているリスクに伴う損益はすべて保険契約者等の皆様のものとなりますので、リスクを十分にご認識ください。

2

3. 実質的な利回り

- 「ふやすタイプ」では10年後の契約当日における積立金額（指定通貨建）を一時払保険料で除することで収益率を算出し、それを年複利換算により算出した利回りを実質的な利回りとし、**【実質的な利回り＝積立利率】**となります。^{*1}
- 「うけとるタイプ」では10年後の契約当日における積立金額（指定通貨建）と10年間の定期支払金の受取累計額の合計を一時払保険料で除することで収益率を算出し、それを年複利換算により算出した利回りを実質的な利回りとし、**【実質的な利回り＜積立利率】**となります。
 - ▲10年後の契約当日以外の日付で解約した場合に支払われる解約払戻金の利回りを保証するものではありません。
 - ▲ご契約の全ての期間において、解約払戻金を円で受取る場合、為替レートの影響により、元本割れする可能性があります。
 - ▲契約日から解約日までの期間が短い場合、解約控除額^{*2}が大きくなり、元本割れする可能性が高くなります。

主なポイント

- 1 解約払戻金が為替レート等の影響を受けることや、為替リスク等がお客様のご負担になること、為替リスクについての参考情報等を記載
- 2 実質的な利回りについて定義を記載し、解約までの期間が短い場合には、元本割れする可能性が高くなること等を記載

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

お客様の
声

分かりやすくスムーズに手続きができるようにしてほしい。
また、適切なタイミングや内容での訪問や提案をしてほしい。

2019年4月～

事例8

営業職員用タブレット端末 ^{タスカル}「TASKALL」を
導入



改善
内容

「TASKALL」では、お客様に分かりやすくスムーズに手続きいただけるよう、お客様に操作いただく画面の構成や展開を全面刷新しております。また、社内で保有するビッグデータについてAIによる分析を行うことで、お客様にとって最適なアドバイスをアウトプットする機能を構築しました。このような取組を通じて、「お客様の利便性・サービス向上」、「営業職員のコンサルティング力強化」を実現してまいります。

●お客様の利便性・サービス向上

お客様操作場面を刷新

お客様操作画面をシニアのお客様にも配慮した、見やすく、分かりやすいデザインに刷新いたしました。

UCDA認定「伝わるデザイン」を取得

お客様の行動特性を考慮して設計した画面構成を評価いただき、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 (UCDA) より「伝わるデザイン」の認証を取得しました。



カメラ機能を活用したお客様手続のシンプル化

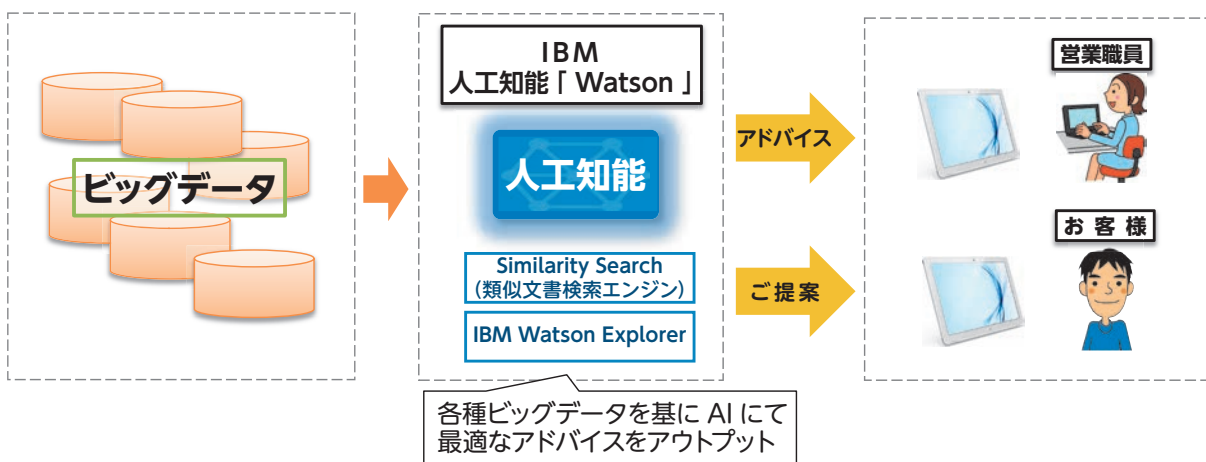
運転免許証等の本人確認書類を安全に撮影する機能を導入することで、ご契約等の事務手続における負荷軽減を図りました。

■(例) 新契約申込み手続き画面

- ・統一感のあるデザイン
- ・手続きの進捗状況と現在の画面を上部に表示し、手続きの全体像が把握可能

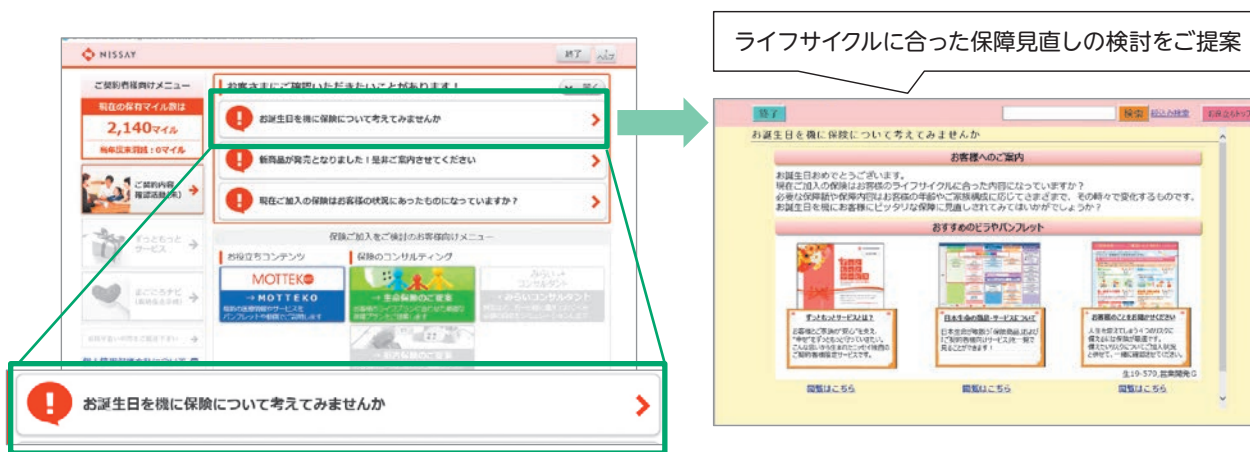
●営業職員のコンサルティング力強化

お客様へ最適なタイミングでの確かな情報を提供することを目的に、AIを活用し、様々な情報からAIによる最適なアドバイスを営業職員に表示する仕組みおよび、メッセージをお客様に提示する仕組みを構築しました。



○お客様向けメニュー画面にメッセージを表示

例) 「誕生日をきっかけに保障の見直しをご案内する」メッセージをお客様向けのメニュー画面に表示



○Efma-Accenture 共催 “Innovation in Insurance Awards” の受賞



従来属人的とされていた営業活動のノウハウをAIにより標準化し、営業職員の活動の高度化・効率化を実現した点が高く評価され、“Customer Experience” 部門で、金賞を受賞しました。国内の生命保険会社が受賞するのは初となります。

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

現時点で取組中の事例

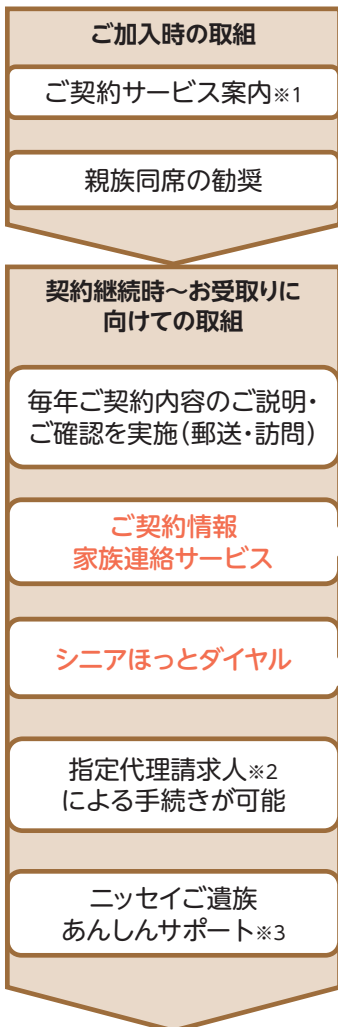
お客様の声

高齢となり、保険のいざというときの手続きに不安がある。

検討状況

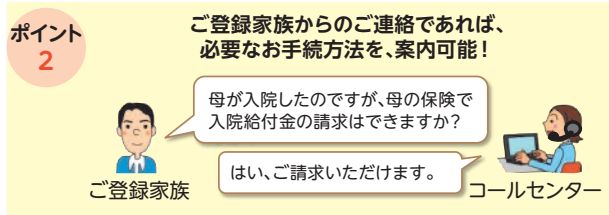
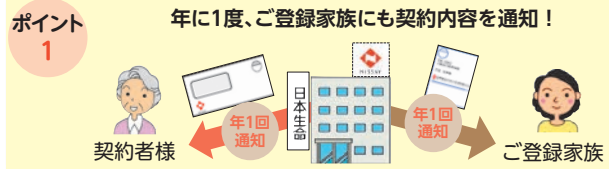
安心して契約を継続いただけるよう、ご高齢のお客様の特性をふまえた丁寧な取組を進めています。引続き、お客様の状況や環境の変化に対応できる情報管理のあり方や関係者との連携等について検討してまいります。

●ご高齢のお客様に向けた取組



契約者によるお手続き等のお問合せが困難になった場合に備え、ご家族を登録いただき、そのご家族にもご契約の情報をお知らせするサービスです。

サービス登録
90万名
突破



ご高齢のお客様専用のフリーダイヤルを設置し、「高齢者に伝わりやすい発声・音声等を電話対応スキル」の専門研修を受講したオペレーターが丁寧な対応を行います。



押しやすい番号配列

- ※1 お客様サービス担当者が、お客様にお会いし、お申込内容の確認、お手続きやサービスのご案内等を行っています。
- ※2 指定代理請求人とは、被保険者ご自身が受取人となる保険金・給付金・年金等について、被保険者ご自身がご請求困難な場合に、代理でご請求いただける方です。
- ※3 被保険者の死亡に伴い必要となる「手続・税務等に関する電話相談」等をご利用いただける無料サービスに加え、お手続き内容に応じた専門家(有料)をご案内します。

お客様の声

スマートフォンからの手続きをもっと便利にしてほしい。

検討状況

スマートフォンを通じたサービスの提供が一般的になっている中、当社では2018年9月より、生体認証を活用したスマートフォンアプリを提供しております。

契約貸付のお手続きからサービスを開始しておりますが、現在は利用可能な手続きの拡大に取り組んでいます。

今後も、先端ITを積極的に活用し、お客様サービスの向上に努めてまいります。



お客様の声

給付金の請求手続きをもっと簡単にしてほしい。

検討状況

現在、給付金の請求は、お客様にて記入いただいた書類と医療機関発行の書類をご準備のうえ、郵送いただいておりますが、「もっと簡単に請求手続きを進めたい」というご意見をいただいております。

こうしたご意見を踏まえ、お客様ご自身のパソコンやスマートフォンで請求手続きが完結できることを検討しております。また、営業職員がご訪問の際、タブレット端末にてご請求いただけることもあわせて検討しております。

今後とも、デジタル技術を有効に活用し、お客様が簡便にお手続きができるよう、一日も早くお支払いが完了するよう、改善を進めてまいります。

企業としての
消費者関連取組

企業としての消費者関連取組

●中学生・高校生向け「出前授業」・「受入授業」

子どもたちが自分自身の将来について考え、きり拓いていくことを応援したいとの想いで、2011年から全国の当社職員が講師となり、「ライフデザイン」「家計管理」「支え合い」等をテーマに、「出前授業」「受入授業」を実施しています。

今後、成年年齢の引下げが予定されている等、若年者への消費者教育が注目されています。学習指導要領改訂にともない、生徒同士のグループワークや発表の場面を増やす等、授業内容の改訂を行っています。

8年間に
580校
57,826名
参加



出前授業の様子

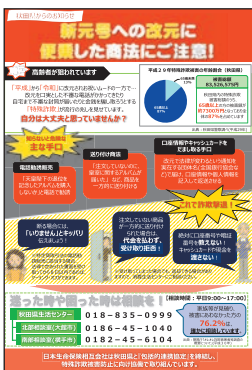
●消費者の見守り・啓発活動

当社は、地方自治体と協力した地域社会への貢献に取り組んでおり、高齢者見守り活動等、さまざまな協業取組を実施しています。

高齢者見守り活動では、例えば、秋田県と協働して「新元号への改元に便乗した詐欺の注意喚起」に関するビラを作成し、日々の営業活動の中でお客様へ配布するといった啓発取組を実施しています。

また、警察庁および警視庁と協働して高齢者を狙った「特殊詐欺撲滅」に関するビラを作成し、シニア世代・子世代への注意喚起取組を実施しています。

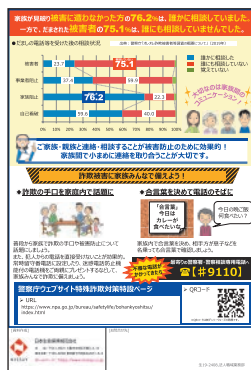
「包括的
連携協定」
29道府県
と締結



秋田県との協働ビラ（詐欺被害防止）



警察庁との協働ビラ（特殊詐欺撲滅）



協働ビラをお客様へ配布

「お客様の声」を経営に活かす取組

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

企業としての消費者関連取組

企業としての消費者関連取組

●全国約1,000カ所の消費生活センターと全国約100支社との定期的な交流

地域社会や消費者とのコミュニケーションの深化を目指して、全国の消費生活センターを定期的に訪問しています。積極的な課題意識の把握と解決に向け、テーマ性（ご高齢のお客様・障がいのあるお客様への対応等）をもって、当社取組のご説明や、地域の消費者問題や相談内容をおうかがいしています。

ご意見は全社で共有し、当社の取組みや従業員の意識醸成に活用しています。

消費生活センターからの声

- ・高齢者向けの対応をはじめとした情報提供は、大変参考になる。高齢者からの相談を受けた時に案内できる。広い世代への情報提供をお願いしたい。（秋田県内・千葉県内）
- ・高齢者や障がいのある方への対応の重要性が高まっている。一定の配慮や寄り添った対応をお願いしたい。（神奈川県内・鹿児島県内）
- ・出前授業のように、成年前から経済観念や将来について考えることが大切だ。（群馬県内）

交流を通じて、ニッセイ懇話会（P.8）や消費者モニター会議（P.8）にもご出席いただいております。また、地域における消費者領域の活動を中心に協働しています。



消費生活センターへの訪問
（釧路市）



消費生活センター長による
SDGs勉強会（水戸市）



消費者教育推進地域協議会での
当社取組の紹介（写真提供：浜松市）

■消費生活センターとの交流を通じて

川越支社のエリアにある約20の消費生活センターと定期的に情報交換させていただいており、地域の消費者問題や行政の取組等、最新の情報収集に役立っています。当社の取組へのご理解を深めていただくとともに、高齢者や障がい者に向けた取組等、共通の課題意識から意見交換もさせていただいています。

ニッセイ懇話会へもご参加いただいております。消費者問題や消費生活センターの取組を発信いただき、当社およびお客様にとって意義深いものとなっています。

当社と消費生活センターとの関係性の強化は、当社のお客様に限らず、広く社会へ貢献できるものと感じます。



川越支社

右：佐藤 隆（お客様担当部長）
（消費生活アドバイザー37期）

左：白鳥 恭子（ライフプラザ店長）
（消費生活アドバイザー36期）

●「消費生活アドバイザー」育成

消費者と企業・行政の架け橋となる消費生活アドバイザーの育成を推進しています。有資格者は46都道府県に在籍しており、社内における消費者志向の取組とともに、地域における消費者支援の活動にも積極的に取組んでいます。

有資格者
1,008名
2019年4月1日
現在



「消費生活コーディネーター」として活動 (写真提供: 徳島県)



自主勉強会の開催 (新潟支社)

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。

●全職員向け消費者志向に関する研修

当社では、約2万名の内務職員向けに「消費者志向研修」を実施し、消費者問題の動向や当社の苦情発生状況について理解を深めています。

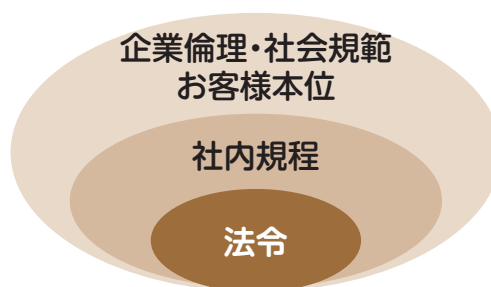
一方、約5万名のお客様へのサービスを担う営業職員向けには、法令等遵守教育をはじめとした社内番組による研修と番組に関するテストを定期的実施し、内容の理解度を確認しています。

また、課長相当職登用前の研修において、事例を活用し、改めてお客様本位の考え方の浸透・徹底に取り組んでいます。そのほか、全国で事務やお客様対応を担う非管理職内務職員向けの「お客様サービステスト」で実務知識・スキルの習得確認を実施する等、消費者志向の醸成を図っています。

■コンプライアンス (法令等遵守) の推進

当社は、コンプライアンス (法令等遵守) とは、狭義の法令にとどまらず、あらゆる社会規範を遵守すること、そして、お客様・社会の信頼に応え、誠実に仕事をしていくことであると考えています。

全役員・職員がコンプライアンスの担い手であり、コンプライアンスが業務遂行の前提であるという基本理念のもと、コンプライアンスの推進に取り組んでいます。



戦後の物不足から高度経済成長期、インターネットの普及など、社会の変化に伴って、さまざまな消費者問題が発生してきました。それを解決するために制度を整備し、法律の制定、改正を進めてきたのが消費者行政です。2009年、消費者庁・消費者委員会が設立され、本年9月に10周年を迎えました。この10年間は、それまでにないスピードで制度整備、法律改正等が行われ、中でも、消費者安全法において、消費生活センター、消費生活相談員が明確に規定され、社会的な理解が促進されたと嬉しく思っています。

また、消費者庁において、消費者志向経営自主宣言の取組がされています。適切な事業活動を行っている事業者に光をあてて、消費者に知ってもらおう制度を国が作ったことは大変意味のあることと思います。

一方で、成年年齢引下げを目前に控え、若年者への消費者教育や、オンラインプラットフォームが介在する越境取引や個人間取引の広がり、そして、今も相談件数が高止まりである高齢消費者問題、地方消費者行政への強化充実など、消費者行政には、まだまだたくさんの課題があります。

日本生命様の「お客様の声白書」を拝見して、まず第一に、企業はさまざまなステークホルダーに伝えたいことがたくさんあり、ともすれば誰に伝えたいメッセージなのかわかりにくいケースがありますが、消費者へのメッセージであることが明確だと思いました。

また、不満の声の具体的な分析は、企業としてはマイナスイメージになるとも考えられるところ、消費者としては、不満を不満として受止めてくれた、伝えて良かった、改善してくれるだろうと思うのではないかと推測します。そして、お客様の声にもとづく改善取組事例は、まさにその結果だと思えます。一人の消費者の声は、一人の声ではなく、その背後に、多くの同じ声があるのだということ認識すればこそその改善であり、それは、双方向コミュニケーションの実現であると考えられます。

消費者庁が設立される以前、消費生活センターに生命保険の相談が寄せられても、どこに連絡すればよいのかわからず、連絡ができたとしても話し合いを期待することはできませんでした。まして、金融機関による消費生活センター訪問はなかったと思います。現在、日本生命様が継続して実施している消費生活センター訪問や、ニッセイ懇話会、消費者モニター会議もまた、消費者と企業とのコミュニケーションと評価されると思います。本協会の消費生活相談員である会員も参加させていただき、消費生活相談の現状をお伝えすることができ、同時に日本生命様の不断の努力を知ることができる有益な機会となっています。今後とも、安心安全な暮らしの実現のために、連携させていただき、ともに努力していきたいと思えます。どうぞよろしく願いいたします。



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1891名の会員（2019年3月末時点）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。

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〉

<https://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。



〈金融機関販売商品のお問合せ〉

[ニッセイダイレクト事務センター] **0120-562-186** (通話料無料)

受付時間 月～金曜日 9:00～17:00

(祝日、12/31～1/3を除く)

〈確定拠出年金のお問合せ〉

[ニッセイ確定拠出年金コールセンター] **0120-21-8656** (通話料無料)

受付時間 (オペレーターによるご案内)

月～金曜日 9:00～20:00

土・日曜日 9:00～17:00

(祝日、振替休日、年末年始等を除く)



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。



NISSAY

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。