

消費者志向自主宣言

平成 29 年 1 月 16 日
日本生命保険相互会社
代表取締役社長 筒井 義信

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、電話や窓口等にも多くの「お客様の声」が寄せられています。これら「お客様の声」を真摯に受けとめ、サービス向上にいかす場として、関係役員・部長層をメンバーとする「お客様サービス向上委員会」（経営会議の諮問機関）や経営会議、取締役会を定期的で開催し、経営層も関わった「お客様の声」の継続的な改善取組を実施しています。

また、これらの取組をより強固なものとする目的で、平成 28 年 4 月に、苦情を中心とした企業のお客様対応についての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。

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することを宣言します。

I. 理念

当社は、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、社内研修での唱和等を行っています。

<私たちの誓い>

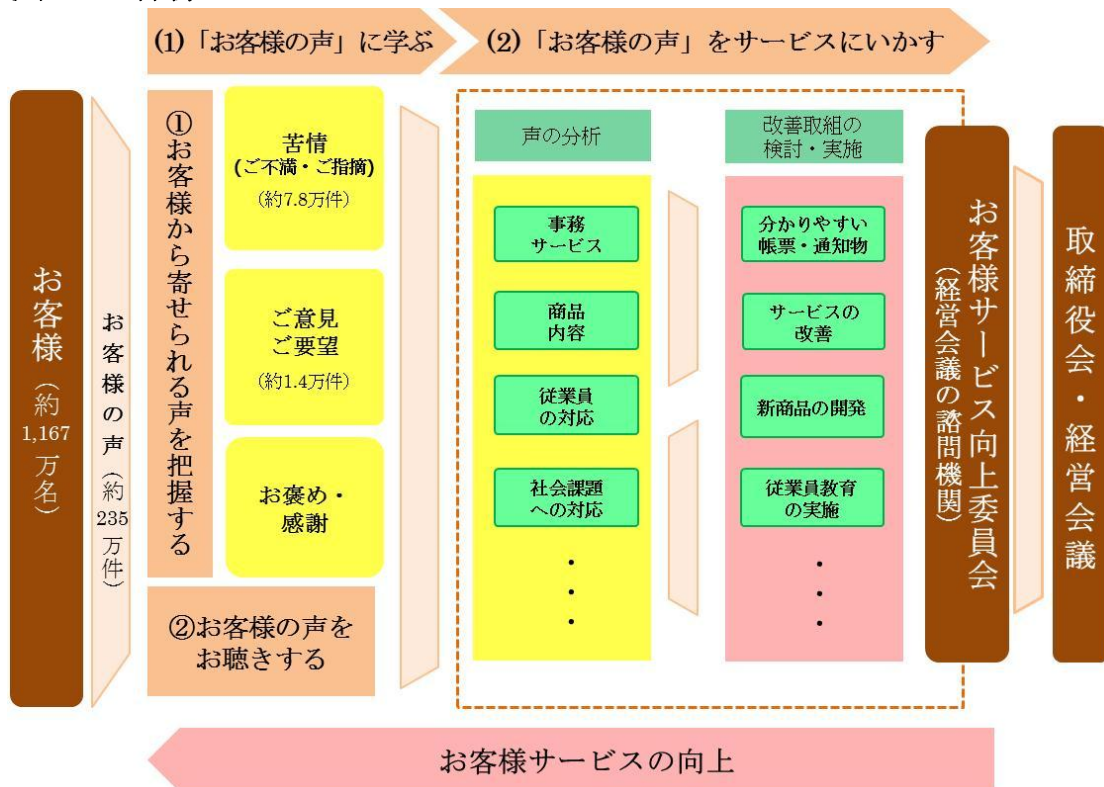
- 1) 日本生命の代表として、お客様に信頼いただけるよう、最善を尽くします。
- 2) お客様のご要望に、誠実・迅速にお応えします。
- 3) お客様の声を大切にし、学び、サービス向上に努めます。
- 4) 仲間の輪を育み、Face-to-Face で、お客様の輪を拡げます。
- 5) ルール・マナーを守り、社会の一員として、お客様とともに行動します。

II. 取組方針

当社では「ISO10002」（苦情対応マネジメントシステム規格）に準拠した社内規程にもとづき以下の取組を実施します。

1. 「お客様の声」を経営にいかす取組

<取組の全体像>



(1) 「お客様の声」に学ぶ取組

① お客様から寄せられる声を把握する取組

○当社は、営業職員が毎年ご契約者に保険金支払に該当するご病気の有無や保険金受取人をはじめとしたご家族の状況について確認する「ご契約内容確認活動」を通じてフェイス・トゥ・フェイスでお客様の声を収集しています。また、ニッセイコールセンターへの入電、窓口へのご来社等を中心に、平成27年度は年間約235万件の手続依頼・相談等をいただいています。

○お客様から寄せられた約235万件の手続依頼・相談等は一元的に管理され、「苦情(ご不満・ご指摘) [約7.8万件]」「ご意見・ご要望 [約1.4万件]」「お褒め・感謝 [約25万件]」を中心に、お申し出内容を分類・分析しています。

- －「苦情(ご不満・ご指摘)」については、様々な取組を実施した結果、平成24年度をピークに年々減少していますが、依然として約7.8万件いただいております、これらのお申し出を更なるサービス向上にいかすための取組を推進します。

② お客様からご意見を直接お聴きする取組

- ご契約者からご意見をいただく取組として、昭和50年から毎年、全国の支社で「ニッセイ懇話会」を開催しています。
 - －平成27年度は全国106会場で開催し、5,696件のご意見・ご要望をおうかがいしています。
- 消費者対応の専門家から消費者視点でご意見をいただく取組の一環として「消費者モニター会議」等を定期的に開催します。
- お客様の視点から当社の取組を評価いただき、更なるサービス向上にいかすため、「お客様満足度調査」を毎年実施します。

(2) 「お客様の声」をサービスにいかす取組

- 「お客様の声」のうち、とりわけ「苦情(ご不満・ご指摘)」「ご意見・ご要望」については、お申し出内容も多岐にわたるため、発生原因等に応じた分類・分析を行い、各部門にて分析結果をふまえた改善取組を検討・実施します。
- 各部門での取組状況・結果については、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」で共有化します。
 - －委員長を販売担当取締役、副委員長を事務・サービス担当取締役とし、「お客様の声」に関わる全ての関係役員・部長層で構成することで、特定の部門に偏らない全社的な視点での議論や意見交換をします。
- 「お客様サービス向上委員会」での審議内容については、経営会議・取締役会に報告し、経営層も関わりながら、お客様の声を経営にいかす継続的取組(PDCAの実践)を実施し、コーポレートガバナンスを確保します。
- また、お客様から寄せられた「お褒め・感謝」についても社内で共有化し、お客様にご満足いただく行動を意識・実践できるよう取組みます。

2. お客様対応力向上に向けた取組

○当社では、従業員の消費者視点醸成やお客様対応力強化、人材育成を目的に「消費生活アドバイザー」の育成を推進します。

ー平成27年度の有資格者数は464名（企業別登録者数第1位）となり、消費者視点で日々の業務に取り組んでいます。

○また、認知症への理解促進や認知症で困っている地域の方を応援する観点から、従業員の「認知症サポーター」養成を推進します。

ー平成27年度時点で約1.5万名のサポーターを養成しています。

3. 取組結果の発信

○「お客様の声」にもとづく改善取組事例については、ディスクロージャー資料、ホームページ等に加え、平成26年度から年1回発行している「お客様の声白書」を通じ、定期的にご契約者や消費生活センターの方々へ情報発信します。

○情報発信を通じていただいたご意見やご要望についても社内で共有化し、サービス向上に向けた改善取組にいかします。

以 上