

# お客様の声白書

2025



日本生命保険相互会社

NISSAY

## ごあいさつ

日頃より日本生命をお引立ていただき、誠にありがとうございます。

2025年4月1日より社長に就任いたしました朝日智司です。

私たち日本生命グループは、事業活動を通じて『誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会』の実現を目指し、人・地域社会・地球環境の3つの領域で社会課題の解決に向けた取組を進めています。

目指す企業像は、生命保険を中心にアセットマネジメント・ヘルスケア・介護・保育などのさまざまな安心を提供する“安心の多面体”としての企業グループです。当社事業の中心である、生命保険・サービスの提供に加え、社会課題の解決につながる様々な安心をお届けしていく活動を、推進してまいります。

このことを改めてグループ全員で共有するため、「まっすぐ、お客様へ。もっと、地域、社会のために。」を基本方針として掲げました。これまで以上に、地域や社会の課題解決に貢献するサステナビリティ経営を推進することで、経営理念に謳う「共存共栄」「相互扶助」に則って、グループ全員で社会と人々の幸せを実現するという思いを表したものです。一人ひとりが自分ごととして地域社会の課題に向き合い、地域に暮らす皆様とともに発展できる社会づくりに貢献していきます。

この「お客様の声白書2025」は、「お客様本位の業務運営」の成果であるお客様の声にもとづく改善取組や「サステナビリティ経営」を実践する取組の事例を紹介した冊子であり、全国各地の消費生活センター訪問、全国で開催するニッセイ懇話会などの場面で活用しています。

当冊子が、地域社会の課題に向き合い、地域に暮らす皆様とのコミュニケーションのきっかけとなれば幸いです。今後も相互扶助の精神を守りつつ、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。

2025年11月

日本生命保険相互会社

代表取締役社長  
社長執行役員 朝日 智司



## 目次

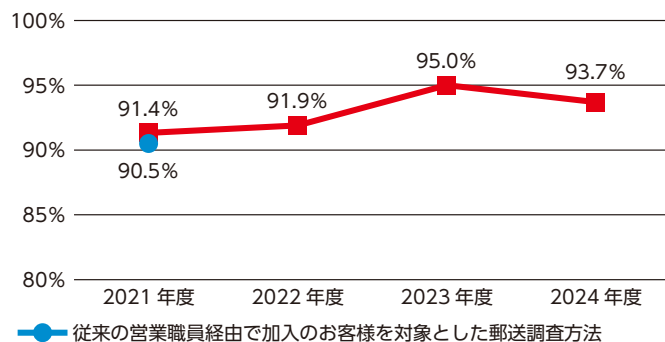
● 「お客様の声」を経営にいかす取組 .....	3
「お客様の声」に学び・いかす取組 .....	5
「お客様の声」の受付体制 .....	7
2024年度当社に寄せられた「お客様の声」 .....	9
2024年度「お客様満足度調査」の結果 .....	10
● 「お客様の声」にもとづく改善取組事例 .....	12
● 企業としての消費者関連取組 .....	24
● 寄稿 .....	29

# お客様の声白書 2025 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93.7%のお客様に「満足」「やや満足」とご回答いただきました。

その一方、お客様からの「苦情(ご不満・ご指摘)」は、約4.6万件となりました。

## ●お客様満足度調査（総合満足度）（P.10）

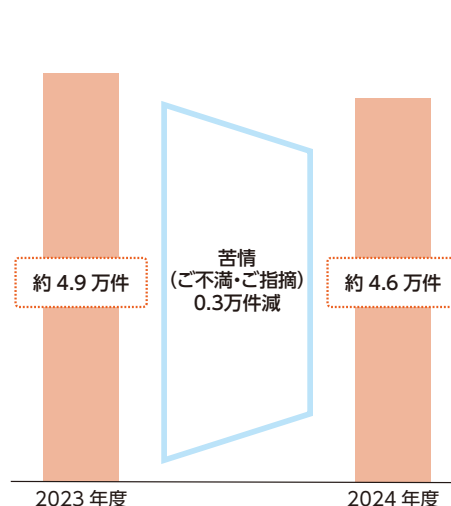


※2021年度より、Web調査を実施しています。

加えて、調査対象のお客様についても過年度より拡大しています。

（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」と回答したお客様の占率）

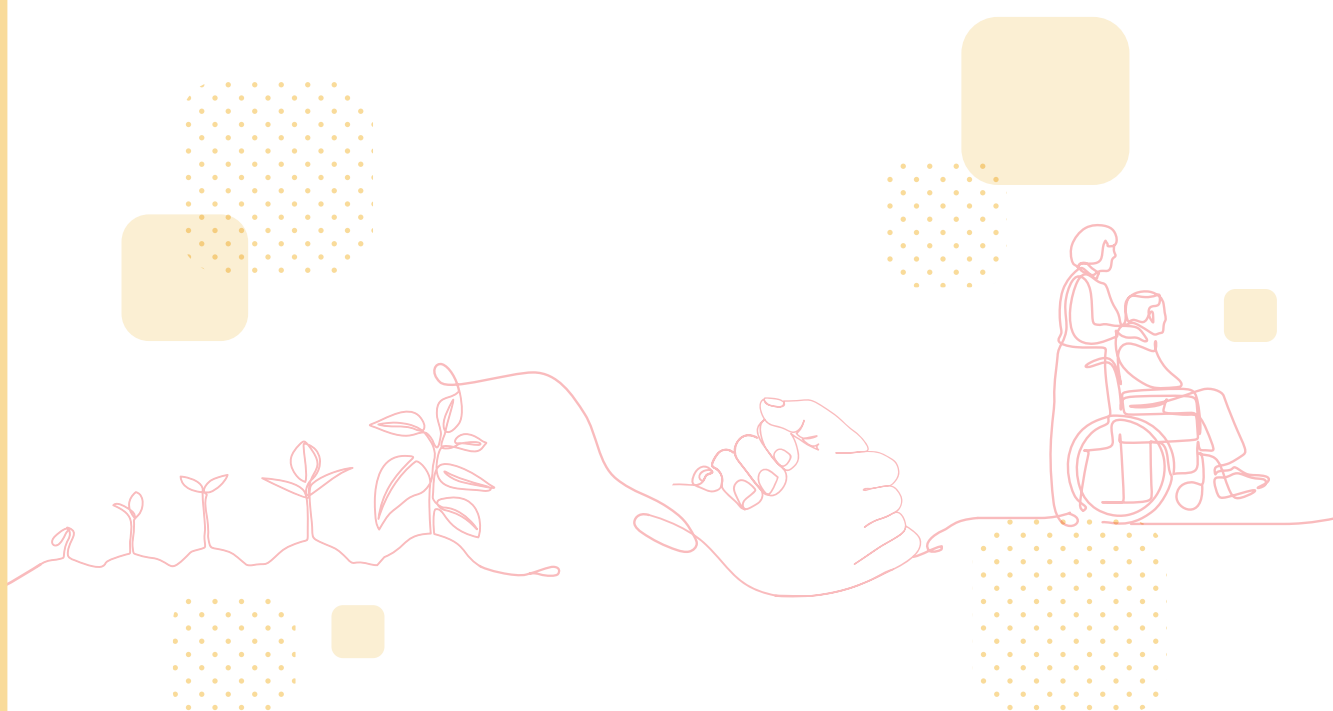
## ●苦情（ご不満・ご指摘）（P.9）



「お客様の声」にもとづく改善取組事例を当白書で紹介しています。引き続き「お客様の声」を大切にし、お客様サービスの向上に取組んでまいります。

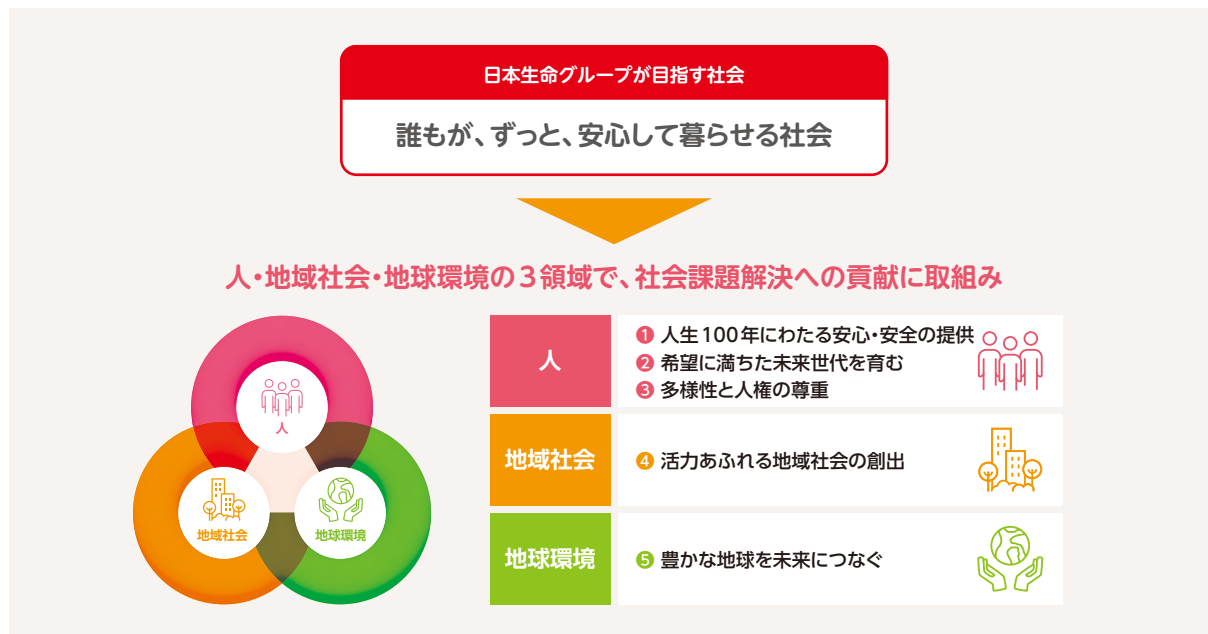
【過年度より継続】	商品パンフレットの改良／定期通知の改良(P.22)
【2025年 1月】	「ちょこつま」発売(P.14)
【2025年 3月】	保育イノベーションコンソーシアムの発足(P.21)
	給付金請求の簡易取扱等の拡大(P.17)
【2025年 4月】	「NISSAYハピネスナビ」開始(P.15)
	「SAAGAS」のEAP事業者による自社商材取扱開始(P.20)
【2025年 6月】	「よりそいサポート」提供開始(P.23)
	「フェニックスケアプラス」発売(P.16)
【2025年 7月】	『被保険者同意Web』のサービス開始(総合福祉団定)(P.19)
【2025年 9月】	「お手続き方法のご案内」ビラの改訂(P.18)

## 「お客様の声」を 経営にいかす取組



## ●サステナビリティ経営

当社グループは『誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会』の実現を目指し、重点的に取組む領域として「人」「地域社会」「地球環境」の3領域を定め、サステナビリティ重要課題5項目に対する取組を進めています。



## ●お客様本位の業務運営

サステナビリティ経営の更なる高度化に向けて、中期経営計画に掲げる各戦略のもと取組を推進しており、これらの戦略の根幹となるのが、「お客様本位の業務運営」です。

「お客様の信頼の上にのみ事業が成立する」という認識のもと、  
「お客様の声を起点とした継続的なサービス向上」と「各事業戦略におけるお客様本位の業務運営のPDCA」  
を基本に以下の2軸を推進

### 苦情・コンダクトリスクへの対応強化

「着眼点※」もふまえた不祥事案の未然防止、  
苦情減少に向けた取組の推進

より実効的な管理・教育体制の構築に向けた  
営業現場組織の強化

※生命保険協会が、営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の高度化に向けた原理・原則（プリンシプル）と具体的取組事例等をまとめ、「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化にかかる着眼点」として公表

高齢者や外国人等、より配慮が必要な  
お客様への手続きサポートの充実

### お客様の体験価値(=CX)の向上

既存取組の高度化

お客様の声活用の更なる推進等を通じた、  
商品・サービス、チャネルの付加価値向上

独自性・競争力を備えた商品・サービスの創出を  
通じた新たな付加価値の創出

# 「お客様の声」を経営にいかす取組

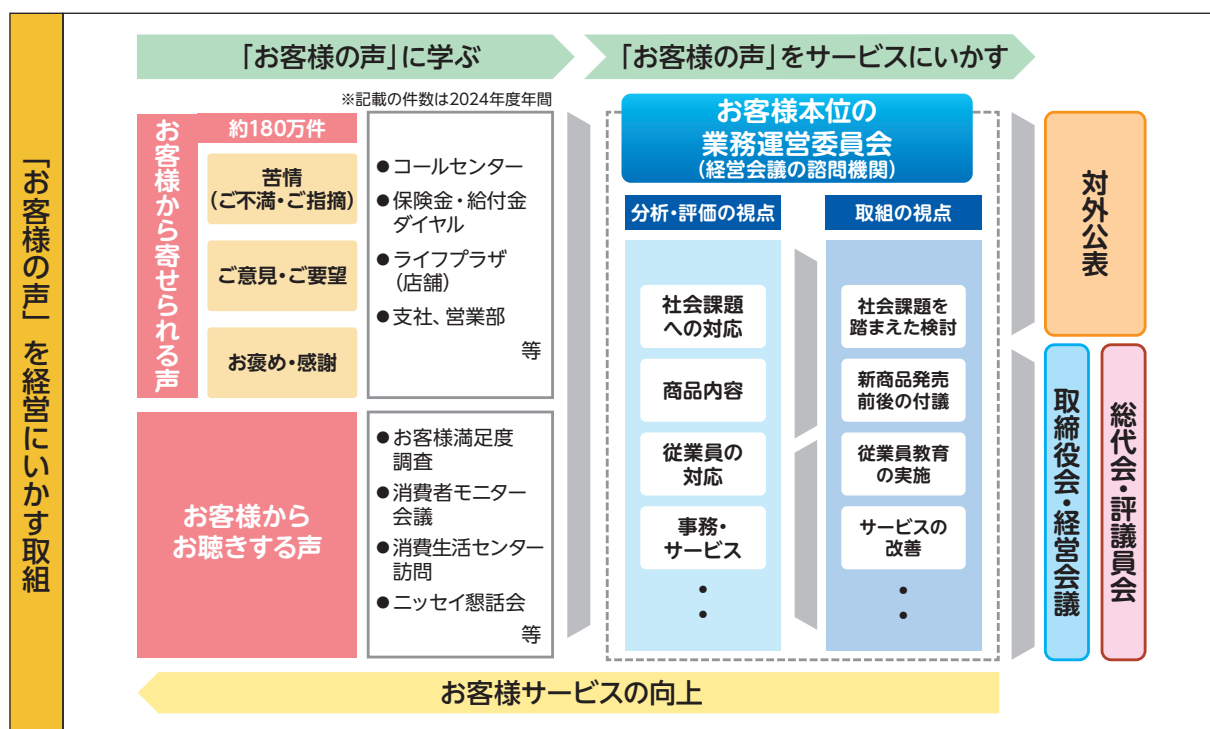
## 「お客様の声」に学び・いかす取組

### ●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。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「お客様本位の業務運営委員会」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.6)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」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

- 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、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、お客様の輪を広げます。
- 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。

## ●お客様本位の業務運営に係る方針

お客様が真に求める商品・サービスの提供に向け、全ての部門が日常業務として一層実践していくことを目的に、当社業務や行動指針「私たちの誓い」を反映する形で、全社方針を改定しました。

### お客様本位の業務運営に係る方針

1	全社方針	あらゆる業務での お客様本位の業務運営の実践
2	新契約	よりよい商品・サービスのご提供と、 お客様に相応しいコンサルティングの実施
3	アフターフォロー	確実な保障責任の全う
4	ルールの遵守	利益相反の適切な管理・ コンプライアンスの遵守
5	お客様の評価	お客様の声をいかす取組・結果の検証
6	チャネルの管理	一人ひとりがお客様本位で 行動するための取組

## ●関連する対外公表

### 「お客様本位の業務運営の取組内容・結果」（2017年3月～）

お客様本位の取組をわかりやすくお客様にご理解いただくべく、販売チャネルごとの具体的な取組内容やその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。

# 「お客様の声」を経営にいかす取組

## 「お客様の声」の受付体制

### ●ニッセイコールセンターについて

全国のお客様からの生命保険に関するお問合せへの対応やお手続きのサポートを専門のオペレーターが承ります。また、ニッセイホームページ・日本生命アプリを利用するお客様のサポートも行っています。

お客様一人ひとりに丁寧でわかりやすく、かつスピーディーな対応を心がけています。



### ご高齢のお客様専用ダイヤル（シニアほっとダイヤル）

自動音声案内が聞き取りづらく、用件選択が難しいというお客様の声を受け、オペレーターへ直接つながる専用ダイヤルを設けています。オペレーターは、「話す速度」「聞き取りやすい発声」「わかりやすさ」を意識した話し方等の専門的な電話対応スキルを身につけています。さらに、書類を送付したお客様に対しては、必要に応じ、コールセンターからお電話をして記入方法等をサポートする「手続きフォローコール」を行っています。

### ●保険金・給付金ダイヤルについて

2025年3月24日に「保険金・給付金ダイヤル」を新設しました。入院・手術給付金、死亡保険金の請求に関するお問合せを専門のオペレーターが承ります。オペレーターは、当社個人保険領域の商品知識や医学知識を有しており、お客様一人ひとりに寄り添った丁寧な対応を心がけております。



### ●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12万名のお客様にご来店いただいています。

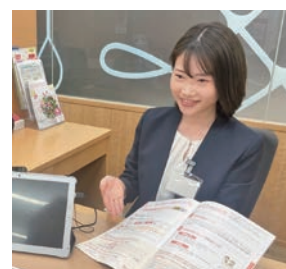
保険に関する各種お手続きやご相談はもちろん、資産活用、医療・介護への備え、教育資金の準備等、幅広く専門的なコンサルティングを行っています。

お電話に加え、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。

音声聞き取りにくいお客様への応接補助機器として、  
バリアフリー音響機器「comuoon®（コミュニケーション）※」を設置  
※ユニバーサル・サウンドデザイン株式会社の登録商標。全国99店舗で導入済





## ●ニッセイ懇話会について

ニッセイ懇話会は、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・ご要望をお伺いする場として、1975年から毎年開催しています。

2024年度は、2025年1月から3月にかけて、全国の支社等の会場とオンラインを組合せたハイブリッド形式等にて開催し、ご契約者からさまざまなご意見・ご要望をいただきました。いただいたご意見・ご要望は社内でも検討し、経営に反映するよう努めています。



出席役員による事業活動の説明

## 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（消費者）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。2024年度は33名の方に、会場やオンライン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※

- ・日本生命の取組に加え、ご契約者からのご意見や生命保険への期待を聞くことができ、非常に有意義だった。消費生活センターに寄せられる相談の中には、契約時には内容を理解していても、給付事由が発生した際には内容を忘れてしまっているケースがあり、日本生命の営業職員によるフォローが重要と感じている。
- ・契約トラブルは、事業所の方だけ、もしくは契約者の方だけ、どちらか一方の努力だけではなくならないものだ意識している。このニッセイ懇話会のような、双方の理解を深める機会を作ることを継続してほしいと思う。

## ●消費者モニター会議について

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ました。

開催時期	テーマ
2024年7月	「ニッセイかぞくリンク」案内ビラ
2025年2-3月	告知書・告知重要事項・告知事項説明書の見直し



会議の様子（オンライン開催）

※出席者からいただいた声の中から、当社で抽出・編集して掲載しています。

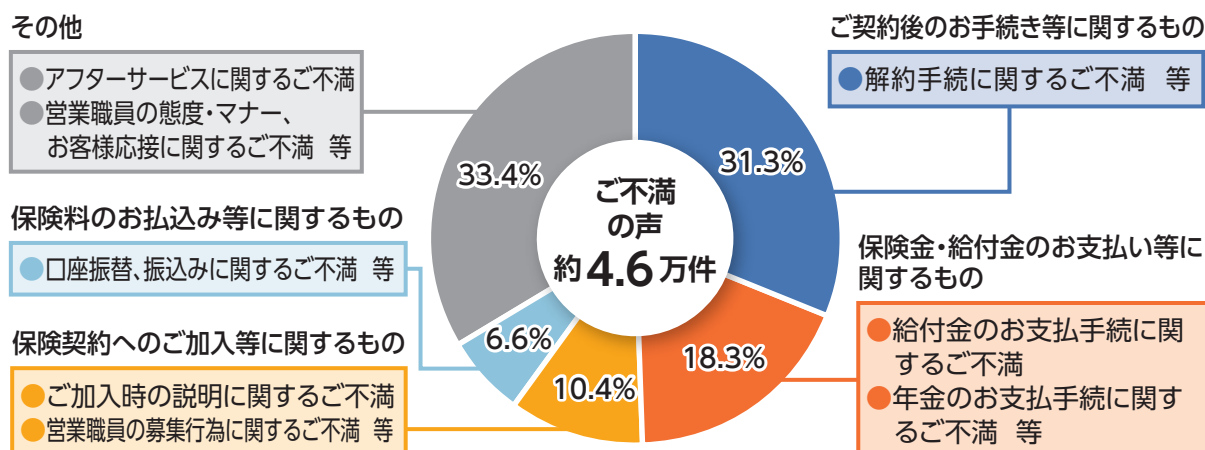
## 「お客様の声」を経営にいかす取組

### 2024年度 当社に寄せられた「お客様の声」

2024年度は、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、「苦情(ご不満・ご指摘)」、「ご意見・ご要望」、「お褒め・感謝の声」、その他お手続きに関するご照会など、約180万件の「お客様の声」をいただきました。

#### ●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。【詳細P.12～23】  
〔「お客様の声」を経営にいかす取組の全体像はP.5に記載しております。〕



#### ●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

- ・ 毎年のご契約内容確認活動を通じて、ご契約者サポートサービスを勧めてくれたり、離れて暮らす子どもたちのことも気遣ってくれたり、親身になっていただいています。ありがとうございます。  
(北海道 80代 男性)

##### 保険金請求時にいただいた感謝

- ・ 充実した内容の保険を提案していただき、本当にありがとうございました。新3大疾病保障保険へ見直しをしていただき、その後保険金を受取ることができて大変助かりました。  
(三重県 30代 女性)

※お客様からいただいた声の中から、当社で抽出・編集して掲載しています。

## 2024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。

2024年度のお客様満足度結果（KPI）について、対面での訪問活動に加え、LINE等のデジタル接点やHP等でのダイレクト手続拡大等によるお客様の望まれる接点での関係構築や、身体障がい・要介護状態に対する保障をバージョンアップした「生活サポート保険“生活サポートW”」の発売等、お客様ニーズに合せた商品の提供に取組んだ結果、93.7%と当社目標水準である90%台を達成し、引続き高い水準を確保しています。

2025年度も引続き、お客様の声を聴く中で、業務運営の状況について定期的に検証・見直しを行い、全業務分野において、お客様本位の業務運営をより一層推進します。

### 実施概要

#### 調査手法

Webによるアンケート調査

#### 調査対象

既契約者約6.5万名

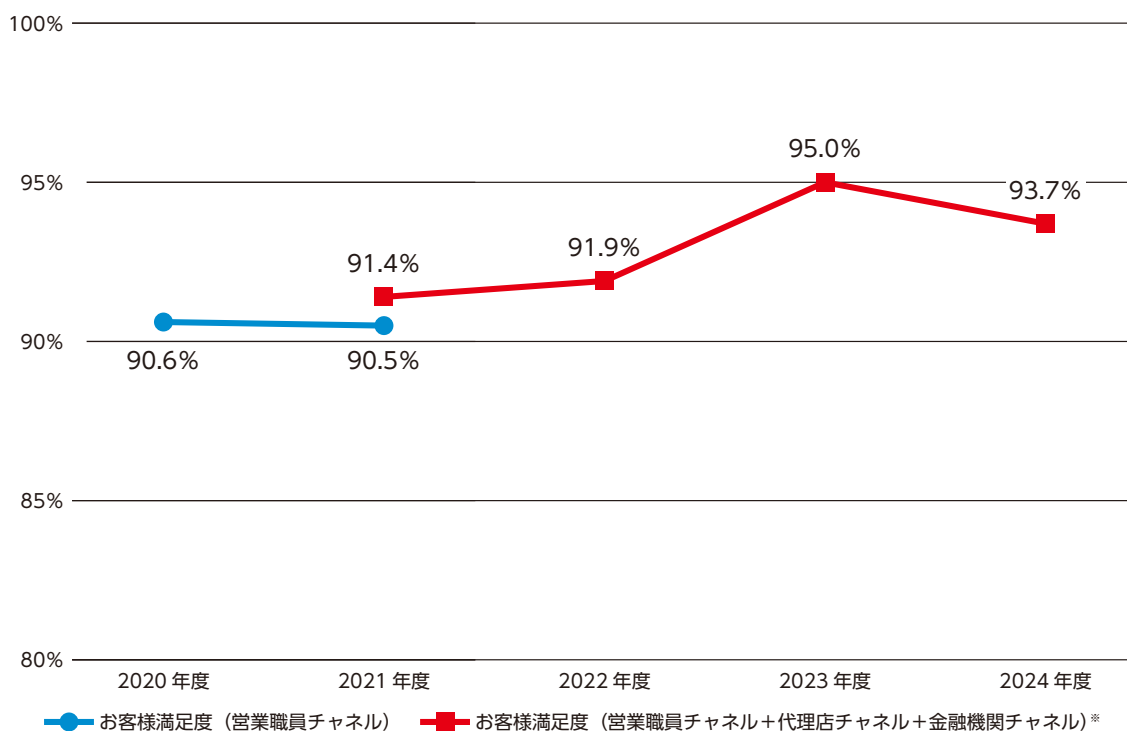
#### 調査時期

2024年9月

#### 有効回答数

約1.0万名

### 総合満足度過年度推移

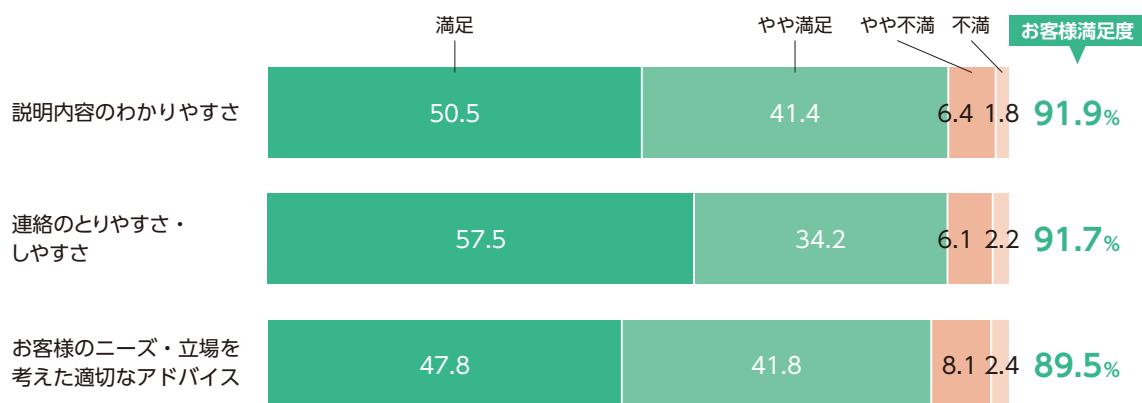


お客様満足度とは、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」と回答したお客様の占率です。  
※2021年度からWeb調査を実施、加えて調査対象のお客様についても拡大しています。

# 「お客様の声」を経営にいかす取組

## 2024年度 「お客様満足度調査」の結果

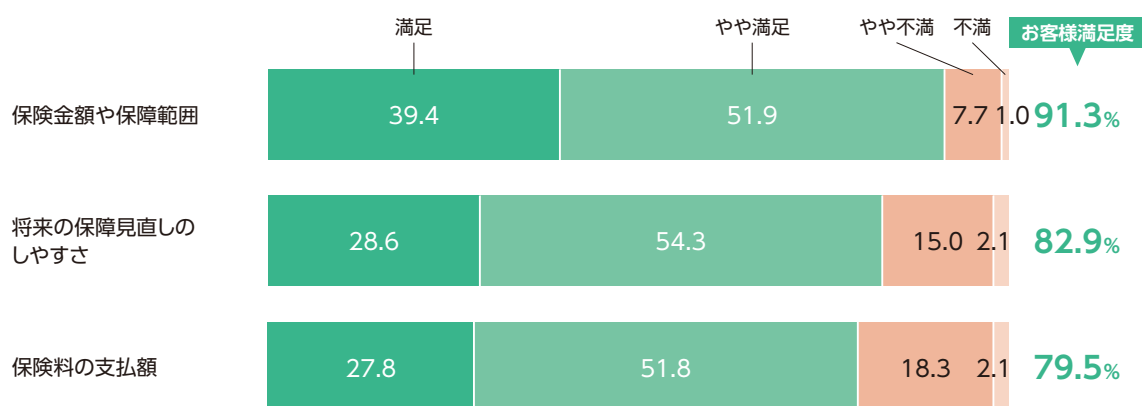
### 営業担当者に対する満足度



#### お客様からいただいたご意見・ご要望の例※

- ・お客様第一に考えてくださり、見直し期間が来た時に相手の気持ちになって話してください。  
(茨城県 60代 女性)
- ・できるだけ専門用語は用いず、わかりやすく説明してほしい。  
(東京都 50代 女性)

### 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※

- ・豊富な商品があり、今の自分にあったものを選べた。これからも時代に合った商品開発をお願いいたします。  
(埼玉県 50代 男性)
- ・将来が安心できるような、年金や貯蓄等の商品のバリエーションがあると良い。  
(愛知県 40代 女性)

※お客様からいただいた声の中から、当社で抽出・編集して掲載しています。

## 「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

事例 No.	お客様の声	改善内容	掲載ページ
1	手軽に資産形成を始められる商品がほしい	「ちょこつみ」の発売	P.14
2	サンクスマイルとの交換でより利便性の高い賞品がほしい	NISSAY ハピネスナビ	P.15
3	経営者が要介護状態に該当した場合の事業保障資金や退職慰労金を準備できる商品がほしい	「フェニックスケアプラス」の発売	P.16
4	他社では診断書以外で給付金請求が可能な場合でも、日本生命では診断書の取寄せが必要で不便	領収証で給付金請求できる範囲の拡大と、それに伴うインターネット（ニッセイマイページ）での請求範囲の拡大	P.17
5	解約手続時のマイページの画面遷移がわかりづらい	「お手続方法のご案内」ビラの改訂	P.18
6	企業保険のお手続きについて、Webでお手続可能な範囲を拡大してほしい	『被保険者同意Web』のサービス開始により、お手続きのWeb化（ペーパーレス化）を実現	P.19
7	「SAAGAS」をより手軽に利用したい	業務提携により、特定の従業員支援プログラム事業者が自社商材としての取扱いを開始	P.20
8	保育事業の取組を充実させてほしい	保育イノベーションコンソーシアムの発足	P.21
9	金融機関で加入する外貨建保険について、リスク等をわかりやすく説明してほしい	《金融機関窓口販売商品》商品パンフレットの改良／定期通知の改良等	P.22
10	Web手続の方法がわからない	《金融機関窓口販売商品》Web画面共有サービス「よりそいサポート」の提供	P.23

## お客様の声

手軽に資産形成を始められる商品がほしい

## 事例1

## 「ちょこつみ」の発売



2025年1月～

## 改善内容

「手軽・手頃で安全性の高い資産形成商品」をコンセプトとした積立保険の発売

- 昨今の「資産運用立国」の実現を目指す政府動向や、「金利ある世界」の到来等を受け、特に20代～30代を中心に資産形成に対するニーズが高まっています。
- NISA・iDeCoが急速に普及する一方、金融商品選択時には「安全性・利便性」を重視する方が多いと認識しております。  
加えて、当該層の保険未加入の主な理由として保険料負担へのハードルが高いことが挙げられています。
- このような背景を踏まえ、若年層を中心に、資産形成・金融リテラシー向上への第一歩を後押しするべく、「手軽・手頃で安全性の高さ」を追求した新商品を開発しました。

## ちょこつみのポイント

ニッセイ傷害保障付積立保険

POINT  
1

満期日を迎えた場合、**返戻率※105.2%**の満期保険金を受取れます。

※返戻率＝満期保険金÷累計保険料

POINT  
2

満期前に解約した場合でも、お支払いいただいた保険料と**同額以上の金額を保証**します。

POINT  
3

保険料の**お払込みは3年で終了**します。  
また、毎月の払込保険料は、**[3,000円・5,000円・10,000円・20,000円・30,000円]**から選択可能です。

## 「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の  
声

サンクスマイルとの交換でより利便性の高い賞品がほしい

事例2

NISSAY ハピネスナビ

2025年4月～

NISSAY  
**ハピネスナビ**

改善  
内容

コロナ禍を機とした環境変化等に伴って、デジタルを中心とした新サービスを開始。コンビニギフトやデジタルコンテンツ等、お客様の利用頻度を高めることが可能なラインアップを準備。

NISSAY  
**ハピネスナビ**

### ● サービス概要 ●

“安心を土台に、日々を豊かにするサービス”をコンセプトに、  
「**ハッピーギフト**」「**ライフコンテンツ**」「**リスクケアサービス**」の  
3つのメニューで構成しています。

Happy Gift  
**ハッピーギフト**

アンケートへのご回答やお客様情報のご登録で**もれなく**  
**もらえるギフト**や**抽選で当たる賞品**を受取れるサービス

Life Contents  
**ライフコンテンツ**

日々を豊かにする思いがけない**発見**や、**リスク軽減**に役立つ  
**気づき**が得られる、お客様限定公開のデジタルコンテンツ

Risk Care Service  
**リスクケアサービス**

**健康増進・疾病予防・早期発見**等に役立つサービスや、  
**もしもの時に保険と一体でお客様をお守り**するサービス

NISSAY ハピネスナビに関する詳細はこちらからご確認ください ▶



## お客様の声

経営者が要介護状態に該当した場合の事業保障資金や退職慰労金を準備できる商品がほしい

2025年6月～

## 事例3

## 「フェニックスケアプラス」の発売



## 改善内容

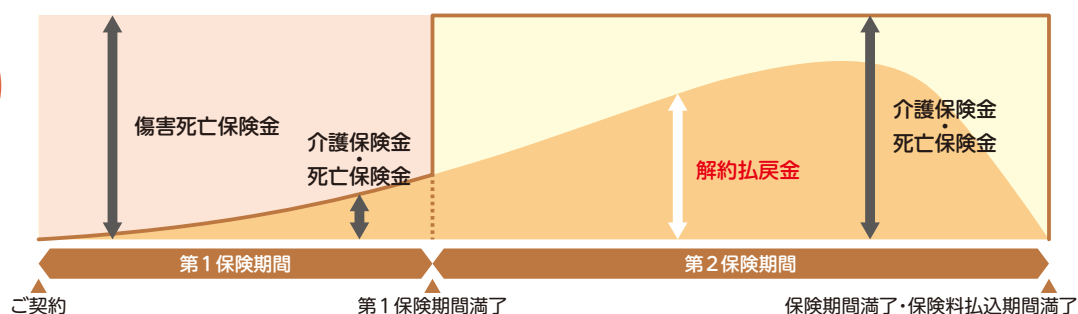
契約当初一定期間は傷害による死亡に重点的に備え、その後一定期間は、死亡保障に加え、要介護状態に該当された場合の保障を確保できる商品を発売し、高齢化する経営者のニーズに幅広く対応。



## のポイント

- |         |   |
|---------|---|
| POINT 1 | 万一の時に加え、 <b>要介護状態該当時</b> にも(死亡)保険金等を事業保障資金等の財源として活用可能 |
| POINT 2 | ご勇退の際、 <b>解約払戻金</b> を役員等の退職慰労金の財源として活用も可能             |
| POINT 3 | <b>4項目の告知のみ</b> で申込可能                                 |
| POINT 4 | 「ベストドクターズ・サービス」「身体障がい・介護の時のサポートデスク」の利用が可能             |

## 商品イメージ



## 「お客様の声」にもとづく改善取組事例

### お客様の声

他社では診断書以外で給付金請求が可能な場合でも、日本生命では診断書の取寄せが必要で不便

### 事例4

2025年3月24日～

### 領収証で給付金請求できる範囲の拡大と、それに伴うインターネット(ニッセイマイページ)での請求範囲の拡大

### 改善内容

領収証で給付金請求可能な範囲を拡大し、一部の給付金請求を除いて診断書に代えて領収証で請求可能となりました。  
これにより、インターネット(ニッセイマイページ)で請求可能な範囲も広がり、より便利にご利用になれます。

#### ●領収証で給付金請求可能な範囲が大幅に拡大しました。

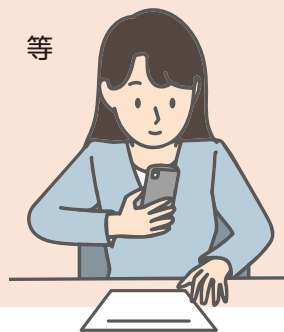
##### 対象となるご請求

- 入院給付金・(外来)手術給付金・通院給付金・放射線治療給付金、特定損傷給付金、収入サポート給付金、がん要精検後検査等給付金のご請求
- 支払事由発生時点でご加入(注1)から1年以上経過している契約のご請求  
(入院総合保険の外来手術給付金請求のみの場合は、ご加入から1年以内でも可)  
(ケガ(災害)を原因とした請求の場合は、ご加入から1年以内でも可)
- がんに関する保険・特約のうち、以下①②の条件をともに満たすご請求  
①過去にがんの請求をし、支払われたことがある(初回請求でない)場合  
②前回の支払いから、1年以内の請求

(注1)ご加入とは、責任開始日のことをいいます。

※上記にかかわらずご契約内容によっては診断書のご提出が必要となる場合がございます。

等



#### ●インターネット(ニッセイマイページ)でお手続可能な範囲も拡大しました。

スマートフォン・パソコンを活用し、24時間いつでもご請求いただくことができます。

※メンテナンス等で利用できない場合もございます。



## お客様の声

解約手続き時のマイページの画面遷移がわかりづらい

2025年9月～

## 事例5

## 「お手続き方法のご案内」ビラの改訂

## 改善内容

お客様へ送付する「お手続き方法のご案内」ビラにQRコードを登載し、解約手続画面（「請求手続きの確認」画面）に直接遷移できるように改訂

## これまで

マイページにログイン後、お手続きメニューの「各種お手続き」より「請求手続きの確認」画面に進む必要がありました。

ログインはしたが、解約の手続画面が見つけれないなあ…

お客様



## 改訂後

## お手続き方法のご案内

このたびのご請求は、以下A・Bのいずれかの方法で簡単にお手続きいただけます。  
「請求内容確認書」をご確認のうえ、お手続きください。書類の提出は不要です。  
※複数の契約をお手続きする場合は、契約ごとにお手続きが必要となります。

必ず契約者ご本人にてお手続きをお願いします。（代行手続はできません）

A. ニッセイホームページでお手続きする場合（お客様端末または当社専用端末から）

STEP 1  
お客様のスマートフォンやPC等から、ニッセイホームページにログインSTEP 2  
メニュー画面で「各種お手続き」⇒「請求手続きの確認」を選択STEP 3  
① 手続きの流れを確認し、「請求手続きを開始」ボタンを押下

② 「請求コードの入力」画面で、「請求内容確認書」に記載の

契約番号 請求No 作成日 を入力

③ 手続き内容を確認し、「確定する」ボタンを押下

※「お手続き完了」画面は、ご登録のメールアドレスへご連絡いたします。 ※（パソコン閲覧の場合は「次へ進む」ボタン）

B. 本人確認書類を撮影して手続きする方法（当社職員の専用端末からのみ）

STEP 1  
当社職員の専用端末から、「本人確認書類の撮影」での手続きを選択

① まごころナビの「ご請求一覧」画面で「請求手続きの確認」ボタンを押下

② 手続方法の選択にて「本人確認書類の撮影」ボタンを押下

STEP 2  
① 「請求コードの入力」画面で、「請求内容確認書」に記載の 契約番号 請求No 作成日 を入力

② 当社職員の専用端末「本人確認撮影サービス」にて本人確認書類を撮影

STEP 3  
画像番号の入力を確認し、「確定する」ボタンを押下

## ビラにQRコードを登載

【スマートフォン】  
コチラから※ログインすると、  
STEP 3に進みますQRコードからログインすることで  
「請求手続きの確認」画面に直接遷移  
できるようになり、わかりやすくなりました。

# 「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の  
声

企業保険のお手続きについて、Webでお手続可能な範囲を拡大してほしい

事例6

『被保険者同意Web』のサービス開始により、  
お手続きのWeb化(ペーパーレス化)を実現

2025年7月～

改善  
内容

企業保険インターネットサービス(以下、企保ネット)の機能を拡充し、総合福祉  
団体定期保険のお手続きについて、被保険者の同意確認をWeb上で実施してい  
ただけるようになりました。

## ●『被保険者同意Web』サービスをご利用いただいた場合のお手続きフロー

事務  
担当者様

- 1 企保ネットに、従業員情報(氏名等)とメールアドレスをアップロード
- 2 企保ネットで同意確認書を作成、登録したメールアドレスへ斉配信  
(団体のインフラ整備状況に応じ、QRコード配付方式も選択可)

従業員様

- 3 企保ネットから送信されるメール案内に沿って、スマホ・PCで内容を確認のうえ  
同意・不同意を選択

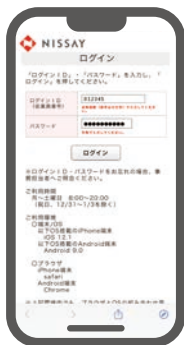
メール内URLをクリック  
(またはご案内文書のQRコード読み)

被保険者同意Web

ログイン

情報を確認

同意回答登録




事務  
担当者様

- 4 企保ネットで未回答者を把握(労務担当者は一覧で随時同意確認状況の確認が可能)
- 5 全員の同意確認完了後、作成した加入者データをニッセイ宛送信

ニッセイ

- 6 加入データを受領、確認

お客様の  
声「 SAAGAS」をより手軽に利用したい

2025年4月～

## 事例7

**業務提携により、特定の従業員支援プログラム※事業者が自社商材としての取扱いを開始**

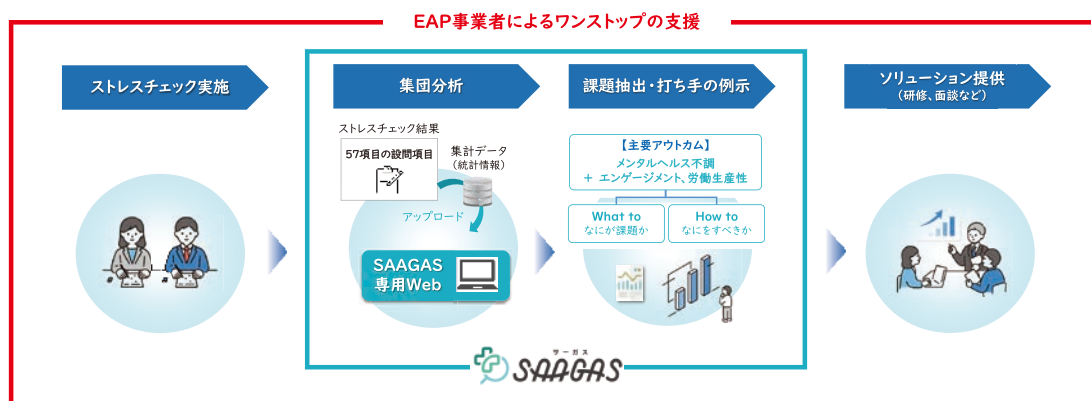
※従業員支援プログラム: Employee Assistance Program (以下「EAP」)

改善  
内容

企業団体が、委託先のEAP事業者から、  
法令対応のストレスチェックの延長でSAAGASの提供を受けられる

## 新たな提供スキームの開始

- 2024年度から提供開始の職場環境分析・コンサルティングサービス「SAAGAS(サーガス)」について、2025年度から、EAP事業者が取扱いを開始します。



## 【企業団体のメリット】

- **実務負担の削減〈ワンストップの支援〉**  
EAP事業者が一貫対応することで、企業・団体のご担当者は、データ作成や追加契約などの煩雑な手続きが不要になり、より実務負担なくご利用になれます。
- **EAP事業者によるフィードバックの高度化〈課題抽出・解決策の例示〉**  
当サービスの分析結果をいかし、EAP事業者の専門知識や支援実績にもとづくフィードバックが、従来より俯瞰的かつ実効的な内容で行われます。
- **改善施策の実践サポート〈ソリューション提供〉**  
フィードバックに加え、管理者向け研修や課題部署への個別対応・テーマ別サポートなど、EAP事業者がそれぞれの専門性や支援実績をいかしたサービスをご提案します。

## 【提携先のEAP事業者】※2025年9月末時点

株式会社パソナセーフティネット、株式会社フィスメック、ウェルリンク株式会社、  
MBK Wellness株式会社、株式会社法研、タック株式会社

# 「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の  
声

保育事業の取組を充実させてほしい

2025年3月～

事例8

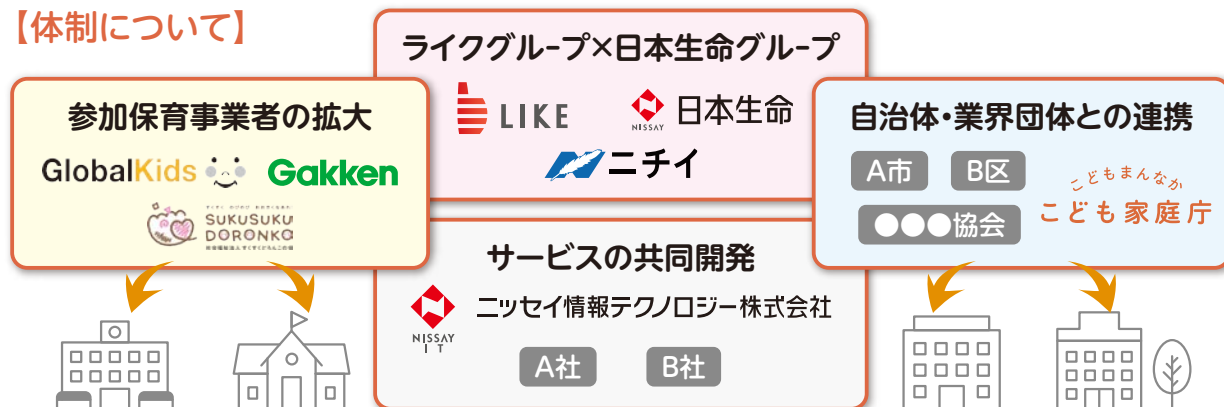
## 保育イノベーションコンソーシアムの発足

改善  
内容

保育領域の課題解決に向けた施策を共同・連帯して実施することを目的に、日本生命が共同発起人となり発足。各施策の検討・推進、コンソーシアムの活動拡大を通して、安心して子育てができる社会の実現を目指しております。

- 現在保育業界では、保育士不足、DXの遅れ等で現場業務がひっ迫し、IT化等による保育士の負荷軽減を含む保育事業環境の改善が必要な状況です。
- このような状況を踏まえ、以下の体制・テーマで取組を進めており、今後、コンソーシアムの活動の輪を広げて保育業界全体の発展に貢献し、安心して子育てができる社会の実現に向けた取組につなげてまいります。

### 【体制について】



### 【取組むテーマについて】

<b>現場業務の効率化</b> 保育業務支援システムの開発・導入	<b>保育事業者の経営安定化</b> 共同調達スキーム構築 小規模事業者の保育機能確保のための協働化スキーム構築	<b>人材確保</b> 潜在保育士の掘り起こし&マッチング 採用コスト低減スキームの構築
<b>保育士の魅力向上</b> 若い世代への魅力発信 (メッセージ発信/保育士体験)	<b>こども家庭庁への改善要望</b> 人員配置基準、 事業運営支援の改善等	<b>保育士の定着・育成</b> 他事業者の保育士との交流の場の創出 管理者クラスの意見交換会実施

## お客様の声

金融機関で加入する外貨建保険について、リスク等をわかりやすく説明してほしい

## 事例9

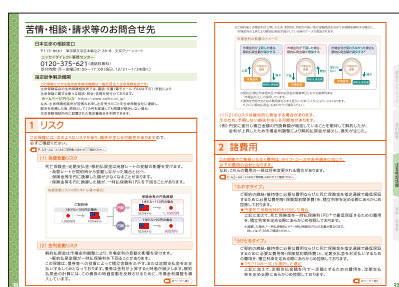
《金融機関窓口販売商品》  
**【ご加入時・ご加入後の情報提供の充実】**  
 商品パンフレットの改良／定期通知の改良 等

## 改善内容

ご加入時における「各種リスク」等のわかりやすいご説明に向けて、また、ご加入後における「商品の仕組み」や「解約払戻金の計算方法」等の理解の維持・促進に向けて、説明ツールや情報提供の充実に取り組んでいます。

## 1 【ご加入時】商品パンフレットの改良

為替変動リスクや金利変動リスクについて、お客様に正しくご理解いただくため、「注意喚起情報」のページで、イラストを使いながらわかりやすく説明しています。  
 また、「よくあるご質問集」のページで、預金との違いや元本割れリスク等について説明しています。



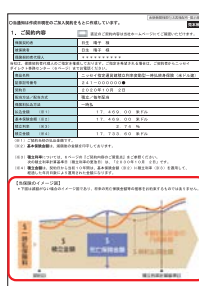
「注意喚起情報」のページ



「よくあるご質問集」のページ

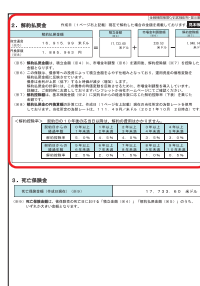
## 2 【ご加入後】定期通知の改良

当社より定期的にお客様に送付している通知をご確認いただいた後に、商品内容等に関するご照会をいただくことが多かったことを踏まえ、通知内容を充実しています。



定期通知 (3 枚目)

商品パンフレットと同様の商品の仕組み図を掲載。



定期通知 (4 枚目)

解約払戻金の計算方法や、経過年数別の解約控除率を掲載。



# 「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の  
声

Web手続の方法がわからない

事例10

《金融機関窓口販売商品》

**Web画面共有サービス「よりそいサポート」の提供**

※よりそいサポートの略称である「よりサポ」は商標登録をしています

2025年6月～

改善  
内容

Web画面共有サービスの導入により、  
操作に不安のあるお客様にもスムーズな手続き支援を実現

サービス提供開始前

今どの画面を  
ご覧になっていますか？

お客様

コールセンターの  
オペレーター

どの画面…？  
うまく説明できないわ。

お客様がどのWeb画面をご覧になっているか確認するため、お客様・オペレーター双方に負荷がかかっている

サービス提供開始後

この画面の「ココ」を  
押してください！

画面共有

お客様

コールセンターの  
オペレーター

※画面イメージ

はい、押しました！  
こんな簡単にできるのね。

お客様がご覧になっているWeb画面をオペレーターと共有することでスムーズな対応を実現

Web手続方法に関するご照会以外の場合でも、ご希望のお手続きがWebで可能な場合には、積極的に当サービスを使ってWebでのお手続方法をご案内しています。

## 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

### 地域社会や人々とのつながり

#### ●ニッセイサステナプロジェクト“にっせーのせ！”

ニッセイサステナプロジェクト「にっせーのせ！」は、サステナビリティ経営の全役員・職員への理解浸透・行動促進を目的として、2024年5月からスタートした全社プロジェクトです。

全国約17万名の当社グループの役員・職員が、地域の皆様とともにさまざまな社会課題の解決に取り組む活動であり、ニッセイホームページの特設サイトやCM、SNS等を通じて、社内外に積極的に発信しています。詳しくは当社特設サイトをご覧ください▶



#### ●自治体との包括連携協定等にもとづいた取組

47都道府県※と、「包括連携協定」や「個別連携協定」を締結し連携しています。

協定にもとづき、「健康増進」や「地域の安心・安全」をはじめ、「地域経済の活性化」「子育て支援」「青少年の健全育成」「スポーツ振興」等、それぞれの地域・社会の課題に応じたさまざまな取組を進めています。

お客様へ保険・サービスを提供するだけでなく、全国の営業職員を中心にこうした取組を行うことで、地域社会に対する貢献を目指します。

※ 2025年7月末現在

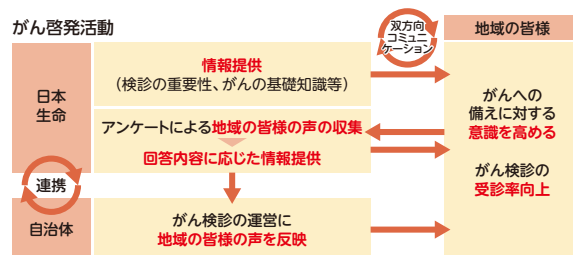
#### ●がん啓発活動

2025年度から、「ニッセイがん啓発プロジェクト」をスタートし、がん検診の受診勧奨にとどまらず、お客様へお届けする情報の高度化等を通じて、行動変容を地域全体へ広げていく取組を進めています。

「がん啓発活動」では、地域の皆様へがん検診に関するアンケートを実施するとともに、回答内容に応じてがんやがん検診に関する情報を提供し、集計・分析したアンケート結果を地域の皆様や自治体にフィードバックしています。

2024年の活動では、約90万名の方々からアンケートにご回答いただき、2年連続でアンケートにご回答いただいた14.9万名のうち、2023年度にがん検診「受診なし」だった7.1万名の約4人に1人(1.7万名)が「受診あり」へ変化しました。

こうした活動を通じて、がんに関する知識の普及とがん予防・がん検診への行動変容を、地域全体へ広げていきます。



がん検診アンケート収集数 **約90万件**  
(2024年度実績)

## ●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

当社は、地域や消費者との関わりを深めることを目指し、各地域の消費生活センターを定期的に訪問するなどして、交流しています。



地域ごとの消費者問題や相談内容をお伺いし、当社取組をご説明しています。

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) にもご出席いただきおり、地域における活動でも協働しています。



消費生活センター訪問 (山梨県)



全国消費生活相談員協会交流会 (九州支部)

### 消費生活センターからの声※

- ・独居の高齢者が増え、家族同席なしでは契約完結できないこともあり、対応に苦慮している。身寄りのない方でも必要最低限の契約行為が可能となるよう、様々な業態で検討が必要。(山梨県)
- ・シニアほっとダイヤルはよい取組、ぜひ続けて欲しい。世間では窓口が減る傾向にある中、高齢者にとって電話が重要なアクセス手段となる。(群馬県、山梨県、福岡県、茨城県、大阪府)
- ・ご契約内容確認活動などで契約者を定期的に訪問している日本生命には、高齢者に対して「何か不審な電話がなかったか」など声かけを通じ、見守り的な機能を発揮してもらえるとありがたい。(長崎県、神奈川県、群馬県、茨城県、福岡県)

### 消費生活センターとの交流を通じて

- ・京阪支社管内にある7カ所の消費生活センターを定期的に訪問し、当社の取組や、地域における相談内容など、積極的に情報交換を行っています。
- ・また、毎年ニッセイ懇話会にもご出席いただいています。地域の消費者問題の動向など貴重な情報を提供いただき、地域のお客様を大切にする取組を検討する機会となっています。
- ・これまでの関係づくりの中で、何か当社のことでご相談が入った際には、いち早く連絡をいただき、解決状況を共有するなど、友好的関係性を築いています。今後も地域とお客様のために引続き消費生活センターと協力して活動してまいります。



京阪支社

- 左：置塩美穂(お客様担当部長)  
(消費生活アドバイザー43期)
- 右：岩田秀夫(お客様担当室長)  
(消費生活アドバイザー38期)

※消費生活センターからいただいた声の中から、当社で抽出・編集して掲載しています。

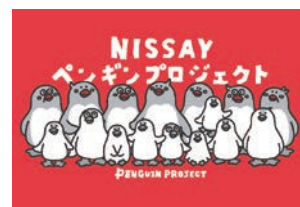


## 企業としての消費者関連取組

### 地域社会や人々とのつながり

#### ●NISSAYペンギンプロジェクト

「みんなで子どもを育てる社会」の実現に向け、社内外の風土醸成と社会全体で支える仕組みづくりに取り組んでいます。同じ理念を持つ企業・自治体との、子ども向け・子育て層向けのイベントやセミナーの実施、保育や子育ての魅力の発信等、さまざまな共創取組を実施しています。



52団体が参加 (2022年以降累計)

#### ●出前・受入授業

全国の当社職員が講師となり、ライフデザインや保険の大切さ、お金との適切な付き合い方を子どもたちに伝え、自分自身の将来について考え、切り拓いていくことを応援しています。



約11万名が参加 (2011年以降累計)

#### ●スポーツ教室

当社所属アスリートによるスポーツ教室を全国各地で開催しています。アスリートとの触れ合いを通じて「体を動かす楽しさ」を伝えるとともに、「夢や目標を持つきっかけづくり」に取り組んでいます。



約7.1万名が参加 (2004年以降累計)

### 社会全体・お客様を支え続ける人的資本の強化

#### ●全職員向け消費者志向に関する教育

当社では、社外講師を招き、新入職員に向けた消費者教育研修を実施しています。

新入職員自身が「消費者の視点」で身近なトラブルを防ぐ方法を学ぶとともに、消費者の視点をいかして、「企業人の視点」でよりよい企業活動を考えられるようになることを目指しています。

また、ライフステージに合わせて、30代以上の職員、セカンドライフを見据えた職員に対しても消費者教育動画の視聴勧奨を行い、消費者トラブル防止、消費者志向経営への理解促進を図っています。



新入職員向け消費者教育研修



30代以上の層向け教材例



セカンドライフを見据えた層向け教材例

これらの教材は消費者庁の研修プログラムです。詳しくは▶





## 社会全体・お客様を支え続ける人的資本の強化

### ●消費生活アドバイザー育成

当社では、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。現在、全国各地の支社・本部に有資格者が在籍しており、地域における消費者支援の活動に取組むとともに、その知見をいかして、「社内モニター運営」として、お客様向けの資料・文書等に対して、お客様の立場に立った意見・提案を行い、改善に役立てています。



自主勉強会の様子 (栃木県)

有資格者 **1,262** 名 (2025 年 4 月 1 日現在) 企業別在籍数 **1** 位

### ●消費生活アドバイザー関連の取組例

#### 活躍する消費生活アドバイザーの紹介

全国各地で活躍している消費生活アドバイザーを社内で紹介し、資格取得のきっかけ、資格のいかし方を共有することで、新たに資格取得を目指す層への動機づけを行うとともに、有資格者間の横のつながりをつくることを目指しています。



地域貢献に資格をいかす有資格者の紹介

#### 社内モニター運営

お客様向けの案内文書や通知をさらにわかりやすいものとするため、様々な業務の経験を持つ有資格者が、職層を問わず、お客様の視点に立って、意見・提案を行っています。時には、消費者モニター会議 (P.8) にオブザーバーとして参加することで、社外の有識者の視点と自身の視点を比べ、様々な気づきを得ています。

一例として、「ニッセイかぞくリンク」のビラは「消費者モニター会議」、「社内モニター運営」の双方で意見収集を行いました。

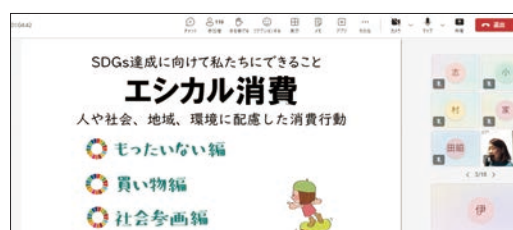


ニッセイかぞくリンク ビラ

#### 消費者志向セミナー

消費者白書を題材としたセミナー、年度ごとに関心の高いテーマを題材としたセミナーを定期的に関催し、消費者関連知識のアップデート、消費者志向の意識醸成を図っています。

エシカル消費を学ぶセミナー (対面・オンライン併用での開催)



## 寄稿 『「お客様の声」を経営にいかす取組』について

デジタル化の進展、さらに日常会話でも「AI」が話題になるようになりました。消費生活センターには、SNS 広告や SNS を介した取引きといった SNS が関係する相談が多く寄せられています。SNS は人と情報の輪を広げてくれますが、一方でプロファイリング広告、ダークパターン、フィルターバブル、エコーチェンバーといったデジタル特有の問題も発生しています。「定期購入トラブル」や「なりすまし広告」等には、多くの消費者が「うっかり」「そんなはずでは…」という脆弱性を感じる場面も多くなりました。消費者を取り巻く環境の大きな変化を踏まえ、消費者委員会「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」は、「消費者ならば誰もが多様な脆弱性を有する」という認識を法制度の基礎とすることが必要であると、その報告書に記しています。また、新たな第5期消費者基本計画では、消費者と事業者は持続可能な消費と生産という共通の目的を目指すパートナーである、と示されています。

さて、貴社の「お客様の声白書」では、サステナビリティ経営の根幹に「お客様本位の業務運営」を掲げ、「お客様の信頼」を基礎とし、営業現場組織の強化やお客様の声の活用を推進することとされています。パートナーの形成に信頼は不可欠であり、また、多様なお客様の声に耳を傾け、それを「いかす」ことには地道な努力が必要ですが、その結果が「お客様満足度調査」の高評価につながっていると実感しました。

外貨建て保険のリスク説明や「よりそいサポート」の改善例は、まさに「脆弱な消費者」を前提とした取組です。また、生命保険は「人の暮らし」になくてはならないものであり、社会課題と密接に関係しています。「ニッセイがん啓発プロジェクト」による実践的な取組も素晴らしい成果を上げています。これは消費者の視点で考え、企業人としてできることを考えることを目指すという、消費者志向に関する社員教育研修の効果の一つだと思います。

すべての人が消費者であり、消費者を一括りにはできません。ニッセイ懇話会の開催、消費生活センターとの交流は、消費者一人一人の生の声に気づいていただける場です。また同時に、消費生活相談員にとっては企業努力を知る大変有益な機会です。「人生100年時代」といわれていますが、様々な新たな不安とも向き合っていかなければなりません。安心・安全で豊かな消費生活の実現という同じ思いで、日本生命の皆様と消費生活センター・消費生活相談員との双方向のコミュニケーションが、より一層盛んになることを期待します。



公益社団法人  
全国消費生活相談員協会  
理事長

坪田 郁子 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に関する専門の組織として「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6支部（北海道、東北、関東、中部、関西、九州）におよび、全国で1,496名の会員（2025年3月時点）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>**

※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)

[ご高齢のお客様専用ダイヤル]  
(シニアほっとダイヤル) **0120-147-369** (通話料無料)

[保険金・給付金ダイヤル] **0120-279-481** (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)

### <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)

### <窓口でのお問合せ>

●営業日／月～金曜日(祝日、年末年始は除きます。)

●営業時間／店舗により営業時間が異なります。  
詳細についてはニッセイホームページにてご確認ください。

●ニッセイ・ライフプラザの詳細についてはこちら

**<https://www.nissay.co.jp/madoguchi/>**



日本生命保険相互会社

お客様サービス部

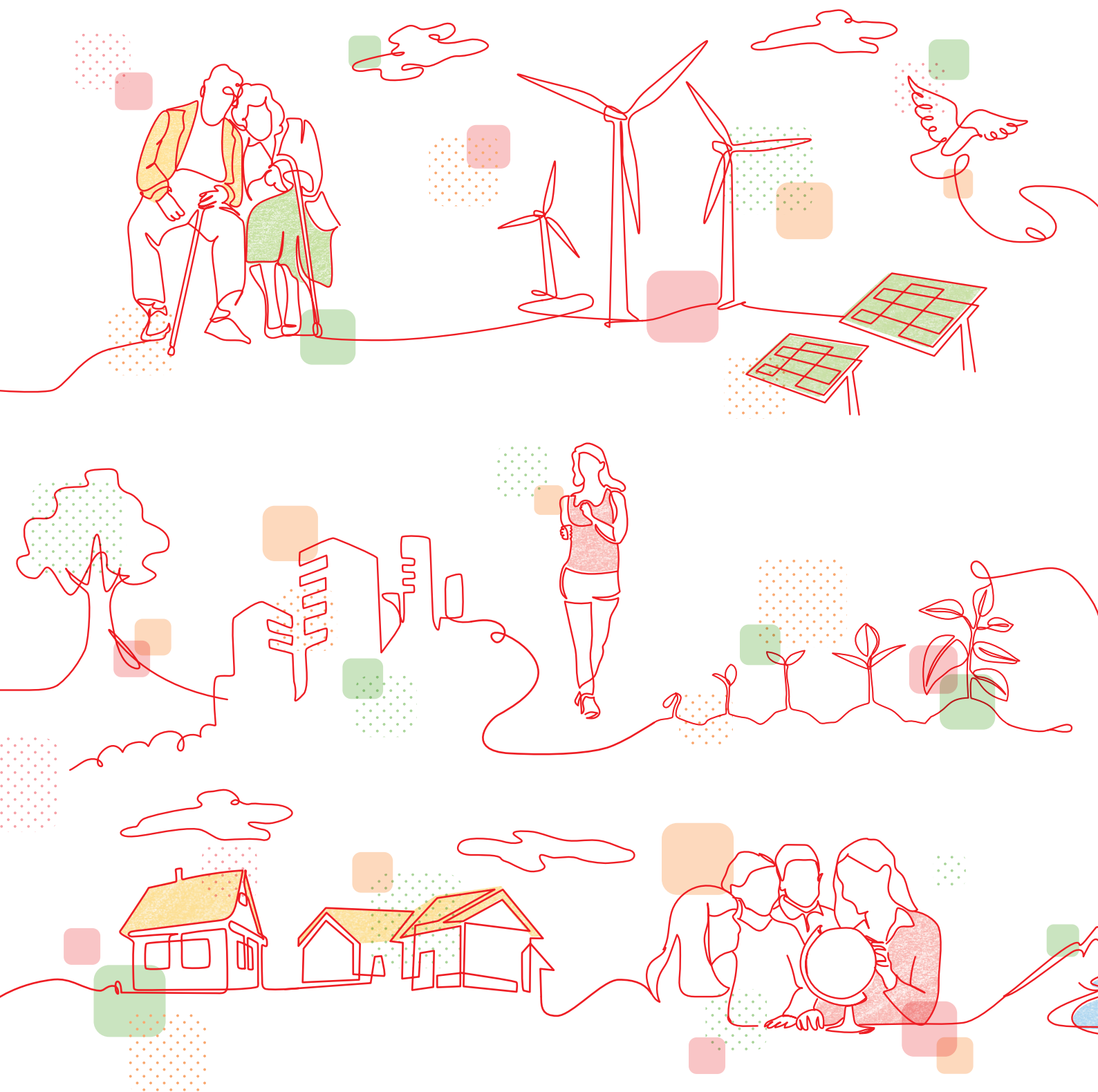
〒100-8288 東京都千代田区丸の内1-6-6

今日と未来を、つなぐ。



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。