

お客様の声白書  
2018

## 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。  
2018年4月1日付で社長に就任した清水博です。

当社は、1889年(明治22年)の創業以来、「共存共栄」、「相互扶助」という生命保険事業の基本精神を受継ぎながら、お客様の利益を最優先に考え、長期的な視点で、堅実な経営に努めてまいりました。そのため、「お客様の声」を大切に、学び、サービスを向上することが経営の基本であります。

当社では、「消費者志向自主宣言」にも記載のとおり、お客様の声を経営に活かす取組を進めております。

具体的には毎年、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222万件の「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」を経営に活かす場として、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。

今般、こうした当社の直近の取組結果をまとめ、「お客様の声白書2018」として発行いたしました。

また、当社では、お客様本位の業務運営をより一層推進する観点から、「お客様本位の業務運営に係る方針および取組内容」について、定期的に検証・見直しを行っております。さらに、当社の経営理念「信念・誠実・努力の信条のもとに、国民生活の安定と向上に寄与する」にも通じる「持続可能な開発目標(SDGs)※」の達成に向けても取組んでおります。

こうした取組を継続することで、これからもお客様の声や社会的要請に応え、消費者志向の経営を推進してまいります。



2018年 11月  
代表取締役社長 清水 博

※ SDGs とは、2015年9月に国連総会で採択された、持続可能な発展のために世界が共有して取組む17の目標と169のターゲットからなる国際目標です。

## 目次

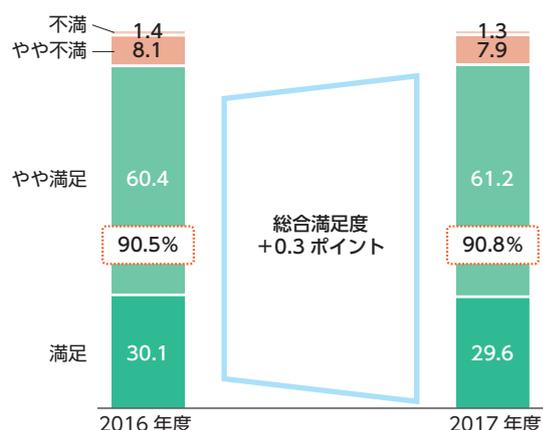
● 「お客様の声」を経営に活かす取組	3
「お客様の声」に学び・活かす取組	4
「お客様の声」の受付体制	6
2017年度当社に寄せられた「お客様の声」	9
2017年度「お客様満足度調査」の結果	10
● 「お客様の声」にもとづく改善取組事例	12
● 企業としての消費者関連取組	25
● 寄稿	29

# お客様の声白書 2018 トピックス

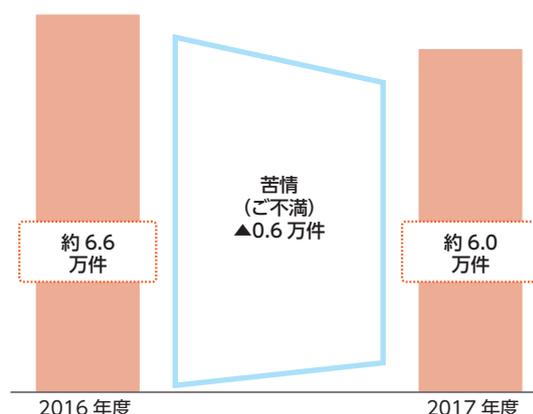
「お客様の声」に学び・活かす取組を継続的に実施した結果、昨年度の「お客様満足度調査」では総合満足度が90.8%（対前年+0.3%）となるとともに、お客様からの「苦情（ご不満）」は減少し、約6.0万件となりました。

## ●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）

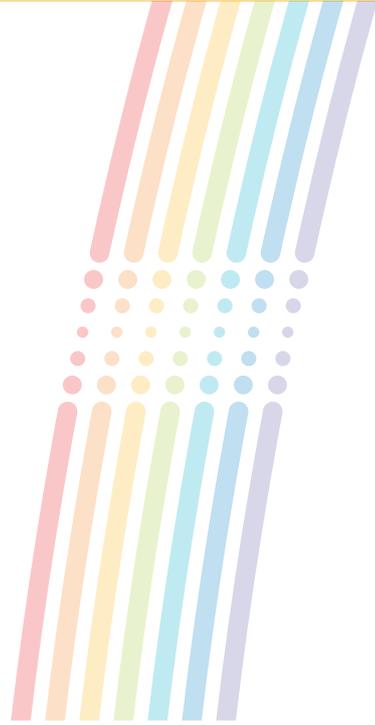


## ●苦情（ご不満）（P.9）



「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」を大切にし、お客様サービスの向上に取組んでまいります。

- 【2017年 4月】 環境問題の解決や社会貢献に資するESG債等への投融資を推進（P.20）
- 【2017年10月】 障がいのある方やご高齢の方に対する従業員の理解促進のため、社外の障がいのある方を講師としたセミナーを実施（P.19）
- 【2018年 2月】 オフィシャルホームページにAIがお客様の問いかけに対し自動で回答するシステムを導入（P.17）
- 【2018年 4月】 生活習慣病等に備える保険「特定重度疾病保障保険“だい杖<sup>しょう</sup>ぶ”」を発売（P.15）
- 【2018年 4月】 ニッセイ健康増進コンサルティングサービスを開始（企業・団体・健保・共済組合様向け）（P.16）
- 【2018年 7月】 iDeCo（個人型確定拠出年金）向け資産運用支援サービス「N-アシスト」を開始（P.22）
- 【2018年 9月】 「指紋」「顔」「声」等による生体認証を活用した「日本生命アプリ」の提供（P.18）
- 【2018年10月】 「元本割れリスク」に対する理解推進を図るべく、商品パンフレットの改訂を実施（P.21）



**「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

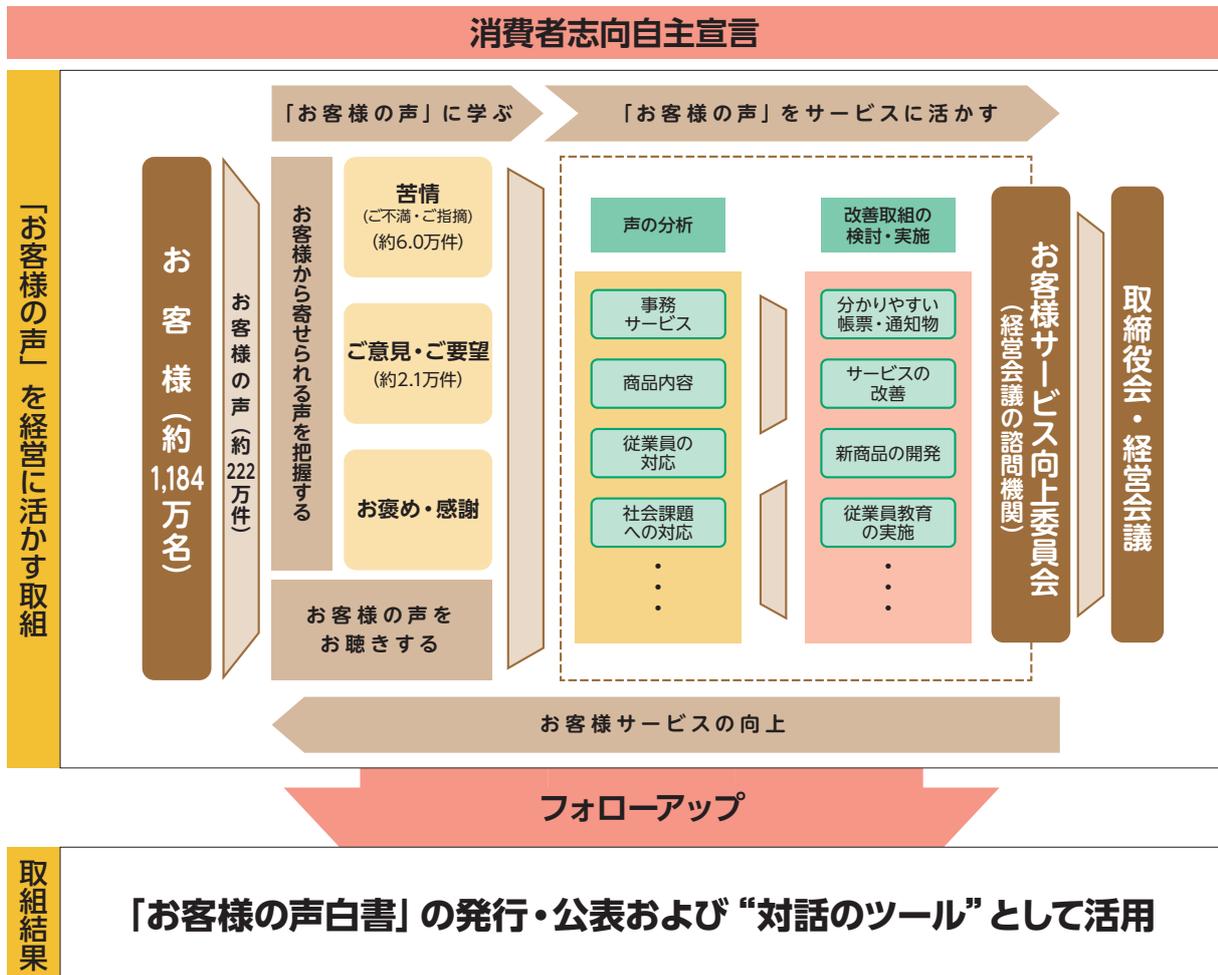
## 「お客様の声」に学び・活かす取組

### ●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。

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。

また、取組結果を毎年「お客様の声白書」として発行し、お客様との“対話のツール”として活用しています。こうした取組を当社の「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」として公表しております。



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

### ●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。

#### 私たちの誓い ～すべてはお客様のために～

- 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、お客様の輪を拓きます。
- 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」・「フォローアップ活動」

2017年1月に消費者志向経営に関する理念・取組方針を公表しました。また、定期的に取り組結果を「お客様の声白書」にまとめ、「消費者志向自主宣言」にもとづく「フォローアップ」として公表しています。



#### 「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、2018年3月に取組結果について公表しています。2018年6月にお客様本位の業務運営の更なる徹底を図るため、2018年度の取組内容をまとめ、改定しました。

## 「お客様の声」の受付体制

### ●コールセンターについて

コールセンターでは、大阪・東京・福岡の3センターで約250名のオペレーターがお客様対応を行っております。

全国のお客様からの保険金・給付金のご請求、住所変更等の各種手続きやご契約内容に関するお問合せを年間約100万件受付しており、丁寧で分かりやすくスピーディーな対応に努めています。



加えて、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お手続きのサポートを行うなど、インターネットご利用のお客様の利便性向上にも取り組んでいます。

今後も、お客様一人おひとりの状況に応じた対応に努めてまいります。

### ○対応品質向上に向けた取組

社内モニタリング評価運営、お客様アンケートの実施、日本電信電話ユーザ協会主催の「電話対応コンクール」への参画などを通じ、お客様視点での対応やスキルの向上に取り組んでいます。

また、高齢者疑似体験グッズを活用した研修の実施等、ご高齢のお客様にも分かりやすく丁寧な対応を目指した取組みを行っています。

#### ご高齢のお客様専用ダイヤル（シニアほっとダイヤル）

ご高齢のお客様を対象とした専用フリーダイヤルを開設いたしました。自動音声案内なしにご高齢のお客様に伝わりやすい電話対応スキルの専門研修を受講したオペレーターに直接つながり、分かりやすく丁寧にお客様に寄り添った対応をしています。また、書類を送付した後に、記入方法等をアドバイスする「フォローコール」を行い、お客様のお手続きをサポートしています。

ご高齢のお客様専用ダイヤル  
0120-147-369



「147」「369」と押し間違いを軽減させる配列になっています

## 「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・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20万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。

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



#### ○どなたでも利用しやすい店舗を目指した取組

店舗における設備面での充実とともに、職員の知識習得を通じて、サポートが必要なお客様にお客様が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。

#### 難聴者向け卓上応接補助機器「COMUOON（コミュニケーション）※」

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39店舗に、難聴者向け卓上応接補助機器の「コミュニケーション」を導入しました。

※コミュニケーションとは、発話する人の声を高性能マイクが的確に集音し、卵型のスピーカーを通じて難聴の方にとって聞きやすい音を作り出すことで、コミュニケーションを改善する卓上型対話支援システムです。



## ●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。

2017年度は全国の104会場で2018年1～3月に開催し、総代154名を含む、ご契約者等2,400名にご出席いただきました。

当日は、2017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5,876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。2017年度は45支社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

- ・外貨建て商品について、高齢者の投資知識の少ない方の加入もあるので、更にリスク部分の丁寧な説明とフォローをお願いしたいです。
- ・成年年齢引下げについて、消費者保護の観点では不安要素が多いので、業界一体となって若年層を保護する取組を推進して欲しいです。

## ●消費者モニター会議について

消費者問題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、分かりやすい文書の改訂に活かしています。

2017年度は計3回開催しました。



開催時期 (会場)	テーマ
2017年 7月 (大阪)	コールセンターにおけるご高齢のお客様への対応 年金開始手続きのご案内 (低解約払戻金型長寿生存保険用) の新設
2017年10月 (仙台)	当社の苦情“ゼロ”を目指した取組 等
2017年11月 (東京)	消費者志向経営の推進に向けた取組

## 「お客様の声」を経営に活かす取組

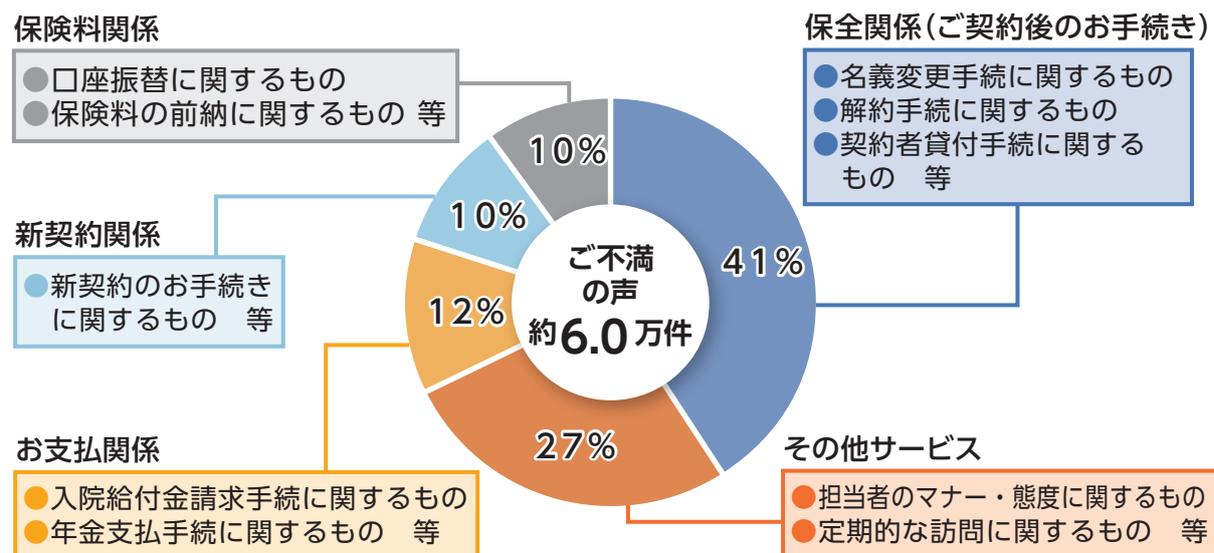
### 2017年度 当社に寄せられた「お客様の声」

2017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222万件的「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27.8万件、「苦情（ご不満）」は約6.0万件、「ご意見・ご要望」は約2.1万件となっています。

#### ●お客様から寄せられた「苦情（ご不満）」

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

- ・ 保険もインターネットで加入できる時代ですが、我々のような高齢者は顔を見て説明や手続きをしたいことも多いです。情報提供という意味でも定期的に訪問してもらえることが嬉しいです。（神奈川県 70代 男性）

##### 給付金請求勧奨への感謝

- ・ 給付金の手続きをしていたところ、他の入院でも追加で給付金を請求できる可能性があるとのことで、電話をいただき助かりました。電話をもらわなければどうして良いか分からずそのままになっていたと思います。ありがとうございました。（三重県 40代 女性）

## 2017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。

2017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90.8%となりました。

なお、「総合満足度」「加入時手続きの満足度」「加入後手続きの満足度」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** 2017年9月

**有効回答数** 約6千名

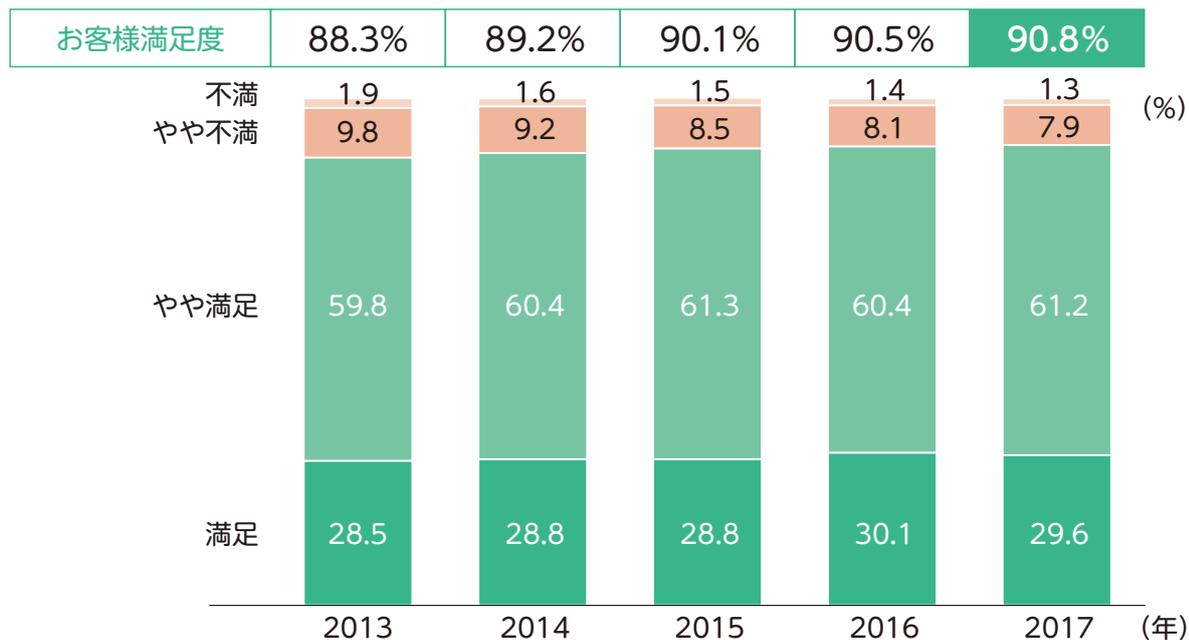
### 2017年度お客様満足度

**総合満足度** 90.8%

**加入時手続き満足度** 89.0%

**加入後手続き満足度** 94.9%

### 総合満足度過年度推移

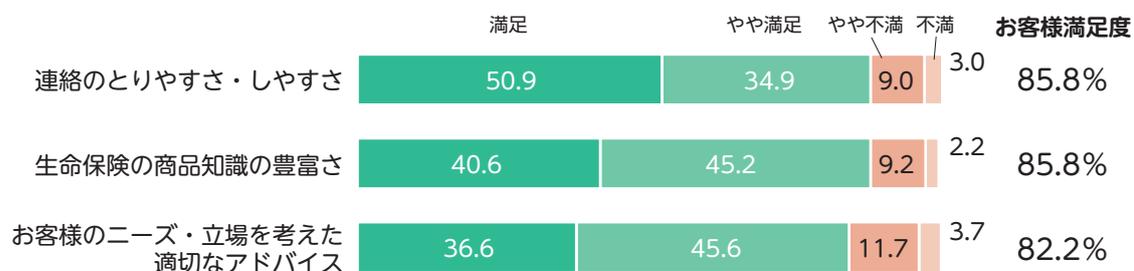


お客様満足度とは、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」と回答されたお客様の占率です。

# 「お客様の声」を経営に活かす取組

## 2017年度「お客様満足度調査」の結果

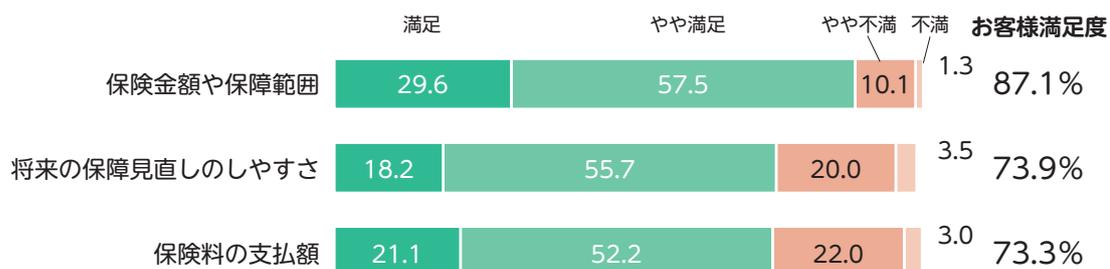
### 営業担当者に対する満足度



### お客様からいただいたご意見・ご要望の例

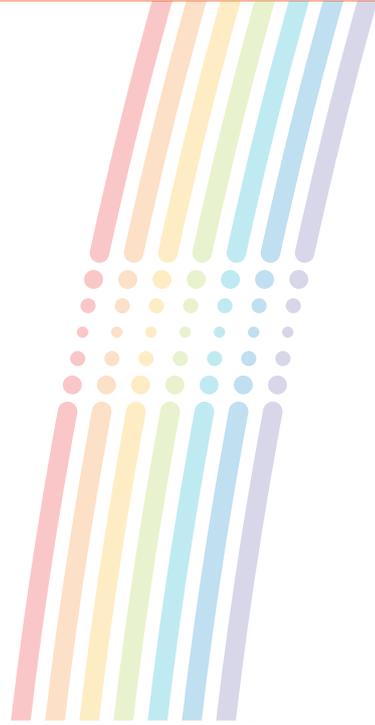
- ・ 保険の見直しをする際、こちらの要望を聞いてすぐに対応していただきありがとうございます。訪問していただき直接話を聞けて、分かりやすかったです。  
今後もよろしくをお願いします。 (大阪府 40代 男性)
- ・ 契約内容の確認は書面だけでは分かりにくいので、担当の方には丁寧に説明することを、いつも心がけていて欲しいです。 (徳島県 40代 女性)

### 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

- ・ 私は30代前半で日本生命の保険に入りました。昨年ガンの手術をし、日本生命から保険金をもらい、大変助かりました。 (東京都 70代 男性)
- ・ 認知症になった時のための商品を作ってほしいです。 (北海道 50代 女性)
- ・ 長生きの時代なので、高齢者でも入りやすい保険がほしいです。 (岩手県 50代 女性)



## 「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～  
～消費者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

### 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	人生100年時代、長期にわたり治療が必要となる生活習慣病が心配だ。	生活習慣病等に備える保険「特定重度疾病保障保険“だい杖 <sup>じょう</sup> ぶ”」を発売	P.15
2	健康寿命延伸や、病気の予防にも取組んでほしい。	ニッセイ健康増進コンサルティングサービスを開始 (企業・団体・健保・共済組合様向け)	P.16
3	オフィシャルホームページで知りたい内容が見つからない。	オフィシャルホームページにAIがお客様の問いかけに対し自動で回答するシステムを導入	P.17
4	もっと簡単にインターネットで手続きしたい。	「指紋」「顔」「声」等による生体認証を活用した「日本生命アプリ」の提供	P.18
5	障がいのある人や高齢者に対して、寄り添った対応をしてほしい。	障がいのある方やご高齢の方に対する従業員の理解促進のため、社外の障がいのある方を講師としたセミナーを実施	P.19
6	保険会社として、資産運用の面でも持続可能な社会の実現に貢献してほしい。	環境問題の解決や社会貢献に資するESG債等への投融資を推進	P.20

## 消費者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	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。	「元本割れリスク」に対する理解推進を図るべく、商品パンフレットの改訂を実施	P.21
8	iDeCo（個人型確定拠出年金）の運用商品をどのように選択すれば良いか分からない。	iDeCo（個人型確定拠出年金）向け資産運用支援サービス「N-アシスト」を開始	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	保険の相談と一緒に、確定拠出年金について相談したい。	P.23
10	高齢で親族もいないが、いざという時に誰に手続きをしてもらえばよいのか。	P.24
11	年金受給時に現況届や住民票を役所から取寄せる必要はあるのか。	

# 「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

人生100年時代、長期にわたり治療が必要となる生活習慣病が心配だ。

事例1

生活習慣病等に備える保険  
「特定重度疾病保障保険“だい杖ぶ”」を発売

2018年4月～

商品内容

健康長寿の最大の阻害要因となる  
6つの生活習慣病と臓器移植の  
計7つの特定重度疾病に備える  
保険です。



特定重度疾病保障保険

「特定重度疾病保障保険“だい杖ぶ”」は  
死亡保障を抑え、特定重度疾病に重点的に備える保険です。

## 「特定重度疾病保障保険“だい杖ぶ”」の特徴

POINT  
1

**所定の特定重度疾病**(糖尿病・肝硬変・慢性肺炎・慢性腎不全・高血圧性疾患(高血圧性網膜症)・動脈疾患・臓器移植)になられた場合に、**特定重度疾病保険金**を**一時金**で受取れます!

POINT  
2

特定重度疾病保険金は、**各特定重度疾病ごとにそれぞれ1回**受取れます!

▼次のいずれかの所定の状態に該当した場合、各支払事由につきそれぞれ1回、一時金をお支払いします。

※死亡保険金は特定重度疾病保険金の金額の10%となります。

### 1 糖尿病

糖尿病の治療のためのインスリン治療を180日以上継続



### 2 肝硬変

肝硬変と診断



### 3 慢性肺炎

慢性肺炎の治療のための手術



### 4 慢性腎不全

慢性腎不全の治療のための永続的な人工透析療法を開始



### 5 高血圧性疾患

高血圧性疾患(高血圧性網膜症)と診断



### 6 動脈疾患

次のいずれかの動脈疾患に該当したとき

- 大動脈瘤等の治療のための手術
- 大動脈瘤等が破裂したと診断
- 四肢の動脈閉塞症の治療のための血行再建手術



### 7 臓器移植

心臓、肺、肝臓、腎臓、膵臓または小腸のいずれかの臓器についての移植術を受けたとき



お客様の声

健康寿命延伸や、病気の予防にも取組んでほしい。

2018年4月～

事例2

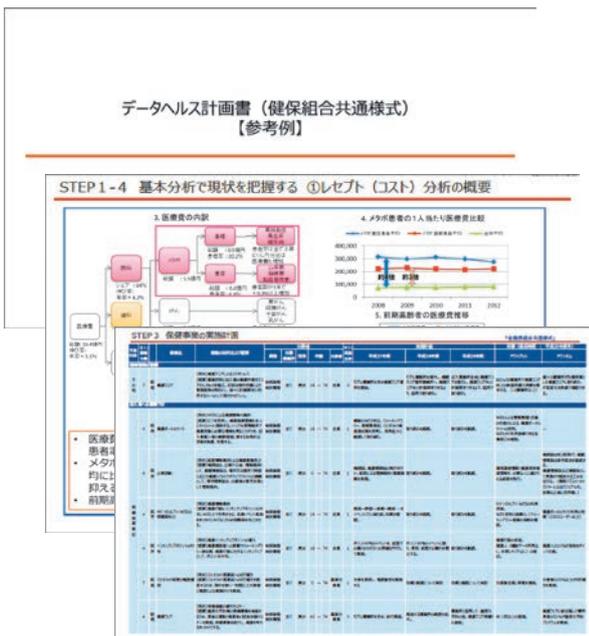
## ニッセイ健康増進コンサルティングサービスを開始 (企業・団体・健保・共済組合様向け)

※糖尿病予防群向けの重症化予防プログラムの開発にも着手

開発内容

株式会社野村総合研究所および株式会社リクルートライフスタイルと提携し、企業・団体・健保・共済組合様向けに健診等のデータ分析による課題抽出、改善計画策定支援等のサービス提供や、加入者様向けに健康コンテンツの提供を開始しました。

- (健保・共済様向け) データヘルス計画書※策定支援 (厚生労働省のフォーマット・イメージ)
- (加入者様向け) 健康コンテンツ画面



※データヘルス計画とは、健診等のデータ分析にもとづき、保健事業を効果的・効率的に実施するための事業計画のこと

# 「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

オフィシャルホームページで知りたい内容が見つからない。

2018年2月～

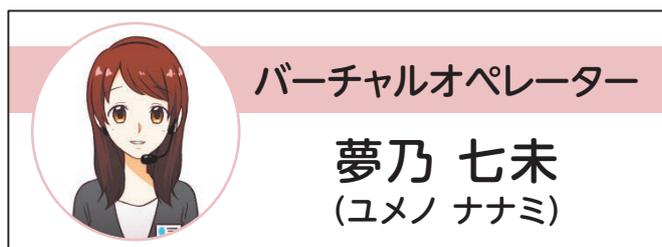
事例3

オフィシャルホームページに AI がお客様の問いかけに対し自動で回答するシステムを導入

改善内容

当社のオフィシャルホームページについては、情報量が多いため、これまでもお客様が知りたいことを探すのが難しいという声を多くいただきました。お客様の声を受け、AIチャットボット（AIがお客様の問いかけに対し自動で回答するシステム）を導入することで、お客様が知りたい情報にスムーズにご案内できる仕組みを整えました。今後もAIに更なる学習を施すことで、回答精度の向上を図る等、お客様の利便性向上を目指してまいります。

## ●AIチャットボットについて



スマートフォンの画面イメージ



スマートフォンの画面イメージ

お客様の声

もっと簡単にインターネットで手続きしたい。

2018年9月～

事例4

「指紋」「顔」「声」等による生体認証を活用した「日本生命アプリ」の提供

改善内容

インターネットで多く行われるお手続きの利便性を向上するため、スマートフォンアプリ「日本生命アプリ」を提供し、お手続きが簡単・便利にご利用いただけるようになりました。当アプリでは「指紋」「顔」「声」等、生体認証によるログインが可能となり、これまでパソコンやスマートフォンからマイページにログインする際に必要であった、お客様番号（お客様ID）、暗証番号（パスワード）等の入力が不要となりました。今後も、先端ITを積極的に活用し、時代の変化に対応したお客様サービスの向上に努めてまいります。

●ご利用の流れ



# 「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

障がいのある人や高齢者に対して、寄り添った対応をしてほしい。

2017年10月～

事例5

障がいのある方やご高齢の方に対する従業員の理解促進のため、社外の障がいのある方を講師としたセミナーを実施

改善  
内容

従来より行ってきた当社特例子会社ニッセイ・ニュークリエーション（以下NNC）との交換留学に加え、今年度より、社外の講師による講義や類似体験が可能なセミナーを実施し、障がいのある方やご高齢の方への理解を深めるとともに、対応マナーやコミュニケーション方法を学びました。今後もこうした取組を継続してまいります。

## ● NNC との相互交流の取組



### NNC からの留学

- ・業務体験
- ・意見交換会
- ・手話教室

### NNC への留学

- ・業務体験
- ・障がいの体験
  - 車いす体験
  - 聴覚障がい体験



## ● 「ユニバーサルマナー検定3級」の開催 (日本ユニバーサルマナー協会)

障がいのある方やご高齢の方等、多様な人々の特徴を知り、適切なサポート方法を学ぶセミナー



## ● 「あすチャレ! Academy」の開催 (日本財団パラリンピックサポートセンター)

パラスポーツを題材に障がい当事者講師の“リアル”を聞き、学び、一緒に考えるセミナー



## お客様の声

保険会社として、資産運用の面でも持続可能な社会の実現に貢献してほしい。

2017年4月～

## 事例6

## 環境問題の解決や社会貢献に資する ESG債 等への投融資を推進

\* ESGとは、環境 (E: Environment)、社会 (S: Social)、ガバナンス (G: Governance) を指します。

## 取組内容

当社は従来より、生命保険事業の特性を踏まえ、環境や地域・社会と共生し、公共性を重視した資産運用を行ってまいりました。

2017-2020年度中期経営計画において、環境問題の解決や社会貢献に資する ESG債 等への投融資の目標額を2,000億円と設定しました。しかし、2017年度中の早期目標達成やお客様からのご要望も踏まえ、2018年度に目標額を5,000億円積み増し、7,000億円としております。今後も引続き、収益性も確保しながら、ESG投融資を推進していくことを通じ、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

## ● ESG債 等への投融資事例

## 環境



ドイツ農林金融公庫の  
SRI債への投資  
(2017年9月)



出典: gettyimages



東京都発行の  
グリーンボンドへの投資  
(2017年10月)



写真提供: 東京都

## 社会



オーストラリアでの海水  
淡水化プラント運営  
プロジェクトへの融資  
(2017年10月)



出典: AquaSure PtyLtd.



海外農地投資ファンド  
への投資  
(2018年4月)



出典: ハンコック・ナチュラル・  
リソース・グループ

- ✓ 上記事例に付記しているロゴは、SDGs (Sustainable Development Goals) のうち、当社が投融資を通じて貢献につながると考える主なゴールです。
- ✓ 当社は、SDGs に掲げられる17の目標の達成に向けて、資金提供の面から支援することで、持続可能な社会の実現に貢献します。

# 「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

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。

2018年10月～

事例7

## 「元本割れリスク」に対する理解推進を図るべく、商品パンフレットの改訂を実施

※対象商品：デュアルドリーム（ニッセイ指定通貨建年金原資確定部分付変額年金保険）  
ロングドリームGOLD2（ニッセイ指定通貨建積立利率変動型一時払終身保険）

改善内容

消費者、金融機関の声をもとに、お客様にとってより分かりやすい商品パンフレットを作成しました。また、「元本割れすることについて十分に理解していなかった」といった声を踏まえ、従来の注意喚起情報に加え、解約払戻金の変動要因を図示したページを新設し、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。

### モニター調査を実施

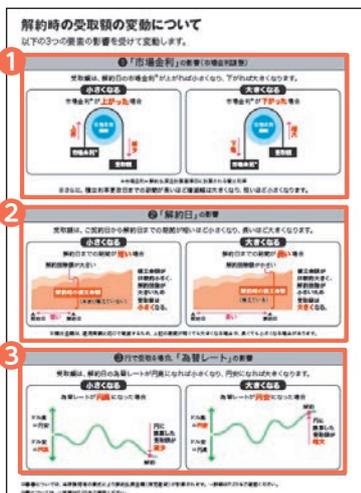
より分かりやすい帳票を作成すべく、お客様、金融機関の声をモニタリングし、分かりやすい文章やデザインになっているか等を確認し、改善しました。

### UCDA認証「見やすいデザイン」を取得

「分かりやすさ」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。



### 商品パンフレット改訂による元本割れリスク説明強化



### ポイント

解約時の受取額の変動について、要素ごとに影響を分かりやすく図示したページを新設し、お客様の理解促進を図っています。

- 1 「市場金利」の影響  
解約時の受取額は、解約日の市場金利が上がれば、小さくなり、下がれば大きくなることを図示
- 2 「解約日までの期間」の影響  
解約時の受取額は、ご契約から解約日までの期間が短いほど小さくなり、長いほど大きくなることを図示
- 3 「為替レート」の影響（円受取）  
解約時の受取額は、解約日の為替レートが高くなれば小さくなり、円安になれば大きくなることを図示

お客様の声

iDeCo（個人型確定拠出年金）の運用商品をどのように選択すれば良いか分からない。

2018年7月～

事例8

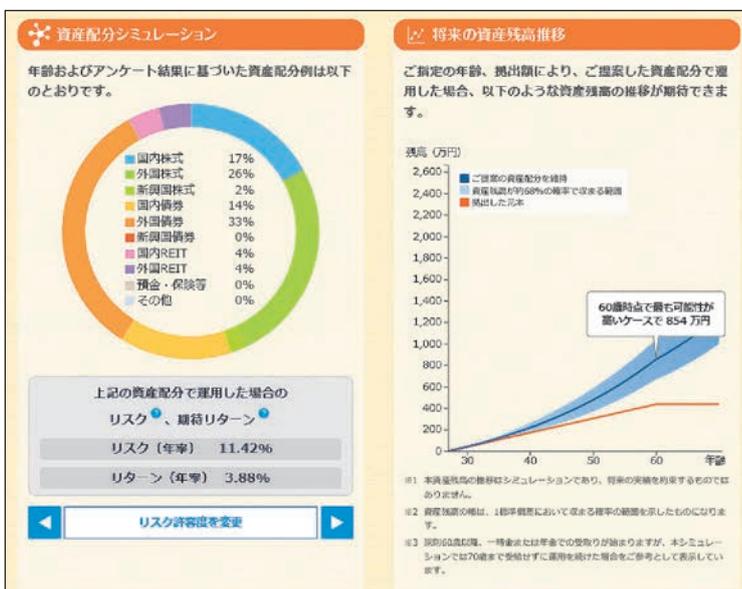
## iDeCo（個人型確定拠出年金）向け資産運用支援サービス「N-アシスト」を開始

改善内容

資産運用に不安のあるお客様に安心してご利用いただける無料のインターネットサービスである「N-アシスト」を開始しました。資産運用に関する簡単な質問にお答えいただくことで、お客様の年齢に応じた最適な資産配分や、資産残高推移のシミュレーション情報をご提示します。

また、資産運用の基礎知識やポイントを学習いただける学びコンテンツも充実しています。

### ●資産配分・残高推移シミュレーション



### ●学びコンテンツ



# 「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

保険の相談と一緒に、確定拠出年金について相談したい。

### 検討状況

確定拠出年金法により、金融機関において他の金融商品を取扱っている職員が確定拠出年金の運営管理業務を同時に行うことが規制されております。

ニッセイ・ライフプラザ (P.7) の一部店舗では、確定拠出年金コールセンターのオペレーターが、相談専用テレビ電話システムを使ってご加入者様のご相談を承る店舗相談サービス (予約制) をご準備しております。ご加入者様と同じ資料を見ながら、書類の記入方法等をご案内させていただきます。

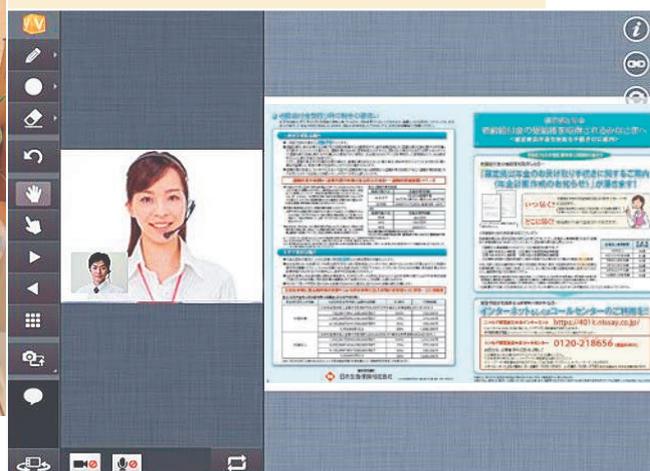
## ●現在のご案内

### 相談ブース



操作方法是店舗スタッフがご案内いたします

### テレビ電話システム画面イメージ



オペレーターの顔を見ながら、安心して、ご利用になれます

確定拠出年金コールセンターは、確定拠出年金業界唯一、6年連続で外部格付機関である HDI-Japan より「五つ星認証」を取得しているコールセンターです。(2018年7月現在)



## お客様の声

高齢で親族もいないが、いざという時に誰に手続きをしてもらえばよいのか。

## 検討状況

当社では、ご高齢のお客様ご自身によるお問合せやお手続きが困難になった場合に備え、以下の登録をお勧めしております。

- ・ご家族にサポートいただく「**ご契約情報家族連絡サービス**」
- ・代理での給付金請求が可能な方を登録する「**指定代理請求制度**」

2016年より指定代理請求人に登録いただける方の範囲を「財産管理を行っている方」等にまで拡大しております。

一方、これらの制度やサービスに登録いただく方がいらっしゃる場合は成年後見人制度など公的な制度を活用いただく必要があります。今後も公的な制度の動向を踏まえ、サービス向上を図ってまいります。

## お客様の声

年金受給時に現況届や住民票を役所から取寄せる必要はあるのか。

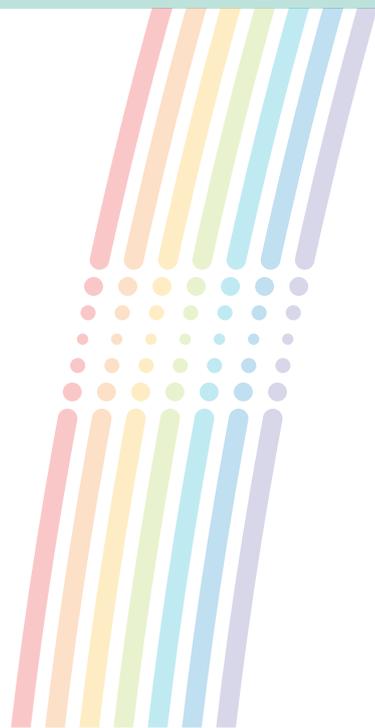
## 検討状況

個人年金保険は年金支払期日に被保険者様が生存していることが支払事由となることから終身年金等一部の年金契約については、現況届や住民票の提出による生存確認をお願いしております。

しかし、ご高齢のお客様に役所へ足を運んでいただく必要があることや、記載事項証明に係る費用をご負担いただいていることについて多くのご意見をいただいております。

こうしたご意見を踏まえて、お客様の負担軽減を目的に、現況届を健康保険証等で代用できる取扱いについて検討を進めております。

引き続き、お客様がスムーズにお手続きできるよう、改善を進めてまいります。



企業としての  
消費者関連取組  
～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～

### ●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思いで、2011年度より全国の当社職員が講師となり、「出前授業」「受入授業」を実施しています。「出前授業」では学校を訪問し、「受入授業」では当社丸の内ビルに生徒が来社して、「ライフデザイン」「家計管理」「支え合い」等をテーマにした授業を行っています。

これまで全都道府県で開催しており、2011年度からの7年間で延べ約480校・生徒約48,000名に参加いただきました。

また、これらの取組が評価され、文部科学省が主催する「平成29年度 青少年の体験活動推進企業表彰 審査委員会奨励賞(大企業部門)」、リバネス教育総合研究センターが主催する「教育応援グランプリ2017 金賞」を受賞いたしました。

近年、若年者への消費者教育が注目されている中、2018年度より、学習指導要領改訂にともない、授業を2部構成(教員による事前授業、当社職員による出前授業)へ変更し、生徒同士のグループワークや発表の場面を増やすなど、授業内容の改訂を行いました。



出前授業の様子



スライド教材(映像入り)

### ■「出前授業」・「受入授業」を通じて

過去3回にわたって中学校を訪問し、授業をさせていただきました。「貯蓄」とは異なり、「相互扶助(支え合い)」の考え方を基本に成り立っている保険のしくみを伝えるとともに、日々生活に食費や住居費、通信費等がどれくらいかかるのか等、具体的な数字も時に交え、双方向での意見交換もしながら、お話をしています。「未来の消費者」である子どもたち一人ひとりが自分なりの将来を考え、また周囲の方々の支えに思いを巡らす一助に、少しでもなればと願っています。



法務部 木屋 博達  
(経営法務課長)  
(消費生活アドバイザー35期)

## 企業としての消費者関連取組～従業員の意識醸成～

### ●全国約1,000カ所の消費生活センターとの定期的な交流

当社は地域や消費者との関わりを深化を目指し、全国の支社が消費生活センターを定期的に訪問しています。地域ごとの消費者問題や相談内容をおうかがいし、当社の取組をご説明しています。また、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います。

これらの交流を通じて課題意識やご意見を積極的に収集し、改善取組や消費生活アドバイザー (P.28) 有資格者を含めた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

- ・ 訪問いただき、良い関係を構築することで、行政側からも生命保険に関する相談を連絡しやすいので、大変ありがたい。 (熊本県内)
- ・ 高齢者の加入について、ご家族からの問合せがあるので、ご家族の同席勧奨など、丁寧な対応をして欲しい。 (埼玉県内)
- ・ 消費者教育の一環として、消費生活センターとしても「出前授業 (P.26)」のような研修を検討していきたい。 (新潟県内)



消費生活センターへの訪問 (左：愛知県 右：徳島県)

#### ■消費生活センターとの交流を通じて

湘南支社のエリアには5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、ニッセイ懇話会へのご出席においてもご協力をいただいております。当社取組に耳を傾けていただく中、生命保険に関する相談状況や消費者センターの取組等をご説明いただき、当社の相互会社運営にご協力いただいております。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」等を知ることにもつながっています。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。



湘南支社

左：吉田 郁子 (支社次長)

(消費生活アドバイザー21期)

右：志村 泰史 (お客様担当部長)

(消費生活アドバイザー36期)

## ●消費生活アドバイザー取組（2018年4月1日現在 有資格者823名）

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。823名のうち167名が全国支社に在籍し、本店本部・支社双方で消費者視点を活かし、日々の業務に取組むとともに、社外の活動にも積極的に取り組んでいます。

また、消費者関連の専門家をお招きする「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

（板東久美子 日本司法支援センター理事長ご講演）



社外における活動

（一社）日本ヒーブ協議会 代表理事 梶原 織梨江  
（輝き推進室 室長、消費生活アドバイザー31期）

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」を実施しています。消費者問題の現状、当社の苦情発生状況等について理解を深めています。

一方、約5万名の営業職員向けには、社内番組を通じてお客様からのお申し出事例を学ぶ「消費者視点に立った営業活動」の研修を実施しています。

これらに加えて、課長相当職を目指す内務職員向けに苦情音源から学ぶ「消費者志向経営研修」を実施しています。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「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。

### ■消費者志向研修について

社内番組に出演し、全職員向けに消費者志向醸成に向けた研修を実施しました。消費生活アドバイザーとして、お客様視点からの課題提起を行うことで、お客様の声を会社全体に広めるよう努めました。日頃はおお客様の声の分析と改善策の立案を担当しています。資格取得を通じて、消費者志向を養うことができ、お客様の声をより具体的に分析できるようになったと思います。これからもお客様（消費者）、日本生命（企業）、行政のそれぞれの視点をもって、日々の業務を行ってまいります。

### 「消費者視点に立った営業活動」 （社内番組）



お客様サービス部 齋木 燎（副主任）  
（消費生活アドバイザー38期）

高齢者の消費者被害の未然防止のための見守り活動や、若年層への消費者教育への支援、消費者志向経営など、今や、適切な取引を目指す事業者への社会的な期待が高まっています。

今年度の消費者庁消費者白書によると、消費生活相談における販売購入形態別相談件数は、インターネット通販の割合が店舗販売の割合を上回ったと報告されています。65歳以上の高齢者でも、インターネット通販の割合が拡大し、パソコン、スマートフォンの利用が広がっていることがわかります。反面、自ら新しい商品やサービスを積極的に利用する中で、表示や広告の見方、情報収集の方法が不十分であるため、重要な事項に気が付かずトラブルになってしまったり、インターネット上で頻繁に行われている詐欺的な取引に関わってしまったという相談が寄せられています。今後、高齢者の利用がますます拡大すると思われます。インターネット広告や表示などについて、高齢者にとってのわかりやすさが求められ、また高齢者への啓発が必要と感じています。

さて、日本生命様は、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を実施され、「お客様の声白書」として公表されています。消費者志向自主宣言をしても、お客様や職員に伝わらなければ意味がありません。お客様の声をしっかり受け止めることと同時に、受け止めて改善したことを広報することが大変重要です。宣言していること、「お客様の声」を経営に活かす取組として実践していることを、お客様に伝えることで信頼が確保されると考えます。その点、対話ツールとして職員が活用することで、職員の理解が深まり、また、全国のお客様、消費生活センターに届けていただくことで信頼が醸成されることになると思います。

そして、白書を拝見して素晴らしいと思ったのは、「お客様の声からの改善事例」が多いことです。お客様の声は実にさまざまですが、重要な声として受け止め、改善が必要であるか検討し、担当部署の理解を得て、具体的な改善に繋がっているという作業は、簡単なことではなく、大変なご苦労があることと推察します。このたびの改善事例の中では、健康増進コンサルティングや、障がいのある方・高齢の方への理解促進のための社外講習の実施などは、生命保険という商品を販売するだけにとどまらず、今求められている社会的な要請を受け止めたものであると思いました。

また、中学校・高校への「出前講座」は、学習指導要領改訂に伴って、授業の構成や内容を改善されるなど、長い実績を積んできたことによるものと思います。成年年齢引下げを目前にした消費者教育への支援をさらに期待しています。

お客様からの声は、自分が今後もお付き合いしていく日本生命がよりよい企業になってほしいという意思表示です。それを受け止め、実現してくれて、広報してくれたら、黙って立ち去るお客様がなくなるのではないかと思います。今後も、消費者との接点を大事にしていきたいと思っています。



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1963名の会員（2018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。

## 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。