

お客様の声白書

2023



日本生命保険相互会社

ごあいさつ

当社は、2023年7月4日に創業135年目を迎えました。

生命保険は、「共存共栄」「相互扶助」の精神に基づく助け合いによる保障の仕組みであり、創業以来、当社は「お客様本位の業務運営」と「サステナビリティ経営」を実践してきており、事業運営の基本理念に据えています。これからもご契約者の利益を最優先に考えてあらゆる仕事を行い、お客様本位の理念を実現したいと考えています。

生命保険会社は、お客様の目線で考え抜き、さまざまなニーズを捉えた最適な保険・サービスを提供するとともに、お客様とお約束したご契約の保障責任を全うすることが求められています。当社は、お客様の信頼の上にのみ事業が成り立つという認識のもと、お客様の声を基点とした継続的なサービス向上を進めてまいります。

「サステナビリティ経営」については、「人」「地域社会」「地球環境」の3つの領域に重点を置き、それぞれのサステナビリティを実現し、誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会を創ることを目指し、グループ全体で取り組んでいます。

この「お客様の声白書2023」は、「お客様本位の業務運営」の成果である改善取組の事例や「サステナビリティ経営」に関する事例を紹介した冊子であり、全国の支社で開催するニッセイ懇話会、各地域の消費生活センター訪問などの場面で活用しています。

当冊子が、全国各地域のお客様にとって、当社の取組を理解していただき、親しみを持っていただく一助となれば幸いです。当社の取組について、忌憚のないご意見をお寄せいただければと思います。

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。

2023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 清水 博



目 次

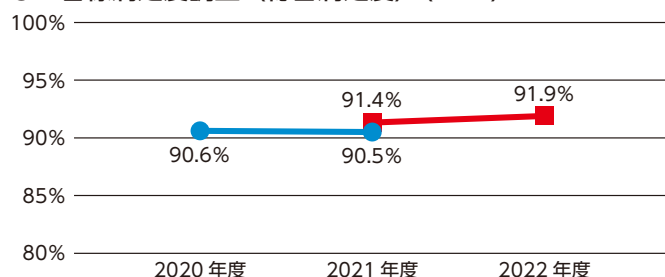
● 「お客様の声」を経営に活かす取組	3
「お客様の声」に学び・活かす取組	4
「お客様の声」の受付体制	7
2022年度当社に寄せられた「お客様の声」	9
2022年度「お客様満足度調査」の結果	10
● 「お客様の声」にもとづく改善取組事例	12
● 企業としての消費者関連取組	26
● 寄稿	30

お客様の声白書 2023 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91.9%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)」は、約6.3万件となりました。

●お客様満足度調査（総合満足度）（P.10）



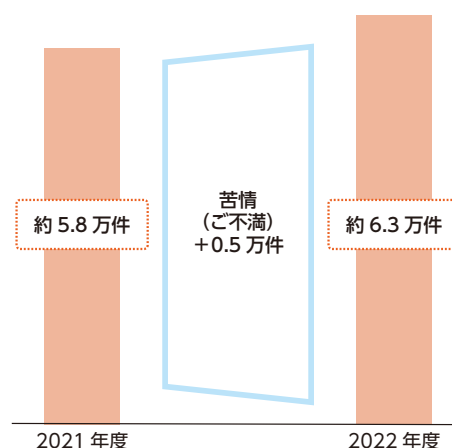
● 従来（営業職員経由で加入のお客様を対象とした郵送調査方法）

■ 新調査方法※

※2021年度から、従来の郵送調査に加え、Web調査を実施しています。
調査対象のお客様についても営業職員・代理店・銀行窓販経由で加入されたお客様に対象を拡大しております。

（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）（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。

- 【2022年 4月】 サンクスマイル賞品の登録住所への配送を開始(P. 14)
- 【2022年 6月】 「ご契約者サポートサービス」通知の改訂(P. 15)
- 【2022年 8月】 郵送封筒の窓あき部分の素材を紙素材へ変更(P. 16)
- 【2022年 9月】 生命保険料控除証明書の改訂(P. 17)
- 【2023年 3月】 契約内容通知書のWeb通知受取を開始(P. 18)
- 【2023年 4月】 ビジネスマッチングWebサイト「Biz-Create® by NISSAY」開設(P. 19)
- 【2023年 5月】 外貨建保険の商品説明動画の提供ラインアップ拡充(P. 20)
AI(人工知能)による自動音声応答サービス(解約請求書類郵送受付)を開始(P. 21)
- 【2023年 6月】 企業保険商品について外部サービス(電子契約サービス)を活用したペーパーレス・押印レスを実現(P. 23)
- 【2023年 7月】 ホームページ「よくある質問」の表示位置を見直し(P. 24)
iDeCoのWeb申込受付を開始(P. 25)
- 【2023年10月】 iDeCoの運営管理手数料無料化(P. 25)

The background is a light cream color with various orange and yellow geometric shapes. There are several circles of different sizes, some solid and some outlined. A curved line with a dashed pattern enters from the top left. In the bottom right, there is a large circular area filled with a complex geometric pattern of triangles and squares. The overall design is clean and modern.

「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

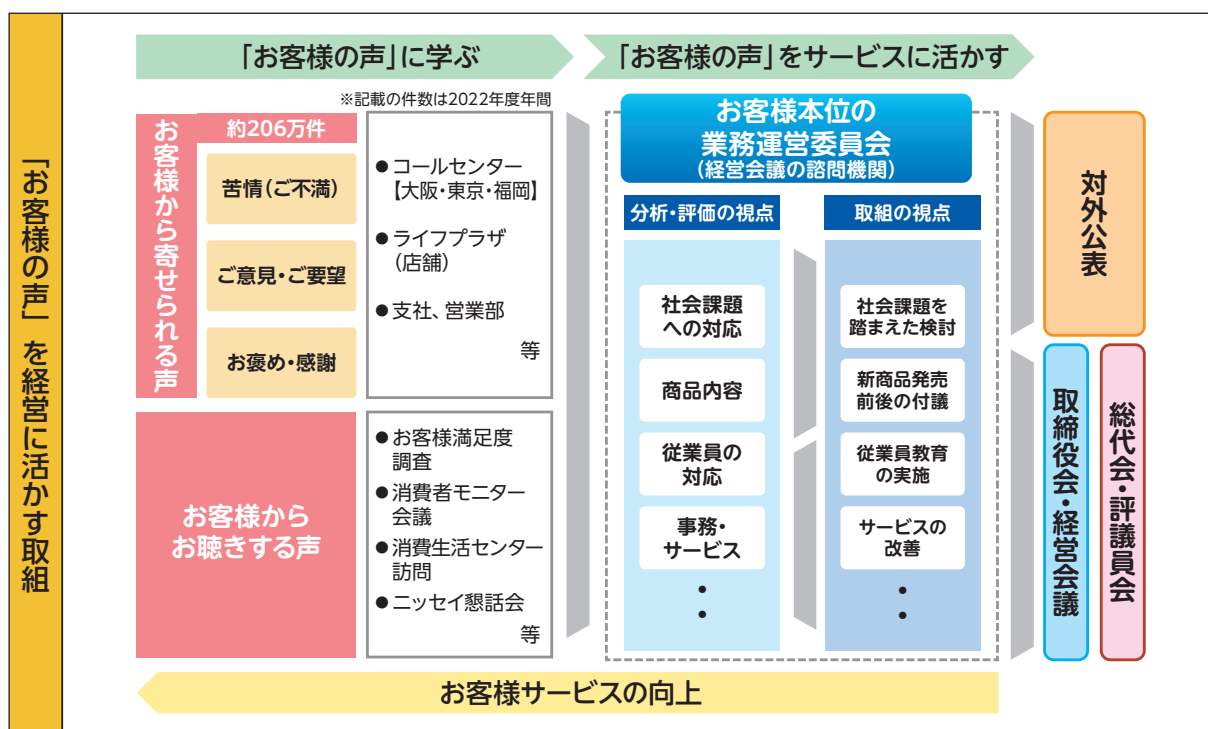
「お客様の声」に学び・活かす取組

●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.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」に学び・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	
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、お客様の輪を上げます。
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	お客様の声を活かす取組・結果の検証
6	チャンネルの管理	一人ひとりがお客様本位で行動するための取組

●関連する对外公表

「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、販売チャネルごとに具体的な取組内容を公表し、また、取組結果についても今後公表を予定しています。

「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。

「サステナビリティ経営」

当社は、国民生活の安定と向上に寄与することを経営基本理念に掲げる中、安心・安全で持続可能な社会の実現への貢献を通じた企業価値向上を目指し、あらゆる事業活動において、サステナビリティ経営を推進しています。

昨今の社会課題や、ステークホルダーからの期待と当社事業との関連性を踏まえ、2023年度より、日本生命グループが重点的に取組む重点領域を「人」「地域社会」「地球環境」の3領域とし、サステナビリティ重要課題を見直しました。

「人」のサステナビリティの向上に向けては、人生100年にわたる安心・安全を提供し、希望に満ちた未来世代を育み、多様性と人権を尊重する観点から、生命保険、資産運用、ヘルスケア等のサービスを提供しています。

「地域社会」のサステナビリティの向上に向けては、活力あふれる地域社会の創出へ貢献する観点から、健康増進や経済振興に取り組んでいます。

「地球環境」のサステナビリティの向上に向けては、豊かな地球を未来につなぐ取組を進めています。

今後も、サステナビリティ経営に係る取組を高度化するとともに、日本生命グループとして、社外への積極的な発信を行うことで、ステークホルダーとのエンゲージメント強化に努めていきます。

領域	サステナビリティ重要課題	関連するSDGsゴール
人 	① 人生100年にわたる安心・安全の提供	1 貧困をなくそう 3 すべての人に健康と福祉を 8 働きがいも、経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう
	② 希望に満ちた未来世代を育む	1 貧困をなくそう 4 質の高い教育をみんなに
	③ 多様性と人権の尊重	5 男女同権 8 働きがいも、経済成長も 10 人や国の不平等をなくそう
地域社会 	④ 活力あふれる地域社会の創出	3 すべての人に健康と福祉を 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 11 住み続けられるまちづくりを 17 パートナリープで目標を達成しよう
地球環境 	⑤ 豊かな地球を未来につなぐ	7 再生可能エネルギーに切りかえよう 12 つくる責任、つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさも守ろう
上記を支える経営基盤		コンプライアンス リスク管理 コーポレートガバナンス 人的資本

「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

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、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。

●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「comuon®（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
39店舗（全国99店舗中）で導入済



●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・ご要望をお伺いする場として、1975年から毎年開催しています。

2022年度は2023年1～3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、総代167名を含む、ご契約者など2,222名から5,957件のご意見・ご要望をいただきました。

2022年度上半期業績、お客様の声にもとづく改善取組等について説明しました。いただいたご意見・ご要望は社内各部署で検討し、経営に反映するよう努めています。



出席役員挨拶

■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。2022年度は40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*

- ・生命保険の相談は減少しており、懇話会などの様々な取組が功を奏し、トラブルの減少に繋がっていると思われ、取組に感謝している。消費者と事業者の情報量の格差が原因で消費者トラブルは起こるが、懇話会は、消費者も契約者として学び、事業者とのコミュニケーションを行う場であり、情報格差をなくすための大切な取組だと思う。
- ・消費者の声を直接聞く事ができて感謝している。消費生活センターの運営にも活かしていきたい。
- ・懇話会は生命保険会社と契約者の相互理解の場であると強く感じた。また多くの意見を聞くことが出来て大変有意義に感じた。引き続き継続してほしい。

●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
2022年6月	ご契約内容のお知らせ（現行版）
2022年7月	ご契約内容のお知らせ（改訂案）



新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を踏まえ、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。

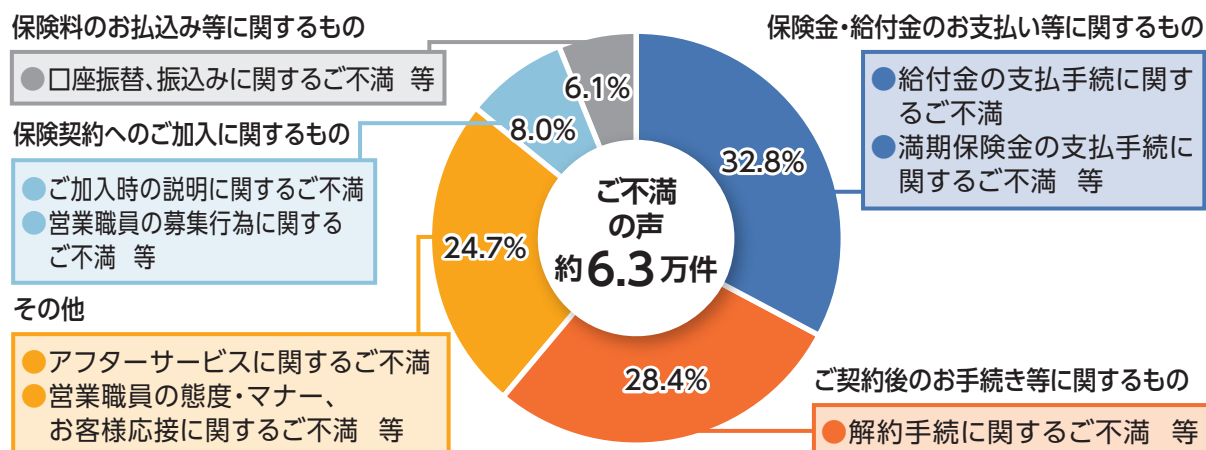
「お客様の声」を経営に活かす取組

2022年度 当社に寄せられた「お客様の声」

2022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206万件の「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。【詳細P.12～25】
(「お客様の声」を経営に活かす取組の全体像はP.4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

・遠方に住んでいましたが、「大切な保障なので年に一度きちんとご確認いただきたい」と言ってくださり、訪問していただきました。丁寧に契約内容を説明していただき大変満足しています。
(埼玉県 40代 男性)

給付金請求時にいただいた感謝

・担当のご挨拶に来られて以降定期的に訪問してくれます。入院・手術についての問合せをした時は、不安から弱音を吐いたこともありましたが、いつも丁寧に対応してくれました。おかげで治療にも前向きになれました。ありがとうございます。
(愛媛県 70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。

2022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。

2022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」と回答したお客様の占率）は91.9%となりました。

なお、「総合満足度」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。

また、2021年度より、従来の郵送調査に加え、Web調査を開始しております。調査対象のお客様についても、加入経路の拡大を反映し、営業職員・代理店・銀行窓販経由で加入されたお客様に対象を拡大しております。

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

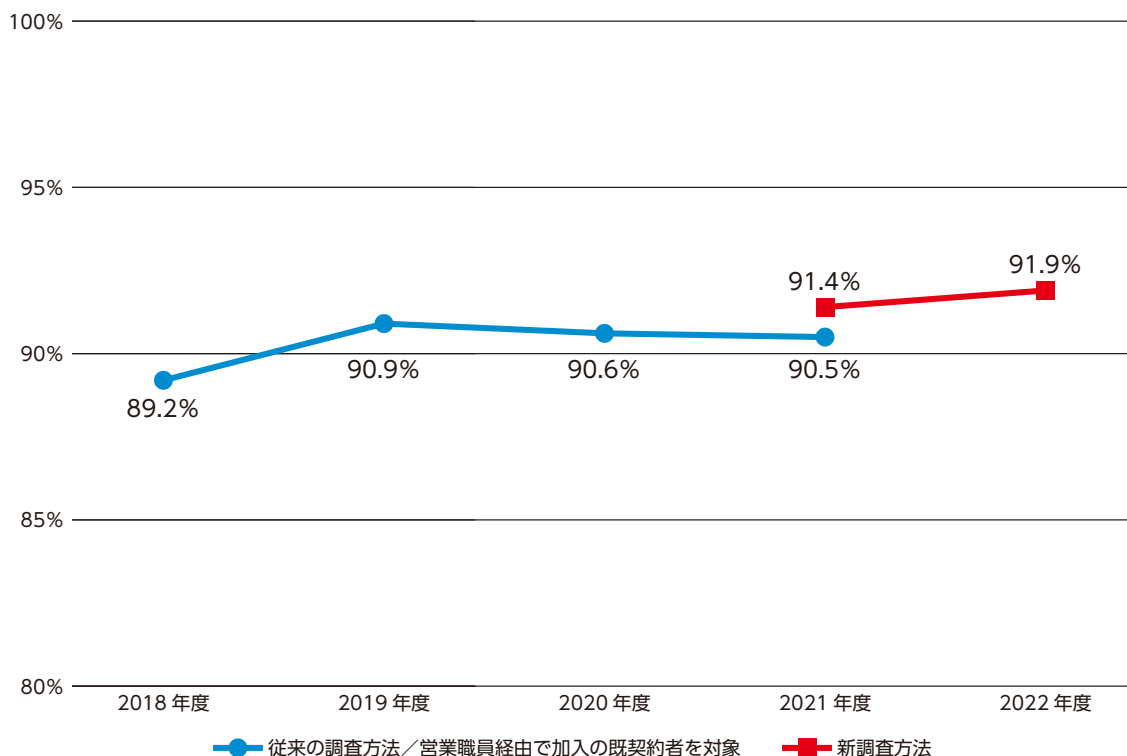
調査時期

2022年9月

有効回答数

約1.0万名

総合満足度過年度推移

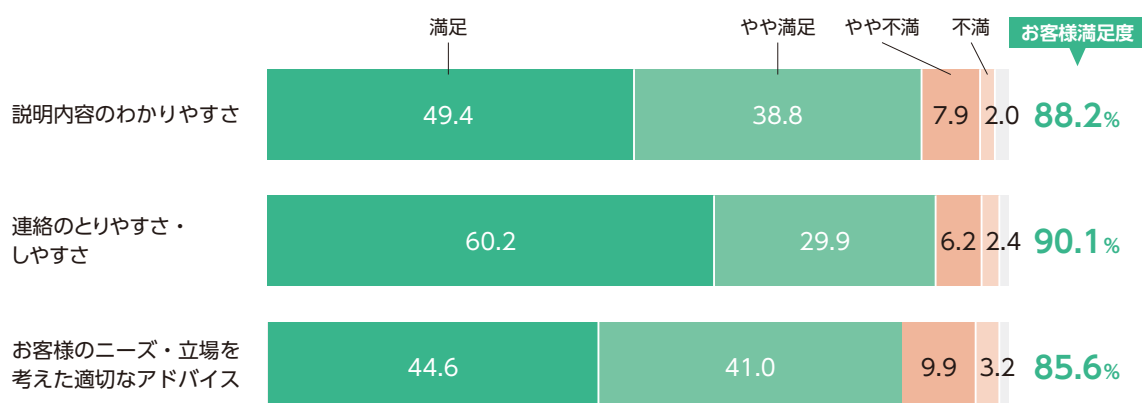


お客様満足度とは、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」と回答したお客様の占率です。

「お客様の声」を経営に活かす取組

2022年度 「お客様満足度調査」の結果

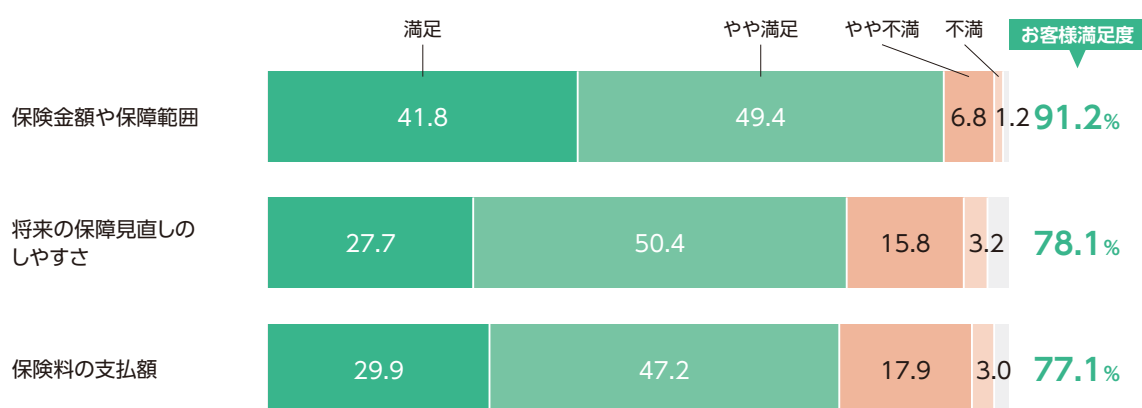
営業担当者に対する満足度



お客様からいただいたご意見・ご要望の例※

- ・担当の方とLINE でやりとりができるので、気軽に連絡が取れることに満足しています。今後もなにかありましたらお願いいたします。
(富山県 40代 女性)
- ・現在担当の方の人柄や豊富な知識に惹かれ、20年にわたりお世話になっています。今後仮に担当の方が変わる場合、現在の担当の方以上の知識と人柄を持つ方に委ねたいと思っているので、職員のさらなる育成をお願いします。
(東京都 30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※

- ・日本生命とは、30年以上親の代から大変お世話になっています。加入中の商品の保障内容に大変助かりました。
(東京都 50代 男性)
- ・商品内容をシミュレーションできたり、日本生命の商品ラインナップを検索しやすいようにしてほしいです。また、同年代や同収入の人が生命保険を何社掛け持ちし、将来にむけてどのくらい対策しているかを知りたいです。
(和歌山県 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。

The background is a light orange color with various decorative elements. There are several circles of different sizes, some solid and some outlined. A large circle on the right side is filled with a geometric pattern of smaller triangles. A curved line with a dashed pattern is in the top left corner. The text is centered in the middle of the page.

「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	サンクスマイル賞品を自宅に届けてほしい	サンクスマイル賞品の登録住所への配送を開始	P.14
2	通知におけるコールセンターへの連絡要否をわかりやすくしてほしい	「ご契約者サポートサービス」通知の改訂	P.15
3	送付書類の封筒をそのままリサイクルに出せるような素材にしてほしい	窓あき部分の素材を“紙素材”へ変更	P.16
4	生命保険料控除証明書をわかりやすくしてほしい	生命保険料控除証明書の改訂	P.17
5	契約成立後に受取る書類について電子ファイルで確認できるようにしてほしい	契約内容通知書のWeb通知受取を開始	P.18
6	日本生命の取引先ネットワークが手軽に活用できるビジネスマッチングサービスがほしい	ビジネスニーズを発信・閲覧・商談申込できるWebサイト「Biz-Create® by NISSAY」を開設	P.19
7	金融機関で加入する外貨建保険について、申込時にリスク等をわかりやすく説明してほしい	外貨建保険の商品説明動画の提供ラインアップを拡充	P.20
8	・コールセンターの受付時間外でも申出受付をしてほしい ・コールセンターの電話待機時間を減らしてほしい	AI（人工知能）による自動音声応答サービス（解約請求書類郵送受付）を開始	P.21
9	企業保険商品の契約締結や制度変更などの手続きに際し、書類への押印を削減してほしい	団体印（届出印・事務代行印）について、外部サービス（電子契約サービス）を活用したペーパーレス・押印レスを実現	P.23
10	ニッセイホームページの「よくある質問」を探したが見つからなかったわかりやすくしてほしい	ホームページ「よくあるご質問」の表示位置を見直し	P.24
11	iDeCoをもっと気軽に利用できるようにしてほしい	ニッセイのiDeCoのWeb申込受付開始・運営管理手数料無料化	P.25

お客様の声

サンクスマイル賞品を自宅に届けてほしい

2022年4月～

事例1

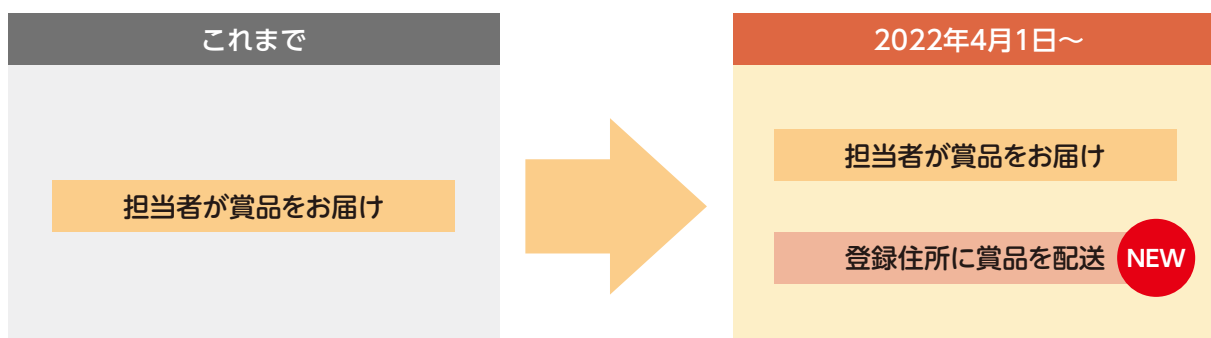
サンクスマイル賞品の登録住所への配送を開始

改善内容

サンクスマイル賞品のお届け方法について、「担当者が賞品をお届け」以外に「登録住所に賞品を配送」を選択できる取扱いを開始

- ご契約者限定サービス「ずっともっとサービス」のサンクスマイルメニューでは貯まったサンクスマイルを各種賞品と交換できます。
- サンクスマイル賞品のお届け方法は、担当者が賞品を直接お客様にお渡しする形式のみでしたが、コロナ禍により非対面での受取りを求めるお客様の声が高まっておりました。
- こうしたお客様意識の変化を受け、賞品お届け方法について見直し、2022年4月1日より登録住所へサンクスマイル賞品を配送する取扱いを開始しました。

〈変更イメージ〉



「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の
声

「コールセンターまでご連絡ください」と通知に書いてあったので電話をしたが、
連絡は不要と言われた
間違って連絡しないように通知をわかりやすくしてほしい

2022年6月～

事例2

「ご契約者サポートサービス」通知の改訂

改善
内容

どのような場合に、コールセンターにご連絡をいただきたいかを明確に記載し、該当しない場合は連絡不要の旨を追記しました。



お客様

通知が届き、コールセンターに連絡するよう書いてあったので電話しました。

え、そうなの？…わかりました。

変更がないようですので、
特にお手続きいただくことはございません。

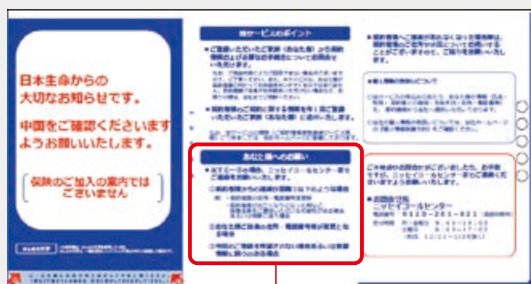
※通知記載の情報に変更がない場合



オペレーター

従来の通知内容

ご連絡いただきたい場合を記載しておりましたが、「ニッセイコールセンターまでご連絡をお願いします」が目立ち、ご連絡いただく必要のないお客様からもお電話をいただいていた。



あなたへお願い

■以下①～③の場合、ニッセイコールセンターまでご連絡をお願いいたします。

①契約者様からの連絡が困難で以下のような場合
例)・契約者様の住所・電話番号変更時
・契約者様がお亡くなりになった時など、保険金等を請求しにくい可能性がある場合、あるいは判断に迷う場合

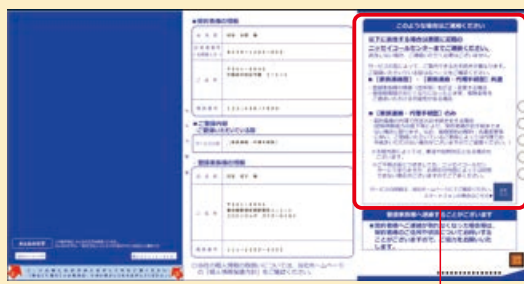
②あなた様自身の住所・電話番号等が変更となる場合

③今回のご登録を希望されない場合あるいは登録情報に誤りがある場合

改訂後の通知内容

以下2点を変更することでわかりやすくなりました。

- 「該当する場合はご連絡ください」という表現に変更しました。
- 「該当しない場合、ご連絡いただく必要はございません」と明記しました。



このような場合はご連絡ください

以下に該当する場合は表裏に記載のニッセイコールセンターまでご連絡ください。
該当しない場合、ご連絡いただく必要はございません。

サービスの型によって、ご案内できるお手続きが異なります。
ご登録いただいている型は左ページをご確認ください。

■【家族連絡・代理手続型】共通

- ・登録家族様の情報（住所等）を訂正・変更する場合
- ・保険金受取額が大幅に変わったとき等、保険金等をご請求いただける可能性がある場合

■【家族連絡・代理手続型】のみ

- ・契約者様の代理で所定のお手続きをする場合（認知判断能力の低下等により、契約者様がお手続きできない状態に陥る可能性がある場合）

お客様の声

郵送されてきた封筒の窓あき部分の素材を紙素材にしてリサイクルに出せるようにしてほしい

2022年8月～

事例3

窓あき部分の素材を“紙素材”へ変更

改善内容

コールセンターから給付金請求書類の郵送時に使用している封筒について、SDGsの観点からリサイクル可能な“紙素材”の窓あき封筒へと変更しました。従来の素材は、自治体によっては廃棄の際に「紙部分」と「セロハン部分」に分別が必要でしたが、ごみの分別が不要な環境にやさしい素材へと見直しました。

料金後納郵便

Point! リサイクル可能な、環境にやさしい素材を使用しています。

親展

窓あき封筒の窓部分を紙素材に見直し

大切な書類が入っております。
お早めにお開封してください。

日本生命保険相互会社
URL : <http://www.nissay.co.jp>

NISSAY

発送枚数
約 60,000 枚/年

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の
声

生命保険料控除証明書をわかりやすくしてほしい

2022年9月～

事例4

生命保険料控除証明書の改訂

改善
内容

お客様からいただいた声を反映し、帳票を改訂しました。

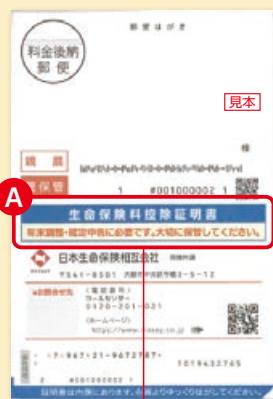
- ①全面カラー化や、通知名・表記をわかりやすくすることで、お客様にとって見やすいデザインに変更しました。
- ②ニッセイホームページにアクセスできるQRコード※を追加することで、申告書の記載方法や電子発行の利用方法についてご確認いただけるようになりました。

従来



全面カラー化・見やすいデザインに改訂

2022年9月26日～



通知名を目立つデザインへ変更
生命保険料控除証明書
※家庭内・指定申請に必要です。大切に保管してください。

開封口が2カ所ある
はがきには、開き方
のイラストを追加

・申告書の記載方法等についてニッセイホームページへご案内する文面とQRコードを追加
・電子発行についてのご案内を追加

生命保険料控除制度について新・旧制度どちらに該当する契約か、わかりやすい位置へ変更
適用制度 新制度
年金支払期間

※QRコードは（株）デンソーウェーブの登録商標です。

お客様の声

契約成立後に受取る書類について電子ファイルで確認できるようにしてほしい

2023年3月～

事例5

契約内容通知書のWeb通知受取を開始

改善内容

契約内容通知書（契約成立後に契約者に通知する、ご契約内容を記載した書類）について、Web通知での受取りが可能となりました。
Web通知は、日本生命アプリやニッセイホームページの“ご契約者さま専用サービス”から確認できます。

契約内容通知書

これまで

郵送通知のみ

3/20(月)申込プラン作成～

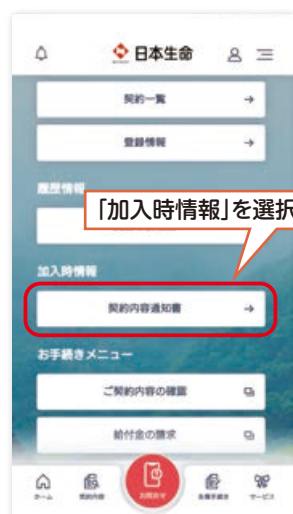
Web通知
または郵送通知

追加

Web通知は、日本生命アプリやニッセイホームページのご契約者さま専用サービス(マイページ)から確認できます

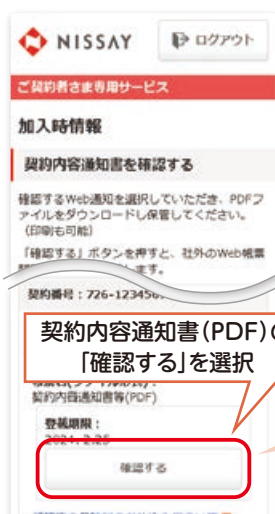


日本生命アプリ
[ご契約者さま専用サービス]画面



「加入時情報」を選択

[加入時情報]画面



契約内容通知書(PDF)の
「確認する」を選択

Web通知(契約内容通知書
Web版)を確認できます



Web通知の
おすすめポイント

Webで電子ファイルを確認するため、環境にやさしく、
紙の保管が不要なため、書類紛失の心配がなくなります

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の声

日本生命の取引先ネットワークが手軽に活用できるビジネスマッチングサービスがほしい

2023年4月～

事例6

ビジネスニーズを発信・閲覧・商談申込できるWebサイト

「Biz-Create[®] by NISSAY[※]」を開設

※ Biz-Create[®]は株式会社三井住友銀行の登録商標です。

改善内容

お客様がオンライン上でビジネスニーズを発信・閲覧し、新たなビジネスパートナーを探すことができるWebサイト「Biz-Create[®] by NISSAY」を開設しました。

●ビジネスマッチングWebサイト「Biz-Create[®] by NISSAY」の特徴

特徴

1

ネットで簡単

■会員登録 ■ニーズ登録・閲覧・検索 ■商談エントリー

Webサイト上ですべての手続きが可能です。



特徴

2

全国のあらゆる企業と出会える

■取引企業数: 27.5万社 ■営業拠点数: 1,500超

全国規模の当社取引先ネットワークに加え、提携先の三井住友銀行「Biz-Create[®]」登録企業とも商談が可能です。



特徴

3

当社営業担当者がマッチングをサポート

ご登録ニーズにマッチする企業のご提案や商談の調整を実施します。



特徴

4

便利で安心

NEC社のデジタル技術を活用しています。



特徴

5

全サービス無料

ニーズ登録・マッチングサポートや、商談・成約手数料などすべて無料です。



アクセスはこちら

<https://www.nissay.co.jp/hojin/businessmatching/index.html>



お客様の声

金融機関で加入する外貨建保険について、申込時にリスク等をわかりやすく説明してほしい

2023年5月～

事例7

【ご加入時のわかりやすいご説明への追加対応】 外貨建保険の商品説明動画の提供ラインアップを拡充

改善内容

お客様に商品概要やリスク等をご理解いただけるよう、商品説明動画の提供ラインアップを拡充しました。

●外貨建保険の商品説明動画の提供ラインアップを拡充

外貨建保険の商品概要やリスク等をお客様にわかりやすくご理解いただくため、動画ならではのストーリー性を取り入れ、平易かつ端的な表現を用いた説明動画をニッセイホームページで提供しています。

2023年5月に対象商品を追加し、現在金融機関で販売している全ての外貨建保険の商品説明動画を提供するようにラインアップを拡充しました。



ニッセイホームページ

(ご参考) 従来より、ご加入時のわかりやすいご説明を行うための募集人リテラシー向上や説明ツールの提供、お客様にご契約を安心して継続していただくためのご加入後のアフターフォローにおける情報提供・ご説明の充実にも継続的に取組んでいます。

—これまでの主な改善事例—

【ご加入時のわかりやすいご説明】

- ・商品パンフレットの改良 (2017年10月～)
- ・外貨建保険のリスク解説動画の提供 (2020年3月～)
- ・外貨建保険販売資格制度の創設 (2020年10月～)、ライセンス化 (2022年4月～)
- ・重要情報シートの提供 (2021年10月～)
- ・商品説明動画の提供 (2021年12月～)

【ご加入後の情報提供・ご説明の充実 (アフターフォロー)】

- ・定期通知 (ご契約内容のお知らせ) の改良 (2019年10月～)
- ・金融機関からお客様へご契約内容を説明するためのツール提供 (2020年4月～)
- ・既契約者向け商品概要ビラの提供 (2021年6月～)
- ・契約者代理制度の導入および説明ツール提供 (2022年4月～)

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の声

- コールセンターの受付時間外でも申出受付をしてほしい
- コールセンターの電話待機時間を減らしてほしい

2023年5月～

事例8

AI(人工知能)による自動音声応答サービス(解約請求書類郵送受付)を開始

改善内容

お客様からのご要望が多い、“コールセンターの受付時間の拡大”に対応できるよう、営業時間外(月～金曜日、土曜日の夜間)にAI(人工知能)による解約請求書類の郵送受付を開始しました。

今後、受付時間をコールセンターの営業時間内にも拡大し、つながりやすいコールセンターの実現に向けて取組をすすめる予定です。

●AI(人工知能)による自動音声応答サービスとは…

ニッセイコールセンターのオペレーターに代わり、AI(人工知能)が自動音声応答にてお客様からの解約手続きに関するお申し出を電話で受付けるサービスです。



特徴①

AIが高い精度で音声を認識し、
受付けを完結させることができる！

お客様は、音声ガイダンスに沿って、契約番号や契約者名等を口頭でご回答いただくのみ。

特徴②

営業時間にとらわれない
受付けができる！

お客様はご自身のライフスタイルやご都合に合わせてお申し出ができる。

特徴③

突発的な入電量の増加への
対応ができる！

申出受付内容の間口を拡大し、オペレーターとAIでの受付けを同時に行うことで常時つながりやすい環境を提供できる。

●対象手続

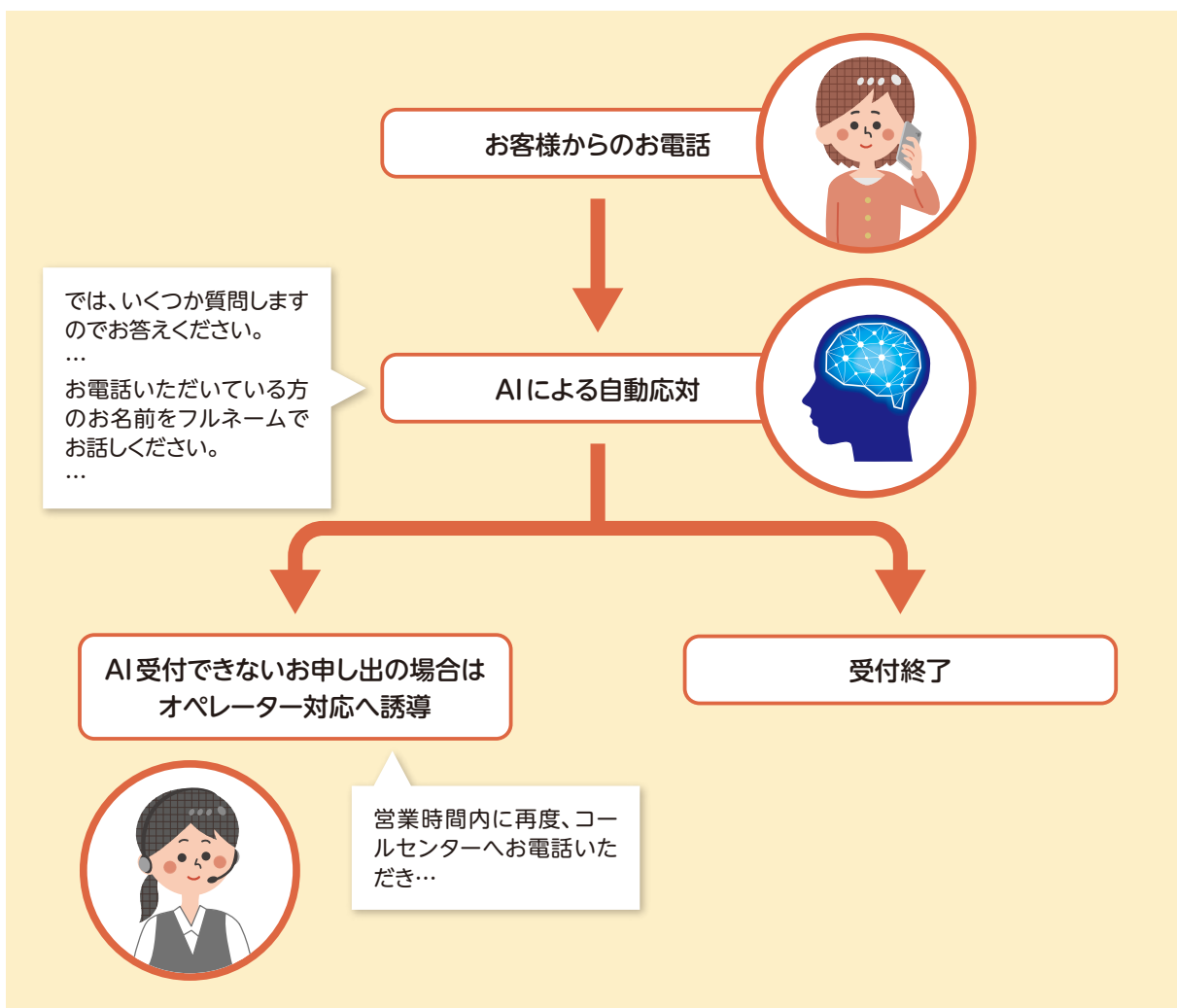
■解約請求書類の郵送

- ※受付可能な契約
- ・2012年4月2日以降にご加入の契約
 - ・契約者様が個人の契約

●ご留意事項

- 契約番号（証券記号番号）をあらかじめご用意のうえ、契約者本人様よりご連絡ください。
- 一度のお電話で受け付けできるご請求は1契約です。複数の契約のご請求をご希望の場合は契約ごとにご連絡ください。
- 請求書類は、受け付けから1週間程度で当社にご登録の住所へ郵送いたします。
- お申し出内容に確認が必要な際は、当社から電話で連絡をする場合がございます。

●イメージ図



「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の
声

企業保険商品の契約締結や制度変更などの手続きに際し、書類への押印を削減してほしい

2023年6月～

事例9

団体印(届出印・事務代行印)について、外部サービス(電子契約サービス)を活用したペーパーレス・押印レスを実現

改善
内容

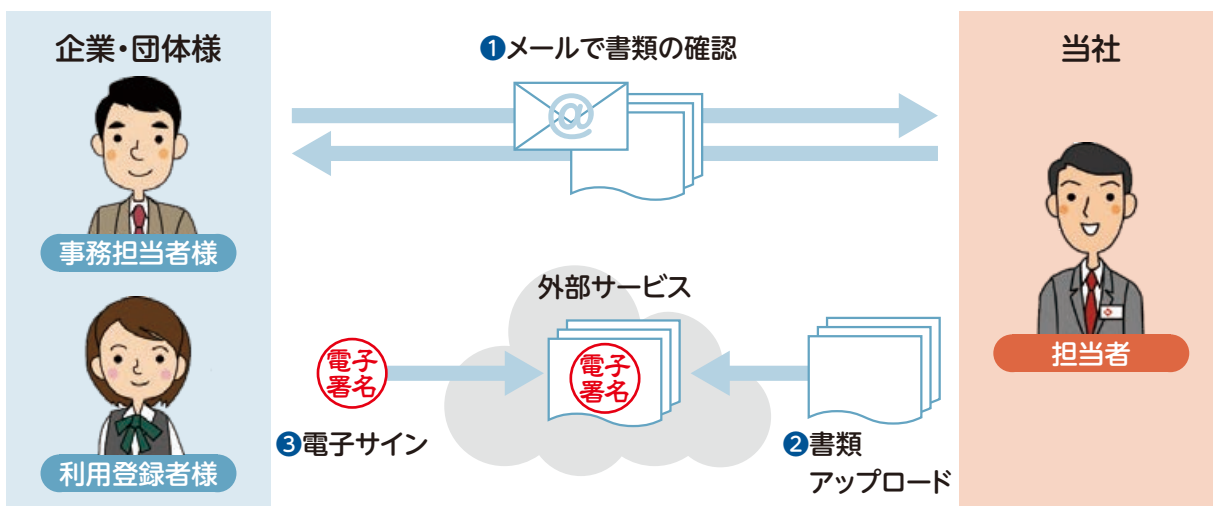
企業保険商品の契約締結や制度変更などのお手続きについて、外部サービス(電子契約サービス)を活用し、企業・団体の押印業務を電子サインで代替することで、各種帳票のペーパーレス・押印レスを実現しました。

●電子契約サービスの導入



これまでご提供していた Web サービス上ではご対応いただけなかったお手続きについて、電子契約サービスを導入することで、ペーパーレス・押印レス可能なお手続きの範囲を拡大しました。

〈企業保険商品の契約締結や制度変更などのお手続き〉



電子契約サービス活用のメリット

1

手書き・押印・郵送などが不要となり、事務手続が早期化する

2

押印などが不要となり、場所を問わずお手続きが可能となる

お客様の
声

ニッセイホームページの操作方法がわからないので「よくある質問」を探したが
見つからなかった
もっとわかりやすくしてほしい

2023年7月～

事例10

ホームページ「よくあるご質問」の表示位置を見直し

改善
内容

トップページの「よくあるご質問」を常時表示するデザインへ変更することで
わかりやすくなりました。

変更前

「よくあるご質問」の掲載場所がホームページトップ画面の≡(ハンバーガーボタン)を押さないと表示されず、わかりにくいデザインでした。



≡ ボタン押下で「よくあるご質問」が表示。



変更後

PC版のページにおいて、トップページ上に「よくあるご質問」を常時表示するデザインへ変更することで、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

iDeCoをもっと気軽に利用できるようにしてほしい

2023年7月～

2023年10月～

事例11

ニッセイのiDeCoのWeb申込受付開始・運営管理手数料無料化

改善内容

- 2023年7月より、iDeCoの加入・移換手続について、Web申込の受付を開始
- 2023年10月より、iDeCoの運営管理手数料がどなたでも無料に

●Web申込受付開始(2023年7月～)

- 従来は書類請求後お届けまで1週間程度要し、不備発生時等、手続完了まで複数回書面でのやり取りをする必要がありましたが、電子化によって書面のやり取りがなくなり、手続時間が最低でも1週間程度短縮されました。
- また、必要情報の記入漏れ等は入力時のエラー表示で事前に防止できるようになり、不備も軽減されます。



手続画面のイメージ

●運営管理手数料無料化(2023年10月～)

- 運営管理手数料がどなたでも無料となる「運営管理手数料無料コース」の販売を開始しました。既加入者^{※1}の運営手数料も無料となります。
- iDeCoの運営管理手数料を、資産額や拠出金額に関係なく、期間を設けずに無料とするのは、生命保険業界初^{※2}となります。
- 「運営管理手数料無料コース」は従来コースから運用商品ラインアップを刷新し、業界最安水準のパッシブ運用商品をラインアップするほか、2024年1月に全米株式・全世界株式等の運用商品も追加します。

iDeCoオフィシャル
ホームページはこちら！



※1 一部プランを除く

※2 2023年9月時点 当社調べ



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

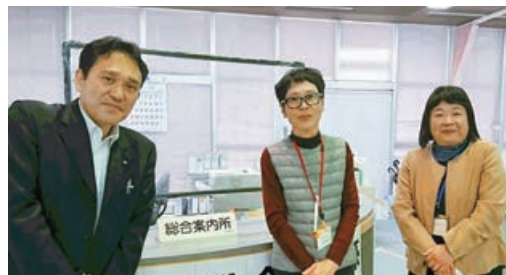
●全国約1,000カ所の消費生活センターと 全国約100支社との定期的な交流

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）にもご出席いただいております、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（鹿児島県）



消費生活センターフードバンクへの協力（茨城県）

消費生活センターからの声※

- ・ 契約を変更する時には、後でこんなはずではなかった、とならないようにメリットだけでなく、デメリットも含めて丁寧に説明するようにしてほしい。（静岡県、奈良県、福岡県）
- ・ 生命保険に関する相談や問合せは以前とは異なり、ほとんどない。各社が消費者対応に注力して、しっかりと取組んでいる証左だと思う。（山形県、神奈川県、新潟県）
- ・ 定期的な訪問により情報提供・情報交換を行ってもらえるのはありがたい。継続してほしい。（多くの消費生活センターからこうした感謝のお声を頂いています）

■消費生活センターとの交流を通じて

- ・ 年2回、管内10カ所の消費生活センターを訪問し、当社作成の冊子をお渡しするとともに、消費者問題や相談傾向等の情報交換を行っています。
- ・ 特に、新たに転入されてきたセンター長、相談員の方には、冊子の中でも「全国の消費生活センターとの関わり」や、「消費生活アドバイザー資格取得の取組」を説明し、共感していただけるように努めています。
- ・ 昨年度は、当社にご不満をお持ちのお客様からの相談を受けた消費生活センターからの照会に迅速に回答したことにより、早期の苦情解決に繋がりました。今後も地域との共生を目指し、活動してまいります。



太田支社

- 左：後藤 祐一（お客様担当部長）
（消費生活アドバイザー43期）
右：小林 あさひ（支社次長）
（消費生活アドバイザー37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。

●自治体との包括連携協定等に基づいた取組

全国47都道府県*と、「包括連携協定」や「個別連携協定」等に基づいた連携強化を図り、「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。全国の営業職員を中心にこうした取組を行い、お客様へ保険・サービスを通じた安心・安全を提供するとともに、地域社会に対する貢献にも取り組んでいます。

*2023年5月末時点

「包括連携協定」
「個別連携協定」等
47都道府県
↓
全国の営業職員を中心に
地域に根差した活動を行う

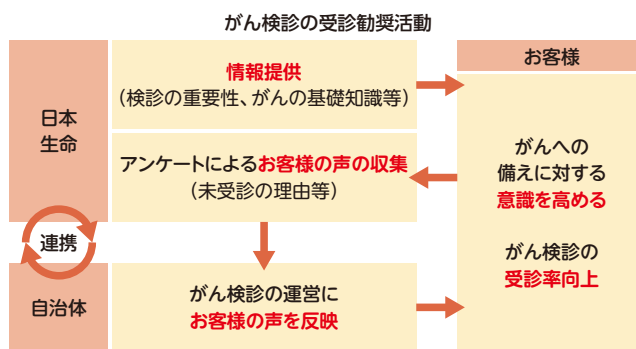


〈取組例〉

がん検診受診勧奨活動

2023年度から、がん検診受診勧奨活動を全国共通のテーマとし、地域の方々の健康増進・疾病予防に向けた取組を行っています。

具体的には、お客様への情報提供に加え、がん検診の受診・未受診理由等の地域のお客様の声を収集していく予定です。



結果を自治体やお客様にフィードバックしていくことで、がんの備えに対する意識を高めるとともに、自治体のがん検診受診率向上に貢献することを目指しています。



がん検診の受診・未受診理由等を伺う「がん検診に関するアンケート」ピラ



お客様に説明する職員

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

●出前・受入授業

全国の当社職員が講師となり、保険やライフデザインの大切さを子供たちに伝え、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。



出前授業の様子

39都道府県 **138校** **14,722名**が参加 (2022年度)

●スポーツを通じた取組

全国各地で所属アスリート等によるスポーツ教室の開催やパラスポーツの観戦・応援などを通じ、次世代を担う子どもたちに向けた支援やDE&I※推進の取組を展開しています。



車いすバスケットボール体験会・講演会



野球部による野球教室

スポーツ教室 **31** 都道府県 **5,045名**
車いすバスケット体験会・講演会 **8** 都道府県 **3,985名**が参加 (2022年度)

※DE&I:ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン

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、「お客様本位の業務運営」を推進するため、全職員向けのWeb研修などを通じて理念の浸透を図っています。

2023年度には、消費者行政の求める従業員向け消費者教育の一環として、社外から講師を招き、新入職員に向けて消費者教育研修を実施しました。

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、消費者の視点を活かして、「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。



新入職員向け消費者教育研修

●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おり、有資格者が全国各地の支社・本部に在籍しています。



自主勉強会の開催
(東京・大阪)



有資格者 **1,304名** (2023年4月1日現在)
企業別在籍数 **1位**



インターネットの利用拡大に伴い、詐欺的定期購入の消費者トラブルが増加したことを踏まえて、昨年、通信販売取引規制が改正されました。通信販売の広告表示の規制強化に加え、取消権が導入されるなど、本来は画期的な改正のはずが、デジタル広告のダークパターンによって、定期購入に関する相談が2022年度は過去最高の件数となり、また、高齢者の割合も過去最高となり、相談者の年齢層にも変化がありました。SNS関連の相談件数も前年をさらに上回り、こちらも中高年の増加が顕著で、50歳代が最多となり、それまで最多だった20歳代を初めて上回ったと報告されています。アフィリエイト広告やステルスマーケティングが規制されましたが、デジタル広告に関する問題は山積しています。今後もデジタル広告、デジタル勧誘による消費者トラブルを注視していく必要があり、特に中高年のインターネット利用に関しては重要課題と考えています。

さて、このたび日本生命様の「お客様の声白書」を拝見させていただきました。サステナビリティ経営の考え方として、人・地域社会・地球環境の3領域に再整理し、重要課題を明確にされたことで、大変わかりやすいものになったと思います。消費者に広く周知していただき、日本生命様への理解だけでなく、自分事として各自の行動に反映してもらうことを期待します。

また、お客さまの声にもとづく改善事例として、契約内容通知書のWeb通知受取や、営業時間外にも解約請求書類郵送受付ができるAIによる自動音声応答サービスの開始など、デジタルを活用した取組がますます加速され、消費者の利便性が高まっています。一方で、新入職員に向けた、消費者・企業人双方の視点で実施する消費者教育研修は、今まさに企業に求められている取組です。自分で自分を守り、家族・地域を守り、そして企業人としてお客様を守ることは、サステナビリティ経営に繋がります。

そして、お客様の声を待つのではなく、さまざまな手段で積極的にお客様の声を伺いに行く体制について、いつも素晴らしいと思っています。企業との連携は消費生活センターからは求めにくいので、ニッセイ懇話会や消費生活センター訪問は、消費生活相談員が企業努力を知る上で大変有益であると同時に、生命保険業界の信頼確保にも繋がります。

私たちは自然災害や感染症等、社会不安とともに暮らしていかざるを得ません。今後とも日本生命様には生命保険の社会的役割を果たしていただき、安心安全な暮らしができることを期待しております。



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6支部（北海道、東北、関東、中部、関西、九州）におよび、全国で1,517名の会員（2023年6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)

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ダイヤル]
(シニアほっとダイヤル) **0120-147-369** (通話料無料)

〈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)

〈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〉

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。



※新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、上記受付時間が変更となっている場合がございます。詳細はホームページをご確認ください。



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



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。