



お客様の 声白書

2024



ごあいさつ

当社は、創業来135年間、社会のサステナビリティと企業のサステナビリティの両立に取り組んできました。それはすなわち、企業活動を行ううえで土台となる社会を大切に、その社会課題の解決を通じて、地域や日本全体の持続的な成長に貢献することであり、ひいては日本生命グループの成長・発展につながっていくということです。

昨年度、サステナビリティ経営の高度化の一環として、サステナビリティ重要課題を見直しました。見直しにあたっては、担い手となる役員・職員が理解・共感できることを第一に考え、貢献すべき領域を、個人としての「人」、その人々で構成される「地域社会」、地域社会が集まった「地球環境」の3つにまとめました。つまり、人からコミュニティ、グローバルへと視野を広げていくイメージです。

今後、日本生命グループは、生命保険等の商品・サービス提供者としての立場と機関投資家としての立場の両面から「人・地域社会・地球環境」への貢献を積重ね、『誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会』の実現を目指します。

とりわけ、「地域社会」への貢献において、地域社会への取組メニューのさらなる拡充が課題と考えています。このことを進める際には、各自治体との連携はもとより、地場の企業やNPOなど民間の仲間づくりを進めることで、地域社会に密着した課題解決の道を探っていきたいと思えます。

この「お客様の声白書2024」は、「お客様本位の業務運営」の成果である改善取組や「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、各地域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、地域社会に密着した課題解決に向けた対話の糸口となれば幸いです。

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。

2024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

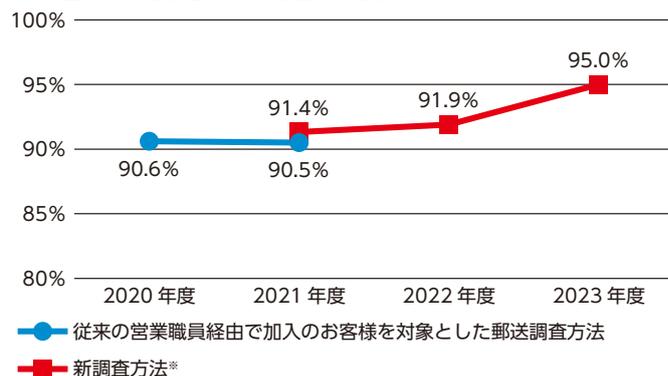
● 「お客様の声」を経営に活かす取組	3
「お客様の声」に学び・活かす取組	5
「お客様の声」の受付体制	7
2023年度当社に寄せられた「お客様の声」	9
2023年度「お客様満足度調査」の結果	10
● 「お客様の声」にもとづく改善取組事例	12
● 企業としての消費者関連取組	25
● 寄稿	29

お客様の声白書 2024 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95.0%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4.9万件となりました。

●お客様満足度調査 (総合満足度) (P.10)

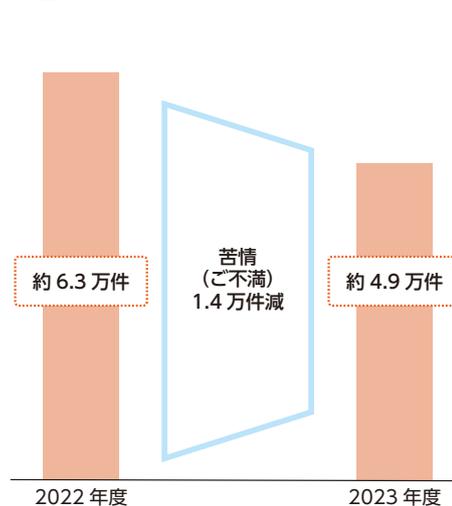


※2021年度より、Web調査を実施しています。

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) (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、お客様サービスの向上に取組んでまいります。

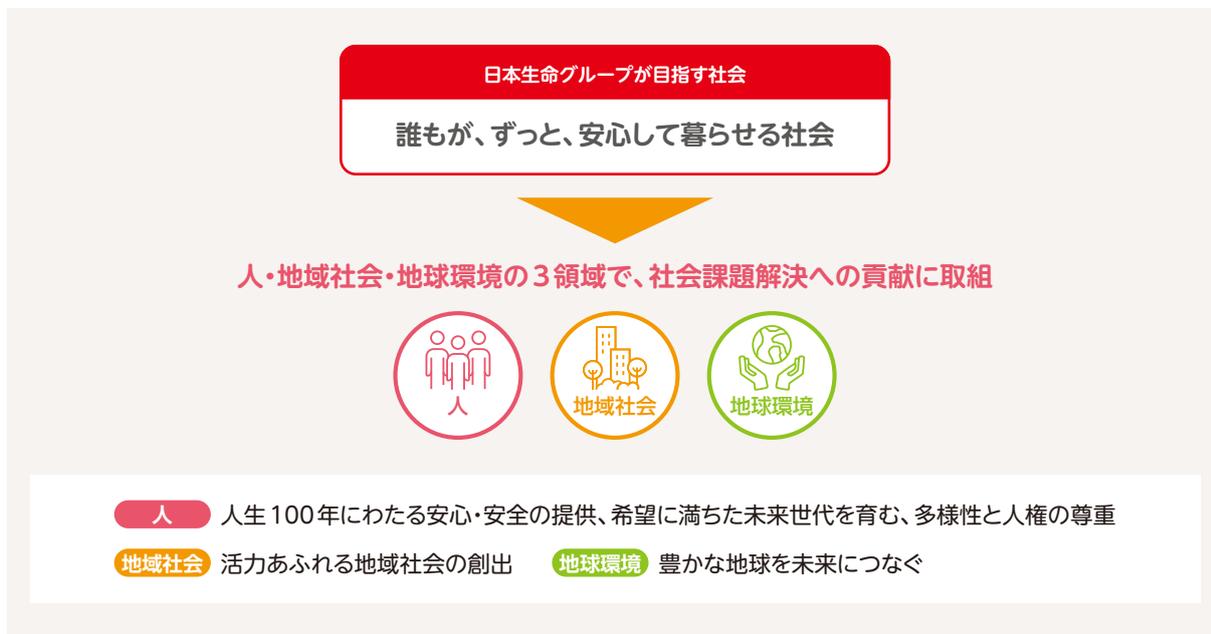
【2024年 1月】	みらいのカタチ年金保険 Webダイレクト取扱(P. 15)
【2024年 4月】	身体障がい状態・要介護状態を一時金・年金の2つの給付で長期的にサポートする商品の発売(P. 17)
	一時保育マッチングサービス「ちょこいく」事業化(P. 18)
	SAAGASの提供開始(P. 19)
	目標金額を設定できる生命保険の留意点ビラ提供(P. 23)
【2024年 7月】	コールセンター宛の返信用封筒を改訂(P. 20)
【2024年 9月】	ニッセイかぞくリンクの開始(P. 21)
【2024年10月】	外貨建保険の重要情報シートの記載内容を充実(P. 23)



「お客様の声」を
経営に活かす取組

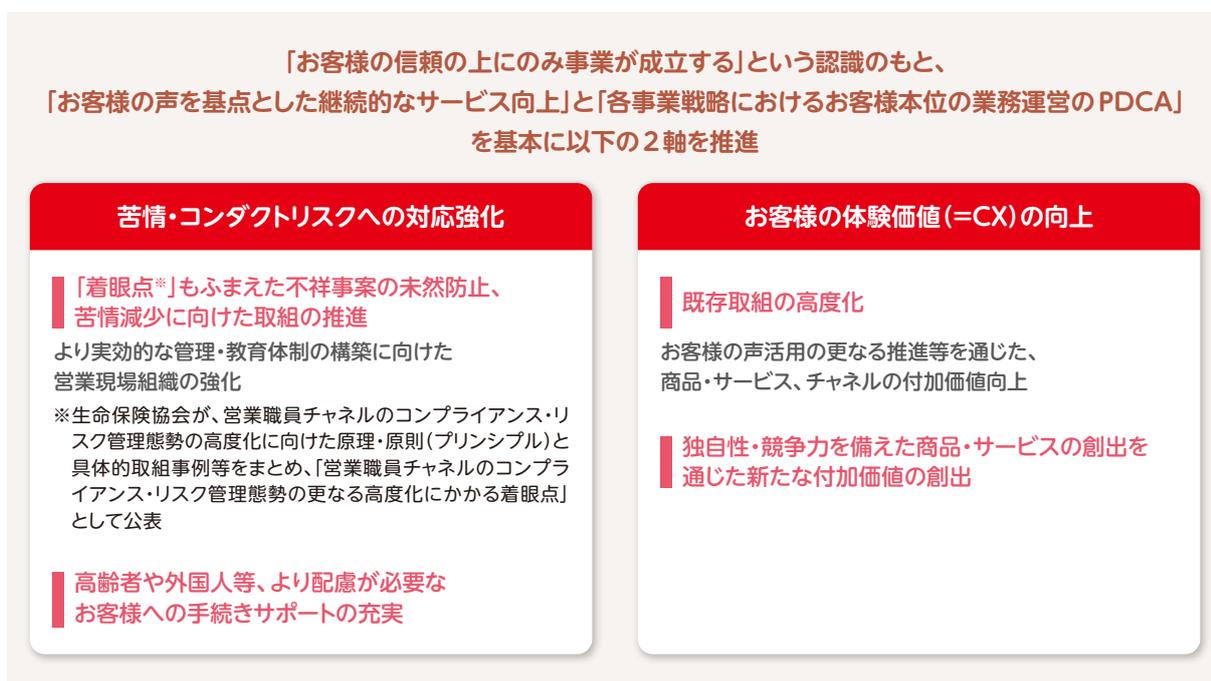
●サステナビリティ経営

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、重点的に取り組む領域として「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

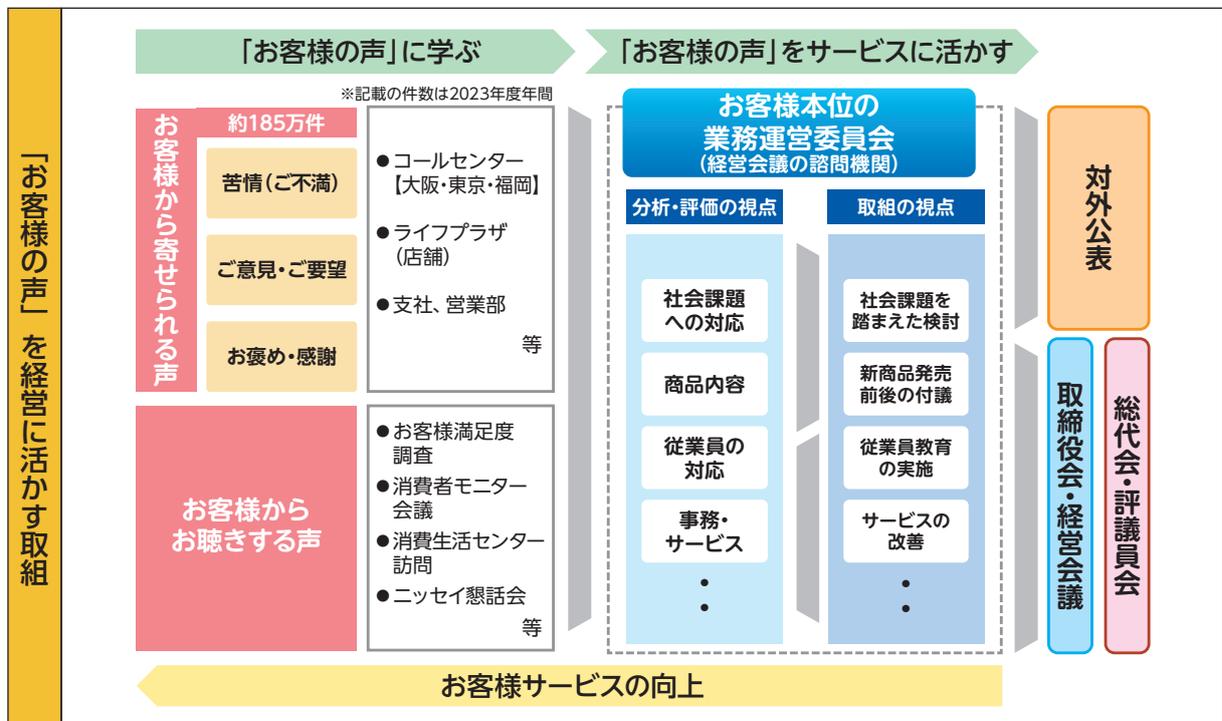
「お客様の声」に学び・活かす取組

●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.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。

「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。

音声が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
39店舗（全国99店舗中）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。

2023年度は、2024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。2023年度は36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*

- ・初めて懇話会に参加したが、事業者と契約者が双方向で、積極的に意見交換されている様子を見て、大変素晴らしいことだと感じた。契約のトラブルというのは、双方のコミュニケーション不足に一因があるといつも感じている。情報格差をなくして、相互理解を深めるような場があるというのは素晴らしいこと。こういった取組は是非今後も継続していただけたらと思う。
- ・懇話会のやりとりを見て、事業者と消費者の間で、しっかり連携がとれていて、円滑なコミュニケーションが行われている印象を受けた。参加して良かった。消費者視点での取組を引続きお願いしたい。
- ・生保はお客様とのコミュニケーションがとれているためか、最近はあまりトラブルは聞かない。引続きこのような場も通じ、良好な関係を築いていただきたい。

●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
2023年10月	見直し中のWebシステムの画面デザイン
2024年 1月	給付金・生前保険金「請求手続案内文書」



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。

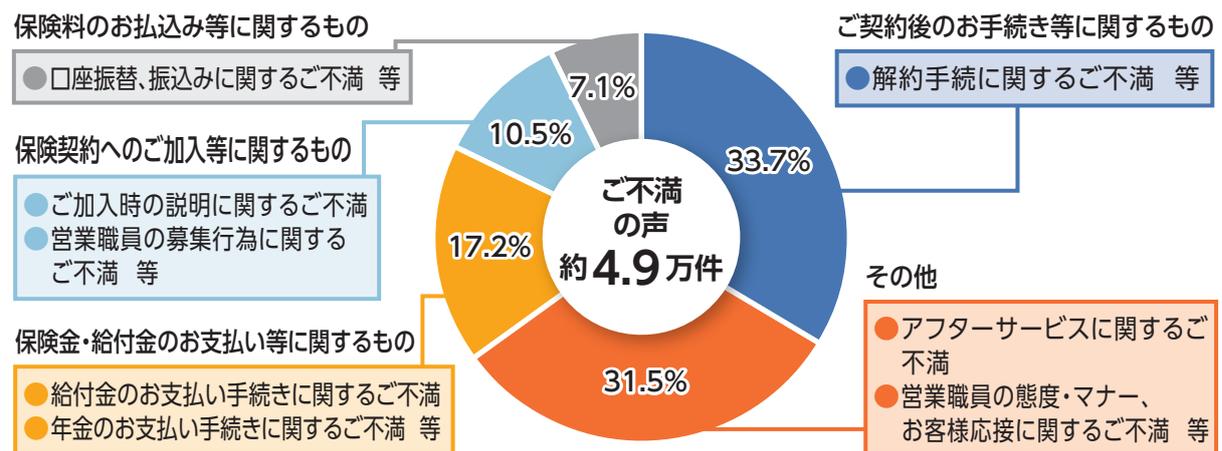
「お客様の声」を経営に活かす取組

2023年度 当社に寄せられた「お客様の声」

2023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185万件の「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.12~24】
(「お客様の声」を経営に活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

- ・ 契約内容の確認について、丁寧で細やかな説明をしていただきありがとうございます。担当者との会話を通じて明るく元気になります。いつもお声かけいただくので、安心して生活できます。(福島県 50代 女性)

死亡保険金請求時にいただいた感謝

- ・ 死亡保険金請求時、取り乱すこともあった私に寄り添ってくださいました。父や私のために、こまめな連絡や迅速な対応をしていただいたおかげで、無事に保険金を受取ることができました。(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。

2023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。

2023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、一時払終身の予定利率の引上げや新3大疾病保障保険の発売等、お客様ニーズに合わせた商品の提供に取組んだ結果、95.0%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。

2024年度も引き続き、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

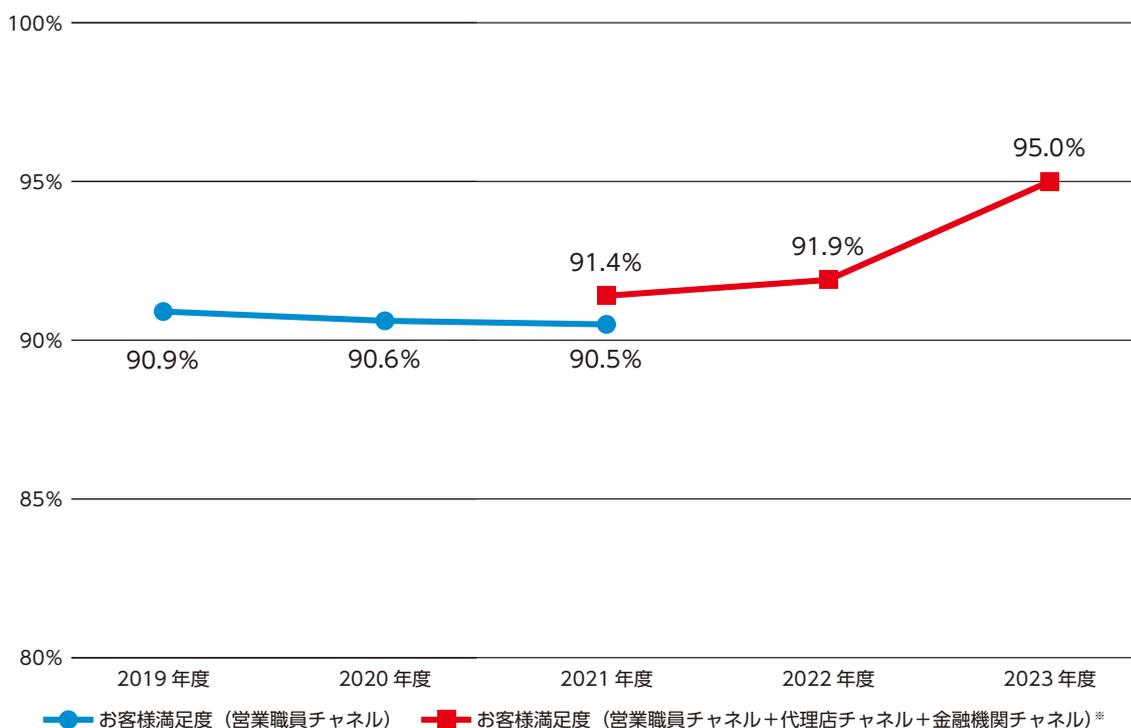
調査時期

2023年9月

有効回答数

約1.0万名

総合満足度過年度推移

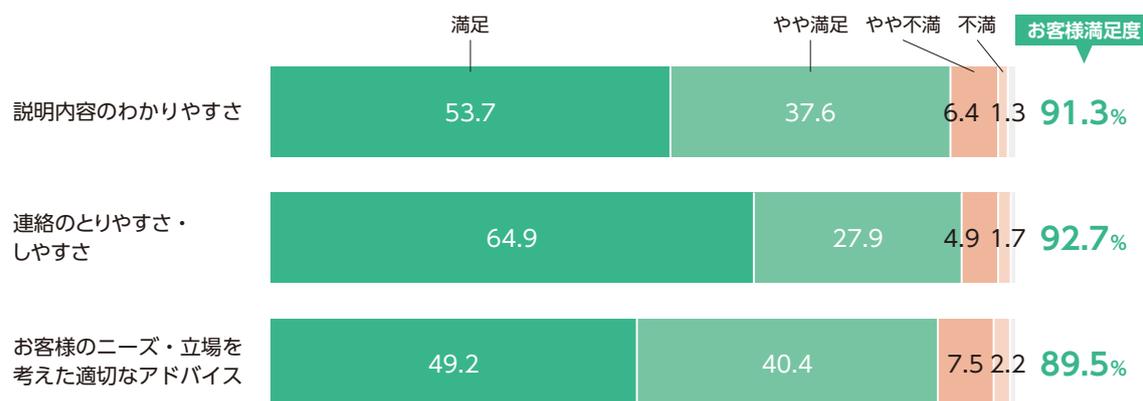


お客様満足度とは、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」と回答したお客様の占率です。
 ※2021年度からWeb調査を実施、加えて調査対象のお客様についても拡大しています。

「お客様の声」を経営に活かす取組

2023年度 「お客様満足度調査」の結果

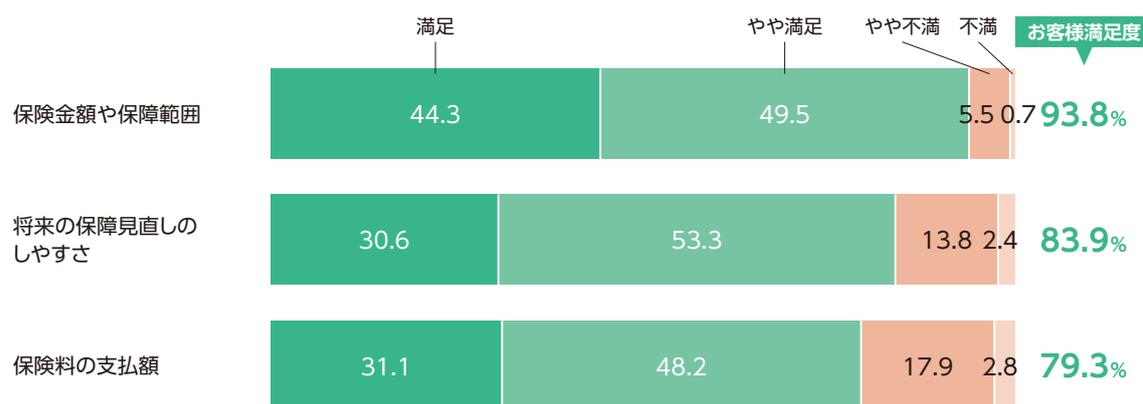
営業担当者に対する満足度



お客様からいただいたご意見・ご要望の例*

- ・現在の担当の方は、私に合ったプランと一緒に考えてくださり、説明も丁寧でわかりやすく、加入して本当によかったです。
(北海道 40代 女性)
- ・顧客のニーズや状況に応じた商品プランを提案してほしい。
(愛知県 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*

- ・お手頃な保険料で手厚い保障が良いと思い加入しました。
(山形県 30代 女性)
- ・貯蓄性等の商品ラインアップを充実してほしい。
(三重県 50代 男性)

※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	Webで申込手続きが完結する商品がほしい	みらいのカタチ年金保険 Webダイレクト取扱(スマホ年金)	P.15
2	身体障がい状態・要介護状態を長期的にサポートしてくれる保険がほしい	身体障がい状態・要介護状態を一時金・年金の2つの給付で長期的にサポートする商品の発売	P.17
3	困ったときに気軽に子どもを預けられる環境を作ってほしい	一時保育マッチングサービス「ちょこいく」	P.18
4	法令対応で毎年ストレスチェックを実施するも、職場の改善に上手く活用できていない	「SAAGAS」の提供開始	P.19

事例 No.	お客様の声	改善内容	掲載ページ
5	送付用封筒には「重要書類在中」と印字がされているが、同様の印字のない返信用封筒こそ重要書類が封入されているのではないかと	コールセンター宛の返信用封筒を改訂	P.20
6	家族の契約の存在や内容を知らなかったため、いざというときに、請求までに時間がかかった、請求方法がわからなかった	「ニッセイかぞくリンク」の開始	P.21
7	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	生命保険協会のガイドライン改正を踏まえた記載内容の充実 外貨建保険に関する留意点ビラの提供	P.23

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の
声

Webで申込手続きが完結する商品がほしい

事例1

「スマホ年金」の販売を開始

2024年1月～



改善
内容

ニッセイ 未来のカタチ 年金保険において、
スマートフォンを通じたWeb販売を開始

- 近年の急速なデジタル化やコロナ禍における非対面ニーズの高まりから、保険加入においてもWebダイレクトでの加入を求める声が高まっていました。
- 加えて、若年層を中心とした資産形成ニーズも増えていることから、これまで当社職員や来店窓口等で取扱っていた年金保険について、お客様ご自身のスマートフォンからも加入手続きを可能としました。
(2024年1月15日から、「スマホ年金」の愛称にて販売開始)

スマホ年金 のポイント

ニッセイ 未来のカタチ 年金保険

POINT
1

見積りから申込みまで、お客様のスマートフォンでデジタル完結

POINT
2

加入手続きをシンプル化することで、わかりやすいUI・UXを実現

UI:ユーザーインターフェイス UX:ユーザーエクスペリエンス

POINT
3

告知内容は「現在および1カ月先の入院予定有無」1点のみ

【ご参考】ニッセイ 未来のカタチ 年金保険(スマホ年金)

https://www.nissay.co.jp/kojin/shohin/seiho/mirainokatatchi/nenkin/sp_shohin/

- 今後も、お客様のニーズをとらえた商品やサービスの提供に努めてまいります。

●お申込みまでの流れ



今日と未来をつなぐ。 日本生命

プラン設計

お見積りするプラン内容を設定してください。

生年月日: 1994 (平成6) 年1月1日
性別: 男性

保険料払込回数
 月払 年払

毎月の払込保険料 (目安)
 5,000円 10,000円
 15,000円 20,000円

年金受取開始年齢
 60歳 65歳 70歳

年金受取期間
 10年間 15年間



お支払事由

年金支払期間中の毎年の年金支払基準日に被保険者が生存されているときに年金をお支払いします

万一のときの保障も備えています

【年金開始日前】
年金開始日前に被保険者が死亡されたとき、死亡保険金をお支払いします。

【年金開始日以後】
年金支払期間中に被保険者が死亡されたとき、将来の年金の現価に相当する金額をお支払いします。

※年金の現価とは、将来の年金をお支払いするために必要な現在の積立金をいいます。(利率の年金額を所定の利率で割引いて計算します。)

ご検討に際してご留意いただきたい点

解約時の払戻金は、多くの場合、払込保険料の合計額よりも少ない金額となります。

お見積り結果に記載の積立配当金は、すべて令和5年度決算配当率を適用した現時点での試算数値であり、将来のお支払いを保証するものではありません。実際のお取りにあたっては、金利水準等により変動し、0となる場合もあります。なお、記載の数値は、配当金の途中引出がないことを前提に表示しております。

積立配当金の例 +

※実際の画面

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の
声

身体障がい状態・要介護状態を長期的にサポートしてくれる保険がほしい

事例2

身体障がい状態・要介護状態を一時金・年金の
2つの給付で長期的にサポートする商品の発売



2024年4月～

改善
内容

身体障がい状態・要介護状態になった後の生活を長期にわたってサポートすることが重要であることを踏まえ、2024年4月に、ニッセイみらいのカタチ「生活サポート保険“生活サポートW(ダブル)”」を発売しました。

身体障がい状態・要介護状態該当時の初期にかかる費用、継続的にかかる諸費用や収入減少に対して、一時金・年金の2つの給付でサポートする商品です。

生活サポートW のポイント

生活サポート保険

POINT
1

身体障がい状態と要介護状態をWで保障し、状態該当時の初期費用や継続費用・収入減少に備える一時金と年金のWの給付を通じて、長期にわたって生活をサポートします。

POINT
2

身体障がい状態・要介護状態に該当した場合にすぐにご利用になれる相談サービスや、症状固定後のお客様の状態に応じた適切な支援サービスを提供することでお客様をサポートします。

給付の特徴

特徴
1

所定の身体障がい状態に該当して1～3級の身体障害者手帳を交付された場合、または公的介護保険制度の要介護2～5と認定された場合もしくは所定の要介護状態が180日以上継続した場合に、生活サポート年金を受取れます。また、初期サポート保険金(100)として、100万円を一時金で受取れます。

特徴
2

所定の身体障がい状態に該当して4～6級の身体障害者手帳を交付された場合、または公的介護保険制度の要介護1と認定された場合に、初期サポート保険金(50)として50万円を一時金で受取れます。

お客様の声

困ったときに気軽に子どもを預けられる環境を作ってほしい

2024年4月～

事例3

一時保育マッチングサービス「ちょこいく」

改善内容

日本が抱える子育てに関する社会課題（産後うつ、ワンオペ育児等）の解決を目的に、子育て層が子どもを預けたい時に頼れる、一時保育のマッチングサービスを開始—2020年の「社内起業プロジェクト」を通じて当社職員が発案し2024年に事業化

●事業の全体像

子どもを預けたい子育て層と一時保育を提供可能な保育園をマッチングするサービス



Before

「一時保育は利用までのハードルが高い」

- 一時保育先を探すために10園近く電話
- 予約をするために園に事前に訪問が必要 等



After

「簡単便利に一時保育が予約可能」

- 一時保育先の確保はオペレーターが代行
- すべての手続きがLINE上でシームレスに完結

●サービスの特徴



- LINEで簡単便利に一時保育のご予約が可能
- 担当オペレーターがお一人お一人に寄り添い、細かい疑問点にお応え
- 行政の基準を満たした安心安全な園をご紹介します



※「ちょこいく」は日本生命の支援を受けながら、MBオペレーションズ株式会社にて提供

「お客様の声」にもとづく改善取組事例

お客様の声

法令対応で毎年ストレスチェックを実施するも、職場の改善に上手く活用できていない

2024年4月～

事例4

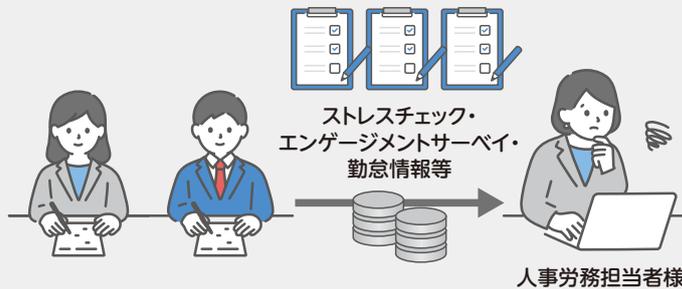
「 SAAGAS」の提供開始

改善内容

ストレスチェックの集計データから、「現状把握、課題特定、改善例の提示、振り返り」を、デジタルツールで手軽に受けられるサービスを開発

これまで

企業・団体でのストレスチェックや、追加でコスト・負荷をかけた従業員調査でデータは集まるものの、分析や改善策に様々な悩みを抱える。



〈主な悩み〉

- 組織の課題分析に人手が足りない
- エンゲージメントサーベイ等との関係をどう見ればよいかわからない
- 職場改善の方法がマンネリ化している
- 現場にわかりやすく結果を伝えたい

SAAGAS の活用

ストレスチェックの集計データを専用Webにアップロードすることで、「メンタルヘルス不調、エンゲージメント、労働生産性」の重要指標を改善・向上させるための“PDCA取組”をご支援します。

※本技術は、ストレスチェック制度の設計に関わった東京大学 川上憲人特任教授と共同開発(2023年12月、日本産業ストレス学会にて発表)



ストレスチェック事業者の変更や、追加の従業員調査は必要ありません。

※プレスリリース(2024年3月18日): <https://www.nissay.co.jp/news/2023/pdf/20240318.pdf>

お客様の声

送信用封筒には「重要書類在中」と印字がされているが、同様の印字のない返信用封筒こそ重要書類が封入されているのではないか

2024年7月～

事例5

コールセンター宛の返信用封筒を改訂

改善内容

コールセンター宛の返信用封筒に「重要書類在中」と記載するよう改訂



お客様

返信用封筒には「本人確認書類」や「マイナンバー申告書」等、個人情報も封入するのになあ…



これまで



2024年7月～

重要書類在中と赤字で記載

お客様の大切な書類を送付していただいていることが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

家族の契約の存在や内容を知らなかったため、いざというときに、請求までに時間がかかった、請求方法がわからなかった

2024年9月24日～

事例6

「ニッセイかぞくリンク」の開始

改善
内容

被保険者・受取人などの「契約関係者」が、契約内容やご契約に関する役割を日本生命アプリ、ニッセイマイページから確認できるようになることで、契約の維持管理・請求のサポートをしやすくなりました。

これまで

契約者(被保険者)が死亡するも、
受取人が契約の存在を知らない場合

保険金を
すぐに請求
できない



死亡保険金受取人

保険、入ってたっけ…?
どこの保険会社…?

2024年9月24日
了



ニッセイかぞくリンク

に登録することでWebで複数の契約関係者と契約内容を共有!

保険金を
すぐに請求
できる!



死亡保険金受取人

日本生命で入っていた
保険が請求できるかも

ニッセイかぞくリンク の概要



契約者

メールやLINEで招待

契約関係者



被保険者

その人の生死が保険の対象となる方
入院給付金等の請求・受取りをする方



死亡保険金受取人

万一の際に、死亡保険金の請求・受取り
をする方



指定代理請求人

被保険者が受取人の場合で、請求困難な
ときに代理で請求できる方



ご契約者サポートサービスご登録家族
契約者によるお手続き・お問合せが困難な
場合に、契約者をサポートしていただく方

ご自身の端末でログイン



日本生命アプリ・ニッセイマイページで確認できる内容

契約内容やご契約に関する役割

ご加入の商品

支払事由

保険金額、
給付金額 等

契約関係者の名前

等

その他契約関係者様ができること

お役立ち情報・お知らせの受取り

各種サービスのご利用

「ニッセイかぞくリンク」に関する詳細は
こちらからご確認いただけます



「お客様の声」にもとづく改善取組事例

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

2024年4・10月～

事例7

【ご加入時のわかりやすいご説明】

・生命保険協会のガイドライン改正を踏まえた記載内容の充実
(2024年10月～)

【ご加入後の情報提供・ご説明の充実(アフターフォロー)】

・外貨建保険に関する留意点ビラの提供(2024年4月～)

改善内容

お客様に対してご提案時にわかりやすい説明を行うため、生命保険協会のガイドラインに沿って、「提案書」「重要情報シート」の記載内容を充実しています。また、ご契約を安心して継続していただけるよう、ご加入後のアフターフォロー時の情報提供の充実に取り組んでいます。

(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時における情報提供・ご説明の充実にも継続的に取り組んでいます。

—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～)
- ・外貨建保険の商品説明動画の提供ラインアップを拡充(2023年5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ご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～)

【ご加入時のわかりやすいご説明】

1 生命保険協会のガイドライン改正を踏まえた記載内容の充実

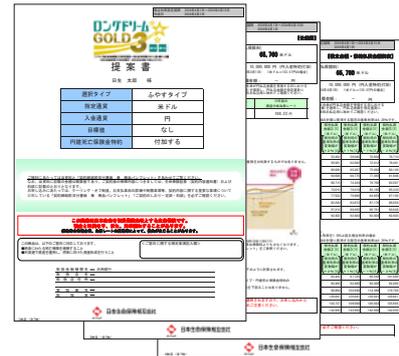
「顧客本位の業務運営」の更なる推進に向け、生命保険協会のガイドラインが改正されたことを踏まえて、保険募集時に商品説明をする際に活用する書類の記載内容を充実しています。

■ 提案書

将来受取ることができる解約払戻金等の試算表の、金利・為替が変動した場合の例について、過去の実績を踏まえた水準で記載しています。

【主な改訂内容】

- ・解約払戻金の円換算に用いる為替レートについて、作成日時点の為替レート±10円から±20円に変動幅を拡大
- ・解約払戻金の試算に用いる市場金利について、作成日時点の利率±1%の変動幅の試算に加えて、±2%の試算を記載



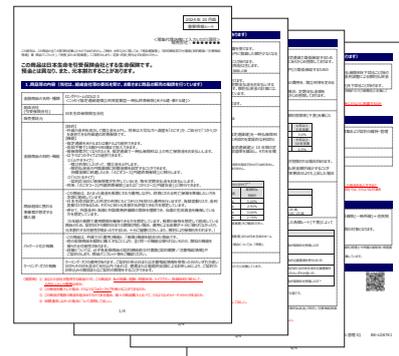
提案書 (イメージ)

■ 重要情報シート

投資信託等他の金融商品との比較の推進の観点から、想定顧客層や費用等についての記載内容を充実しています。

【主な改訂内容】

- ・商品ごとの販売先として想定する購入層について、長期の保有を前提としていること等を明記
- ・「解約時」「通貨換算時」「特約付加時」にかかる費用の記載を追加



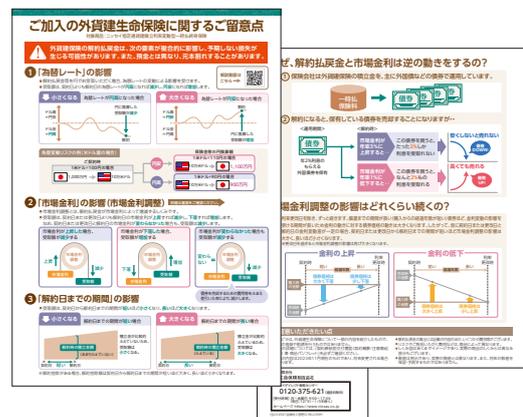
重要情報シート (イメージ)

【ご加入後の情報提供・ご説明の充実(アフターフォロー)】

2 外貨建保険に関する留意点ビラの提供

金融機関によるアフターフォロー時に、外貨建保険の留意点について、イメージ図を交えて説明可能なビラを提供しています。

保険会社からご契約者に対して、毎年定期的に提供している「ご契約内容のお知らせ」に同封しています。



外貨建保険の留意点ビラ (イメージ)



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推進を一層強化していくことを目的に、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7万名の役員・職員がサステナビリティ経営を体現するため、全国各地で日々行っている活動を当社特設サイトやSNS等で発信しています。



詳しくは当社特設サイトをご覧ください

https://www.nissay.co.jp/kaisha/csr/sustainability_project/

●自治体との包括連携協定等に基づいた取組

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。協定に基づき、「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。

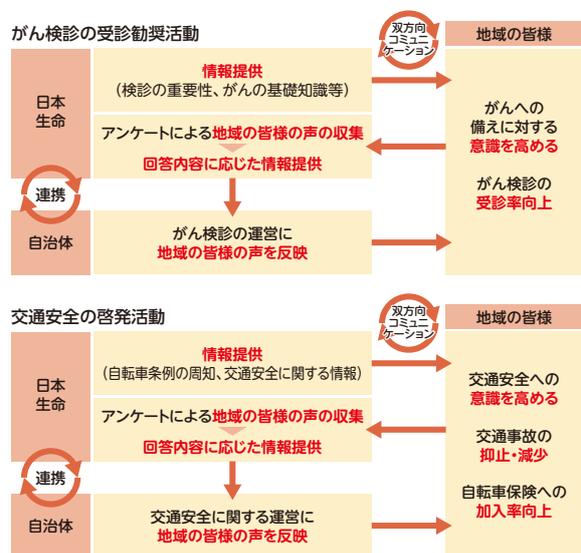
お客様へ保険・サービスを提供するだけでなく、全国の営業職員を中心にこうした取組を行うことで、地域社会に対する貢献を目指します。

●疾病予防や地域の安心・安全への取組

47都道府県※との包括連携協定等に基づいたがん検診受診勧奨活動や交通安全啓発活動、ビジネスマッチング、社会貢献取組等を通じ、地域の課題解決に貢献します。

がん検診受診勧奨活動では、営業職員が地域の皆様にがん検診に関する情報提供を行うことに加え、未受診理由等の声を収集し、結果を自治体や地域の皆様にフィードバックしています。

こうした活動を通じて、がんの備えに対する意識を高めるとともに受診率向上に貢献することを目指します。



※ 2024年5月末現在

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(群馬県)



全相協支部交流会(東北支部)

消費生活センターからの声*

センターの方々からは、高齢者の特性や対応の留意点に関する助言をしていただくとともに、高齢者への丁寧な対応・柔軟な対応を要望されています。

- ・説明が長引くことで、面倒さやプライドもあり、理解できていなくてもうなずいてしまったかのようになり、その場をしのいでしまい、後にトラブルとなるケースがある (東京都)
- ・親族同席されている場合も、2人で聞いておられるときは、どちらかが聞いていると思ってどちらも聞いていないことがあるため、注意が必要 (大阪府)
- ・契約に関する書類は、高齢者にはなるべく書面で渡してほしい。電子書面でも良いか聞かれると、よくわからないままにそれで良いと答えてしまう(見栄を張ってしまう)方もいる (群馬県)
- ・一定年齢以上のお客様について、新規契約時の親族同席を必須としたことは、トラブル未然防止の効果が期待できる素晴らしい取組だと思ふ (東京都、大阪府、北海道、静岡県、山梨県、新潟県など)

消費生活センターとの交流を通じて

- ・長岡支社のエリアには12箇所の消費生活センターがあり、定期的に情報交換をしております。またニッセイ懇話会には昨年度は4センター、5名の方にご出席いただいております。生命保険に関する相談状況や地域特有の課題などについて貴重な情報を提供いただいております。
- ・こうした取組や、人的なネットワークの構築によって、お客様からの申出や苦情の早期解決に役立つだけでなく、高齢者や障がい者といった、より丁寧な対応が必要なお客様への対応方法について、お客様に寄り添った、わかりやすく、丁寧な対応につながっております。
- ・今後も当社のお客様対応力の向上に向けて情報交換を継続してまいります。



長岡支社

- 左：横井伸亮(支社次長)
(消費生活アドバイザー37期)
- 中：庄田真人(お客様担当部長)
(消費生活アドバイザー36期)
- 右：青木潤(サービスアドバイザー)
(消費生活アドバイザー42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。

●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

46都道府県 145校 13,778名が参加 (2023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体験会・講演会の実施などを通じ、次世代を担う子どもたちに向けた支援やDE&I※推進の理解浸透に取組んでいます。



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 4,090名
車いすバスケ体験会・講演会 8都道府県 1,931名が参加 (2023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。



2024年度には、前年度に続き、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。



オンライン勉強会の様子

有資格者 1,290名 (2024年4月1日現在)
企業別在籍数 1位

インターネット取引の拡大とともに、いわゆる健康食品、機能性表示食品のインターネット取引の消費生活相談が、変わらず多数寄せられ、健康被害も発生しました。その背景には、SNS広告による誘引、ダークパターン、キャッシュレス決済等のほか、機能性表示食品制度の問題があります。また、なりすまし、偽情報・誤情報により消費者被害、権利侵害、詐欺被害が発生しています。現在、総務省においては、誹謗中傷をはじめとする違法・有害情報の流通、生成AI、デジタル広告の流通等、デジタル空間における情報流通に伴う様々な諸課題への対処のために、「デジタル空間における情報流通の諸課題への対処に関する検討会」が開設され、消費者庁においても、デジタル時代におけるより良い消費生活を支える信頼構築のための官民によるラウンドテーブルが開催されています。

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実践として、苦情・コンダクトリスクへの対応強化、お客様の体験価値の向上を推進することとされています。苦情減少とともにお客様満足度が年々向上して、高い水準を維持されていることは大変なご努力と推察します。同時に不祥事案の未然防止については、社会からの信頼維持のためにも今後も継続的なご尽力を期待します。

「お客様の声」にもとづく改善取組事例において、身体障がい状態、要介護状態に該当した場合のサポートは、今後の長い人生を安心して生きていくために消費者にとって大変有益な商品です。適用条件を誤解のないように理解していただかなければなりません。相談サービスや支援サービスが受けられることで、万が一の場合に満足度が高まることと思います。また、一時保育マッチングサービス「ちょこいく」は、安心・安全な保育所を簡易な手続きで予約してくれるサービスです。ネット検索で保育所の情報は得られても安心は得られません。子育てと仕事でご苦労されている方々にとっては、力強い味方になるものと思います。

そして、消費生活センターと企業との連携は簡単ではありませんが、重要なものです。企業努力を知るとは、相談者への説明が厚くなり、他の企業への啓発に繋がります。ニッセイ懇話会や消費生活センター訪問は、消費生活相談員にとって大変有益であると同時に、生命保険業界の信頼性確保にも繋がります。

消費者、住民の安全・安心な暮らしのために、消費生活センター、消費生活相談員とも、双方向コミュニケーションの実現を期待します。



公益社団法人
全国消費生活相談員協会
理事長

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1,528名の会員（2024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)

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)

<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)

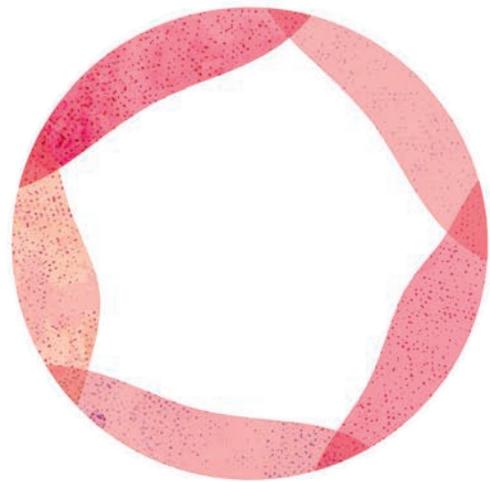
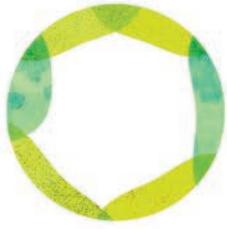
<窓口でのお問合せ>

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。



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

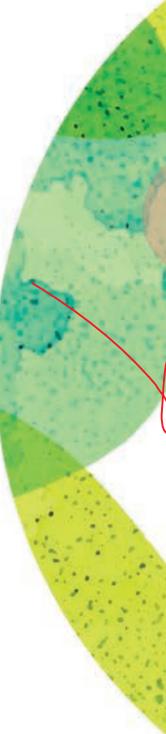


今日と未来を、つなぐ。



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。