

2026 年 6 月 5 日
日本生命保険相互会社

お客様本位の業務運営に関する 2025 年度取組状況について

日本生命保険相互会社（社長：朝日智司、以下「当社」）は、お客様本位の業務運営に関する 2025 年度の取組状況を公表します。

当社は、金融庁が策定した「顧客本位の業務運営に関する原則」に基づき、2017 年 3 月に「お客様本位の業務運営に係る方針」（以下「当方針」）を定め、継続的な取組の高度化を図るとともに、「お客様本位の業務運営に係る取組内容」として、その取組状況を毎年公表しています。

2025 年度の新たな取組のポイントは以下の通りです。

個人保険	● よりよい商品・サービスのご提供 - 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、「ニッセイ傷害死亡重点期間設定型介護保障保険“フェニックスケアプラス”」を発売 - 「ニッセイ一時払終身保険“マイステージ”」の予定利率を引き上げ ● お客様に相応しいコンサルティングの実施 - お客様のニーズに応じた商品・サービスに関する適切な情報に加え、地域の「健康増進」や「安心・安全」に向けた情報を提供 ● 確実な保障責任の全う - 保険金・給付金の請求に関するお問合せを、商品知識や医学知識を有する専門のオペレーターが承る、「保険金・給付金ダイヤル」を新設
企業保険	● よりよい商品・サービスのご提供 - 団体年金保険一般勘定において、上乗せ利率の毎年 6 年保証*を実現する商品スキーム改定（愛称：プレミア 6）を実施し、2026 年 4 月より適用開始 *収支状況や運用環境等が著しく悪化した場合、上乗せ利率を 0%に設定する可能性があります。 ● お客様の声を生かす取組 - 企業保険インターネットサービスの対象手続きを拡大し、総合福祉団体定期保険に関するお手続きのペーパーレス・郵送レス・押印レスを実現

今後も、当方針に沿った取組を一つ一つ積み重ね、あらゆる領域においてお客様本位の業務運営を推進してまいります。

以 上

お客様本位の業務運営に係る取組方針および 2025年度取組状況について

**2026年6月5日
日本生命保険相互会社**

※記載内容は、特段の記載がない限り2026年6月5日現在の状況を記載しています。また、生命保険商品・付帯サービス等は全て概要を説明したものであり、生命保険商品ご加入のご検討や付帯サービスのご利用等にあたっては、最新の情報を必ずご確認ください。

当社のお客様本位の取組について

- 日本生命は創業以来、経営基本理念として「国民各層が真に求める保険を提供し、充実したサービスを行い、契約者に対する経済的保障責任を誠実に果たすことを第一義とする」旨を掲げてまいりました。
- 当理念に基づき、お客様ニーズにお応えする商品ラインアップの拡充、アフターサービスの充実、迅速な保険金・給付金のお支払い等に努めてまいりました。
- 昨今では、社会全体の高齢化や世の中のデジタル化の進展等のお客様を取り巻く環境の変化を踏まえ、Face-to-Faceでのサービス提供の充実や、デジタルを活用した利便性向上を通じ、全てのお客様が安心かつ便利に、ご加入、アフターサービス等のご利用をいただける環境の整備も進めています。
- 今後も、こうした取組を進めるとともに、お客様から頂戴する声にも真摯に対応し、「お客様本位」を最優先に、あらゆる取組を進めてまいります。

ご覧いただくにあたって

- 日本生命では、当社全体の「お客様本位の業務運営方針」に沿う形で、チャンネルごと（営業職員・代理店・金融機関代理店・デジタル・企業保険）に具体的なお客様本位の取組を策定しています。
- ご覧いただく際には、「お客様本位の業務運営方針」とともに、お客様がご加入、もしくは現在ご加入をご検討されているチャンネルの取組をご覧ください。

【目次】

- お客様本位の業務運営方針 P.2
- 個人保険の取組
 - 営業職員チャンネルの取組 P.3
 - 代理店チャンネルの取組 P.13
 - 金融機関チャンネルの取組 P.22
 - デジタルチャンネルの取組 P.30
- 企業保険の取組 P.36
- プロダクトガバナンスの取組 P.46

お客様本位の業務運営方針

方針1

あらゆる業務でのお客様本位の 業務運営の実践

- 私たちは、あらゆる業務においてお客様本位で行動します。その実現に向け、お客様本位の業務運営を徹底・推進する態勢を構築し、目標を定めて実践するとともに、その取組結果についても公表します。

方針2

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

- 私たちは、お客様のニーズに沿うよう商品・サービスのラインアップを充実させるとともに、お客様の商品等に関する知識、加入目的、ご年齢や家族構成、財産状況等を総合的に踏まえた、お客様に相応しいコンサルティングを通じて、お客様に信頼いただけるよう最善を尽くします。
- また、お客様のご意向に沿った最適な商品・サービスを選択いただけるよう、ご契約に関する重要な情報を、適切な資料を提供しながら分かりやすくお伝えしてまいります。

方針3

確実な保障責任の全う

- 私たちは、商品のご加入からお支払いに至るまで、お客様のご要望に合ったアフターサービスや情報提供を行い、お客様に寄り添い、お客様の輪を広げます。
- また、将来の保険金・給付金を確実にお支払いするために、適切な資産運用に努めます。
- こうした取組を通じ、長期にわたる保障責任を全うします。

方針4

利益相反の適切な管理、 コンプライアンスの遵守

- 私たちは、お客様の利益が不当に害されることのないよう、利益相反のおそれがある取引について適切に管理します。
- また、これにとどまらず、あらゆる場面で、ルール・マナーを守り、お客様とともに行動します。

方針5

お客様の声を生かす取組・結果の検証

- 私たちは、お客様の声を大切にし、学び、サービス向上に努めます。
- その実現に向けて、お客様のご意見・ご要望だけでなく、お客様の立場に立った従業員の提案等、幅広くお客様の声を収集し、業務改善につなげるとともに、その取組結果を検証します。

方針6

一人ひとりがお客様本位で行動するための取組

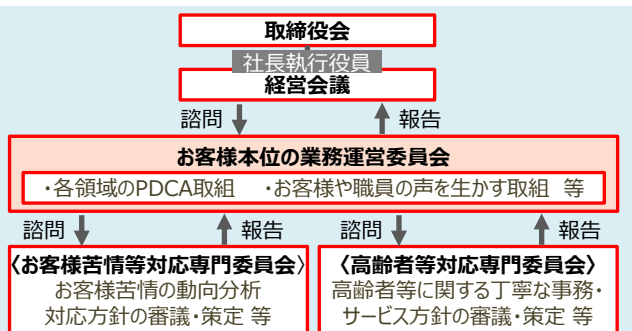
- 私たちは、従業員があらゆる業務においてお客様のご要望に誠実・迅速にお応えし、お客様本位で行動できるよう、本方針の浸透・定着に取り組みるとともに、適切な評価体系等も整備します。
- また、適切なサービスをご提供できる高い専門性・職業倫理を持った従業員を育成します。

方針1 あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践

取組方針

お客様本位の業務運営の推進

- 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」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ります。
- 取組の推進に向けて、経営会議の諮問機関として企画関係・各事業部門の担当役員が中心メンバーとなる「**お客様本位の業務運営委員会**」を設置し、**各チャンネル・領域ごとの取組方針の策定および取組状況のモニタリングを実施します。**



お客様本位の業務運営に関する指標

- 全社のお客様本位の取組内容の定着を測る指標(KPI)として「お客様満足度」を設定**するとともに、各チャンネル・領域ごとに取り組む数量的な指標を定め、お客様本位の業務運営を推進します。

取組状況

お客様本位の業務運営の推進

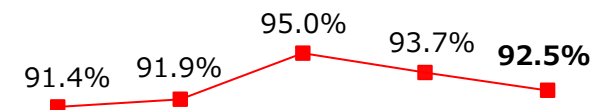
- お客様本位の業務運営委員会を4回開催**し、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づき、各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性や、お客様や職員の声を生かす取組、プロダクトガバナンスに係る審議等を行いました。これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について当社HPに公表します。

お客様本位の業務運営に関する指標

- お客様満足度結果(KPI)について、お客様から頂いたご意見やご要望を分析し、事務・サービス等の改善に向けた取組を着実に進めた結果、**当年度の「お客様満足度」は92.5%と当社目標である90%を達成し、引き続き高い水準を確保**しています。
- 2026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。

<委員会での主な審議事項>

- 各チャンネル・領域ごとのPDCAに関する事項**
 - 各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性を審議
- お客様や職員の声を生かす取組**
 - コールセンター等を通じて寄せられるお客様の声を収集・分析
 - お客様の声を経営に生かすための取組について審議
- プロダクトガバナンスに係る審議**



—■— お客様満足度(営業職員チャンネル+代理店チャンネル+金融機関チャンネル) ※

2021年度 2022年度 2023年度 2024年度 2025年度

(2025年度実施概要)

- ・年1回実施(2025年7月15日～8月15日)
- ・調査対象: ご契約者様 約6.5万名
- ・有効回答者数: 約0.9万名
- ・質問内容: 営業職員対応、会社の信頼感 等
- ・お客様の満足度については、「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割合

※2021年度からWeb調査を実施

方針2 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

取組方針

最適なコンサルティング活動の実施

- お客様の情報やニーズをお伺いし、まだご認識されていないリスクも含め、**全てのお客様への最適・最新の保障の分かりやすいご提案**に取り組みます。
- お客様の面前での活動に加え、スマートフォン・画面共有システム等、デジタルを活用し、**お客様の希望される接点でのコンサルティング**を行います。

重要な情報の提供

- 保険やその他金融商品の知識、加入目的、財産状況等を総合的に勘案し、提案します。
- 商品の内容(保険料・保険金額・支払事由等)や仕組み、想定する主なお客様層について、**適切な資料を提供しながら分かりやすく説明**し、ニーズに合うことを確認します。また、複数商品を組み合わせたパッケージのご提案時は、個別の加入も検討いただけるよう情報提供します。
- **特定保険契約**(ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客様のご負担となる投資性の強い商品)について、上記に加え**お客様の投資経験等に照らし、最適と考えられる商品をお勧めするとともにリスク等について丁寧に説明**します。

取組状況

最適なコンサルティング活動の実施

- ご提案にあたっては、当該商品がお応えするニーズや、ご加入いただくことが想定される主なお客様層をご提示したうえで、保障期間・保険料・保険金額等に関するお客様のご意向に加え、**公的保険やお客様のライフプラン等を踏まえた必要保障額を算出するツール「みらいコンサルタント」**を活用し、公的保険も踏まえた必要保障額の訴求を進め、よりお客様ニーズに沿った情報提供に取り組みました。
- 2026年度は、キャンペーン・公式LINE等、**Face-to-Faceでの対面営業とデジタルを組み合わせ、がん啓発活動等リスクを知るための情報提供や資産形成コンサルティング等**による活動を通じ、多くのお客様に価値の高いサービス提供に努めます。

重要な情報の提供

- 商品の内容・仕組みをご理解いただくために、**特に重要な情報(保険料・保険金額・支払事由等)を記載した「契約概要」(提案書)と、特にご注意ください情報(保障の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等)を記載した「注意喚起情報」を交付・説明**しています。「みらいのカタチ」等、複数商品を組み合わせでご提案する際には、個別にご加入することもご検討いただけるよう、「契約概要」において個々商品の保険料や保障内容等をご説明しています。
- また、特定保険契約(ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客様のご負担となる投資性の強い商品)について、ご理解を深めていただけるよう**解約払戻金額が一時払保険料額を下回るケース等も含めた複数のシミュレーションを記載した説明や、解約払戻金額に影響する費用を具体数値を用いてご説明**しています。なお、他の類似の金融商品との比較可能性を担保する観点も踏まえ、「注意喚起情報」にお客様のご負担となる費用(保険契約関係費、資産運用関係費等)を記載しています。



〈みらいコンサルタント画面〉

方針2 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

取組方針

商品・サービスの拡充

- お客様・社会のニーズを踏まえた商品・サービスラインアップの拡充に向け、保障ニーズには商品・サービス一体での価値提供を行い、資産形成ニーズには金利状況を踏まえた商品の提供に取り組みます。

お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供

- お客様にご契約をいただくにあたり、分かりやすいお客様向け文書や手続き画面の作成等、スムーズなお手続きに向けたインターフェイス構築による利便性の高いサービス提供に取り組みます。
- ご高齢のお客様や障がいのある方等へのサービス向上取組として、安心してご契約いただくためのより配慮ある丁寧な取組を進めます。

取組状況

商品・サービスの拡充

- 2025年4月から、アクサ生命の変額保険「ユニット・リンク保険（有期型）」の提供を開始しました。
- 2025年6月に、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「ニッセイ傷害死亡重点期間設定型介護保障保険「フェニックスケアプラス」」を発売しました。
- 資産形成ニーズに対し、2025年9月に「ニッセイ一時払終身保険「マイステージ」」の予定利率を引き上げ、よりご加入いただきやすい魅力的な商品へとバージョンアップしました。
- 「ニッセイみらいのかたち」シリーズにおいては、2026年4月に診療報酬点数に連動した給付により治療実態に合った保障を提供する医療保険、「治療サポート保険「びたほ」」を発売しました。
- また、2026年4月より「長期継続配当」を創設しました。「ニッセイみらいのかたち」の商品を中心に、長期にご継続いただいているご契約に対して、これまでの収支に応じた配当のお支払い※を実施します。
※具体的な対象契約・配当金額については、2026年7月に開催される総代会において決議される予定です。
- 2026年度も引き続き、お客様・社会のニーズを踏まえながら、商品・サービスラインアップの拡充に取り組みます。



お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供

- ご高齢のお客様のお申込手続き時には、ご親族にも正しく契約内容をご確認いただく取組とし、お申込内容をご理解いただくよう努めています。
- お申込手続き後に、募集担当者以外の確認担当者がお客様にお電話等で、「ご契約サービス案内※」を実施する等、ご加入の意思をしっかりと確認させていただくよう努めています。

※お客様の加入意思をしっかりと確認させていただく観点から、改めて、お客様サービス担当者が、お申込内容の確認、サービスや各種お手続きのご案内を実施

〈お申込時のご親族等の確認について〉



方針2 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

取組方針

地域社会への貢献による社会的価値の提供

- 当社は、『誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会』の実現を目指し、地域の課題解決に向けた地域振興取組を推進しています。

取組状況

地域社会への貢献を通じた営業職員の提供価値の向上

- 当社は、これまでも地域の「健康増進」や「安心・安全」に向けた「交通安全啓発活動」「がん啓発活動」・「地域の健康サポート活動」等の地域振興取組を推進しており、保険のご案内にとどまらず、地域社会の課題解決に貢献することで、地域のお客様との関係構築・強化に努めてまいりました。
- それぞれのテーマに応じた情報提供やイベント・セミナーの開催をはじめ、地域住民の方へのアンケートを実施し、結果を自治体・お客様にフィードバックして双方の行動変容につなげることを目指しています。

交通安全啓発活動



2025年度
アンケート回答数
112万名

がん啓発活動



2025年度
アンケート回答数
158万名

地域の健康サポート活動



2025年度
アンケート回答数
134万名

- また、NDBデータ※をもとに作成した、各自治体の医療費の現状を分かりやすくまとめた「ニッセイ医療費白書」を約1,250自治体（各都道府県・人口1万名以上の市町村、東京都特別区ごと）へ提供いたしました。引き続き、各自治体の政策立案や地域住民の健康増進への貢献を目指します。

※匿名医療保険等関連情報データベース（National Database of Health Insurance Claims、略称「NDB」）

- その他、当社サポート選手によるスポーツ教室の実施、進学応援奨学金の募集案内等、自治体と連携を図りながら、健康増進、子育て支援、青少年の健全育成など、幅広い分野で地域・自治体の課題解決に貢献してまいります。

- こうした取組により「安心の多面体」の中心である生命保険事業・営業職員チャネルをより強固にし、地域・社会、そしてお客様とともにサステナブルに成長できるチャネルの構築を実現します。



方針3 確実な保障責任の全う

取組方針

確実にお手続きいただくための取組

- 確実な保障責任の全うに向けて、営業職員によるご契約のアフターフォローを通じ、支払事由を漏れなく迅速に捉え、ご契約に関する情報提供に取り組みます。
- 適切な情報提供等を通じたコンタクトラインの維持に努めるとともに、事務処理体制の構築に取り組みます。

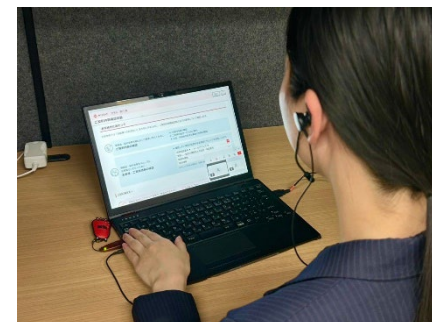
取組状況

確実にお手続きいただくための取組

ご契約内容確認活動の実施

- 保険金・給付金を漏れなくご請求いただくために、また最新の情報提供やサービスをご利用いただくために、営業職員による「ご契約内容確認活動」に取り組んでいます。
- 非対面を希望するお客様には画面共有システム等を活用いただく等、お客様のご意向に沿った方法でご契約内容を確認いただく中でお客様からは高い満足度評価をいただいています。
- 2026年度も、「ご契約内容確認活動」でご提供する情報を一層充実し、お客様に寄り添ったアフターフォローに取り組みます。

〈画面共有システム〉



ご契約者サポートサービス・ニッセイかぞくリンクの提供

- 「保険契約者代理制度」に登録いただくことで、ご契約者ご自身でのお手続きが困難な場合に、ご家族等が代理人として一部のお手続きをすることが可能となる「ご契約者サポートサービス」に加えて、契約関係者（被保険者・死亡保険金受取人・指定代理請求人・ご契約者サポートサービス登録家族）も、日本生命アプリ・ニッセイマイページから契約内容等を確認できるサービス「ニッセイかぞくリンク」を提供しており、登録いただくことで契約の維持管理のサポートやスムーズな請求につながります。



保険金・給付金ダイヤルの新設

- 2025年3月に入院・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る「保険金・給付金ダイヤル」を新設しました。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います。

サービス詳細はこちら▼

<https://www.nissay.co.jp/keiyaku/tetsuzuki/hokenkin/kyufukin/>

方針3 確実な保障責任の全う

取組方針

(続き)

取組状況

■ 確実にお手続きいただくための取組

利便性向上に向けたWeb等の活用

- お手続きのご案内から、実施・状況確認・結果通知までを全て一貫してWebでご提供できるよう、取組を進めています。とりわけ、日本生命アプリをWebをご利用いただく際の基本ツールと位置づけ、普及に取り組んでいます。アプリを含めたWeb活用の拡大に向けては、Webで実施可能な手続きを順次拡大しているほか、Web画面の改修等のユーザビリティ向上に取り組んでいます。

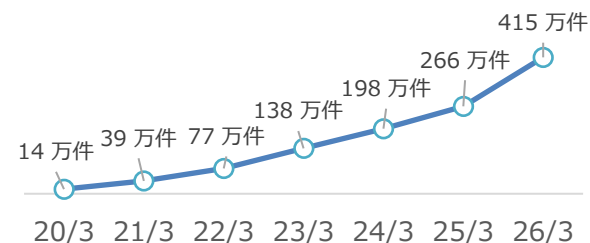
■ Web拡大の状況

	2020/3	...	2026/3
Web受付可能率※1	63.8%		80.4%
Web活用率※2	14.6%		47.4%

※1：ご加入後の契約情報の更新等の各種事務手続きや保険金・給付金等の支払業務が対象（デジタル化が進んでいる新契約加入手続きは対象外）

※2：活用率は、上記対象手続きの総件数（Web不可手続きを含む）を分母に算出しており、Web可能手続きを分母にした場合の活用率(2026/3)は、58.9%

■ 日本生命アプリ ダウンロード数



お客様のスマートフォン活用

- 2025年4月から、新契約申込手続きにおいて、お客様のスマートフォンでマイナンバーカードのICチップを読み取る本人確認を開始していますが、今般、これに加え、2026年3月から新契約加入に関する重要なお知らせの受取りやお申込の最終確認、ご契約成立後のログインID登録についてもお客様スマートフォンでペーパーレスに完結いただくことが可能となりました。
- なお、当社はマイナンバーカード情報を活用したさまざまなサービスの開発に取り組んでおり、ご契約後のお支払いに至るまで、保険金請求のご案内や年金支払いの自動化等、マイナンバーカード情報を活用した利便性の高いサービスをお客様スマートフォンで受けていただくことが可能となります。

方針4 利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守

取組方針

コンプライアンスの推進

- コンプライアンスとは、狭義の法令にとどまらず、あらゆる社会規範を遵守すること、そしてお客様・社会の信頼に応え、誠実に仕事をしていくことであると考え、お客様の利益が不当に害されることの無いよう、お客様のニーズに合った商品の提案や、販売ルールを遵守し、適切な販売活動を進めます。

利益相反の適切な把握・管理

- お客様の利益の保護に万全を尽くすため、当社およびその子金融機関等（以下、「ニッセイ等」）がお客様と行う取引のうち、お客様の利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。
- 利益相反管理が適切になされるよう、営業部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、ニッセイ等が行うお客様の利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。
- また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令等改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

コンプライアンスの推進

- 全役員・職員に対して、業界共通の継続教育カリキュラムの内容を反映した「マナー・コンプライアンステキスト」などの各種教材を活用し、適正な保険募集やアフターサービスなどの教育を実施しています。
- また、営業職員には、社内放送等を通じた教育や、コンプライアンスの理解度向上に向けたテスト等を定例的に実施し、運営の実効化に取り組んでいます。
- 支社のコンプライアンス担当者を増員するとともに、拠点を直接訪問し、リスクの未然防止を行う取組を強化する等、営業職員チャネルに関する態勢整備、高度化に取り組んでいます※。
※ 詳細については、当社ホームページに掲載している「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢のさらなる高度化にかかる着眼点」を踏まえた当社取組状況についてをご覧ください。
- 引き続き、各種教育・徹底を通じた全役員・職員一人ひとりによる自律的なコンプライアンスの推進や、営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢のさらなる高度化に取り組めます。
- お客様本位の高度化取組を不断に推進する観点から、2026年4月に「コンプライアンス統括部」内の「業務改善推進室」を「業務統括部」内に移管のうえ、「お客様本位推進室」に名称変更しました。

利益相反の適切な把握・管理

- 「利益相反管理方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理に取り組んでいます。
- 具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず資産運用部門が独立して投資判断を行う体制構築に取り組めます。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行います。
- また、当社の商品ラインアップを補完する目的で募集を受託している他の保険会社の商品について、お客様のご意向等に対応した商品提案や、重要な情報の提供等が適切に行えるように努めています。

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

お客様の声を大切にし、 サービス向上に生かす取組

- 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く把握することに努めるとともに、**さまざまな機会を通じ、積極的にお客様の意見等をお聴きします。**
- また、当社の生命保険商品や事務・サービスに関する評価・ご意見をいただくために、「お客様満足度調査」をはじめとする**各種お客様アンケートを実施し、そのご意見を踏まえたサービスの向上に取り組めます。**
- お客様からいただいた声は改善取組の検討に活用し、企画関係・各事業・リスク部門の担当役員が中心メンバーとなる**「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**します。

取組状況

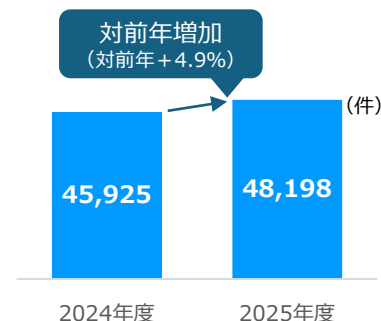
お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

2025年度 当社に寄せられた「お客様の声」

- 「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181.0万件の「お客様の声」をいただきました。

苦情の件数

- 「苦情」の定義を「お客様から寄せられるご不満の申出(事実関係の有無は問わない)」として、**幅広くご不満の声を捉え、詳細分析のうえ、根本的な解決につなげるよう取り組んでいます。**
- 2025年度はセキュリティ強化を目的としたログイン方法の変更等、**各種お手続きや画面操作方法等に関してお客様からの申出が増加したことを踏まえ、各種画面の改修やお客様サポートツールの新設等、改善対応**を行いました。
- 2026年度はお申出内容や発生原因等に応じたさらなる分析・分類を行い、お客様の視点に立った具体的なサービスの改善に向けた取組を進めます。



※当実績は、金融機関チャンネルを含めた全領域の合計実績です。
(受付時点での内容・件数を記載しており、一般社団法人生命保険協会の基準に則って分類)

お客様からの評価

- 年1回、社外機関を通じてご契約者へアンケートを実施する中で、**営業職員チャンネルにおける「お客様満足度」について、当社目標である90%を達成し、引き続き高い水準を確保**しています。
- 2026年度も高い満足度評価をいただけるよう、積極的にお客様の声を聴き、**「お客様の声」を基点とした継続的なサービス向上**に取り組めます。

営業職員経由契約者
お客様満足度
(2025年度)

92.4%

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

(続き)

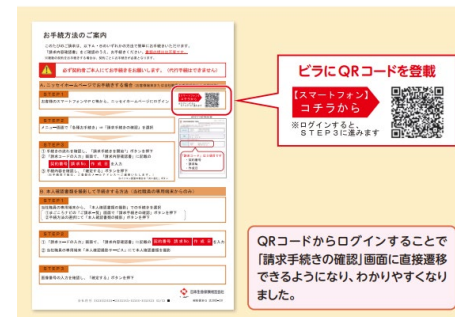
取組状況

お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

お客様の声を踏まえた改善取組 ～より分かりやすいお客様向け帳票の提供に向けた見直し～

- 「解約手続き時のマイページの画面遷移が分かりづらい」という声を踏まえ、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、「請求手続きの確認」画面に直接遷移できるように、改訂いたしました。
※ QRコードは（株）デンソーウェーブの登録商標です。
- 2026年度もお客様からいただいた声や社内の消費生活アドバイザー資格取得者からの意見を踏まえ、多くのお客様にとって“見やすく・分かりやすい帳票”の提供を目指し取り組んでまいります。

▼ (改善事例)お手続き方法のご案内」ビラの改訂



「お客様の声」を踏まえた改善取組のお客様へのフィードバック

- 「お客様の声白書」としてまとめ、2025年12月に発行しました。

「お客様の声白書」の詳細はこちら

https://www.nissay.co.jp/assets/kaisha/annai/koe/koehakusho/document/koehakusho_2025.pdf



方針6 一人ひとりがお客様本位で行動するための取組

取組方針

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 営業職員・営業管理職に対し、お客様本位の業務運営の浸透に努めるとともに、専門性や職業倫理を保持させる観点から、**研修・教育を実施し、お客様本位の業務運営をより一層推進**します。

お客様本位の活動の評価体系

- 保険募集のみに着目することなく、情報提供等の**お客様サービス等も総合的に勘案した業績評価体系を構築し、当社職員がお客様の利益を追求することができるよう体制を整備**します。

取組状況

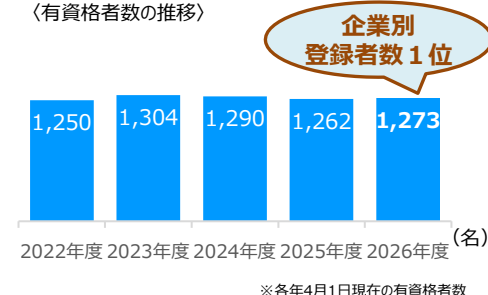
お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 「経営基本理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向け、**経営基本理念を分かりやすいメッセージ形式とした「私たちの誓い」**を、会議・研修等で唱和する等の取組を行っています。また、**経営基本理念を踏まえた全役員・職員の行動指針である『行動規範』**を策定しており、自らの業務遂行上、判断に迷う場合にいつでも参照できるようにしています。
- **お客様本位の理念・方針や具体的な取組内容について、定期的にWeb研修やポスター等を通じて周知**しています。お客様へのサービスを担う営業職員は法令等遵守教育をはじめとした社内番組による研修を日々受講し、理解を深めています。
- 理念浸透を図る取組として、**役員が営業現場を訪問し、経営理念やお客様本位の重要性について語りかけを実施**しています。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、お客様本位の業務運営・経営理念のさらなる浸透・定着を目指します。

消費生活アドバイザーの育成の推進

- 当社では、**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も取り組むとともに、知見を生かし、「社内モニター運営」として、お客様向けの帳票・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。
- 2026年度も、消費生活アドバイザー育成および有資格者の活躍推進を行い、消費者志向のさらなる推進に取り組めます。

〈有資格者数の推移〉



お客様本位の活動の評価体系

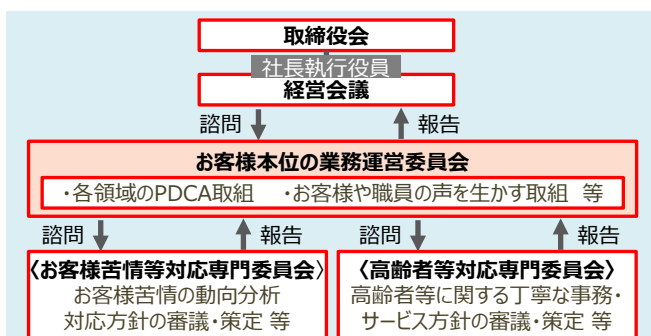
- 営業職員や販売組織を対象とする販売促進施策について、**お客様の利益を損なう可能性のある過度な内容・水準とならないよう、社内ルールを設定**しています。
- また、「ニッセイまごころマイスター認定制度」等、**長く安定的に活躍できる営業職員組織を目指し、育成運営面の強化やお客様本位の活動の推進に資する制度の導入等を実施**しています。

方針1 あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践

取組方針

お客様本位の業務運営の推進

- 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」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ります。
- 取組の推進に向けて、経営会議の諮問機関として企画関係・各事業部門の担当役員が中心メンバーとなる「**お客様本位の業務運営委員会**」を設置し、**各チャンネル・領域ごとの取組方針の策定および取組状況のモニタリングを実施します。**



お客様本位の業務運営に関する指標

- 全社のお客様本位の取組内容の定着を測る指標(KPI)として「お客様満足度」を設定**するとともに、各チャンネル・領域ごとに取り組む数量的な指標を定め、お客様本位の業務運営を推進します。

取組状況

お客様本位の業務運営の推進

- お客様本位の業務運営委員会を4回開催**し、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づき、各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性や、お客様や職員の声を生かす取組、プロダクトガバナンスに係る審議等を行いました。これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について当社HPに公表します。

お客様本位の業務運営に関する指標

- お客様満足度結果(KPI)について、お客様から頂いたご意見やご要望を分析し、事務・サービス等の改善に向けた取組を着実に進めた結果、**当年度の「お客様満足度」は92.5%と当社目標である90%を達成し、引き続き高い水準を確保**しています。
- 2026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。

＜委員会での主な審議事項＞

- 各チャンネル・領域ごとのPDCAに関する事項
 - 各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性を審議
- お客様や職員の声を生かす取組
 - コールセンター等を通じて寄せられるお客様の声を収集・分析
 - お客様の声を経営に生かすための取組について審議
- プロダクトガバナンスに係る審議



— 〓 — お客様満足度(営業職員チャンネル＋代理店チャンネル＋金融機関チャンネル) ※

2021年度 2022年度 2023年度 2024年度 2025年度

＜2025年度実施概要＞

- 年1回実施(2025年7月15日～8月15日)
- 調査対象：ご契約者様 約6.5万名
- 有効回答者数：約0.9万名

・質問内容：営業職員対応、会社の信頼感等
・お客様の満足度については、「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割合

※2021年度からWeb調査を実施

方針2 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

取組方針

代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進

- 代理店を通じた販売に際し、お客様に最適な商品を選択いただけるよう、代理店による分かりやすい情報提供やコンサルティング販売のサポート・推進に取り組めます。

重要な情報の提供

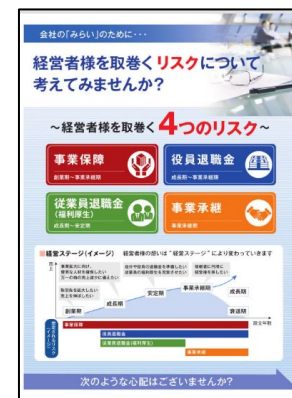
- 保険やその他金融商品の知識、加入目的、財産状況等を総合的に勘案し、提案します。
- 商品の内容(保険料・保険金額・支払事由等)や仕組み、想定する主なお客様層について、適切な資料を提供しながら分かりやすく説明し、ニーズに合うことを確認します。また、複数商品を組み合わせたパッケージのご提案時は、個別の加入も検討いただけるよう情報提供します。
- 特定保険契約(ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客様のご負担となる投資性の強い商品)について、上記に加え、お客様の投資経験等に照らし、最適と考えられる商品をお勧めするとともにリスク等について丁寧に説明します。

取組状況

代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進

- 代理店を通じ、保険本来の趣旨をお伝えするツールや当社商品・サービスに関する解説動画等を提供する等、お客様へのより分かりやすい情報提供に取り組んでいます。
- また、お客様へのコンサルティングを推進する観点から、代理店向けのコンサルティングセミナーのオンライン開催や各種教材の提供を通じ、代理店募集人のコンサルティング力の強化に取り組んでいます。
- 加えて、当社担当者に対し、好取組事例や代理店向け研修の映像教材等の提供、本部による個別相談・対応支援を実施し、当社代理店担当者のスキルアップを図っています。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、お客様に最適な商品を選択いただけるよう、代理店によるコンサルティング販売をサポート・推進します。

〈保険本来の趣旨をお伝えする4つのリスクに関する情報のご提供〉



重要な情報の提供

- 商品の内容・仕組みをご理解いただくために、特に重要な情報(保険料・保険金額・支払事由等)を記載した「契約概要」(提案書)と、特にご注意ください情報(保障の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等)を記載した「注意喚起情報」を交付・説明しています。「みらいのカタチ」等、複数商品を組み合わせでご提案する際には、個別にご加入することをご検討いただけるよう、「契約概要」において個々商品の保険料や保障内容等をご説明しています。
- また、特定保険契約について、ご理解を深めていただけるよう解約払戻金額が一時払保険料額を下回るケース等も含めた複数のシミュレーションを記載した説明や、解約払戻金額に影響する費用を具体数値を用いてご説明しています。なお、他の類似の金融商品との比較可能性を担保する観点も踏まえ、「注意喚起情報」にお客様のご負担となる費用(保険契約関係費、資産運用関係費等)を記載しています。

方針2 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

取組方針

お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供

- お客様にご契約をいただくにあたり、分かりやすいお客様向け文書や手続き画面の作成等、スムーズなお手続きに向けたインターフェイス構築による利便性の高いサービス提供に取り組みます。
- ご高齢のお客様や障がいのある方などへのサービス向上取組として、安心してご契約いただくためのより配慮ある丁寧な取組を進めます。

取組状況

お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供

「FPシミュレーション」の提供

- 生命保険を活用したFPコンサルティングに欠かせない各種シミュレーションプログラム(6種類)を代理店向けにオンラインで提供しています。
- FPシミュレーションでは、経営者様死亡時や想定外事態発生時の必要資金、相続や事業承継の問題を検討するうえで必要となる資産評価、会社の安定経営に不可欠な資金計画を検討するための数値等を、お客様の情報に基づいてシミュレーションいただけます。

＜FPシミュレーション6種＞

法人必要資金シミュレーション

キャッシュフロー改善シミュレーション

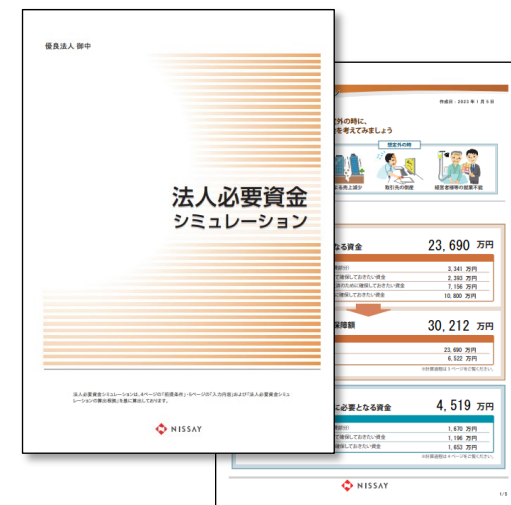
経営者セカンドライフ※シミュレーション

相続シミュレーション

自社株概算評価シミュレーション

不動産概算評価シミュレーション

＜シミュレーション帳票イメージ＞



※「セカンドライフ」とは「退職後の生活」を意味しています。

方針3 確実な保障責任の全う

取組方針

確実にお手続きいただくための取組

- 保険金・給付金の支払い漏れの無きよう、代理店によるアフターフォローのサポート・推進に取り組めます。
- 適切な情報提供等を通じたコンタクトラインの維持に努めるとともに、事務処理体制の構築に取り組めます。

取組状況

確実にお手続きいただくための取組

アフターフォローの推進

- 保険金・給付金等の支払い漏れ等が起こらないよう、代理店への各種教材・ツール等の提供を通じ、代理店によるお客様への能動的なアフターフォローや迅速な対応に取り組んでいます。
- また、代理店からの各種照会に対し、迅速な対応を行っています。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、保険金・給付金の支払い漏れ等の未然防止に向けて、代理店によるアフターフォローの推進を目的に、システム環境の整備を進めるとともに代理店へのサポートに取り組んでいきます。

ご契約者サポートサービス・ニッセイかぞくリンクの提供

- 「保険契約者代理制度」に登録いただくことで、ご契約者ご自身でのお手続きが困難な場合に、ご家族等が代理人として一部のお手続きをすることが可能となる「ご契約者サポートサービス」に加えて、契約関係者（被保険者・死亡保険金受取人・指定代理請求人・ご契約者サポートサービス登録家族）も、日本生命アプリ・ニッセイマイページから契約内容等を確認できるサービス「ニッセイかぞくリンク」を提供しており、登録いただくことで契約の維持管理のサポートやスムーズな請求につながります。



保険金・給付金ダイヤルの新設

- 2025年3月に入院・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る「保険金・給付金ダイヤル」を新設しました。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います。

サービス詳細はこちら▼

<https://www.nissay.co.jp/keiyaku/tetsuzuki/hokenkin/kyufukin/>

方針4 利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守

取組方針

コンプライアンスの推進

- 狭義の法令にとどまらず、あらゆる社会規範を遵守し、お客様や代理店、そして社会の信頼に応え、誠実に仕事に取り組みます。
- 元受保険会社として、保険業界を取巻くさまざまな環境変化を踏まえ、代理店が法令や当社ルールに則った適切な運営を行うことができるよう、必要な指導・支援を実施します。

適切な代理店手数料体系の設定

- 複数の保険会社の商品を扱う乗合代理店においては、お客様にご提案・推奨する商品の選定に関し、代理店手数料の多寡や元受保険会社との系列関係等による影響を受ける可能性があります。
- このため、募集代理店に支払う代理店手数料の水準について、当社の経営の健全性確保および募集代理店による保険募集の公正の確保に留意したうえで、適切な設定を行うよう努めます。

取組状況

コンプライアンスの推進

- 全役員・職員に対して、業界共通の継続教育カリキュラムの内容を反映した「マナー・コンプライアンステキスト」などの各種教材を活用し、適正な保険募集やアフターサービスなどの教育を実施しています。
- 代理店が遵守すべき事項を記載した「法令遵守マニュアル」を提供するとともに、業界共通点検表による自己点検および、当社代理店担当者による訪問点検を通じて、実効的なコンプライアンス態勢を確保しています。
- 代理店に対するタイムリーな教材提供を行い、苦情の減少および再発防止を推進するとともに、当社代理店担当者に対しても、各種研修や確認テスト等を実施し、コンプライアンス・事務・公的保険制度等への理解促進につなげています。
- 乗合代理店を巡っては、出向制度の見直しや代理店からの情報取得・取扱ルールの整備、第1.5線機能の取組強化を行うとともに、監督指針や生命保険協会ガイドライン等の改正で求められる保険会社による指導の実効性確保に向けた対応を進め、お客様本位の業務運営のさらなる高度化に取り組んでいます。

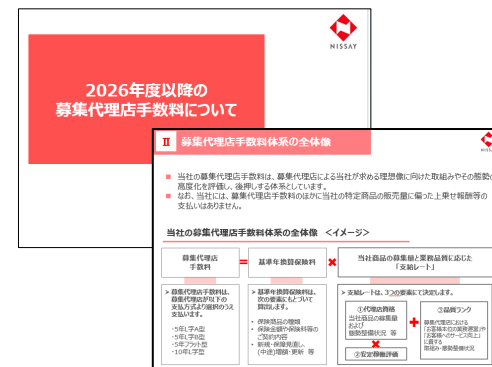
適切な代理店手数料体系の設定

- 当社手数料体系について、お客様向けに当社HP上で公表しています。
- 募集代理店におけるコンサルティングやアフターサービスの状況、募集代理店自身の経営管理体制の整備状況等の観点から、募集代理店の取組や体制整備を評価し、募集代理店におけるお客様本位の業務運営に資する代理店手数料体系としています。
- なお、生命保険協会の「募集代理店共通自己点検表（一般代理店）」に「高度化項目」が追加になったため、2026年4月、募集代理店手数料の改正を行いました。

※当社手数料体系についての詳細はこちら▼

<https://www.nissay.co.jp/kaisha/otsutaeshitai/customer/pdf/dairiten.pdf>

〈代理店手数料について（当社HP公開資料）〉



方針4 利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守

取組方針

利益相反の適切な把握・管理

- お客様の利益の保護に万全を尽くすため、当社およびその子金融機関等（以下、「ニッセイ等」）がお客様と行う取引のうち、お客様の利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。
- 利益相反管理が適切になされるよう、営業部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、ニッセイ等が行うお客様の利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。
- また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令等改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

利益相反の適切な把握・管理

- 「利益相反管理方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理に取り組んでいます。
- 具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず資産運用部門が独立して投資判断を行う体制構築に取り組みます。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行います。

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

お客様の声を大切にし、 サービス向上に生かす取組

- 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、当社担当者、代理店、ニッセイコールセンター、事務所管等において幅広く把握することに努めるとともに、さまざまな機会を通じ、積極的にお客様の意見等をお聴きします。
- お客様からいただいた声は改善取組の検討に活用し、企画関係・各事業・リスク部門の担当役員が中心メンバーとなる「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ます。

取組状況

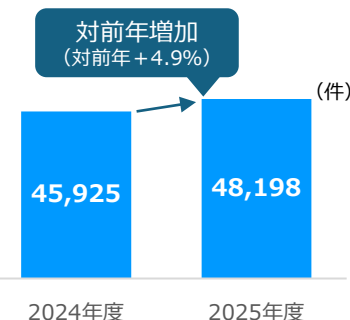
お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

2025年度 当社に寄せられた「お客様の声」

- 「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181.0万件の「お客様の声」をいただきました。

苦情の件数

- 「苦情」の定義を「お客様から寄せられるご不満の申出(事実関係の有無は問わない)」として、幅広くご不満の声を捉え、詳細分析のうえ、根本的な解決につなげるよう取り組んでいます。
- 2025年度の全領域の合計苦情件数は増加したものの、代理店向けに、お客様本位の業務運営の推進に向けた事例共有等に取り組み、代理店チャンネルの苦情件数は昨年度より減少しました。
- 2026年度も引き続き、継続的な教材提供や画面・帳票の分かりやすさ向上に向けた取組等を通じ、さらなる苦情減少に向けた対応を進めます。



※当実績は、代理店チャンネルも含めた全領域の合計実績です。
(受付時点での内容・件数を記載しており、一般社団法人生命保険協会の基準に則って分類)

お客様からの評価

- 年1回、社外機関を通じてご契約者へアンケートを実施する中で、代理店チャンネルにおける「お客様満足度」は当社目標である90%を達成し、引き続き高い水準を確保しています。
- 2026年度も高い満足度評価をいただけるよう、積極的にお客様の声を聴き、「お客様の声」を基点とした継続的なサービス向上に取り組みます。

代理店経由契約者
お客様満足度
(2025年度)

92.9%

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

(続き)

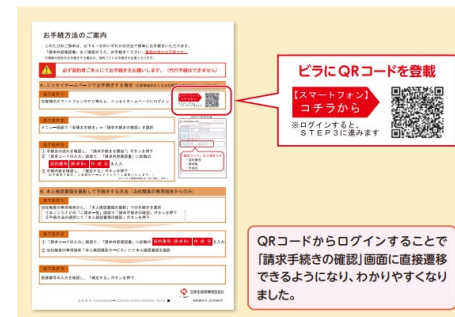
取組状況

お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

お客様の声を踏まえた改善取組 ～より分かりやすいお客様向け帳票の提供に向けた見直し～

- 「解約手続き時のマイページの画面遷移が分かりづらい」という声を踏まえ、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、「**請求手続きの確認**」画面に**直接遷移できる**ように、改訂いたしました。
※ QRコードは（株）デンソーウェーブの登録商標です。
- 2026年度もお客様からいただいた声や社内の消費生活アドバイザー資格取得者からの意見を踏まえ、多くのお客様にとって“見やすく・分かりやすい帳票”の提供を目指し取り組んでまいります。

▼ (改善事例)お手続き方法のご案内」ビラの改訂



代理店へのフィードバック

- 代理店向けに、**お客様本位の業務運営の推進に向けた事例共有・指導を目的に、定期的に機関紙を発行**しています。
- 当社に寄せられたお客様の声を代理店に共有し、代理店と共に顧客サービス向上に取り組んでまいります。

方針6 一人ひとりがお客様本位で行動するための取組

取組方針

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 「お客様本位の業務運営」の理念浸透に努めるとともに、代理店および当社代理店部門全層による実践に取り組みます。

取組状況

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 「経営基本理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向け、経営基本理念を分かりやすいメッセージ形式とした「私たちの誓い」を、会議・研修等で唱和する等の取組を行っています。また、経営基本理念を踏まえた全役員・職員の行動指針である『行動規範』を策定しており、自らの業務遂行上、判断に迷う場合にいつでも参照できるようにしています。
- 代理店に対し、法令遵守マニュアルを提供するほか、当社担当者による各種商品・コンプライアンス研修等のサポートを実施しています。
- 当社担当者に対しては、各層別会議等にてお客様本位の業務運営・コンプライアンス研修の実施を通じて理念の浸透・徹底に取り組んでいます。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、お客様本位の業務運営・経営理念のさらなる浸透・定着を目指します。

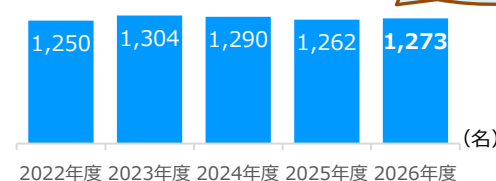
消費生活アドバイザーの育成の推進

- 当社では、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も取り組むとともに、知見を生かし、「社内モニター運営」として、お客様向けの帳票・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。
- 2026年度も、消費生活アドバイザー育成および有資格者の活躍推進を行い、消費者志向のさらなる推進に取り組めます。

〈自主勉強会の開催（東京）〉



〈有資格者数の推移〉



※各年4月1日現在の有資格者数

お客様本位の活動を評価する体系

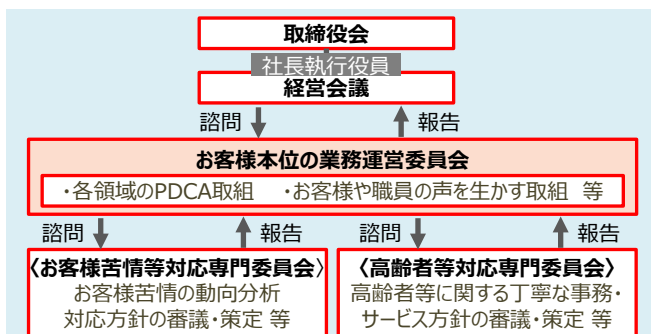
- 当社代理店担当者に対して、販売業績と活動実態をトータルで評価する目標管理運営を実施しています。

方針1 あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践

取組方針

お客様本位の業務運営の推進

- 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」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ります。
- 取組の推進に向けて、経営会議の諮問機関として企画関係・各事業部門の担当役員が中心メンバーとなる「**お客様本位の業務運営委員会**」を設置し、**各チャンネル・領域ごとの取組方針の策定および取組状況のモニタリングを実施します。**



お客様本位の業務運営に関する指標

- **全社のお客様本位の取組内容の定着を測る指標(KPI)として「お客様満足度」を設定**するとともに、各チャンネル・領域ごとに取り組む数量的な指標を定め、お客様本位の業務運営を推進します。

取組状況

お客様本位の業務運営の推進

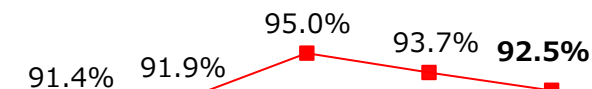
- **お客様本位の業務運営委員会を4回開催**し、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づき、各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性や、お客様や職員の声を生かす取組、プロダクトガバナンスに係る審議等を行いました。これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について当社HPIに公表します。

お客様本位の業務運営に関する指標

- お客様満足度結果(KPI)について、お客様から頂いたご意見やご要望を分析し、事務・サービス等の改善に向けた取り組みを着実に進めた結果、**当年度の「お客様満足度」は92.5%と当社目標である90%を達成し、引き続き高い水準を確保**しています。
- 2026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。

<委員会での主な審議事項>

- **各チャンネル・領域ごとのPDCAに関する事項**
 - － 各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性を審議
- **お客様や職員の声を生かす取組**
 - － コールセンター等を通じて寄せられるお客様の声を収集・分析
 - － お客様の声を経営に生かすための取組について審議
- **プロダクトガバナンスに係る審議**



—■— お客様満足度(営業職員チャンネル＋代理店チャンネル＋金融機関チャンネル) ※

2021年度 2022年度 2023年度 2024年度 2025年度

(2025年度実施概要)

- ・年1回実施(2025年7月15日～8月15日)
- ・調査対象：ご契約者様 約6.5万名
- ・有効回答者数：約0.9万名

・質問内容：営業職員対応、会社の信頼感 等
・お客様の満足度については、「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割合

※2021年度からWeb調査を実施

方針2 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

取組方針

金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進

- 金融機関代理店を通じた販売を行うことを踏まえ、お客様に最適な商品を選択いただけるよう、**金融機関代理店による分かりやすい情報提供やコンサルティング活動のサポート・推進**に取り組めます。

取組状況

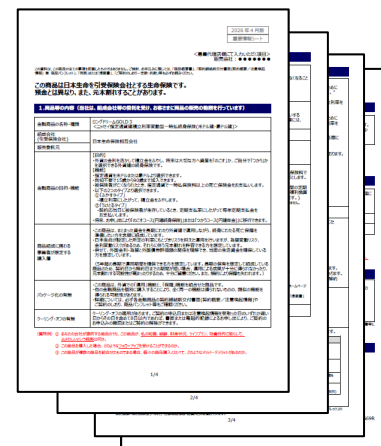
金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進

- 金融機関代理店においては、生命保険のみならずさまざまな金融商品を販売していることから、**お客様が他の金融商品と誤認しないよう、当社商品・サービスに関する解説動画を提供等、より分かりやすい情報提供**に取り組んでいます。
- 現在金融機関代理店で販売している**外貨建保険について、商品パンフレットに動画へのリンクを掲載**しています。
- また、生命保険協会のガイドラインを踏まえて、**商品説明をする際に活用する「重要情報シート」の記載内容を充実**しています。
- お客様へのコンサルティングを推進する観点から、**金融機関代理店向け研修の実施や好取組事例の提供を通じ、コンサルティング力の強化を実施**しています。
- 当社金融機関代理店担当者に対し、**好取組事例や金融機関代理店向けの映像教材等の提供、本部による個別相談・対応支援を実施**し、金融機関代理店担当者のスキルアップを行っています。
- 引き続き、これらの取組を継続し、お客様に最適な商品を選択いただけるよう、金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進に取り組めます。



動画へのリンク

商品パンフレット(イメージ)



重要情報シート(イメージ)

方針2 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

取組方針

重要な情報の提供

- 保険やその他金融商品の知識、加入目的、財産状況等を総合的に勘案し、提案します。
- 商品の内容(保険料・保険金額・支払事由等)や仕組み、想定する主なお客様層について、適切な資料を提供しながら分かりやすく説明し、ニーズに合うことを確認します。また、一つの生命保険商品であるものの、複数の機能を有する商品をご提案する際には、それぞれの異なる機能の説明を行います。
- 特定保険契約(ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客様のご負担となる投資性の強い商品)について、上記に加え、お客様の投資経験等に照らし、最適と考えられる商品をお勧めするとともにリスク等について丁寧に説明します。

お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供

- お客様にご契約をいただくにあたり、分かりやすいお客様向け文書や手続き画面の作成等、スムーズなお手続きに向けたインターフェイス構築による**利便性の高いサービス提供**に取り組めます。
- ご高齢のお客様や障がいのある方等へのサービス向上取組として、安心してご契約いただくための**より配慮ある丁寧な取組**を進めます。

取組状況

重要な情報の提供

- 商品の内容・仕組みをご理解いただくために、**特に重要な情報(保険料・保険金額・支払事由等)を記載した「契約概要」(提案書)と、ご加入にあたって特にご注意ください情報(保障の開始時期や保険金・給付金等をお支払いできない場合等)を記載した「注意喚起情報」を交付・説明**しています。
- また、特定保険契約について、ご理解を深めていただけるよう**解約払戻金額が一時払保険料額を下回るケース等も含めた複数のシミュレーションを記載した説明や、解約払戻金額に影響する費用を具体数値を用いてご説明**しています。なお、他の類似の金融商品との比較可能性を担保する観点も踏まえ、「注意喚起情報」にお客様のご負担となる費用(保険契約関係費、資産運用関係費等)を記載しています。

お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供

スムーズなお手続きに向けたインターフェイス構築

- ご契約場面でのお客様利便性の向上に向けて、ご契約手続きを簡潔にするとともに、分かりやすいお客様向け文書や手続き画面の作成を進めています。

ご高齢のお客様に向けた丁寧な取組

- ご高齢のお客様への丁寧な募集活動の推進に向け、金融機関代理店に対して、生命保険協会の高齢者向け**ガイドラインを踏まえた態勢整備状況の確認**や、取組強化に向けた**好取組事例の提供**等を行っています。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、丁寧な募集活動の推進に取り組めます。

方針3 確実な保障責任の全う

取組方針

確実にお手続きいただくための取組

- 保険金・給付金の支払い漏れの無きよう**金融機関代理店によるアフターフォローのサポート・推進**に取り組みます。
- 適切な情報提供等を通じた**コンタクトラインの維持**に努めるとともに、**事務処理体制の構築**に取り組みます。

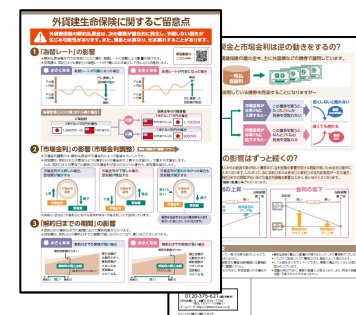
取組状況

確実にお手続きいただくための取組

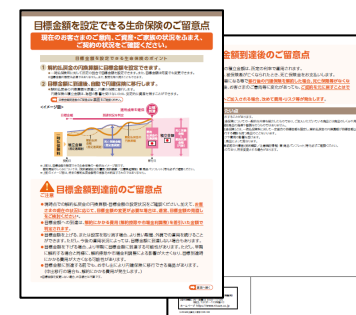
商品特性を踏まえたご加入後の情報提供・ご説明の充実

- ご加入後も商品の仕組み等、ご加入時と同様の水準で商品概要説明が可能となるツールの提供をはじめ、**金融機関代理店へのアフターフォローツール等の提供を実施**しています。
- 「外貨建生命保険に関するご留意点」を、年に一回発行のお客様宛通知に同封**しています。
- また、金融機関代理店からの各種照会に対し、迅速な対応を行っています。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、**金融機関代理店によるアフターフォローのサポート・推進**をしていきます。

〈「外貨建生命保険に関するご留意点」の提供〉



〈「目標金額を設定できる生命保険のご留意点」の提供〉



代理手続きが可能になる契約者代理制度のアナウンス・活用勧奨

- 契約者が認知症等で意思表示が難しくなった場合に備えて、あらかじめ契約者代理人を指定しておくことにより、**契約者に代わってお手続きができる契約者代理制度**を設けています。
(定期的に契約者代理人に契約概要の通知を発送するため、契約内容を共有していただくことも可能)
- より分かりやすくご理解いただくため、**商品パンフレットでの案内に加えて、ご案内ビラや解説動画をご用意**する等、引き続きアナウンス・活用勧奨に取り組みます。



〈動画イメージ〉

契約内容を共有いただけます。

方針4 利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守

取組方針

コンプライアンスの推進

- 狭義の法令にとどまらず、あらゆる社会規範を遵守し、お客様や金融機関代理店、そして社会の信頼に応え、誠実に仕事に取り組みます。

取組状況

コンプライアンスの推進

- 全役員・職員に対して、業界共通の継続教育カリキュラムの内容を反映した「マナー・コンプライアンステキスト」などの各種教材を活用し、適正な保険募集やアフターサービスなどの教育を実施しています。
- 業界共通点検表による自己点検および、当社金融機関代理店担当者による訪問点検を通じて、金融機関代理店の実効的なコンプライアンス態勢を確保しています。
- また、金融機関代理店に対するタイムリーな教材提供を行い、苦情の減少および再発防止を推進するとともに、当社金融機関代理店担当者に対し、各種研修やテスト等を実施し、コンプライアンス・事務・公的保険制度等への理解促進に取り組んでいます。
- 当社が2025年7月に金融庁から報告徴求命令を受領しました、「当社からの銀行への出向者による不適切な手段での情報取得事案」につきまして、全容の解明に向けた調査を実施しました。
事案の発生原因を踏まえ、出向制度の見直し、代理店からの情報取得・取扱ルールの整備、第1.5線機能の取組強化、第2線・第3線組織におけるコンプライアンス徹底のための態勢強化、および、行動規範のさらなる浸透・徹底を通じたコンプライアンス意識の醸成等、再発防止に係る取組を推進しています。
- また、これらの再発防止策について、「金融庁による報告徴求命令に係る再発防止策推進専門委員会」を設置のうえ、具体内容の検討・議論や、実行中取組の進捗状況に係るPDCAを実施しています。
- 乗合代理店を巡っては、監督指針や生命保険協会ガイドライン等の改正で求められる保険会社による指導の実効性確保に向けた対応を進め、お客様本位の業務運営のさらなる高度化に取り組んでいます。

方針4 利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守

取組方針

適切な代理店手数料体系の設定

- 複数の保険会社の商品を扱う乗合代理店においては、お客様にご提案・推奨する商品の選定に関し、代理店手数料の多寡や元受保険会社との系列関係等による影響を受ける可能性があります。
- このため、募集代理店に支払う代理店手数料の水準について、当社の経営の健全性確保および募集代理店による保険募集の公正の確保に留意したうえで、適切な設定を行うよう努めます。

利益相反の適切な把握・管理

- お客様の利益の保護に万全を尽くすため、当社およびその子金融機関等（以下、「ニッセイ等」）がお客様と行う取引のうち、お客様の利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。
- 利益相反管理が適切になされるよう、営業部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、ニッセイ等が行うお客様の利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。
- また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令等改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

適切な代理店手数料体系の設定

- お客様への比較推奨を歪めることのない、適切な代理店手数料を設定しています。
- なお、外貨建一時払保険の手数料について、お客様の中長期での保有ならびに、金融機関代理店による契約後のアフターフォローを後押しする観点から、2025年4月以降の新契約から、初年度手数料を合計手数料の半分程度とし、次年度以降の比重を高める体系にリバランスする手数料型を導入しています。
- また、特定保険契約と投資信託等を比較して募集することが多い金融機関代理店に対しては、代理店手数料を記載したお客様向けの説明資料を適宜提供しています。

利益相反の適切な把握・管理

- 「利益相反管理方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理に取り組んでいます。
- 具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず資産運用部門が独立して投資判断を行う体制構築に取り組みます。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行います。

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

お客様の声を大切にし、 サービス向上に生かす取組

- 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、当社担当者、金融機関代理店、ニッセイコールセンター、事務所管等において幅広く把握することに努めるとともに、さまざまな機会を通じ、積極的にお客様のご意見等をお聴きします。
- お客様からいただいた声は改善取組の検討に活用し、企画関係・各事業・リスク部門の担当役員が中心メンバーとなる「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ます。

取組状況

お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

2025年度 当社に寄せられた「お客様の声」

- 「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181.0万件の「お客様の声」をいただきました。

苦情の件数

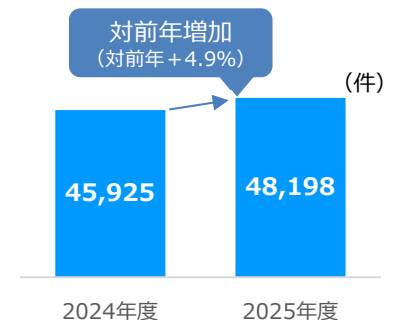
- 「苦情」の定義を「お客様から寄せられるご不満の申出（事実関係の有無は問わない）」として、幅広くご不満の声を捉え、詳細分析のうえ、根本的な解決につなげるよう取り組んでいます。
- 2025年度の全領域の合計苦情件数は増加したものの、商品・サービス解説動画の提供や、金融機関に対し、好取組事例等の提供や改善取組の提案に取り組み、金融機関チャンネルの苦情の件数は昨年度より減少しました。
- 2026年度も引き続き、金融機関との丁寧な対話や画面・帳票の分かりやすさ向上に向けた取組等を通じ、さらなる苦情減少に向けた対応を進めます。

お客様からの評価

- 年1回、社外機関を通じてご契約者へアンケートを実施する中で、金融機関代理店チャンネルにおける「お客様満足度」は当社目標である90%を達成し、引き続き高い水準を確保しています。
- 2026年度も高い満足度評価をいただけるよう、積極的にお客様の声を聴き、「お客様の声」を基点とした継続的なサービス向上に取り組めます。

金融機関代理店へのフィードバック

- 金融機関代理店向けに、お客様本位の業務運営の推進に向けた事例共有・指導を目的に、機関紙発行を定期的に実施しています。



※当実績は、金融機関チャンネルも含めた全領域の合計実績です。
(受付時点での内容・件数を記載しており、一般社団法人生命保険協会の基準に則って分類)

金融機関経由契約者
お客様満足度
(2025年度)

92.6%

方針6 一人ひとりがお客様本位で行動するための取組

取組方針

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 「お客様本位の業務運営」の理念浸透に努めるとともに、金融機関代理店および当社金融法人部門全層による実践に取り組みます。

取組状況

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 「経営基本理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向け、経営基本理念を分かりやすいメッセージ形式とした「私たちの誓い」を、会議・研修等で唱和する等の取組を行っています。また、経営基本理念を踏まえた全役員・職員の行動指針である『行動規範』を策定しており、自らの業務遂行上、判断に迷う場合にいつでも参照できるようにしています。
- 金融機関代理店に対し、法令遵守マニュアルを提供する他、当社担当者による各種商品・コンプライアンス研修等のサポートを実施しています。
- 当社金融機関代理店担当者に対しては、各層別会議等にてお客様本位の業務運営・コンプライアンス研修の実施を通じて理念浸透・徹底に取り組んでいます。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、お客様本位の業務運営・経営理念のさらなる浸透・定着を目指します。

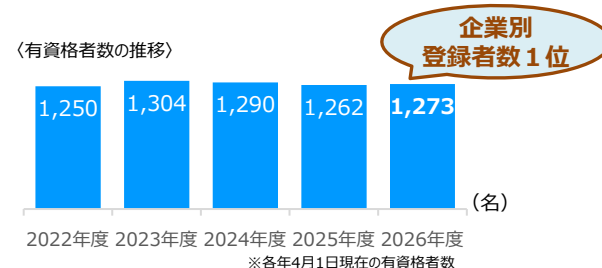
消費生活アドバイザーの育成の推進

- 当社では、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も取り組むとともに、知見を生かし、「社内モニター運営」として、お客様向けの帳票・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。
- 2026年度も、消費生活アドバイザー育成および有資格者の活躍推進を行い、消費者志向のさらなる推進に取り組めます。

〈自主勉強会の開催（東京）〉



〈有資格者数の推移〉



お客様本位の活動を評価する体系

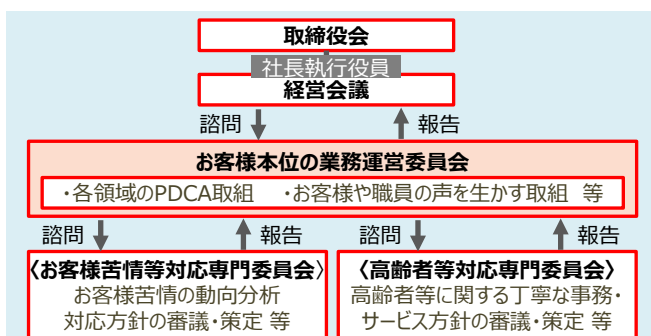
- 当社金融機関代理店担当者に対して、販売業績と活動実態をトータルで評価する目標管理運営を実施しています。

方針1 あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践

取組方針

お客様本位の業務運営の推進

- 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」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ります。
- 取組の推進に向けて、経営会議の諮問機関として企画関係・各事業部門の担当役員が中心メンバーとなる「**お客様本位の業務運営委員会**」を設置し、**各チャンネル・領域ごとの取組方針の策定および取組状況のモニタリングを実施します。**



お客様本位の業務運営に関する指標

- 全社のお客様本位の取組内容の定着を測る指標 (KPI)として「お客様満足度」を設定**するとともに、各チャンネル・領域ごとに取り組む数量的な指標を定め、お客様本位の業務運営を推進します。

取組状況

お客様本位の業務運営の推進

- お客様本位の業務運営委員会を4回開催**し、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づき、各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性や、お客様や職員の声を生かす取組、プロダクトガバナンスに係る審議等を行いました。これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について当社HPに公表します。

お客様本位の業務運営に関する指標

- お客様満足度結果(KPI)について、お客様から頂いたご意見やご要望を分析し、事務・サービス等の改善に向けた取組を着実に進めた結果、**当年度の「お客様満足度」は92.5%と当社目標である90%を達成し、引き続き高い水準を確保**しています。
- 2026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。

＜委員会での主な審議事項＞

- 各チャンネル・領域ごとのPDCAに関する事項
 - 各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性を審議
- お客様や職員の声を生かす取組
 - コールセンター等を通じて寄せられるお客様の声を収集・分析
 - お客様の声を経営に生かすための取組について審議
- プロダクトガバナンスに係る審議



—■— お客様満足度(営業職員チャンネル+代理店チャンネル+金融機関チャンネル) ※

2021年度 2022年度 2023年度 2024年度 2025年度

＜2025年度実施概要＞

- 年1回実施(2025年7月15日～8月15日)
- 調査対象：ご契約者様 約6.5万名
- 有効回答者数：約0.9万名

・質問内容：営業職員対応、会社の信頼感 等
・お客様の満足度については、「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割合

※2021年度からWeb調査を実施

方針2 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

取組方針

お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供

- お客様のニーズに応じて、インターネット経由での加入手続きや画面共有等を活用した有人コンサルティング対応など**複数の加入ルートを提供**します。
- お客様のニーズを踏まえた商品・サービスラインアップ拡充の一環として、**インターネット経由で加入手続きが可能な商品の提供**に取り組めます。

取組状況

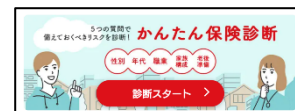
お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供

- お客様ご自身で必要な保障を把握したいニーズにお応えできるよう、**当社HPにおいて「かんたん保険診断」等を提供**しています。加えて、ご不明点等がある場合にはオンライン面談等、**本部専管組織（インサイドセールスチーム）によるコンサルティングへの導線を提供**し、お客様のニーズに応じた提案を実施できるよう取り組んでいます。
- 2025年4月から「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**「ニッセイ傷害保障付積立保険“ちょこつみ”」のインターネット経由での加入手続きを開始**いたしました。
- 2026年度も引き続き、お客様のニーズに応じた情報提供やインターネットからご加入いただくことができる商品の拡充の検討、Web申込手続き画面等の改善に取り組んでまいります。



ニッセイ傷害保障付積立保険

<かんたん保険診断>



方針3 確実な保障責任の全う

取組方針

確実にお手続きいただくための取組

- 確実な保障責任の全うに向けて、インターネット経由で保険にご加入いただいたお客様へのアフターフォローを確実に行う態勢構築に取り組めます。
- 適切な情報提供等を通じたコンタクトラインの維持に努めるとともに、事務処理体制の構築に取り組めます。

取組状況

確実にお手続きいただくための取組

- インターネット経由で保険にご加入いただいたお客様には、各種お手続きをダイレクトに実施できる日本生命アプリを案内するとともに、スマホでご加入のお客様専用のLINEを提供し、最新の情報提供やサービスをご利用いただくことができる環境整備に取り組んでいます。
- 本部専管組織（インサイドセールスチーム）による「ご契約内容確認活動」をお客様のご意向に沿った方法で実施することで、確実な情報提供等に向けたコンタクトラインの維持に取り組めます。

<スマホでご加入のお客様専用LINE>



方針4 利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守

取組方針

コンプライアンスの推進

- コンプライアンスとは、狭義の法令にとどまらず、あらゆる社会規範を遵守すること、そしてお客様・社会の信頼に応え、誠実に仕事をしていくことであると考え、お客様の利益が不当に害されることの無いよう、デジタル特有の規制等に留意しながら、適切な販売活動を進めます。

利益相反の適切な把握・管理

- お客様の利益の保護に万全を尽くすため、当社およびその子金融機関等（以下、「ニッセイ等」）がお客様と行う取引のうち、お客様の利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。
- 利益相反管理が適切になされるよう、営業部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、ニッセイ等が行うお客様の利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。
- また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令等改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

コンプライアンスの推進

- 全役員・職員に対して、業界共通の継続教育カリキュラムの内容を反映した「マナー・コンプライアンステキスト」などの各種教材を活用し、適正な保険募集やアフターサービスなどの教育を実施しています。
- また、デジタル特有の規制等に関する動向などを随時確認のうえ、研修等を通じた教育を実施し、実効的なコンプライアンス態勢を確保しています。
- 引き続き、各種教育・徹底を通じ、全役員・職員一人ひとりによる自律的なコンプライアンスを推進し、お客様本位の業務運営に取り組みます。

利益相反の適切な把握・管理

- 「利益相反管理方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理に取り組んでいます。
- 具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず資産運用部門が独立して投資判断を行う体制構築に取り組んでいます。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行います。

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

お客様の声を大切にし、 サービス向上に生かす取組

- 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く把握することに努めるとともに、さまざまな機会を通じ、積極的にお客様のご意見等をお聴きします。
- 当社に直接寄せられた「お客様の声」だけでなく、当社HP等の離脱ポイント分析等を踏まえた改善に取り組みます。
- お客様からいただいた声は改善取組の検討に活用し、企画関係・各事業・リスク部門の担当役員が中心メンバーとなる「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ます。

取組状況

お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

2025年度 当社に寄せられた「お客様の声」

- 「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181.0万件の「お客様の声」をいただきました。
- 「苦情」の定義を「お客様から寄せられるご不満の申出(事実関係の有無は問わない)」として、幅広くご不満の声を捉え、詳細分析のうえ、根本的な解決につなげるよう取り組んでいます。

デジタル固有の取組

- デジタルチャンネルにおいても、職員教育等を行いつつ、当社HP等の離脱ポイント分析を踏まえた改善に取り組むなど、各種デジタルコンテンツ・手続き画面の分かりやすさ向上に向けた取組を進めます。

方針6 一人ひとりがお客様本位で行動するための取組

取組方針

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- デジタルチャンネルに関わる職員に対して、お客様本位の理念浸透を図るとともに、お客様本位で行動するための態勢構築に取り組みます。

取組状況

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 「経営基本理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向け、経営基本理念を分かりやすいメッセージ形式とした「私たちの誓い」を、会議・研修等で唱和する等の取組を行っています。また、経営基本理念を踏まえた全役員・職員の行動指針である『行動規範』を策定しており、自らの業務遂行上、判断に迷う場合にいつでも参照できるようにしています。
- デジタルチャンネルに関わる職員に対しては、お客様本位の理念・方針や具体的な取組内容について、各種研修等を通じて理念の浸透・徹底に取り組んでいます。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、お客様本位の業務運営・経営理念のさらなる浸透・定着を目指します。

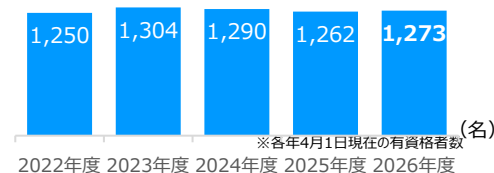
消費生活アドバイザーの育成の推進

- 当社では、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も取り組むとともに、知見を生かし、「社内モニター運営」として、お客様向けの帳票・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。
- 2026年度も、消費生活アドバイザー育成および有資格者の活躍推進を行い、消費者志向のさらなる推進に取り組めます。

〈自主勉強会の開催（東京）〉



〈有資格者数の推移〉

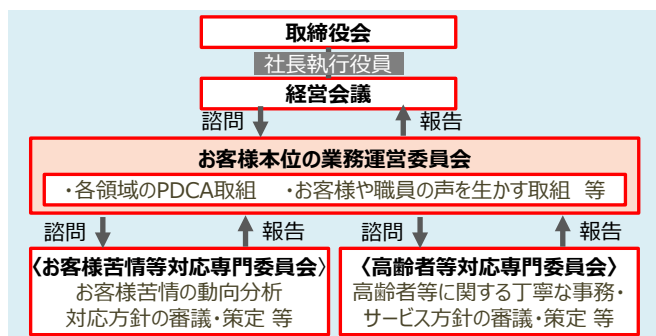


方針1 あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践

取組方針

お客様本位の業務運営の推進

- 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」を制定・公表するとともに、時代の変化を捉え、定期的な見直しを図ります。
- 取組の推進に向けて、経営会議の諮問機関として企画関係・各事業部門の担当役員が中心メンバーとなる「**お客様本位の業務運営委員会**」を設置し、**各チャンネル・領域ごとの取組方針の策定および取組状況のモニタリングを実施します。**



お客様本位の業務運営に関する指標

- 全社のお客様本位の取組内容の定着を測る指標 (KPI)として「お客様満足度」を設定**するとともに、各チャンネル・領域ごとに取組む数量的な指標を定め、お客様本位の業務運営を推進します。

取組状況

お客様本位の業務運営の推進

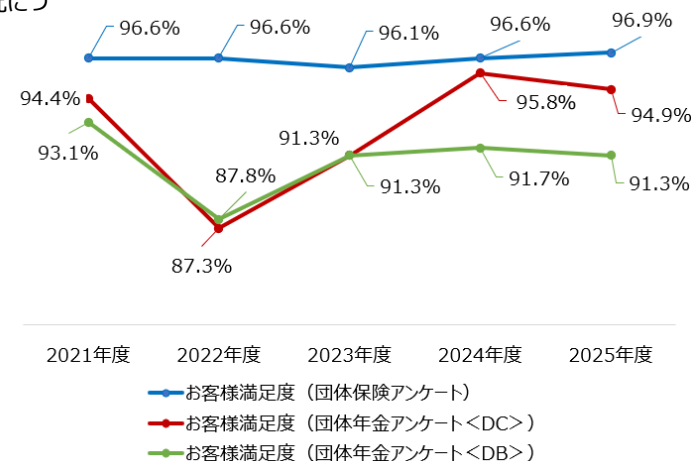
- お客様本位の業務運営委員会を4回開催**し、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づき、各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性や、お客様や職員の声を生かす取組、プロダクトガバナンスに係る審議等を行いました。これらの取組について、経営会議・取締役会への報告を行い、取組状況について当社HPに公表します。

お客様本位の業務運営に関する指標

- 団体保険および団体年金のご契約者である企業・団体の皆様より、「団体保険に関するアンケート」「団体年金に関するアンケート」にお答えいただいています。
- 2026年度も引き続き、お客様の声をお聴きする中で、改善取組の検討を行い、継続的なサービス向上に努め、**お客様本位の業務運営をより一層推進**します。

<委員会での主な審議事項>

- 各チャンネル・領域ごとのPDCAに関する事項**
 - 各チャンネル・領域ごとの取組状況および今後の方向性を審議
- お客様や職員の声を生かす取組**
 - コールセンター等を通じて寄せられるお客様の声を収集・分析
 - お客様の声を経営に生かすための取組について審議
- プロダクトガバナンスに係る審議**



<2025年度実施概要>

	調査対象	有効回答数
団体保険アンケート	当社が団体保険の幹事を拝命している企業・団体様	425団体
団体年金アンケート<DC>	当社がDCの運営管理を拝命している企業・団体様	181団体
団体年金アンケート<DB>	当社がDBの幹事等を拝命している企業・団体様	166団体

・質問内容：総合満足度、商品、事務、サービス、営業担当者 等
 ・お客様満足度：「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割合

方針2 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

取組方針

ニーズにお応えする商品・サービスの提供を通じた福利厚生制度等の支援

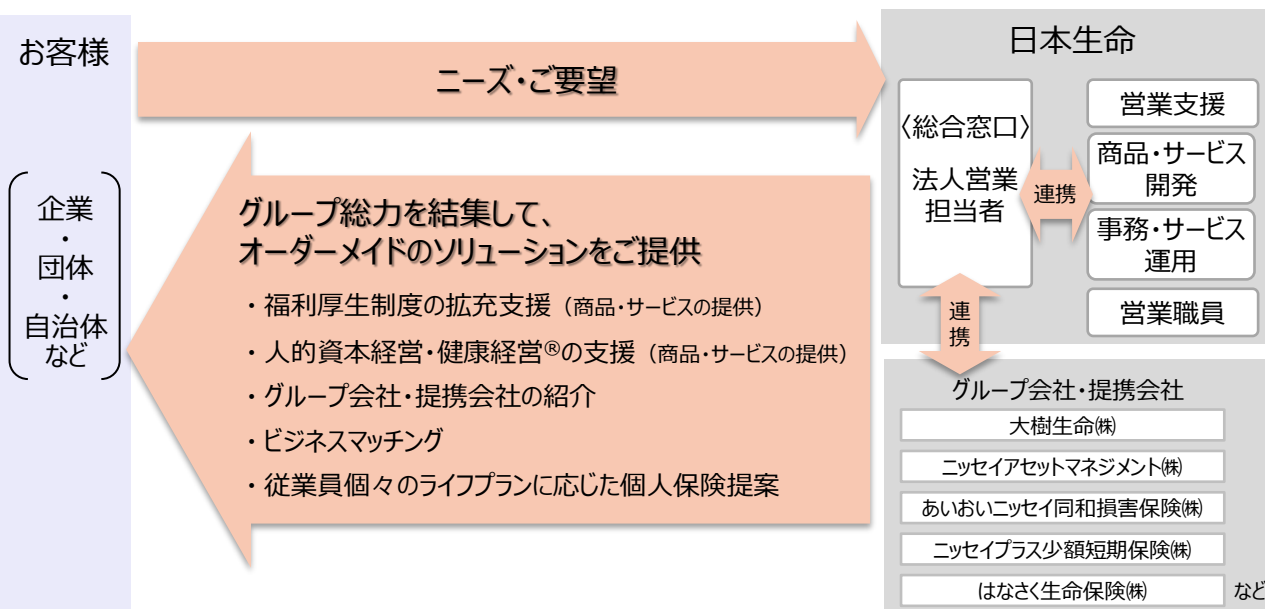
- グループ会社・提携会社も含めた**ソリューション提供**および、**企業・従業員を取り巻く環境やニーズを踏まえた商品・サービスの提供**を通じ、お客様の福利厚生制度等の支援に取り組みます。

取組状況

ニーズにお応えする商品・サービスの提供を通じた福利厚生制度等の支援

- 法人営業担当者は、資産運用立国や人的資本経営・健康経営®の流れを受けたニーズ等、お客様のご要望や諸課題に対し、グループ全体の「総合窓口」として、**団体保険・団体年金の提供に加えて、ヘルスケア、福利厚生、人事・労務、DE&I等、多様な人的資本経営支援サービスを提供**しています。

※ 健康経営®は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。



- 2026年度も徹底したお客様視点で課題・ニーズを踏まえた商品・サービスを提供し、お客様とのゆるぎない関係を構築・発展に取り組みます。

方針2 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

取組方針

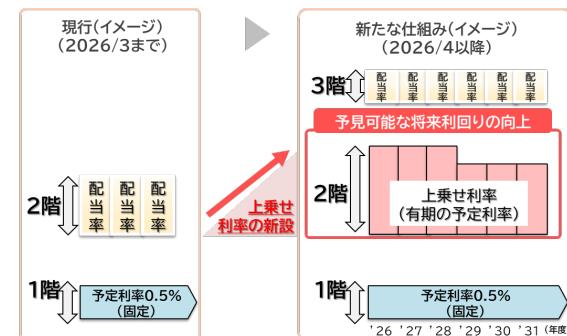
(続き)

取組状況

ニーズにお応えする商品・サービスの提供を通じた福利厚生制度等の支援

- 従業員の退職金制度を担う企業年金の重要性は、人的資本経営の観点から年々高まっています。そのような、企業年金へのお客様ニーズにお応えすべく、団体年金保険一般勘定について、商品改定(愛称:プレミア6)を行いました。当商品では予見可能な将来利回りを高めるため、2026年4月以降、毎年6年保証※の上乗せ利率(有期の予定利率)を新設しています。当商品改定を通じてお客様の年金制度運営に対して、これまで以上に長期安定的な貢献を行ってまいります。※ 収支状況や運用環境等が著しく悪化した場合、上乗せ利率を0%に設定する可能性があります。

Premier6



- 企業年金のお客様にとって「シンプルでわかりやすい」をコンセプトとした団体年金保険特別勘定「ニッセイ市場連動型4資産パッケージ」(愛称:バランス4)を、2025年7月から提供開始しました。

Balance4

- 金利上昇による運用環境の改善や昨今の「資産運用立国」の流れを踏まえ、資産形成手段の多様化のニーズにお応えすべく、拠出型企業年金保険について、2026年4月から、保険事務費の水準を引き下げました。当商品改定により、従業員の安定的な資産形成の実現をサポートし、団体にとっても人的資本経営に求められる「従業員エンゲージメント向上」に貢献してまいります。

方針2 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

取組方針

(続き)

取組状況

ニーズにお応えする商品・サービスの提供を通じた福利厚生制度等の支援

- 企業の健康経営^{※1}、従業員の健康増進を支援するため、**ニッセイプラス少額短期保険の「精密検査費用保険」**を提供してきました。こうした中、多くのお客様からのがんの精密検査費用補償に対するご要望を踏まえ、「がん精密検査費用補償追加特約」^{※2}および単体で加入可能な「がん精密検査費用保険」^{※2}を開発し、2025年12月から、ご案内を開始しました。当保険を通じ、従業員においては疾病の早期発見・早期改善を通じた健康寿命の延伸、企業においては定年延長による雇用長期化等を背景とした健康人材の安定確保など、社会課題の解決に資するよう取り組んでまいります。

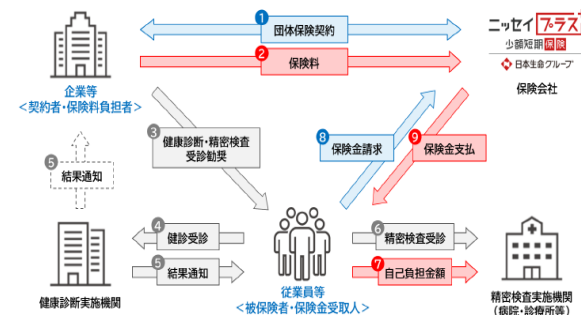
※1 健康経営[®]は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

※2 胃がん、子宮頸がん、肺がん、乳がん、大腸がんが対象

- 企業の人的資本経営を支援するため、株式会社H Q社との協業を通じて、**AIを活用したパーソナルレコメンドを特徴とするカフェテリアプラン「人的資本投資プラン」**を提供してきました。「人的資本投資プラン」では、AIを活用し、従業員一人ひとりに個別最適な福利厚生制度をレコメンドします。また、ワンストップで福利厚生サポートを提供することで、企業の制度運用負担を低減します。加えて、企業ごとの人事戦略に合わせたカスタマイズによりオーダーメイドの制度設計を行うことが可能です。2026年4月から、食事補助に特化した「食事補助HQ」、低コストで導入しやすい割引クーポン型パッケージの「トクトクHQ」のご案内も開始しており、企業の多様なニーズに応じた福利厚生制度構築に貢献してまいります。

【保険契約の仕組み】

- 契約者・保険料負担者を企業等、被保険者・保険金受取人を従業員等とする全員加入型の団体保険です。



“人的資本投資プラン”

カフェテリア

人事戦略に合わせたカスタマイズで
オーダーメイドの制度設計を
行うことが可能な福利厚生サービス

カフェテリアHQ
(2025年4月～)

食事補助

食事補助の非課税枠を活用し
従業員の生活支援を行う
福利厚生サービス

食事補助HQ
(2026年4月～)

割引クーポン型 パッケージ

低価格で導入しやすい、どこでも、
誰でも、使いやすい福利厚生サービス

トクトクHQ
(2026年4月～)

方針3 確実な保障責任の全う

取組方針

保障責任の全うに向けた取組

- お客様が給付金をご請求される際に、より簡単・スムーズにお手続きいただけるよう、給付金の簡略請求拡大や、大規模災害時においても保険金・給付金のお支払いを継続できる体制整備に取り組めます。

取組状況

保障責任の全うに向けた取組

給付金簡略請求拡大の取組（2025年9月～）

- 給付金のご請求をより簡単・スムーズに行っていただけるよう、2025年9月から、診断書の提出が不要となる「簡略請求」の対象を拡大しました。
- これまで診断書が必要だった長期入院や放射線治療などのご請求についても、「領収証／診療明細書」と「治療内容報告書」で請求できるケースが増えました。
- これにより、診断書取得の負担を軽減し、治療後、早期のご請求が可能となりました。

大規模災害時においても、保険金・給付金の手続きを継続するための取組

- 大規模災害などの有事においても、保険金・給付金のお支払いを継続できるよう、支払業務を大阪・東京の複数拠点で分散するとともに、平常時から実際の支払業務を通じた実践的な研修を行っています。
- 災害時には、支払業務担当者だけでなく、支払業務の経験者が速やかに対応できる体制を整え、支払業務のバックアップ体制を強化しています。

方針4 利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守

取組方針

コンプライアンスの推進

- コンプライアンスとは、狭義の法令にとどまらず、あらゆる社会規範を遵守すること、そしてお客様・社会の信頼に応え、誠実に仕事をしていくことであると考え、お客様の利益が不当に害されることの無いよう、お客様のニーズに合った商品の提案や、**販売ルールを遵守し、適切な販売活動を進めます。**

利益相反の適切な把握・管理

- お客様の利益の保護に万全を尽くすため、当社およびその子金融機関等（以下、「ニッセイ等」）がお客様と行う取引のうち、お客様の利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理します。
- 利益相反管理が適切になされるよう、営業部門から独立した利益相反管理統括部署の設置および責任者の配置を行い、ニッセイ等が行うお客様の利益が不当に害されるおそれのある取引の情報を集約するとともに、対象取引の特定・類型化および管理を一元的に行います。
- また、これらの管理体制を継続的に評価・検証し、新規の業務活動や、法令等改正等に対しても的確に対応します。

取組状況

コンプライアンスの推進

- 全役員・職員に対して、業界共通の継続教育カリキュラムの内容を反映した「マナー・コンプライアンステキスト」などの各種教材を活用し、**適正な保険募集やアフターサービスなどの教育**を実施しています。
- また、**研修等を通じた教育**や、**コンプライアンスの理解度向上に向けたテスト等を定例的に実施**し、運営の実効化に取り組んでいます。
- 引き続き、これらの教育・徹底を通じ、**全役員・職員一人ひとりによる自律的なコンプライアンスを推進**し、お客様本位の業務運営に取り組めます。

利益相反の適切な把握・管理

- **「利益相反管理方針」等の規程を整備し、利益相反の把握・管理**に取り組んでいます。
- 具体的には、営業部門と資産運用部門の組織を分離し、取引関係の有無等に関わらず資産運用部門が独立して投資判断を行う体制構築に取り組めます。また、当社の投資先に対する議決権行使についても、投資先企業との保険取引関係の有無等に関わらず、資産運用部門が独立して判断を行います。
- また、当社の商品ラインアップを補完する目的で募集を受託している他の保険会社の商品について、お客様の意向等に対応した商品提案や、重要な情報の提供等が適切に行えるように努めています。

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

お客様の声を大切にし、 サービス向上に生かす取組

- 当社は、団体保険および団体年金のご契約者である企業・団体および従業員の皆様からいただいた「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止めます。
また、営業担当者、コールセンター、事務所管においてお客様の声を幅広く把握することに努めるとともに、アンケート等を通じ、当社からも積極的にお客様のご意見等をお聴きします。
- 上記内容を企画関係・各事業・リスク部門の担当役員が中心メンバーとなる「**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ます。

取組状況

お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

- 団体保険および団体年金のご契約者である企業・団体の皆様より、「団体保険に関するアンケート」「団体年金に関するアンケート」にお答えいただいています。

「団体保険に関するアンケート」にて頂戴したお客様の声

サービス関係

- Nコンシェルジュの情報配信の少なさに関するもの 等

商品関係

- 保障内容の充実に関するもの
- 保険料の水準に関するもの 等

システム関係

- 画面の見やすさや操作性の改善に関するもの
- 事務担当者様向けWebサービスの利便性向上に関するもの 等

法人営業担当者関係

- さらなる情報提供に関するもの
- 営業担当者の訪問頻度に関するもの 等

73.8% 事務手続き関係

- 契約手続き書類や押印の削減に関するもの
- 契約手続き書類の分かりやすさに関するもの 等

いただいた
「お客様の声」
518件

「団体年金に関するアンケート」にて頂戴したお客様の声

商品関係

- 運用商品のパフォーマンスに関するもの
- 運用商品のラインアップに関するもの 等

事務手続き関係

- 事務マニュアルのわかりやすさに関するもの 等

サービス関係

- 事業担当者様向けメルマガの内容改善
- 法改正等のタイムリーな情報提供 等

6.8%

18.2%

13.6%

30.3% システム関係

- 事務担当者様向けWebサービスの利便性向上に関するもの 等

法人営業担当者関係

- さらなる情報提供に関するもの
- 運用見直し提案の質の向上 等

いただいた
「お客様の声」
132件

31.1%

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

(続き)

取組状況

お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

企業保険インターネットサービス（以下、企保ネット）の機能拡充（2025年7月～）

- 企保ネットの機能拡充により、総合福祉団体定期保険に関する
以下のお手続きについて、2025年7月からWeb上で行っていただけるようになりました。

お手続き	機能拡充の概要
被保険者同意（※1）	✓ 事務担当者様による従業員様への同意確認依頼が、 企保ネットからのメール送信や二次元コードの配付で可能になります ✓ 従業員様は、事務担当者様からの同意確認依頼を受け、 PC・スマートフォンから同意有無の回答（登録）が可能になります
更新・制度変更（※2）	✓ ご契約の更新・制度変更にかかる各種お手続きや、入力もれの 自動チェック、修正対応が企保ネットで可能になります

※1 被保険者同意の機能は個別同意方式の団体様のみご利用いただけます

※2 特殊な制度変更のお手続き等、従来どおり書面でのお取扱となる場合があります

- 上記お手続きのWeb化により、従来よりお客様から多くのご要望をいただいているペーパーレス・郵送レス、および押印レスを実現します。
- また、一連の事務を可能な限り簡素化・迅速化することで、企業・団体の事務担当者様の作業負荷軽減や書類紛失リスクの低減を図ります。

方針5 お客様の声を生かす取組・結果の検証

取組方針

(続き)

取組状況

お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組

企業保険インターネットサービスのデザインリニューアル（2026年9月～）

- 視認性・利便性の向上に向けて、2026年9月から画面デザイン等の仕様見直しを実施します。

お客様からのご要望が特に多かった **4 点** に対応します

1 画面にあわせて表示サイズを拡大！



2 利用者目線で画面デザインを一新！

- 操作性向上に向けて、必要な手続きを迷わず探せる目的別メニューへ改善します



3 数字・日付の入力方法を変更！

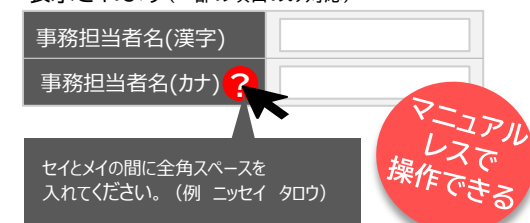
- ✓ 全角入力の数字項目が全角・半角どちらにも対応します(※)
- ✓ 生年月日は和暦・西暦の両方に対応します(※)



※ 一部商品・お手続きは除く

4 項目説明や入力時の留意点を表示！

- ✓ 項目名の横にある **?** や、入力欄にカーソルを当てると説明や留意点が表示されます(一部の項目のみ対応)



方針6 一人ひとりがお客様本位で行動するための取組

取組方針

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 企業保険に関わる職員に対して、**お客様本位の理念浸透を図る**とともに、**お客様本位で行動するための態勢構築**に取り組めます。

取組状況

お客様本位で行動するための理念・方針の浸透

- 「経営基本理念」や「お客様本位の業務運営に係る方針」の浸透に向け、**経営基本理念を分かりやすいメッセージ形式とした「私たちの誓い」**を、会議・研修等で唱和する等の取組を行っています。また、**経営基本理念を踏まえた全役員・職員の行動指針である『行動規範』**を策定しており、自らの業務遂行上、判断に迷う場合にいつでも参照できるようにしています。
- **取り組む背景・金融機関として求められること、具体的な取組内容について、各種研修などを通じて周知**しています。また、各種会議体を通じ、営業担当、営業支援、事務・サービス所管が一体となりお客様本位の業務運営に係る取組について議論を行っています。
- 2026年度もこれらの取組を継続し、お客様本位の業務運営・経営理念のさらなる浸透・定着を目指します。

消費生活アドバイザーの育成の推進

- 当社では、**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も取り組むとともに、知見を生かし、「社内モニター運営」として、お客様向けの帳票・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。
- 2026年度も、消費生活アドバイザー育成および有資格者の活躍推進を行い、消費者志向のさらなる推進に取り組めます。

〈自主勉強会の開催（東京）〉



〈有資格者数の推移〉



※各年4月1日現在の有資格者数

方針2 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

取組方針

■ プロダクトガバナンスに取り組む体制

- 「お客様本位の業務運営に係る方針」のもと、お客様の利便・利益に資することを最大の目的とし、お客様のニーズを的確に把握した商品・サービスの提供に取り組めます。
- 取組の推進に向けて、経営会議の諮問機関として企画関係・各事業・リスク部門の担当役員が中心メンバーとなる「お客様本位の業務運営委員会」において、各チャンネル・領域ごとの取組方針の策定および取組状況のモニタリングに加え、プロダクトガバナンスに係る審議等を実施します。
- 商品開発に係る基本方針をはじめとする各種方針・規程に基づき、商品開発時や発売後のフォローアップ等の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、内部監査部門による定期的な監査の実施や、必要に応じて社外取締役や外部有識者からの意見を取り入れる等、これらの実効性を確保するための体制の整備に取り組めます。
- また、お客様がより良い商品を選択できるよう、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について、分かりやすい情報提供に努めます。

取組状況

■ プロダクトガバナンスに取り組む体制

- お客様本位の業務運営委員会を4回開催し、「お客様本位の業務運営に係る方針」のもと、商品の開発においては、主な想定顧客、募集態勢の概要等について審議を実施しました。商品発売後においては、想定する顧客属性への販売状況、お客様の声等についてモニタリングを実施しました。また、必要に応じて、社外取締役が出席する取締役会への報告や、社外弁護士等の意見を取り入れる態勢も構築しています。なお、お客様本位の業務運営委員会細則における委員会審議事項として「プロダクトガバナンスに係る審議」を追記する等、取組の明確化を行いました。
- こうした取組を通じ、以下の通り新商品の発売・商品の改定を行いました。

<主な新商品の提供>

- 「ニッセイ傷害死亡重点期間設定型介護保障保険“フェニックスケアプラス”」の提供
- 「ニッセイみらいのカチ 治療サポート保険“びたほ”」の提供

<主な商品の改定>

- 一時払終身保険「マイステージ」の予定利率改定
- 上記内容および運用体制、取組状況については、当資料およびホームページ上で公表を実施しています。
- 今後も、常に世の中の変化やお客様ニーズに向き合い、業務運営の定期的な検証・見直しを実施する等、製販全体でお客様本位の業務運営の高度化に取り組んでまいります。

方針2 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

取組方針

商品開発時の対応

- お客様本位の業務運営委員会等の枠組みの中で、商品開発時には、お客様ニーズや想定する顧客層等について審議を行います。
- 特定保険契約(ご加入時に保険会社が支払う保険金・給付金等の金額が確定しておらず、運用リスク等がお客様のご負担となる投資性の強い商品)については、商品の複雑さやリスク等の特性等を踏まえ、想定顧客属性について取引経験や投資に関する知識等も勘案するとともに、リスク・リターン・コストに関する合理性検証についても行います。
- また、顧客の最善の利益を実現する観点から、営業職員や代理店等の販売会社向けに、ご契約に関する重要な情報に資する適切な資料提供に努めます。なお、特定保険契約について、商品の複雑さやリスク等の特性等を踏まえ、取扱っている金融機関代理店等との定期的なコミュニケーションを通じ、実効的なコンプライアンス態勢を確保します。

取組状況

商品開発時の対応

- お客様本位の業務運営委員会において、商品の開発において主な想定顧客、募集態勢の概要等について審議を実施しました。

<主な新商品の提供>

- 2025年6月に、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「ニッセイ傷害死亡重点期間設定型介護保障保険“フェニックスケアプラス”を発売しました。
- 「ニッセイみらいのかたち」シリーズにおいては、2026年4月に診療報酬点数に連動した給付により治療実態に合った保障を提供する医療保険、「治療サポート保険“ぴたほ”を発売しました。
- また、特定保険契約については、商品の複雑さやリスク等の特性等を踏まえ、想定顧客属性の特定に加え、リスク・リターン・コストに関する合理性検証等について取り組んでまいります。
- 特定保険契約を取扱う金融機関代理店においては、生命保険のみならずさまざまな金融商品を販売していることから、お客様が他の金融商品と誤認しないよう、当社商品・サービスに関する解説動画等を提供する等、より分かりやすい情報提供に取り組んでいます。生命保険協会のガイドラインや寄せられるお客様の声等を踏まえ、リスク・リターン・金融機関毎の平均保有年数等の情報を検証し、金融機関代理店に提供しています。
- また、お客様へのコンサルティングを推進する観点から、金融機関代理店向け研修の実施や好取組事例の提供を通じ、コンサルティング力の強化等を実施しています。
- 引き続き、これらの取組を継続し、お客様に最適な商品を選択いただけるよう、コンサルティング販売のサポート・推進に取り組めます。



方針2 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

取組方針

商品発売後の対応

- お客様本位の業務運営委員会等の枠組みの中で、商品発売後に、想定する顧客属性への販売状況、お客様の声等についてモニタリングを行います。
- 販売中の特定保険契約について、商品の複雑さやリスク等の特性等を踏まえ、定期的に顧客属性、リスク・リターン・コスト等に関するモニタリングを行い、必要に応じ、その結果を商品の改善や見直しにつなげます。
- 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・ご説明の充実に継続的に取り組みます。なお、特定保険契約について、取扱っている金融機関代理店等から販売した顧客属性に係る情報のほか、苦情や販売状況等について情報収集を行い、これらの情報も踏まえて金融機関代理店や外部委託先等に情報提供を行う等、定期的なコミュニケーションを通じ、実効的なコンプライアンス態勢を確保します。
- また、多様化する資産形成ニーズにお応えするために他社の資産形成商品を当社営業職員チャンネルにて販売する中で、組成会社のプロダクトガバナンス等に関する取組状況について把握に努めます。

取組状況

商品発売後の対応

- お客様本位の業務運営委員会等を通じ、想定する顧客属性への販売状況、お客様の声等についてモニタリングを実施し、マーケットを取り巻く環境や、金融行政における課題認識等を踏まえ、対応を行ってまいりました。
- ＜主な商品の改定＞
- 2025年9月にニッセイ時払終身保険「マイステージ」の予定利率を1.00%から1.50%へ引き上げました。
 - 販売中の特定保険契約については、顧客属性、リスク・リターン・コスト等に関するモニタリング結果を定期的にお客様本位の業務運営委員会に報告し、必要に応じ、商品の改善や見直しにつなげる取組を進めています。
 - 当社に寄せられた「お客様の声」について、幅広くご不満の声を捉え、詳細分析のうえ、根本的な解決につなげるよう取り組んでいます。収集した声も踏まえ、研修実施や好取組事例の提供等を通じ、コンサルティング力やアフターフォローの強化に継続して取り組みます。加えて、他社の商品を当社営業職員チャンネルで取扱う中で組成会社からの情報収集を通じ、取組状況の把握に取り組んでいます。

(別表)金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表 (1/6)

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7・プロダクトガバナンスに関する補充原則1～5(これらに付されている(注)含む)に示されている内容との対応関係を以下のとおり公表します。

掲載・更新年月日：2026年6月5日

金融事業者の名称	日本生命保険相互会社
■ 取組方針掲載ページのURL	https://www.nissay.co.jp/kaisha/otsutaeshitai/customer/pdf/torikumi.pdf
■ 取組状況掲載ページのURL	https://www.nissay.co.jp/kaisha/otsutaeshitai/customer/pdf/torikumi.pdf

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則2		実施	全社方針1：あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践(P2) 全社方針6：一人ひとりがお客様本位で行動するための取組(P2) 取組方針1：お客様本位の業務運営の推進（営業職員：P3、代理店：P13、金融機関：P22、デジタル：P30、企業：P36） 取組方針1：お客様本位に関する指標（営業職員：P3、代理店：P13、金融機関：P22、デジタル：P30、企業：P36） 取組方針6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P45） 取組方針6：お客様本位の活動の評価体系（営業職員：P12）	取組状況1：お客様本位の業務運営の推進（営業職員：P3、代理店：P13、金融機関：P22、デジタル：P30、企業：P36） 取組状況1：お客様本位に関する指標（営業職員：P3、代理店：P13、金融機関：P22、デジタル：P30、企業：P36） 取組状況6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P45） 取組状況6：お客様本位の活動の評価体系（営業職員：P12）
	(注) 金融事業者は、顧客との取引に際し、顧客本位の良質なサービスを提供し、顧客の最善の利益を図ることにより、自らの安定した顧客基盤と収益の確保につなげていくことを目指すべきである。	実施	全社方針1：あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践(P2) 全社方針2：よりよい商品・サービスのご提供と、お客様に相應しいコンサルティングの実施(P2) 全社方針3：確実な保障責任の全う(P2) 全社方針5：お客様の声を生かす取組・結果の検証(P2) 取組方針5：お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組（営業職員：P10、代理店：P19、金融機関：P28、デジタル：P34、企業：P42）	取組状況5：お客様の声を大切にし、サービス向上に生かす取組（営業職員：P10,11、代理店：P19,20、金融機関：P28、デジタル：P34、企業：P42,43,44）
原則3		実施	全社方針4：利益相反の適切な管理、コンプライアンスの遵守(P2) 取組方針4：利益相反の適切な把握・管理（営業職員：P9、代理店：P18、金融機関：P27、デジタル：P33、企業：P41）	取組状況4：利益相反の適切な把握・管理（営業職員：P9、代理店：P18、金融機関：P27、デジタル：P33、企業：P41）
	(注) 金融事業者は、利益相反の可能性を判断するに当たって、例えば、以下の事情が取引又は業務に及ぼす影響についても考慮すべきである。 ・販売会社が、金融商品の顧客への販売・推奨等に伴って、当該商品の提供会社から、委託手数料等の支払を受ける場合 ・販売会社が、同一グループに属する別の会社から提供を受けた商品を販売・推奨等する場合 ・同一主体又はグループ内に法人営業部門と運用部門を有しており、当該運用部門が、資産の運用先に法人営業部門が取引関係等を有する企業を選ぶ場合	実施	取組方針4：利益相反の適切な把握・管理（営業職員：P9、代理店：P18、金融機関：P27、デジタル：P33、企業：P41） 取組方針4：適切な代理店手数料体系の設定（代理店：P17、金融機関：P27）	取組状況4：利益相反の適切な把握・管理（営業職員：P9、代理店：P18、金融機関：P27、デジタル：P33、企業：P41） 取組状況4：適切な代理店手数料体系の設定（代理店：P17、金融機関：P27）
原則4		実施	取組方針2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関：P24）	取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関：P24）

(別表)金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表 (2/6)

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7・プロダクトガバナンスに関する補充原則1～5(これらに付されている(注)含む)に示されている内容との対応関係を以下のとおり公表します。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則5		実施	全社方針2：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(P2) 取組方針2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組方針2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組方針2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組方針2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24）	取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24）
	(注1)	実施	重要な情報には以下の内容が含まれるべきである。 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの基本的な利益(リターン)、損失その他のリスク、取引条件 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品の組成に携わる金融事業者が販売対象として想定する顧客属 ・顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの選定理由(顧客のニーズ及び意向を踏まえたものであると判断する理由を含む) ・顧客に販売・推奨等を行う金融商品・サービスについて、顧客との利益相反の可能性がある場合には、その具体的内容(第三者から受け取る手数料等を含む)及びこれが取引又は業務に及ぼす影響	取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24） 取組状況4：利益相反の適切な把握・管理（営業職員：P9、代理店：P18、金融機関：P27、デジタル：P33、企業：P41） 取組状況6：お客様本位の活動の評価体系（営業職員：P12）
	(注2)	実施	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、個別に購入することが可能であるか否かを顧客に示すとともに、パッケージ化する場合としない場合を顧客が比較することが可能となるよう、それぞれの重要な情報について提供すべきである((注2)～(注5)は手数料等の情報を提供する場合においても同じ)。	取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関代理店：P24）
	(注3)	実施	金融事業者は、顧客の取引経験や金融知識を考慮の上、明確、平易であって、誤解を招くことのない誠実な内容の情報提供を行うべきである。	取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24）
	(注4)	実施	金融事業者は、顧客に対して販売・推奨等を行う金融商品・サービスの複雑さに見合った情報提供を、分かりやすく行うべきである。単純でリスクの低い商品の販売・推奨等を行う場合には簡潔な情報提供とする一方、複雑又はリスクの高い商品の販売・推奨等を行う場合には、顧客において同種の商品の内容と比較することが容易となるように配慮した資料を用いつつ、リスクとリターンの関係など基本的な構造を含め、より分かりやすく丁寧な情報提供がなされるよう工夫すべきである。	取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24）

(別表)金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表 (3/6)

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7・プロダクトガバナンスに関する補充原則1～5(これらに付されている(注)含む)に示されている内容との対応関係を以下のとおり公表します。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則5	(注5)	金融事業者は、顧客に対して情報を提供する際には、情報を重要性に応じて区別し、より重要な情報については特に強調するなどして顧客の注意を促すべきである。	実施	全社方針2：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(P2) 取組方針2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24)	取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24)
原則6		【顧客にふさわしいサービスの提供】 金融事業者は、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズを把握し、当該顧客にふさわしい金融商品・サービスの組成、販売・推奨等を行うべきである。	実施	全社方針2：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(P2) 取組方針2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4) 取組方針2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14) 取組方針2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23) 取組方針2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31) 取組方針2：ニーズにお応えする商品・サービスの提供を通じた福利厚生制度等の支援（企業:P37,38,39) 取組方針2：お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供（営業職員：P5、代理店：P15、金融機関：P24)	取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4) 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14) 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23) 取組状況2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31) 取組状況2：ニーズにお応えする商品・サービスの提供を通じた福利厚生制度等の支援（企業:P37,38,39) 取組状況2：お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供（営業職員：P5、代理店：P15、金融機関：P24)
	(注1)	金融事業者は、金融商品・サービスの販売・推奨等に関し、以下の点に留意すべきである。 ・顧客の意向を確認した上で、まず、顧客のライフプラン等を踏まえた目標資産額や安全資産と投資性資産の適切な割合を検討し、それに基づき、具体的な金融商品・サービスの提案を行うこと ・具体的な金融商品・サービスの提案は、自らが取扱う金融商品・サービスについて、各業法の枠を超えて横断的に、類似商品・サービスや代替商品・サービスの内容(手数料を含む)と比較しながら行うこと ・金融商品・サービスの販売後において、顧客の意向に基づき、長期的な視点にも配慮した適切なフォローアップを行うこと	実施	全社方針2：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(P2) 取組方針2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4) 取組方針2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14) 取組方針2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23) 取組方針2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31) 取組方針2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24) 取組方針3：確実にお手続きいただくための取組（営業職員：P7,8、代理店：P16、金融機関：P25、デジタル：P32) 取組方針3：保障責任の全うに向けた取組（企業：P40) 取組方針4：適切な代理店手数料体系の設定（代理店：P17、金融機関：P27)	取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4) 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14) 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23) 取組状況2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31) 取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24) 取組状況3：確実にお手続きいただくための取組（営業職員：P7,8、代理店：P16、金融機関：P25、デジタル：P32) 取組状況3：保障責任の全うに向けた取組（企業：P40) 取組状況4：適切な代理店手数料体系の設定（代理店：P17、金融機関：P27)
	(注2)	金融事業者は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨等する場合には、当該パッケージ全体が当該顧客にふさわしいかについて留意すべきである。	実施	取組方針2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14)	取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14)

(別表)金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表 (4/6)

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7・プロダクトガバナンスに関する補充原則1～5(これらに付されている(注)含む)に示されている内容との対応関係を以下のとおり公表します。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」			実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
原則6	(注3)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の組成に当たり、商品の特性等を踏まえて、販売対象として想定する顧客属性を特定・公表するとともに、商品の販売に携わる金融事業者においては、それを十分に理解した上で、自らの責任の下、顧客の適合性を判断し、金融商品の販売を行うべきである。	実施	取組方針2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組方針2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組方針2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組方針2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31） 取組方針2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24）	取組状況2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組状況2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31） 取組状況2：重要な情報の提供（営業職員：P4、代理店：P14、金融機関P24）
	(注4)	金融事業者は、特に、複雑又はリスクの高い金融商品の販売・推奨等を行う場合や、金融取引被害を受けやすい属性の顧客グループに対して商品の販売・推奨等を行う場合には、商品や顧客の属性に応じ、当該商品の販売・推奨等が適当かより慎重に審査すべきである。	実施	取組方針2：お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供（営業職員：P5、代理店：P15、金融機関：P24）	取組状況2：お客様の多様なニーズにお応えするサービスの提供（営業職員：P5、代理店：P15、金融機関：P24）
	(注5)	金融事業者は、従業員がその取扱う金融商品の仕組み等に係る理解を深めるよう努めるとともに、顧客に対して、その属性に応じ、金融取引に関する基本的な知識を得られるための情報提供を積極的に行うべきである。	実施	全社方針6：一人ひとりがお客様本位で行動するための取組(P2) 取組方針2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組方針2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組方針2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組方針2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31） 取組方針6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P45）	取組実施2：最適なコンサルティング活動の実施（営業職員：P4） 取組状況2：代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（代理店：P14） 取組状況2：金融機関代理店によるコンサルティング販売のサポート・推進（金融機関：P23） 取組状況2：お客様の多様なニーズにお応えする商品・サービスの提供（デジタル：P31） 取組状況6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（消費生活アドバイザーの育成の推進）（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P45）
	(注6)	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の組成に携わる金融事業者に対し、金融商品を実際に購入した顧客属性に関する情報や、金融商品に係る顧客の反応や販売状況に関する情報を提供するなど、金融商品の組成に携わる金融事業者との連携を図るべきである。	実施	取組方針2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）	取組状況2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）
	(注7)	金融商品の販売に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、プロダクトガバナンスの実効性を確保するために金融商品の組成に携わる金融事業者においてどのような取組が行われているかの把握に努め、必要に応じて、金融商品の組成に携わる金融事業者や商品の選定等に活用すべきである。	実施	取組方針2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）	取組状況2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）
	【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】 金融事業者は、顧客の最善の利益を追求するための行動、顧客の公正な取扱い、利益相反の適切な管理等を促進するように設計された報酬・業績評価体系、従業員研修その他の適切な動機づけの枠組みや適切なガバナンス体制を整備すべきである。		実施	全社方針6：一人ひとりがお客様本位で行動するための取組(P2) 取組方針6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P45） 取組方針6：お客様本位の活動の評価体系（営業職員：P12）	取組状況6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P45） 取組状況6：お客様本位の活動の評価体系（営業職員：P12）
原則7	(注)	金融事業者は、各原則(これらに付されている注を含む)に関して実施する内容及び実施しない代わりに講じる代替策の内容について、これらに携わる従業員に周知するとともに、当該従業員の業務を支援・検証するための体制を整備すべきである。	実施	取組方針6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P44） 取組方針6：お客様本位の活動の評価体系（営業職員：P12）	取組状況6：お客様本位で行動するための理念・方針の浸透（営業職員：P12、代理店：P21、金融機関：P29、デジタル：P35、企業：P44） 取組状況6：お客様本位の活動の評価体系（営業職員：P12）

(別表)金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表 (5/6)

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7・プロダクトガバナンスに関する補充原則1～5(これらに付されている(注)含む)に示されている内容との対応関係を以下のとおり公表します。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充原則1	【基本理念】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品やサービスの提供を通じて、顧客に付加価値をもたらすと同時に自身の経営を持続可能なものとするために、金融商品の組成に携わる金融事業者の経営者として十分な資質を有する者のリーダーシップの下、顧客により良い金融商品を提供するための理念を明らかにし、その理念に沿ったガバナンスの構築と実践を行うべきである。		実施 取組方針2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46） 取組方針2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47） 取組方針2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）	取組状況2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46） 取組状況2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47） 取組状況2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）
補充原則2	【体制整備】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客により良い金融商品を提供するための理念を踏まえ、金融商品のライフサイクル全体のプロダクトガバナンスについて実効性を確保するための体制を整備すべきである。 その上で、金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理を適切に行うとともに、これらの実効性を確保するための体制を整備すべきである。		実施 取組方針2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）	取組状況2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）
	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成から償還に至る金融商品のライフサイクル全体を通じたプロダクトガバナンスの実効性や組成・提供・管理の各プロセスにおける品質管理の実効性を確保するために、管理部門等による検証の枠組みを整備すべきである。その事業規模や提供する金融商品の特性等に応じて、必要な場合には、社外取締役や外部有識者のほか、ファンドの評価等を行う第三者機関等からの意見を取り入れる仕組みも検討すべきである。	実施 取組方針2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）	取組状況2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）
	(注2)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、プロダクトガバナンスの実効性に関する検証等を踏まえ、適時にプロダクトガバナンスの確保に関する体制を見直すなどPDCAサイクルを確立すべきである。	実施 取組方針2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）	取組状況2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）
補充原則3	【金融商品の組成時の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客の真のニーズを想定した上で、組成する金融商品がそのニーズに最も合致するものであるかを勘案し、商品の持続可能性や金融商品としての合理性等を検証すべきである。 また、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の最善の利益を実現する観点から、販売対象として適切な想定顧客属性を特定し、金融商品の販売に携わる金融事業者において十分な理解が浸透するよう情報連携すべきである。		実施 取組方針2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）	取組状況2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）
	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、組成する金融商品が中長期的に持続可能な商品であるかを検証するとともに、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストの合理性を検証すべきである。	実施 取組方針2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）	取組状況2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）
	(注2)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、想定顧客属性を特定するに当たっては、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、顧客の資産状況、取引経験、知識及び取引目的・ニーズ等を基本として具体的に定めるべきであり、必要に応じて想定される販売方法にも留意すべきである。その際、商品を購入すべきでない顧客（例えば、元本毀損のおそれのある商品について、元本確保を目的としている顧客等）も特定すべきである。また、複雑な金融商品や運用・分配手法等が特殊な金融商品については、どのような顧客ニーズに合致させるよう組成しているのか、また、それが当該金融商品に適切に反映されているか検証を行い、より詳細な想定顧客属性を慎重に特定すべきである。	実施 取組方針2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）	取組状況2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）
	(注3)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、製販全体として最適な金融商品を顧客に提供するため、顧客のニーズの把握や想定顧客属性の特定に当たり、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携や必要に応じて実態把握のための調査等に取り組むべきである。また、金融商品組成後の検証の実効性を高める観点から、金融商品の販売に携わる金融事業者との間で連携すべき情報等について、事前に取決めを行うべきである。	実施 取組方針2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）	取組状況2：商品開発時の対応（プロダクトガバナンス：P47）

(別表)金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応関係表 (6/6)

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則2～7・プロダクトガバナンスに関する補充原則1～5(これらに付されている(注)含む)に示されている内容との対応関係を以下のとおり公表します。

金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」		実施・不実施	取組方針の該当箇所	取組状況の該当箇所
補充原則 4	【金融商品の組成後の対応】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の組成時に想定していた商品性が確保されているかを継続的に検証し、その結果を金融商品の改善や見直しにつなげるとともに、商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンスの体制全体の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。 また、製販全体として顧客の最善の利益を実現するため、金融商品の販売に携わる金融事業者との情報連携等により、販売対象として想定する顧客属性と実際に購入した顧客属性が合致しているか等を検証し、必要に応じて運用・商品提供の改善や、その後の金融商品の組成の改善に活かしていくべきである。		実施	取組方針2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48） 取組状況2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）
	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品性の検証に当たっては、恣意性が生じない適切な検証期間の下でリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証すべきである。当該金融商品により提供しようとしている付加価値の提供が達成できない場合には、金融商品の改善、他の金融商品との併合、繰上償還等の検討を行うとともに、その後の商品組成・提供・管理のプロセスを含めたプロダクトガバナンス体制の見直しにも、必要に応じて活用すべきである。	実施	取組方針2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48） 取組状況2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）
	(注2)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、商品の複雑さやリスク等の金融商品の特性等に応じて、商品組成後の検証に必要な情報の提供を金融商品の販売に携わる金融事業者から受けるべきである。情報連携すべき内容は、より良い金融商品を顧客に提供するために活用する観点から実効性のあるものであるべきであり、実際に購入した顧客属性に係る情報のほか、例えば顧客からの苦情や販売状況等も考えられる。金融商品の販売に携わる金融事業者から情報提供を受けられない場合には、必要に応じて金融商品の販売方法の見直しも検討するべきである。また、金融商品の販売に携わる金融事業者から得られた情報を踏まえた検証結果については、必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者に還元すべきである。	実施	取組方針2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48） 取組状況2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）
	(注3)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、運用の外部委託を行う場合、外部委託先における運用についても検証の対象とし、その結果を踏まえて、必要に応じて金融商品の改善や見直しを行うべきである。金融商品の組成に携わる金融事業者と金融商品の販売に携わる金融事業者の間で連携する情報については、必要に応じて外部委託先にも連携すべきである。	実施	取組方針2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48） 取組状況2：商品発売後の対応（プロダクトガバナンス：P48）
補充原則 5	【顧客に対する分かりやすい情報提供】 金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客がより良い金融商品を選択できるよう、顧客に対し、運用体制やプロダクトガバナンス体制等について分かりやすい情報提供を行うべきである。		実施	取組方針2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46） 取組状況2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）
	(注1)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、顧客に対し、自ら又は必要に応じて金融商品の販売に携わる金融事業者を通じて、その運用体制について個々の金融商品の商品性に応じた情報提供を行うべきである。例えば、運用を行う者の判断が重要となる金融商品については、当該金融事業者のビジネスモデルに応じて、運用責任者や運用の責任を実質的に負う者について、本人の同意の下、氏名、業務実績、投資哲学等を情報提供し、又は運用チームの構成や業務実績等を情報提供するべきである。	実施	取組方針2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46） 取組状況2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）
	(注2)	金融商品の組成に携わる金融事業者は、金融商品の商品性に関する情報についても、金融商品の販売に携わる金融事業者と連携して、分かりやすい情報提供を行うべきである。	実施	取組方針2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46） 取組状況2：プロダクトガバナンスに取り組む体制（プロダクトガバナンス：P46）

日本生命保険相互会社 総合企画部
ニッセイコールセンター 0120-201-021
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)