

「お客さまの声を活かした取組み」 レポート2023

～「お客さま・社会への誓い」に基づいた取組み～

一生涯のパートナー

第一生命

 Dai-ichi Life Group

ご挨拶

平素より、第一生命をお引き立ていただき、誠にありがとうございます。

当社は1902年の創業以来、生命保険事業を営んで参りました。商品やサービスは時代と共に変化・多様化して参りましたが、生命保険が持つ本来の「保障」という本質は変わるものではありません。一方で様々な生き方・価値観が尊重されるようになり、更には「人生100年時代」と呼ばれるこれからの社会において、生命保険会社が果たすべき役割はますます大きくなってきています。

だからこそ私たちは、生命保険会社として提供してきた万が一の「保障」を磨き続けるだけでなく、「健康・医療」、「資産形成・承継」の領域への事業の拡大や、人と地域や社会との新たな「つながり・絆」のあり方の探求などを通じて、お客さまや社会の幸せの実現に貢献していきたいと考えています。

当社では、幸せを実現するための良き伴走者になりたいとの思いから、ビジョンとして「安心の先にある幸せへ。」を掲げ、その体現に向けて、「お客さま・社会への誓い（消費者志向自主宣言）」を全社員の“心・行動のよりどころ”として胸に刻み、日々業務に努めています。

この「お客さまの声を活かした取組み」レポートでは、「お客さま・社会への誓い」に基づき実施してまいりました、お客さまの声を品質・サービスの向上に活かすための取組みや改善事例のほか、地域課題解決に向けた取組みを掲載しています。本レポートをぜひご一読いただき当社の取組みをご理解いただければ幸いです。

これからも、私たちはお客さまの“安心の先にある幸せ”の実現に向けて、お客さまや社会から全幅の信頼を寄せられる存在となれるよう引き続き全力を注いでまいります。お客さまや地域・社会から、より一層共感いただける会社を目指してまいりますので、今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2023年8月
代表取締役社長

隅野俊亮



目次

理念体系	「お客さま・社会への誓い」の位置付け	P.3
第1章	「お客さまの声」を活かす取組み	P.5
第2章	お客さまからいただいた声と当社の取組み	P.10
第3章	社会・未来への責任を果たす取組み	P.18

私たちは、お客さまや社会に必要とされる存在であり続けるために、2021年に改正した「お客さま・社会への誓い（消費者志向自主宣言）」を全社員が必ず実践しなければならないお客さま・社会との“約束”と位置付け、全社員の“心と行動のよりどころ”として胸に刻み、日々の業務に努めています。この「お客さま・社会への誓い」に基づき、お客さまの声を経営に活かす取組みの強化やサービス向上等に全社を挙げて取り組んでおり、「お客さまの声」を起点としたたゆまぬ改善取組みを実践し、「お客さま第一」につながる業務の品質向上に活かしています。

第一生命の理念体系



お客さま・社会への誓い
(消費者志向自主宣言)

「Mission」「Vision」実現のためにお客さまと向き合う際の“心と行動のよりどころ”であり、全社員が共有すべき大切な価値観

※ DSR：第一生命グループの社会的責任（Dai-ichi's Social Responsibility）の略。

お客さま・社会への誓い (第一生命の「消費者志向自主宣言」)

「一生運のパートナー」として、
保険の販売にとどまらず、人々の幸せの実現をお手伝いすること。
それが第一生命の存在意義です。

○私たちは、常に学び、成長し続けることで、お客さまや自分の家族に誇りを張って誇れる仕事をします。

- ・私たちは、お客さまや社会のために正しいと思うことを誠心誠意考え、社会を構成する一員として高い倫理観をもって行動します。
- ・私たちは、お客さまとお客さまの大切な人々の暮らしを支える生命保険の意義・役割を自覚し、自らの仕事に誇りをもって取り組みます。

○私たちは、お客さまの望まない商品・サービスは提供しません。

それは、常にお客さまの声を聴き、気持ちに寄り添い、共に考えることを大切にしているからです。

- ・私たちは、お客さまが描く“生涯設計”を把握したうえで、最適なプランをご提案します。
- ・私たちは、ご契約時のみならず、ご契約後もお客さまが「必要な時に、必要な形で」フォローし続けます。

○私たちは、お客さまに「後悔しない選択」をしていただくため、デメリット情報も積極的にお伝えします。

- ・私たちは、自分自身が知りたいと思うことこそ、お客さまへ伝えるべき情報と考え、誠実にご説明します。
- ・私たちは、商品を比較検討できる形で提案し、お客さまに十分にご理解・ご納得いただけるまで、何度でもわかりやすくご説明します。

○私たちは、保険金・給付金を確実に受け取りいただけるよう全力を尽くします。

- ・私たちは、ご契約時から、万一のときの確実なお受け取りを想定したアドバイスを行い、ご契約後も請求漏れが起きないように定期的にフォローします。
- ・私たちは、保険金・給付金の「確実・迅速」なお受け取りに向け、丁寧でわかりやすいご案内・お手続きを徹底します。

○私たちは、お客さま・社会あつての企業であることを忘れずに、社会そして未来への責任を果たします。

- ・私たちは、「良き企業市民」として、地域と協働して、持続可能な社会の実現に貢献します。
- ・私たちは、従来の保険会社の枠を超え、さまざまな活動を通じてお客さまに寄り添い、地域・社会のために将来にわたりお役に立つ存在になることを目指します。

第1章

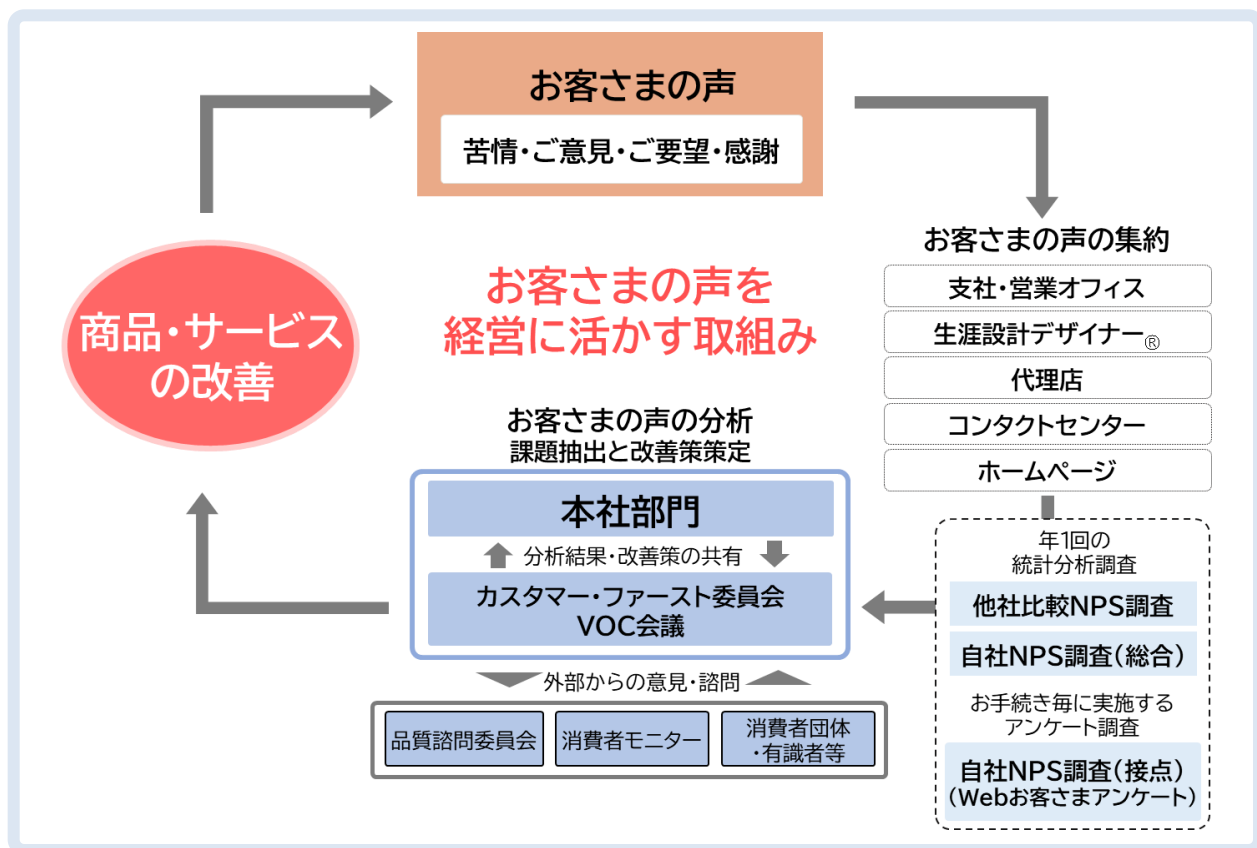
「お客さまの声」を 活かす取組み

当社では「お客様の声」を様々な接点において幅広くお聴きし「お客様の声」を起点としたたゆまぬ改善取組みを「お客様第一」の考え方にに基づき実践することで、業務の品質向上につなげています。

「お客様の声」を経営に反映させる仕組み

日々全国からいただく「お客様の声」を集約・分析し、経営や業務改善に反映させるための仕組みを1992年に構築し、順次レベルアップを図っています。

具体的には、「VOC（Voice of Customer）会議」でお客様から寄せられたあらゆる声の分析結果を集約、改善を要する課題を決定し、課題に応じて組成されたワーキンググループで改善策を企画・推進・実施します。改善策の検討に際しては「品質諮問委員会」「消費者モニター制度」等を通じ、消費者の立場からご意見をいただき、お客様のご要望に応えられるよう努めています。また「カスタマー・ファースト委員会」では取組みのフォローアップを行い「経営会議」等に報告しています。この仕組みのもと、さらなるお客様満足の向上のために、商品やサービス等の改善を進めています。



お客さま満足度調査の概要ならびに調査結果を活かす仕組み

当社では、お客さま満足度調査として、役割に応じて3つの調査（他社比較NPS調査、自社NPS調査（総合）、自社NPS調査（接点））を実施しています。（図1）

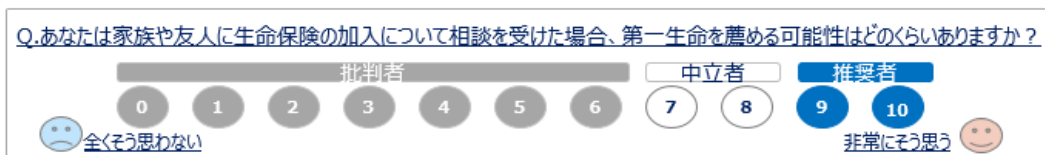
『お客さまからのダイレクトな評価』を数値化した指標として『NPS[®]（※）』を活用し、お客さまの声を改善活動に役立てることで、さらなる品質・サービスの向上に取り組んでいます。

（図1）当社で活用している3つのNPS調査



《NPSの考え方・スコア算出方法》

※ NPS[®]：「Net Promoter Score（ネット・プロモーター・スコア）」の略で、バイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムの登録商標です。現状のお客さま満足度調査にとどまらず、お客さまの潜在的な声の把握等を通じて、より一層のお客さま目線で企業活動の改善を推進するための指標です。

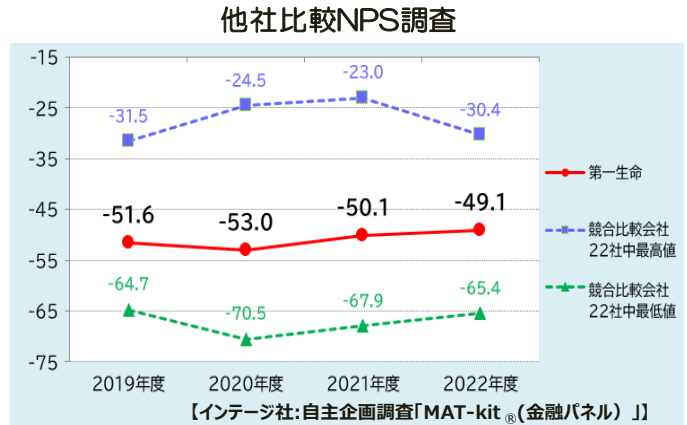


$$\text{NPS (顧客推奨度)} = \text{推奨者の割合} - \text{批判者の割合}$$

他社比較NPS調査・自社NPS調査（総合）

他社比較NPS調査は、当社にご契約をいただいているお客さまへ、外部調査機関を通じて年に1回アンケートを送付し、客観的な視点による競合他社と比較した当社の抱える課題の抽出・分析・改善策の策定等に活用しています。調査結果としては、NPSは2021年度から改善しています。

また、自社NPS調査（総合）では、他社比較NPS調査で得られた課題を踏まえ、加入からお支払いまでの一連のお客さま体験の中で、顧客ロイヤルティに影響を与える体験および改善領域等の優先取組課題を特定・要因分析し、さらなる品質・サービスの向上に取り組んでいます。



自社NPS調査（接点）【Webお客さまアンケート】

自社NPS調査（接点）では、ご契約時、“安心の定期点検®”（※）実施時、保険金・給付金ご請求時等、お客さま接点時における生涯設計デザイナー®の対応やお手続き等に関する満足度をご回答いただいています。

お客さま一人ひとりからいただいた声は、生涯設計デザイナー®や担当部門等へタイムリーかつ個別具体的にフィードバックしています。また、さらなるお客さま体験価値の向上を目指し、ご回答に関するお客さまヒアリング等を通じて、より良い商品・サービスをご提供できるよう努めています。

※ “安心の定期点検®”：年1回のご契約内容、お支払事由・履歴、ご登録内容の確認活動。



社外の消費者関連組織等のご意見を経営に活かす取組み

お客さま満足の向上に向けて、当社では、社外の消費者関連組織・団体の有識者等に消費者の立場からご意見をいただき、経営に活かす取組みを行っています。

品質諮問委員会

「品質諮問委員会」は2006年から定期的に開催しており、お客さま満足の向上に向けた取組みについてご意見を伺っています。



<2022年度の報告・諮問事項テーマ>

テーマ	消費者志向の取組み
	お客さまに寄り添った対応のあり方

<品質諮問委員会の社外委員>

(敬称略)

委員長	飯沼総合法律事務所 パートナー弁護士	竹山 拓
委員	サステナビリティ消費者会議 代表	古谷 由紀子
	公益社団法人 全国消費生活相談員協会 理事長	増田 悦子
	消費生活アドバイザー	宮田 恵

消費者モニター制度

消費者関連の有識者、消費生活センターの相談員の方から、商品やサービス、お客さま向け文書のわかりやすさ等についてご意見をいただき、品質の改善や向上に活かしています。



<2022年度実施した主なテーマ>

テーマ	“With You” マインド大賞投票
	「お客さまの声を活かした取組み」レポートの改訂
	お客さま控えのペーパーレス化のレベルアップ

その他の取組み

■消費生活センター定例訪問

毎年全国の消費生活センターへ定期的に訪問し、生命保険に関する相談状況やご意見・ご要望を伺っています。

■消費者問題研究会の運営

企業の消費者対応のあり方やお客さま本位の経営のあり方等について、専門家と意見交換を行っています。

第2章

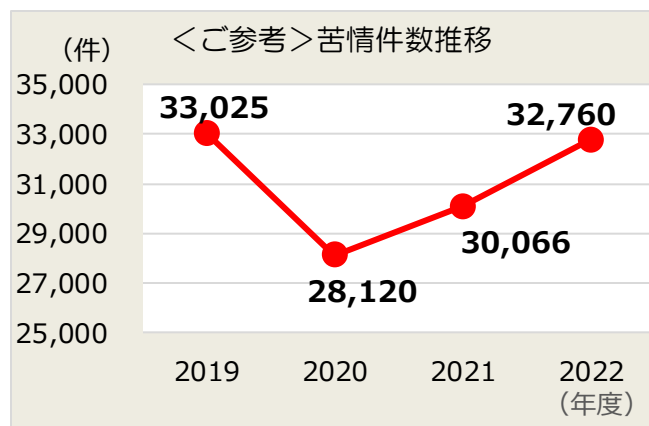
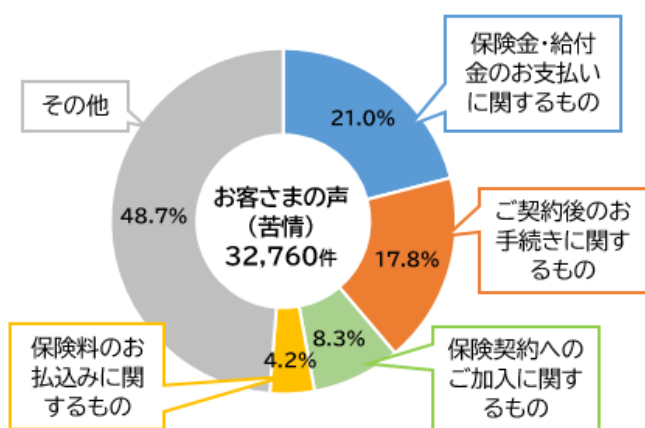
お客さまからいただいた声と 当社の取組み

当社に寄せられた「お客さまの声」を、改善策の検討、実施、検証といったPDCA（※）サイクルを回し、幅広い分野で業務品質・サービスの改善・向上につなげています。

※ PDCA：Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）の4段階を繰り返して業務を継続的に改善する方法。

2022年度に寄せられた「お客さまの声（苦情）」

2022年度にいただいた「お客さまの声（苦情）」は32,760件でした。新型コロナウイルス感染症の拡大に伴った保険金・給付金請求件数の大幅増加により、2021年度比で増加となりました。一方で、2021年10月から70歳以上のお客さまに保険をご案内する際にお子さま・お孫さまの同席を必須としたことや、2022年7月より販売対象年齢の上限を見直した結果、契約者が70歳以上となる契約からのご加入時苦情は減少しました。



「お客さまの声（苦情）」の分類	主な事例
保険金・給付金のお支払いに関するもの	<ul style="list-style-type: none"> 給付金の支払手続きに関するご不満等 満期保険金の支払手続きに関するご不満等
ご契約後のお手続きに関するもの	<ul style="list-style-type: none"> 解約手続きに関するご不満等 契約者配当に関するご不満等
保険契約へのご加入に関するもの	<ul style="list-style-type: none"> 加入時の説明に関するご不満等 募集行為に関するご不満等
保険料のお払込みに関するもの	<ul style="list-style-type: none"> 払方変更手続きや保険料の入金に関するご不満等 保険料振替貸付に関するご不満等
その他	<ul style="list-style-type: none"> 営業職の態度・マナー、窓口・電話対応に関するご不満等 アフターフォローに関するご不満等

「お客さまの声」からの改善事例

お客さま
の声

ニーズに合った保障を提案してほしい。

改善

従来は、死亡と3大疾病および介護・身体障害状態をまとめて保障する商品などにより、あらゆるニーズに幅広くお応えしておりましたが、生涯設計に基づくコンサルティングを踏まえたお客さまのニーズに、よりきめ細かくお応えできるよう、商品を抜本的に見直しました。例えば、家族の生活のために備える死亡保障と自身の3大疾病および介護・身体障害状態に備える保障を切り離すなど、お客さま一人ひとりにあった“ぴったり”なご提案（※）が可能な商品にリニューアルしました。（2022年7月～）

※ 各商品には所定の要件があるため、ぴったりなご提案をできないことがあります。

【全体像】「コンサルティング・商品」の一体改革

コンサルティング

商品



「生涯設計プラン」によって、一人ひとりの「必要資金・必要保障額」が見える化

コンサルティングと連動したニーズにきめ細やかに応える保険商品

生命保険商品の提案の前に、「生涯設計プラン」によるコンサルティング実施を原則必須化

「生涯設計プラン」と同じカテゴリーにリニューアル

「資産」をつくる 「所得」を守る 「費用」に備える

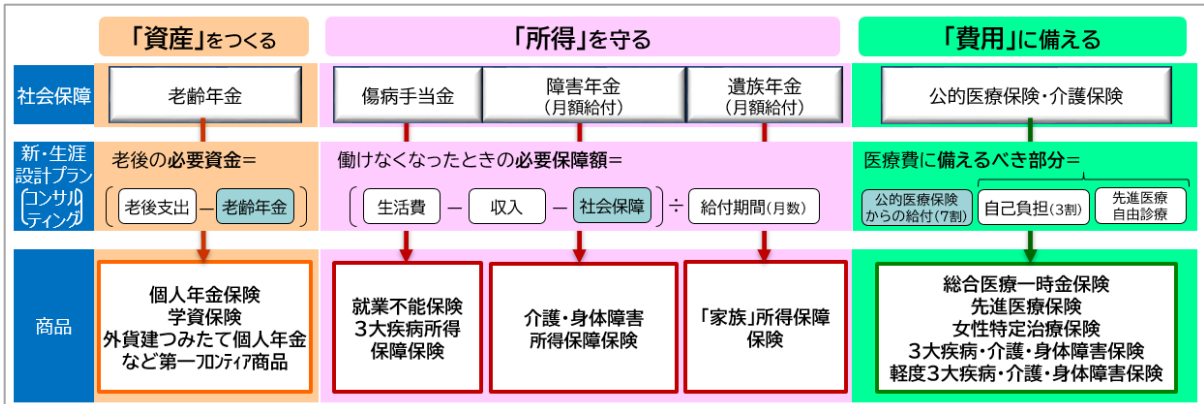
完全連動

- ✓ 社会保障制度も踏まえた3つのカテゴリーで、「必要資金・必要保障額」をシミュレーション

「資産」をつくる 「所得」を守る 「費用」に備える

- ✓ シミュレーション結果と連動したプランを設計
- ✓ 保障における「不足・重複感」のないラインアップ
- ✓ よりご納得いただきやすい保険料に設定

【商品改革】「生涯設計プラン」と連動した保険商品へリニューアル



お客様の声

申込書類の電子交付は、ファイルを1つずつダウンロードする等操作が面倒な上、スマートフォンの容量をたくさん使ってしまうので困る。

改善

電子交付ではこれまでお客様のスマートフォン等で電子ファイルをダウンロードの上、ご確認いただいておりますが、電子ファイルのダウンロードが不要となり、「ご契約者専用サイト」（Webサイト）上のマイページで閲覧していただく方法に変更しました。（2022年12月～）



お客様の声

保険証券や告知内容控をペーパーレス化してほしい。

改善

これまでご契約成立後に郵送していた保険証券・告知内容控について、電子交付を希望されるお客様には「ご契約者専用サイト」（Webサイト）で閲覧いただけるように変更しました。（2023年3月～）

お客様の声

生命保険料控除証明書のデータをスマートフォンでも取得できるようにしたい。

改善

これまでPCからダウンロードいただいていた生命保険料控除証明書の電子データを、スマートフォンやタブレット端末でもダウンロードできるように変更しました。（2022年12月～）

お客様の声

CONTACTセンターに電話せず、インターネットで手続きがしたい。

改善

「ご契約者専用サイト」(Webサイト)のチャット画面から、お客さまご自身の操作により実施いただける手続き・照会機能を拡大しました。(2022年8月～)

＜拡大した主な手続き＞

契約者貸付・払済保険への変更・証券再発行等



おはようございます！
以下のボタンから質問を選択してください。
チャットボットが自動で回答します。

短い文章で質問もできます

(例) 住所を変更したい

入院・手術給付金、死亡保険金について

保険料振替口座・クレジットカードのご変更/各種料金お支払いについて

住所・メールアドレス・名義のご変更について

満期金・年金・学資金のお受取/資金のお借入れ・お引出手続き

解約返還金の照会・解約手続きについて

保険料控除等の各種証明書の発行について

お客様の声

給付金の請求手続きをインターネットで行いたいが、ホームページのどこから入れば良いかわかりにくい。

改善

「ご契約者専用サイト」(Webサイト)の手続きの入口をわかりやすくするため、保険金・給付金ページのレイアウト変更しました。(2023年1月～)

ご契約者さま向けのお手続き

➤ 入院・手術給付金などのご請求

➤ 住所・電話番号変更

➤ 資金のお借入れ・お引出し/ご入金・ご返済

➤ 保険料のお払込方法の変更(振替口座・クレジットカードの変更含む)

➤ [お手続き方法一覧を見る](#)

「お客さま・社会への誓い」の実践に向けた取組み

ご高齢のお客さま（※1）へのご説明

ご高齢のお客さまにご契約いただく際には、より正確に商品内容やデメリット情報をご理解いただくため、契約関係者（※2）であるお子さま・お孫さまの同席を必ずお願いし、ご家族も含め安心・納得してお手続きいただけるよう取り組んでいます。また、外貨建保険等一部の保険商品にご契約いただく場合には、営業担当者からの説明に加え、コンタクトセンターからもリスクや商品内容をご理解いただいているかご契約者に確認を行っています。

※1：当社ではお申込日時点で70歳以上のお客さまを対象としています。

※2：契約者以外の死亡保険金受取人、指定代理請求人等を示します。



一生涯の保障準備に関するコンサルティング

当社では、お客さまが“人生100年時代”へ向けて安心してお過ごしいただくため、定年退職・公的年金受給といったセカンドライフを迎える人生の節目までに、一生涯の保障準備に関するコンサルティングを行っています。お客さまに一生涯を見据えた保障を早期にご準備いただくことで、高齢になられてから「加入内容の変更」や「新たな保険料の支払い」といったご負担をかけないことが大切と考えています。

デメリット情報のご説明

私たちは、デメリット情報についてもしっかりとご説明し納得の上でご契約いただきたいと考えています。お客さまから寄せられた具体的な「ご不満の声」を掲載した「お客さまへのお約束」リーフレットを活用し、わかりやすい情報提供に努めています。

お客さまからいただいた「ご不満の声」が多い事例

- 死亡時に受け取れる金額がこんなに少ないとは思わなかった
- 更新後の保険料がこんなに上がるとは思わなかった
- 解約返還金が支払った保険料より少ない

⚠️ ご契約・ご更新の際はぜひご確認ください

第一生命では、お客さまに十分にご納得の上でご契約いただくよう努めておりますが、十分に内容をご理解いただくことができず、お申出につながってしまった事例がございます。他のお客さまからいただいた声を紹介させていただきますので、ぜひご確認ください。

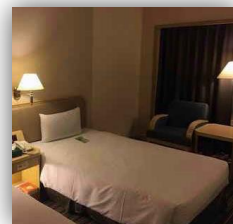
お客さまからいただいた「ご不満の声」 （特に多くいただいた）

- 死亡時に受け取れる金額がこんなに少ないとは思わなかった。
- 更新後の保険料がこんなに上がるとは思わなかった。加入時にもっと丁寧に説明してほしい。
- 解約返還金が払い込んだ保険料よりこんなに少ないとは思わなかった。
- 医療保険も最新のものに切り替えたが、前の契約よりも給付金が少なくなる場合があると思わなかった。
- 更新後、一定期間内の再入院が入院給付金の対象とならない場合があると思わなかった。

コロナ禍における保険金・給付金のお支払い取組み

■ 手続書類の柔軟な対応

医療機関や保健所等の事務負担の軽減につながるよう、宿泊療養・自宅療養による入院給付金のご請求手続きにおいては、医療機関や保健所等が発行する療養証明書以外（My HER-SYS等）でも柔軟にお取扱いする対応を行いました。



■ SMSでのお客さまへ通知

給付金のご請求増加に伴い、お客さまが郵送された請求書類が本手に到着したときにSMS（ショートメッセージサービス）でお支払いまでお時間を要することをお知らせする取扱いを行いました。



■ 新型コロナウイルス専用ページの開設

当社オフィシャルホームページに、新型コロナウイルス感染症に関する給付金のご請求についてまとめた専用ページを開設しました。あわせて、新型コロナウイルス感染症に関する給付金手続専用ダイヤルを設置しました。

■ 社内での給付金支払対応等の応援体制の構築

新型コロナウイルス感染症の急激な感染拡大に伴う請求増加に伴い、お客さまへの確実な対応を行うために、全社を挙げての応援体制を構築し、当社グループ各社の支払部門やコンタクトセンター等のお客さま対応所管部門に対して人員支援等の対応を実施しました。

< 新型コロナウイルス感染症に関わるお支払い状況 >

	件数	金額
死亡保険金・給付金	6,193件	約270億円
入院給付金	974,712件	約1,108億円

（2020年3月から2023年5月末までのお支払い実績）

感謝の声

お客さまからいただいた感謝の声をご紹介します。

契約の変更にあたり、メリット・デメリット、今の契約との比較等、細かく説明していただきました。疑問に思っていたことがすべて解消でき、完全に納得した上で契約ができました。



無理のない住宅ローンの金額がどのくらいなのか相談し、家計の見直しができて安心しました。今後も保険のことにとどまらず相談させていただきたいです。

地域の清掃活動に参加しているのを見かけ、企業イメージが変わりました。街をきれいにしてくれてありがとうございます。

インターネットから給付金の請求をしたにも関わらず、担当の方から書類受付時や給付金の入金時に電話をいただき、丁寧な対応に感謝しています。



入院や手術の度に手続きの方法を丁寧に教えてくれます。高額医療費の申請に関するアドバイス等もしてくださり大変感謝しています。



持病を持っていますが、保障内容を新しいものに変更できて本当によかったです。担当の方も話やすく、雑談を交えながら明るい雰囲気です。手続きができ、丁寧に対応をしてもらえて、とても満足しています。

第3章

社会・未来への 責任を果たす取組み

当社グループは、これからも「一生涯のパートナー」としての使命を果たし、人々の「well-being（幸せ）」実現に資するサービスを提供していくことで、「SDGsの実現」に貢献していきます。

「well-being（幸せ）」の実現に向けた取組み

当社グループは、将来にわたってすべての人々が世代を超えて安心に満ち、豊かで健康な人生を送れる“well-being”に貢献し続けられる存在となるために、事業領域を4つの体験価値（保障、資産形成・承継、健康・医療、つながり・絆）へと広げることで、従来に増してお客さまに寄り添っていきます。

また、私たちが追求するすべての人々の幸せは、持続的社会（サステナビリティ）があってこそ実現するものです。持続的社会の実現を事業運営の根幹と位置付け、地域・社会の持続性確保に関する重要課題にも、従来に増して取り組んでいきます。

第一生命グループの重要課題



将来世代を含むすべての人々の幸せに向けて

「ミラシル」～デジタル空間での日常的なコミュニケーションを実現～

当社が目指すCXデザイン戦略（※）の一環として、QOL向上サイト「ミラシル」を運営しています。ミラシルでは、4つの体験価値（保障、資産形成・承継、健康・医療、つながり・絆）に関する情報コンテンツ、デジタル空間での保険のご相談サービス、協業を拡大しているビジネスパートナー企業のサービス等を、お客さまに最適な方法やタイミングでご提供しています。また、お客さまにとって「気づく、楽しむ、役立つ」という、より良い体験価値を感じていただけるような展開を進めており、多くのお客さまにご支持いただいています。

※ CXデザイン戦略：お客さまの体験価値（CX）に軸足を置いた戦略。

詳しくはこちら



「ミライデコ」～スマートフォン向けアプリ「DCのサプリ」で資産形成をサポート～

当社は多様なお客さまニーズにお応えするため、2022年10月よりiDeCo向けの新プラン「第一生命のiDeCo ミライデコ」の取扱いを開始しました。資産形成をより身近に感じていただけるよう、第一生命の口座管理手数料や運用商品ラインアップを刷新し、WEB完結の申込基盤やスマートフォン向けアプリ「DCのサプリ」等デジタル機能を拡充しました。

詳しくはこちら



ミライデコ



「資産形成プラス」～資産形成・承継をサポート～

“人生100年時代”を迎え、また一人ひとりの価値観が多様化する今、資産形成・承継領域においても、お客さまそれぞれにあわせた計画・備えが重要となってきています。デジタル機能を活用し、資産寿命(※)を延ばすためのアドバイスや情報を一人ひとりにお届けすることで、より身近な日常から資産形成・承継を考えていただくきっかけとなるよう、2023年1月より「資産形成プラス」の提供を開始しました。「資産形成プラス」では、「ネットバンクサービス」「シミュレーションツール」「投資・貯蓄性商品」等、資産形成に関するサービスやお役立ち情報をご紹介しており、今後も資産形成・承継に役立つ商品やサービス・機能を拡充し、お客さま一人ひとりのQOL向上に貢献していきます。

※資産寿命：現役時代に築いてきた資産が老後の生活を営む中で尽きるまでの期間。

詳しくはこちら



第一生命 資産形成 PLUS



あらゆる人々の健康増進に向けて

第一生命グループでは、テクノロジー企業とも連携し、新たな付加価値の創出を図っています。例えば、AIを活用した将来医療費予測の分析や健康増進アプリの提供等により、あらゆる人々の健康増進に貢献していきます。

■Healstep® (ヘルステップ)

健康保険組合向け医療費適正化支援サービス「Healstep® (ヘルステップ)」は、みずほりサーチ&テクノロジーズ(株)と協働して、健康保険組合の抱える課題を4つのサービスを通じてトータルサポートするサービスです。具体的には、①AIを活用した将来医療費予測等の分析によるリスク・成果の可視化、②分析を踏まえた対応方針の策定、③保健指導サービス事業者とのマッチング、④健康増進アプリ「QOLism

(キューオリズム)」による継続的なフォローにより、今後も「well-being (幸せ)」実現に向けた新たな付加価値を創出していきます。



健康増進アプリ「QOLism」

100年後を見据えた持続的社会的実現

約38,000名の生涯設計デザイナー®と約1,240拠点の支社・営業オフィスのネットワークを活かして、全国47都道府県をはじめとする自治体や警察等と連携しながら、健康増進、女性の活躍推進、高齢者支援、安全・防災、スポーツ振興、子ども・教育等、多岐にわたる地域の課題解決に取り組んでいます。



各地域の課題解決に向けた取組み

■企業版ふるさと納税（人材派遣型）

全国の地域課題解決に向けた取組みとして、企業版ふるさと納税（人材派遣型）の制度を活用し、各地方公共団体等における地域課題と当社社員の専門的知識・スキル・ノウハウとをマッチングのうえ、幅広い年次・職位の社員を派遣しています。地域・社会の持続性確保への貢献と、さまざまな経験を経て社員が成長することによる人財力の強化を実現しています。

■Web通知サービス（※）利用に応じ全国各地の自治体等に寄附を実施

環境保全および地域課題解決に向けて、2022年度よりご契約者向けインターネットサービスであるWeb通知サービスの利用件数に応じて、全国各地の自治体等に寄附を行う取組みを開始しています。寄附先は、各地域が抱える課題を踏まえ、地域の一員として活動を行っている各支社にて選定しています。

2022年度は、8,027,631円を全国各地の自治体等に寄附しました。環境保全・地域課題解決へのさらなる貢献を目指し、寄附取組みは2023年度以降も継続していきます。



※Web通知サービス：お客さまあての通知物をご契約者専用サイト上で閲覧できるサービスです。紙の削減により環境にやさしいだけでなく、パソコンやスマートフォンから通知内容を確認できて大変便利です。

■「第一生命 D.LEAGUE」

「第一生命 D.LEAGUE」は日本発のプロダンスリーグで、当社は2020年度よりタイトルスポンサーとして協賛しています。ダンスは、身体を動かすことによる「健康増進」や複数人でも楽しむことができる「つながり」を作り出すスポーツとしてその効用も期待されています。

第一生命岡山支社では、同県総社市出身Dリーガー・KISAさん（KADOKAWA DREAMS所属）によるダンスワークショップを開催し、小中学生にダンスを楽しんでいただきました。



■「Run with You」プロジェクト

「一人ひとりが望む幸せな人生を実現するために『健康』や『つながり・絆』づくりに貢献したい」という思いから、2015年度よりマラソン大会協賛を通じ、全国の市民ランナーの皆さんを応援する「Run with You」プロジェクトを展開しています。その一環としての「福岡マラソン」協賛に伴い、子どもから大人までを対象に、当社グループ女子陸上競技部元選手によるランニング教室を実施しました。参加者の「健康増進」はもちろん、「福岡マラソンを盛り上げる」という点での地域貢献にもつなげることができました。



■シニア向け「eスポーツ交流会」（福島支社）

年齢、性別を問わず幅広く楽しめる「eスポーツ交流会」を包括連携協定の一環として喜多方市と共同で実施しました。地域の児童も参加し、握力測定やゲーム等に挑戦していただき、参加者同士の会話が弾みました。高齢者の生きがいづくりや世代間の交流を推進することが出来ました。



■消防署によるAED講習（山形支社）

地域で事故や災害等が発生したときに備え、意識不明の方を救護できるよう応急処置対応・AED操作を含めた実践中心の普通救命講習をオフィス全員参加で受講しました。受講終了時に最上広域消防本部から「普通救命講習修了証」を受け取りました。



責任投資を通じた社会課題の解決

多くのお客さまにご契約をいただいている当社は、幅広い資産を保有する「ユニバーサル・オーナー」として、多様なステークホルダーを意識した資産運用を行う必要があると認識しています。生命保険会社の資産運用の高度化に向けた重点課題の一つとして責任投資（ESG投融資・スチュワードシップ活動）を推進し、中長期・安定的な運用収益の獲得と、地域や社会の重要課題の解決の両立を目指しています。

詳しくはこちら



■ ESG投融資を通じたポジティブ・インパクトの創出

当社では、社会課題（SDGs：気候変動の緩和、QOL（※）向上、地方創生・地域活性化、自然資本の持続可能性、人権尊重・ダイバーシティ推進）の解決に資する資産への投融資を通じて、社会へのポジティブ・インパクトの創出に取り組んでいます。再エネ発電事業・グリーンボンド等への投融資を通じた年間の温室効果ガス削減貢献量は約106万トンで、これは当社ポートフォリオ（2021年の上場株式・社債・不動産）の温室効果ガス排出量の約20%に相当します。

（2022年7月末時点）

投融資テーマ	対応するSDGs目標	累計投融資金額
気候変動の緩和	13 気候変動の緩和、14 海洋資源の持続可能な開発	約5,900億円
QOL向上	1 貧困の解消、2 健全な働き場、3 健全な生活、8 豊かで持続可能な経済の発展、9 産業とイノベーションの質的向上、11 持続可能な都市とコミュニティ	約5,300億円
地方創生・地域活性化	3 健全な生活、8 豊かで持続可能な経済の発展、9 産業とイノベーションの質的向上、11 持続可能な都市とコミュニティ	約1,800億円
自然資本の持続可能性	6 清潔な水と衛生、12 持続可能な消費と生産、14 海洋資源の持続可能な開発、15 陸域生態系の持続可能な開発	約400億円
人権尊重・ダイバーシティ推進	5 働きがいと経済成長、10 公平な社会と包摂	約100億円

投資によるポジティブ・インパクト	GHG削減貢献量	新興国における受益者数
	約106万トン	約140万人

気候変動の緩和をテーマとした投融資のうち、再エネ発電事業等GHG削減貢献量の推計が可能なもの、またはグリーンボンド等インパクトを開示している案件（※）

QOL向上をテーマとした投融資のうち、新興国におけるマイクロファイナンス、保健サービスの提供等による受益者数を開示している案件

※ 再生エネルギー発電事業によるGHG削減貢献量は、「PCAF」のコンセプトを活用し、算出。なお、「PCAF」は投融資ポートフォリオにおけるGHG排出量を計測・開示する手法を開発する国際的なイニシアティブ。

※ QOL：「Quality of Life」の略。物理的な豊かさや個々の身近自立のみでなく、精神面を含めた生活全体の豊かさと自己実現を含めた概念のことで。

社会や消費者を支える企業としての取り組み

消費者のお悩み・疑問解決をサポート ～Yahoo!知恵袋～

2020年9月に国内最大のQ&Aサイト「Yahoo!知恵袋」企業公式アカウントに登録し、当社のお客さまだけでなく、消費者の生命保険全般に関するお悩み・疑問解決をサポートしています。

お客さま・消費者の中には、請求の手続きについて教えてほしい、生命保険料控除の仕組みがわからない等、様々なお悩みや疑問を抱えている方がいらっしゃいます。そうした消費者のお悩み・疑問解決に少しでもお役に立てるよう、消費者の立場に立ったサポートを心がけています。

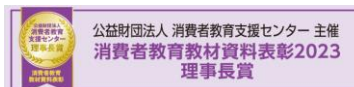
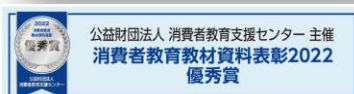
Q. 控除証明書は、いつごろ発送されますか？

第一生命 消費者志向推進室さん
企業公式

A. こんにちは。
第一生命消費者志向推進室です。
ご質問の件につきまして、回答させていただきます。

消費者教育・金融保険教育支援 ～ライフサイクルゲーム～

2004年より、金融や保険、消費者被害等についてすごろく形式で楽しく学べる「ライフサイクルゲーム」の提供および当社社員による出張授業・研修を実施しています。2022年4月には成年年齢の引き下げや高等学校における金融教育の必須化等の社会的背景を受け、内容を大幅にリニューアルしました。2022年度は全国の学校や自治体・企業等へ約7,200セット提供、出張授業・研修を約1,100回実施し、約35,000名に受講いただきました。また、オンライン授業やテレワーク等、昨今の環境変化に対応し、2023年3月よりオンライン版の提供を開始しました。



参加者の声

- ゲーム形式の授業でとても盛り上がった。とても楽しかった。またやりたい。
- 自分の将来のことを考えるきっかけになった。きちんと備えていこうと思った。
- 自分の両親が、自分たち子どものために多くのお金を払ってくれていることに改めて気づき、感謝の気持ちでいっぱいになった。

社員の消費者志向意識の醸成

社員一人ひとりが「生命保険本来の役割を果たすという使命感」をもち、消費者の立場に立ったサービスを提供できるよう、消費者志向人財の育成に向け、全社共通の研修、消費者関連資格の取得推進等を行っています。

「保険の原点を考える日」・「カスタマー・ファーストを考える日」の実施

生命保険が果たす役割の重要性や「一生涯のパートナー」としての使命を全社員で共有するため、2012年より毎年3月に「保険の原点を考える日」を実施し、お客さまからいただいた感謝の声等を共有しています。

また、さらなるお客さま本位の行動の推進に向け、毎月「カスタマー・ファーストを考える日」を実施し、使命感やお客さまに寄り添う気持ちと行動の共有を図っています。



感謝の声を、よりよいサービスへ ～感動エピソードBOOK2022～

2014年度より、お客さまの信頼につながる行動について、一人ひとりが当事者意識をもって考え、実践しようとする取組みを「“With You” マインド～お客さまに寄り添う気持ち（行動の源）～」として推進しています。全国の生涯設計デザイナー®がお客さまからいただいた「感謝の声」の事例をまとめた「“With You” マインド 感動エピソードBOOK」を活用し、日々の活動を振り返り、お客さまの信頼につながる行動について自分ごと化して考え、実践すべき取組みの共有・浸透を図っています。



お客さまからの「感謝の声」を1冊に集約した冊子

消費生活アドバイザー・お客様対応専門員（CAP）資格取得の推進

社員一人ひとりが消費者の視点に立ち、お客さまのニーズを理解し、そのニーズに寄り添うことのできる対応力を身につけるため、お客様対応専門員（CAP）資格および、その上位資格である消費生活アドバイザーの資格取得を推進しています。

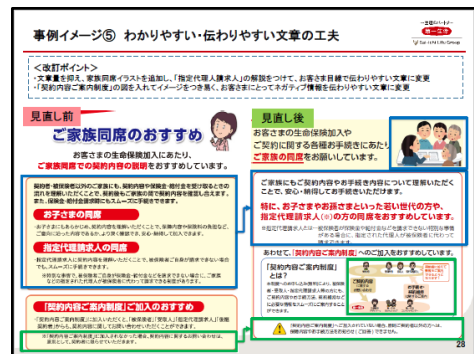
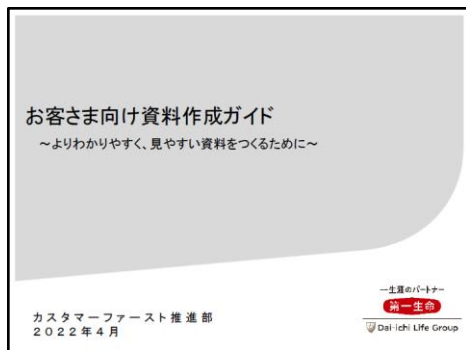
企業での消費生活アドバイザー登録者数	第3位（538名）
企業・各種団体でのお客様対応専門員（CAP）資格登録者数	第1位（483名）

（2023年4月1日時点、一般財団法人日本産業協会ホームページより）

わかりやすく、見やすい資料の提供のために ～お客さま向け資料作成ガイド～

お客さまがご覧になるパンフレット等の資料を作成する際に考慮すべきこと、対応することが望ましい基本事項や具体的事例をまとめた「お客さま向け資料作成ガイド」を作成して社員向けに提供しています。「お客さま向け資料作成ガイド」に則って資料を作成することで、お客さまにとって「わかりやすい」「見やすい」資料をご提供できるよう努めています。

お客さま向け資料作成ガイド



専門家による社内講演会の実施

社員の消費者志向経営への理解を深めるため、消費者団体より専門家をお招きして、社員向けの講演会を実施しています。2023年1月には公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）専務理事 坂倉 忠夫氏を講師にお迎えし、「消費者志向経営のポイントと今後の方向性」をテーマに講演いただきました。

「お客さま・社会への誓い」の浸透に向けた教育

生涯設計デザイナー[®]向けの教材提供、全支社や指導者向けの研修での理念教育等を実施しています。こうした教育を繰り返し継続して行うことで、全社員の意識や行動に「お客さま・社会への誓い」が自然と定着する風土づくりを目指しています。

営業員制度・運営の見直し

「お客さま第一主義」の基本理念に基づき、“一生涯のパートナー”としてお選びいただけるよう、お客さま接点の中心を担う生涯設計デザイナー[®]の育成に取り組んでいます。2020年度より新人研修の期間・カリキュラム・体制を大幅に刷新し、コンプライアンスや「お客さま・社会への誓い（消費者志向自主宣言）」に基づく理念・使命感の教育を大幅に拡充するとともに、お客さまのQOL向上に資するリテラシー教育の取組みを進めています。

タウンホールミーティング・役員と語る

当社は年間を通じ様々な形式で経営陣と社員とのコミュニケーションを図っており、経営層が直接社員に経営課題やその背景について語り、社員の声に耳を傾ける場として、「タウンホールミーティング」と「役員と語る」を実施しています。

「タウンホールミーティング」は経営陣と社員が会社のあるべき姿について積極的な対話を行う機会として、2021年5月より実施しています。さらに、真に「お客さま第一主義」を体現するべく、企業風土・体質の改善に努めており、2022年度は所属別に実施し、担当業務に踏み込んだ意見交換を行いました。

また、「役員と語る」は特定のテーマに基づき、担当役員と社員が少人数で意見交換を行う場として運営しています。さまざまな所属の社員が一堂に会し、より良い会社となるために積極的な意見交換を行う場として好評です。

こうした経営陣と社員のダイレクトな対話を通じて、社内コミュニケーションを活性化し、一体感ある活気あふれる組織づくりに努めています。

- この資料は2023年8月時点のサービスの概要を説明したものであり、契約にかかるすべての事項を記載したものではありません。検討にあたっては「保障設計書（契約概要）」等所定の資料を必ずお読みください。また、契約の際には「重要事項説明書（注意喚起情報）」「ご契約のしおり」「約款」を必ずお読みください。
- 提携企業のサービスについては、第一生命が紹介や取次ぎ等をするものです。利用に際して生じた損害については、第一生命は責任を負いかねます。
- サービスは2023年8月時点の内容であり、予告なく変更・終了することがあります。
- P15～17の写真はイメージです。

一生涯のパートナー

第一生命

 Dai-ichi Life Group

第一生命保険株式会社

〒100-8411
東京都千代田区有楽町1-13-1
電話 (03) 3216-1211 (大代表)
<https://www.dai-ichi-life.co.jp/>



カスタマー推【登】17552-02 2023年8月版