

2018年6月5日

「お客さま第一の業務運営方針」に基づく具体的な取組みの 2017年度進捗状況の公表について

第一生命グループの一員であるネオファースト生命保険株式会社（代表取締役社長：徳岡 裕士、以下「当社」）は、第一生命グループで定めた「お客さま第一の業務運営方針」に基づく当社の取組みについて、2017年度の進捗状況をまとめましたのでお知らせいたします。

当社は、お客さまから更にご支持をいただける保険会社として進化し続けることを目的に、お客さま第一の業務運営にかかる具体的な取組み状況を「見える化」することで、お客さまからの評価等を真摯に受けとめ、取組みの品質の向上、取組みのスピードを加速させるべく、当社の取組みを積極的に公表いたします。

今回の公表にあたり、当社は「お客さま第一の追求に向けた3つの視点」をお示しし、そのうえで、これらに沿って各取組みの進捗状況を①「取組みの実践状況」、②取組みの実践の結果としての「お客さまからの評価」、③最終的な「事業の成果」、の3つに分類し、分かりやすく、体系的にお示しいたします。

また、上記に加え、各取組みの進捗状況をお伝えする上で相応しい具体的・定量的な指標（KPI）の実績についても、併せて公表いたします。

公表内容の詳細につきましては、別紙を参照ください。

当社はこれからも、グループミッションである「一生涯のパートナー」、企業行動原則である「DSR 憲章」に基づき、DSR 経営（※1）の推進による経営品質の絶えざる向上により、様々な分野においてお客さま第一の業務運営を追求してまいります。

※1 「DSR」とは、「第一生命グループの社会的責任（Dai-ichi's Social Responsibility）」を表し、PDCAサイクルを全社で回すことを通じた経営品質の絶えざる向上によって、各ステークホルダーに向けた社会的責任を果たすと同時に、企業価値を高めていく独自の枠組みです。

2017年度における「お客さま第一の業務運営」の具体的取組みのポイント

取組みの実践状況

～お客さま第一を実践し、自ら高めていくための取組み～

- ・ 営業担当者にスキルレベルを設定し、コンサルティングスキル向上にむけた定例研修等を実施しました。
- ・ お客さまの声を幅広く収集し、業務品質向上を図った結果、シニア専用フリーダイヤルの開始や保険証券における記載内容の改訂等、多くの改善事例の導出につながりました。

～お客さまにとっての最高の安心を、今も未来もお届けするための取組み～

- ・ お客さまにとっての“あったらいいな”の実現に向けて、健康年齢[®](※2)で保険料を算出する「ネオ de 健康エール」等の新商品を発売しました。また、主力商品の医療保険「ネオ de いりょう」を改定し、保険料の割引を健康状態に応じたものにするとともに、内容の充実を図りました。
- ・ 年1回、ご契約者向けにお届けしている「ネオレター（ご契約内容のお知らせ）」に関するお問い合わせに迅速・適切に回答する、各種文書をお客さまの声に基づき、分かりやすいものに改訂する等、定期的・継続的な情報提供のレベルアップやお手続きの迅速化・効率化に向けて取り組みました。

※2 「健康年齢」は、(株)日本医療データセンターの登録商標です。ネオファースト生命で使用する健康年齢は(株)日本医療データセンターのデータに基づき当社独自の方法により算定しており、所定の生活習慣病に関連するリスクを評価したもので、(株)日本医療データセンターの健康年齢と算定基準が異なります。

～お客さま・社会への社会的責任を果たすための取組み～

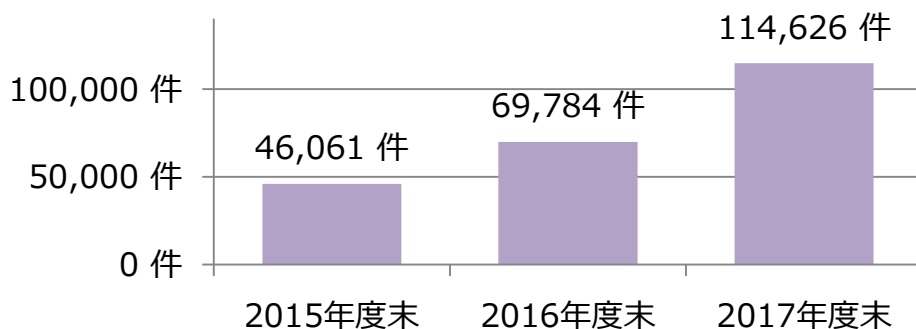
- ・ 利益相反の適切な管理を通じて、当社が社会的責任を果たすための取組みの強化と態勢の高度化を図りました。

お客さまからの評価

各取組みの実践を通じ、お客さま満足向上の追求を図った結果、2017年度のお客さま満足度調査における肯定回答占率は上昇しました。

事業の成果

各取組みの実践、それを通じたお客さまからの評価の向上等の結果、保有契約件数は2018年1月末に10万件を超えて、2017年度末には約11万4千件となりました。



「あったらいいな」をいちばんに。



「お客さま第一の業務運営方針」に係る2017年度取組み状況

2018年6月5日

ネオファースト生命保険株式会社

- 当社は、「お客さま第一の業務運営」の更なる追求を行っていくうえでの基軸的な視点として、「お客さま第一の追求に向けた3つの視点」を掲げます。
- この視点に基づき、当社がどのような取組みを実践し、向上させようとしているか、お客さまや社会に対してどのような価値を提供し、社会的責任を果たしていきたいと考えているかを、お客さまに分かりやすく体系的にお示します。

お客さま第一の追求に向けた3つの視点	概要	具体的取組み
<p>① お客さま第一を実践し、自ら高めていく</p>	<p>高い専門性と職業倫理を兼ね備え、あらゆる業務品質の向上を自律的かつ高いレベルで実現し続けることがすべての組織・個人において必要と考え、こうした業務運営の高度化を通じて、お客さま第一を実践し得る、そして自らを律し高めていく保険会社を目指します。</p>	<p>高い専門性と職業倫理の追求</p> <p>あらゆる業務品質の向上</p>
<p>② お客さまにとっての最高の安心を、今も未来もお届けする</p>	<p>お客さまの多様なニーズに誠実に向き合い、これらに合致した良質な商品、サービスのご提供に加え、お客さまや社会が求める新たな安心のニーズにも対応した価値提供を行います。また、お客さまの立場に立ったお手続きや公平・公正なお支払いを通じ、今も未来も最高の安心をお届けする保険会社を目指します。</p>	<p>良質な商品、サービスのご提供</p> <p>お客さまの立場に立ったお手続き、公平・公正なお支払い</p>
<p>③ お客さま・社会への社会的責任を果たす</p>	<p>お客さまの利益が不当に害されることがないように管理態勢を整えて、利益相反の適切な管理により、保険会社としての社会的責任を果たします。</p>	<p>利益相反の適切な管理</p>

- 各取組みは、当社の「取組みの実践状況」、取組みの実践の結果としての「お客さまからの評価」、最終的な「事業の成果」、の3つに分類し、それぞれの位置付けを明確化しました。
- また、定性的な取組み内容に加え、各取組みの進捗を定量的に計る指標(KPI)を設定し、その実績を併せて報告します。

お客さま第一の追求に向けた3つの視点	具体的取組み	取組みの実践状況	お客さまからの評価	事業の成果
① お客さま第一を実践し、自ら高めていく	高い専門性と職業倫理の追求 あらゆる業務品質の向上	各取組みの振返り評価等 + KPI [FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数] [お申し出(感謝・苦情の声)の状況] [ご契約の解約・失効率等]		
② お客さまにとっての最高の安心を、今も未来もお届けする	良質な商品、サービスのご提供 お客さまの立場に立ったお手続き、公平・公正なお支払い	各取組みの振返り評価等 + KPI [保険金等支払実績] [保険金・給付金期限内支払率]	各取組みの振返り・評価等 + KPI [お客さま満足度] [苦情発生率]	各取組みの振返り・評価等 + KPI [お客さま数 = 保有契約件数]
③ お客さま・社会への社会的責任を果たす	利益相反の適切な管理	各取組みの振返り・評価等		

取組みの実践状況

お客さま第一の追求に向けた3つの視点 ①

お客さま第一を実践し、自ら高めていく

高い専門性・コンサルティング能力と、お客さま本位のコミュニケーション力を高めるための教育等の充実

- 営業担当者にスキルレベルを設定し、コンサルティングスキル向上に向けた定例研修等を実施しました。また、代理店に対しても、新商品・制度変更等について積極的に研修・教育を実施しました。
- コンタクトセンターではお客さま対応の品質に係るチェックに基づくPDCAや、高齢者対応のための研修を実施し、対応品質の向上に取り組みました。
- 代理店サポートデスクの担当者に対して、ご契約の引受目安照会の的確な回答を提供すべく、医学的知識向上に向けた研修を実施しました。



【KPI】FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数 (※)

- 専門的な知識の習得に向けて、営業担当者や代理店からの照会対応担当者、新契約事務担当者を中心に、FP2級等の資格や日本アンダーライティング協会資格等の積極的な取得を推進し、2018年3月末には全従業員の半数以上となる154名が資格を取得しています。

FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数
(2018年3月末時点)

154名

お客さまの声を幅広く拝聴するとともに、お客さまの声を起点とした弛まぬ改善取組みを全社で実践

- お客さまからのお申出については、品質向上分科会（現 お客さま第一推進分科会）にて分析の上、その結果を経営層へ報告、改善取組みへとつなげました。またお客さま満足度調査を実施の上、代理店別の満足度の差異への対応、お客さまサポートの充実に向けて、今後の改善取組みの具体化につなげました。
- 代理店起因の苦情や早期の解約・失効等の多い代理店を把握した上で、代理店の募集管理態勢を確認し、必要に応じて態勢強化を要請・指導しました。
- 障がい者・高齢者の利便性向上にむけ、事務手続きの簡素化、保険証券等の封筒への音声ガイダンスの導入、シニア専用フリーダイヤルの設置等を実施しました。



＜視覚障がい者の方へ配慮した取組み＞

「ネオレター（ご契約内容のお知らせ）」の封筒に点字を印刷し、「封書の中はご契約内容のお知らせであること」をわかるようにしました。

また、2次元バーコード（QRコード）を封筒に印刷し、スマートフォンアプリや音声コード対応携帯電話で読み込むことで音声案内を確認できるようにしました。

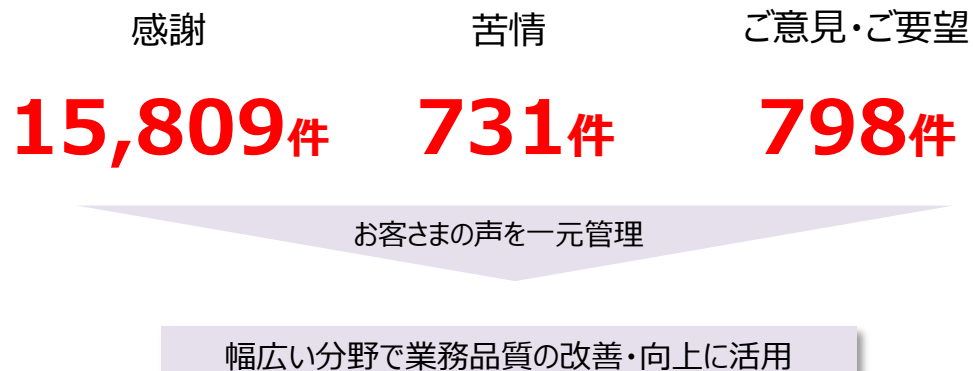
- お客さまとの通話内容は指導者が定期的にモニタリングを行い、苦情通話については通話内容を分析のうえ、対応品質の更なる向上を図っています。

（参考） 2017年度に実現したお客さまの声からの「改善取組み」の一例

お客さまの声	実施内容
高齢者に対しては、分かりやすく説明して欲しい	70歳以上のご契約者向けの専用フリーダイヤルを開始しました。同フリーダイヤルへのお問い合わせに対しては、高齢者対応研修を受講した対応者が、ゆっくり丁寧に説明する等、高齢の方に寄り添った対応をしています。
保険証券の表記が分かりづらい	保険証券における三大疾病に関する給付内容等の記載を分かりやすく改訂しました。

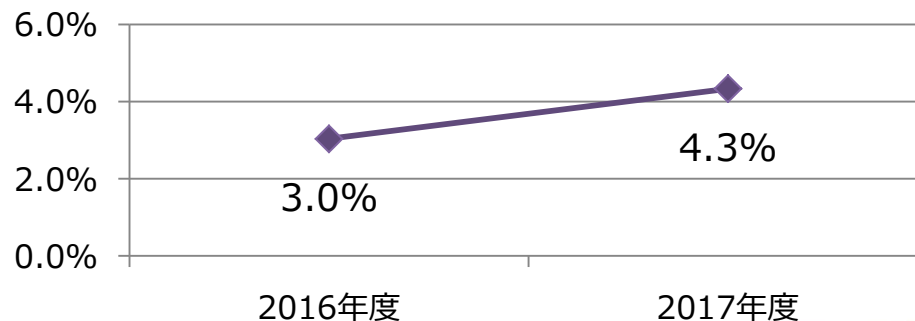
【KPI】お申し出（感謝・苦情の声）の状況

- お客さまからいただいた声は、2017年度1年間で約1.7万件であり、そのうちの大半を「感謝」の声が占めています。
- 当社は、「感謝」を含む全てのお客さまの声を一元管理し、分析や経営への報告、改善策の検討・実施といったPDCAサイクルを回し、幅広い分野で業務品質の改善・向上につなげています。



【KPI】ご契約の解約・失効率 (※)

- 当社は2015年8月に新規事業をスタートしたばかりであり、解約・失効率（件数ベース）は不安定な状況であることから、2017年度の解約・失効率（件数ベース）は、前年との比較においては増加となりましたが、お客さまのニーズに合った商品の提供と、お客さま第一の提案の推進等に取り組むことで、一定の水準に抑制されています。



(※) 解約・失効率：(当年度解約件数 + 当年度失効件数 - 当年度復活件数) ÷ (期始保有契約件数 + 当年度新契約件数) 「ネオdeまぎょう」は対象外。

お客さま第一の追求に向けた3つの視点 ②

お客さまにとっての最高の安心を、今も未来もお届けする

※1 “QOL(Quality of Life)”とは、物理的な豊かさや個々の身辺自立のみでなく、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す。

健康年齢® (※2) を用いた商品の発売等、お客さまの「あったらいいな」の実現に向けて

- 2017年10月に、更新時だけでなくご契約時においても、健康診断等の検査結果等に基づいて判定した健康年齢® (※2) で保険料を算出する「ネオde健康エール」を発売しました。
- 2017年11月に、生活習慣病や女性特有の病気、ストレスによる病気の治療に対応できる特約を付加することができ、入院した場合に一時金をお受け取りいただける「ネオdeいちじきん」を発売しました。
- 2018年2月に、主力商品の医療保険「ネオdeいりよう」を改定し、保険料の割引を健康状態に応じたものにするるとともに、内容の充実を図りました。
- 2018年3月に、経営者の退職金準備や万一の場合の事業保障資金等のニーズにお応えすることが可能な法人向け生命保険「ネオdeきぎよう」を発売しました。



※2 「健康年齢」は、(株)日本医療データセンターの登録商標です。ネオファースト生命で使用する健康年齢は(株)日本医療データセンターのデータに基づきネオファースト生命独自の方法により算定しており、所定の生活習慣病に関連するリスクを評価したもので、(株)日本医療データセンターの健康年齢と算定基準が異なります。

お客さまの健康増進に貢献するサービスの提供

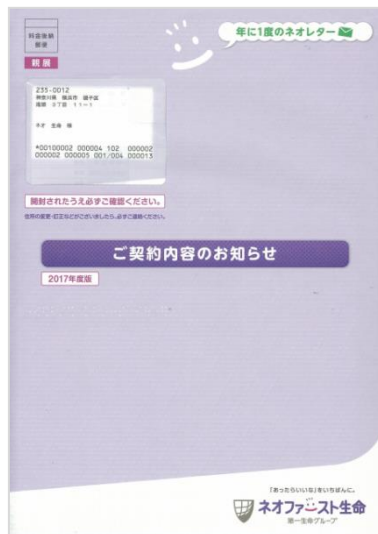
- 健康増進をサポートするサービスとして、2017年10月にスマートフォン向け無料アプリ「健康第一 for ネオファースト生命」の提供を開始しました。
- 当社と日本調剤株式会社は新たなサービスや保険商品を開発提供することで国民の健康寿命延伸を目指すべく業務提携契約を締結しています。その一環として、2017年5月より、保険代理店「日本調剤 ほけんショップ」での当社商品販売を開始しました。
- 株式会社マツモトキヨシホールディングスと、地域住民の健康増進に向けた協働の一環として、マツモトキヨシ店舗（「matsukiyo LAB」等）において、当社商品を紹介する取組みを2017年12月より開始しました。今後は、双方のビッグデータを活用した新たな商品・サービスの開発等により、健康増進に向けた更なる協働の可能性を検討していきます。



定期的・継続的な情報提供のレベルアップやお手続きの迅速化・効率化に向けた取組みの実施

- 年1回、ご契約者向けに「ネオレター（ご契約内容のお知らせ）」をお届けし、お客さまからのお問い合わせに対しては迅速・適切に回答しました。アンケート結果を踏まえて、課題の洗い出し、改善に努めました。
- お客さま向け各種文書等の分かりやすさ向上のため、他社好事例のベンチマーク、お客さまの声に基づく改訂等を実施しました。各種文書には8ポイント以上の文字を使用し、可能な限りお客さまに分かりやすい平易な表現となるよう作成しました。
- お申込みからご契約までの成立所要日数、保険金・給付金の期限内支払率（※）等をアセスメント項目にしてPDCAを実施しました。
- 処理漏れ防止と迅速な対応のために、各種事務ルールの見直しを推進しました。また、お客さまの声、代理店要望等を踏まえ、お手続きの簡素化、必要書類の削減に関する取組みを実施しました。

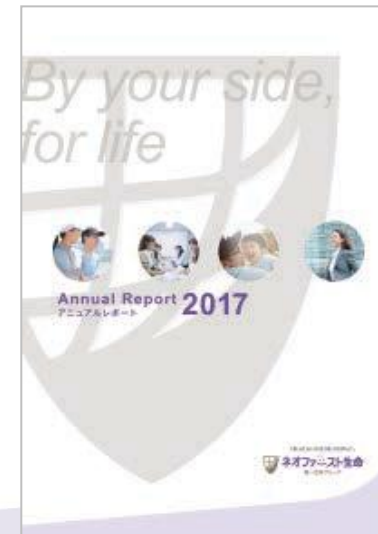
（※）書類到着日の翌日からその日を含めて5営業日以内、事実の確認を行った場合は同60日以内を期限と設定しています。期限を超過した場合は遅延利息をお支払いします。



ネオレター



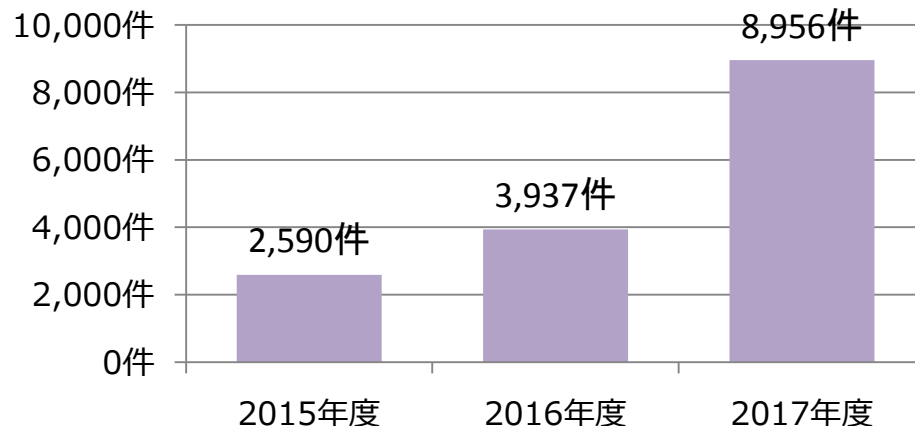
ネオファースト生命からの
お知らせ



アニュアルレポート

【KPI】 保険金等支払実績

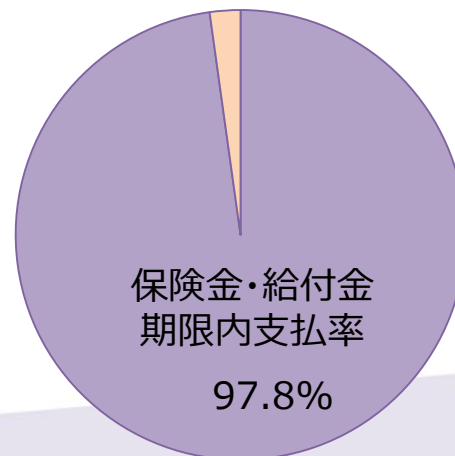
- 2015年8月の新規事業スタートから2年以上経過しましたが、2017年度において、約8千件の死亡、入院等の保険金・給付金をお受け取りいただきました。
- これからも、公平・公正なお支払いを徹底するとともに、お客様の立場にたったお手続きの充実を図ることで、お客様に「確かな安心」をお届けしてまいります。



【KPI】 保険金・給付金期限内支払率

- 保険金・給付金のお支払において、各約款に定める期限（※）までに支払った占率は97.8%とほとんどのご請求において期限内にて保険金・給付金をお支払いしました。

(※) 書類到着日の翌日からその日を含めて5営業日以内、事実の確認を行った場合は同60日以内を期限と設定しています。期限を超過した場合は遅延利息をお支払いします。



お客さま第一の追求に向けた3つの視点 ③

お客さま・社会への社会的責任を果たす

お客さま・社会への社会的責任を果たすための、利益相反の適切な管理

- 当社では、利益相反が発生することによりお客さまの利益が不当に害されることがないように、「利益相反管理方針」等の方針・規程を制定するとともに、利益相反管理所管および利益相反管理者を定め、業務担当所管等から独立した立場で利益相反のおそれがある取引を適切に管理しています。また、親会社の利益相反管理統括所管と連携し、定期的に管理態勢を検証し、必要に応じて見直しを行っています。
- 営業担当者と資産運用担当者を分離し、保険契約・投融資等の取引を条件に行う投融資取引、投融資を条件に行う保険契約等の取引を強要することを防止する体制としています。
- 2017年度は、保険契約取引における利益相反のおそれがある類型として、投融資先等との保険契約取引に加え、保険募集代理店を通じた保険契約取引を管理対象に追加する等、管理態勢にかかるPDCAを推進しました。



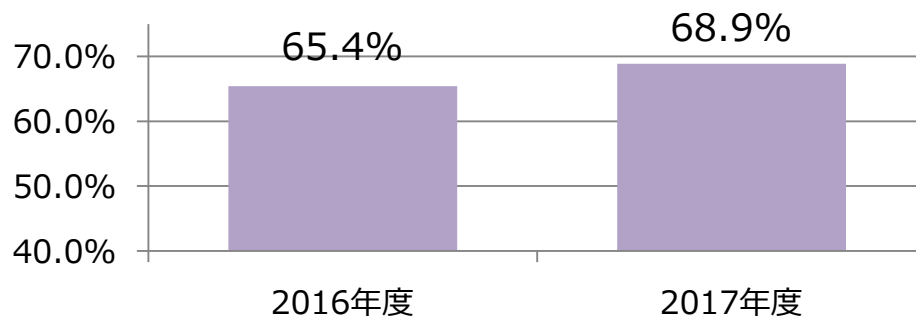
ホームページ「利益相反管理方針」



お客さまからの評価

【KPI】お客さま満足度

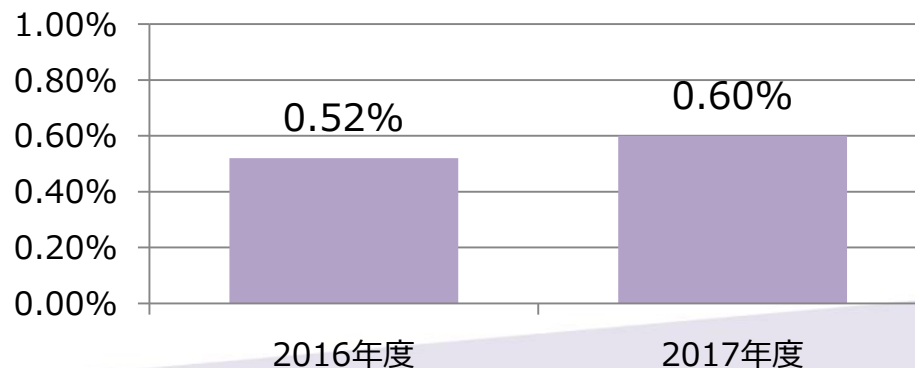
- 当社は、お客さま第一の業務運営の各取組みの進捗が、お客さまや社会からどのような評価を受けているかについて、お客さま満足度調査を実施しています。
- 各取組みの実践を通じ、お客さま満足向上の追求を図った結果、2017年度のお客さま満足度調査における肯定回答占率（※1）は、2016年度より3.5ポイント上昇しました。



（※1）お客さま満足度調査において2015年8月にスタートした新規事業に対する総合的な満足度を「満足」「やや満足」と回答いただいた占率

【KPI】苦情発生率（※2）

- 2017年度は新契約件数の増加に伴い、2016年度との比較においては微増となりました。お客さまからの声を真摯に受けとめ、今後の更なる業務改善に努めてまいります。

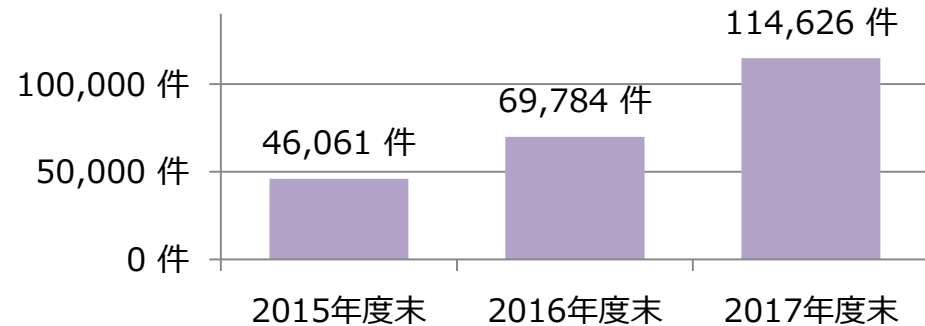


（※2）「期始保有契約件数 + 当年度新契約件数」に対するお客さまからの苦情件数の割合

事業の成果

【KPI】お客さま数（＝保有契約件数）

- 各取組みの実践、それを通じたお客さまからの評価の向上等の結果、保有契約件数は2018年1月末に10万件を超えて、2017年度末には約11万4千件となりました。



ネオファースト生命は、「一生涯のパートナー」をグループミッションとする第一生命グループの一員として、お客さまの安心で豊かな暮らしと地域社会の発展に貢献していきます。さらに、「「あったらいいな」をいちばんに。」というミッションのもと、一人ひとりの暮らし方やその時代によって変わっていく生命保険に求める安心や満足を新しい発想で創り出していきます。