

2022年6月29日

「『お客さま第一の業務運営方針』に係る 2021年度取組み状況」の公表

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）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、2021年度の取組み状況をまとめましたのでお知らせします。

第一生命グループは、「一生涯のパートナー」をグループミッションとして掲げ、「お客さま満足」等の原則を掲げた企業行動原則のもと、経営品質の絶えざる向上に取り組んでいます。

また、お客さま一人ひとりの「幸せ」を想い、その人生に寄り添う最良のパートナーとして選ばれ続けるため、私たちが考える「お客さま第一」を本方針に掲げ、グループ内に共有・浸透を図り「お客さま第一の業務運営方針」を推進しています。

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」に係る具体的な取組み状況を「見える化」し、また、お客さまからの評価等を真摯に受けとめ、業務の品質向上やその取組みのスピードを加速させるとともに、その状況を積極的に公表しています。

公表内容の詳細につきましては、別紙をご覧ください。

これからも、お客さまに最も選ばれ、愛される会社になるよう、様々な分野において「お客さま第一の業務運営」を推進してまいります。

以上



「お客さま第一の業務運営方針」に係る 2021年度取組み状況

2022年6月

ネオファースト生命保険株式会社

取組み状況公表にあたっての基本的な考え方

- 取組み状況は「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」に区分しています。
- 各視点に基づく取組みについては、改善活動などの定性的な取組みに加えて、各取組みの進捗を定量的に計る指標(KPI)を設定しており、その実績を併せて公表しています。
- 合わせて、各取組み状況が「お客さま第一の業務運営方針（以下、方針）」の、どの方針に基づく取組みであるのか、それぞれ表示しております。また、各方針と金融庁『顧客本位の業務運営に関する原則（以下、原則）』の対応につきましては、当社HPに対応表を掲載しています。

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	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>1.高い専門性と職業倫理の追求 方針1 原則2</p> <p>2.あらゆる業務品質の向上 方針1 原則2</p> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p>7.業務運営を適切に評価する体制の構築</p> <p>方針6 原則7</p> </div> </div>	<p>各取組みの KPI 振返り + [FP資格、日本アンダーライティング 評価等 協会資格等取得者数]</p> <p>各取組みの KPI 振返り + [お申し出（感謝の声・苦情）の状況] 評価等 [苦情発生率]</p>	<p>各取組みの 振返り・評価等</p> <p>+</p> <p>KPI [お客さま満足度]</p>	<p>各取組みの 振返り・評価等</p> <p>+</p> <p>KPI [お客さま数 = 保有契約件数]</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	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>3.良質な商品、サービスのわかりやすいご提供 方針2・3 原則4・5・6</p> <p>4.定期的・継続的な情報提供、フォローアップ 方針2 原則6</p> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p>方針6 原則7</p> </div> </div>	<p>各取組みの KPI 振返り + [保険金等支払実績] 評価等 [保険金・給付金期限内支払率] [ご契約の解約・失効率]</p>				
③お客さま・社会への社会的責任を果たす	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>5.利益相反の適切な管理 方針5 原則3</p> <p>6.サステナビリティの推進 方針4</p> </div> <div style="width: 45%; text-align: center;"> <p>方針6 原則7</p> </div> </div>	<p>各取組みの振返り・評価等</p> <p>各取組みの振返り・評価等</p>				

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**

1. 高い専門性と職業倫理の追求

高い専門性・コンサルティング力とお客さまに寄り添ったサービスを提供するための教育等

方針1、1-(1)	方針2-(5)
原則2	原則6-(注) 5

- 営業担当者には、総合的なコンサルティング力の習得に向け、周辺知識やマーケット情報、医療などの専門知識、応対力向上などのテーマ別研修や、ベースとなる知識のスキル向上と均質化を目的とした「営業担当者知識確認テスト」の定期的な実施など、お客さまへ高品質なコンサルティングを提供できる知識や対応力の強化に努めています。
- コンタクトセンターでは、お客さまに寄り添った最高のサービスのご提供に向け、定例研修に加え、双方向参加型のCSワークショップ・認知症サポーター養成講座などの専門的な研修、定期的なモニタリング、ご案内内容の改善などを実施し、迅速でわかりやすく、心のこもった対応ができるよう努めております。その取組みが認められ**15年連続でHDIベンチマーク格付け（※1）にて三つ星**を獲得いたしました。
- 代理店サポートデスクでは、受電内容のモニタリングの強化、フィードバック方法や、新商品・商品改定、法人経理や支払などの各項目別の研修を定期的な実施するとともに、個人単位で自習時間を設けるなど、コンタクトセンターと同様、応対力の向上に努めています。

HDI 格付けベンチマーク「クオリティ」格付け（※1）にて

15年連続『三つ星』を獲得



評価コメント：

- 「気遣いや感謝の気持ちを伝え、安心して相談できるように優しく温かみのある姿勢で接している」
- 「臨機応変な対応からは、専門知識の豊富さが感じられ、プロらしい自信をもった対応となっている。」

※1 サポートサービス業界の国際機関HDIの日本法人HDI-Japan（運営会社：シンクサービス株式会社、本社：神奈川県 川崎市、代表取締役CEO：山下 辰巳）が実施するHDI 格付けベンチマーク「クオリティ」格付け

【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

方針1、1-(1)	方針2-(5)
原則2	原則6-(注) 5

- 多様なお客さまニーズに対応できる専門的な知識の習得と高品質なコンサルティングの提供に向けて、営業担当者、お客さまや代理店からの照会対応担当者、新契約事務担当者に加え、全社的に積極的な資格取得を推進しています。
- 2021年度末在籍者の該当資格（※2）の新規合格者はのべ173名、該当資格取得者数は、昨年度より31名増加し314名となりました。

FP資格、日本アンダーライティング協会資格等取得者数

283名 → 314名

（2020年度末実績）

（2021年度末実績）

※2 FP技能士（1級、2級）、AFP、CFP®資格、日本アンダーライティング協会（初級、中級、上級）資格、生命保険面接士、支払専門士

お客さまに選ばれる体制づくりとお客さまのしあわせの実現（CX）に向けた企業風土の醸成

方針1、1-(2)	方針6
原則2	原則7、7-(注)

- ▶ パンフレットやチラシ、動画などの情報提供ツールをはじめとするあらゆる接点においてわかりやすく適正に情報が提供されること、また各種サービスなどの理解が深められるようお客さまの声をもとに改正したり、高品質なコンサルティング力と応答力の習得に向けた専門的な研修などを定期的かつ継続的に実施することを通じて、**お客さまに選ばれる体制の強化**を図っています。
- ▶ 2021年度より、ココロとカラダの充実・健康と定義した「Wellness～“もっと自分らしく”～を応援する。」を中長期ビジョンとして掲げました。その実現に向けて、会社の想いや姿勢を示すものとして「**私たちの誓い**」を制定しました。この「私たちの誓い」を全社員の共通の価値観として持ち、お客さまの「Wellness」を応援することで、お客さまが毎日を「もっと自分らしく」過ごせるよう、従業員一丸となって様々な取組みを推進しています。
- ▶ 毎年10月に企業理念の浸透に向け、好事例取組みの共有、経営品質向上取組みへの顕彰などを目的とした「**DSR推進大会**」（2021年度はテレビ会議システムにて実施）、毎年3月には全従業員が生命保険が果たす役割の重要性や「一生涯のパートナー」としての使命を果たす大切さを全社員で改めて確認・共有する機会として「**保険の原点を考える日**」を実施し、お客さまのしあわせの実現（CX）に向けた企業風土の醸成に努めています。

「私たちの誓い」

人それぞれが描く未来図。

そのためには「ココロとカラダの充実（Wellness（ウェルネス））」が不可欠です。

私たちは、お客さまの豊かな人生の実現にむけて、お客さまのWellnessを応援します。

たとえば、健康の維持・改善につながるような“保険で健康になろう”という新たな視点を入れた保険商品、

ヘルスクエアを取り入れたサポートメニュー、最新のテクノロジーによるお手続きの仕組み、

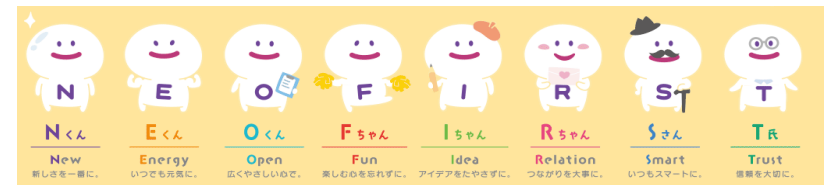
お客さまに寄り添った丁寧な対応など、

あらゆるつながりにおいて、お客さまに感動いただけるよう、取り組みます。

私たち自身のWellnessも実現しながら、お客さまのWellnessを応援する存在となること。

私たちネオファースト生命の誓いです。

★オリジナルキャラクターネオちゃんずのご紹介★



このキャラクターは私たちのミッションである、“あつたらしいな”をいちばんに。”を表すシンボルマークとして社名ロゴに盛り込んでいたものについて、2017年商号（社名）変更してから3周年を迎えたことを機に、さらにお客さま本位の会社として飛躍し、支持されることを願って、いま一度「新しいことにいちばん最初に挑戦していこう。みんなで未来を創ろう。」との思いをお伝えする為に、ロゴからキャラクターに昇華させたものです。真っ白く丸いカタチには、まさらかな気持ちで挑戦する姿勢を、8人の仲間は、多様性を尊重しながらチカラをあわせて進んで行く気持ちを表しています。8人のそれぞれには名前と特徴があります。私たちネオファースト生命が、真っ先に未来を創っていくために大切にしている“ネオファースト生命らしさ”を表したものです。

お客様の声を幅広く拝聴するとともに、お客様の声を起点とした弛まぬ改善取り組み

方針 1-(3)

原則 2-(注)

- ▶ 「お客様第一推進分科会」を毎月実施し、「感謝」「苦情」「意見」のお客様の声の共有を実施しております。また、お客様の声に基づいた各種対応策の検討を行い、迅速な改善取り組みへとつなげています。
- ▶ お客様第一推進室と関連所管との「VOC会議」を定期的実施し、お客様の声の真因分析を行うとともに、「より具体的」「実効性の高い」再発防止策の策定を迅速に実施しています。
- ▶ 2021年10月中旬より「トランザクショナルNPS調査」を開始し、NPS評価や手続きの総合満足度などのお客様の声がリアルタイムに届く体制となりました。届いた声に対しては、傾向分析や解決策検討などのSTPDサイクル（※3）を遂行し、お客様満足度向上を推進しています。

※3 当社STPDサイクル：「See」「Think」「Plan」「Do」＝「お客様の声を聴き」「事実を調べ」「どうすれば良いか考え」「実行する」

<2021年度に実現したお客様の声からの「改善取り組み」の一例>

お客様の声	実施内容
生命保険料控除証明書の電子発行ができるようにしてほしい。	2020年度に届いていたお客様の声に対する改善取り組みとして、「お客様WEB手続きサービス」からの「生命保険料控除証明書の電子データ（XMLファイル）発行」が2021年10月から可能となりました。
わかりやすい内容のパンフレットを作成してほしい。	高齢者からの声に対し、VOC会議で対応策を検討、2021年12月に、より詳しい商品のポイントに掲載するなど、お客様の利便性を高めた内容のパンフレットに改定しました。
加入している保険を管理できないか。	アフターフォロー強化の一環として、2021年12月に、加入されている保険をアプリに登録するとすべての保障を一覧で確認でき、家族とも共有できる「うちの保険アプリ」の利用推奨を開始し、さらなるお客様の利便性向上を推進いたしました。

【KPI】お申し出（感謝・苦情の声）の状況

方針1-(3)

原則2-(注)

- ▶ 多種多様なタッチポイントでの対応の積み重ねや、お客さまに寄り添ったコロナ禍対応、保全ダイレクト手続きなどのDX化推進、また対応力の強化への取組み（CSワークショップの実施・事例共有や対応時のワンポイントアドバイス等）などCX向上に向けた様々な取組みにより、感謝の声は昨年度より1.6倍増加し、苦情件数についてはグロスの件数は前年より若干増加しておりますが、苦情発生率（以下※4）は昨年度より改善いたしました。
- ▶ お客さまからいただいた貴重なご意見は、共有・分析し経営への報告、改善策の検討など更なる業務品質の向上・改善に活用しております。

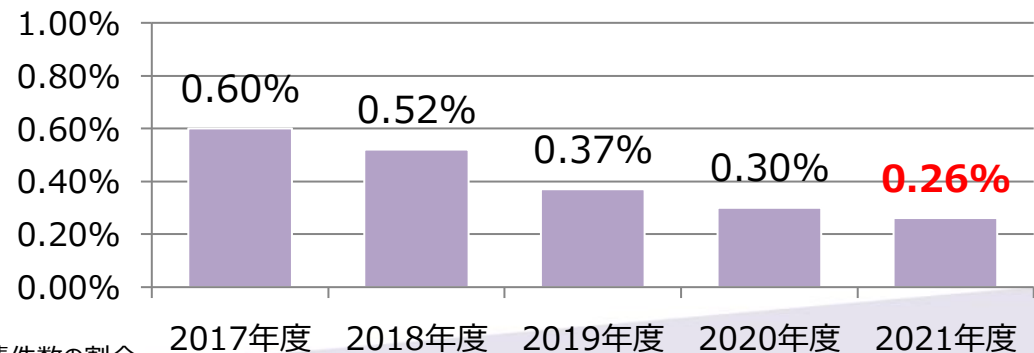


【KPI】苦情発生率（※4）

方針1-(3)

原則2-(注)

- ▶ 2021年度における苦情発生率は0.26%と昨年度より0.04%改善いたしました。
- ▶ これからも、お客さまの声に基づき迅速にSTPDサイクルを回し、対応策を検討・着手し、業務品質の向上・改善に努めてまいります。



※4 「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

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

3. 良質な商品・サービスのわかりやすいご提供

お客さまの「あったらいいな」の実現に向けて

方針2-(1),2-(2)

原則6,原則6-(注)1,3

- 2021年12月に業界初の歯と健康年齢に着目した「認知症保険toスマイル」の販売を開始しました。同月に「ネオdeいりよう」「ネオdeいちじきん」を改定しました。多様化するお客さまのニーズに更に対応できる商品のラインナップとなりました。
- 商品開発にあたっては、将来の環境変化を踏まえて対象のお客さまを選定、選定したお客さま像に合わせた「顧客体験（CX）」を設定し商品案を企画したり、AIを活用したリスク対応など、様々な視点から検討を重ね、より多様なニーズに合った商品を提供できるよう、開発を進めています。

新商品・改定の概要	
<p>NEW</p> <p>認知症保険 toスマイル</p>	<p>70歳時点で20本以上歯が残っていれば保険料が割り引かれる、業界初の歯と健康年齢に着目した保険です。</p>
<p>改定</p> <p>ネオdeいりよう ネオdeいちじきん</p>	<p>対象となる疾病の範囲を三大疾病から八大生活習慣病に拡大した、保険料払込免除特約を新設。 多様化するお客さまへのニーズに更に対応できるようになりました。</p>

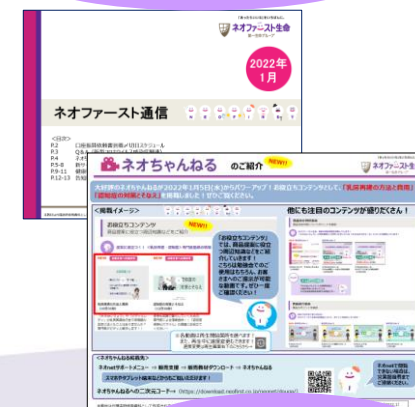
お客さまのご意向に合った商品・サービスのご提案、代理店への情報提供

方針3、3-(1),3-(3)

原則5 原則5-(注)1,3,4

- 委託代理店には募集品質に関する各指標へのモニタリングや情報提供・共有の実施、また、お客さまの入電内容から分析した内容などを確認し、お客さまの意向にあった提案が確実に実施されているか、継続的に確認や指導を実施しています。
- お客さまのニーズに合致した提案や適切な情報を提供するため、委託代理店向けのウェビナー（10テーマ開催・毎回100名前後参加）の開催や、「ネオファースト通信」や「ネオちゃんねる」の動画提供などで、商品情報だけでなく医療トレンドや社会保障関連などの周辺情報、事務・システムの留意事項、コンプライアンス、新型コロナ関連情報など幅広い情報をタイムリーに提供しています。
- 「保障設計書」、「重要事項説明書」や「パンフレット」など、商品が有する各種保障機能や保険料等について、お客さまに正しくご理解いただけるよう、お客さまの声や代理店からの要望などをもとに適宜検討し改善を実施しています。また、「商品概要書」等を活用し、商品・サービスの内容を容易に比較できるよう努めています。

ネオファースト通信



ネオちゃんねる

3. 良質な商品・サービスのわかりやすいご提供

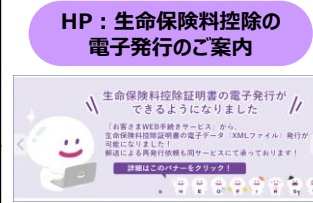
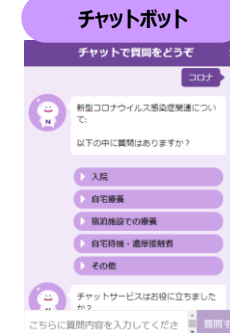
お客様の利便性向上のためのサービス提供

方針 2, 2-(1), 2-(4)

原則6、原則6-(注) 1

➢ 2021年度は、お客様の利便性向上に向け以下のサービスを開始いたしました。

お客様Web手続きサービス	24時間365日いつでもWebにて、住所変更等お申出の多いお手続きが可能となりました。
生命保険料控除証明書電子化対応	生命保険料控除証明書の電子発行を開始しました。
チャットボットによる お客様コミュニケーションサービス	各種お手続きに関するお問い合わせに、24時間365日いつでも、スピーディに回答できるようになりました。
契約内容ご案内制度の取扱い開始 ／保険管理アプリ「うちの保険」の 利用推奨	契約者以外の保険契約関係者（被保険者・保険金等の受取人・指定代理請求人）からのお問い合わせ時に委任状などの特別な対応をとることなく、契約者に回答可能な範囲で契約内容をご案内できる制度と保険契約情報を家族共有する仕組みの提供を開始しました。
電話ダイレクトサービスの導入	保険料払込票の発送およびクレジットカードへの再請求はIVR（自動音声応答システム）、保険料支払方法変更書類発送はボイスボット（AI音声自動応答サービス）にて受付できるようになり、24時間365日対応可能となりました。

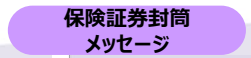


高齢者に向けたわかりやすいサービスのために

方針 2-(3)

原則 6-(注) 1, 4

- 委託代理店にコンプライアンスマニュアルを配布し、代理店における募集ルールの周知・理解の促進に努めています。
- 「認知症保険」販売に向けて、認知症サポーター養成研修を全社に展開。全23回開催し、約200名が受講し、認知症サポーターとなりました。
- シニア専用ダイヤル対応として、高齢者向けの応対や帳票案内方法などを録画。入社時から研修することで更なる応対力の強化に努めました。
- 保険契約情報の家族共有を活用いただけるよう、ご家族で契約内容を確認いただくメッセージを保険証券封筒に直接記載するなど、重要なものをよりわかりやすくご確認いただけるよう工夫しています。



4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

わかりやすい情報の提供

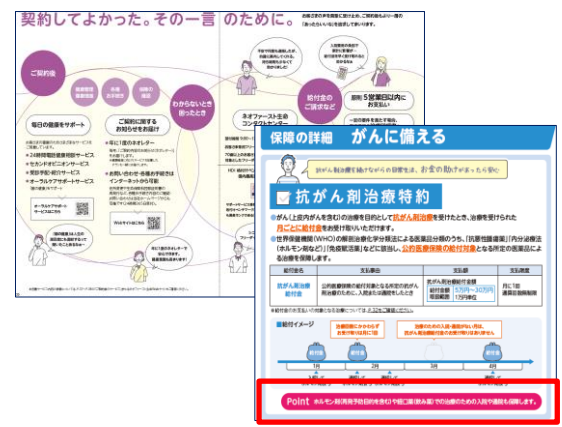
方針 2,2-(4)	方針 3,3-(3) ,3-(4)
原則 6-(注) 1	原則 5,原則5-(注) 1、3、4、5

- ▶ 「年に1度のネオレター（ご契約内容のお知らせ）」や「アンケート」等各種お客さまあての通知からWeb手続きなどに簡単にアクセスできるよう、各種QRコードを掲載しました。
- ▶ お客さまの声を反映し、加入から契約後まで将来にわたりお客さまのニーズに沿った選択をしていただけるよう、ご契約後のサービスや給付に対する情報をまとめたり、商品の特性やポイントを掲載するなど、お客さまの理解が深まり、お客さまにあった最適な商品の選択をしていただけるよう、商品パンフレット等を改定しています。
- ▶ 各種お手続き書類やお客さま宛の通知についても、お客さまや代理店からの要望を踏まえ、より簡易にわかりやすく確認できるよう、レイアウトや記載内容など、商品改定などのタイミングに合わせ改定を実施しています。

アンケート (QRコード)



商品パンフレット



商品・サービスの内容や関連する情報の提供

方針 2,2-(4)
原則 6-(注) 1

- ▶ ご契約さま向けに契約内容をお知らせする「年に1度のネオレター（ご契約内容のお知らせ）」をお届けし、ご契約の内容やお手続き方法、サービスなどをわかりやすく提供しています。
- ▶ 年度ごとに実績や取組み内容についてまとめた「アニュアルレポート」を作成し、各代理店に冊子を設置し、当社ホームページに掲載しています。
- ▶ 公式ホームページは、お客さまの声やCXの観点から、様々な情報をよりわかりやすくお伝えできるよう検討し、随時改定を実施しています。

年に1度のネオレター



アニュアルレポート



ホームページ



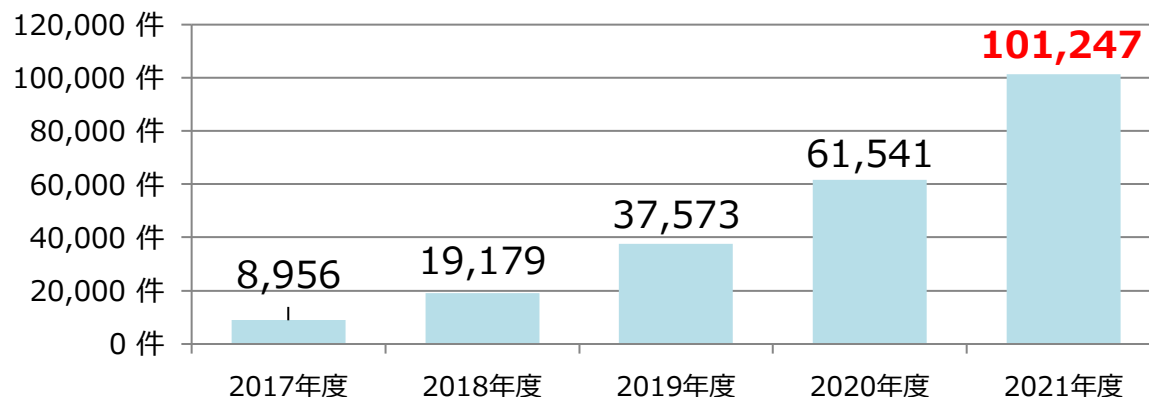
4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

【KPI】 保険金等支払実績

方針 2,2-(2),2-(4)

原則 6-(注) 1

- 2021年度の保険金等支払件数は、約10万1,000件となり、昨年度より約1.6倍の死亡、入院等の保険金・給付金をお客さまに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、お客さまの立場にたった、わかりやすいお手続きの充実を図ることで、お客さまに「確かな安心」をお届けしてまいります。

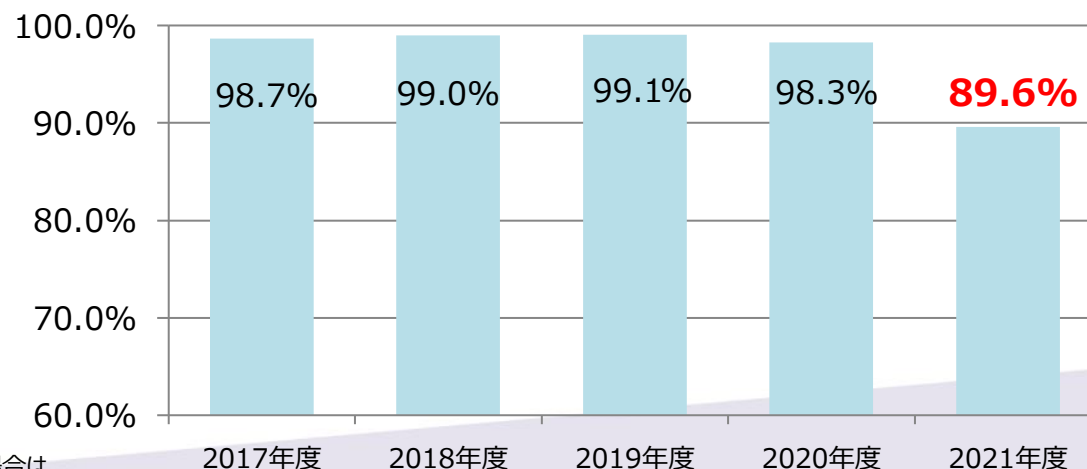


【KPI】 保険金・給付金期限内支払率 (※5)

方針 2,2-(2),2-(4)

原則 6-(注) 1

- コロナに関連した給付金のお支払いの急激な増加などに伴い、一定期間、各約款に定める期限(※5)でのお支払いができなかった期間がありましたが、早急に改善策を実行し、支払業務の強化を図り対処したことで、下半期は98.6%と回復し、上記期間以外においては、ほぼ期限内にてお支払いすることができております。
- これからも、お客さまに信頼していただける保険会社であるべく、迅速にお支払いをしてまいります。



※5 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。なお、事実の確認を行った場合等は期限内支払率の対象から除外しています。

4. 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

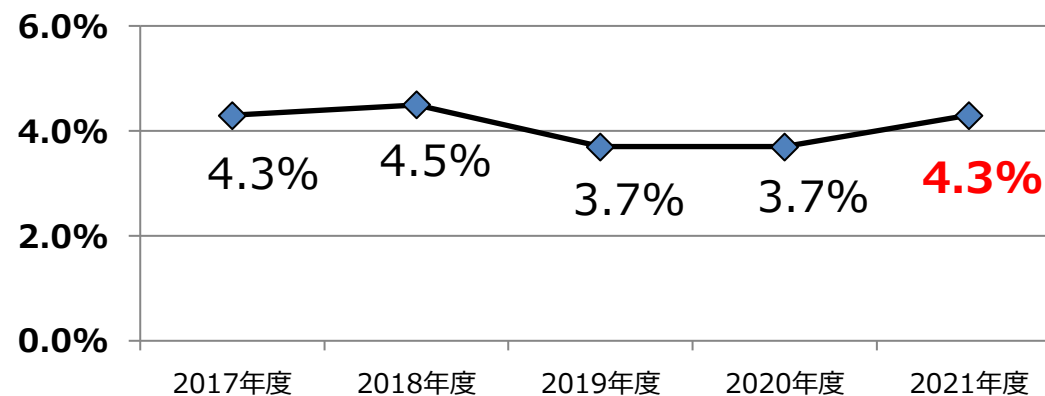
【KPI】ご契約の解約・失効率（件数ベース）（※6）

方針 2,2-(2),2-(4)

原則 6-(注) 1

➤ 新契約件数と保有契約件数がともに増加する中、ご契約時のコンサルティングや業務品質の向上に向けたサポート、モニタリングなどの実施、ご加入後にも定期的に情報提供を行うなどの取組みを実施した結果、2021年度は4.3%と前年より増加したものの、例年並みの水準（3～4%台）であり、一定の水準は維持しております。

➤ これからも、業務品質やお客さま満足の上に向け、更なる取組みを実施してまいります。



※6 解約・失効率 = (当年度解約件数 + 当年度失効件数) ÷ (期始保有契約件数 + 当年度新契約件数) 「ネオdeきぎょう」「ネオdeきぎょうワイド」は対象外。

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

方針3-(1)	方針5
原則3、3-(注)	原則5-(注)1

- ▶ 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、適切に管理しています。また、第一生命ホールディングスの利益相反管理統括所管とも連携して定期的に管理体制を検証し、必要に応じて見直しをしています。
- ▶ お客さまの利益が不当に害されることがないように、保険募集代理店がお客さまへ当社商品を販売する際に、お客さまのニーズに沿った商品の提案を行うために、保険募集代理店に対し適切な指導を行っています。
- ▶ 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。

ホームページ「利益相反管理方針」



サステナビリティの推進に向けた取組み

方針4

- ▶ ネオファースト生命では、気候変動への対応（CO2削減・責任投資）・地域社会へのCSR活動・人権研修を通じ、サステナビリティ推進に取り組んでいます。
- ▶ CO2削減においては主に電力使用量の削減目標を設定し、不要照明の消灯や空調温度調節等の活動を推進しております。

業務運営を適切に評価する体制の構築

7. 業務運営を適切に評価する体制の構築

お客さま満足向上に資する業務運営を適切に評価する体制の構築

方針 3-(2)	方針6
原則 4	原則7, 7-(注)

- ▶ 全社を対象とする各種研修等により、従業員としての基本的行動原則等の徹底・浸透を図り、倫理観の醸成、コンプライアンス意識の向上に努めています。
- ▶ 「お客さま第一の業務運営方針」に基づき、従業員研修等を通じてお客さま満足に資する行動を推進しています。
- ▶ 「理想の募集代理店像」の実現に向けて、募集代理店手数料体系を見直し、2018年4月より、「基本手数料」の他、募集代理店における業務品質向上に資する取組みを評価する「CS手数料」を導入しました。「CS手数料」は、評価項目と品質実績の相関関係の分析等のPDCAを進めながら適宜見直しを行っております。
- ▶ 募集代理店手数料の考え方・体系は 当社ホームページにて公表 しています。

ホームページ「お客さま第一の業務運営方針」



理念体系の浸透に向けた取組み

方針6
原則7,7-(注)

- ▶ 「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、お客さまご自身がまだ気づかれていない「あったらいいな」を感じ取り、「新しい」発想で、これまでにない「新たな」価値を提供していくことを大切にしています。
- ▶ 毎月の「社長メッセージ」、中長期ビジョンへの役員の想いを伝えるビデオメッセージの発信、グループ報への取組事例の掲載など様々な切り口から繰り返し周知・浸透を図るとともに、「人財育成方針」に基づき、社員一人ひとりが、自発的にビジョンを理解できるよう取組んでおります。

「ネオファースト生命の理念体系」

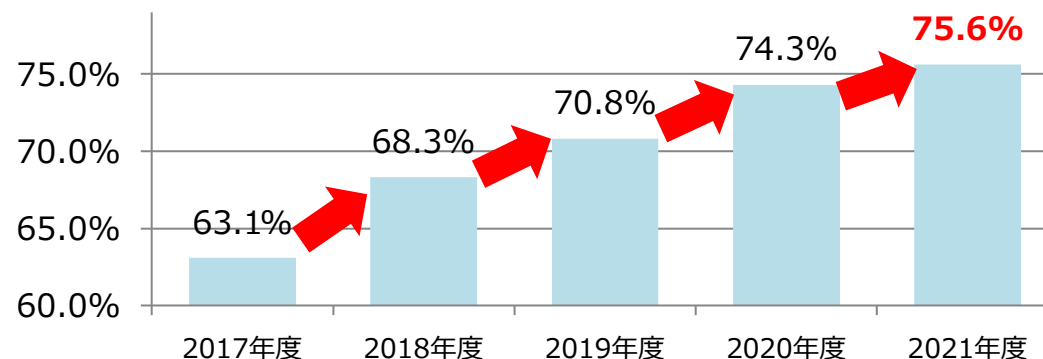


お客さまからの評価と事業の成果

8. お客様からの評価

【KPI】お客様満足度 (※7)

- ▶ 当社は、「お客様第一の業務運営方針」に基づいた各取組みの進捗が、お客様や社会からどのように評価を受けているかを測るべく、ご契約者さまへ定期的にアンケートを実施し、お客様の満足度調査を実施しています。
- ▶ 2021年度は75.6%となり、昨年度より1.3ポイント上昇しました。



(※7) 当社が実施したお客様満足度の全調査の総合的な満足度において「満足」「やや満足」と回答いただいた占率。2021年度より個人・法人区分にかかわらず全回答にて集計

【KPI】お客様数 (= 保有契約件数)

- ▶ 各取組みの実践の結果、保有契約件数は2021年5月末に50万件を超え、2021年度末には**62万件**となりました。
- ▶ これからも、お客様に選ばれ続ける会社となるべく、当社のミッションである「あったらいいな」を考え、お客様へ最高のCXをお届けできるよう努めてまいります。

