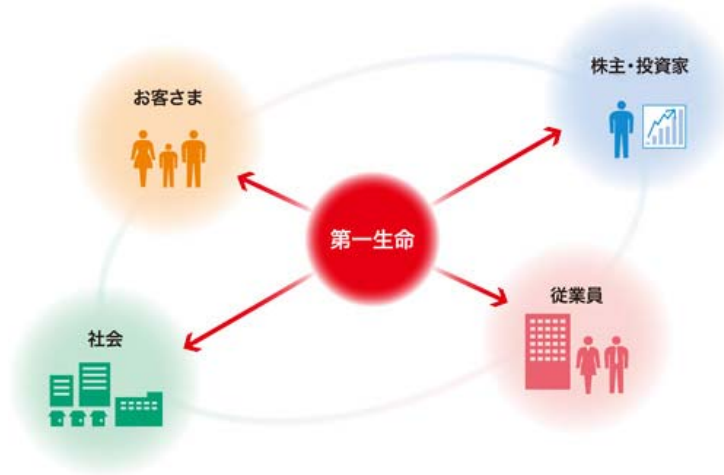


第一生命のステークホルダー

第一生命のステークホルダー

当社は、お客さま、社会、株主・投資家、従業員を経営に深くかかわりを持つステークホルダーと捉え、「最大のお客さま満足の創造」「社会からの信頼確保」「持続的な企業価値の創造」「職員・会社の活性化」を経営基本方針として定めています。それぞれのステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを通じて事業活動を振り返り、PDCAサイクルを回すことで経営品質の向上に努めています。



最大のお客さま満足の創造

営業職員（生涯設計デザイナー）、コンタクトセンター、本社・支社等窓口、ホームページ等のさまざまなお客さまとの接点を通じてご意見・ご要望をお寄せいただき、商品・サービス等の改善に努めています。また、全国の支社で定期的に「お客さま懇談会」を開催し、お客さまのご意見・ご要望を直接お伺いしています。



お客さま懇談会

持続的な企業価値の創造

決算説明会、経営説明会の開催、機関投資家の皆さまとの国内外でのミーティングの開催、IRイベントへの参加および株主総会での質疑応答等を通じ、株主・投資家の皆さまとコミュニケーションを図っています。



株主総会

社会からの信頼確保

職員によるボランティア活動や、教職員・高校生のインターンシップ受入、寄付講座の提供等を通じ、地域の皆さまとコミュニケーションを図っています。また、企業の消費者対応やお客さま本位の経営のあり方等について専門分野の有識者と意見交換を行う「消費者問題研究会」を継続して開催しています。



消費者問題研究会

職員・会社の活性化

経営層と職員との双方向コミュニケーション実現に向け、イントラネットを活用した「ネットワーク社長室」や、全国の各支社・各部での「役員と語る」の運営を行っています。



役員と語る

ステークホルダーダイアログ

ステークホルダーダイアログ



「いちばん、人を考える会社になる。」ために
第一生命グループとして取り組むことを考える

ステークホルダーダイアログの概要

当社グループでは、(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任顧問の古谷由紀子氏をお招きし、グループビジョン「いちばん、人を考える会社になる。」をテーマにステークホルダーダイアログを開催しました。参加者は第一生命グループ各社から選出した職員10人です。ビジョン実現のために私たちはどのようなことに取り組んでいけばいいのか、白熱した議論が展開されました。

今回は、当社グループにとっての「お客さま」とは誰なのか、そしてその「お客さま」のために、どんな価値を、どのようにして提供できるのかという観点から、2つのチームに分かれて議論を実施しました。それぞれが従事する業務や分野も多岐にわたっており、普段は気づかない視点にも互いに気づかされる、貴重な機会となりました。

古谷氏からの基調講演



ダイアログの冒頭では、古谷氏から、「自社および自社を取り巻く社会動向から、これからを考える」と題した基調講演を行っていただきました。

古谷氏は、当社グループが経営理念に掲げる「お客さま第一主義」、そして「いちばん、人を考える会社」とはどういうことなのか、職員一人ひとりが本質を理解してより具体的な実践方法に落とし込んでいく必要性を提示しました。その上で、保険金の不払い・支払い漏れなどを含む過去の事例、また食品の表示偽装問題など他社・他業種の事例を「消費者と事業者の関係」という視点から検証し、「なぜ起きてしまったのか、なぜ止められなかったのか」を考えることが重要だ、と強調しました。

さらに、最近の消費者問題の分野で起こった事件や制定された法律など、最新の動向や世の中の変化に目を向けておくことの大切さにも言及し、「こうした視点を踏まえて、十分に議論してほしい」と述べました。

重要なのは「お客さまとのコミュニケーション」と社内・グループ内での情報共有



| | |
|----------------|--------|
| DIAMアセットマネジメント | 三ツ扇 俊 |
| コンタクトセンター統括部 | 瀬尾 裕美子 |
| 第一フロンティア生命 | 北奥 郁代 |
| 団体年金サービス部 | 有岡 孝治 |
| 首都圏コンサルティング営業室 | 中村 真規子 |

私たちが考える第一生命グループの「お客さま」は直接のご契約者やそのご家族のほか、代理店や株主、メディア、グループ職員などです。営業を担当する参加者からは「説明できる相手はすべてお客さま」であると、「将来、契約者になる可能性のあるお客さま」の重要性を強調する声も。多彩な「お客さま」の要望に応じていくには、「商品やその手続き、説明など、さまざまな面でわかりやすさを追求していく」「グループが一丸となり、連携してお客さまへの対応に取り組む」ことなどが求められます。そして、お客さまへの提供価値を高めるために不可欠なこととして意見が一致したのが「コミュニケーションの活性化」。職員同士の情報共有や、社内、グループ内での一元的な顧客情報管理システムの構築も必要ですが、さらには「活き活きと働ける職場環境の実現も重要ではないか」と私たちは考えています。



一人ひとりが価値を生み出せる存在となることで、グループ全体の価値を高める



| | |
|---------------|--------|
| 第一生命情報システム | 杉田 聖 |
| ITビジネスプロセス企画部 | 佐藤 紀子 |
| 国際業務部 | 井上 桂太郎 |
| 都心総合支社 | 川口 綾子 |
| 特別勘定運用部 | 山本 礼 |

私たちは、多彩な切り口から議論を行いました。想定される「お客さま」として、「直接の契約者」のほか「取引先」「職員」、さらには「海外グループ会社」、システム開発に携わる参加者からは「システムユーザー」という声も挙がりました。

グループ全体の課題については、「保険だけではなく資産運用、健康管理なども含めたトータルコンサルティングが求められていると認識すべきではないか」「海外グループ会社については、相互に強みを活かしていく必要がある」などの意見が出ました。

最後のまとめでは、「一人ひとりが価値ある存在になって、新たな価値を生み出せるようになっていかなければならない」と向上心あふれる発言もあり、普段からお客さまのため、自身のために働くことの意義を強く認識しました。私たちは、それぞれの部署・立場から「お客さまにどんな価値が提供できるか」を考え、行動していく必要があると考えています。



古谷氏からの講評

非常に活発な議論がされていましたし、「お客さま」を幅広い範囲でとらえていたのはとても良かったです。ただ、もう一つ意識してほしいのは、お客さまと事業者との関係性についてです。商品情報一つとっても、お客さまは事業者から提供されるものに頼らざるを得ず、お客さまと事業者とは対等ではありません。消費者への情報格差をしっかりと意識し、「お客さまと一緒によりよい社会をつくっていく」という視点を持って、今日出されたさまざまなアイデアを実行に移してほしいと思います。



ダイアログ総括

「いちばん、人を考える会社」になるために、私たちは何に取り組んでいけばいいのか。もちろんこの議論は、簡単に答えが出るものではありませんが、第一生命グループとしての価値を生み出すには、社外の声を取り入れながらグループ横断的に認識を共有することが大事です。試行錯誤を繰り返しながらPDCAを展開していくことが、当社グループミッションの「一生涯のパートナー」を実現することにつながるはず。持ち帰った課題をそれぞれの部署でしっかりと共有し、理想の実現に向かって考え、行動し続けます。

お客さまの声

お客さまの声

お客さまの声を活かす仕組み

お客さま満足度の把握

お客さまの声の開示

消費者からの声

○ お客さまの声

お客さま懇談会

全国の支社で定期的に「お客さま懇談会」を開催し、商品・サービス等の改善に向けてお客さまのご意見・ご要望を直接伺っています。2013年度に開催した懇談会では、「生涯設計デザイナー活動」、「商品開発」等に関してご意見・ご要望をいただきました。



お客さま懇談会

継続的な業務プロセスの改善

■ お客さまの声から実現した改善事例

| | お客さまにとって不便・不満足な事象 | 改善策・改善結果 |
|--------|--|--|
| ご契約時 | <ul style="list-style-type: none"> ● 幅広いリスクに備えることのできる保険を発売してほしい。 | <ul style="list-style-type: none"> ● アシストセブン・アシストセブンプラスの発売 3大疾病・身体障害状態・要介護状態・死亡など、7つのリスクにひとつの特約で備えることのできる「アシストセブン」を発売しました。また、「アシストセブン」の支払事由に加え、身体障害者等級1級から4級に認定された場合や、公的介護保険制度における要介護1に認定された場合など、より幅広いリスクに備えることのできる特約「アシストセブンプラス」を同時に発売しました。(2014年1月) |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● より低廉な保険料負担で、一生涯の介護保障を確保したい。 | <ul style="list-style-type: none"> ● クレストWayの発売 解約返還金をなくすことで一生涯にわたる充実した介護保障をお手頃な保険料で準備できる「クレストWay」を発売しました。また、当社独自基準の支払事由に加え、公的介護保険制度と連動した支払事由を導入し、分かりやすく幅広い給付内容を実現しました。(2014年1月) |
| ご契約期間中 | <ul style="list-style-type: none"> ● 名義変更の手続きは色々書類もそろえないといけないし、手続きが面倒。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 名義変更などのお手続きには保険証券をお預かりしていましたが、保険証券の提出を不要とし、変更後の内容で証券を再発行、もしくは「ご契約内容変更明細書」を送付することとしました。(2014年1月) |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 第一生命カードや第一生命サービスパスポートを持っていないと契約者貸付・積立配当金・すえ置金引出しに時間がかかる。 ● お金をすぐ引き出したいのにカードのパスワードを忘れてしまい、書類でやりとりしないと引き出せないなんて不便だ。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 第一生命コンタクトセンターへお電話いただき、自動音声にしたがって操作することにより電話一本で即日手続きを完了できる「お引き出しクイックテレホンサービス」を開始しました。(2013年9月) |

| | |
|---|--|
| <p>お支払い時</p> <p>● 保険金・給付金をもっと早く受け取りたい。</p> | <p>● 保険金等のお支払額確定後、当社による送金処理からお客さまご指定口座へ保険金・給付金をお届けするまでに従来は1～3営業日を要しておりましたが、送金事務プロセスの改訂により、最短で当日中にお客さまの口座へお届けが可能となりました。これにより、さらに早く、保険金・給付金を受け取りたいというニーズにお応えすることができるようになりました。(2014年6月)</p> |
| <p>● 葬儀費用や生前の医療費などに死亡保険金を使いたいが、書類の準備に時間がかかる。</p> | <p>● 一定の要件を満たす死亡保険金のご請求について、お客さまのお手続き当日中にご指定の口座へ保険金をお届けする「保険金クイックお受取サービス」をご用意しています。さらに、所定の請求書と死亡診断書、本人確認書類のコピーをご提出いただくことで最大500万円の死亡保険金を先にお届けする「死亡保険金簡易お手続きサービス」を新たにをご用意しました。これらのサービスをご利用いただくことで、今まで以上に、大切な方がお亡くなりになられた際の緊急資金ニーズに、お応えすることができるようになりました。(2014年6月)</p> |

(登)C14P0401(2014.9.16)⑤

お客さまから生涯設計デザイナー等に寄せられた感謝の声

事例

入院給付金の手続き中に、急な病状悪化によりお亡くなりになったお客さまのことです。手続き終了後、ご家族より、「あなたが父のことを入院中から気にかけてくれていたおかげで、手続きもスムーズに進み保険金を受け取ることができました。長期に渡る闘病の看護をねぎらってくれた人はあなたが初めてです。本当に誠意ある温かいフォローをしてくれたことに心より感謝します」と仰っていただきました。

死亡保険金の手続き中に、所属に電話が入りました。「主人が亡くなり、保険の手続きをお願いしたところ、わざわざ二人で対応いただき、迅速、丁寧でわかりやすくご説明いただけたので、一言お礼を伝えたく電話しました。私と娘の深く沈む気持ちによりそっていただき、優しく思いやりある対応をいただけたので、救われる思いがしています。主人が第一生命を選んでくれて、本当によかったです。ありがとうございます」との言葉をいただきました。

75歳になるお客さまへ定期的に訪問をしていたある日、「私はがんで、あまり長くは生きられないのよ」と打ちあけられました。そこで、受取人である娘さんにも合わせていただき保障内容を説明しました。それから1か月後「母が亡くなりました」と娘さんから連絡があり訪問しました。手続き終了後、「あの時、わざわざ時間をとって説明いただきありがとうございます。母が残してくれた保険金は大切にしていきたいと思います」との言葉をいただきました。

“安心の定期点検”で訪問した際に、ご契約内容をご本人とご家族と一緒に確認したところ、随分前に加入された保険だったので保険自体が既に無効だと思われていました。受取人も既に亡くなられていたため、名義変更・指定代理請求特約の手続きをさせていただきます。「生涯設計レポートが送られてきて中身をしっかりと確認しないので、直接説明してもらって本当に助かりました。ありがとうございます」とお客さまご本人だけでなくご家族の方からも感謝していただきました。

“安心の定期点検”で訪問した時のことです。普段は働いているお客さまなので、なかなかお会いすることが難しく、いつもポストに投函する活動となっていました。継続訪問を続けた結果、お客さまが時間を作ってくださいお会いすることができました。契約内容のご説明をする中で、半年前に目の手術をしたというお話があったため、すぐに給付金の手続きを行いました。お客さまは忙しさと「給付金は出ないだろう」との思い込みから行動に移さなかったようですが、今回のご案内により給付金をお受け取りいただくことができ、大変感謝していただきました。

入院給付金のご請求で、ご提出いただいた書類に不明点があったため、本社より電話しました。結果的には、追加でお受け取りいただけるものが無かったため、ご期待にそえず申し訳ない旨お詫びしたところ、「文書での通知だけでなく、親切に電話をくださったのは第一生命さんだけだった。丁寧に説明もしてくれて、大変助かった。妻のことを気にとめてくれてとても嬉しかった。感謝しています」との言葉をいただきました。

お客さまの声

お客さまの声

お客さまの声を活かす仕組み

お客さま満足度の把握

お客さまの声の開示

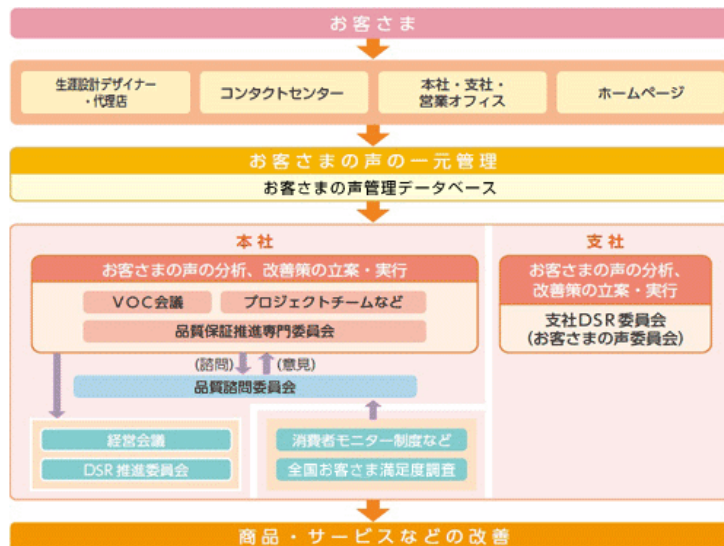
消費者からの声

○ お客さまの声を活かす仕組み

当社は、寄せられた苦情に対して受け付け次第すみやかに対応し、事実関係の確認も含め、最優先に取り組みます。ご契約のあらゆる場面（「ご契約時」、「ご契約期間中」、「保険金などお支払時」）でいただいた「お客さまの声」にお応えし、お客さまに最も支持される生命保険会社となることを目指しています。

日々全国からいただく「お客さまの声」を経営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りながら運営しています。これは、お客さまとの接点を通じて寄せられる「お客さまの声」を集約・分析し、経営や業務改善に反映させる仕組みです。具体的には、毎月の「VOC[※]会議」で分析し、課題を整理後、プロジェクトチーム等にて、具体的な改善策を立案・実行し、その取組みを「経営会議」などに報告しています。また、改善策などの検討に際しては、「消費者モニター制度」等を通じ、消費者の立場からのご意見・アドバイスをいただき、お客さまのご要望に応えられるよう努めています。この仕組みのもと、さらなるお客さま満足の上昇のために、商品やサービスなどの改善を進めています。

※ VOC: Voice of Customer (=お客さまの声)の略



お客様の声

お客様の声

お客様の声を活かす仕組み

お客様満足度の把握

お客様の声の開示

消費者からの声

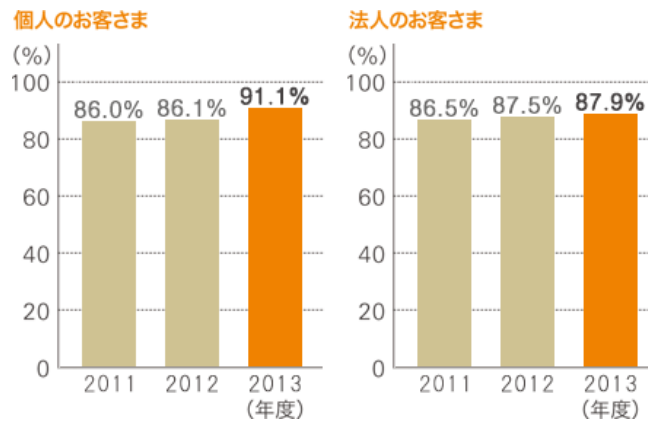
○ お客様満足度の把握

経営基本方針に掲げる「最大のお客様満足度の創造」の達成度を測る指標として、お客様満足度を毎年把握しています。個人のお客様(ご契約者)および法人のお客様を対象とし、外部機関によるアンケート方式の調査「全国お客様満足度調査」を実施しています。

調査によって把握するお客様の総合満足度を中期経営計画の目標値の一つとし、本社各部の取組みに反映させるとともに、「品質保証推進専門委員会」を中心としたお客様満足の向上の取組みに役立てています。

■ 全国お客様評価の調査

総合満足度「満足」「やや満足」と回答されたお客様



■ 全国お客様満足度調査の送付数と回答数

| | 送付数 | 回答数 |
|--------|---------|---------|
| 個人のお客様 | 50,401名 | 12,721名 |
| 法人のお客様 | 1,941社 | 706社 |

お客さまの声

お客さまの声

お客さまの声を活かす仕組み

お客さま満足度の把握

お客さまの声の開示

消費者からの声

○ お客さまの声の開示

2006年10月より、「お客さまの声」の件数ならびに苦情の解決件数を、当社ホームページに掲載しています。当社に寄せられた「お客さまの声」の受付状況と件数については月単位で掲載し、年度累計としての実績も掲載しています。また、2007年5月からは、「お客さまの声から実現した改善事例」を掲載し、当社の具体的な取組みを紹介しています。

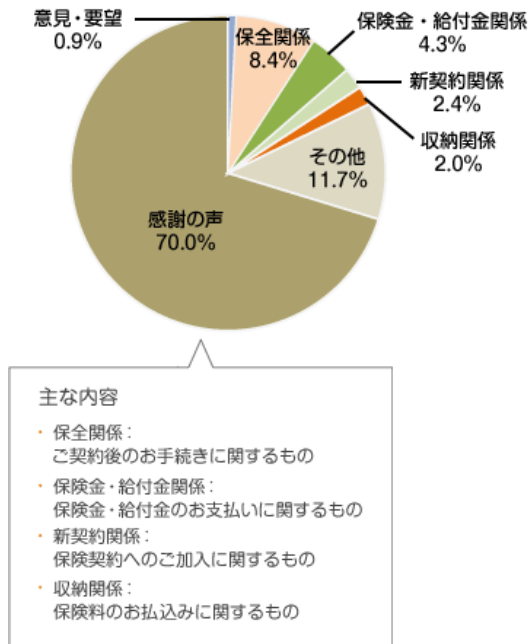
※ 2014年4月21日より一部内容を変更しております。

▶ 「お客さまの声(苦情、感謝の声、ご意見・ご要望)」の件数

■ お客さまの声の件数と内訳

| | 2013年度 |
|---------|----------|
| 苦情 | 44,691件 |
| 感謝 | 107,817件 |
| ご意見・ご要望 | 1,459件 |
| 合計 | 153,967件 |

■ お客さまの声の内訳(2013年度)



お客さまの声

お客さまの声

お客さまの声を活かす仕組み

お客さま満足度の把握

お客さまの声を開示

消費者からの声

消費者からの声

品質諮問委員会

消費者の視点からご意見をいただくことを目的に「品質保証推進専門委員会」の諮問機関として2006年に「品質諮問委員会」を設置しています。具体的には、「品質保証推進専門委員会」で検討された課題等について諮問し、各委員から寄せられたご意見等を業務改善に反映させています。なお、2012年度から「保険金等支払審議委員会」を「品質諮問委員会」に統合し、支払管理態勢に関する事項も同委員会に諮問しています。

消費者モニター

消費者の皆さまからご意見をいただくために、1984年から「消費者モニター制度」を運営しています。消費者問題の有識者、消費生活センターの相談員、消費生活アドバイザー[※]の方々等に消費者モニターとしてご協力いただき、全国の主要都市において懇談会を開催しています。消費者モニターの方々からは、商品・サービス等についてご意見・アドバイス等をいただき、業務改善に反映させています。

[※]消費生活アドバイザー: 企業と消費者のパイプ役となる人材を育成することをねらいとした内閣総理大臣および経済産業大臣事業認定資格。なお、当社はこの資格の取得に積極的に取り組んでおり、332人の職員がこの資格を有しています(2014年4月現在)。



消費者モニター懇談会

■ 消費者モニター懇談会の主なテーマ(2013年度開催分)

- 新商品の発売に伴う「チラシ」「パンフレット」「保障設計書(契約概要)」等
- 年金保険の年金受取に伴う「お手続き書類(ご高齢者対象帳票)」等
- 団体保険の「パンフレット」「加入申込書」「事務手続き書類」等
- 生涯設計デザイナー使用のモバイルツール“DL Pad”活用によるお手続き等
- ご契約のしおり・重要事項説明書(注意喚起情報)
- 第一生命のホームページ
- 生命保険証券

消費生活センター訪問によるご意見の収集

各支社の支社長・CS推進統括部長を中心に、全国約180カ所の消費生活センターへの定期的な訪問を実施し、生命保険や当社に関する情報を提供するとともに、消費生活センターに寄せられる生命保険関連の苦情・相談や相談員の方々からのご要望等を収集しています。

株主・投資家とのかかわり

株主・投資家とのかかわり

IR活動方針

当社はIR活動を通じ、株主・投資家および証券アナリストの皆さまに対し、経営戦略および財務・業績状況などに関する情報を適時・適切に提供します。そして、その内容を的確に理解していただけるように努めていくことで、皆さまからの信頼と適切な評価を得ることを目指しています。

当社は、金融商品取引法などの法令および東京証券取引所が定める有価証券上場規程などに従い、情報開示を行います。その他の情報についても、当社に対する理解を深めていただくと考えられるものに関しては適時・適切に開示を行います。

皆さまよりいただいたご要望・評価については、会社経営の参考にするとともに、社内で情報を共有し、企業価値の向上に役立てていきます。

株主・投資家とのコミュニケーションと株主配当方針

株主・投資家の皆さまとの対話

当社は株主・投資家の皆さまとの対話を重視しています。年4回の決算説明会、年2回の経営説明会、年間300社を超える（うち海外では100社を超える）機関投資家とのミーティングを実施し、こうした機会に経営幹部が直接、株主・投資家の皆さまとの対話を行っています。また、「日経IRフェア2013」など、個人投資家向けIRイベントや会社説明会にも参加し、当社に対する理解を深めていただくよう努めています。

当社ホームページに株主・投資家の皆さま向けのページを開設し、ニュースリリースや説明会の資料、映像、音声など株主・投資家および証券アナリストの皆さまに有用な情報を掲載しています。個人投資家の皆さまに対しても、当社をよりよく理解していただけるよう、わかりやすい表現で当社の業界シェア、経営戦略やエンベディッド・バリューなどについて説明しています。

株主総会

2014年6月24日、第4期定時株主総会を開催しました（当日ご出席株主1,702名、所要時間2時間27分）。株主総会では、事業内容の報告や3つの議案の決議を行いました。

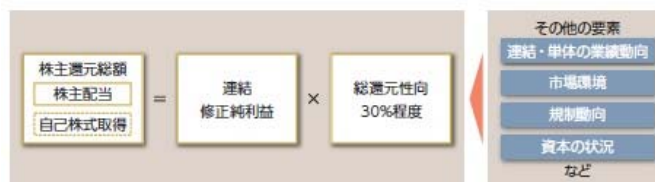
特に、事業内容の報告では、昨年度の振り返りや「中期経営計画の進捗状況と今後の成長戦略」の説明について、株主の皆さまにとってよりわかりやすいものとなるよう努めました。そのほか、議案や当社グループの事業運営などについて株主の皆さまとの質疑応答を通じ、コミュニケーションのさらなる充実を図りました。さらに会場内で当社DSR経営における社会課題解決に向けた取組みに関するパネルやサラリーマン川柳を展示したほか、ご出席の株主の皆さまへのアンケートを実施しました。

株主総会招集ご通知については、早期（総会3週間前）の発送を行ったほか、発送1週間前に当社ホームページなどで公開し、株主の皆さまに議案などを十分ご検討いただけるよう努めました。

株主総会后には、当社ホームページにて、事業内容の報告や中期経営計画の進捗状況と今後の成長戦略を動画配信するとともに、株主の皆さまからの質問の概要、議決権行使結果などを掲載し、積極的な情報開示を行っています。

株主配当方針

株主還元は安定的な株主配当を基本とし、連結修正純利益に対する総還元性向を30%程度とすることを中期的な目処としつつ、利益成長にともなう株主還元の拡大を目指します。



※ 連結修正純利益は、実質的な収益力を示す当社独自の指標であり、連結当期純利益に危険準備金の法定超過繰入額（税引後）を加算するなどして算出しています。

※ 総還元性向＝（株主配当総額＋自己株式取得総額）／連結修正純利益