

2022年度「お客さま第一の業務運営方針」に係る取組み状況について

2023年6月

第一生命保険株式会社

一生涯のパートナー

第一生命

 Dai-ichi Life Group

「取組み状況」の公表にあたって

- 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、改善活動の定性的な取組みに加え、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、それぞれ表示しています。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）の対応関係につきましては、当社HPに対応表を掲載しています。

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
方針1 原則2 高い専門性と職業倫理の追求	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [チーフデザイナー層占率]	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [NPS(ネット・プロモーター・スコア)] + 【KPI】 [スチュワードシップ活動の外部評価]	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [お客さま数]
方針1 原則2 あらゆる業務品質の向上	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [苦情件数] [お客さまの声からの改善取組み]		
方針2・3 原則4・5・6 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [健康増進への寄与度] [地域課題解決への寄与度]		
方針2 原則6 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [ご契約の継続率、解約・失効率]		
方針4 サステナビリティの推進	各取組みの振返り・評価等		
方針5 原則3 利益相反の適切な管理 スチュワードシップ活動の推進	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [対話活動・議決権行使の状況]		
業務運営を適切に評価する体制の構築			

※当社では複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売推奨しておりません。したがって、当該事項に係る金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」の原則5―注2、原則6―注2につきましては、当社「お客さま第一の業務運営方針」の対象としておりません。

取組みの実践状況

高い専門性と職業倫理の追求

高い専門性・コンサルティング能力と、お客さま第一のコミュニケーション力を高めるための教育

方針1、1-(1)、1-(2)
原則2

方針2-(5)
原則6-(注)5

- お客さまニーズに沿った適切なコンサルティング・提案ができるよう、ビジネスマナーやコミュニケーション力向上を目的としたカリキュラムを充実させるとともに、提案力の強化を図っています。
- 特に、入社後の5年間で育成の重要な期間と位置づけ、お客さまから信頼される生涯設計デザイナー®育成に向け、マナーを含むコミュニケーション力・コンサルティング力等の強化に取り組んでいます。
- 2022年7月、コンサルティング・商品が一体となった募集プロセス刷新を実施しました。その中で、社会保障を考慮した保障額をシミュレーションし保障設計書と連動させることで、より納得感の高いコンサルティングに取り組んでいます。



社内研修の様子

お客さま第一の実践を支えるための価値観・使命感の共有・浸透

方針6
原則7、7-(注)

- 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」を実施しています。
- 営業オフィスにて毎月「カスタマー・ファーストを考える日」を実施することで、使命感やお客さまに寄り添う気持ちと行動の共有を図り、お客さま本位の行動の推進に向けた教育を実施しています。
- 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BOOK2022」を活用し、日々の活動を振り返り、お客さまの信頼に繋がる行動について自分ごと化して考え、実践すべき取り組みの共有・浸透を図っています。
- お客さまに寄り添う気持ちと行動を最も実践した生涯設計デザイナー®を「“With You”マインド大賞」として表彰しております。また、大賞の映像教材を全社宛に提供し、お客さまに寄り添う活動を啓蒙することで、お客さま第一の業務運営の一層の浸透を図っています。



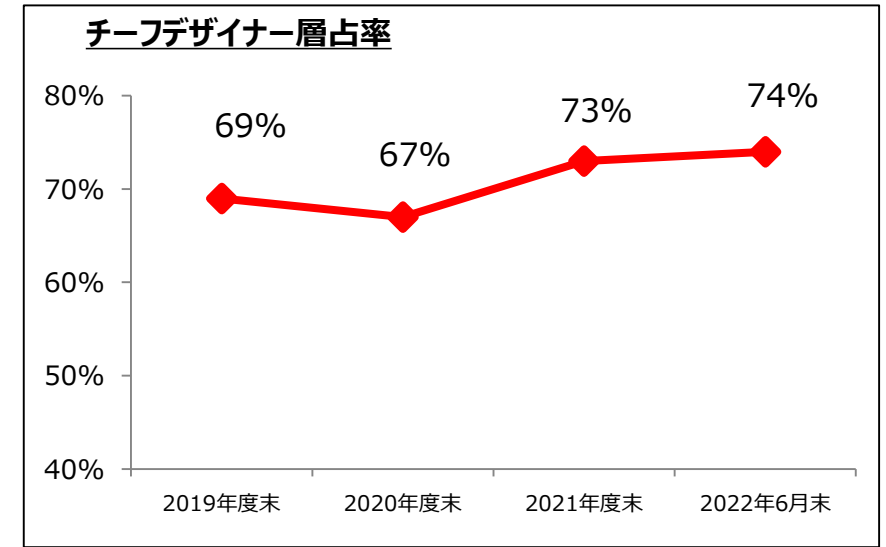
“With You”マインド 感動エピソードBOOK

高い専門性と職業倫理の追求

[KPI] 生涯設計デザイナー®の育成状況 ～チーフデザイナー層占率～

方針1
原則2

- 生涯設計デザイナー®に対し、営業活動の基本となるホスピタリティやビジネスマナー、コミュニケーションスキル、さらに商品知識や社会保障・税務等の周辺知識を入社初期の研修期間において集中的に教育し、お客さまニーズに沿った適切な対応が行えるよう、コンサルティング力の強化に向けて取り組んでいます。
- CXを高いレベルで創出・体現できる自律型生涯設計デザイナーの採用・育成を目的に、2022年7月に制度改定を実施しました。
* 本改正に伴い、2022年は6月末実績を表示しております。



あらゆる業務品質の向上

お客様の声等を経営に反映させる取組み

方針1-(3)
原則2-(注)

- あらゆる接点においていただいた「お客様の声」を苦情やご意見はもとより、感謝の声等も幅広く収集し、お客様第一につながる業務品質向上に活用しています。
- 社外の消費者関連の有識者などが参画する「品質諮問委員会」や「消費者モニター制度」等を活用し、消費者の立場からいただいたご意見を業務運営に反映しています。なお、2022年度の「品質諮問委員会」では、消費者志向の取組み、生命保険業界全体の課題でもある高齢者への対応など、お客様に寄り添った対応のあり方についてご意見をいただきました。
- お客様の声をサービス等の改善に活かすための取組みや具体的な改善事例等を「お客様の声を活かした取組み」レポートやホームページ上で公開し、当社取組みの理解・普及に努めています。



消費者モニター制度



「お客様の声を活かした取組み」レポート

お客様ニーズに沿った安心のお届け、お客様への情報提供の充実

方針2
原則6

- お客様にあった保険商品をご選択いただくためには適切に情報提供を行うことが必要という考えに基づき、ご提案時の商品・サービスに関するわかりやすい情報提供に向けて改善に取り組んでいます。
- 外貨建保険のご検討時に最適な商品を選択いただくために、為替・金利など幅広い情報提供を行うほか、社内試験に合格し所定の研修を修了した者に販売資格を付与し、資格取得後の毎月の継続教育を強化、コンプライアンスや金融知識等について研修を実施しています。
- お客様から寄せられた具体的な「ご不満の声」を示すことで、お客様が知りたいことや気になることの気づきにつながり、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けるよう「お客様へのお約束」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。



様々な
情報提供



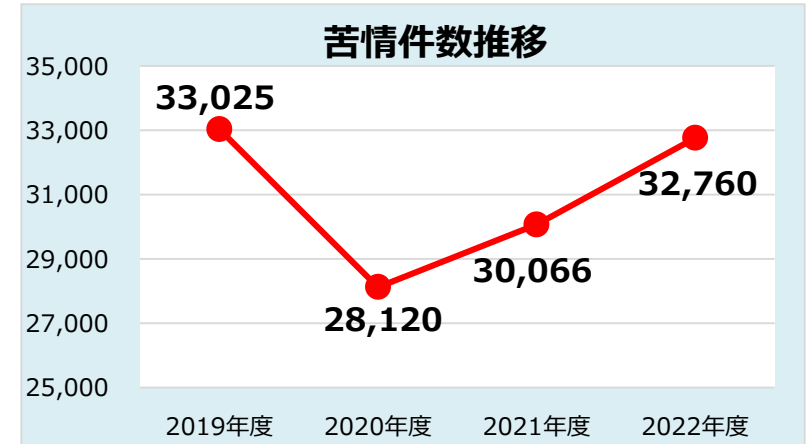
「お客様へのお約束」
リーフレット

あらゆる業務品質の向上

[KPI] お客様の声に係る取組み状況 ～苦情件数～

方針1-(3)
原則2-(注)

- 2022年度にお客さまからいただいた苦情は32,760件でした。
- 2022年度は新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、請求件数が大幅に増加したことに伴って、個人保険の給付金請求時における支払督促等に関する苦情（前年比+65%）などの影響により、前年比では増加となりました。
- 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、2022年度の新契約時の高齢者苦情は大幅改善（前年比▲28%）しました。
- 「苦情」「ご意見・ご要望」「感謝」といった全てのお客さまの声を一元管理し、分析や経営層への報告、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] お客様の声に係る取組み状況 ～お客様の声からの改善取組み～

方針1-(3)
原則2-(注)

- 日々の業務において、以下のような「お客様の声からの改善」に絶えず取り組んでいます。

<お客様の声からの改善取組み>

- ①お客さま第一の業務運営方針の「具体的取組み」の記載に関連するもの
- ②帳票の見直し、サービスの充実等、お客さまが改善を実感できるもの
- ③高齢者対応、ノーマライゼーション対応で改善したもの 等

お客様の声からの主な改善取組み

2022年度 **44件**

(参考)2022年度に実現したお客様の声からの主な改善取組みの一例

お客様の声	当社の対応
保険証券や告知内容控をペーパーレス化してほしい	これまで成立後に郵送していた保険証券・告知内容控について、ご希望のお客さまには、電子交付をすることで「ご契約者専用サイト」（Webサイト）で閲覧いただけるようになりました（2023年3月）

良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

多様なお客さまニーズにお応えできる商品のご提供

方針2-(1)
原則6-(注)3

- 2022年7月、お客さま体験価値（CX）向上に向けて「コンサルティング・商品」の一体改革を実施しました。
- 本取組では、社会保障制度を踏まえたシミュレーションに基づいた「必要資金・必要保障額」の見える化や商品間における保障の重複感をなくし、よりニーズにきめ細やかに応えられる商品ラインアップへの刷新を行っています。
- 今後、今まで以上に、お客さま一人ひとりに寄り添ったコンサルティングを実施していくことで、お客さまの「well-being（幸せ）」に貢献していきます。
- また、ご契約のしおり・約款において、全国主要都市で実施している「消費者モニター」よりいただいたご意見の反映や外部評価機関の評価などを踏まえて改定を行っており、引き続き、わかりやすさの向上に努めてまいります。

**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

- ✓ 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

お客さまのQOL※向上に貢献するサービスの充実

方針2-(1)
原則6-(注)3

- 健康増進のスマホアプリ「健康第一」を提供し、一人ひとりの健康状態にあわせた様々なコンテンツでお客さまの健康づくりをサポートするサービスの提供を行っています。
- お客さまの立場に立ったお手続きの推進へ向けて、給付金簡易請求の取扱いを拡充するとともに、デジタル手続きの対象範囲を拡大しました。
- 耳の聞こえないお客さまや聞こえにくいお客さま、発話が困難なお客さま向けに、ビデオ通話を使って通訳オペレーターと手話または筆談でお話いただける「第一生命手話リレーサービス」を実施しています。
- 人々のQOL向上に向けて、ミラシルを通じたQOLサービスの紹介を開始しました。婚活支援・終活支援サービスに加えて、教育支援や相続支援、家事代行やふるさと納税等の新たなQOLサービスを順次掲載しています。



スマホアプリ「健康第一」

※ 当社では「QOL(Quality of Life)向上」について、「一人ひとりが望むしあわせな人生や、生き方を実現すること」と考えています。

良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

お客さまのご意向に忠実な商品・サービスのご提案、丁寧なご説明

方針2-(2)、2-(3)、2-(4)
原則6-(注)1、4

- お客さまの立場に立ち、資産の状況とニーズに合致した納得感のあるご提案を行うため、コンプライアンスマニュアルに意向把握・情報提供の義務、最終意向確認、比較推奨の趣旨や目的を記載し、社内教育と確実な履行に努めています。
- 市場リスクを有する外貨建保険等の投資性商品のご提案にあたっては、「投資ご相談兼ご意向確認シート」を用いて、お客さまのご意向と適合性をしっかり確認したうえで、ご提案を行っています。
- また、ご高齢のお客さまから認知症保険や外貨建保険のお申込をいただいた際、商品内容やリスクを正しくご理解いただけているかコンタクトセンターから確認を行う「お申込時確認コール」を継続実施しています。さらに、2021年10月より原則として70歳以上のお客さまに保険をご案内する際、お子さま・お孫さまに同席いただき、より安心してお手続きいただけるよう募集ルールの改定を行いました。

投資ご相談に関するご確認画面

重要な情報のわかりやすいご提供

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

- 投資経験のないお客さまに対しては、具体的な商品提案前に「外貨運用について考える本」等を活用し、為替の仕組みやお手持ちの資金を外貨建保険とすることによるメリット・デメリットをわかりやすくお示したうえで、丁寧に説明しています。
- ご契約のしおりの改訂にあたっては「消費者モニター懇談会」等の場を通じて、お客さまが理解しやすい記載となっているか等についてご意見をいただき反映させるなど、重要な情報のわかりやすいご提供へ向けて改善を重ねています。
- 年に1回ご契約者へ送付している「契約内容のお知らせ」（生涯設計レポート）や、ご契約内容説明書について、見やすさ・わかりやすさの向上に向けてお客さまの声をリアルタイムに把握し、メッセージ内容等の改善を実施しています。
- お客さまの安定的かつ長期的な資産形成に資するよう、市場リスクを有する投資性商品に関し、お客さまにお支払いいただく費用等について、どのようなサービスの対価であるかを含めて分かりやすくご説明しています。



外貨運用について考える本

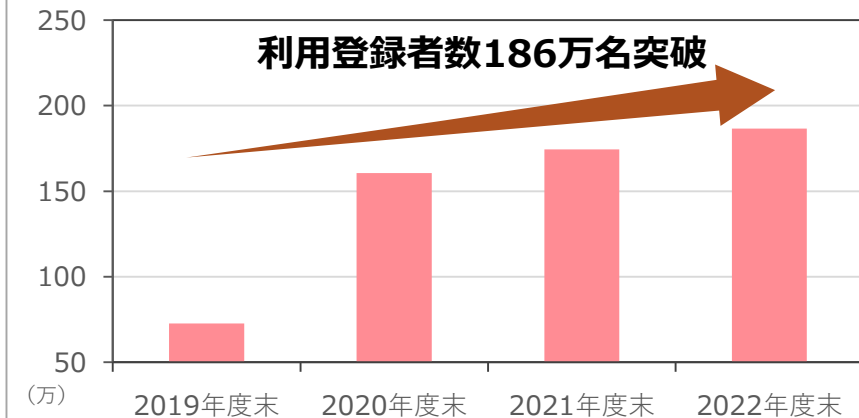
良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

[KPI]健康増進への寄与度 ～「健康第一」アプリの利用登録者数～

方針3
原則5

- 様々なお客さま接点を通じて「健康第一」アプリの活用促進活動に取り組んだ結果、アプリの利用登録者数は186万名超（2023年3月末）に達しております。
- 2018年3月には、疾病リスクチェックツールの提供を開始するとともに、当社ご契約者に限定していた一部機能をその他のユーザーにも開放、対応ウェアラブル端末の拡大を行っています。
- これからもこうしたテクノロジーを活用した独自の取組みを通じ、多くの人々の健康増進をサポートしていきます。

「健康第一アプリ」の利用登録者数



[KPI] 地域課題解決への寄与度 ～セミナー実施回数/参加者数～

方針3
原則5

- 新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえて、Webセミナー等を継続的に開催した結果、累計で190回、のべ人数で23,877名のご参加をいただきました。
- これからも、第一生命ならびに連携先パートナーのリソースを活用し、各地域との協働を通じて人々のQOL向上と地域の課題解決への貢献を果たしていきます。

セミナー実施回数・参加者数

2022年度

実施回数

190回

参加者数

のべ**23,877名**

定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

「安心の定期点検®」を通じた定期的・継続的な情報提供のレベルアップ

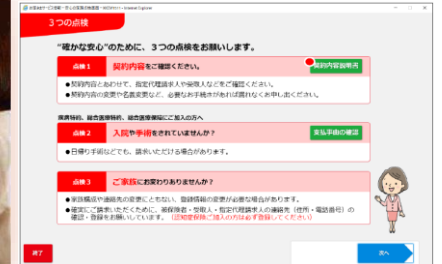
方針 2-(2)、2-(4)
原則 6-(注) 1

- フェイス トゥ フェイスに加え、電話やWeb面談ツール「Doors」、「健康第一」アプリ、ご契約者専用サイトなどお客さまのご意向に寄り添った方法での「安心の定期点検®」により、「ご契約内容の確認」「支払対象となる事由と履歴の確認」「ご登録内容の変更有無の確認」の「確かな安心のための3つの点検」を実施しています。
- 人生100年時代の到来により長期化するセカンドライフをより豊かなものにするため、シニア層のお客さまを対象にお役に立つ情報提供や、ご加入いただいている保険のコンサルティングを行う『セカンドライフコンサルティング』を実施しています。



安心の定期点検®

※写真はイメージです。



3つの点検

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、お受取サービスの充実

方針 2-(2)、2-(4)
原則 6-(注) 1

- 入院・手術給付金のご請求について、スマートフォン等からWeb（ご契約者専用サイト）上で給付金の請求が完結するサービス（※）や、生涯設計デザイナー®の使用する営業端末上で給付金の請求が完結するサービス（※）を提供しています。また、お客さまが手術給付金の請求対象可否を確認することができる「手術給付金お受取額シミュレーション」をホームページに公開しています。
- 2022年9月、ご契約者専用サイト上で給付金の支払明細を閲覧できる通知サービス（※）を開始しました。
- 緊急時の支出にご対応いただけるようにご請求当日中に死亡保険金をお受け取りいただける「保険金クイックお受取サービス」や、特に費用が高額となる先進医療を受けられた場合に、医療機関に直接給付金をお支払いする「特定先進医療ダイレクト支払サービス」等の拡大を図る等、お受取に関するサービスを提供し、利便性の向上を図っています。

※ ご利用には所定の要件があります



ご契約者専用サイト



保険金などの
ご請求手続きとお支払事例

定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

保険金・給付金お支払金額・件数

方針2-(2)、2-(4)
原則6-(注)1

- 2022年度において、当社は約1兆8,402億円の死亡、入院等の保険金・給付金、および満期保険金等をお受け取りいただきました。
- これからも「一生のパートナー」として、公平・公正なお支払を追求するとともに、お客さまのお立場に立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。

2022年度 保険金・給付金等のお支払金額

約1兆8,402億円
(1日あたり約50億円)

2022年度 保険金・給付金のお支払件数

250万4,117件 ※1 ※2
(1日あたり約6,860件)

※1 件数については、生命保険協会の「協会件数計上基準モデル」に則って計上しています
※2 満期保険金や生存給付金等の保険金・給付金は含みません



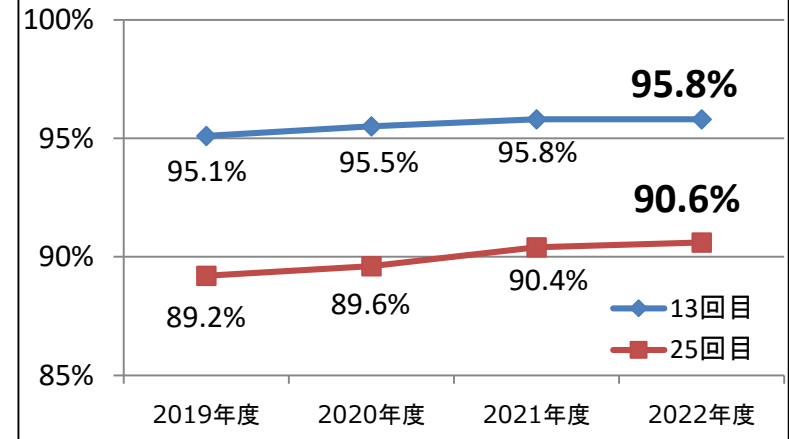
定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

[KPI]ご契約の継続に関する指標 ～ご契約の継続率・解約失効率～

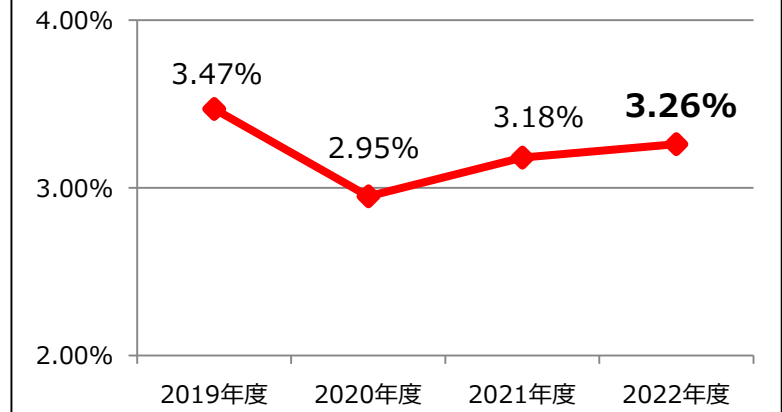
方針2-(2)、2-(4)
原則6-(注)1

- お客さまのニーズに合った商品のご提供と、お客さまの納得感・安心感につながるコンサルティングの向上によるお客さま第一のご提案に努めてきた結果、ご契約の継続率は引き続き高い水準を維持しています。
- 2022年度の13回目継続率は95.8%、25回目継続率も90.6%となり、前年水準感を維持しています。
 - 13回目継続率・・・ご契約から1年後に継続している契約の割合
 - 25回目継続率・・・ご契約から2年後に継続している契約の割合
 - ※いずれも保険金額ベース
- また、ご契約時のコンサルティング品質の向上に加え、お客さまにご契約内容の定期的なご説明を行う「安心の定期点検®」等を通じ、お客さまにご加入契約の有用性・妥当性の確認、あるいはライフスタイルに合った見直し等を行ってきた結果、2022年度の解約失効率は3.26%と前年より上昇したものの、引き続き低い水準で推移しています。
 - 解約失効率・・・当年度に解約・失効となった契約の保有契約高に占める割合
 - ※年換算保険料ベース

ご契約の継続率推移



ご契約の解約失効率



利益相反の適切な管理

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5

原則3、3-(注)、5-(注)1

- 当社では、「利益相反管理方針」等の方針・規程を制定するとともに、利益相反管理統括所管および利益相反管理統括者を定め、業務担当所管等から独立した立場で利益相反取引を一元的に管理しています。また、当社は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。
- これまで、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とするなどの見直しを行い、管理態勢にかかるPDCAを推進しています。
- また、お客さまの分かりやすさ向上の観点から、当社オフィシャルホームページに「利益相反管理方針」を掲載し情報提供の充実を図っています。



オフィシャルホームページ「利益相反管理方針等の概要」



スチュワードシップ活動の推進

お客さま・社会への社会的責任を果たすための、スチュワードシップ活動の推進

方針4、5

原則3、3-(注)、5-(注)1

- 当社は、日本全国のご契約者からお預かりした約38兆円の資金を幅広い資産で運用する「ユニバーサル・オーナー」として、運用収益の獲得と社会課題解決の両立を目指し、ESG投資とスチュワードシップ活動を柱とした責任投資を推進しています。
- また、当社では、社外委員が過半数を占める「責任投資委員会」にて責任投資に関する重要な方針等の策定や重要議案の賛否判断等について審議を行うなど、責任投資を推進する体制を整備し、スチュワードシップ活動の実効性の向上に努めています。
- 対話活動では、「成長ステージ」毎に異なる投資先企業の課題に寄り添い、中長期的な企業価値向上の支援に取り組んでいます。さらに、議決権行使基準や個別の投資先企業・議案毎の議決権行使結果の開示等により透明性向上を図っているほか、企業を取り巻く環境変化を踏まえ、「ESG」をテーマとしたエンゲージメントに注力しています。2019年度以降は「気候変動」を重点テーマに掲げたほか、2021年度は「人権」も重点テーマとして企業の対応を促進しています。

※詳細は「2022年 責任投資活動報告」をご覧ください

[KPI]対話活動・議決権行使の状況（2021年7月～2022年6月）

方針3-(1),5

原則3、3-(注)、5-(注)1

エンゲージメント

会社提案議案

株主提案議案

対話社数

役員面談率

<企業数ベース>
反対比率15.6%

<親議案ベース>
反対比率4.2%

<子議案ベース>
反対比率2.0%

<企業数ベース>
賛成比率0.0%

<親議案ベース>
賛成比率0.0%

<子議案ベース>
賛成比率0.0%

202社

約62%

企業数
1,483

企業数
5,826

企業数
16,125

企業数
51

企業数
213

企業数
228

サステナビリティの推進

日本全国のすべての人のQOL向上に貢献する取組み

方針4

- 第一生命は、生命保険による「保障」のお届けだけでなく、「健康・医療」、「資産形成・承継」の領域や、人と地域や社会の新たな「つながり・絆」も併せた4つの体験価値の創出を通じて、お客さまのQOL向上に貢献することを目指し、それに資する「商品」「サービス」「ご提案(コンサルティング)」のレベルアップに取り組んでいます。
- こうした取組みの一環として、全国の自治体等との連携・協働を積極的に行っており、全国の各地域での様々な取組みを通じ、健康増進や地域活性化等の地域における課題解決に貢献しています。



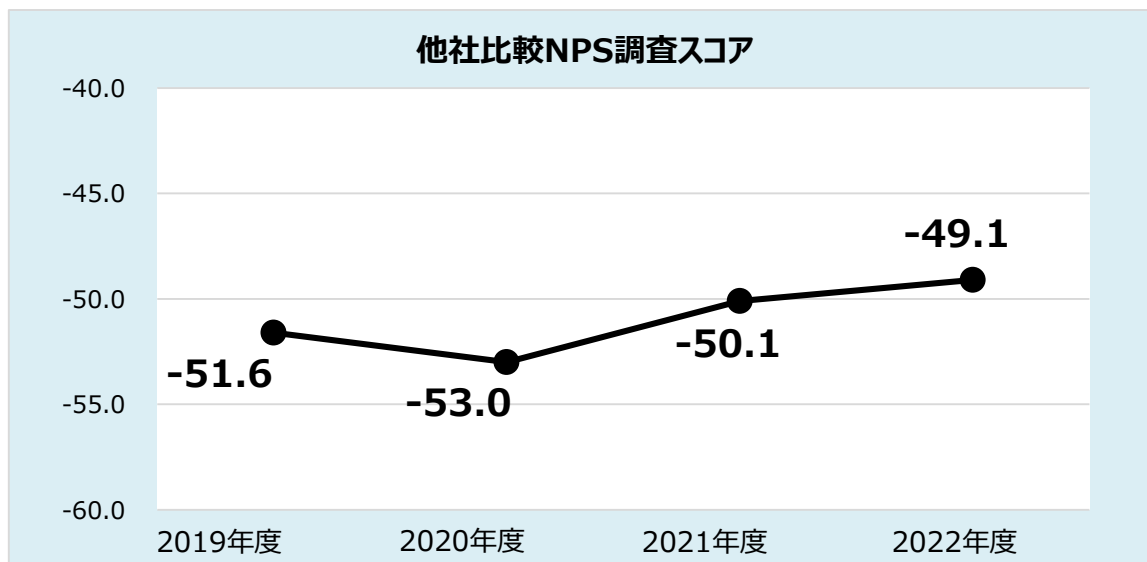
社外・お客さまからの評価

社外・お客さまからの評価

[KPI] NPS[®] ※ (ネットプロモータースコア) ～中立な外部調査機関によるお客さま満足度調査結果～

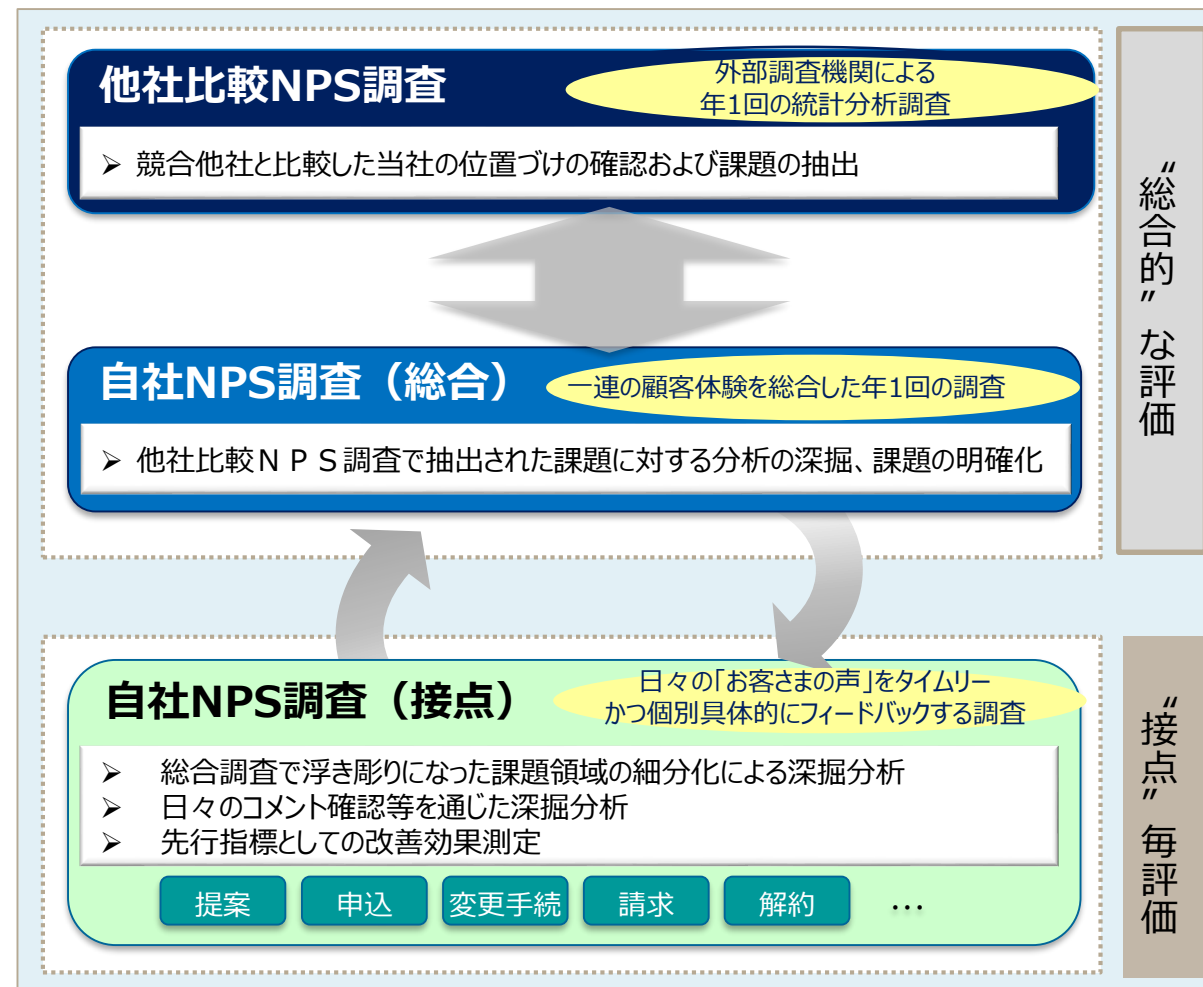
- 当社では、お客さま満足度調査として、役割に応じて3つの調査(図1)を実施し、お客さまの声を改善活動に役立てることで、さらなる品質・サービスの向上に取り組んでいます。
- その中でも「他社比較NPS調査」では、当社にご契約をいただいているお客さまへ、外部調査機関を通じて年に1回アンケートを送付し、客観的な視点による競合他社と比較した当社の抱える課題の抽出・分析・改善策の策定などに活用しています。NPSは2021年度から改善(図2)しています。

(図2)



※NPS[®]とは「Net Promoter Score (ネット・プロモーター・スコア)」の略で、「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨意向の質問に、0～10点の11段階でご回答いただきます。「推奨者割合」(9点・10点をつけた人の割合)から「批判者割合」(0～6点をつけた人の割合)を差引いた数値で、お客さまのロイヤルティを図る指標のひとつです。なお、NPSは、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・システムズの登録商標です。

(図1)



社外・お客さまからの評価

[KPI] PRIによるアセスメント結果 (※2022年PRIアセスメントは実施されなかったため、2021年の結果を掲載しております)

方針4、5

原則3、3-(注)、5-(注)1

- 2021年のPRIアセスメント（PRI事務局による外部評価）において、投資・スチュワードシップ方針は最高評価である「5」を獲得しました。
- 引き続き、責任投資取組の更なる高度化を推進していきます。

分野	2021年 (評価期間:2020/1~12) 当社への評価
投資・スチュワードシップ方針	5
議決権行使※	4
上場株投資※	4.5
債券投資※	4.75
不動産投資	5



※PRIとは、Principles for Responsible Investment（責任投資原則）の略称で、国連が金融業界に対して提唱したイニシアティブ。機関投資家がESG課題を投資の意思決定に組み込むことを目指した原則が示されています

- 2021年PRIアセスメントでは、責任投資に係る近年の動向を考慮して、アセスメントの構成・設問内容が全面的に改訂されました。
- 評価方法においても2020年までのA+～Eの6段階評価から、5～1の5段階評価に変更されています。（2020年のPRIアセスメント：スチュワードシップ活動「A+」）

※議決権行使・上場株投資は、2分野(ファンダメンタル戦略・REIT等)の平均評価、債券投資は4分野(国債等、社債、プライベートクレジット、証券化商品)の平均評価を記載

事業の成果

事業の成果

[KPI] お客さま数

- 特定感染症保険（第一スマートの「コロナminiサポほけん」）の新規取扱停止、その他商品の新契約販売の低迷等の影響により、前年からお客さま数は減少しました。
- 第一生命グループでは、多様化するお客さま一人ひとりのニーズに適切にお応えするために、第一生命・第一フロンティア生命・ネオファースト生命等の商品・サービスを、それぞれの特性に応じた最適なチャネルを通じてお届けしています。
- その中で、第一生命ではアイペット損保のペット保険や、投信・iDeCo・NISAといった資産形成商品、第一スマートの少額短期保険など、お客さまの様々なニーズに対応できる商品を提供しています。
- 従来の生保商品に加えて、新たな体験価値を含む商品の提供を通じて、これからもお客さまに選ばれ続ける生命保険会社として努めてまいります。

単位：万名

お客さま数

