

2026 年 6 月 22 日

お客さま本位の業務運営方針における主な取組及び成果指標の公表

株式会社ニッセンライフ

2025 年度の「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況と成果指標をご報告いたします。

取組方針 1：本方針の取組と実践

私たちは、本方針を単なるスローガンに留めず、全役職員の日常業務における規範として定着させるため、事務所内への掲示、および方針を記した社員証の常時携帯を義務付け、意識の不断の向上を図っております。

- **お客さま本位の業務運営委員会の運営** 2020 年 5 月に設立された本委員会は、取締役会の承認を得た当社のガバナンスの中核組織です。営業・間接部門の全セクションから選抜された委員で構成され、原則として四半期ごとに開催しております。当年度も、お客さまの声や現場の「気づき」を深く分析・検証し、実効性のある改善策を全社研修やコンプライアンスニュースへ反映させることで、組織的な業務運営の高度化に活用しております。
- **業務品質評価の継続とコミットメント** 私たちは「生命保険乗合代理店業務品質評価」において、2023 年の認定取得以降、2024 年、2025 年と連続して認証を更新いたしました。保険業法や監督指針の改正等、代理店に求められる要請がより厳しくなる中で、本認証の継続は当社の業務品質に対するコミットメントを示す重要な柱であると位置づけております。今後も「お客さまに選ばれ続ける代理店」としての地位を揺るぎないものとするため、品質維持・向上に継続して取り組んでまいります。

取組方針 2：「お客さま本位」の追求とお客さまの声を企業文化に反映

私たちは、通販と電話のみで応対する非対面モデルと、お客さまと直接お会いして応対する対面モデルを、ご要望に応じて提供しております。2025 年度にいただいたお客さまの声と、私たちの改善の取組を以下にご紹介します。

- **非対面モデル：電話および多様なコンタクト手法の活用** 非対面モデルではアウトバウンド架電でお客さまとコンタクトを図っておりますが、お電話のタイミングや電話営業そのものに対するご意見を頂戴することがございます。お電話を希望されない方への架電停止はもちろんのこと、お客さまのご都合の良いタイミングでご連絡できるよう、資料請求をいただく際に連絡可能な時間帯等を確認する仕組みを構築しました。また、お電話以外のコンタクト手法として、LINE 等の新たなツールを導入し、有効に活用する取組を開始しております。
- **対面モデル：提携代理店との連携強化** 対面モデルでは、私たちが獲得したアポイントを共同募集代理店へ引き継いでおりますが、その過程でお客さまからご不満の声をいただくことがありました。その多くは、当社と提携代理店との間での情報共有の不足や遅れに起因するものでした。現在、提携代理店とは定例の打ち合わせを実施しておりますが、これまで以上に緊密なコミュニケーションを図り、お客さまに寄り添った対応を行えるよう改善に取り組んでおります。

取組方針 3：「お客さま本位」の利益相反の適切な管理

私たちは、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反の管理を経営の最重要課題の一つと位置づけております。

- **プロセスの記録とモニタリング態勢** 募集プロセスはすべて基幹システムに記録し、通信販売においては音声ログを全件保存しております。これらの記録は営業部門から独立した管理部門が厳格にモニタリングし、当初意向の把握から最終確認に至るプロセスの妥当性を検証した上で、各募集人へ具体的なフィードバックを実施しております。
- **評価基準における公正性の担保** 私たちは、募集人の評価基準として手数料額を用いておりません。保険募集に際しては、会社が定める比較推奨方針に則り、利益相反の適切な管理に努めております。今後も、お客さまのご意向を丁寧に把握したうえで保険商品を選別・推奨し、商品特性がお客さまのご意向にどのように合致しているかを分かりやすく説明することを徹底してまいります。

取組方針4：「お客さま本位」のわかりやすい情報提供

非対面コミュニケーションが主となる通信販売において、情報の非対称性を解消し、お客さまの主体的な商品選択を支援しております。

- **Web サイト「Will Navi」による情報提供** 「保険は分かりにくい」というお声にお応えするため、Web サイト内のコンテンツ「保険のほ」を通じ、複雑な保険知識やライフプランニングに関する情報を、お客さまご自身が理解を深められるよう平易な言葉で解説しております。
- **多様なニーズへの対応** 健康状態に不安を抱えるお客さま等のご要望にお応えし、最適な選択肢としての情報提供を強化いたしました。その結果、少額短期保険の契約件数が着実に増加しており、潜在的なニーズを的確に充足できたものと認識しております。
- **現場の知見に基づくトークスクリプトの改善** コールセンターでの対応実績から得られた「伝わりやすい言葉」を反映し、トークスクリプトを随時アップデートしております。常に最新かつ分かりやすいご説明ができるよう、継続的な品質向上に努めております。

取組方針5：「お客さま本位」の一人ひとりにふさわしいサポート態勢

ご契約後も安心をお届けするため、保全手続きや契約内容の定期確認、ライフステージの変化に即した見直し提案など、生涯にわたるアフターフォローを実施しております。以下にご紹介するお客さまからの感謝のお言葉は、私たちの取組の成果を示すものであり、従業員のモチベーション向上にも大きく繋がっております。

【給付金請求において】

- 「保険を勧められて加入した当時は正直いらないと思っていたが、加入後何度も給付金を頂いて本当に役に立った。ありがとう」とのお言葉を何度もいただきました。
- 「給付請求をした時、受付担当者が、何度質問しても嫌な声一つ出さず丁寧に対応してくれた。大変お世話になり、ありがとうございます」とのお言葉をいただきました。

【既契約者へのアフターフォロー（保障見直し）において】

- 新しい証券を受け取られたお客さまから、「夫婦ともに更新型の保障を、最新の終身保障に見直すことができて良かったです。ありがとうございます。」とのお手紙を頂戴いたしました。

取組方針 6：「お客さま本位」の適切なガバナンス態勢と人材教育

私たちは、高度な専門性と職業倫理を維持するため、重層的な教育プログラムを運用しております。コンプライアンスニュースの配信および確認テストによる知識定着、研修による実務判断力の養成を継続し、毎月の経営会議にて取組状況を直接検証するガバナンス体制を構築しております。詳細な研修実施頻度等につきましては、後述の「指標 3」をご参照ください。

取組方針 7：「お客さま本位」のための従業員に対する適切な動機付けの仕組み等

私たちは、「従業員の満足度が高まれば、結果としてお客さまの利益に資する」という経営理念のもと、健康経営を強力に推進しております。この取組の実効性が認められ、2026 年 3 月 9 日に、経済産業省より「健康経営優良法人」の認定を継続して取得いたしました。心身ともに健康で、働きがいを実感できる環境整備が、ひいてはお客さまへの良質なサービス提供に直結するものと確信しております。

取組状況の補足事項

金融庁の定める「顧客本位の業務運営に関する原則（これらに付された（注）を含む）」において、当社が非該当としている項目【原則 5（注 2）、原則 6（注 2）、原則 6（注 3）、補充原則 1～5】とその理由は以下の通りです。

私たちは乗合代理店であり、取扱う商品は、各生命保険会社、各損害保険会社および各少額短期保険会社から提供されている商品です。したがって、私たちは、お客さまのご意向に沿った商品を当社取扱商品の中から提案させていただく立場であり、複数の金融商品・サービスをパッケージとして独自に販売・推奨を行うことはありません。また、金融商品の組成自体には携わっておりません。

2025 年成果指標

指標 1：保有契約件数の推移

	2024 年末	2025 年末
保有契約件数	103,249 件	100,177 件
生命保険契約	82,732 件	81,061 件
損害保険契約	19,659 件	18,222 件
少額短期保険契約	858 件	894 件

指標 2：お客さまの声

	2024 年	2025 年
苦情	71 件	43 件
お褒め・感謝	29 件	10 件
合計	100 件	53 件

指標 3：「業務品質向上のための研修と態勢整備」

実施項目	実施頻度
コンプライアンスニュースによる研修	四半期ごと実施
コンプライアンス集合研修	年 2 回（半期ごと）実施
個人情報関連研修	年 1 回（9 月実施）
個人情報保護ニュースによる研修	四半期ごと実施
自己点検	四半期ごと実施
業務監査	年 2 回（半期ごと）実施

以上