



2023年6月29日

「『お客さま第一の業務運営方針』に基づく 2022年度取組み状況」の公表

第一フロンティア生命保険株式会社(代表取締役社長:明石 衛、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、2022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。

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、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 基づく2022年度取組み状況

2023年6月
第一フロンティア生命保険株式会社



いつでもあなたに、とっておきを。
第一フロンティア生命
第一生命グループ

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、改善活動等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」（本資料上の表示は「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』（本資料上の表示は「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。

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	a) 高い専門性と職業倫理の追求 方針1 原則2	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [ジェロントロジー協会資格認定者数] [FP2級等の資格取得者数]	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [お客さまの声受付件数] [お客さまの声を受けた業務改善件数] [解約率] + 【KPI】 [NPS] [コールセンターの対応内容に関するアンケート]	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [お客さま数]
	b) あらゆる業務品質の向上 方針1 原則2	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [お客さまの声受付件数] [お客さまの声を受けた業務改善件数] [解約率]		
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	c) 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	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [代理店向け研修の実施回数]		
	d) 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ 方針2 原則6	各取組みの振返り・評価等 + 【KPI】 [ご家族安心サポート付加件数]		
③ お客さま・社会への社会的責任を果たす	e) 利益相反の適切な管理 方針5 原則3	各取組みの振返り・評価等		
	f) サステナビリティの推進 方針4	各取組みの振返り・評価等		

①お客さま第一を実践し、自ら高めていく

a) 高い専門性と職業倫理の追求

【KPI】日本金融ジェロントロジー協会資格認定者数

方針1,1-(1),1-(2)

原則2

方針2-(5)

原則6-(注)5

- ご高齢のお客さまにより一層寄り添ったコンサルティングの実現に向けて、当社従業員が「金融ジェロントロジー」の知識修得に取り組んでおり、代理店向けの情報提供や研修を通じて、ご高齢のお客さまに対するコミュニケーションやサービスの向上をサポートしています。
- 「日本金融ジェロントロジー協会」が提供する「エッセンシャル金融ジェロントロジー講座」を受講し、同協会の資格認定者となった従業員数は合計で232名となりました。



2022年度末時点
ジェロントロジー協会
資格認定者数
232名

【KPI】FP2級等の資格取得者数

方針1,1-(1),1-(2)

原則2

方針2-(5)

原則6-(注)5

- 多様化・高度化するお客さまニーズへの対応力を高めるため、当社従業員においても、商品・サービスについて十分な知識を持ち、最適なコンサルティングを行えるよう、継続的に教育を行う態勢を整備し、専門資格の取得を推進しています。

資格	2018年 4月	2019年 4月	2020年 4月	2021年 4月	2022年 4月	2023年 4月
FP 2 級・AFP 取得者	293名	327名	352名	377名	414名	451名
うち、FP 1 級・CFP® 取得者	43名	44名	45名	48名	59名	61名
証券アナリスト（2次） 取得者	53名	47名	54名	57名	57名	57名
消費生活アドバイザー 取得者	24名	26名	29名	31名	36名	37名
アクチュアリー正会員数	12名	11名	13名	15名	12名	16名

※2023/4/1時点の従業員数は550名

b) あらゆる業務品質の向上

【KPI】お客さまの声受付件数

方針1-(3)

原則2-(注)

- 2022年度は、円安の進展によって、多くのご契約についてお客さまが設定された運用目標値※に到達し、資産形成にお役立ていただきました。
- SMSアンケート等を通じて、感謝の声は1,140件に増加しました。一方で、目標値到達後の契約内容照会やお手続きに関するお申出等を多く頂いたことや、コールセンターの電話がつながりにくくなったこと等から、苦情件数は7,485件に増加しました。その結果、お客さまの声の受付件数は9,420件に増加しました。
- 引き続き、お客さまからのご意見・ご要望を広く収集し、真摯に受け止め、業務の改善やサービスの向上につなげてまいります。

※「一時払保険料の円換算額」に対する「解約返還金額の円換算額」の割合で、目標値到達後は一括受取や円建保険として継続等の選択が可能

分類		2020年度	2021年度	2022年度
苦情	保険契約へのご加入に関するもの	1,328	1,134	1,400
	ご契約後のお手続き等に関するもの	633	1,512	1,366
	保険金・給付金のお支払い等に関するもの	352	577	554
	その他	1,780	2,667	4,165
小 計		4,093	5,890	7,485
ご意見・ご要望		232	697	795
感謝の声		403	595	1,140
合 計		4,728	7,182	9,420

【KPI】お客さまの声を受けた業務改善件数、お客さまの声に基づく業務改善の状況

方針1-(3)

原則2-(注)

- お客さまへのアンケート、コールセンター等に寄せられたご意見・ご要望を受けた業務改善件数は10件でした。
- 2022年度は、ご契約内容・状況をWEB上でご確認頂ける機能を拡充する等、お客さまの利便性向上に努めました。

お客さまの声を受けた業務改善件数

2022年度 10件

(参考)2022年度に実現したお客さまの声からの主な改善取組みの一例

お客さまの声	業務改善内容
郵送物ではなく、WEBで契約の状況を確認したい	「ご契約者向けインターネットサービス（マイページ）」上で、定期的に郵送している「ご契約内容のお知らせ」「ご契約状況のお知らせ」をいつでもご確認いただけるようにしました。

b) あらゆる業務品質の向上

【KPI】解約率

方針1-(3)

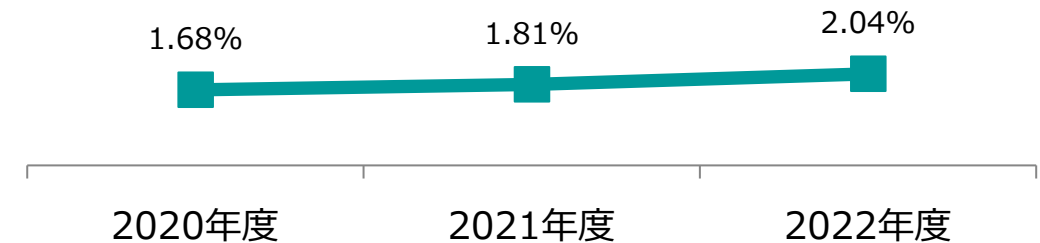
原則2-(注)

- お客様のニーズに沿った商品提案が行われるよう代理店のコンサルティング力向上をサポートするとともに、ご加入後はお客様に定期的・継続的な情報提供を行っています。
- これらの取組みの結果、多くのお客様に長期間にわたりご契約いただき、経済環境の変動による影響はあるものの、解約率（保障性商品）は2%前後の低水準で推移しています。

解約率（保障性商品）

＜算出方法＞

当年度解約件数 ÷ (期始保有契約件数 + 当年度新契約件数)



※対象商品は広汎商品名「プレミアプレゼント」「プレミアプレゼント2」「プレミアプレゼント3」で、お客様が設定された目標値（※）到達後にご解約された契約を除く
※目標値は「一時払保険料の円換算額」に対する「解約返還金額の円換算額」の割合

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

c) 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

商品ラインナップ

方針2-(1)

原則6-(注)3

- 2022年度は新たに2商品の販売を開始し、お客さまの多様なニーズにお応えする商品ラインアップの充実を図りました。
- プレミアプレゼント3は、保障がふえるまでの期間の短縮（2年間から10カ月間）、「認知症・介護プラン」に告知なしタイプ（保障がふえるまでの期間は3年間）の新設を行いました。
- プレミアフューチャーMは、将来成長が期待できる“厳選された世界株式”で運用しつつ、保険ならではの機能を備えることで、積極的に資産を増やしたいというニーズにお応えする商品になります。
- 資産形成や資産承継のニーズにお応えした商品がお客さまから多くのご支持をいただいています。

NEW

NEW

当社の主な商品の概要

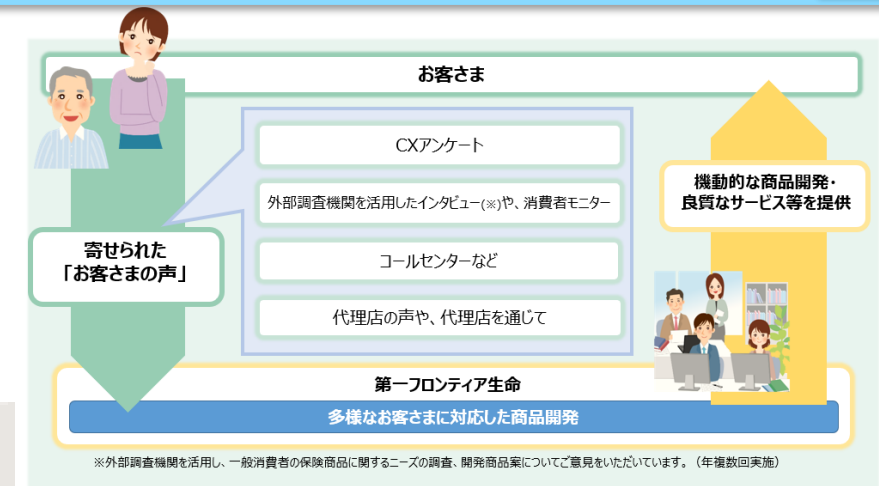
プレミアカレンシー3	「人生100年時代」の長生きリスクへの備えに対応する個人年金保険です。
プレミアジャーニー	年金原資額について、一時払保険料以上を指定通貨建で確保しつつ、参照する指数の上昇率に応じた上乗せが期待できる個人年金保険です。
プレミアレシーブ	「金利でふえた分を毎年受取りたい」、ご家族に「減らさずにのこしたい」というニーズにお応えする定期支払金付の終身保険です。
プレミアストーリー4	「生前贈与の基礎控除枠を確実に活用したい」「為替リスクのない円建で贈与したい」「生存給付金の支払日を指定したい」等の多様な生前贈与ニーズにお応えする終身保険です。
プレミアプレゼント3	家族のために「ふやしてのこしたい」というお客さまの相続対策や、自身が認知症や要介護状態になった際の保障を備えた終身保険です。
プレミアフューチャーM	将来成長が期待できる“厳選された世界株式”で運用しつつ、保険ならではの機能を兼ね備えた円建の変額個人年金保険です。

多角的なお客さまニーズの把握への取組み状況

方針2-(1)

原則6-(注)3

- ご契約者さまへのアンケートや、消費者モニター等の取組みにより、多角的なお客さまニーズの把握に努め、商品開発、サービス等の向上に活かしています。



c) 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

代理店のコンサルティング力向上に向けた支援状況

方針1,1-(1),1-(2)

原則2

方針2-(5)

原則6-(注)5

- お客さまニーズにお応えする保険商品・サービスを適切にご提供するため、当社においてコーチングスキル・コミュニケーションスキルを身につけた研修講師を多数養成し、独自の代理店向け研修等を通じて、代理店の人財育成、スキルアップをサポートしています。
- コロナ禍の状況を踏まえ、動画を組み合わせて参加者を飽きさせない工夫を凝らしたオンライン研修・セミナーを推進する等、多種多様なデジタルソリューションのご提供を進め、きめの細かいサポートが可能な体制を構築しています。
- 代理店のコンサルティング担当者が、スマートフォン等から当社の商品や関連情報をいつでも参照・学習可能なポータルサイト「フロンティア・カレッジ」をご提供しており、100以上の代理店にご利用いただいています。
 - ・ リモート環境下での利用ニーズの増加を受け、簡単にサイト上から同時参加可能なライブ勉強会を受講できる機能の開発や、お客さまのアフターフォローコンテンツの充実等、多様な機能・コンテンツの開発を行い利便性の向上を図っています。
 - ・ 2023年1月、利用者のニーズ調査に基づいたUXデザインの見直しを行い、より使いやすく、知りたい情報にすぐに辿り着ける設計にリニューアルしました。
- 2022年8月から、代理店のコンサルティング担当者が時間や場所の制約なく、コンサルティングにおいて重要なスキルである「表現力」の基礎を学べるオンラインサービス「ロープレAI：mimik」をご提供し、代理店の人財育成をサポートしています。

ソリューション

概要

01

フロンティア・ラーニング・プログラム (FLP)



預かり資産営業に欠かせないスキルについて豊富なメニューを揃えています。「明日からすぐ使える」内容になっています。

02

コンサルティング・トレーニング・プログラム (CTP)



コンサルティング営業推進の力不足、伸び悩みを解決する実践的研修です。課題に応じたカスタマイズが可能です。

03

フロンティア・デジタル・トランスフォーメーション (FDX)



デジタルコンテンツを集約した金融機関さま専用のポータルサイト「フロンティア・カレッジ」を提供しています。最新機器を完備したスタジオから、高品質なオンライン研修を提供可能です。

フロンティア・カレッジ



c) 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

【KPI】代理店向け研修の実施回数

方針1,1-(1),1-(2)

方針2-(5)

原則2

原則6-(注)5

- 当社が提供する「FLP（フロンティア・ラーニング・プログラム）」は即戦力となる「人財の育成」を支援するオリジナルの研修コンテンツで、代理店ごとの営業上の課題にあわせて、営業現場で求められる「実践力」を鍛える研修です。
- 具体的には、公的年金や相続・税務およびマーケット知識を強化する研修に加え、お客さまとの良好な関係を築くためのコミュニケーション研修や、学んだスキル・知識を集中的なアウトプットにより定着させるロールプレイング等、「実践力」を磨く多種多様な研修メニューをご提供しています。
- 2022年度は、コロナ禍の状況を踏まえ、オンラインを活用しながら、1,111回のFLP研修を実施いたしました。

代理店向けFLP研修実施回数

2022年度 1,111回

FLPの全体像

「実践力」を鍛える各種研修テーマ				
参加者イメージ 研修テーマ	新任者	中堅層	ベテラン層	リーダー層
アウトプット 強化研修	実践形式のペアロープレ勉強会（知識・スキルの集中的なアウトプット）			
セールス スキルアップ 研修	セールスコミュニケーション研修			
	生命保険営業ノウハウ研修			
	コンサルティングトレーニングプログラム研修（CTP）			
	プレゼンテーションスキルアップ研修			
マネジメント 強化研修	マネジメント層向けコミュニケーション研修			
周辺知識 強化研修	公的年金・相続・税務など各種研修			
	金融経済・相場見通しなど各種講演			
すぐに役立つ 各種研修	コンプライアンス研修・各種商品研修			

c) 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供

商品パンフレット・お客さま向け通知物等の分かりやすさ向上に向けた第三者評価の活用

方針3,3-(1),3-(3)

原則5,5-(注)1,2,3,4,5

- 当社は、第三者評価機関であるUCDA※¹のコンサルティングによって得たノウハウをもとに、お客さま向け資料等の継続的な改善を図り、分かりやすさ向上に努めています。
- 2022年度は、「プレミアフューチャーM」の契約締結前交付書面兼商品パンフレットが、優れたコミュニケーションデザインを表彰する「UCDAアワード2022」紙カテゴリ部門において、特別賞※²を受賞しました。

※¹ 一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会

※² UCDAが、独自の視点や特徴的な評価結果を持つ企業・団体に贈る賞です。

「プレミアフューチャーM」契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット 見本



c) 良質な商品、サービスのわかりやすいご提供



重要情報シートを活用した保険提案

方針2-(1),2-(2),2-(3)

方針3,3-(1),3-(3)

原則6-(注)1,2,3,4

原則5,5-(注)1,2,3,4,5

- 2021年10月より、ご提案する保険商品と、他の金融商品や同種の保険商品について、商品・サービスの内容を比較することが容易となる「重要情報シート」のひな型を代理店に提供しています。
- 「重要情報シート」には、販売対象として想定するお客さま、商品特性や、各種リスク・実質的な利回り・コスト等について記載しています。
- 「重要情報シート」はお客さまの意向把握後、意向に合致した商品群の中から個別商品に絞り込む過程において活用し、特に他の金融商品との比較を望むお客さまに対しては、このタイミングで本シートを活用しながら、比較説明を行うよう代理店向けに指導しています。

2023年4月版

販売会社：株式会社○○○○

この資料は、この商品の全ての事項を記載したものではありません。ご検討、お申込みの際には、「商品概要」「契約詳細交付書面（契約概要／注釈等）」「商品パンフレット」「契約書」ご契約の「約款」は必ずご確認ください。

この商品は第一フロンティア生命引受保険会社とする生命保険です。預金とは異なり、また、元本割れすることがあります。

1. 商品等の内容（当社は、組成会社等の委託を受け、お客さまに商品の販売の勧誘を行っています）

金融商品の名称・種類	プレミアレンジャー3 積立利率変動型個人年金保険（19）（通貨指定型）
組成会社（引受保険会社）	第一フロンティア生命保険株式会社
販売委託元	
金融商品の目的・機能	【目 的】 「通貨」と「プラン」の組み合わせで、大切な資産をしっかりと守る定期個人年金保険です。 【機 能】 ・指定通貨を、米ドル、豪ドルまたは円より選択いただけます。 ・2つのプランから選択いただけます。 ①基本プラン ・運用する通貨・期間を選びます。 ・運用期間満了時には、ご契約時に指定した年金原資額（指定通貨）を受け取れます。 ・外貨建の場合、解約返還金額の円換算の目標額を設定できます。 ・目標額に到達した場合には、自動的に円貨で運用成果を確保します。 ②満期選択プラン ・元金給付満期：運用する通貨・期間を選びます。 ・運用期間中、死亡給付金額・解約返還金額を貯えることで、運用期間満了時の年金原資額が大きくなります。
商品組成に携わる事業者が想定する購入層	この商品は、以下の意向があるお客さまを念頭に組成しています。 ・おまたは資金を、運用期間中のうちに保険を確保しながら、運用により増やしたいお客さま ・為替変動リスク（外貨建の場合）、金利変動リスクに伴う元本割れを許容できるお客さま
パッケージ化の有無	ありません。
クーリング・オフの有無	クーリング・オフの適用があります。ご契約の申込または一時払保険料充当金を保険会社が受け取った日のいずれか遅い日から起算して8日以内であれば、書面または電話的記録（第一フロンティア生命ホームページ）により可能です。

（留意事項）① あなたの会社が提供する商品のうち、この商品が、私の知識、経験、財産状況、ライフプラン、投資目的に照らして、ふさわしいという判断は同か。
② この商品を購入した場合は、どのようなリスクがあるかを理解し、そのリスクを許容できるのか。
③ （ターゲット型の商品の場合）目標達成しなかった場合について説明してほしい。

重要情報シートイメージ

手数料の見える化

方針3-(2)

原則4

- お客さまの安定的かつ長期的な資産形成に資するよう、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見える化を行っています。
- 「ご契約時」、「ご契約期間中」、「ご解約時」等にお客さまが負担する費用をパンフレット等に明記しているほか、お客さまに負担いただく費用や募集代理店に支払う販売手数料について商品概要書等において開示しています。

d) 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

「ご契約前」・「ご契約時」・「ご契約後」における情報提供

方針2-(4)

原則6-(注)1

- 当社は、商品・サービス等に関する重要な情報について、「ご契約前」・「ご契約時」・「ご契約後」のそれぞれのタイミングで、お客さまにご理解いただけるよう商品・サービス等の特性を踏まえ、分かりやすくご提供しています。

会社・経営に関する情報提供

■ ホームページ



■ アニュアルレポート



最適な保険選びのための情報提供

■ 商品概要書



■ お役立ちブック



■ 契約締結前交付書面 兼 商品パンフレット



■ WEBセミナー



■ 重要情報シート



■ 意向確認書



■ 特別勘定のしおり



■ ご契約のしおり・約款



ご契約後の情報提供

■ ご契約内容のお知らせ ・ご契約状況のお知らせ



■ 運用期間満了に伴う お手続きのご案内



■ 特別勘定四半期 運用レポート



ご契約者さま向けインターネットサービス



お客さまサービスセンター



手話リレーサービス



LINE公式アカウントにおける各種サービスの利用

ご契約前・ご契約時

ご契約後

d) 定期的・継続的な情報提供、フォローアップ

保険金・給付金・年金お支払額および件数

方針2-(2),2-(4)

原則6-(注)1

- 2022年度は、死亡保険金・死亡給付金・認知症介護保険金および年金を合わせて119,622件、4,162億円をお支払いしました。引き続き、お客さまと大切なご家族の安心で豊かな生活を支えています。

保険金・給付金・年金お支払い実績（2022年度）

お支払件数

119,622件

お支払額

4,162億円

※保険金・給付金のお支払い件数は、契約単位で算出（1契約につき複数の受取人にお支払いしても1件として算出）
 ※年金のお支払いは、年金原資額の一時的払いを含む

【KPI】ご家族安心サポート付加件数

方針2-(4)

原則6-(注)1

- 「ご家族安心サポート」は、ご契約者が自ら手続きを行うことができない場合に、予め指定されたご家族の方（保険契約者代理人）が、ご契約者に代わってご契約の諸手続きや契約内容の確認等を行うことができる無料のサービスです。ご契約者が認知症等により手続きができなくなった場合にも、安心してご契約を継続いただくことができます。
- ご契約時の本特約付加の推奨や定期的に郵送している「ご契約内容のお知らせ」での本特約のご案内をしております。
- 2023年3月末時点で、全契約の約3割にあたる51.7万件のご契約に付加されており、多くのお客さまから選ばれているサービスです。

「ご家族安心サポート」付加件数

2022年度末 51.7万件

※2021年4月より取扱い開始



保険契約者代理特約



契約内容ご案内制度

契約者ご自身が、手続きを行う意思表示が困難である、またはそれに準ずる状態と判断される場合は、「**保険契約者代理人**」が本人に代わって手続きを行うことができます。

「保険契約者代理人」がご契約内容について、いつでも照会できます。

③お客さま・社会への社会的責任を果たす

e) 利益相反の適切な管理 f) サステナビリティ推進に向けた取組み

利益相反の適切な管理

方針5

原則3,3-(注)

- 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、「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。
- 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。
- お客さまの分かりやすさ向上の観点から、当社公式ホームページに「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。

利益相反管理方針

利益相反管理方針（第一フロンティア生命）

第一フロンティア生命保険株式会社（以下、「当社」といいます）は、「お客さま第一の業務運営方針」を履行するとともに、第一生命グループの「グループ利益相反管理基本方針」に基づき、当社または当社の親会社等もしくは子会社等（以下、「当社等」といいます）が行う取引に伴って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、利益相反のおそれがある取引の適切な管理を行います。

1.利益相反管理態勢の整備

当社は、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取引を一元的に管理します。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います。

2.利益相反のおそれがある取引の特定プロセス、類型等

利益相反管理の対象となる取引とは、お客さまが自己の利益を優先させてくれるとの合理的な期待を抱く状況において、お客さまの利益が不当に害されるおそれがある取引（以下、「対象取引」といいます）です。
対象取引の特定にあたっては、利益相反管理者が、個別具体的な事柄を総合的に勘案して決定します。
対象取引の類型は以下のとおりです。なお、これらは継続して検証を行い、必要に応じて見直しを行います。

1. 当社等の利益を不当に優先させることにより、お客さまの利益を不当に害する可能性がある場合
2. 他のお客さまの利益を不当に優先させることにより、お客さまの利益を不当に害する可能性がある場合

当社公式ホームページ「利益相反管理方針」

サステナビリティ推進に向けた取組み

方針4

- 当社ではサステナビリティ推進に向けて、「気候変動への対応（CO2削減・責任投資）」や「金融リテラシー教育の推進」等について取り組んでいます。
- 「気候変動への対応」については、事業会社としてのCO2排出量削減に加え、ESG投資の推進、機関投資家としてのCO2排出量削減等に取り組んでいます。
- 「金融リテラシー教育の推進」については、自社で開発した「ライフシミュレーションゲーム Frontier World」を用いて全国の小中学校・高校・大学で研修等を実施しています。この取組みが評価され、令和4年度文部科学省「青少年の体験活動推進企業表彰」において、審査委員会優秀賞と特別賞（スペシャルニーズ賞）を受賞いたしました。



令和4年度文部科学省「青少年の体験活動推進企業表彰」

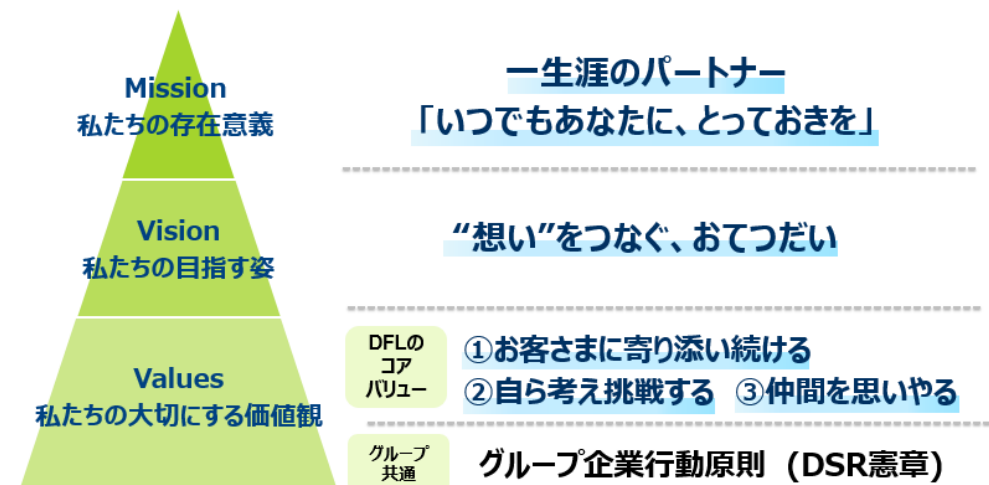
業務運営を適切に評価する体制の構築

当社の理念体系と浸透に向けた取組み

方針6

原則7,7-(注)

- 当社では、会社の存在意義（Mission）や目指す姿（Vision）、大切にしている価値観（Values）を理念体系として定めています。
- Visionである「“想い”をつなぐ、おてつだい」の実現に向けて、全従業員がぶれずに分かち合う価値観・行動指針として、「コアバリュー」を制定しています。
- 理念体系については、トップメッセージや、経営層と従業員の対話（タウンホールミーティング）等を通じて全従業員への浸透を図っています。



第一フロンティア生命の理念体系

CXの向上に向けた推進体制

方針6

原則7,7-(注)

- お客さまから選ばれ続ける会社となるため、「CX※1の向上」を経営の重要課題として認識しています。
- CXの向上に取り組む意義の社内での理解・浸透を図るとともに、経営層をメンバーとする経営会議、CX推進委員会およびCX戦略推進部を中心として、全社を挙げてSTPD※2サイクルで評価・振り返りを行う体制を構築しています。

※1 CX（Customer Experience）：お客さまが当社との接点を通じて体験する心理的・感情的価値

※2 STPD：「See」「Think」「Plan」「Do」の略

お客さまからの評価と事業の成果

【KPI】NPS®・コールセンターの対応内容に関するアンケート

- 当社への推奨度を表す2022年度のNPS®は-62.5%となりました。引き続き、ご契約者さまへの自社アンケート（CXアンケート）等の実施を通じて、お客さまの声を踏まえた業務の改善・サービスの向上に努めてまいります。
- また、2022年度は当社コールセンターの対応内容に関するアンケートも開始し、「オペレーターの説明のわかりやすさ」について、8割以上のお客さまが「大変良い」「良い」とご回答いただきました。

NPS®（CXアンケート）

2022年度 -62.5%

【調査の概要】

＜実施期間＞ 2023年2～3月

＜調査対象＞ ご契約者さまの中から約1.7万人

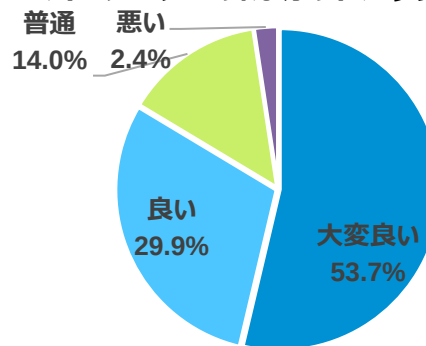
＜回答数＞ 約3,000件

※2022年度は、CXアンケートの送付対象の見直し等を行い、NPSの算出方法を変更しております。

※ NPS®は「Net Promoter Score」の略で、ペイン・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。当社に対する推奨度を0～10の11段階で評価して頂き、9・10を「推奨者」、0～6を「批判者」として、「推奨者の割合」-「批判者の割合」でスコアを算定しています。

コールセンターの対応内容に関するアンケート

＜オペレーターの説明のわかりやすさ＞



【調査の概要】

＜実施期間＞ 2023年3月

＜調査対象＞ 約980名

＜回答数＞ 約160件

【KPI】お客さま数

- 各取組みの実践の結果、2022年度末のお客さま数は131.5万人となっています。
- 引き続き、お客さま第一の視点にたって、“とおき”の商品・サービスをお届けすることで、お客さまに選ばれ続ける会社を目指します。

お客さま数※

2022年度末 131.5万人

（対前年度末 +9.5万名）

※お客さま氏名等の情報による名寄せ後の契約者または被保険者数