

お客さまを大切にする会社として
いつまでも変わらぬ安心をお届けします。



ごあいさつ

平素より、明治安田生命に格別のお引き立てを賜り、誠にありがとうございます。

平成21年度の日本経済は、一昨年秋の世界的な金融危機に端を発した急速な落ち込みから脱し、緩やかな回復基調をたどりました。輸出が中国・アジア向けを中心に回復に転じたほか、個人消費も経済対策の効果等により持ち直しの動きがみられました。しかしながら、失業率の高止まりやデフレの長期化懸念等から雇用・所得環境は厳しい状況が続き、金融・資本市場においても不安定な相場

環境が続きました。

生命保険業界においては、少子高齢化の進展やお客さまニーズの多様化といったマーケット構造の変化や、会計基準・監督規制の動向等を見据え、あらゆる環境変化に対しても決して揺るがない経営基盤を築くことがこれまで以上に重要な課題となってきました。

このような厳しい経済環境下ではありましたが、平成21年度決算では、保険料等収入が3兆2,824億円となり、3年連続の増収を達成することができました。

基礎利益は、営業職員の制度改革による人件費の増加や銀行窓販の大幅な伸展に伴う販売代理店手数料の増加等により事業費が増加し減益となりましたが、健全性を示す指標であるソルベンシー・マージン比率は1,187.5%、実質純資産額は3兆5,006億円となり、金融危機の影響を受けた平成20年度から大きく改善し、引き続き業界トップレベルの財務健全性を維持しております。

これもみなさまのご支援の賜と深く感謝申し上げます。

さて、当社では、平成20年4月から「明治安田チャレンジプログラム」に取り組んでおり、「基幹チャネルの抜本的改革」、「チャネル多様化と新たなマーケット開拓」、「経営基盤のいっそうの強化」の3点を柱に、お客さま満足度向上の徹底追求により、安定的な成長の実現をめざしております。

基幹チャネルである営業職員については、お客さまとのコミュニケーションを質・量ともに充実させ、サービス品質を飛躍的に向上させることを目的として、働き方を根本から変革させる抜本的な改革に取り組んでまいりました。その結果、平成21年度は、ご契約のクオリティを示す指標が引き続き改善するとともに、新契約件数が増加に転じるなど、改革での取り組みの効果が順調に現われてきております。加えて、多様化するお客さまニーズに的確に対応するため、お客さまの利便性向上に向けた新たなサービス・販売チャネルの開発にも積極的に取り組んでまいりました。

また、保険会社の基幹機能である引受・保全・支払業務については、当社にいた

だいたお客さまの声等を反映して、お客さまにとってよりわかりやすい、利便性の高い事務サービスの提供に向け、取り組みを進めてまいりました。さらに、お客さまとお約束した保険金・給付金のお支払いを将来にわたって確実に履行するために、財務基盤の維持・強化について引き続き注力するとともに、リスク管理のいっそうの高度化に向けた態勢整備に努めております。

平成22年度は、3カ年にわたる本プログラムの最終年度にあたります。お客さまによりいっそうご満足いただけるサービスを提供するために、これらの取り組みをさらに充実させるとともに、経営基盤のいっそうの強化に向けて、基金の再募集等による自己資本の充実に取り組んでまいります。あわせて、社会構造の変化と、お客さまの新しいニーズにスピード感を持って応えることができるよう、次の成長ステージを見据えたさらなる進化への準備を進めてまいります。

当社の全役職員は、生命保険事業の社会的使命を強く認識し、「お客さまを大切にできる会社」として、お客さまにいつまでも変わらぬ安心をお届けするため、これからも一丸となって誠心誠意努力を続けてまいります。

みなさまには、今後ともよりいっそうのご支援・ご指導を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

平成22年7月

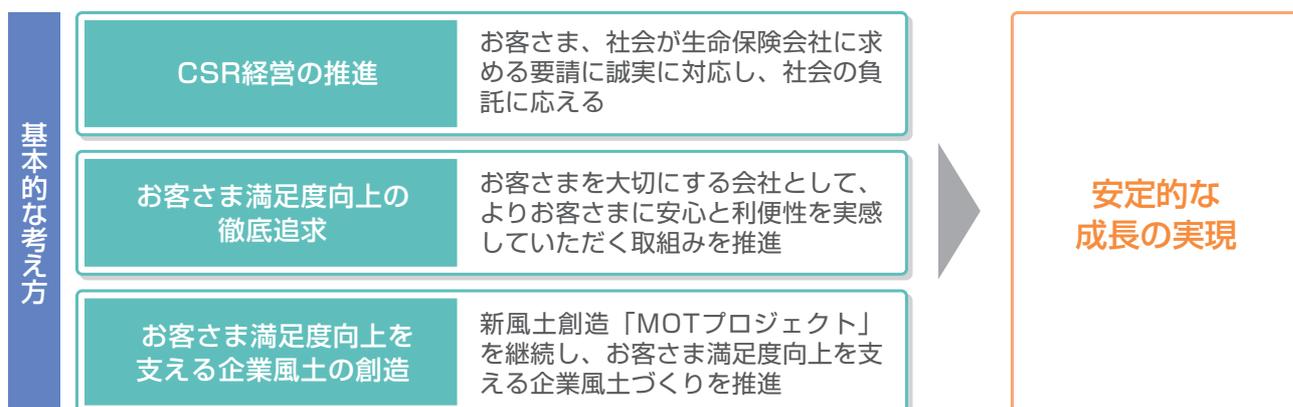
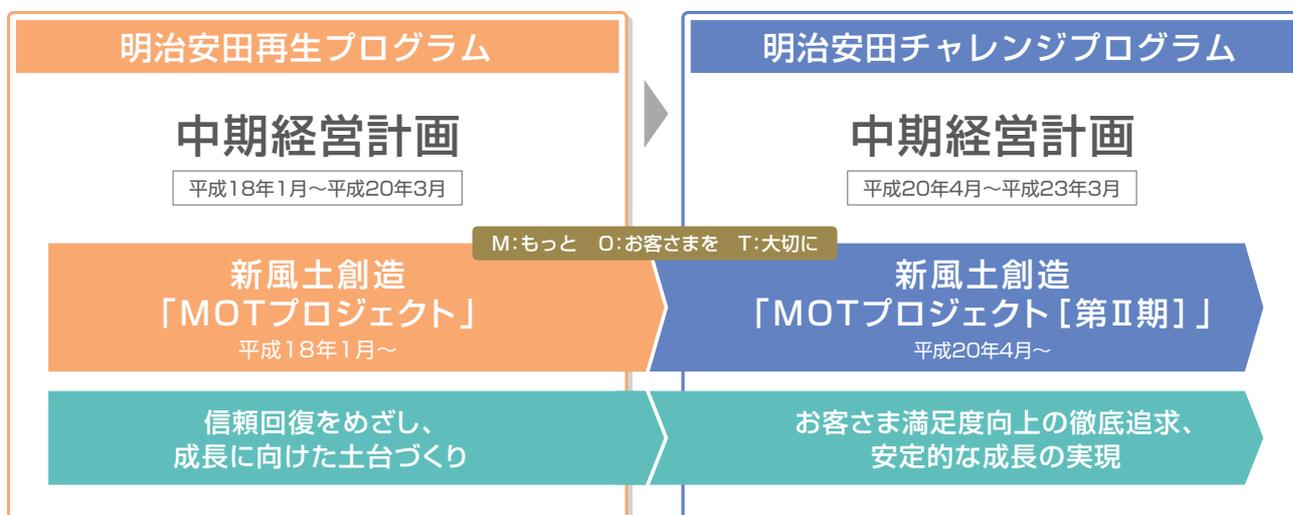
社長 松尾 患治

明治安田チャレンジプログラム

1. 明治安田チャレンジプログラムの概要

当社は、平成18年1月に「明治安田再生プログラム」を策定し、平成20年3月まで2年3ヵ月の間、お客さまの信頼回復に向けて取り組んできました。そして、平成20年4月からは、お客さま満足度の向上を通じた安定的な成長の実現をめざして、「中期経営計画」と「新風土創造『MOTプロジェクト[第Ⅱ期]』」で構成する「明治安田チャレンジプログラム」に取り組んでいます。

■ プログラムの位置付け



(1) 中期経営計画の概要

中期経営計画では、「基幹チャンネルの抜本的改革」、「チャンネル多様化と新たなマーケット開拓」、「経営基盤のいっそうの強化」の3つにチャレンジしています。

一つ目の「基幹チャンネルの抜本的改革」では、「お客さま満足度」の向上を徹底追求するという基本的な考え方に基づき、基幹チャンネルである営業職員によるアフターサービスの質・量を大幅に充実させるために、訪問頻度・サービス内容の標準化、知識・スキ

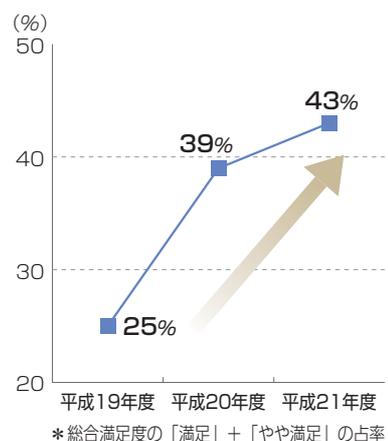
ル・マナー等の向上と均質化、そしてこれらを前提とした処遇の引上げ・安定化など、営業態勢の抜本的な改革を実行しています。

二つ目の「チャンネル多様化と新たなマーケット開拓」では、幅広いお客さまのニーズに対応するため、銀行窓販を推進するとともに、生命保険ご説明WEBサービス「保険がわかるサイト」や来店型店舗「保険がわかるデスク」、「ほけんポート」の開設・展開等、販売チャンネルの多様化に取り組むとともに、法人マーケットについても、退職者等の新たなマーケットにおけるサービスの充実を進めています。

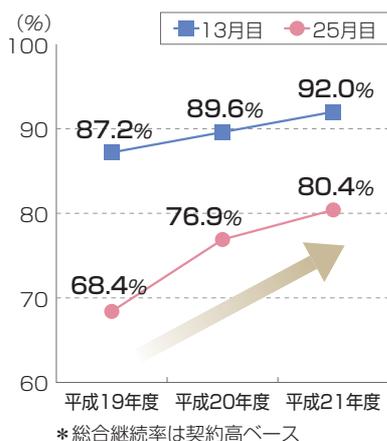
三つ目の「経営基盤のいっそうの強化」では、保険会社の基幹機能である契約の引受・保全・支払業務について、お客さまに利便性の高い事務サービスを提供するため、事務態勢・システム基盤のいっそうの強化に取り組んでいます。あわせて、コンプライアンスの徹底に取り組むとともに、リスク管理の高度化を進め、高い財務健全性の維持を図っています。

このような取組みの結果、「お客さま満足度調査」における総合満足度は前年度に引き続き向上し、ご契約の継続率が改善するとともに、保険料等収入は3年連続で増収となり、中期経営計画の最終年度目標を1年前倒しで達成しました。また、経営基盤の健全性指標であるソルベンシー・マージン比率は1,187.5%と、業界トップ水準を堅持しています。

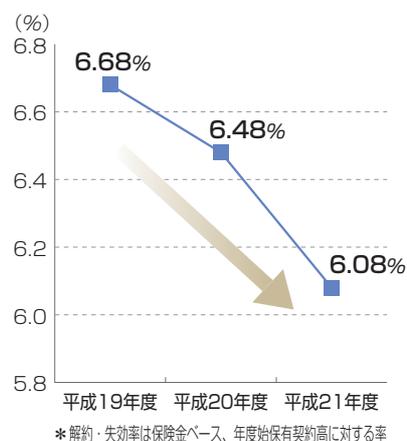
■ お客さま満足度調査の総合満足度



■ 総合継続率



■ 解約・失効率



(2) 新風土創造「MOTプロジェクト[第Ⅱ期]」の概要

第Ⅱ期となる新風土創造「MOTプロジェクト」では、お客さまの保護・利便性向上につながる改善提案を従業員が行なう「MOT提案」などの従来からの取組みに加え、お客さま満足度向上の徹底追求に向けた「ホスピタリティ」の実践をテーマに推進しています。お客さまに感謝された好事例を共有化する「ありがとうボックス」や、働く仲間へ感謝の気持ちを伝える「サンクスカード」などの取組みを行ない、ホスピタリティ意識の醸成、浸透を図っています。

こうした取組みを通じて、中期経営計画との相乗効果で、「明治安田チャレンジプログラム」を確実に実行しています。

2. 中期経営計画の実施状況

(1) 「基幹チャンネルの抜本的改革」にチャレンジ

お客さまとのコミュニケーション力に優れた基幹チャンネルの育成

- お客さまへのアフターサービスを「安心サービス活動制度」として標準化し、1年間に96.5%（前年度差+4.1ポイント）のお客さまに対して「安心サービス活動」を通じてご契約内容の説明等を行なった結果、「お客さま満足度」が向上
- 営業職員の資質向上に向け、「社内教育検定制」を実施。加えて、FP資格取得を推進した結果、FP技能士資格保有者数は19,058人と前年度差+3,216人

お客さま視点に立った営業マネジメント・マーケティングの推進

- 支社等の運営を業務プロセス重視に変革するとともに、地域性に応じたマーケティングを推進
- お客さまサービス態勢強化に最優先で取り組んだ地域における在籍者数は7,393人（前年度比+6.4%）と改善
- 契約クオリティ向上に最優先で取り組んだ地域をはじめ、継続率は全社的に改善

お客さまのご要望に幅広くお応えする商品・サービス、コミュニケーション態勢の充実

- 入院医療費の自己負担額に備える商品「明日のミカタ」「元気のミカタ」を発売
- 安定運用ニーズにお応えする一時払定額年金「たしかな計画」を発売
- お客さまのアフターフォロー充実のため、コールセンターからの情報提供拡充に向けた態勢を整備

(2) 「チャンネル多様化と新たなマーケット開拓」にチャレンジ

販売チャンネルの多様化

- 銀行窓販については銀行ごとにきめ細かな販売支援を展開した結果、定額商品（終身保険、年金）を中心に販売が増加し、銀行窓販収入保険料8,007億円（前年度比+260.5%）
- 平成21年4月に生命保険ご説明WEBサービス「保険がわかるサイト」を開設
- 平成21年5月に、二つのタイプの来店型店舗（直営型（保険がわかるデスク）、乗合型（ほけんポート））を開設

法人マーケットにおける優位性堅持と新たなマーケット開拓

- コールセンターや双方向型WEBサイトなど、お客さまとの接点を拡大し、任意加入型商品の提案を強化
- 定年退職予定のお客さま向け提案資料を活用し、退職後継続加入商品や貯蓄性商品のご案内を推進

チャンネル多様化に対応したサービス態勢の構築

- 銀行窓販の販売量増加および来店型店舗開設に対応した事務態勢を整備
- インターネット事務支援システムの導入団体を順調に拡大。個別事業所への導入も開始

(3) 「経営基盤のいっそうの強化」にチャレンジ

引受・保全・支払業務の継続強化

- 経営資源を重点配分し、正確・確実な事務態勢を整備
- 引受の精緻化・迅速化に向け、新契約体況査定新システムを平成21年12月より導入し、順調に稼働

財務基盤の強化と逆ざや解消の推進

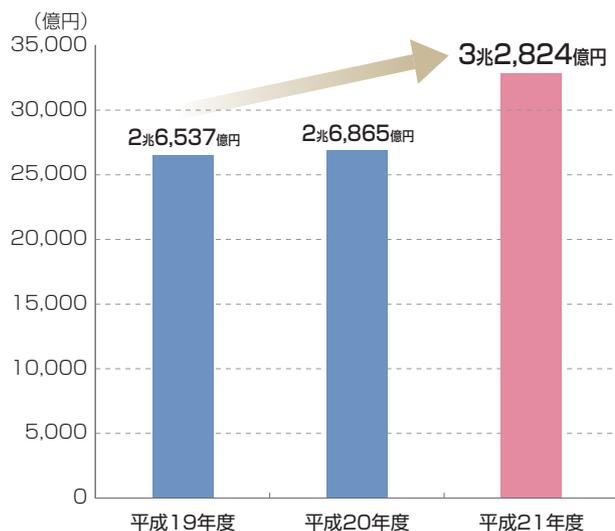
- 持続的・安定的な資産デレーションの長期化および保険負債の金利リスクヘッジ等により金利リスクの削減を推進
- 保有株式の削減、為替リスクの縮減等を通じて、サープラス水準の安定化を推進
- 逆ざやの縮減をめざし、責任準備金の追加積立を計画どおり実施

グループ経営基盤の強化

- 統合的なリスクの把握・管理に向けた態勢を整備
- 情報取扱ルールの明確化および周知徹底により個人情報保護管理を強化
- 各分野の業務精通人材の育成枠組みを整え、研修等を通じて職員にキャリア形成を意識づけ

保険料等収入の推移

■ 保険料等収入



* 現中期経営計画は、平成20年度から開始

(ご参考) うち銀行窓販の収入保険料

