

お客さま志向を基軸とした各種取組みを確保するため、組織・個人の業績評価等に取組結果を反映するとともに、取組内容の進捗状況を確認する指標を設定し、定期的な検証・改善に努めます。また、お客さま志向のコンサルティングを行なうために必要な知識・スキルを従業員が習得できるよう、充実した教育・研修に努めます。

## ■ お客さま志向の取組みの評価・処遇への反映

「お客さま志向プログラム」の取組結果を各組織の評価に反映しています。  
 (「お客さま志向プログラム」については、P.06、P.07をご参照ください)

お客さま満足度を支社等の営業拠点の評価に反映しています。なお、2019年度の「お客さま満足度調査」の結果は、以下の通り、引き続き60%以上の高い水準を維持することができました。

### 2019年度「お客さま満足度調査」結果

	総合満足度	うち「満足」	営業担当者に対する満足度	うち「満足」	ご加入商品に対する満足度	うち「満足」
満足度	<b>62.8%</b>	<b>27.1%</b>	<b>60.1%</b>	<b>47.2%</b>	<b>62.7%</b>	<b>33.2%</b>

また、当社では、団体保険や団体年金をご契約いただいている民間企業や官公庁・労働組合等の窓口ご担当者さまを対象に「法人顧客満足度調査」を実施し、その結果を法人営業担当の教育態勢の強化や育成プログラムの見直しに反映させています。2019年度の総合満足度(当社法人営業に対する総合的な満足度)について、肯定的な回答(「満足」+「やや満足」)が、民間企業では78.7%、官公庁・労働組合では84.3%となりました。

### 2019年度「法人顧客満足度調査」結果

	総合満足度	うち「満足」
民間企業	<b>78.7%</b>	<b>45.3%</b>
官公庁・労働組合	<b>84.3%</b>	<b>49.5%</b>

※回答は、「満足」「やや満足」「ふつう」「やや不満」「不満」の5つの選択肢としており、2019年度の回答数は民間企業813団体、官公庁・労働組合が293団体でした

当社では、従業員の評価制度にお客さま志向の取組状況を反映しています。

#### 役職員(内勤職員)

「お客さま志向・倫理観」を含む「志・姿勢」(マインドセット)や「思考・行動」(発揮能力)を、昇格判定や職務登用等に反映しています。

#### MYライフプランアドバイザー(営業職員)

MYライフプランアドバイザー(営業職員)の基本業務にアフターフォローを設定し、その取組状況やお客さま対応力を評価し、処遇に反映しています。

**お客さま満足度調査結果  
(総合満足度)**

**62.8%**

**営業職員の  
FP資格保有者**

**25,600名**

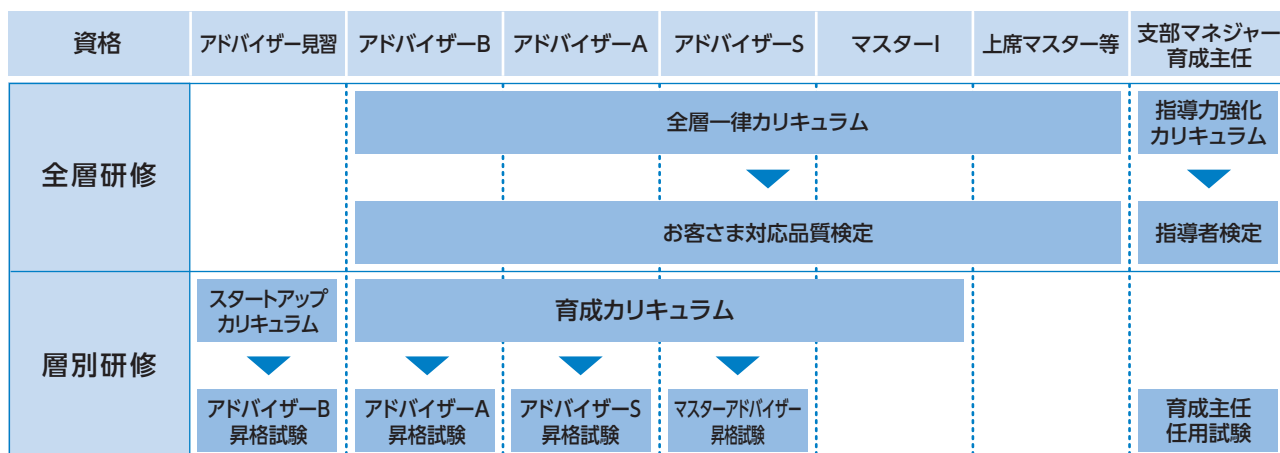
(2020年3月末時点)

## ■ 専門的な知識の習得に向けた教育

お客さま一人ひとりに寄り添った「対面のアフターフォロー」を通じた、適切な情報提供や提案活動、またライフサイクルやご要望に応じたお手続きのサポートにより、確かな安心をお届けする営業職員の育成に取り組んでいます。

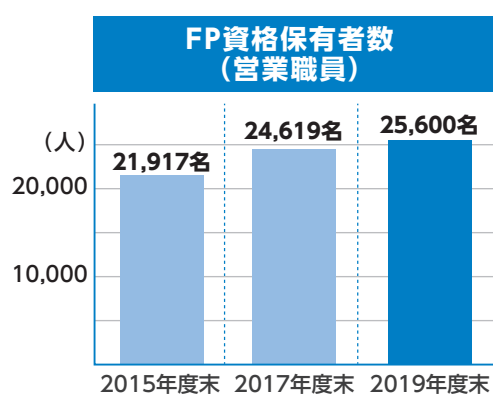
お客さまから選ばれる人財の育成に向け、社内検定制度として全営業職員に対し、お客さま対応を行なううえでの基本的な知識やスキルを教育する「全層一律カリキュラム」を実施し、その習得・到達レベルを確認するため、すべての営業職員を対象に「お客さま対応品質検定」を毎年実施しています。また、当カリキュラムでは、全社の教育レベルに格差が生じないように、備えておくべき知識・スキルを記載した教育冊子の定期提供に加え、本社から双方向動画通信を活用したダイレクト教育を実施しています。加えて層別研修において資格ごとに求める知識・スキルを明確化し、資格に応じた教育を実施し、昇格・任用試験で検証を行なっています。

### 教育・研修体系図



さらに、より充実したアフターフォローや高度なコンサルティングをお客さまに提供するために、国家資格である「ファイナンシャル・プランニング技能士」の資格取得を推進し、生命保険の知識だけでなく、金融商品知識や社会保障・税務知識等も備えた営業職員の育成に力を入れています。なお、2019年度末時点で25,600名の営業職員がFP資格を保有しています。

2019年度から本格スタートした「みんなの健活プロジェクト」において、お客さまの健康づくりに寄り添い、応援していくため、健康に必要な一定の知識を身に付ける「健活サポーター認定プログラム」((一財)明治安田健康開発財団 認定)にすべての営業職員が取り組んでいます。



※年度末資格保有者数は、ファイナンシャル・プランニング技能士資格保有者数(CFP・AFP資格保有者数含む)です

## ■ お客さま志向の取組状況を確認する指標の設定

お客さま志向の取組状況や定着度合いを確認・検証するための指標(KPI)として、「お客さま数」「お客さま満足度」「企業好感度」「従業員意識調査(お客さま志向に関する項目)」を設定し、定期的に結果を確認のうえ、公表しています。

※KPI設定の考え方についてはP.06を、2019年度のKPIの状況についてはP.08を、それぞれご参照ください