

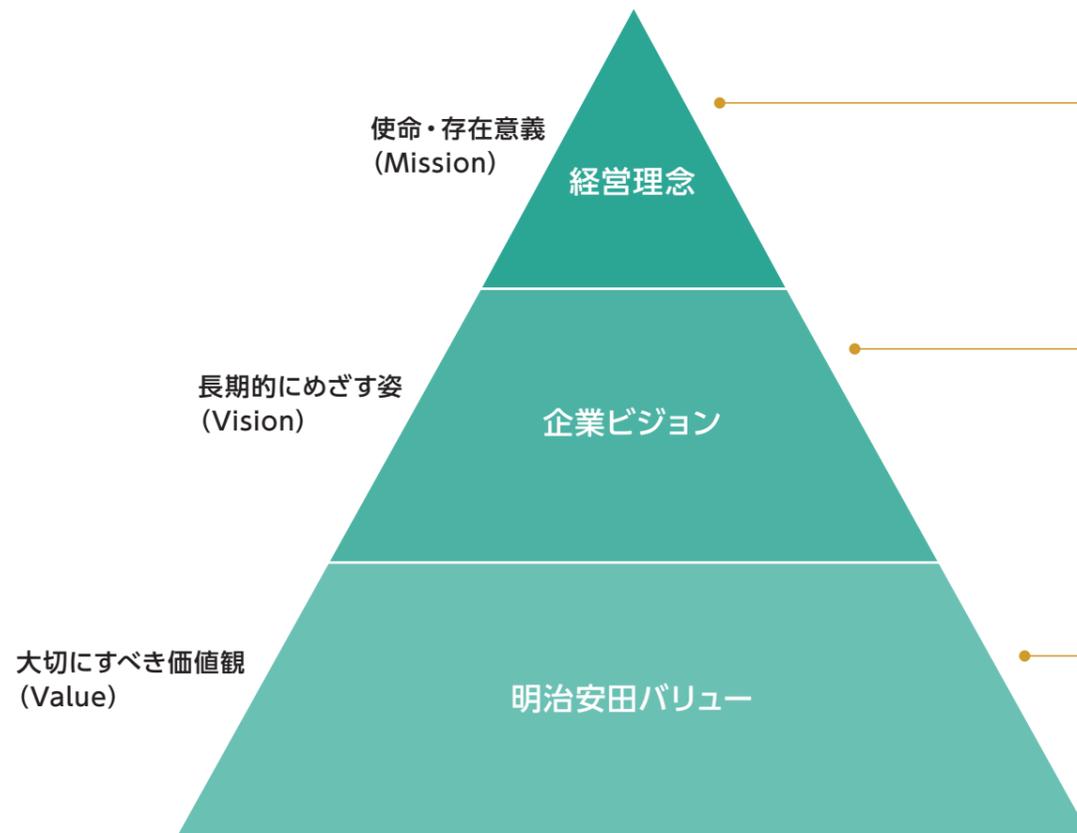
当社は、企業理念「明治安田フィロソフィー」に基づき、お客さまに「確かな安心を、人に一番やさしい生命保険会社」となることをめざしています。

明治安田フィロソフィーは、経営理念、企業ビジョン、明治安田バリューで構成しており、定めています。

いつまでも」お届けするとともに、「信頼を得て選ばれ続ける、

このうち、明治安田バリュー（全役職員が大切にしている価値観）の1つに「お客さま志向」を

明治安田フィロソフィー



確かな安心を、いつまでも

信頼を得て選ばれ続ける、人に一番やさしい生命保険会社

- 【お客さまとの絆】 お客さまに寄り添い、アフターフォローで感動を追求する
- 【地域社会との絆】 社会から必要とされる価値を創造し、地域の発展に貢献する
- 【働く仲間との絆】 挑戦意欲や多様性を尊重し、働きがいのある職場を実現する

お客さま志向・倫理観

- 一. 私たちは、お客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動します。

挑戦・創造

- 一. 私たちは、果敢に挑戦し、新しい価値を創造します。

協働・成長

- 一. 私たちは、働く仲間と互いに助け合い、共に成長します。

経営トップのコミットメント

「企業風土・ブランド創造運動」を立ち上げ、「私たちの行動原則」に基づく行動事例を繰り返し確認し、実践を積み重ねていくことで、従業員一人ひとりが創造力をもって積極的・主体的に取り組む「明治安田生命らしい」企業風土の醸成に努めます。

その取組みがお客さまや地域社会から見た「明治安田ブランド」づくりにつながると考えています。



明治安田フィロソフィーにそった行動を従業員の視点から解説する「私たちの行動原則」を作成しています。



「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」

当社は、「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」に基づき、金・給付金等の確実なお支払いはもとより、お客さまに寄り添ったあたたかいよう「お客さま志向の業務運営」に積極的に取り組んでいます。

お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするために、ご加入から保険アフターフォローに努めること等を通じて、お客さまの最善の利益が図られる

「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」

Plan

当方針は、「明治安田フィロソフィー」に基づくお客さま志向の取組みをさらに前進させるための「お客さま志向自主宣言」をふまえて策定した内容となっています。

もので、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」、および消費者庁の「消費者志向自

当方針の構成

当方針の全文は、P.64、P.65をご参照ください

1	お客さま志向の徹底	5	お客さまのニーズに対応した最適な商品・サービスの提供	8	お客さまに信頼される資産運用
2	「お客さまの声」を経営に活かす取組み	6	ご加入時のお客さまへの情報提供の充実	9	利益相反の適切な管理
3	「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の健康増進を継続的に支援する取組み	7	お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実	10	お客さま志向の取組みの確保
4	地域社会の豊かな生活に貢献する取組み				

方針に基づく具体的な取組状況は、P.21以降をご参照ください

「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」に

基づく全社における取組み

Do Action

諸取組みの推進にあたっては、お客さま志向統括部が統括し、「お客さま志向プログラム」の推進

等を通じてPDCAサイクルを推進しています。

「お客さま志向プログラム」

各所属におけるお客さま志向の取組みの推進、および所属員への意識浸透を企図し、2017年度から導入しています。の研修等を実施しています。なお、当プログラムは2020年度に「お客さま志向取組み」と改称し、当社の関連会社等も

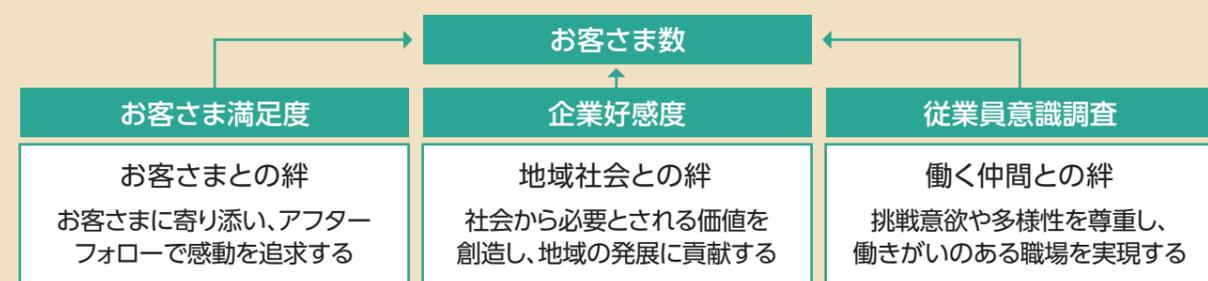
年度始に各所属で取組計画を策定し、年間を通じて取組みを推進するとともに、お客さま志向の意識醸成のため対象としてグループ全体で推進しています。

お客さま志向の取組状況や定着度合いを確認する4つの指標 (KPI) について

Check

当社のお客さま志向の取組みが、「お客さま」「社会」「従業員」の各ステークホルダーからどのように評価されているのかを確認する指標、ならびに、これらの評価が結果として反映する「お客さま数」をKPI※に設定しています。

※ Key Performance Indicator の略で、企業目標の達成度を評価するための重要業績評価指標のこと



KPIの2019年度実績は、P.08をご参照ください

「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」に基づく取組状況・結果の振り返りと改善に向けた取組み

Check

経営会議の諮問機関であるお客さま志向検証委員会において、「お客さまの声」に基づく業務改善の取組みを検証・推進するとともに、お客さま志向の取組状況についてモニタリング等を実施、取組状況は経営層に報告しています。

社外の有識者が参加する「お客さまサービス推進諮問会議」において、第三者としてお客さま志向の取組状況等を検証しています。

「お客さまサービス推進諮問会議」

2005年度に設置した、ご契約者保護とお客さまサービス向上を審議する「お客さまの声推進諮問会議」と、コンプライアンス推進に関わる重要な事項等を審議する「コンプライアンス推進諮問会議」を2015年度より統合・再編し、「お客さまサービス推進諮問会議」として設置しました。社外の専門家からお客さまサービス向上のための改善策やコンプライアンス事項の態勢等に関して積極的にご意見をいただき、経営に反映させています。

お客さま志向の取組状況等を確認するKPIの状況について

当社のお客さま志向の取組状況や定着度合いを確認する4つの指標(KPI)は順調に推移しています。

4つのKPIの状況

※各調査の実施要領は、P.59をご参照ください

お客さま数(2019年度末時点)

MYライフプランアドバイザー(営業職員)等チャンネル: **707万人**^{※1}
 法人営業チャンネル: **500万人**^{※2}

お客さま満足度(2019年度)

当社についての総合満足度として、「満足」「やや満足」と回答したお客さま^{※3※4}

62.8%

企業好感度(2019年度)

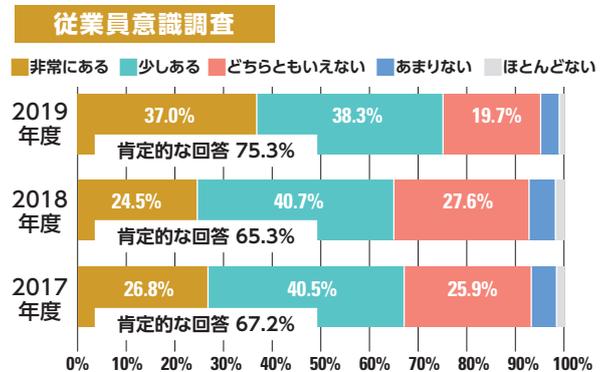
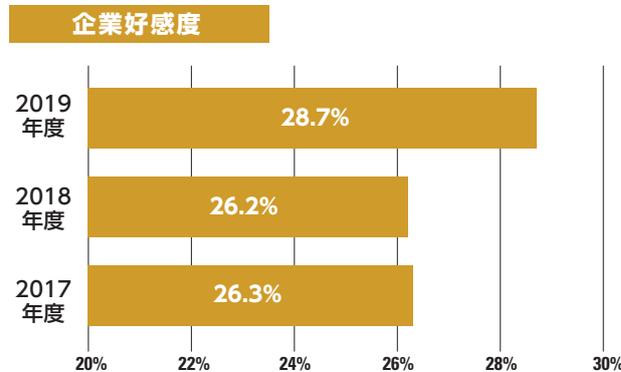
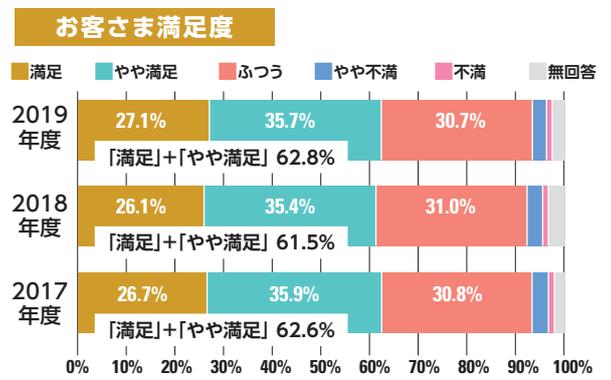
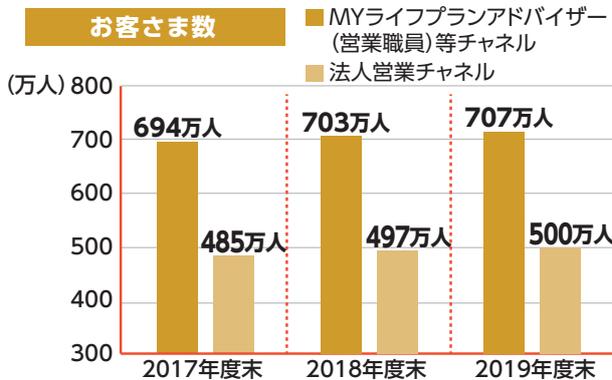
当社について「好感を持てる」「やや好感を持てる」と回答した方^{※3※5}

28.7%

従業員意識調査(2019年度)

当社にお客さま志向の企業風土があると肯定的な回答をした従業員^{※3}

75.3%



※1 生保契約者(すえ置・年金受取中を含む)+生保被保険者+損保契約者(重複を除く)
 ※2 任意加入型団体保険の被保険者数(当社単独・幹事契約の本人・配偶者被保険者)
 ※3 お客さま満足度・企業好感度・従業員意識調査における5段階の各回答結果は、小数点第二位で四捨五入したうえで表示しています
 ※4 お客さま満足度(総合満足度)の回答は、「満足」「やや満足」「ふつう」「やや不満」「不満」の5つを選択肢としています
 ※5 企業好感度の回答は、「好感を持てる」「やや好感を持てる」「どちらともいえない」「あまり好感を持ってない」「好感を持ってない」の5つの選択肢としており、2019年度の回答者数は14,100名(うち、当社のお客さまは1,075名)でした