

「消費者志向経営」と “持続可能性”

新型コロナウイルス感染症の猛威が世界中を覆い、感染により毎日大勢の人々の命が失われているだけでなく、人々のくらしも経済活動も追いつめられ、危機的状況にあります。

コロナ禍発生以降、非正規雇用者は真っ先に切り捨てられ、失業が長期化する中で孤立を深める人が増加して、自殺者数も増えています。特に女性の自殺者数の割合が大幅に増えているのが特徴です。

また、失業はしていなくても、「在宅勤務」などのストレスで、家庭内暴力や「うつ病」などが増加し、家庭崩壊も問題となっています。居場所を失った子どもたちや友だちと遊べない子どもたち、そして若者たちの精神的苦痛は測り知れず、さらに高齢者の不安と孤独は高まる一方です。

このような“現実”を目の前にし、日本の企業が果たさなければならない責任は、“人々に寄り添い支えること”ではないでしょうか。最近ではさまざまな企業の取組みを聞くことが多くなりましたが、明治安田生命の取組みを拝見しますと、新型コロナウイルス感染症を踏まえた取組みとして、「保険料払込猶予期間の延長」をはじめ、「保険金・給付金の支払い」、「非対面による手続きの拡充」、「寄付活動」など、積極的な姿勢が目立ちます。お客さま満足度も過去最高値を記録したとのこと。心から敬意を表します。

これらの迅速な対応を可能にしている理由は、やはり「消費者志向経営」をベースとした企業理念が従業員の間にも広く浸透しているからではないかと思えます。とりわけ、地域のアドバイザーのみなさんの、“安心してらせる地域づくり”への参画が素晴らしいのではないのでしょうか。健康セミナーなどの自治体と協働した取組みや、スポーツを通じた取組みを広げることにより、地域住民に安心感を与えていると思えます。

消費者庁においても、高齢者等の消費者被害の防止の観点から、「高齢者等の見守りネットワーク」の形成と活動を呼び掛けていますが、地域でのつながりがあってこそ、成果を発揮し、その情報をご近所の孤立しがちな方々への“声かけ”につながります。

2015年に国連総会で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」についての2030アジェンダ前文には、すべての国とすべてのステークホルダーが「共同の旅路に乗り出すにあたり、誰一人取り残さないことを誓う」と決意が述べられています。しかし、2020年10月公表の報告では、「80代の高齢者がコロナウイルスで命を落とす可能性は平均の約5倍に」、「休校で給食を食べられなくなった子どもは3億7,900万人に上る見込み」など、現在の危機的状況が述べられています。

人々の命と健康の持続が「持続可能な社会」をつくりたい。私たちはこのことを肝に銘じ、いま苦しんでいる人々から目をそらさず、自分にできる“優しい行動”に取組みたいものです。明治安田生命の“元気づくり”事業の推進に期待します。



消費者市民社会をつくる会・ASCONE

阿南 久氏

(元消費者庁長官)

「お客さま志向の業務運営方針 – お客さま志向自主宣言 –」

(基本的な考え方)

私たちは、お客さまの生涯にわたる商品・サービスをご提供する生命保険会社として、超長期の生命保険契約の特性をふまえ、ご加入から保険金・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アフターフォローや、一人ひとりの健康づくりを応援することが大切だと考えています。

お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするために。

私たちは「人に一番やさしい生命保険会社」をめざし、お客さまの最善の利益が図られるよう、これからもお客さまを大切にする会社に徹し、「お客さま志向の業務運営」に積極的に取り組んでいきます。

1. お客さま志向の徹底

「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、「人に一番やさしい生命保険会社」をめざし、お客さまの最善の利益が図られるよう、常にお客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動することをすべての業務運営における基本原則として定め、お客さま志向の徹底に努めます。

2. 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

お客さまからのご意見やご要望を「お客さまの声」として広くお伺いするとともに、「お客さまの声」を経営に活かす取組みを推進し、お客さま満足度の向上に努めます。また、積極的な情報開示に努めます。

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

健康を、みんなでもっと楽しく、続けやすいものにしていくため、「みんなの健活プロジェクト」の推進を通じて、一人ひとりの健康づくりを応援するとともに、従業員の健康増進に取り組む企業・団体をサポートしていきます。

また、当社従業員も、「健康に向けた前向きな活動」にともに取り組みることによって、この「みんなの健活」の輪を広げ、社会的にも意義のある大きな運動(ムーブメント)にしていきます。

4. 地域社会の豊かな生活に貢献する取組み

地域社会のサポートを行なう「地元の元気プロジェクト」を全社横断の取組みとして推進しています。本プロジェクトでは、地方自治体や各地域の企業、マスコミ、大学・研究機関、スポーツ団体等と連携のうえ、地域における「社会的なつながり」の創出を通じて地域の課題解決に貢献することをめざし取り組んでいきます。

また、前項の「みんなの健活プロジェクト」と本プロジェクトの取組みを通じ、ブランドイメージ「ひとに健康を、まちに元気を。」の確立をめざしていきます。

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

社会保障制度を補完し自助努力を支える生命保険事業の社会的責任を認識し、超高齢社会をはじめとする環境変化をふまえつつ、お客さまニーズを的確に捉えたクオリティの高い商品・サービスを開発するよう努めます。

また、保険商品をおすすめする際には、お客さまのご意向を十分お伺いしたうえで、お客さまのライフステージ、加入目的、財産状況等に照らし、最適な商品・サービスをご提供するよう努めます。

6. ご加入時のお客さまへの情報提供の充実

お客さまに最適な商品・サービスを選択いただけるよう、お客さまにとって重要な情報をわかりやすく、丁寧にご説明するとともに、お客さまにご提供する商品・サービスの特性に応じて、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。

7. お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実

超長期にわたる生命保険契約の特性をふまえ、お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするために、保険金・給付金等を確実にお支払いすることはもとより、お客さまに寄り添ったあたたかいアフターフォロー*に努めます。

*ご契約後の長期間にわたって継続的にサービスを積み重ねることを「アフターフォロー」としています

8. お客さまに信頼される資産運用

将来にわたり保険金・給付金等を確実にお支払いするため、ERMの枠組みに基づき、サープラス・マネジメント型ALM*を基本に財務健全性の維持・向上を図りつつ、適切なリスク管理のもと、収益力の拡大に努めます。

*経済価値(市場価格あるいは将来キャッシュ・フロー等による市場整合的な価格)で評価した資産価値と負債価値の差額であるサープラスを資本概念として捉え、その変動リスクをコントロールする資産負債の総合的な管理のこと

9. 利益相反の適切な管理

利益相反の適切な管理を行なうために、グループ利益相反管理基本方針等を定め、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、取引におけるお客さまとの利益相反の可能性について正確に把握し、適切に管理・対応するよう努めます。

10. お客さま志向の取組みの確保

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。

(2021年7月時点)

お問い合わせ窓口

コミュニケーションセンター(お電話によるご相談窓口)



0120-662-332

外貨建保険・金融機関窓口販売商品のお問い合わせ窓口



0120-453-860

ご高齢のお客さま専用のお問い合わせ窓口
担当者に直接つながり、ゆっくり丁寧に対応いたします。



0120-809-127

月曜～金曜(除く祝日・年末年始)9:00～18:00 / 土曜(除く祝日・年末年始)9:00～17:00

●当社コミュニケーションセンターは、公益社団法人企業情報化協会が主催する「2020年度カスタマーサポート表彰制度」において、「優秀賞」、「新型コロナウイルス感染症対策特別賞」をダブル受賞いたしました。



●この資料は商品の支払事由や制限事項のすべてを記載したものではありません。保険商品をご検討いただく際には、「保険設計書(契約概要)」「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」を必ずご確認ください。なお、ご契約の際には、「保険設計書(契約概要)」「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」、「特に重要なお知らせ(注意喚起情報)」、「ご契約のしおり 定款・約款」を必ずご確認ください。

●掲載のサービス・イベント等は一例です(一部明治安田生命にご契約のお客さまのみご利用いただけるなど条件等があります)。また、各サービス・イベントの画像の一部はイメージです。



明治安田生命

カラーユニバーサルデザインへの配慮

カラーユニバーサルデザイン認証の取得

この「お客さまの声」白書2021は色覚の個人差を問わず、より多くの人に見やすいカラーユニバーサルデザインに配慮して作られていると、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構により認証されています。

ユニバーサルデザイン(UD)の考え方に基づき、より多くの人へ適切に情報を伝えられるよう配慮した見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。

2021年7月

本報告書は、環境に配慮し、FSC®認証の用紙を使用しています。



UD FONT



20459