

# 第1章

## CHAPTER 1

### お客さま志向の徹底

- お客さま志向の経営計画への反映と推進態勢
- お客さま志向の価値観の共有とコンプライアンスの徹底
- 従業員主体のボトムアップ活動と地域社会への貢献

## 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

### お客さま志向の経営計画への反映と推進態勢

当社は、「信頼を得て選ばれる、人に一番やさしい生命保険会社」を企業ビジョンとして掲げ、お客さま志向の徹底に取り組んでいます。具体的な取り組みの一例として、所属長の主導で「明治安田フィロソフィー」の実現を語り合う「職場ビジョンミーティング」を全組織で開催しています。

このほか、イントラネット等を通じて経営層からのメッセージを継続的に発信したり、各種社内研修会において企業ビジョンの実現や自分ごと化をテーマとしたカリキュラムを導入するなど、企業ビジョンの「自分ごと化」に向けて積極的に取り組んでいます。



社内報「とびら」の発行を通じて、「明治安田フィロソフィー」の理解促進に向けた情報発信や、企業ビジョンの実現につながる「みんなの健活プロジェクト」の取り組み等を紹介し、社内コミュニケーションの活性化に努めています。



社内報「とびら」▶

2017年度から、「お客さま志向プログラム」※を導入し、関連会社を含めた当社グループ全体でお客さま志向の取り組みの推進、および所属員への意識浸透に努めています。

※「お客さま志向プログラム」の詳細については、本冊子のP.08をご参照ください。なお、当プログラムは、2019年度から「お客さま志向取組計画」に改称しています。

また、当社では、「信頼を得て選ばれる、人に一番やさしい生命保険会社」を実現するためには「お客さま志向」の価値観を身につけた人財づくりが重要であると考えており、その一環として「消費生活アドバイザー」資格の取得に取り組んでいます。

2019年4月1日時点における社内の有資格者数は209名です。

#### 消費生活アドバイザー有資格者数の推移

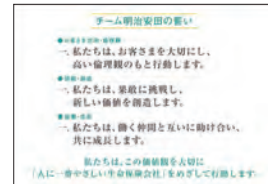
	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
有資格者数※	76名	89名	110名	138名	209名

(※)各年度の4月1日時点における一般財団法人日本産業協会登録ベース

会社」をめざし、お客さまの最善の利益が図られるよう、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。

## お客さま志向の価値観の共有とコンプライアンスの徹底

当社の全役職員が大切にしている価値観(明治安田バリュー)の1つに「お客さま志向・倫理観」を定め、「チーム明治安田の誓い」として、日々唱和し、価値観の共有・浸透を図っています。



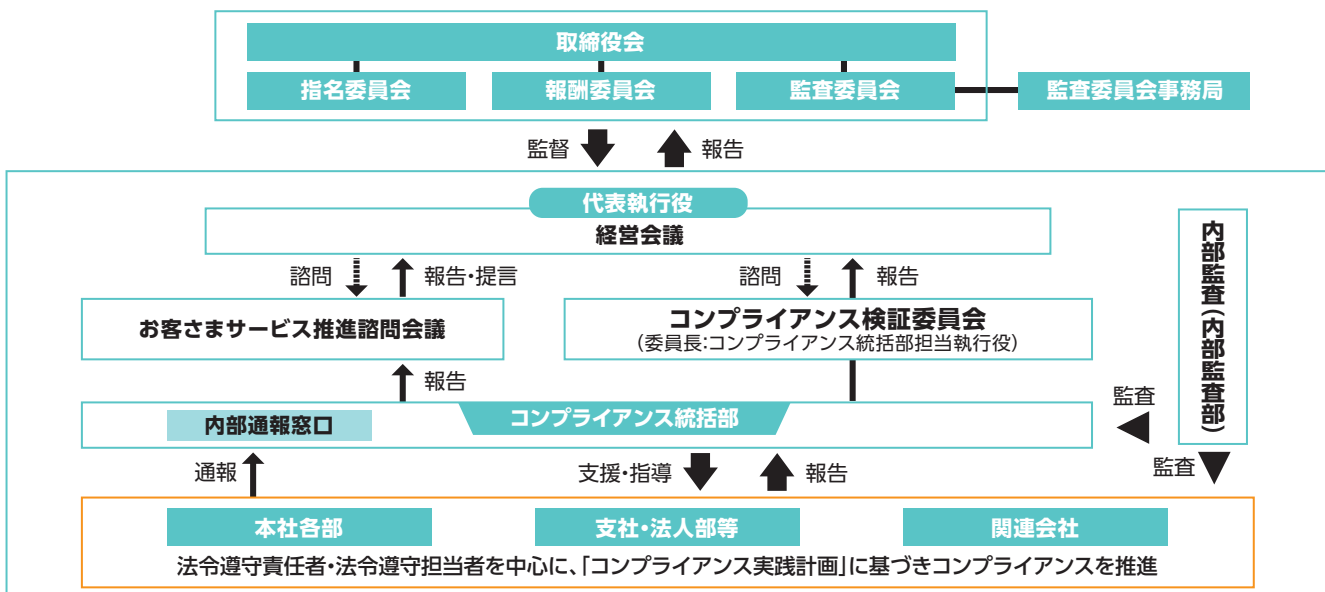
チーム明治安田の誓い ▶

日々の業務において遵守すべき法令、社内ルール等を幅広く掲載、解説したコンプライアンス・マニュアル(手順・解説書)を整備するとともに、全役職員を対象としたコンプライアンス研修や、コンプライアンス強化週間の設定など、定期的なコンプライアンス教育を実施しました。

2018年10月1日付で「グループコンプライアンス基本方針」を制定し、グループ経営の健全性・適切性の前提として、業務遂行のあらゆる面においてコンプライアンスが最優先されると認識し、次のとおり基本的な考え方を定めています。

- 1 国内外の適用される法令、国際規範および社内規程等を遵守することはもとより、社会的良識に基づいて公正・誠実に行動する
- 2 お客さまに最適な商品と質の高いサービスを提供し、お客さまの信頼にお応えするために、コンプライアンスを実践する

### コンプライアンス態勢図(概要)



消費者庁が2018年度に開始した内部通報制度認証における自己適合宣言登録制度に、生命保険会社としてはじめて登録されました。

※詳細は、2019年5月10日付ニュースリリースをご参照ください



制度認証登録事業者用シンボルマーク

## 第1章

## お客さま志向の徹底

## 従業員主体のボトムアップ活動と地域社会への貢献

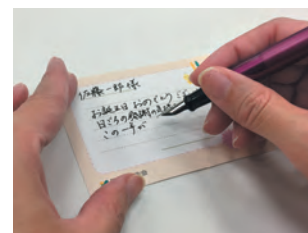
全従業員が「明治安田フィロソフィー」を理解・共感し、企業ビジョン実現に向けて一人ひとりが「自分ごと化」し、創造力をもって積極的・主体的に取り組む企業風土の醸成をめざす「企業ビジョン実現プロジェクト」は、ボトムアップ型の小集団活動「Kizuna運動」を中心として、全組織で推進しています。

※「企業ビジョン実現プロジェクト」「Kizuna運動」の詳細については、本冊子のP.06をご参照ください



Kizuna運動を通じ、お客さまとの絆を深めるための自主的な取り組みとして、お客さまのお誕生日やご契約の節目等に、ご契約の担当者が、お客さまへの想いを“手書き”のメッセージカードでお届けする「MYメッセージ活動」に取り組んでいます。

2018年度にお客さまへお届けしたMYメッセージカードの総数は約524万枚にのぼり、お客さまから多数の感謝の声が寄せられました。



公益社団法人日本プロサッカーリーグ（以下、Jリーグ）と当社の「Jリーグタイトルパートナー契約」締結によりスタートした「明治安田生命Jリーグ」は、2019シーズンで5年目を迎えました。全国の支社等がそれぞれ近隣のJリーグ所属の全クラブ等（※1）ともスポンサー契約を締結し、当社従業員が地域のみなさまと一体となってスタジアムに足を運び、地域のJクラブ等を応援してきました。

2018シーズンは、当社従業員とその家族およびお客さまをあわせて約34万人（のべ人数）が観戦し、2019年3月には、2015シーズン以降のスタジアムでの試合観戦者数が累計で100万人を突破しました。また、地域のJクラブ等と協力し、2018シーズンも「小学生向けサッカー教室」（※2）を年間で139回開催するなど、地域に密着した活動を行なっています。

（※1）近隣にJクラブがない場合は、JFL等に所属しているクラブ

（※2）「小学生向けサッカー教室」については、本冊子のP.18もご参照ください。



子どもの命・安全を守る地域防犯の取り組みに加え、日々の営業活動を通じてご高齢者等の様子に気付いたことがあれば自治体等に連絡し、不測の事態を未然に防ぐ「地域を見守る」社会貢献活動等地域社会との絆を深める取り組みを推進しています。

※「地域を見守る」社会貢献活動の詳細については、本冊子のP.18をご参照ください

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ことをめざし、全国各都道府県および地方銀行等と「地方創生に関する包括連携協定」の締結を推進しています。

2019年3月末現在で28の自治体および4の地方銀行と協定を締結しました。

MYメッセージカードお届け枚数（2018年度）

約524万枚  
前年度比+約72%

小学生向けサッカー教室開催数（2018シーズン）

139回