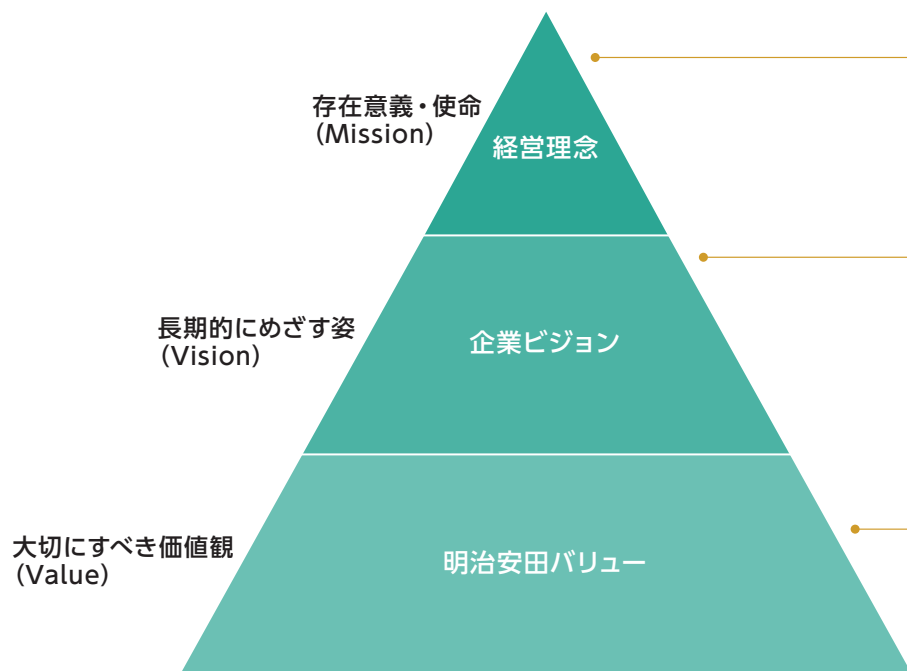


明治安田フィロソフィー

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、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、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、このうち、明治安田バリュー（役員・従業員一人ひとりが大切にすべき価値観）に「お客さま志向」を定めています。

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
- 【未来世代との絆】未来の世代を想い、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりに貢献する
- 【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。

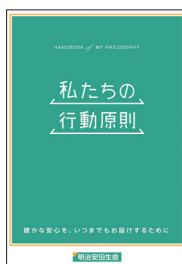
挑戦・創造

- 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。

明治安田フィロソフィーに沿った行動に従業員の視点から解説する冊子「私たちの行動原則」を作成し、企業理念のいっそうの浸透・定着を図っています。



「私たちの行動原則」の

詳しい内容はこちら



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」の推進を通じて、「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。

「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」に基づく業務運営

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、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「消費者志向自主宣言」をふまえて策定しています。

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、「お客さま志向取組計画」の推進等を通じてPDCAサイクルを推進しています。

当方針の構成

1	お客さま志向の徹底	6	ご加入時のお客さまへの情報提供の充実
2	「お客さまの声」を経営に活かす取組み	7	お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実
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	8	お客さまに信頼される資産運用
4	地域社会の豊かな生活に貢献する取組み	9	利益相反の適切な管理
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	10	お客さま志向の取組みの確保

方針に基づく具体的な取組状況は、P.07以降をご参照ください

「お客さま志向取組計画」

Do **A**ction

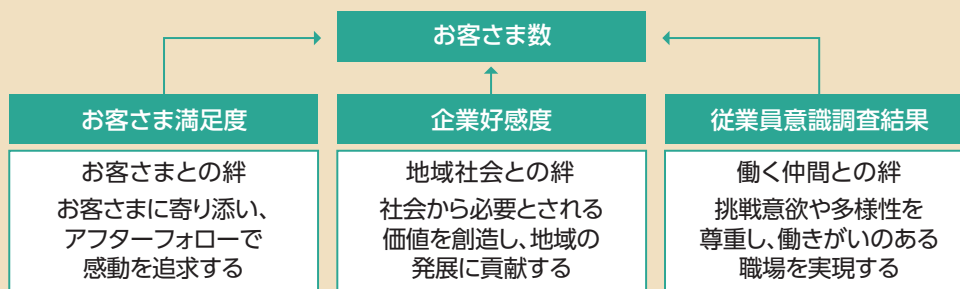
各組織におけるお客さま志向の取組みの推進、および所属員への意識浸透を企図し、2017年度から導入しています。年度始に各組織で取組計画を策定し、年間を通じて取組みを推進するとともに、お客さま志向の意識醸成のための研修等を実施しています。なお、当取組計画は、当社の関連会社等も対象としてグループ全体で推進しています。

4つの指標 (KPI)

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2022年度実績は、P.06をご参照ください

経営層への報告 / 社外有識者による検証

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し、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

お客さま数 (2022年度末時点)

MYリンクコーディネーター (営業職員) 等チャンネル **722万人** ※1

法人営業チャンネル **495万人** ※2

お客さま満足度 (2022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

68.1%

企業好感度 (2022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※4

25.9%

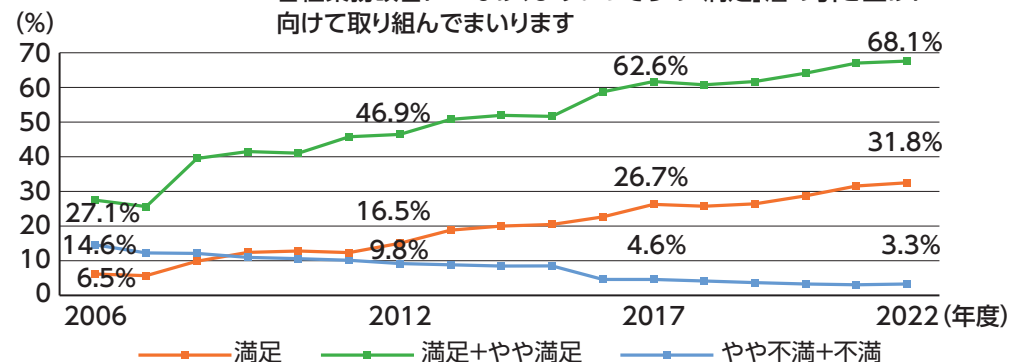
従業員意識調査結果 (2022年度)

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

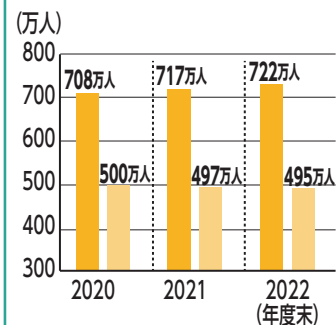
73.2%

お客さま満足度

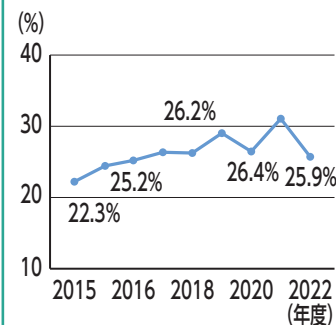
「お客さま満足度・NPS郵送調査」結果をもとに分析を行ない、各種業務改善につなげ、よりいっそうの「満足」層の引き上げに向けて取り組んでまいります



お客さま数

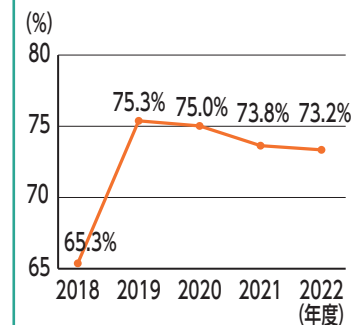


企業好感度



(注)2015年度は、7月・2月の2回実施

従業員意識調査結果



※1 生保契約者(すえ置・年金受取人を含む)+生保被保険者+損保契約者(重複を除く)

※2 法人営業チャンネルにおける(新・)団体定期保険の被保険者数(当社単独・幹事契約の本人・配偶者)

※3 お客さま満足度(総合満足度)の回答の選択肢は、「満足」「やや満足」「ふつう」「やや不満」「不満」の5つ

※4 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、回答者数は無作為に抽出した19,500名(うち当社のお客さまは1,660名)