

CSR報告書2009

Corporate Social Responsibility Report 2009

ダイジェスト

お客さまを大切にする会社の実現をめざして

MEIJI YASUDA
 明治安田生命保険相互会社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内2-1-1
 TEL : 03-3283-8111 (代表)
 URL : <http://www.meijiyasuda.co.jp/>

発行 CSR推進事務局 2009年12月

本報告書の制作、印刷にあたって、次のような配慮をしています。

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
 色覚の個人差を問わず、できるだけ多くの方に見やすいような配慮や表示を心がけました。モニターによる検証などのチェックを経て、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)から認証を取得しています。

用紙・印刷での配慮



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。また、製版フィルムを使用せず有害な廃液の出ない水なし印刷方式により、生分解性に優れた植物性大豆インクを使用して印刷しています。



目次

編集方針・メディア活用の考え方	1
トップメッセージ	3
明治安田生命の事業とCSR	5



ハイライト すべてのステークホルダーのみなさまと、 いっそう確かな「絆」を結んでいくために	7
--	---



特集① 「明治安田チャレンジプログラム」の進捗 お客さま満足度の向上を 徹底追求していくために	9
--	---



特集② 子どもの健全育成に貢献する活動 地域に根ざした 明治安田生命らしい活動を	17
---	----



お客さまとの絆 23	
『「お客さまの声」白書』の発行	23
「お客さまの声推進諮問会議」の継続的な開催	24
「消費者専門アドバイス制度」の運用を開始	24
入院医療費の自己負担にも備える保険「明日のミカタ」	25
「確かなお支払い」を確保するための支払管理態勢の整備	25
法人のお客さまへのサービス	26



ガバナンス ～お客さまとの絆のために～ 27	
経営に関する重要事項を審議	27
わかりやすさに配慮したディスクロージャー資料の発行	28
BCP(事業継続計画)の取組み	28



コンプライアンス ～お客さまとの絆のために～ 29	
コンプライアンス推進体制	29
コンプライアンス推進諮問会議	30
個人情報の保護・管理	30



社会・環境との絆 31	
地球温暖化の防止	31
障がいのある方々の舞台芸術の支援	32
各所属の社会貢献活動事例	32



従業員との絆 33	
「従業員意識調査」「MOTミーティング」の実施	33
従業員の出産・育児、介護の支援	34
女性の管理職登用の推進	34

第三者意見	35
CSRウェブサイトのご案内	36

編集方針

明治安田生命は、透明性の高い「社会に開かれた会社」をめざして積極的な情報開示に努めています。その一環として、2006年度から「CSR報告書」を発行し、お客さまや社会との「絆」を深めるためのCSRへの取組みについてご報告しています。

本報告書の前半では、お客さま満足度の向上を徹底追求する「明治安田チャレンジプログラム」の進捗と、子どもの健全育成に貢献する活動について特集しています。

後半では、「CSR経営宣言」の5領域（お客さまとの絆、ガバナンス、コンプライアンス、お客さまが暮らす社会・環境との絆、従業員との絆）ごとにそれぞれの章を設けて、各領域の活動をご報告しています。

● **報告対象組織**
明治安田生命保険相互会社を対象としていますが、一部、子会社等の取組みについてもご報告しています。

● **報告対象期間**
2008年度（2008年4月1日～2009年3月31日）と、2009年度上半期（2009年4月1日～9月30日）を対象としていますが、一部、それ以前の事実や、本報告書発行日直前の内容についてもご報告しています。

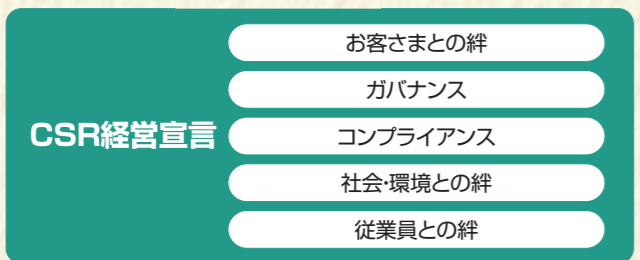
● **発行時期**
2009年12月
（前回は2008年12月。次回は2010年12月を予定）

● **参考にしたガイドライン**
GRI(Global Reporting Initiative)
「サステナビリティレポートガイドライン2006(G3)」

注)GRIガイドライン対照表はCSRウェブサイトに掲載しています。

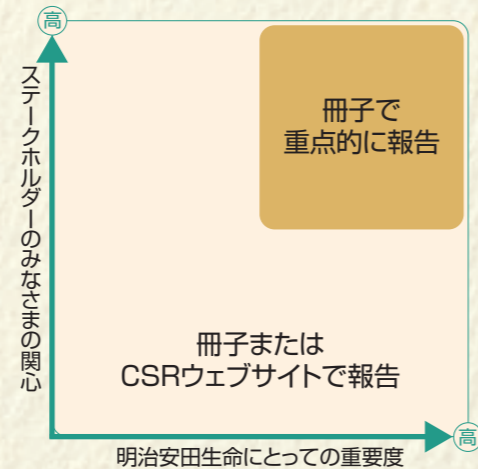
メディア活用の考え方

STEP 1
「CSR経営宣言」に基づいて「明治安田生命が報告すべきこと」について議論しました。当社では、CSRとは「社会からの負託、果たすべき役割を正しく認識し、それに応えようとする企業活動」であると考えています。CSR関連情報の開示に際して、「CSR経営宣言」の内容に照らして、報告すべきことについて議論しています。



STEP 2
社会の関心事項・要請事項を、ステークホルダーのみなさまとの対話などから確認しました。「CSR報告書2009」の編集にあたって、ステークホルダーのみなさまから寄せられる声などに基づいて、社会の関心事項・要請事項を確認しました。

STEP 3
①②の結果をふまえて「重要性を重視した冊子」「網羅性を重視したCSRウェブサイト」の二つのメディアで活動をご報告します。ステークホルダーのみなさまの声に、よりの確に伝える情報開示をめざして、2009年度は、ステークホルダーのみなさまと当社にとって重要性の高い事項を報告する冊子と、CSRにかかわる取組みを網羅的に報告するCSRウェブサイトという二つのメディアで報告しています。



将来に関する予想・予測・計画について

本報告書には、明治安田生命保険相互会社の過去の事実だけでなく、将来に関する予想・予測・計画も記載しています。これらの予想・予測・計画は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、不確実性を含んでいます。したがって、将来の事業活動の結果や将来に起こる事象が本報告書に記載した予想・予測・計画とは異なったものとなる可能性があります。

持続可能な未来へ「絆」をつなぐ

2008年の世界的な金融危機の影響によって、日本でもまだ先行き不透明感の強い経済環境が続いています。「100年に一度」と表現される厳しい環境にあって、お客さまに確かな安心をお届けすることが、生命保険業を営む当社に求められる重要な社会的責任と認識しています。

当社では、こうした社会的責任を果たして、お客さまや社会から支持・信頼をいただける会社となるために、これまでステークホルダーのみなさまの声に真摯に耳を傾けて、さまざまな取組みを推進してまいりました。

また、当社は今後とも、お客さまに安心をお届けする“保険”というかたちのない商品を提供する会社として、お客さまの生涯にわたって、長い年月をともに歩んでまいります。そして、お客さまから生涯にわたるパートナーとして選んでいただくためには、確かな信頼関係を築き、未来への思いを共有していく必要があります。こうしたお客さまとの「絆」を育み、守り続けることこそ、私たち明治安田生命の最も大きな責任であると考えています。

加えて、私たちは、お客さまとの長い信頼関係を築いていくために、お客さまが暮らす社会においても「絆」を育んでいきたいと考えています。とくに近年は、少子化社会対策に資する活動として「子どもの健全育成への貢献」を重点分野と位置付け、さまざまな社会貢献活動を続けています。

当社はこれからも、一人ひとりがお客さまや社会との「絆」を深め、持続可能な未来へ「絆」をつないでいきたいと考えています。本報告書をご一読のうえ、忌憚のないご意見をいただければ幸いです。



取締役会長 代表執行役

関口 憲一

お客さま満足度の向上に向けて

生命保険事業の使命は、「確かな安心」と「豊かな暮らし」をご提供する社会的インフラとして、国民生活の安定に貢献していくことです。

当社は、経済環境がいかに変化しようとも、相互扶助の理念に基づく社会的使命を果たしていくために、健全な経営に努めるとともに、お客さまや社会からの負託に誠実に応えていく必要があることを認識して、さまざまな取組みを推進してまいりました。

お客さまとの「絆」を深めるために、2008年度から、お客さま満足度向上を徹底追求していくための新たな挑戦「明治安田チャレンジプログラム」を推進しています。このプログラムでは「CSR

経営」の推進を前提として、さまざまな改革を実行していくことで、お客さまの信頼感や満足度をいっそう高めて、お客さまとの「絆」を深めていきたいと考えています。

そのために、訪問頻度やサービス内容の標準化、知識・スキル・マナーの向上など、基幹チャネルである営業職員制度の抜本的な改革を実施して、お客さま対応において質の高いコンサルティングとアフターサービスの実現に取り組んでいます。

また、お客さまに長期にわたって安心をお届けするために、経営基盤のいっそうの強化に取り組んでいます。高度なリスク管理を通じて財務基盤の健全性を確保するとともに、保険会社の基幹機能である引受・保全・支払業務に経営資源を重点配分し、お客さまに保険金等を安心してお受け取りいただけるよう努めています。

私たちは、お客さま満足度向上を徹底的に追求するという信念を持って、このプログラムの実現に引き続き取り組んでまいります。当社の取組みに対する忌憚のないご意見を賜りますようお願い申し上げます。

取締役 代表執行役社長

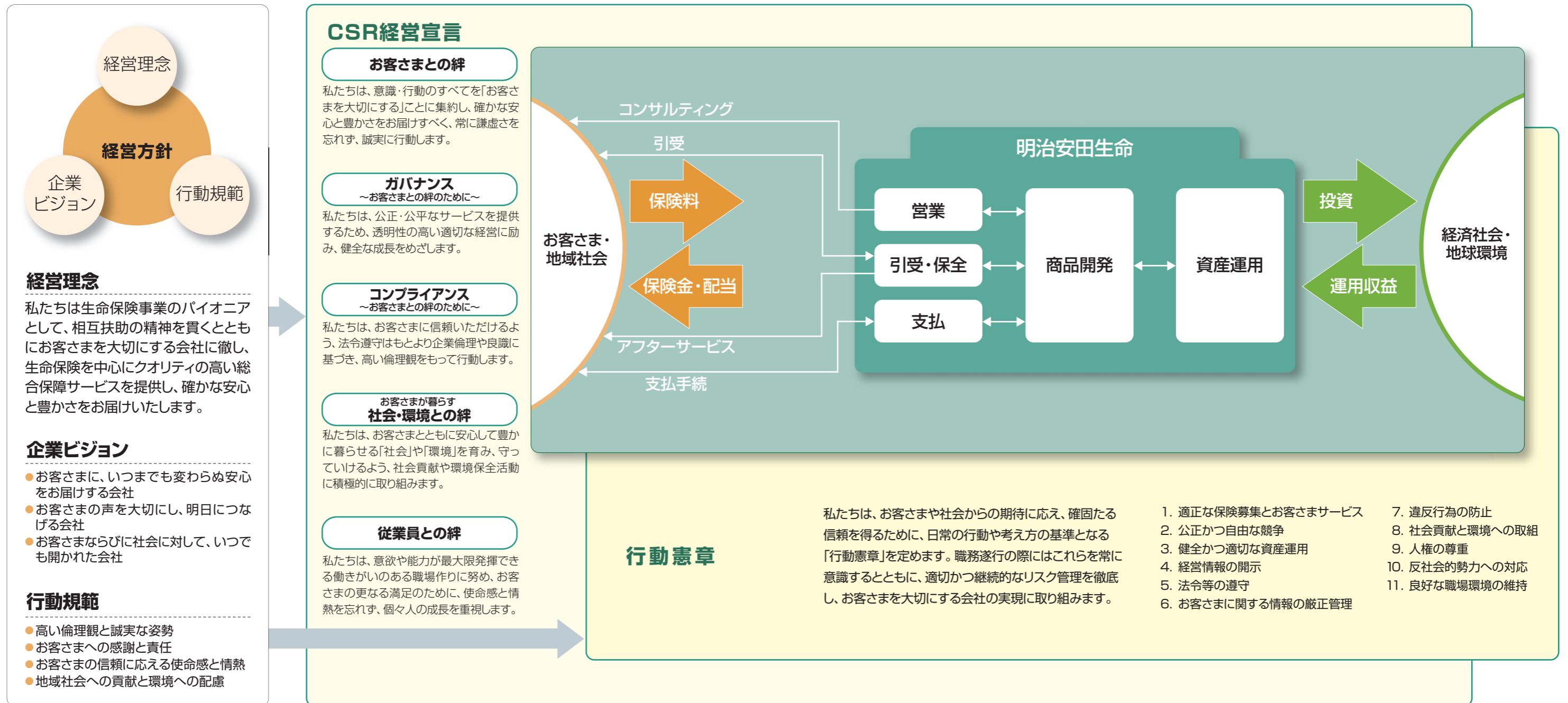
松尾 憲治

確かな安心と豊かさをお届けするために

当社では、企業の社会的責任(CSR)とは、「社会からの負託、果たすべき役割を正しく認識し、それに応えようとする企業活動」であると考えています。ステークホルダーのみならず幅広く対話を重ね、「絆」を深めながら、確かな安心と豊かさをお届けし、支持・信頼をいただける活動に努めていきます。

お客様の大切な資産をお預かりして、適切に管理・運用し、必要なときに正確・迅速にお支払いする——この使命を全うしていくために、健全で透明性の高い適切な経営と公正な事業活動を徹底してい

くことが、当社の重要な責任です。こうした認識のもと、当社では、ステークホルダーのみならずのみなさまの声に真摯に耳を傾け、事業やCSR活動に反映させていきます。



ハイライト

すべてのステークホルダーのみなさまと、
いっそう確かな「絆」を結んでいくために



お客さま一人ひとりに、
ずっと確かな安心を
お届けしていきたいから。

特集①

「明治安田チャレンジプログラム」を
推進しています P9



P23

「お客さまの声」と
その活用状況を
公表しています

P24

消費者視点の
意見収集の対象や機会を
拡充しました

P25

「お客さまの声」を
活かした商品開発を
推進しています

P26

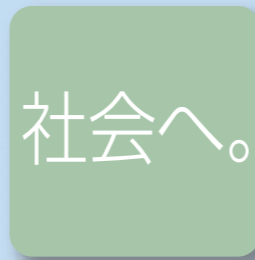
法人のお客さま満足度向上に
向けて取り組んでいます

P33

「従業員意識調査」
「MOTミーティング」を
実施しています

P34

従業員が仕事と家庭・生活を
調和できる制度の拡充を
図っています



「絆」を深め、広げて、
さらに信頼される会社と
なるために。

特集②

子どもの健全育成に貢献する
活動を強化しています P17



P27

経営に関する重要事項について
活発な審議が
行なわれています

P28

各種ツールを活用して
積極的な情報開示に
努めています

P30

実効性の高い
コンプライアンス推進態勢を
維持しています

P31

環境に与える負荷を
できる限り小さくするよう
努めています

P32

社会貢献活動「エイブルアート・
オンステージ」が
「メセナアワード2009」で
評価されました

P32

全国各地で地域に
密着した社会貢献活動を
展開しています





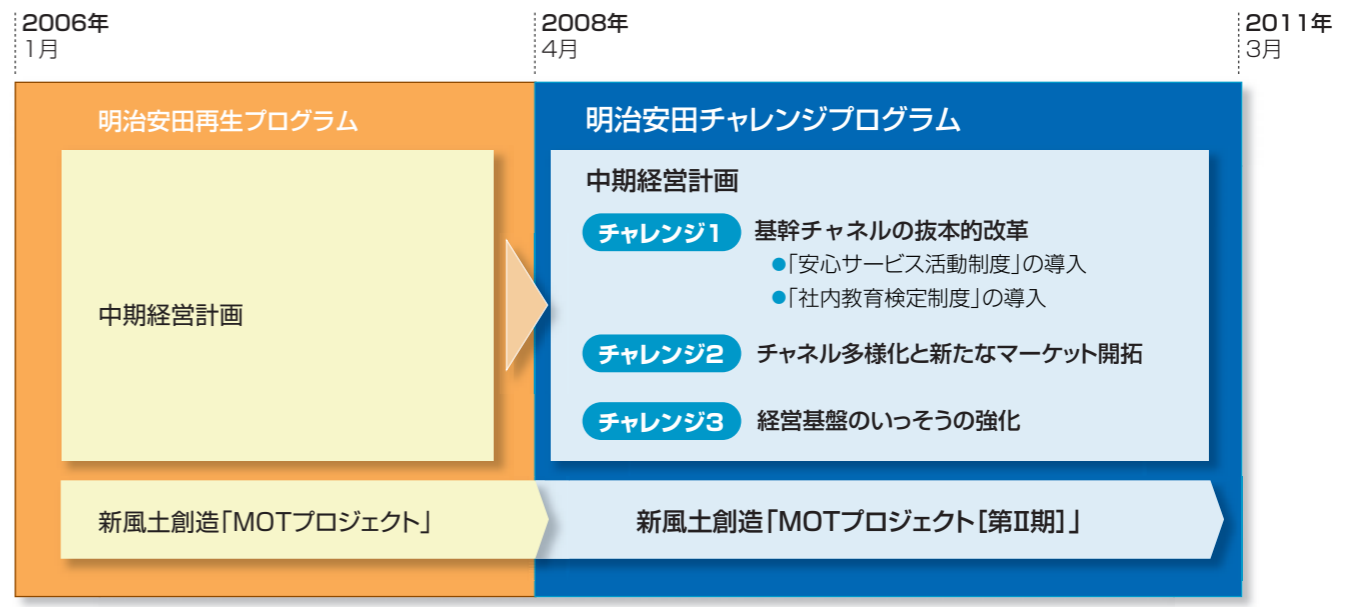
特集①「明治安田チャレンジプログラム」の進捗

お客さま満足度の向上を徹底追求していくために

取組みの背景

「明治安田再生プログラム」から「明治安田チャレンジプログラム」へ
 当社は2006年1月、過去の不適切な業務運営への反省から、「お客さまに保険金を適切にお支払いする」という生命保険会社の原点に立ち戻り、お客さまと社会からの信頼を回復するため、「明治安田再生プログラム」を策定しました。
 このプログラムは、コンプライアンスの徹底とCSRの確立を前提に「お客さまを大切にできる会社」の実現をめざす「中期経営計画」と、お客さまを

大切にできる企業風土づくりを推進する「新風土創造『MOTプロジェクト』」を両輪としたものです。
 このプログラムに基づき、2年3ヵ月かけて、お客さまや社会の声に真摯に耳を傾け、さまざまな取組みを推進しました。その結果、みなさまからの信頼をいただける会社として成長していくための土台が整ったものと考えています。
 この成果をふまえて、さらにお客さま満足度向上を徹底追求していくために、2008年4月から「明治安田チャレンジプログラム」をスタートしました。



「明治安田チャレンジプログラム」の骨子

“お客さま満足度向上の徹底追求”を掲げて三つのチャレンジを推進
 「明治安田チャレンジプログラム」における「中期経営計画」では、お客さま満足度の向上を徹底追求していくために、三つのチャレンジを掲げました。基幹チャンネルのお客さま対応において質の高いコンサルティングとアフターサービスを実現するための「基幹チャンネルの抜本的改革」と、幅広いお客さまのニーズに対応するための「チャンネル多様化と新たな

なマーケット開拓、そしてお客さまへの確かなお支払いをさらに確実なものにしていくための「経営基盤のいっそうの強化」です。
 また「新風土創造『MOTプロジェクト[第II期]』」では、これまでの取組みに加え、従業員「一人ひとりのホスピタリティの実践」をテーマに、「お客さまを大切にする」意識のいっそうの浸透を図っており、中期経営計画との相乗効果で「明治安田チャレンジプログラム」を推進しています。

2008年度からの重点取組み

チャレンジ1 基幹チャンネルの抜本的改革

「MYライフプランアドバイザー制度」でお客さまとのコミュニケーションを活性化
 2008年度に、基幹チャンネルであるMYライフプランアドバイザーによるお客さまへの訪問頻度・サービス内容を「安心サービス活動」として標準化し、お客さまとのコミュニケーションの充実を図りました。また「社内教育検定制」を導入し、MYライフプランアドバイザーの知識・スキル・マナーなどの向上と均質化を推進しました(P12ご参照)。
 さらに、「安心サービス活動制度」や「社内教育検

定制度」の評価を処遇に反映させる「MYライフプランアドバイザー制度」の創設によって、定着率の改善とサービスの質向上を図りました。
 こうした取組みの結果、2008年度の「お客さま満足度調査」における総合満足度が向上し、着実な成果が表われています。



「安心サービス活動」のツール



Profile

高松支社 坂出営業所 支部マネジャー
山下 順子

モットーは「自然体」、日々のきめ細かな対応も「当たり前のこと」と語る山下。しかし毎年、約500枚の年賀状をすべて手書きしてお客さまへ送ることは、容易に続けられるものではない。



営業現場からの報告

“お客さまに信頼いただけたという「誇り」を胸に、常にお客さま視点で考え、サポートし続けていきたい”

保険の営業で大切なのは「いつでも」ご相談いただけるよう、常にお客さまの側にいることであり、「何でも」ご相談いただけるよう、日頃から信頼という「絆」を築いていくことだと考えています。それができて初めて、お客さまから選んでいただくことができるのだと思います。

つまり、ご契約いただくことは私にとって、お客さまに信頼いただけたという「誇り」なのです。その信

頼にえられるよう、常にお客さまの立場で考え、行動するのは当然のことです。機会を見つけてはお伺いし、何気ない会話を通じて、お客さまやその大切なご家族のことを理解する…そうした日々の積み重ねがあるからこそ、最適なプランが提案でき、いざというときに迅速で確実なお支払いができるのです。

25年のキャリアを重ねてきた私にとって、今後の目標は、健康を保って、私を信頼していただけるお客さまを少しでも長くサポートし続けること。その一方で、積み重ねてきた経験という財産を後進に引き継いでいくことも大切な役割です。「MYライフプランアドバイザー制度」は、私たちが長い経験を経て当たり前のこととして身につけた行動を、キャリアを問わず、すべてのMYライフプランアドバイザーが実践できるよう制度化したものです。この制度を活かし、お客さまに心から信頼いただけるMYライフプランアドバイザーを、一人でも多く育てていきたいと思っています。

営業所長から

お客さまに対する姿勢を部下に伝えてください

お客さまを大切にすると同時に、部下のサポートにも尽力する姿勢には感心させられます。今回の新制度を通じて、制度化された行動だけでなく、その根底にある意義、姿勢を部下へ伝えてくれることを期待しています。そして、彼女のように自立したアドバイザーを増やすことが私の使命です。



高松支社 坂出営業所長
田中 和宏

「基幹チャネルの抜本的改革」に向けて
「MYライフプランアドバイザー制度」を創設

お客さま満足度の向上には、よりきめ細かなコミュニケーションが不可欠です。そこで、お客さまとの基幹チャネルを「MYライフプランアドバイザー」と名付け、「安心サービス活動制度」や「社内教育検定制」などを通じて、質・量両面からコミュニケーションの充実を図っています。

安心サービス活動制度

お客さまとの充実したコミュニケーションのために、必要なサービスを標準化しました

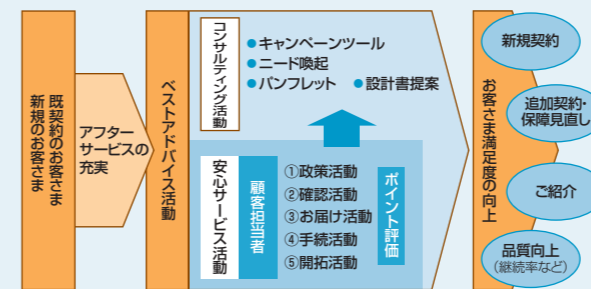
「安心サービス活動制度」は、キャリアや個性を問わず、すべてのMYライフプランアドバイザーが、お客さまと充実したコミュニケーションを重ねるための制度です。お客さまへの訪問頻度やサービス内容などを標準化して、確実に実施させることで、コンサルティングやアフターサービスの質を高め、お客さまとの絆を深めていきます。

社内教育検定制

お客さまに満足いただくために必要な知識・スキル・マナー教育を全社統一で実施しています

「社内教育検定制」は、MYライフプランアドバイザーがお客さまに満足していただくために必要な知識・スキル・マナーを標準化し、全社統一で均質な教育を実施するものです。また、お客さまへの対応力の維持・向上を図るために、定期的な「社内検定制」を実施し、一人ひとりの到達レベルを検証しています。

MYライフプランアドバイザーの活動



お客さまの声

これからも真摯なサポートを続けてください

保険営業の方には、自身の成績本位の方も少なくありませんが、山下さんは、常に顧客本位で考えてくれますので、安心してお任せできます。そうした信頼感は、飾らない人柄に加え、日頃からの誠実な対応から培われたものです。保険商品を勧めるときは、メリットとデメリットの両方を説明したうえで、最適な判断ができるようアドバイスしてくれます。私の役に立つと思えば、他社商品であっても勧められるほど。そんな山下さんですから、私だけでなく、主人や子どもの保険についても安心して相談できます。できるだけ長くこの仕事を続けてもらって、いつまでも私たち家族をサポートしてほしいです。



坂出市在住
井上 啓子 さま

家族全員でお世話になっています

保険選びで重視するのは、商品の内容以上に、安心してコミュニケーションを取れる方に担当いただけるかどうかです。以前に契約していた保険会社では、担当者が頻りに替わって引継ぎも電話一本で済ませるなど、信頼できるとは言えませんでした。その点、山下さんは、こまめに立ち寄り、主人の退職や子どもの進学など、家族の節目ごとに最適なプランを提案してくださいました。おかげで長い付き合いとなり、子どもも山下さんを信頼して、成人して保険を検討する際も相談していましたし、結婚式にも出席していただきました。家族一同、末永いお付き合いを心から望んでいます。



坂出市在住
高島 操子 さま

営業所長としての私の持論は、営業活動とは人と人の触れ合いだということ。お客さまに喜んでいただくためには、何よりも「人としての魅力」を磨くことが大切なのです。その意味では、今回の基幹チャネル改革の目的も、最終的にはMYライフプランアドバイザー一人ひとりの「人としての魅力」を高めることにあると言えるでしょう。

お客さまへの訪問頻度やサービス内容を標準化

支社長から

MYライフプランアドバイザーの育成に優れた手腕を発揮してほしい

支社から最遠隔地、かつ県内では当社シェアの最も高い地域にあって、営業所をまとめ上げていく手腕に全幅の信頼を置いています。今後も、担当する地域のお



客さま満足度向上に向けて、MYライフプランアドバイザーへの教育・指導に腕をふるってほしいですね。
執行役 郡山支社長 伊藤 隆

した「安心サービス活動」や、マナーの原点である身だしなみを徹底するための「標準服」の導入は、そのための行動指針となるものですが、私はもう一つの狙いがあると考えています。それは、こうした活動を通じて「お客さまに喜んでいただけた」という“成功体験”を得ることで、MYライフプランアドバイザー自身に「人としての魅力」を磨いていこうという意欲を高めてもらうことです。

実際、それまで成果の少なかったMYライフプランアドバイザーが、「安心サービス活動」を続けたことで成約をいただけたことがありました。「営業という仕事が好きになりました」と報告する笑顔に、私は確かな成長を感じました。

「お客さまのために」という思いは、決して上から押し付けられて身につくものではありません。お客さまに喜ばれ、信頼される喜びを知って、初めて湧き上がってくるものです。MYライフプランアドバイザーがこうした思いを胸に、いつも笑顔でお客さまのもとに出かけていけるよう育てていくことが、営業所長である私の使命だと考えています。

「お客さまのために」と心から思えるMYライフプランアドバイザーを、お客さまのもとに送り出したい

営業現場からの報告 II

Profile

郡山支社 相双第一営業所長
森田 信蔵

人を育てるために大切なのは「ちょっとした変化に気づき、褒めてあげること」だと語る森田。常に細かな気配りを絶やさぬ姿勢に、周囲の信頼は厚い。



特集①「明治安田チャレンジプログラム」の進捗
お客さま満足度の向上を徹底追求していくために

営業現場からの報告 III

Profile

水戸支社 教育・育成部長 熊井 毅

「新人アドバイザーの成長した姿を見るのが何よりの喜び」と、教育担当のやりがい語る熊井。そのアドバイザーの姿の先に見ているのは、もちろん、お客さまの笑顔だ。



「知識やスキル、マナーの習得が目的ではない。大切なのは、それらを駆使してお客さまに満足いただくこと」

すべてのMYライフプランアドバイザーが、お客さまにご満足いただけるだけの知識やスキル、マナーを等しく身につけるべき——こうした考えのもとにスタートした「社内教育検定制」では、全社統一のテキストを用いて、全国で均質な教育を実施しています。また、「社内検定試験」を通じて到達レベルを検証するとともに、処遇にも反映することで、

モチベーションの向上にもつなげています。

しかし、こうした教育が、知識の習得や試験の合格だけを目的とするものになっては本末転倒です。目的は、あくまでも「お客さまの満足」にあることを忘れてはいけません。私たち教育・育成担当スタッフは、日々の教育を通じて、MYライフプランアドバイザーに「お客さま志向」の意識や姿勢をも身につけさせる必要があります。また、習得した知識やスキルを実際にお客さま満足度の向上へとつなげていけるよう、教え方を工夫することも重要です。

例えば入社初期の教育では、講師の説明を聞くだけの「受け身」にならないよう、研修の最後にロールプレイング形式での発表の場を設けています。こうした「発表の場」を設けることで、研修を受ける際の真剣さが増すとともに、身につけた成果を実際のお客さまとの対応でも発揮しやすくなるからです。今後も定められたカリキュラムを実施するだけでなく、教育現場での工夫を積み重ねることで、お客さまに愛され、信頼されるMYライフプランアドバイザーを育てていきたいと思っています。

「社内教育検定制」担当者から

いっそうのお客さま満足度の向上をめざし、日々の教育に取り組んでいきます

制度実施1年目の経験をもとに、2009年度下期からは、一人ひとりの到達レベルに応じて試験内容を強化するなど、制度の高度化を図りました。各営業所では、朝礼での継続的な勉強などを通じて提案力・サービス力を高める取り組みをしていますが、マナーなどの



面でも磨きをかけ、お客さまの満足のうえをいくMYライフプランアドバイザーに成長してほしいと思います。
営業教育部 営業教育グループ 片山 圭子

チャレンジ2 チャンネル多様化と新たなマーケット開拓

生命保険情報提供WEBサービス
「保険がわかるサイト」を開設

お客さまの購買チャンネルに対するニーズの多様化や、インターネットを活用した情報提供に対するニーズの高まりに応えるべく、生命保険情報を提供するWEBサービス「保険がわかるサイト」を2009年4月に開設しました。

このサイトでは、生命保険の基礎知識をはじめ、ご加入の検討にあたって必要な各種情報や、保険料などの見積り試算まで、さまざまなコンテンツをご用意しています。

このサイトの開設によって、お客さまはご自宅にいなから、時間や曜日を問わず、いつでも知りたい

情報を得ることができます。また、生命保険および当社商品について、よりわかりやすく、詳細にご検討いただけるようになりました。



保険がわかるサイト
<http://www.meijiyasuda.co.jp/find/>

「保険がわかるデスク」と「ほけんポート」
二つのタイプの来店型店舗を開設

お客さまの生活スタイルの変化、購買チャンネルの多様化に対応するための窓口として、自社商品のみ取り扱う「保険がわかるデスク」と、他社商品も含めて取り扱う「ほけんポート」という、二つのタイプの来店型店舗を2009年5月に開設しました。

これらの店舗を通じて、より幅広いお客さまニーズにお応えしていくとともに、展開地域の拡大にも取り組んでいきます。



保険がわかるデスク

チャレンジ3 経営基盤のいっそうの強化

お客さまの期待と信頼に応えるべく
基幹機能と財務基盤を強化

お客さまにわかりやすく利便性の高いサービスを提供するために、保険会社の基幹機能である契約の引受・保全・支払業務をいっそう強化しています。

また、高い財務健全性の維持を図るべく、リスク

を抑制した資産運用を実施するとともに、グループ全体のリスク管理・コンプライアンス推進の態勢強化にも努めています。今後もこうした経営基盤の強化に努めることで、お客さまの期待と信頼にお応えし続けます。

“いつも職場に来てくれてありがとう。怪我をしたことに気付いてくれて、給付金のことを教えてもらうことができた。おかげさまで給付金を受け取ることができました。
(青森県・男性・20代)

“先日いただいた書類に何気なく添えていただいた小さな可愛い折鶴、とてもとても心が和みました。診断書など送付させていただきます。よろしくお願い申し上げます。
(埼玉県・男性・40代)

“カードをなくしたみたいで、ちょうど連絡しようと思っていたところです。来てもらえて助かりました。定期的に訪問してくれると、何かあったときでも安心です。これからもよろしくお願いします。
(北海道・女性・40代)



お客さまの **声**

何よりも私たちの励みになるのは、お客さまから寄せられる感謝の声。いただいた声の一部を紹介します。

“税金について教えてもらい大変勉強になりました。ありがとうございます。今は電話やインターネットで簡単に加入できるけど、実際に担当の方とお会いしてこういった話ができるというのはいいことですね。
(兵庫県・男性・70代)



“今まであまり考えずに保険料を払っていたことがわかりました。老後の大まかな設計まで考えてくれてありがとう。先のことまで考えて説明してくれたのは、あなたが初めてでうれしかったです。
(北海道・女性・40代)



“大事な保険を解約せずに必要資金が用意できる方法を教えてくれてありがとう。それに、すぐ対応してくれたから期日までに資金が準備できました。本当に助かりました。
(静岡県・男性・60代)



「黄色いワッペン」での交通安全活動



ふれあいコンサート



地域安全マップづくり教室



「子どもの命・安全を守る」地域貢献活動のポスター © Mercis bv



海の環境工作教室

特集② 子どもの健全育成に貢献する活動

地域に根ざした明治安田生命らしい活動を

活動の趣旨

お客さまの「家族への思い」を支えることが生命保険会社ならではの社会貢献

明治安田生命では、子どもの健全育成への貢献を社会貢献活動の重点分野と位置付けて、さまざまな活動を続けています。なぜなら、お客さまが私たちと保険契約を結ぶ背景にはご家族への思いがあり、こうしたお客さまの「家族愛」を理解して大切な子どもたちを守る手助けをすることこそ、生命保険会社にふさわしい社会貢献活動だと考えるからです。

また、全国各地で地域に密着した営業活動を続けているという事業特性から見ても、当社がなすべき、当社だからこそできる取り組みだと考えています。

少子化が進む社会情勢のなかで、子どもたちの生命と安全を守り、健やかに育てるための取り組みの意義はますます高まっていると言えるでしょう。当社は今後も、社会の大切な財産である子どもたちのために、従業員一人ひとりが、自分に何ができるかを考え、積極的に行動していきます。

子どもの健全育成に貢献する活動

子どもたちに音楽の楽しさを知ってもらうために、チャリティーコンサートにあわせて音楽授業を開催

音楽に親しむ機会を提供することで、子どもたちの情操教育に役立ちたい——こうした思いから、当社は2009年から、小・中学生を対象とした音楽授業を新たに開始しました。

この音楽授業は、2001年度から全国各地で開催している「愛と平和のチャリティーコンサート」と連動した取組みで、コンサートの音楽監督である三枝成彰氏が、開催地の近郊に位置する小・中学校で



チャリティーコンサートの様子

実施するものです。「クラシックって何?」「作曲家ってどんな仕事?」など、音楽に対する子どもたちの疑問に答えるとともに、合唱や合奏の指導などを通じて、音楽の楽しみ、喜びを伝える内容となっています。

2009年度は、チャリティーコンサートの地域・開催数を拡大し、三枝氏プロデュースのもと、東京フィルハーモニー交響楽団と4人のソリストによる東京公演を開催するとともに、新潟・福島・広島・熊本

公演にて、ソリストによるコンサートと音楽授業を実施する予定です。

なお、チャリティーコンサートで集まった募金は、公益社団法人日本フィランソロピー協会を通じて、子どもの健全育成に向けて活動しているNPO法人などへ寄付していきます。

音楽監督から

「音楽とは何か?」を伝えることで文化に関心を持つ子どもたちの育成をめざします

コンサート開催地域の学校において「音楽とは何か?」を伝える音楽授業を行っております。文化へ関心を持つ子どもたちが育つための裾野を広げることきっかけに、少しでも明治安田生命の社会貢献活動に寄与できれば幸いです。



作曲家
三枝 成彰 氏



音楽授業の様子



子どもの健全育成に貢献する活動

II

ネームタグ
Illustrations Dick Bruna © copyright Mercis bv,
1953-2009 www.miffy.com

「黄色いワッペン」

防犯笛

“日々の営業活動のなかで、子どもたちの安全を守り地域の防犯に貢献するために”

近年、子どもたちが登下校中に事故や事件に巻き込まれるという事態が、全国各地で多発しています。これを防ぐために、当社は、自分たちにできることがないだろうかと考え、2006年から明治安田生命労働組合と連携して「子どもの命・安全を守る」地域貢献活動に取り組んでいます。

この活動は、登下校の時間帯に地域で営業活動をしているMYライフプランアドバイザーたちが、事故や事件から子どもたちを守るために少しでもお役に立ちたいという思いから始まりました。営業活動時に、防犯笛や、警察など緊急連絡先を掲載し

たネームタグを携行することで、防犯意識の醸成や犯罪行為へのけん制に役立っています。また、携帯電話に最寄りの警察署や地域行政機関の電話番号を登録するなど、危険を察知した場合にはただちに通報できるようにしています。

このほか、全国各地の営業所では地域の警察署と連携して、万が一の場合に子どもたちが助けを求められることができる「こども110番」を設置しています。

今後も、安全・安心な街づくりに貢献していくために、こうした従業員参加型の活動を継続するとともに、より良い活動となるよう改善を続けていきます。

登下校時の交通安全のために「黄色いワッペン」を贈呈しています

当社は新入学児童を対象とした「黄色いワッペン」の贈呈事業を、1965年から全国で実施しています。このワッペンには、毎年の交通安全スローガン子ども部門の最優秀作が掲載され、子どもたちの交通安全意識を育むとともに、保護者やドライバーの方々の注意を喚起することで、登下校時の交通安全に役立っています。2009年春には、全国約120万人の新入学児童に「黄色いワッペン」を贈るとともに、各地で「交通安全教室」を実施しました。

注)この事業は、株式会社みずほフィナンシャルグループ、株式会社損害保険ジャパン、第一生命保険相互会社と共同で実施しています。



子どもの健全育成に貢献する活動

III

“子どもたちの自ら危険を回避する力を育むために、「地域安全マップづくり教室」を全国で開催”

子どもたちを犯罪から守るためには、地域の大人たちが一体となって安全・安心な環境をつくることが重要です。その一方で、子どもたち自身に安全についての意識を高め、危険な場所には近づかない、といった「自ら危険を回避する能力」を身につけることも大切です。

こうした考えから、当社は子どもの危機回避能力を高めるための「地域安全マップづくり教室」を2008年から開催しています。この活動は、立正大学の小宮信夫教授が考案したもので、教授の教え子を中心としたNPO法人地域安全マップ協会が全国各地で教育機関や警察と連携しながら普及を進めています。



地域安全マップづくり教室の様子

当社主催の教室では、参加する親子を公募し、小宮教授を講師に招いて講義やフィールドワーク、マップづくりを通して「危険な場所」を避けるための考え方を学んでもらっています。

2008年にスタートして以来、活動は全国に広がっており、2008年度には八王子・江東・名古屋中央・徳島・熊本、2009年度には和歌山・越谷・道央(千歳)・静岡・山口の計10支社にて開催し、合計308人の子どもたちが参加しました(2009年10月現在)。地域の安全について、親子が一緒に考え、学ぶ機会として、今後も引き続き全国各地で開催していきます。

2008年にスタートして以来、活動は全国に広がっており、2008年度には八王子・江東・名古屋中央・徳島・熊本、2009年度には和歌山・越谷・道央(千歳)・静岡・山口の計10支社にて開催し、合計308人の子どもたちが参加しました(2009年10月現在)。地域の安全について、親子が一緒に考え、学ぶ機会として、今後も引き続き全国各地で開催していきます。



講師の方から

すべての親子に正しい防犯の知識と技能を
子どもの防犯力を高めると公認されている地域安全マップ。しかし、その普及率は2割程度にすぎず、作り方を間違えたマップが多数出回っています。例えば、犯罪が起きた場所を書かせても未来の犯罪を予測する力は高まりません。また、変な人がいた場所を書かせると人間不信に陥らせてしまいます。

明治安田生命主催の「地域安全マップづくり教室」は、こうした現状を打開するものです。この教室のおかげで、これまで地域安全マップの本当の姿に全く触れることができなかった親子にも、正しい作り方を学ぶ機会が届くようになりました。これからも、すべての親子に正しい防犯知識・技能が届くように、この教室



を全国各地で開催していただきたいと望んでいます。

立正大学 文学部
社会学科教授(社会学博士)
小宮 信夫 氏

指導員から

指導員にとっても楽しく、やりがいのある教室です
明治安田生命さんの主催する教室には、指導員として参加するだけでなく、一緒に教室を作り上げている実感があり、毎回楽しませていただいています。「また参加したい!」と言ってくれる子どもも多く、たいへん励みになります。これからも参加を楽しみにしています。



NPO法人 地域安全マップ協会
副理事長
浅野 博子 氏

地域安全マップづくり教室

コンサートなどに行く機会の少ない障がいのある子どもたちに、生の音楽を楽しんでいただくために、当社はグループサウンズ「ザ・ワイルドワンズ」のメインボーカルである鳥塚しげきさんによる「ふれあいコンサート」を、全国各地の特別支援学校などで開催しています。

このコンサートは、当社が1968年から実施してきた特別支援学校への車椅子などの寄付活動に、鳥塚さんが共感してくださってスタートしたものです。当社の従業員募金をもとに、会場設営から音響機器の調達まで、すべて当社従業員の手で運営されています。

どの会場でも、子どもたちが鳥塚さんと一緒に歌ったり、手作りの楽器を演奏したりと、全員が一体となって楽しむ姿が見られ、運営スタッフにとっても大きな喜びとなっています。



ふれあいコンサートの様子

開催地域の営業所のスタッフも運営に参加しており、子どもたちとふれ合って社会貢献活動への意識を深める機会にもなっています。

1984年の初回公演を皮切りに、2008年まで全国103校を訪問しており、2009年は北海道など6校で開催しました。今後も全国各地で活動を続けていきます。

子どもの健全育成に貢献する活動 IV

“障がいのある子どもたちのための「ふれあいコンサート」を四半世紀にわたって開催”



開催地域の運営スタッフから

歌を楽しむ子どもたちの姿に感動しました

2009年10月に北海道沙流郡の門別愛光園で開催された「ふれあいコンサート」に、当支社も開催ホスト支社として参加しました。最初は緊張していた子どもたちが笑顔になり、鳥塚さんの歌に合わせて楽しそうに歌ったり踊ったりする姿は、見ていて胸に迫るものがありました。「子どもたちを喜ばせてあげたい」と思っていた私自身が、子どもたちから感動をいただいたという思いです。今回のコンサートをきっかけにして、今後も社会貢献活動に積極的に参加していきたいと思



道央支社
事務担当
佐藤 伸子

「コミュニケーション支援ボード」の寄贈

「コミュニケーション支援ボード」は、知的障がいのある方や自閉症の方などが自分の意思を相手に伝えるためのボードで、2003年に「明治安田こころの健康財団」が制作し、全国の特別支援学校等に配布しました。2008年には警察庁などのご協力を得て「警察版コミュニケーション支援ボード」を制作し、全国の警察署・交番ノトカーに配置いただき、普及を進めています。



コミュニケーション支援ボード



子どもの健全育成に貢献する活動 V

“未来を担う子どもたちに、大切な自然を守り、より良い環境をつくる気持ちを培ってもらうために”

豊かな自然環境を守り、次代に引き継いでいくことは、私たち大人の重要な責任です。同時に、未来を担う子どもたちに、自然の大切さや、自然を守る意義を伝えていくことも大切な役割です。

こうした認識のもと、当社は従業員とその家族がボランティアで海岸を清掃する「ビーチクリーン活動」とともに、清掃で集めた貝殻やガラス、海藻などを使ってアート作品を制作する「海の環境工作教室」



海の環境工作教室

を開催。子どもたちが自然に対する思いを育む場として、従業員とその家族に参加を呼びかけています。

この工作教室は、海岸漂着

物によるアート創作を通じて海浜美化啓発に取り組むNPO日本渚の美術協会の協力を得て、2007



シーボーンアート展

年にスタートしたものです。2009年は、7月に東京都港区のお台場「鳥の島」で、11月に千葉県富津海岸で、当社従業員ボランティアがビーチクリーン活動と工作教室を実施しました。今後も全国各地で継続的に開催していく予定です。

また、2009年12月には、工作教室で作成したアート作品などを展示する第3回シーボーンアート展「海からのクリスマス」を開催しました。

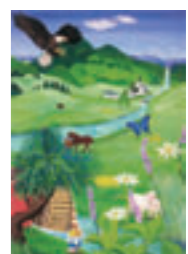
子どもたちの環境への意識を高める環境絵画コンクールに協賛しています

当社は、小中学生への環境教育支援の一環として、全国小中学校環境教育研究会が主催する「全国小中学校児童・生徒環境絵画コンクール」に1997年から協賛しています。このコンクールは、「みんなでつくろう住みよい町」、「みんなで守ろう大切な自然」をテーマに、全国の小中学生から環境に関する作品を募集しています。

2009年は、「小学校の部」に68校から1,864作品、「中学校の部」に64校から570作品が寄せられ、当社はそれぞれ1作品に明治安田生命特別賞を贈りました。



「明治安田生命特別賞」
受賞作品(小学校の部)



「明治安田生命特別賞」
受賞作品(中学校の部)



お客さまとの絆

常に誠実に、確かな安心と豊かさをお届けします

保険契約というかたちで結ばれたお客さまとの「絆」をいっそう確かなものとするために、「お客さまの声」に謙虚に耳を傾け、常にお客さまの視点に立った商品・サービスの提供に努めています。

「お客さまの声」とその活用状況を公表しています

「『お客さまの声』白書」の発行

当社では、お客さまから支社・営業所、コミュニケーションセンターなどに寄せられたお申し出を、全国の拠点をネットワークで結ぶ「お客さまの声システム」を通して集約し、業務改善や商品開発に活かしています。また「お客さま満足度調査」を2006年から継続的に実施しています。

このように集められた「お客さまの声」とその声を反映した業務改善事例、お客さま満足度調査の結果などについては、「『お客さまの声』白書」にまとめ、WEBサイトや営業拠点などを通じて2006年から毎年公表しています。



「お客さまの声」白書

「お客さまの声」を反映した業務改善事例

- 「ご契約内容確認活動」の開始
「契約時だけでなく、アフターサービスとしても契約内容を繰り返し説明してほしい」という声に応じて、MYライフプランアドバイザーによる「ご契約内容確認活動」を2008年4月に開始しました。
- 「社内教育検定制度」の導入
これまでの当社の営業職員に関して寄せられた「お客さまの声」をもとに、2008年4月、MYライフプランアドバイザーがお客さまにご満足・ご信頼いただけるために習得すべき知識・スキル・マナーなどの水準を明確にし、「社内教育検定制度」を導入しました。



詳しくはWEBで <http://www.meijiyasuda.co.jp/csr/>

- 「お客さまの声」を経営に活かす仕組み
- 「お客さまの声」の活用事例
- 「お客さまの声」白書の公表
- お客さまの声推進諮問会議
- 消費者専門アドバイス制度
- MYライフプランアドバイザー制度
- 安心サービス活動制度
- 社内教育検定制度
- 営業マネジメントと地域マーケティング
- わかりやすい情報提供

契約者保護とお客さまサービスの向上に取り組んでいます

「お客さまの声推進諮問会議」の継続的な開催

契約者保護とお客さまサービス向上のための諸施策に社外のご意見を取り入れるため、2005年4月に「お客さまの声推進諮問会議」を設置しました。

この会議では、消費者問題に幅広い見識を持つ社外の専門家3人を委員としてお迎えし、お客さまの視点で率直なご意見をいただいています。これまでに31回開催(2009年11月現在)しました。

2009年度は「『お客さまの声』を業務の改善につなげている取組みをもっと社会に知ってもらうための努力が必要ではないか」とのご意見を受けて、「『お客さまの声』白書」を見やすく、わかりやすくリニューアルし、各種情報提供資料で白書の発行を告知するなどの改善を実施しました。

社外委員の声

2005年からの5年間で、さまざまな面で改革が進んできました。なかでも、お客さまの声を経営に活かす仕組みが構築されたことは大きな成果といえます。また最近、MYライフプランアドバイザーの質的向上に向けた改革が進んでいます。こうした「組織面」と「営業面」の改革が両輪となって、お客さまとのコミュニケーションの活性化や営業現場のモチベーション向上が加速され、業務改善がさらに進むものと期待しています。



株式会社 電通
ソーシャル・プランニング局長
上條 典夫 議長

消費者視点の意見収集の対象や機会を拡充しました

「消費者専門アドバイス制度」の運用を開始

2008年5月に創設した「消費者モニター制度」の名称を、2009年5月に「消費者専門アドバイス制度」と変更し、意見収集の対象や機会を拡充しました。

この制度では、社外の24人で構成される「消費者専門委員」から、当社のお客さまサービス全般について具体的な意見・アドバイスを収集しています。2009年度は、「消費者専門家懇談会」を東京と大阪で3回ずつ開催するほか、「消費者専門アンケート」を2~4回実施する予定です。

2009年7月に開催した「消費者専門家懇談会」では、当社のオフィシャルホームページや「保険がわ

かるサイト」のわかりやすさ、使いやすさなどについて意見交換を行ないました。これらの「声」をもとに、WEBサイトやパンフレットなど各種書類の改訂も進めていきます。



消費者専門家懇談会



「お客さまの声」を活かした商品開発を推進しています

病院等で交付される領収証の自己負担額に着目した給付金額がわかりやすい保険「明日のミカタ」

当社は、お客さまの声をもとに「わかりやすく、安心感のある商品・保障」の充実に取り組んでいます。

お客さまへの「わかりやすさ」を向上させた商品開発の一環として、入院医療費の自己負担に備える総合保障商品「明日のミカタ」を開発し、2009年6月に発売しました。この商品は、入院時の医療費の

保障に加え、万一の場合や気になる病気などの保障もご準備いただける終身入院保険です。



「明日のミカタ」パンフレット

お客さまにご請求いただきやすい環境の整備を進めました

「確かなお支払い」を確保するための支払管理態勢の整備

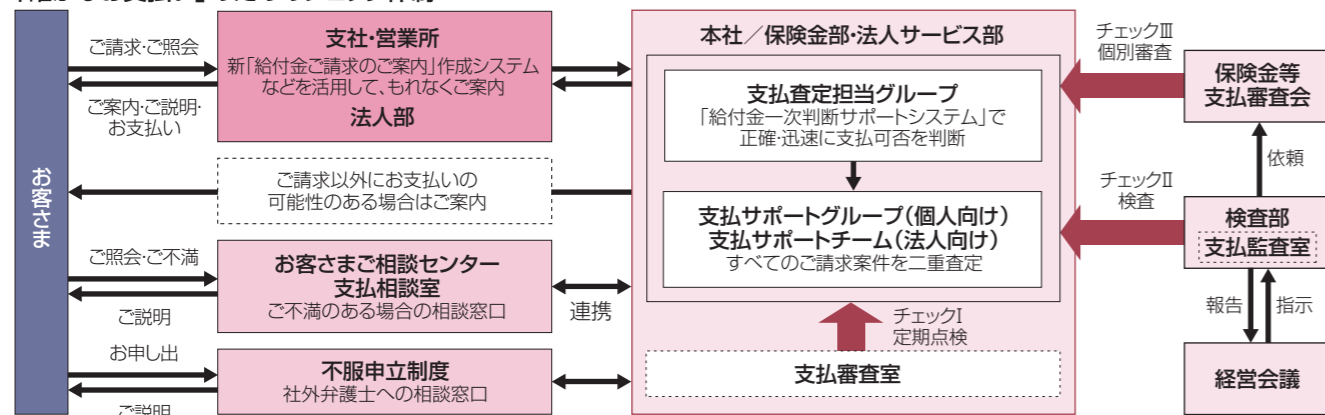
当社では、お支払いの適切性を再確認するための組織を、保険金部と法人サービス部に設置し、ご請求いただいた案件を二重にチェックしています。これによって、保険金・給付金を適切にお支払いするとともに、ご請求いただいた内容以外にお支払いの可能性がないかを確認し、随時、お客さまへのご案内を実施しています。

一方で、お客さまにご請求いただきやすい環境の整備も進めています。その一環として2008年6月から、ご請求がお支払いの対象とならなかった場合に、お客さまが当社所定の診断書(原本)を取得するためにかかった費用の一部をお支払いしています。

また、ご請求手続きや、お支払いする場合・できない場合の事例を紹介した冊子「保険金・給付金のご請求について」をご用意するなど、説明やご案内の充実に努めています。そのうえで、保険金・給付金のお支払いに関するご照会・ご不満にお応えするために、「支払相談室」および社外弁護士がご相談に応じる「保険金・給付金のお支払いに関する不服申立制度」を運営しています。

さらに、保険金・給付金の支払業務の適切性を強化するために、支払査定や支払管理態勢に関する重層的な事後検証態勢の構築に取り組んでいます。

「確かなお支払い」のためのチェック体制



法人のお客さま満足度向上に向けて取り組んでいます

法人のお客さまへのサービス

当社法人営業部門では、法人のお客さまのコア・パートナーとして「福利厚生」「退職金・年金」「団体保険」「金融全般」などに関する情報提供やご提案を行なっています。

●退職金・年金制度に関する取組み

適格退職年金が2012年3月末に廃止されることに備え、当社では新制度への円滑な移行を支援するコンサルティング活動を積極的に展開しています。

2008年度末現在、2002年度始に約1万3千件あった当社幹事のご契約のうち、約70%(約9千件)のお客さまが確定給付企業年金、確定拠出年金、中小企業退職金共済などへの移行を完了しています。

また当社では、確定拠出年金を導入されたお客さま向けの投資教育セミナーの開催や、年金資産の適切な運用に向けた情報提供などを行なっています。



企業年金に関する情報提供資料

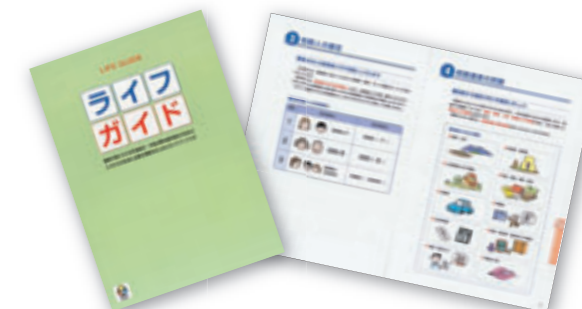
●団体保険制度に関する取組み

法人のお客さまへは、インターネット事務システムなどのご提供を通じて、保険事務の効率化をサポートしています。また、所属員のみなさまへは、各種ご相談窓口やWEBサイト、職場訪問を通したきめ細かなご説明・問い合わせ対応など、福利厚生・団体保険制度運営の魅力向上に向けたサービスを展開しています。

●ご遺族のサポート

団体保険制度にご加入の方々に万一のことがあった場合には、ご遺族を経済的・精神的にサポートする制度を用意しています。経済的サポートとしては、ご事情に応じて、保険金を年金でお支払いする方法などを提案しています。

精神的サポートとしては、ご遺族の不安の軽減を図れるよう「遺族ガイダンス」を実施しています。2009年8月には、この「遺族ガイダンス」時にご提供している冊子「ライフガイド」について、どなたでも見やすいようカラーユニバーサルデザインを採用し、全面改訂しました。また、ご遺族に向けた24時間健康・医療相談、メンタルヘルス相談に加え、新たにFP(ファイナンシャル・プラン)相談サービスを追加するなど、所属員のみなさま、ご遺族に向けてきめ細やかな対応に努めています。



ご遺族が行なう手続きなどについて解説した冊子「ライフガイド」

従業員からの声

運用の低迷や不安定化、国際会計基準への対応など「企業年金」を取り巻く環境は常に変化しています。お客さまからの企業年金にかかわる諸課題解決へのサポート要請に応えるため、最新かつ高度な専門知識を常に習得することで、お客さまの要望や質問へベストアンサーができるよう心がけています。



神戸支社 法人営業部長 根城 亨



ガバナンス ～お客さまとの絆のために～

社会から信頼される透明性の高い適切な経営に努めます

長期にわたる保険契約上の責務を確実に履行していくために、リスク発生を未然に防止するとともに、不測の事態に迅速・適切に対応できる体制の整備・強化を図っています。

「総代会」は、当社の最高意思決定機関です

経営に関する重要事項を審議

当社における最高意思決定機関は「総代会」です。総代会では、全国の社員（ご契約者）の代表として選ばれた「総代」が出席し、決算書類の報告、剰余金処分や取締役の選任など経営に関する重要事項について審議や決議を行ないます。2009年7月に開催された第62回定時総代会では、総代のみなさまから、資産運用の状況、個人営業改革の成果、今後の商品・営業戦略などについて、数多くのご意見・ご質問等をいただき活発な審議が行なわれました。

総代定数222人のうち200人は、総代候補者選考委員会の推薦により選出され、22人は立候補制（総代となることを希望される社員からの立候補を受け付け、総代候補者を選定する制度）により選出されます。2010年1月に就任する総代（立候補総代含む）および補欠選出総代の選出にあたり社員投票を実施し総代候補者123人が総代に選出されました。

総代の声

総代会に参加してまず感心したのが、資料のわかりやすさでした。財務面などの専門的な報告についても、グラフなどをセンス良く活用して、出席者に理解しやすいような工夫が凝らされており、非常に好感が持てました。また、出席者からの質問に対しては、社長自身が自らの言葉で答えており、経営トップが率先して説明責任を果たそうとする姿勢がうかがえました。

こうした姿勢の表われは「明治安田チャレンジプログラム」に象徴される「会社を変えていこう」という取組みの成果に他ならないと思いますので、今後も継続的な取組みを期待しています。



東京ガス株式会社
CSR室 室長
八尾 祐美子 総代



詳しくはWEBで <http://www.meijiyasuda.co.jp/csr/>

- ガバナンスの体制
- 「開かれた経営」をめざして
- 内部統制システムの整備・高度化
- 情報開示の推進
- リスク管理体制

各種ツールを活用して積極的な情報開示に努めています

わかりやすさに配慮したディスクロージャー資料の発行

当社では「情報開示に関する基本方針」に基づいて、情報開示の充実に取り組んでいます。

その一環として、お客さまにとって「見やすく、使やすく、わかりやすい」冊子づくりをめざしています。2009年7月発行の法定版ディスクロージャー資料「明治安田生命の現況2009」は、色覚の個人差を問わず、できるだけ多くの方が見やすいようカラーユニバーサルデザインに配慮して作成しました。加えて備考欄・図表を多く使用し、資料のわかりやすさと内容の充実に取り組んでいます。

また、ご契約者向けのディスクロージャー小冊子「MEIJIASUDA INFORMATION2009」を過

去最大の245万部発行し、MYライフプランアドバイザーからお客さまへ幅広くお届けしました。本冊子では、当社の収益力や財務の健全性など経営内容をご理解いただけるよう、わかりやすく解説しています。



「明治安田生命の現況2009」 ご契約者向けディスクロージャー小冊子「MEIJIASUDA INFORMATION2009」

リスク管理体制の強化を図っています

BCP（事業継続計画）の取組み

当社では、災害や事故など不測の事態が発生した際も、事業を滞りなく継続させるための事業継続計画（BCP: Business Continuity Planning）の策定に取り組んでいます。

近年、脅威となっている新型インフルエンザに関しては、2008年に「新型インフルエンザ対策業務

継続計画」を策定し、予防教育のために「新型インフルエンザ予防対策の手引き」を作成して全従業員に配布しました。また、保険金支払業務を継続するために、いくつかのシナリオに基づいて支払保険金額を予測し、その対応に必要な要員確保等の計画を立てています。

2009年4月には新型インフルエンザ（A/H1N1）の発生を受けて、同業務継続計画に基づく「対策特別総本部」を設置しました。同総本部では、国内外で従業員の安全・予防を図り、お客さまサービス体制を堅持するための具体策の立案・決定や全社指示などを実施しています。また、今般発生した新型インフルエンザは弱毒性であるため、今回の経験を活かして、同業務継続計画について、弱毒性にも対応できる複線化された計画となるよう見直しを図っています。

大規模災害発生に備えたBCPの取組み事例

- 「業務継続計画（災害対策手順・解説書）」の作成および計画に沿った総合訓練の実施（年1回）
- 本社ビル（丸の内）共用エリアに近隣の帰宅困難者を一時収容する訓練等の実施
- 行政主催の防災訓練（9月：東京都、1月：千代田区、等）への参加
- 個別目的別の訓練実施（支社の業務維持訓練、災害対策拠点等の駆けつけ訓練）
- 携帯電話のメール送受信機能を活用した安否確認システム（関連・協力会社を含む5万人が対象）の整備・活用



詳しくはWEBで <http://www.meijiyasuda.co.jp/csr/>

● 基本的な考え方 ● コンプライアンスの強化態勢 ● コンプライアンス推進諮問会議 ● 個人情報の保護・管理

コンプライアンス ~お客さまとの絆のために~

法令遵守はもとより、高い倫理観をもって行動します

お客さまから、そして社会から信頼され、期待される企業になるために、
役員・従業員一人ひとりがコンプライアンスの重要性を理解し、公正・誠実に行動することを
自らの「信条」とできる態勢づくり、風土づくりに努めています。

実効性の高いコンプライアンス推進態勢を維持しています

コンプライアンス推進諮問会議

コンプライアンス推進態勢の実効性をより高めるために、経営会議の諮問機関として「コンプライアンス推進諮問会議」を開催しています。

この会議では、専門家3人を社外委員としてお迎えし(社内委員は代表執行役社長とコンプライアンス統括部担当執行役の2人)、コンプライアンス推進の基本方針や重要規程の改正などの審議内容について、社外から見た当社のCSRという観点で、貴重なご意見をいただいています。



コンプライアンス推進諮問会議

コンプライアンス推進諮問会議 社外委員の声

2009年7月から、コンプライアンス推進諮問会議に参加し、会社のコンプライアンス関連規程・規則の類の内容の充実ぶりに驚くとともに、会社が社長を先頭にいかにこのことに力を入れているかがわかりました。

これらの規程・規則を確実に実施すること、いかに心を入れ



て守るかということに注意しながら、これまでの方針を引き続き堅持して
いってほしいと思います。

財団法人 公共政策調査会
専務理事
村上 徳光 委員

コンプライアンスの強化に継続的に取り組んでいます

コンプライアンス推進体制

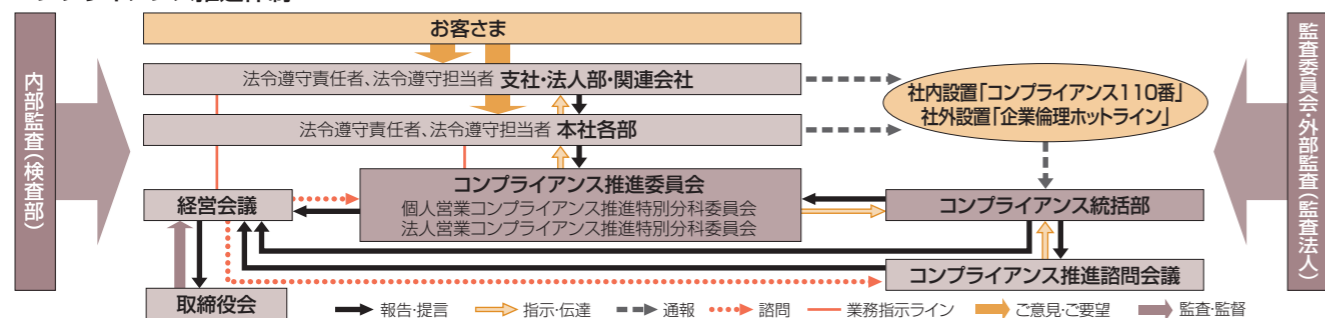
当社ではコンプライアンスに関し、子会社・子法人等を含めたグループの情報を一元管理する「コンプライアンス統括部」と、全社横断的な審議・報告機関「コンプライアンス推進委員会」を中心とした推進体制を構築しています。また、不適正行為を発見した場合、従業員が利用できる社内外の内部通報窓口を設置しています。このような体制の運営により、従業員のコンプライアンス意識が高まっています。

従業員コンプライアンス意識調査結果

「会社には、コンプライアンス意識の企業風土があると思いますか?」

		(%)	
		2007年9月	2008年12月
MYライフプラン アドバイザー	ある	77.3	83.2
	ない	4.3	2.6
職員・契約社員	ある	70.6	78.0
	ない	8.3	5.4

コンプライアンス推進体制



意識向上とシステム対策の両面から個人情報保護に努めています

個人情報の保護・管理

当社は、ご契約者をはじめ多くの方々からお預かりしている個人情報の保護・管理の強化に向けて、職員の意識向上やシステム対策を図っています。

意識向上策としては、朝礼などでの日常的な教育に加えて、全職員への研修を年2回実施しています。また年1回、本社の職員が全支社・法人部における情報の管理状況を点検し、各種取扱いルールの遵守を指導しています。

システム対策としては、職員が外出先で使用できる携帯端末にお客さまのデータを保管できない仕組みにするなどの措置を講じています。



「個人情報の保護に関する基本方針のお知らせ」を店頭へ備え付け

個人情報流出の再発防止策の進捗

2008年に、当社職員が会社ルールに違反し、自宅にある個人所有パソコンで入力作業した個人情報がインターネット上に流出しました。

この再発防止策として、当社ではルールの見直しや規程などの改正、役職員への教育・指導を実施したほか、情報管理に関する誓約書をあらためて全役職員から取り付けました。また、電子記録媒体が使用できないパソコンに入れ替え、さらに社外メール送信を制限し管理者による事前承認を必要とするシステムを導入するなど安全管理措置を強化し、いっそうの整備を図っています。



詳しくはWEBで <http://www.meijiyasuda.co.jp/>

● 社会貢献活動 ● 環境問題への取組み

社会・環境との絆

安心して豊かに暮らせる「社会」と「環境」を育みます

当社では、生命保険本来の相互扶助の精神に基づいて、商品・サービスを提供するだけでなく、さまざまな社会貢献活動や環境保全活動などに取り組んでいます。

環境に与える負荷をできる限り小さくするよう努めています

地球温暖化の防止

当社は、地球温暖化対策の取組みの一環として、「チーム・マイナス6%」に参加しており、各所属に環境関連のポスターやシールを掲示・貼付するなど、環境意識の向上に努めています。

当社が所有している四つの主要ビル(明治安田生命ビル、明治生命館、東陽町ビル、事務センタービル)では、温室効果ガス排出量の目標値をそれぞれ定めて、各種省エネルギー設備の導入などに取り組んでいます。また、空調の抑制や照明点灯時間の短縮などを実施しています。

2008年度は、愛知県名古屋市にある大規模共同ビルで、建物の熱源を新しい設備に更新しました。この更新で、エネルギー

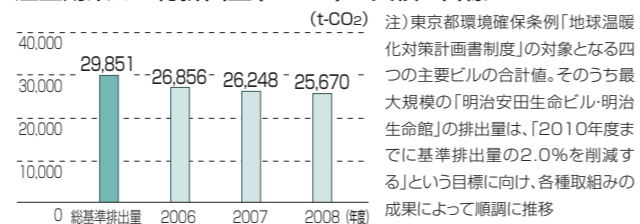


環境ポスター

使用量を年間約3,600ギガジュール※1削減できる見込みです。また、2008年11月、全国1,400の営業拠点におけるシステムインフラの刷新にあわせて省エネ性能に優れたプリンター2,300台を導入しました。これによって、従来機種に比べて全拠点合計で年間約240トンのCO₂の削減が可能となりました。

※1ギガジュール
ジュールとはエネルギーを表わす単位で、ギガジュールはその10億倍。家庭1世帯で年間に使うエネルギーは約41.2ギガジュールです。

温室効果ガス総排出量(t-CO₂)の実績と目標



社会貢献活動「エイブルアート・オンステージ」が「メセナアワード2009」で評価されました

障がいのある方々の舞台芸術の支援

当社は、障がいのある方々がプロの舞台人や芸術家と協力して舞台作品をつくりだす「エイブルアート・オンステージ」をこれまでに全国33の地域で実施してきました。こうしたさまざまな人々との横断的な交流を舞台芸術の分野で生み出したことが評価され、社団法人企業メセナ協議会が主催

する「メセナアワード2009」※2において「ベスト・コラボレーション賞」を受賞しました。

※2「メセナアワード2009」
社団法人企業メセナ協議会では、芸術文化振興に高く貢献した企業・企業財団を表彰する「メセナアワード」を実施しています。



エイブルアート・オンステージ

全国各地で地域に密着した社会貢献活動を展開しています

各所属の社会貢献活動事例

全国各地の営業拠点や各部署では、それぞれの地域の特性、ニーズに合わせた社会貢献活動を展開しています。地域住民のみなさまや行政、NPOな

どと協力しながら、社会や地域のみなさまとの絆を深めていきたいと考えています。



札幌支社
「札幌市 子ども未来局」へ新刊の絵本を寄贈。また、自宅に不要になった本を回収しボランティア団体へ寄贈



仙台支社
近隣の養護老人ホームに手縫いの雑巾を寄贈。また、財団法人日本盲導犬協会仙台訓練センターへタオル・毛布を寄贈



本社営業企画部
ボランティア団体「タンザニア・ボレボレクラブ」への使用済切手の寄付を通じて、キリマンジャロ山の植林活動に貢献



立川支社
子どもへのポリオワクチンの提供に役立つ、ペットボトルキャップの回収を積極的に実施。NPO団体から感謝状を受ける



岡崎支社(岡崎東営業所)
お客さまに花の苗をお配りし、咲いた花々を回収して育ててくださった方々の名簿とともに障がい者施設や高齢者施設へ寄贈



広島支社(賀茂西条営業所)
老人ホーム・養護施設を訪問し、訪問に向けて練習した合唱を披露してご老人の方々と交流



佐賀支社
佐賀市と九州電力株式会社が主催する植樹イベント「ふるさとの森づくりin千湯よか公園」に参加し、26人のボランティアによる植樹を実施



全国延べ30支社など
遺児学生らが全国で開催するボランティアウォーク「あしながPウォーク10」に参加。2008年は計1,645人が参加し募金を実施



従業員との絆

意欲や能力が最大限発揮できる職場づくりに努めます

「お客さまを大切にする会社」の実現に向けて、従業員一人ひとりが意欲と能力を最大限に発揮できるよう、自らを高めていける職場、それぞれの価値観に応じて働ける職場、安心して働ける職場といった、働きがいのある職場づくりを進めています。

2008年度は計9回開催、2009年度は計5回開催予定です

「従業員意識調査」「MOTミーティング」の実施

会社の活動や風土について従業員がどう感じ、どう理解しているのか——その現状を把握し、改善へつなげていくために、2006年3月から新風土創造「MOTプロジェクト※1」の一環として「従業員意識調査」を実施しています。

また、経営層が従業員と直接対話する「MOTミーティング」などの機会を設けています。各回ごとに設定したテーマについての課題や改善策を自由に討議することで、経営層と従業員との共通認識を醸成し、組織間のコミュニケーション向上を図っています。2008年度は計9回開催し、2009年度は計5回開催する予定です。

※1 MOTプロジェクト
「お客さまを大切にする」企業風土を創造していく活動。「明治安田チャレンジプログラム」の柱の一つとして2008年4月から開始した【第II期】では、従業員が「お客さまへ温かい心くばりをもって接する」とともに、「働く仲間へ感謝の気持ちを表わす」ことを基本方針に、取り組みを進めています。

「従業員意識調査」「MOTミーティング」での従業員の声

「従業員意識調査」の自由記述<抜粋>

- 従業員が会社のためかと思いき、会社を好きになれるような明治安田生命にしてほしい。(MYライフプランアドバイザー)
- こんなにも会社のこと、部下のこと、仕事のことを考えている上司に出会えたと思ったときに、仕事を頑張れ、一番、充実感がある。(本社職員)
- 本社各部間の連携をより強化してほしい。また、支社と本社も、より双方向のコミュニケーションをしていきたい。(支社職員)

「MOTミーティング」参加者の声

- 意見・要望を伝える機会はないと思っていたが、意見交換会や、直に社長の意見を聞ける機会などがあり、会社のために会社の一員として頑張っていこうと仕事に対する気持ちが改めて湧いてきた。(MYライフプランアドバイザー)
- 各部の部長等から直接現状や今後の対応を聞くことができ、会社の変革を実感した。(本社職員)



詳しくはWEBで <http://www.meijiyasuda.co.jp/csr/>

- キャリア・デベロップメント・プログラム
- 仕事と家庭・生活の調和
- 健康的な職場環境づくり
- 人権の尊重/多様な人材の登用・活躍
- 対話の促進

従業員が仕事と家庭・生活を調和できる制度の拡充を図っています

従業員の出産・育児、介護の支援

当社は、従業員の出産や育児、介護を支援するとともに、総労働時間を減らす目的で「ワーク・ライフ・バランス(仕事と生活の調和)制度」の拡充に取り組んでいます。出産・育児で退職した職員の再雇用や時間短縮勤務、子どもの学校行事などへ参加する際に取得できる「キッズサポート休暇」などの制度を整備・運用しています。こうした取り組みと実績が認められ、2009年6月、次世代育成支援対策推進法に基づく基準適合一般事業主認定企業として厚生労働大臣の認



くろみんマーク

定を受けました。2007年5月認定(第1回行動計画:2005年4月1日~2007年3月31日)に続き、2007年4月1日~2009年3月31日までの2年間の取り組みと実績が認められ2回目の認定マーク取得となりました。

育児・介護を支援する制度の利用者数 (人)

	職員・契約社員・嘱託		MYライフプランアドバイザー	
	2008年度	2009年度(4~9月)	2008年度	2009年度(4~9月)
育児休業	216	132	395	205
介護休業	15	9	20	19
短時間勤務	47	28	804	444

女性従業員が幅広い分野で活躍しています

女性の管理職登用の推進

当社では、女性が全従業員の約9割を占めており、個人営業関連分野を中心として、管理職や指導的役割を担う職務で活躍しています。

2009年4月1日現在、女性の管理職は支社長2人を含む206人となっており、それぞれの職務において能力を発揮しています。

女性管理職の人数(2009年4月1日現在) (人)

支社長	2
本社・支社主要職制※2,3	14
法人営業部長	2
営業所長など※4	188
合計	206

※2 本社主要職制:室長、グループマネジャー

※3 支社主要職制:教育・育成部長、総務・内部管理推進部長

※4 営業所長など:営業分室長、FC営業室長、FC営業分室長含む

従業員からの声

これまでに支社・営業所で培った知識や経験を活かし、全社的な視点から支社・営業所の事務指導に携わること視野を広げたいと思い、チャレンジ・ポスト制度に応募しました。現在は主に、支社・営業所を訪問して事務の実態を把握したうえで、所属の人たちと一緒に課題の改善策を立て、その支援・指導をしています。

今後はこの経験を活かし、現場にもどって管理職や指導的役割を担う立場で、事務職員の教育に力を注ぎ、ホスピタリ



ティあふれる事務職員を数多く育てていきたいと考えています。

事務サービス企画部 事務改善グループ
事務指導補佐役

伊藤 有子



立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科 教授
池田 耕一 氏

CSR(企業の社会的責任)が重要性を増し、その活動が不可欠になるにつれて、多くの企業が大きな悩みに直面しています。CSRの多種多様な事柄のうち、何に重点を置くべきか、との悩みです。

このような状況において、明治安田生命「CSR報告書2009」からは、取り組むべきテーマに明快な解を見出した企業の姿が浮かび上がってきます。

さまざまな取り組みを行なうと同時に、お客さま満足度向上を徹底追求していくための「明治安田チャレンジプログラム(営業職員制度の抜本的な改革など)」、そして、持続可能な未来へ「絆をつなぐ取り組みとしての「子どもの健全育成への貢献(労働組合と連携した子どもの命・安全を守る活動など)」、この二つに焦点がハッキリと当てられています。

前者は、保険事業の本質である「安心」を提供す

るための業務改善・改革の取り組みです。後者は、生命に関する事業に深く関係する「子ども」の健全育成に貢献する活動です。いずれも、生命保険事業者として適切かつ的確な重点施策だと感じます。

この二つの重点テーマについて、経営トップのコミットメントが「トップメッセージ」において明確に示され、それに基づいた具体的な取り組みが「特集①、②」において社内担当者と社外関係者の生の言葉を添えつつ、多面的に報告されています。

企業の取り組みに有効性と効率性をもたらすPDCAマネジメントシステムの実行において、P(計画)とD(実行)は明確かつ具体的です。今後は、C(チェック:言い換えればモニタリングとレビュー)のより一層の充実によるCSRの取り組みのさらなる向上を期待します。

生命保険契約のお手続きに関するご照会

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

専任のコミュニケーターによる対応時間
月曜～金曜9:00～18:00 / 土曜9:00～17:00
(いずれも祝日・年末年始を除く)

※ 上記時間帯以外は「お申し出の受付」のみとさせていただきます。
※ コミュニケーションセンターとお電話は、当社業務の運営管理およびサービス充実の観点から録音させていただいておりますので、あらかじめご了承ください。

なお、当社におけるお客さまに関する情報の取扱いについては、ホームページ(<http://www.meijiyasuda.co.jp/>)をご覧ください。

明治安田生命 CSRウェブサイトもあわせてご覧ください。

<http://www.meijiyasuda.co.jp/csr/>

CSRウェブサイトでは、本誌「CSR報告書2009ダイジェスト」の記載項目に加えて、「お客さま満足度向上への取り組み」「ガバナンス」「コンプライアンス」「社会貢献活動」「環境問題への取り組み」「従業員とのかかわり」という各テーマに関する取り組みについて、より詳細な情報を開示しています。



CSRウェブサイト トップページ



CSRウェブサイト(<http://www.meijiyasuda.co.jp/csr/>)には、より詳細な情報を掲載しています。

<ul style="list-style-type: none"> ➡ トップメッセージ ➡ 明治安田生命の事業とCSR ➡ 特集Ⅰ「明治安田チャレンジプログラム」の進捗 ➡ 特集Ⅱ 子どもの健全育成に貢献する活動 詳細 ↓ お客さま満足度向上への取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> 「お客さまの声」を経営に活かす 「お客さまの声」を経営に活かす 「お客さまの声」の活用事例 「お客さまの声」白書の公表 専門家の声を聞く仕組み お客さまの声推進諮問会議 消費者専門アドバイザー制度 確かなお支払いに向けた取り組み 正確で迅速なお支払い体制 販売チャネルの改革 MYライフプランアドバイザー制度 安心サービス活動制度 社内教育検定制度 営業マネジメントと地域マーケティング 法人のお客さまへのサービス 法人のお客さま満足度向上へ向けた取り組み 情報提供での工夫 わかりやすい情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> 詳細 ↓ ガバナンス ガバナンスの体制 「開かれた経営」をめざして 内部統制システムの整備・高度化 情報開示の推進 リスク管理体制 詳細 ↓ コンプライアンス 基本的な考え方 コンプライアンスの強化態勢 コンプライアンス推進諮問会議 個人情報の保護・管理 ➡ 社会貢献活動 ➡ 環境問題への取り組み 詳細 ↓ 従業員とのかかわり キャリア・デベロップメント・プログラム 仕事と家庭・生活の調和 健康的な職場環境づくり 人権の尊重 / 多様な人材の登用・活躍 対話の促進
--	---	--