

2003年10月27日

明治安田生命保険相互会社の組織体制について

2004年1月1日に合併を予定している明治生命保険相互会社（社長 金子 亮太郎）と安田生命保険相互会社（社長 宮本 三喜彦）は、新会社 明治安田生命保険相互会社の組織体制について以下のとおりしましたので、お知らせします。

I. 本社組織体制

- | | |
|---------------|-------|
| 1. 部門長制 | 2 ページ |
| 2. 地域本部長制 | 2 ページ |
| 3. 本社部・室・センター | 3 ページ |

II. 営業組織

4 ページ

I. 本社組織体制

【ポイント】

- 「部門長制」を導入、収益機能およびお客さまサービス機能を基本に6部門長を設置。部門長によるトップマネジメント補佐機能を充実するとともに、部門内・部門間のスピーディーな連携・調整を可能とします。
- 「各地域のトップセールス」および「管下支社の取りまとめ」を任務として、「地域本部長制」を導入し、地域特性および利便性等を考慮して、11地域本部長を配置。トップセールス体制を強化するとともに、支社個別課題への指導・支援を行ないます。

1. 部門長制

ア. 制度導入の主旨・目的

- a. 部門にまたがる連携が日常的に必要なオペレーション機能に部門を設置し、部門長を配置
- b. 部門長によるトップマネジメント補佐機能の充実（調整機能としてのリーダーシップ発揮）
- c. 部門長によるスピーディーな部門内調整の実施と、部門間の調整機能の発揮

イ. 具体的編成

個人営業部門長、新市場営業部門長、法人営業部門長、資産運用部門長
アンダーライティング部門長、お客さまサービス部門長

2. 地域本部長制

ア. 制度導入の主旨・目的

- a. 「各地域のトップセールス」および「管下支社の取りまとめ」を任務として、地域本部長を配置
- b. 具体的には、以下の機能を目的とする
 - ①法人取引等におけるトップセールス体制の強化
 - ②地域における個人保険営業、代理店営業、法人営業の各ラインのベクトルを集中し、会社力を発揮できる体制を構築
 - ③支社個別課題への指導・支援
 - ④会社方針・計画に基づき、本社指導・販売政策等の実践・遂行における支社間格差の是正に向けた現地への指導
 - ⑤特定マーケットとなる東京中心部および名古屋・大阪地区は、育成機構、職域管理等を有する特定スタッフを組織化し、都市型マーケット戦略を推進

イ. 具体的編成

東京本部長、名古屋本部長、大阪本部長
北海道・東北本部長、首都圏第一本部長、首都圏第二本部長、関東・甲信越本部長
中部・北陸本部長、近畿本部長、中国・四国本部長、九州・沖縄本部長

3. 本社部・室・センター

ア. 組織編成の趣旨・目的

- a. 基本的政策の統一によるスムーズな組織運営体制の構築
- b. 迅速かつ適切なお客さま対応を可能とする組織体制
- c. 両社の「強み」を活かし、相乗効果が発揮される組織体制
- d. 新規機能・新規事業・新規チャネルへの柔軟かつ的確な組織対応

イ. 具体的編成 ※（ ）内は所属部

a. 個人営業部門

業務部、職域開拓推進部、F P 教育部
損害保険統括室（業務部）

b. 新市場営業部門

新市場業務部

c. 法人営業部門

法人業務開発部、法人業務部、法人サービス部
法人支援室（法人業務部）
法人サービスセンター（法人サービス部）

d. 資産運用部門

運用企画部、融資部、証券運用部、不動産部、特別勘定運用部、運用審査部、運用サービス部

e. アンダーライティング部門

契約部、医務部

f. お客さまサービス部門

事務サービス業務部、契約サービス部、保険金部
お客さまサービス室（事務サービス業務部）
東京事務サービスセンター（事務サービス業務部）
大阪事務サービスセンター（事務サービス業務部）

g. その他（部門に属さない部・室）

営業企画部、商品部、アセットマネジメント部、国際部、広報部、人事部、収益管理部
情報システム部、総務部、大阪総務部、秘書部、関連事業部、企画部、リスク管理統括部
検査部、団体年金コンサルティング室（アセットマネジメント部）、相互会社総務室（企画部）
法務・コンプライアンス室（企画部）、監査役室

Ⅱ. 営業組織

【ポイント】

○収益力強化に向けてスケールメリットとコスト効率を追求するとともに、顧客サービス体制に配慮しつつ、支社数は2003年4月時点の両社合計に比べ62減の100支社体制、営業所数は同126減の1,588営業所体制でスタートします。

(現明治生命の営業所と現安田生命の営業所の統合も、112カ所で実施)

1. 組織編成の趣旨・目的

- a. 収益力強化に向けてスケールメリットとコスト効率を追求
- b. 地域における営業・サービス拠点としてのマーケット・プレゼンス、顧客サービス対応力を重視
- c. 大都市部においては、販売力を強化するとともに高い営業効率を実現するため、営業組織を戦略的に配置
- d. 法人営業組織（法人部等）については、大都市圏はマーケットに精通した市場別組織を基本に統合、また、地方組織は顧客対応を重視しつつ両社拠点を統合

2. 主な営業組織数

	2004年1月予定 明治安田生命	2003年4月時点		
		明治生命	安田生命	計
支社	100	81	81	162
営業支社	13	—	18	18
統括営業部	42	—	82	82
営業所（注）	1,588	1,082	632	1,714
職域FC営業部	3	—	3	3
法人部	25	21	18	39
法人営業部	73	48	38	86

(注) 2004年1月における明治生命・安田生命間の拠点統合数は112カ所

以上