

「明治安田再生プログラム」策定 ～ 「中期経営計画」 & 「新風土創造『MOTプロジェクト』」 ～

明治安田生命保険相互会社（社長 松尾 憲治）は、「明治安田再生プログラム」（「中期経営計画」および「新風土創造『MOTプロジェクト』」）を策定しましたので、その概要をお知らせします。

明治安田再生プログラム

お客さま・社会からの信頼回復に向け、コンプライアンスを徹底し、「お客さまを大切にする会社」の実現をめざすため、以下の取組みを基本とする、「明治安田再生プログラム」を策定しました。

- ◆ お客さまに安心をお届けする会社
- ◆ お客さまの声を大切にする会社
- ◆ 社会に開かれた会社

再生プログラムでは、「中期経営計画（2006年1月～2008年3月）」と「新風土創造『MOTプロジェクト』（2006年1月～）」を両輪に据え、その相乗効果で早期の信頼回復をめざします。

I. 中期経営計画

コンプライアンスを徹底し、CSRの確立をめざすことを前提に、以下の「3つの改革」を実施します。

1. 「3つの改革」について

改革1 社内外のチェック態勢の整備による、ガバナンスの強化と透明性の向上

業務改善計画において策定した、自己点検機能と内部監査機能の強化、委員会設置会社への移行ならびに総代の立候補制の導入、お客さま・社会が求める情報の積極開示等を中心にガバナンスの強化と透明性の向上をめざします。なお、新たにお客さまからの苦情とそれに基づく経営の改善状況を「お客さまの声白書」として発行します。…**別紙**（8頁）参照

改革2 経営資源の重点配分による事務サービス等の基幹機能の強化

引受・保全・支払業務という保険会社の基幹機能について、経営資源（要員・予算・システム投資等）を重点的に配分し、事務の総点検を通じて、高品質な事務・サービスを安定的に提供する事務態勢を再構築します。…**別紙**（9頁）参照

改革3 コンサルティング・アフターサービスをより重視する営業への変革

死亡保障・新契約高を重視する評価体系から、医療保障等を加味し保険料要素を導入した総合的な評価へ改訂するとともに、継続率・営業職員の育成状況等のクオリティを重視した営業政策へ転換します。あわせて、営業職員への教育・指導を通じて、コンサルティング力やアフターフォローの視点からお客さまに評価される営業職員チャンネルを確立します。…**別紙**（10頁）参照

2. 経営指標について

お客さま満足度に関する指標等、信頼回復に向けた取組みを評価する「プロセス指標」を新たに導入し、「結果指標（年換算保険料等および契約者数）」とあわせて、計画の実効性を評価・フォローすることで、確実な経営改善をめざします。…別紙（11頁）参照

プロセス指標

- ・お客さま満足度に関する指標
お客さま満足度調査結果、苦情動向 等
- ・事業の健全性に関する指標
格付会社の評価、ソルベンシー・マージン比率 等
- ・業務プロセスの適切性を測る内部指標

結果指標

- ・年換算保険料 等
- ・契約者数

II. 新風土創造『MOTプロジェクト』

「お客さまを大切にする会社」の実現のためには、経営計画実行の基盤となる新たな企業風土の創造が必要であることから、社長をリーダーとする「新風土創造『MOT（注）プロジェクト』」を立ち上げ、以下の基本方針のもと、全役員・全従業員参画型の取組みを展開します。

（注）MOTについて

「もっと（M）お客さまを（O）大切に（T）」する思いを表した社内呼称です。

新風土創造に向けた基本方針

- ◆ 「お客さまを大切にする」取組みへの全役員・全従業員の参画
- ◆ 「お客さまを大切にする」一人ひとりの意識・価値観の醸成
- ◆ 従業員のモチベーション・会社への信頼感向上

1. 職場単位の小集団活動「もっと！MOT運動」の展開

お客さまの声をもとに、従業員が日常業務に対する改善提案を行なう「MOT提案」を展開します。

2. 経営層との対話の充実

従業員各層が経営層と直接語り合う場として「MOTミーティング」を多様な形態で開催します。

3. 「お客さまを大切にする」一人ひとりの意識・マナーの向上

すべての集合研修に「コンプライアンス」の徹底のためのメニューを設定するとともに、「サービスマインド」の醸成、「マナー・コミュニケーションスキル」の習得・浸透を図ります。

4. 「従業員意識調査」の実施

新たな風土の浸透にともなう従業員の意識変化の状況を把握するため、「従業員意識調査」を定期的実施し、今後のさらなる取組みに活かします。

以上