

明治安田生命 2015年度入社式 社長挨拶（要旨）

明治安田生命保険相互会社（執行役社長 根岸 秋男）は、新入職員を迎え、入社式を行ないました。以下のとおり、社長挨拶の要旨をお知らせします。

1. 生命保険業界を取り巻く環境

- 国内生命保険マーケットは、超高齢社会の進展等に伴い、死亡保障商品へのニーズは縮小傾向にある一方、医療・介護などの第三分野商品や年金・一時払終身などの貯蓄性商品へのニーズは増加傾向となっている。「社会保障制度の補完」を担う生命保険会社の社会的役割は重要になり、生命保険マーケットは、多くのビジネスチャンスが存在する魅力的な市場となっている。
- 新しい保険会社が生命保険マーケットに新規参入するとともに、販売チャネルも多様化し、従来からの営業職員チャネルに、銀行などの窓口販売、電話やインターネットによる通信販売、来店型店舗、乗合代理店などが加わっている。まさに、国内生命保険マーケットは本格的な商品・販売チャネル大競争時代に突入している。こうしたなか、当社は、従来からの生命保険を選択する際の評価軸である「保障内容」、「価格」に加えて、第三の評価軸として「アフターフォロー」という価値を創出・定着させる挑戦をしていく。

2. 当社の歴史と「明治安田NEXTチャレンジプログラム」の取り組み

- 当社は、長年にわたりお客さまの安心を守ってきた、歴史と伝統のある生命保険会社であり、昨年1月に合併10周年の節目を迎えた21世紀生まれの若々しい会社でもある。当社の最大の危機は、2005年の2度にわたる行政処分であり、すべての役職員が誇りと自信を失い、深い悲しみと苦しみを経験した。しかし、当社は「お客さま満足度の徹底追求」をはじめとする数々の挑戦を成し遂げることで、昨年度は「お客さま満足度」が調査開始以来、最高値まで上昇するなど、社会やお客さまからも高い評価と信頼を得る会社となった。
- 昨年4月から3ヵ年計画「明治安田NEXTチャレンジプログラム」がスタートし、「感動を生み出す生命保険会社」の実現をめざし、新たな成長ステージへと踏み出した。その実現に向けた経営戦略として、「明治安田生命＝アフターフォロー」のブランドイメージを浸透させる「ブランド戦略」、国内生命保険事業において第三分野での大胆な挑戦、海外保険事業等では収益拡大にむけた多様な挑戦等を行なう「成長戦略」、それらを支える「経営基盤」の強化、さらには新たな企業風土創造の取り組みなど、果敢な挑戦を展開している。
- 昨年6月に14年ぶりに発売した主力商品「ベストスタイル」が記録的な大ヒットとなり、明治安田生命発足以降、最高益の見込みになるなど、成長性、収益性、健全性のバランスのとれた成長・発展軌道を確認することができた。これにより、お客さまからの信頼感や期待感、役職員の自信と活力もいっそう向上している。

- さらに、2015年1月から「明治安田生命Jリーグ」がスタートしており、Jリーグ最大のスポンサーとして、全国の47都道府県で、クラブと一体となった「地域社会への貢献」に積極的に取り組んでいく。

3. みなさんに期待すること

【仕事に対する強い使命感を持つ】

- 生命保険は、相互扶助の精神のもと国民の社会保障の一端を担っている。何百万という数の保険契約の1件1件が、そのご家族の愛や想いがこもった命綱にほかならない。このような、お客さまお一人おひとりの「想い」を肌で感じ、生命保険業に携わる者としての「強い使命感」を持って、自身の仕事に向き合ってほしい。

【「感動を生み出すプロフェッショナル人財」をめざす】

- 当社の最大の経営資源は「人財」。職員一人ひとりの成長や仕事に対するやりがいに拘り、全員の力を結集して「感動を生み出す生命保険会社」の実現に向けた挑戦を続けている。その挑戦を支える「感動を生み出すプロフェッショナル人財」（「高い志と倫理観を持ち、果敢に挑戦する人財」、「自らの強みを発揮し、持続的に成長する人財」、「多様な価値観を尊重し、信頼の絆を深める人財」）をめざし、何事にも挑戦していく気概を持って、全力で取り組んでほしい。

【「先見性」を身に付ける】

- 生命保険業界や当社を取り巻く環境は大きく変化している。激動の時代のなかでも「勝ち抜く」ためには、常にアンテナを張り、社会情勢や経済環境、お客さまの動向を正確に把握し、遠い将来の変化をも的確に予測しながら、未来への周到的な準備を行なうことが重要。現状に安住する日々を過ごすのではなく、誰よりも前向き、周囲から前のめりと思われるぐらいの姿勢で物事に取り組んでほしい。

以上