

『お客様の声』白書2018』の発行について

～「お客さま志向の業務運営方針-お客さま志向自主宣言-」に基づく取組状況の公表等～

明治安田生命保険相互会社（執行役社長 根岸 秋男）は、当社の「お客さま志向」の取組方針を定めた「お客さま志向の業務運営方針-お客さま志向自主宣言-」に基づくこれまでの取組結果を記載した「『お客様の声』白書2018」を発行し、本日、当社ホームページに掲載しました。あわせて、本方針を2018年7月1日付で改正しますので、お知らせします。

本白書は、お客さまからのご意見・ご要望等さまざまな「お客様の声」と、「お客さまの声」を反映した業務改善への取組状況の公表を目的として、2006年度から毎年発行しておりますが、今年度からは、これまでの本白書の役割を継承・発展させ、本方針に基づく「お客さま志向」の取組み全般について、具体的な取組状況を報告しています。

当社は、今後もお客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするために、「お客さま志向」の取組みをさらに推進し、「人に一番やさしい生命保険会社」をめざして取り組んでいきます。

1. 「『お客様の声』白書2018」について

(1) 当社公式ホームページ掲載先

www.meijiyasuda.co.jp/profile/corporate_info/guest_voice/index.html

（冊子版は、全国の支社・営業所等に備え置きしています）

(2) 主な内容

- ・巻頭の特集では、「お客さまとの絆」を深める「対面のアフターフォロー」をはじめとする「人に一番やさしい生命保険会社」の実現に向けた各種取組みのほか、「お客さま志向の業務運営方針-お客さま志向自主宣言-」で設定した、お客さま志向の取組状況等を確認する4つのKPI（※）の状況等を掲載
（4つのKPIの状況等は、[参考](#)を参照）

（※）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

- ・各章は、本方針に記載している「代表的な取組内容」を中心とする取組結果について、各種数値情報とともに掲載
- ・資料編では、2017年度の苦情受付状況や保険金・給付金のお支払状況等のほか、「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」の内容も掲載

2. 「お客さま志向の業務運営方針-お客さま志向自主宣言-」の改正内容について

- ・「MYアシスト+」（マイアシストプラス）制度の創設等、前回改正（2017年12月1日付）以降に新たに実施・公表したお客さま志向の取組み等を追加

お客さま志向の業務運営方針 －お客さま志向自主宣言－

（基本的な考え方）

私たちは、お客さまの生涯にわたる商品・サービスをご提供する生命保険会社として、超長期の生命保険契約の特性をふまえ、保険金・給付金等を確実にお支払いすることはもとより、お客さまに寄り添ったあたたかいアフターフォローが大切だと考えています。

お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするために。

私たちは「人に一番やさしい生命保険会社」をめざし、ご加入から保険金・給付金等のお支払いまで、お客さまの最善の利益が図られるよう、これからもお客さまを大切にする会社に徹し、「お客さま志向の業務運営」に積極的に取り組んでいきます。

1. お客さま志向の徹底

「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、「人に一番やさしい生命保険会社」をめざし、お客さまの最善の利益が図られるよう、常にお客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動することをすべての業務運営における基本原則として定め、お客さま志向の徹底に努めます。

（代表的な取組内容）

■お客さま志向の経営計画への反映と推進態勢

- ・「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」を企業ビジョンとして掲げ、中期経営計画の柱のひとつとしてお客さま志向の徹底に取り組んでいます。
- ・経営トップ自らが、従業員に向けて経営理念等の実現に向けたメッセージを発信しています。
- ・お客さま志向の取組状況を統括する「お客さま志向推進室」を設置し、「お客さま志向プログラム」等を通じて取組状況のPDC Aサイクルを推進しています。

■お客さま志向の価値観の共有とコンプライアンスの徹底

- ・全役職員が大切にすべき価値観を示す明治安田バリューに「お客さま志向・倫理観」を定め、日々の業務活動において徹底しています。
- ・お客さま志向の前提となるコンプライアンスを徹底するため、定期的な教育・研修を実施しています。

■従業員主体のボトムアップ活動と地域社会への貢献

- ・企業ビジョンの実現に向けて従業員一人ひとりが積極的・主体的に行動する風土を醸成すべく、

「企業ビジョン実現プロジェクト」を推進しています。このなかで、従業員が主体のボトムアップ活動（K i z u n a 運動）を通じ、お客さまとの絆を深めるための自主的な取組み（MYメッセージ活動（注1）等）を推進しています。

- ・「明治安田生命 J リーグ」の応援や「地域を見守る」社会貢献活動等の地域社会との絆を深めるための取組みを推進しています。

（注1）「MYメッセージ活動」とは、ご契約の担当がお客さまへの想いを手書きのメッセージカード等でお届けする取組み

2. 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

お客さまからのご意見やご要望を「お客さまの声」として広くお伺いするとともに、「お客さまの声」を経営に活かす取組みを推進し、お客さま満足度の向上に努めます。また、積極的な情報開示に努めます。

（代表的な取組内容）

■ 広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映

- ・お客さまからの直接のお申し出や、お客さま満足度調査を通じたご意見に加え、お客さまの立場に立った従業員からの提案等、広くお客さまのご意見やご要望を伺い、業務改善に活かしています。
- ・全国の支社で開催するお客さま懇談会や定期的な地域の消費生活センター訪問を通じ、当社の商品・サービス等の情報提供を行ない、ご意見をいただくなど、双方向の情報交換を実施しています。

■ 「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢

- ・「お客さまの声」統括部を設置し、お客さまのご意見やご要望を一元的に管理するとともに、「お客さまの声」に基づく業務改善の取組みを検証・推進するための機関として、「お客さまの声」検証委員会を設置しています。
- ・社外の専門家から、お客さま満足度を高めるための改善策等のご意見をいただき、経営に反映させていくための「お客さまサービス推進諮問会議」「消費者専門アドバイス制度」を設置しています。

■ 情報開示の推進

- ・社会に開かれた会社としてふさわしい情報開示に取り組むとともに、「お客さま志向」の取組状況を定期的に取り締役に報告し、その結果を「お客さまの声」白書にて公表します。

3. お客様のニーズに対応した最適な商品・サービスの提供

社会保障制度を補完し自助努力を支える生命保険事業の社会的責任を認識し、超高齢社会をはじめとする環境変化をふまえつつ、お客様ニーズを的確に捉えたクオリティの高い商品・サービスを開発するよう努めます。

また、保険商品をおすすめする際には、お客様のご意向を十分お伺いしたうえで、お客様のライフステージ、加入目的、財産状況等に照らし、最適な商品・サービスをご提供するよう努めます。

(代表的な取組内容)

■お客様の多様なニーズにお応えする商品ラインアップ

- ・お客様のご要望にあわせて今必要な保障を組み合わせることができる総合保障商品「ベストスタイル」等、お客様の多様なニーズにお応えする幅広い商品ラインアップを用意しています。

■お客様のニーズやご意向等をふまえたコンサルティングサービス

- ・お客様の潜在的なニーズやご意向・ご要望等をふまえた最適な商品のご提案等を行なうコンサルティングサービスに努めています。
- ・ご加入時に「意向比較・確認書」等を用いてお客様のご意向を的確に把握・確認することに加え、ご加入後も、お客様のご意向を確認しています。
- ・ご高齢のお客様には、ご意向の確認のためによりきめ細やかな対応を行なうとともに、商品内容等の説明に際し、誤解を招くことのないよう、より丁寧な説明に努めています。また、15歳未満の方を被保険者とする生命保険契約については、適切な保険金額を設定しています。

■保険募集代理店への委託

- ・保険募集代理店がお客様へ当社商品を販売する際に、お客様のご意向に沿った商品の提案を行なえる適切な保険募集管理態勢が構築されているかを確認するとともに、当該態勢が維持・高度化されるよう、適切な教育・指導を行なっています。
- ・保険募集代理店に支払う販売手数料については、保険募集代理店自身の経営管理態勢や、保険募集管理態勢の状況などを評価し、保険募集代理店におけるお客様志向の業務運営に資する手数料体系となるよう構築・整備していきます（2019年度に手数料規程を改訂予定）。
- ・なお、「手数料規程」に基づく手数料のほかに、当社の特定商品の販売量に偏重した上乘せ報酬等の支払いは行なっておりません。

4. ご加入時のお客さまへの情報提供の充実

お客さまに最適な商品・サービスを選択いただけるよう、お客さまにとって重要な情報をわかりやすく、丁寧にご説明するとともに、お客さまにご提供する商品・サービスの特性に応じて、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。

(代表的な取組内容)

■お客さま視点に立った情報提供

- ・お客さまにおすすめする保険商品を正しくご理解いただくために、お客さまや社外の専門家のご意見をふまえ、お客さまの視点に立ったわかりやすい募集資料（保険設計書・パンフレット等）の作成・改善に努めています。
- ・保険商品をおすすめする際には、商品の基本的な仕組みや特徴・リスク等に応じて、募集資料に保険種類ごとの保険料や保障内容、団体保険において生命保険・損害保険をセット販売している場合はその別等、お客さまが必要な保障を選択しやすいよう、特に重要な情報を強調して記載するなど、わかりやすく情報を提供しています。
- ・「ご契約のしおり 定款・約款」等のご契約締結前にお渡しする重要書類については、専門用語の平易な言葉への言い換えや文字の拡大等、お客さまの誤解を招くことがないよう平明化に取り組んでいます。

■重要な情報の開示（手数料等の明確化等）

- ・特定保険契約については、お客さまに市場リスクをご負担いただく投資信託と同じ特性を有することから、お客さまにご負担いただく費用の開示に加え、銀行等金融機関窓口販売で取り扱う場合は、当社が銀行等に支払う販売手数料（銀行によるお客さまへのコンサルティング等の対価）のお客さま向け開示等に対応します。
- ・特定保険契約以外は、お客さまに市場リスクのご負担がなく、ご契約時点で保険金額・給付金額や解約返戻金額が確定していることから、お客さまからお支払いいただく保険料や当社がお支払いする保険金額・給付金額および経過年数別の解約返戻金額をわかりやすく情報提供しています。

5. お客様に寄り添ったアフターフォローの充実

超長期にわたる生命保険契約の特性をふまえ、お客様に「確かな安心を、いつまでも」お届けするために、保険金・給付金等を確実にお支払いすることはもとより、お客様に寄り添ったあたたかいアフターフォロー（※）に努めます。

（※）ご契約後の長期間にわたって継続的にサービスを積み重ねることを「アフターフォロー」としています。

（代表的な取組内容）

■MYライフプランアドバイザーによる「対面のアフターフォロー」

- ・MYライフプランアドバイザーによる「対面のアフターフォロー」を重視し、ご加入後も、ご契約内容や手続き漏れの有無等を定期的にご確認いただく「安心サービス活動」等の積極的なアフターフォローに取り組んでいます。

■ご高齢者向けのアフターフォロー

- ・超高齢社会の進展をふまえ、「MY長寿ご契約点検制度（注2）」「MY安心ファミリー登録制度（注3）」「MYアシスト+制度（注4）」等のご高齢者へのアフターフォローの充実に取り組んでいます。

■お客様に有益な情報の提供

- ・MYライフプランアドバイザーによる「対面のアフターフォロー」に加え、ご契約者専用Webサイト「MYほけんページ」や「ご契約内容のお知らせ冊子」等により、お客様の保障内容等をご確認いただくための情報提供の充実に取り組んでいます。

■保険金・給付金等の確実なお支払い

- ・保険金・給付金等について、正確かつ迅速にお支払いするとともに、お申し出内容およびご契約内容にもとづき、お支払いできる可能性がある保険金・給付金等を確認し、ご請求案内を行っています。

（注2）「MY長寿ご契約点検制度」とは、長寿祝賀にあたる77歳（喜寿）、90歳（卒寿）、99歳（白寿）、108歳（茶寿）、111歳（皇寿）を迎えたご契約者に対して「請求確認（お客様からお申し出がない段階で、保険事故の発生の有無について当社が能動的に確認）」と「連絡先確認」を実施する取組み。（特に90歳（卒寿）以降の節目には、電話連絡がつかない場合に、当社職員が訪問確認を実施）

（注3）「MY安心ファミリー登録制度」とは、ご契約者が連絡不能の場合（大規模災害時を含む）に所在を探すため、ご契約者の希望により、あらかじめご家族の連絡先（第二連絡先）を登録いただく取組み。

（注4）「MYアシスト+（マイアシストプラス）制度」とは、視力・聴力の低下、長期療養や後遺症などによる書類への記入や署名困難等「自力でのお手続きが難しいお客様」をサポートする当社のサービス・取組み。

6. お客さまに信頼される資産運用

将来にわたり保険金・給付金等を確実に支払うため、E R Mの枠組みに基づき、サープラス・マネジメント型A L M (※)を基本に財務健全性の維持・向上を図りつつ、適切なリスク管理のもと、収益力の拡大に努めます。

(※) 経済価値（市場価格あるいは将来キャッシュ・フロー等による市場整合的な価格）で評価した資産価値と負債価値の差額であるサープラスを資本概念として捉え、その変動リスクをコントロールする資産負債の総合的な管理のこと

(代表的な取組内容)

■生命保険契約の特性をふまえた投融資

- ・超長期の生命保険契約の特性をふまえ、良好な運用成果を長期にわたり安定的に確保するために、公社債・貸付金等の安定収益資産を中心とした資産運用に取り組んでいます。
- ・適切なリスク管理のもと、市場動向をふまえて効果的な資産配分を行ない収益力の拡大を図るとともに、クレジット投融資の強化等、資産運用の高度化・多様化に取り組んでいます。
- ・財務健全性の確保に向け、市場環境の変動に備えたコンティンジェンシープランの高度化等に取り組んでいます。

■スチュワードシップ活動の推進

- ・当社は「責任ある機関投資家」の諸原則《日本版スチュワードシップ・コード》を受け入れ、投資先企業との対話等を通じて、投資先企業の企業価値向上を促し、当社の株主としての利益を長期的かつ安定的に享受するためのスチュワードシップ活動に積極的に取り組んでいます。
- ・運用実績がお客さまに直接帰属する特別勘定においては、情報開示充実の観点から個別の議決権行使結果を開示しています。一方、一般勘定においても、投資先企業との対話を通じた認識共有が進んできたことをふまえ、2018年6月行使分から、個別の議決権行使結果について新たに公表を開始します（2018年9月開示予定）。

7. 利益相反の適切な管理

利益相反の適切な管理を行なうために、利益相反管理方針等を定め、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、取引におけるお客さまとの利益相反の可能性について正確に把握し、適切に管理・対応するよう努めます。

(代表的な取組内容)

■利益相反管理態勢と教育

- ・コンプライアンス統括部を利益相反管理全体統括部署として定めるとともに、利益相反管理責任者および担当者を全所属に配置し、報告・管理態勢を構築し、適切に対応しています。
- ・利益相反のおそれのある取引の類型を定め、環境変化等をふまえ、定期的に見直すとともに、利益相反への対応に関する教育・研修等を実施しています。

■機関投資家としての責任の遂行

- ・資産運用部門と営業部門の業務執行を分離するなど、機関投資家としての業務上の地位が営業活動において不当に利用されないための態勢を構築しています。
- ・投資先企業への議決権行使においては、社外取締役が過半数を占める監査委員会において、議決権行使結果の検証を行ない、利益相反の防止に努めています。

8. お客様志向の取組みの確保

お客様志向を基軸とした各種取組みを確保するため、組織・個人の業績評価等を取組結果を反映するとともに、取組内容の進捗状況を確認する指標を設定し、定期的な検証・改善に努めます。また、お客様志向のコンサルティングを行なうために必要な知識・スキルを従業員が習得できるよう、充実した教育・研修に努めます。

(代表的な取組内容)

■お客様志向の取組みの評価・処遇への反映

- ・「お客様志向プログラム」(各組織が策定するお客様志向に資する取組計画)の取組結果を各組織の業績評価に反映しています。
- ・お客様満足度を支社等の営業拠点の評価に反映しています。
- ・役職員の個人評価制度にお客様志向の取組状況を反映しています。
- ・MYライフプランアドバイザーの基本業務にアフターフォローを設定し、その取組状況やお客様対応力を評価し、処遇に反映しています。

■専門的な知識の習得に向けた教育

- ・MYライフプランアドバイザーの育成段階に応じた教育カリキュラムや社内検定制度・販売資格制度等を設け、商品・金融知識の習得に取り組んでいます。

■お客様志向の取組状況を確認する指標の設定

- ・お客様志向の取組状況や定着度合いを確認・検証するための指標として、「お客様数」「お客様満足度」「企業好感度」「従業員意識調査(お客様志向の取組みに関する項目)」を設定し、定期的に結果を確認・公表します。

4つのKPIの状況等

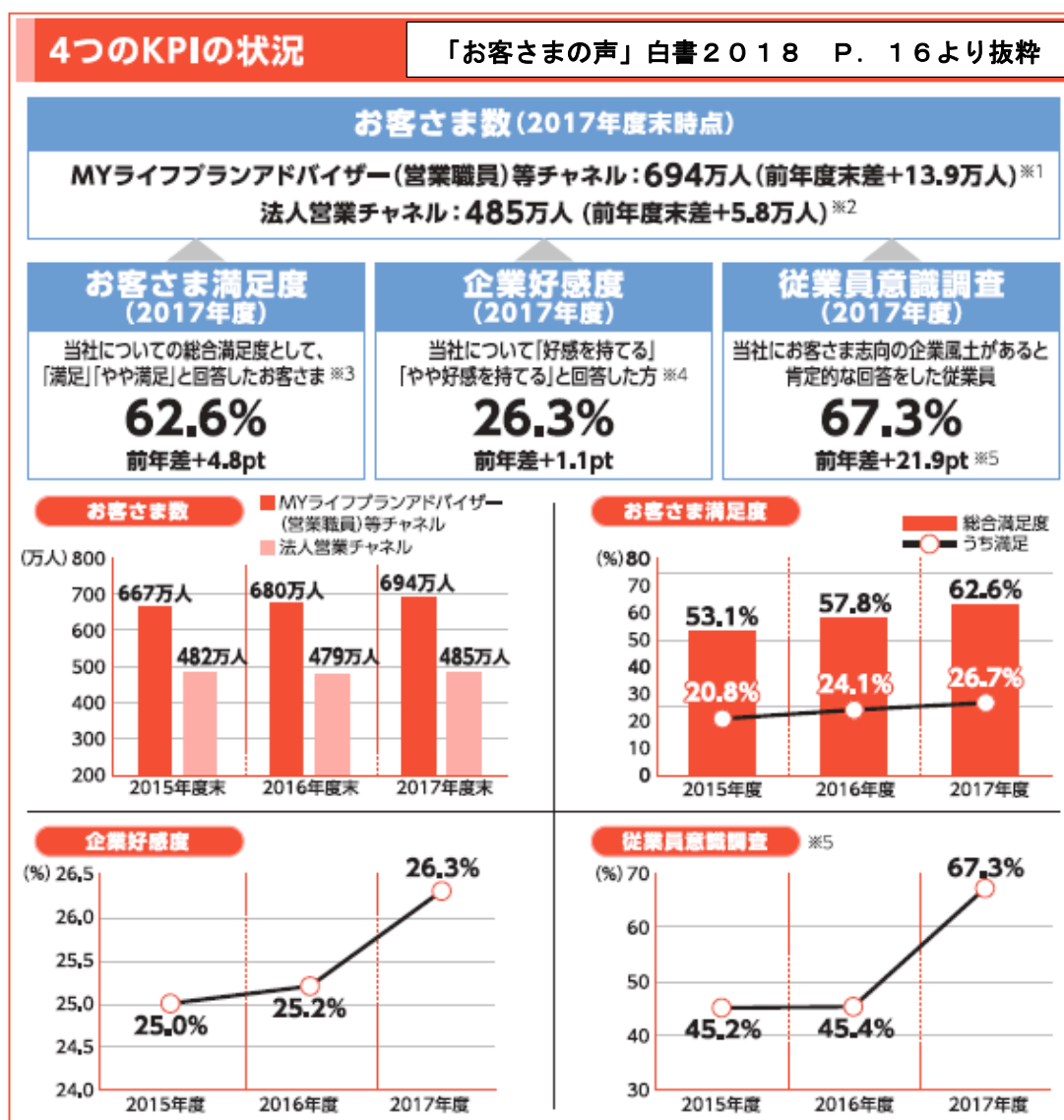
1. 本方針に設定した4つのKPIについて

- ・ 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。

①お客さま数	②お客さま満足度	③企業好感度	④従業員意識調査
--------	----------	--------	----------

2. 4つのKPIの状況について

- ・ 2017年度の4つのKPIの状況は、いずれも対前年で向上しており、順調に推移しています。



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

※2 任意加入型団体保険の被保険者数(当社単独・幹事契約の本人・配偶者被保険者)

※3 お客さま満足度(総合満足度)の回答は、「満足」「やや満足」「ふつう」「やや不満」「不満」の5つの選択肢としており、2017年度の回答者数は14,309名でした

※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、2017年度の回答者数は14,100名(うち、当社のお客さまは1,158名)でした

※5 2016年度以前は、当社に顧客指向の企業風土があると肯定的な回答をした従業員の割合