

CSR報告書2006

お客さまを大切にする会社をめざして



「2つの日本初」

明治維新後の近代日本において、相互扶助制度の必要性を強く認識した安田善次郎は、1880年1月1日に安田生命の前身である共済五百名社を創立し、日本初の賦課式保険制度^{*1}をスタートさせました。

一方、福沢諭吉の門下生であった阿部泰蔵は、福沢諭吉が「生涯請負」という言葉で紹介した生命保険を事業として発展させるべく、1881年7月9日に日本初の近代的生命保険会社^{*2}として、明治生命を開業しました。開業当初の明治生命の株主のうち8名は、共済五百名社の社員でした。

こうして2つの「日本初」の組織が相次いで設立されたことにより、日本の生命保険事業が本格的にスタートをきりました。

先人たちの生命保険に対する熱い志とともに、設立当時から両社の「絆」は存在しており、今日の明治安田生命の結びつきの始まりは、ここにありました。

^{*1} 賦課式保険制度 あらかじめ定額の保険料を払い込む代わりに一定期間経過後、その期間内に発生した保険事故に応じて、必要となる金額を保険料として徴収することで保障を行なう制度

^{*2} 近代的生命保険会社 保険料率の計算基礎に実際の死亡率を使用した科学的な生命保険制度を採用した会社

●編集方針

本報告書は、明治安田生命が初めて発行するCSR報告書です。

巻頭で「不適切な保険金等の不払い等に関する行政処分」について総括・検証し、お客さまや社会からの信頼を回復するための取組みを特集としてまとめています。

本編は、新たに制定した「CSR経営宣言」における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）に沿って編集しています。

また、当社がCSRに取り組む意識・姿勢の紹介に加え、お客さま、役職員、ならびに社外委員等をはじめとするステークホルダーから寄せられた、当社に対する具体的な評価・期待に関する「生の声」も数多く掲載しました。

記載項目は、包括性・網羅性に配慮しつつ、取組みの重要度に応じて記載しています。

なお、財務情報等の詳細については、ディスクロージャー資料「明治安田生命の現況」ならびに当社ホームページをご覧ください。

報告の範囲

明治安田生命保険相互会社（内容に応じ、子会社等を含む）における経済・社会・環境活動

報告対象期間

2006年1月～2006年12月

ただし、これ以前の事実や、発行日直近の内容を含む

発行日

2007年2月

参考としたガイドライン

GRI (Global Reporting Initiative)

「GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」

発行

明治安田生命保険相互会社 企画部

TEL 03-3283-8111 (代表)

CONTENTS

トップメッセージ	3
—「絆」に込めた思い—	
—CSR経営への決意—	
生命保険事業の使命を自覚して	5
行政処分の対象となった不適切な取扱いの概要	
不適切な取扱いとはなぜ起きたのか	
業務改善計画・明治安田再生プログラム	
CSR経営宣言	17
企業ビジョンおよび行動規範の改定	
CSR経営宣言の制定	
お客さまとの絆	19
「お客さまの声」を経営に活かすために	
お客さま満足度調査	
組織の基本的役割について	
「新・営業教育カリキュラム」の導入	
説明責任を果たすための諸施策の導入	
ガバナンス	29
ガバナンス態勢の抜本的な改革	
よりいっそう社会から信頼される会社となるために	
情報開示の推進	
コンプライアンス	35
お客さまの信頼にお応えするために	
コンプライアンス推進態勢	
コンプライアンス推進諮問会議の設置	
お客さまが暮らす社会・環境との絆	41
社会貢献・環境保全活動	
従業員との絆	49
お客さまを大切にするための従業員育成	
働きやすい職場環境・健康維持管理のために	
編集後記	53
会社概要	

明治安田生命の現況

<http://www.meijiyasuda.co.jp/profile/disclosure/>

当社ホームページ

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

「絆」に込めた思い

保険という商品は、かたちをもちません。

保険は人の一生に寄り添い、人と人をつなぎ、未来へのよすがとなる「絆」そのものです。

私たちは、お客さまと絆を結ぶことを仕事としています。お客さま一人ひとりと誠実に向き合い、共に未来を考えていくという、重く尊い使命を担っているのです。

そうしてしっかりと結んだ絆を、社会に広げ、未来に確実につなげていくのが私たちの責任です。

かたちのない商品は、信頼がすべて。

だからこそ、お客さまに良い絆を結んだという安心をお届けすることが何よりも大切なこと。2度にわたる行政処分を通じて、改めて気付かされた私たちの存在意義がここに 있습니다。

お客さまとの確かな「絆」を再確認し、より強固なものとするために、2005年12月から「きずな再確認運動」を全社で展開するなど、明治安田生命は今、生命保険の原点に立ち返って、誠心誠意をもって安心をお届けする会社に生まれ変わろうとしています。

その永続的な姿勢を、経営理念～企業ビジョン～行動規範を改定することでお客さまにお約束するとともに、このたび制定した「CSR経営宣言」を通じて、具体的な行動としてお伝えしていきたいと考えています。

「絆」という文字に私たちの反省とお約束の思いを込めて、本報告書をお届けいたします。

これからの明治安田生命にご期待ください。

明治安田生命保険相互会社
取締役会長 代表執行役

関口 憲一



CSR経営への決意

2005年の2度にわたる行政処分。

生命保険事業の根幹は信頼であり、その一翼を担う企業として、決してあってはならない事態に陥った事実と正面から向き合い、「私たちが本当に大切にしなければならぬものは何か」と問い直しました。

そこで、原点に立ち返り、「お客さまを大切にする会社に徹する」ことを経営理念に掲げ、明治安田再生プログラムを軸に取組みを開始しました。

そして、再生プログラムの開始から1年が経過した今、私たちの思い、これまでに行なってきた取組みを改めて社会にお伝えすべく、CSR報告書を発行することとしました。

『お客さま・従業員・社会からの支持や信頼があって、初めて会社が存在できる』

その思いを忘れず、私たちに寄せられた厳しいご批判や期待を込めた激励など、みなさまからいただいた多くの「声」を大切に、経営に反映していくことが使命であると考えています。

現状に満足することなく、改革の歩みを止めることなく、本来あるべき姿をひたむきに追究し続けること、それが明治安田生命のCSRです。

ただし、今はまだ道半ば。

私たちの社会的責任・使命をCSR経営に反映し、品質・サービスの向上に向けて、引き続き努力してまいります。

みなさまの声が、私たちの力になります。明治安田再生プログラムの開始から今日までの取組みを総括している本報告書をお読みいただき、どうかたくさんのお声を寄せてくださいますようお願いいたします。

明治安田生命保険相互会社
取締役 代表執行役社長

松尾 憲治



TOPICS

生命保険事業の使命を自覚して

当社は、不適切な保険金等の不払い、保険募集上の法令違反、経営管理態勢上の重大な問題等により、2005年2月および10月に金融庁から2度にわたる行政処分（業務停止命令および業務改善命令）を受けました。

契約者および関係者のみなさまに多大なるご迷惑

をおかけするとともに、社会からの信頼を損ねる結果を招きましたことを、改めて、深くお詫び申し上げます。

ここでは、不適切な取扱いの内容、ならびに、今後このようなことを決して起こさないために、現在進めている業務改善計画と明治安田再生プログラムの取組みについてお伝えします。

行政処分の対象となった不適切な取扱いの概要・・・5
不適切な取扱いはなぜ起きたのか・・・・・・・・・・7

業務改善計画・明治安田再生プログラム・・・・・・・・8
業務改善計画・・・・・・・・・・9
明治安田再生プログラム・・・・・・・・13
『「お客さまの声」白書』より・・・・・・・・16

行政処分の対象となった不適切な取扱いの概要

■2005年2月25日の行政処分の対象となった事実

（1）不適切な保険金の不払い

1999年4月から2004年9月末までの間に、「詐欺無効*」を適用し、死亡保険金をお支払いしなかった契約のなかで、約款解釈の判断、加入時の説明状況、ご加入いただいた商品の特性等を勘案すれば、本来死亡保険金をお支払いすべきであったと判断した契約が162件あったことが判明しました。

その結果、保険金の支払いが適切に行なわれず、普通保険約款に定めた、とくに重要な事項である「保険金の支払い」および「詐欺による無効」に関する条項に反する取扱いをしていました。

また、不適切な取扱いを牽制、監視すべき法務室や検査

部等も、その機能を十分に果たせず、内部管理態勢が不十分であったことが明らかになりました。

（2）保険募集上の問題

「詐欺無効」を適用して死亡保険金をお支払いしなかった契約のなかで、お申込み時の告知に関して不適切な募集行為が61件判明しました。具体的には、①募集時に契約者や被保険者と面接していない事例、②健康状態等に関する情報を知りながら会社に報告していない事例、③契約者や被保険者に対して、健康状態等に関する情報の告知をすすめない事例、がありました。加えて、本件に関する情報が担当役員や経営トップに的確に伝わる仕組みとなっていました。

* 詐欺無効 保険加入に際して、故意または重大な過失によって、告知すべき重要な事実について告知しなかった場合や、事実でないことを告知された場合に、契約や特約を解除することがあり（告知義務違反）、その内容がとくに重大な場合などには、加入後2年を経過した後も契約を無効とする取扱い

■2005年10月28日の行政処分の対象となった事実

(1) 法令違反等

① 不適切な保険金等の不払い

2005年2月の行政処分後に改めて社内調査を進めた結果、「詐欺無効」以外の理由でお支払いに該当しないと判断していた契約についても、786件の不適切な取扱いがあったことが新たに判明しました。

これにより、詐欺無効の適用に関し死亡保険金や給付金等をお支払いすべきであったと判断した契約等を合わせると、本来保険金等を支払うべきであったにもかかわらず、支払いがなされていない契約は合計で1,053件となりました。

また、がんにかかわる割増給付金と一般給付金の差額等について、契約者からお申し出がないにもかかわらず、被保険者ががん告知を受けるまで、当社の独自の判断によりお支払いを留保するという、約款の規定にはない取扱いを行ない、留保事由の消滅後も未払いのままとなっている給付金があることが判明しました。

② 保険募集上の法令違反

早期解約契約・早期失効契約等について、告知を妨げる行為、特別利益の提供などが認められ、また、法令に定める届け出を期限内に行っていない事例も判明しました。

③ 業務改善命令への対応遅延

経営陣は、不適切な保険金等の不払いが詐欺無効以外にも行なわれていた可能性を認識していましたが、過去の不払い案件の検証および査定基準の見直しへの対応が遅延したことが明らかになりました。

(2) 内部管理態勢および経営管理態勢上の問題

保険金等の支払いは生命保険会社の基本的かつ最も重要な機能であるにもかかわらず、保険金等支払管理態勢や法令等遵守態勢、内部管理態勢に重大な問題が多数存在していました。

① 経営管理態勢

業務執行にあたる代表取締役、取締役、取締役会ならびに監査役、監査役会は、不適切な保険金等の不払い等に関して、本来果たすべき機能を発揮していなかったことが明らかにになりました。

② 不祥事件対応態勢

不祥事件対応において、担当部が不適切事象を把握していたにもかかわらず、不祥事件の調査が不十分なまま不問としている事例がありました。

③ 苦情対応態勢

お申し出のあった苦情について、原因分析や再発防止策の検討が十分に行なわれていないほか、告知義務違反教唆の疑いがあるもののうち、事実関係を調査しないまま保険金等を不払い等に行っている不適切な事例がありました。

④ 内部監査態勢

内部監査については、十分な人材配置・育成が行なわれておらず、内部監査部門の独立性も不十分であり、業務の適切性を検証する態勢が欠如していることが明らかになりました。

⑤ 子会社に対する経営監視機能

株式会社明治安田生命保険代理社*に対する一元的な管理・監督を行なう仕組みが構築されていなかったことが明らかになりました。

* 株式会社明治安田生命保険代理社において、取扱募集人の保険契約者への特別利益の提供、保険契約申込書等の代筆行為にかかわる組織的な関与など不適切な募集行為が認められました。株式会社明治安田生命保険代理社は、2006年3月31日付で解散し、同年4月1日付でエーエージェントを直接管理・監督するエーエージェント業務部を当社内に設置しました

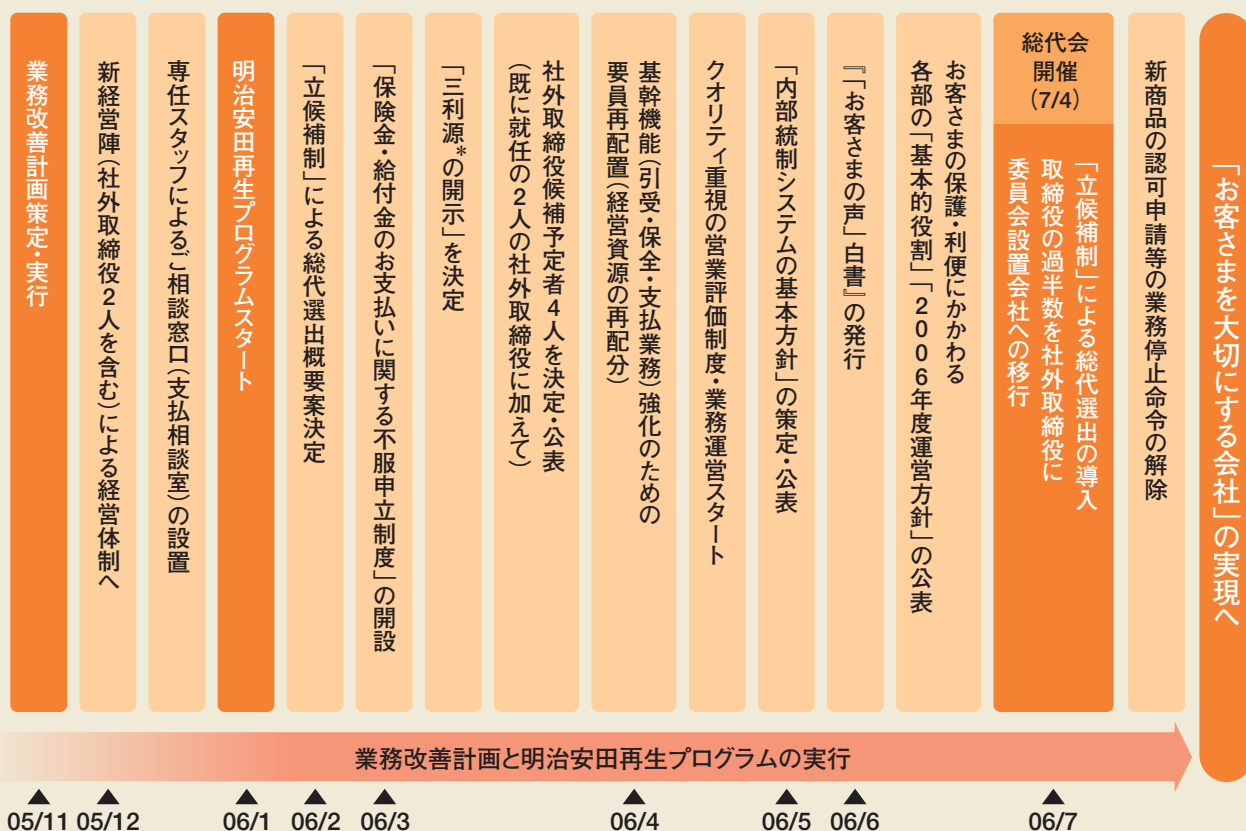
不適切な取扱いなぜ起きたのか

生命保険業界の環境変化や、不当な支払請求（いわゆるモラルリスク）事例の増加という社会背景のなかで、2000年ごろからモラルリスク排除のため支払査定の厳正化をすすめてきましたが、それが行き過ぎて死差益の拡大方針と結びつき、担当部署において「支払抑制目標」を設定して、お支払いすべきものまで支払わないという保険会社として本来あってはならない不適切な取扱いが多数発

生しました。

また、このような支払査定にかかわる直接的な問題とあわせて、「内部牽制・内部管理態勢が有効に機能していなかったこと」「苦情対応における問題や警鐘となる情報の共有が不十分であったこと」など、経営管理態勢に重大な問題がありました。

■経営改善に向けたこれまでの取組み



* 三利源 生命保険会社の基礎的な期間損益の状況を示す指標である「基礎利益」は、その内訳として「費差」「危険差」「逆ざや」の「三利源」から構成されています。費差:保険料算定時に想定した事業費率に基づく事業費支出予定額と実際の事業費支出額との差額 危険差:保険料算定時に想定した保険事故発生率に基づく保険金・給付金等支払予定額と実際の保険金・給付金等支払額との差額 逆ざや:保険料算定時に想定した利率に基づく予定運用収益と実際の運用収益との差額

業務改善計画・明治安田再生プログラム

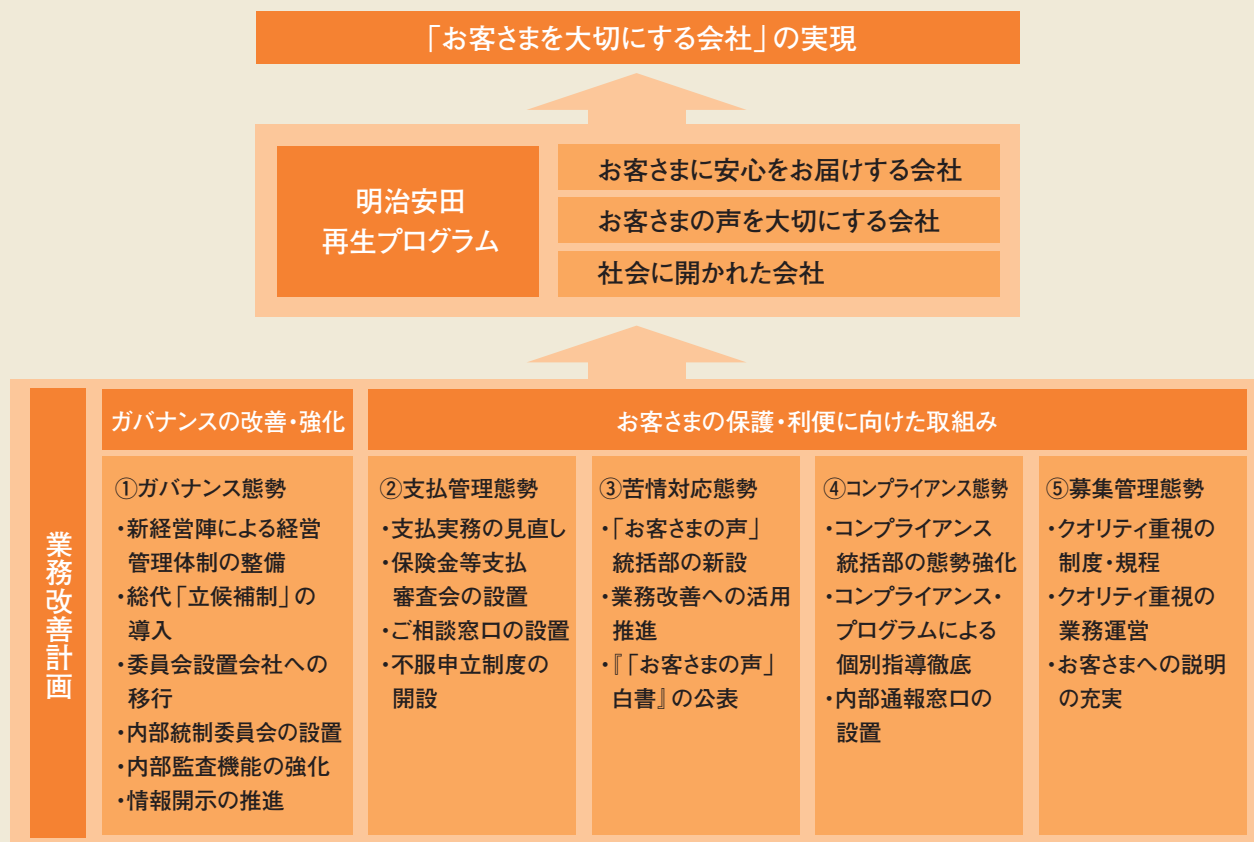
行政処分に至ったガバナンス、内部管理、支払管理等の原因を正面からとらえ、これを抜本的に改善し、このような事態を二度と起こさないために、不退転の決意で2005年11月に業務改善計画を策定しました。

そして、2005年12月1日付で経営陣を大幅に刷新し、業務改善計画に沿ったガバナンスの改善・強化およびお客さまの保護・利便に向けた取組みを進めました。

さらに2006年1月には、中期経営計画と、企業風土改革をめざす新風土創造「MOTプロジェクト*」を中核とした明治安田再生プログラムをスタートしました。一日も早くお客さま・社会からの信頼を回復できるよう、全役職員が総力を挙げて「お客さまを大切にする会社」の実現に向けて取り組んでいます。

*「MOT」とは、「もっと(M)お客さまを(O)大切に(T)」する思いを表わしています

■業務改善計画・明治安田再生プログラムの位置付け



■業務改善計画

お客さま・社会からの信頼回復に向けて、経営陣を大幅に刷新し、「お客さまを大切にする会社」の実現のために、

「ガバナンスの改善・強化」と「お客さまの保護・利便に向けた取組み」からなる業務改善計画を推進しています。

ガバナンスの改善・強化

①ガバナンス態勢

委員会設置会社への移行

経営の監督機能と執行機能を制度上明確に分離して、経営の監督機能のいっそうの強化と透明性向上を図るため、2006年7月に委員会設置会社に移行しました。また、指名委員会、監査委員会、報酬委員会の三委員会の各委員長には、委員の互選により、社外取締役が就任しました。

新経営陣による経営管理体制の整備

取締役会を活性化するために、取締役の員数を削減するとともに、取締役会の経営監督機能を強化するために、2006年7月に取締役の過半数（11人中6人）を社外取締役としました。

総代「立候補制」の導入

最高意思決定機関である総代会について、総代選出プロセスの多様化を図り、透明性をさらに高めることを目的として、2006年7月の第59回定時総代会決議により総代選出における「立候補制」を導入しました。

内部統制システムの整備

内部統制システムを体系的・組織横断的に整備・高度化するため、「内部統制委員会」を設置し、2006年5月に「内部統制システムの基本方針」を制定・公表しました。また、「内部統制委員会」の機能発揮状況や見直し等については、監査委員会によるモニタリングを実施しています。

内部監査機能の強化

内部監査部門の担当執行役については代表執行役（取締役会長を兼務）を専任とすることで、内部監査部門（検査部）の独立性を強化しています。また、内部監査部門の関連諸規程の制定・改廃や担当執行役の評価・任免に関する承認の権限を監査委員会に付与しました。

情報開示の推進

2005年12月に「情報開示推進委員会」を設置し、経営の透明性を高めるとともに、情報開示の充実に努めています。「お支払いに該当しないと判断したご契約件数」および「苦情情報」を四半期ごとに開示するとともに、契約者をはじめとして広く一般の方に対して、経営状況をよりご理解いただくために、生命保険会社で初めて三利源の開示を決定し、2005年度決算より開示を行なっています。

お客さまの保護・利便に向けた取組み

② 支払管理態勢

支払査定関連規程の整備

保険金等の支払査定基準の変更については、重要な経営判断として、慎重に行なうよう改めました。また、お支払いの判断に際しては、保険募集時およびご請求時の状況について適切かつ十分な事実確認を実施したうえで決定するよう2005年7月に「支払業務に関する規程」を制定しました。

組織・要員の増強

支払業務の担当部署内に「支払審査室」を設置し、支払業務の適切性をチェックしています。また、支払実務の運営強化のため、支払査定部署の要員を増強しました。

支払実務のチェック強化

保険金等支払実務の運営における適正性を期すため、以下のとおり支払実務に関する三重のチェック態勢を確立しています。

チェック① 「支払審査室」を設けて支払業務等の運営が適切に実施されているかを定期的に点検

チェック② 「保険金等支払審査会*」を設置し、定期的なサンプルチェックのほか、支払査定業務に関する重要な規程の制定および改廃の妥当性の検討、査定結果の審査等を実施

チェック③ 検査部による定期的な検査を実施

これら日常的なチェックのほか、現在は、過去5年分の保険金・給付金の支払案件約230万件を対象に、総点検を実施しています。

ご相談窓口の設置・不服申立制度の開設

お支払いに関するご照会やご不満について専門スタッフがお応えする「支払相談室」を設置するとともに、社外弁護士による「保険金・給付金のお支払いに関する不服申立制度」を開設しました。

お客さまへの説明の充実

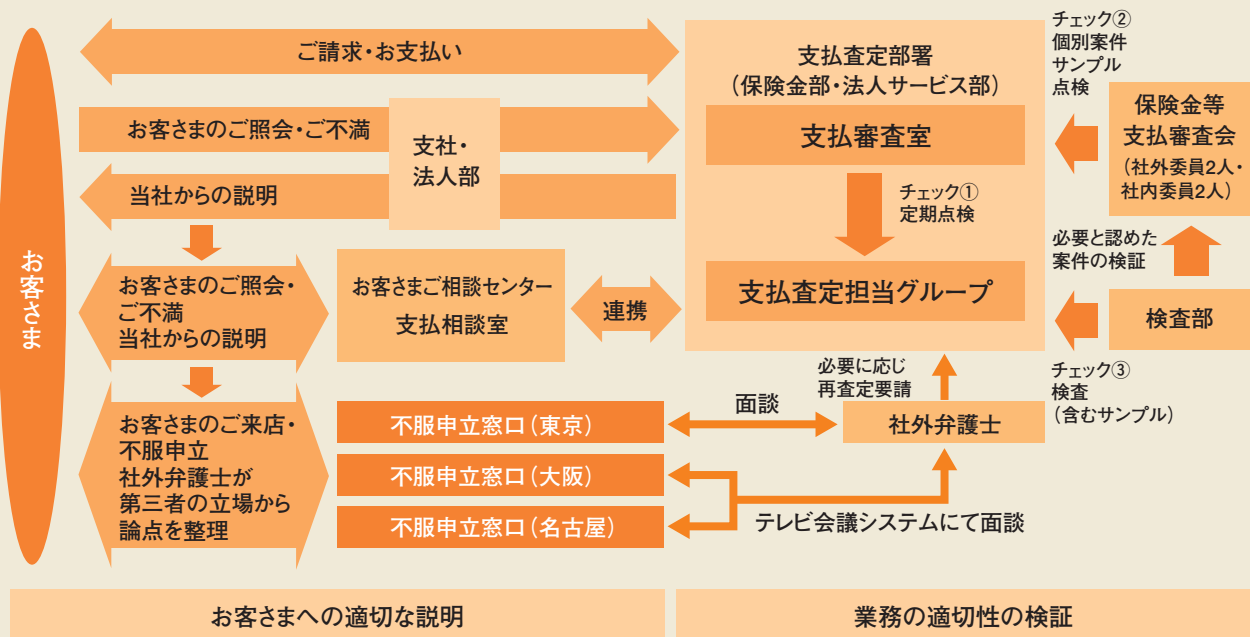
お支払いに関するお客さまへの説明の充実とご照会への的確な対応を行なうため、保険金・給付金をお支払いする場合とお断りする場合等をわかりやすく説明する冊子「保険金・給付金のご請求について」を2005年11月に作成しました。

経営への報告・反映

支払査定に関する重要な規程の制定・改廃については経営会議で決裁し、取締役会に報告しているほか、支払件数・支払非該当件数等について、定期的に経営会議・取締役会に報告しています。

* 保険金等支払審査会 保険金・給付金の詐欺無効等の支払査定に関して社外の意見を取り入れ、適切で公正な運営を図ることを目的に、2005年4月に保険金部担当役員（当時）の諮問機関として「保険金等支払審査会」を設置し、原則毎月開催しています

■支払管理態勢



③苦情対応態勢

組織の設置と苦情の一元管理

お客さまからのお申し出等の情報を一元的に管理し、苦情をはじめとしたお申し出等からの問題発掘、経営改善への提言機能を強化することを目的に、お客さまサービス部を再編のうえ「お客さまの声」統括部を2005年12月に設置しました。

お客さまからの直接のお申し出に加え、「お客さまの声」を積極的に把握するために、「お客さま満足度調査」を2006年3月から継続的に実施しています。

経営への報告・反映

苦情状況を定期的に経営に報告するとともに、重要な苦情の分析と改善の方向性も経営に報告し、経営から業務執行部署へ改善指示を行なっています。

さらに、社外の専門的見地からのご意見を取り入れ、お客さま保護・利便の向上のための諸施策に迅速かつ適切に反映させるため、社長直轄の諮問機関として「お客さまの声推進諮問会議*」を2005年4月に設置しました。この会議では、消費者問題等に高い見識を持つ社外の専門家3人を委員としてお迎えし、当社の業務運営のあり方やお客さまサービスの改善策等について、お客さまの視点に立った忌憚のないご意見をいただいています。

* 本報告書「お客さまとの絆」21ページに、社外委員3人のインタビュー記事を掲載しています

④コンプライアンス態勢

要員の増強

コンプライアンス態勢強化のため、2005年4月に設置したコンプライアンス統括部の要員を順次増員するとともに、営業組織のコンプライアンス態勢の個別指導・改善を行なう「コンプライアンス指導担当」を4人配置しました。また、本社全部署に内部管理推進担当を配置するとともに、営業推進・契約事務担当部には、内部管理を担当する組織を設置しました。支社においても牽制機能を強化するため、総務・内部管理推進部長をコンプライアンス統括部兼務としました。

教育・指導の強化・徹底

法令等遵守にかかわる全役職員への教育・指導を強化するため、各種研修・会議におけるコンプライアンス教育の反復実施、所属ごとのコンプライアンス・プログラムの策定・進捗管理を通じた個別指導、課題組織に対するコンプライアンス指導担当による直接指導、コンプライアンスに関する自己点検・営業所監査項目の随時改訂等により、コンプライアンス意識と実効性の向上を図っています。

コンプライアンス関連情報の一元管理

お客さまからの各種ご照会・お申し出に内包されるものを含めてコンプライアンス関連情報の管理を強化すべく、コンプライアンス統括部にて情報の一元管理を行なうとともに、詳細な検証・分析を可能にするための情報管理システムを構築し、データベースの高度化を継続的に実施しています。

不祥事案の調査・処理対応の強化

不祥事案についてもコンプライアンス統括部による検証・直接調査機能を強化するとともに、懲戒処分事案全般についても、関連規程・調査・処理態勢を一元的に整備し、厳正に運営しています。

経営への反映・報告

経営会議の諮問機関としての「コンプライアンス推進諮問会議」を設置するとともに、経営会議・取締役会へのコンプライアンス状況の報告内容・頻度を充実させ、経営に反映しています。

⑤募集管理態勢

クオリティ重視の制度・規程

不適正な募集行為を防止するため、営業に関する評価において、品質等に関する評価項目（継続率等）の占める割合を高め、販売・サービス力に関する評価項目（新契約保険金等）と同等程度に変更しました。営業職員制度においても、保有契約状況や継続率等、アフターサービスを重視した制度に変更しました。また、不適正募集に関連した管理者処分・再発者処分を厳格化しました。

クオリティ重視の業務運営

満足度の高いお客さまサービスの提供を実現できる営業職員の増強を図るため、入社条件を厳格化するとともに、初期教育カリキュラムの充実、全支社へのFP担当の配置により教育・育成態勢を強化しました。

■明治安田再生プログラム

中期経営計画(2006年1月～2008年3月)

(1)「3つの改革」について

中期経営計画では、コンプライアンス意識の徹底、コン

プライアンス態勢の強化を行ない、CSRの確立をめざすことを前提に、業務改善計画の取組み事項を含め、以下の「3つの改革」を実施しています。

(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

ガバナンスの強化を図るために、2006年7月に委員会設置会社に移行するとともに、取締役の過半数を社外取締役としました。さらに、総代の「立候補制」の導入を行なったほか、総代から会社への提言機会の拡充等を目的として、総代報告会を毎年12月に開催する等、総代会の活性化に向けた取組みを行なっています。

また、社内のすべての組織に内部管理を担当する組織を設置、または担当者を配置することで自己点検機能を充実させたほか、内部監査機能の強化を図っています。

経営の透明性を向上させるため、「お客さまの声」と、それに基づく業務改善事例を『「お客さまの声」白書』として年一回発行することにしました。また、生命保険会社として初めて三利源を開示することを決定するなど、お客さまや社会が求める各種情報の積極開示に努めています。

(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、要員・予算・システム投資等を重点的に配分し、あわせて事務の総点検を通じて、お客さまの保護・利便の向上のための高品質な事務・サービスを安定的に提供する事務態勢を再構築しています。

また、支払管理態勢を強化するとともに、過去5年分の保険金・給付金支払案件約230万件について総点検を行なっています。

(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

品質・信頼向上を重視した評価体系へ変更したことにより新契約の継続率が向上し、保有契約の解約・失効率が低下する等クオリティを示す指標が改善しています。

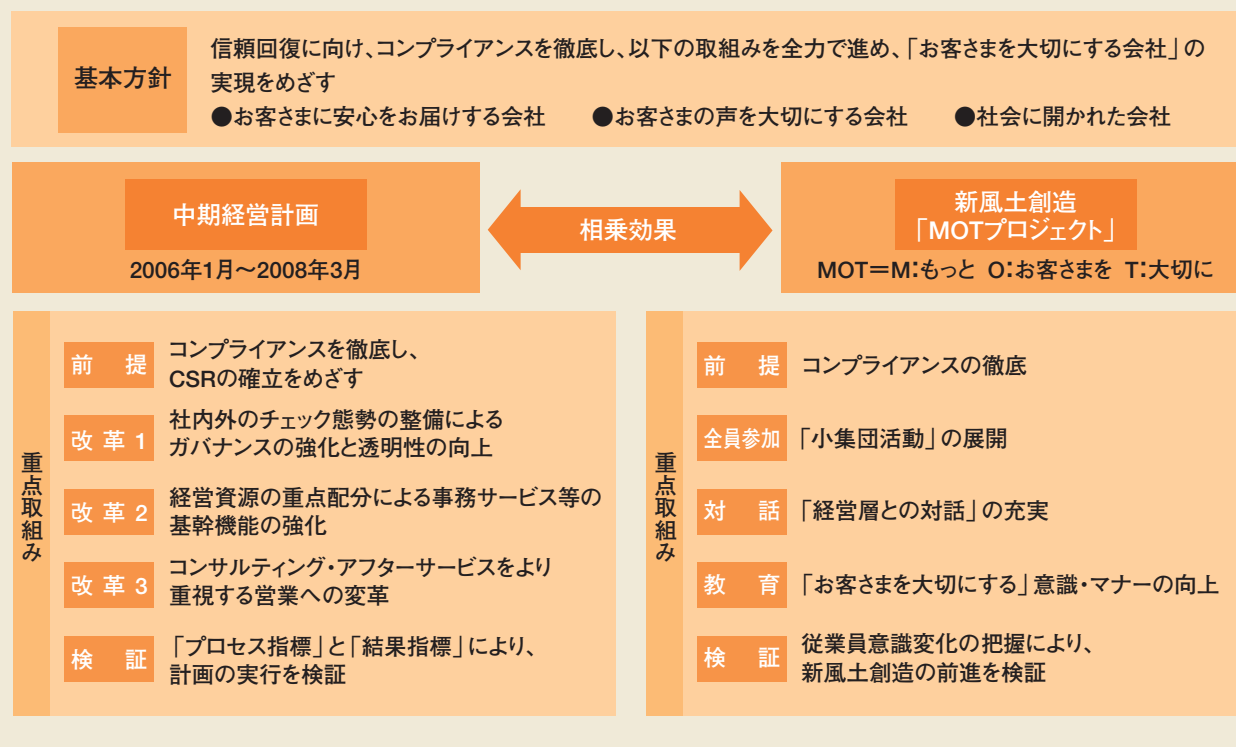
あわせて、営業職員への教育・指導の充実、FP技能士の資格取得の促進等、コンサルティング力の強化やアフターサービスの充実に取り組んでおり、お客さまに評価される営業職員チャネルの確立を推進しています。

(2) 経営指標について

お客さま満足度に関する指標、健全性、業務の適切性等、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」(年換算保険料および契約者数等)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。

■明治安田再生プログラム



新風土創造「MOTプロジェクト」

明治安田再生プログラムがめざす「お客さまを大切にする会社」の実現のためには、中期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と考え、社長をリーダーとする新風土創造「MOTプロジェクト」を立ち上げ、「めざす風土」を以下のとおり掲げて全役職員参画型の取組みを展開しています。新風土創造「MOTプロジェクト」と中期経営計画を、明治安田再生プログラムの両輪と

して相乗効果を図り、「お客さまを大切にする会社」の実現をめざしています。

具体的な取組みとしては、経営層との対話の機会を積極的に設けているほか、「お客さまの声」を代弁する全職員からの業務改善提案や取組み、工夫事例を常時受け付け、社内でも共有しています。このプロジェクトから、さまざまなお客さまサービス向上につながる改善提案が集まり、お客さまサービスにつながる取組みが次々と生まれています。

めざす風土

前提 コンプライアンスの徹底

使命感をもって誠実に仕事に取り組む風土

自由闊達で挑戦意欲あふれる風土

互いが信頼で結ばれている風土

(1) 職場単位の小集団活動「もっと!MOT運動」の展開

「お客さまを大切にする会社」の実現に向け、全職員参加型の小集団活動を展開しています。

そのなかで、お客さまを大切にする提案(MOT提案)活動、お客さま対応の向上をめざしたマナー向上活動、各職場単位の課題解決の取組みを推進しています。

(2) 経営層との対話の充実

各層の職員が経営層と直接語り合う場として「MOTミーティング」を多様な形態で定期的で開催しており、経営への信頼ならびに「お客さまを大切にする」企業風土の醸成を図っています。

(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」の習得と浸透を図っています。

(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2005年3月と2006年10月に実施(以降定期的に実施)し、今後のさらなる取組みに活かしていきます。

■「MOTミーティング」実施状況

ミーティング名	対象者	実施状況(2006年11月17日現在)
MYプラザミーティング (のべ568人)	営業職員	◎2006年1・2月：職層・地域別に2回/各50人 ◎2006年10月：西日本の新人営業職員/50人
	営業所長 支社スタッフ 事務職員	◎2006年3月：事務職員対象に2回/各60人 ◎2006年6月：営業所長対象/158人 ◎2006年8・9月：支社スタッフ等対象に2回/計140人
テーマ別 ブレインストーミング (のべ160人)	部長 グループ マネジャー	趣旨：「営業」「事務」等テーマ別に改善策やあるべき姿を経営層と関係部部長・グループマネジャーが討議 ◎2005年11月以降テーマ別に8回/各20人
テーマ別 ミドルミーティング (のべ60人)	中堅・若手の 職員	趣旨：上記ブレインストーミングの中堅・若手向け ◎2006年2月以降テーマ別に6回/各約10人
その他	支社・本社等の 職員	趣旨：執行役出張・各種会議・各種研修において幅広く経営層との対話の機会を設ける ◎2005年12月以降、会長・社長が全国の8割超の支社等で実施(その他執行役も実施)

『「お客さまの声」白書*』より

当社に寄せられた「お客さまの声」をはじめ、お客さま懇談会やお客さま満足度調査のご意見・ご要望等に基づく業務改善の取組み事例を紹介します。

■お問い合わせ窓口の表示

「手続きの連絡をどこにすればよいのかよくわからない」

- ・ ホームページのリニューアルを行ない、「お問い合わせ窓口」のレイアウトを変更してわかりやすくしました。
- ・ すべての契約者に毎年お届けしている「明治安田生命からのお知らせ」について、2006年度版から担当営業所・コミュニケーションセンターの電話番号を大きく表示しています。

■保険金等の請求手続き

「保険金や給付金を請求できる場合とできない場合がよくわからない」

- ・ 保険金をお支払いできない場合の事例等の説明冊子「保険金・給付金のご請求について」を作成し、お支払いに関する説明の充実に努めています。
- ・ 2006年6月から給付金のご請求手続きを案内する際に、従来よりわかりやすい書類をお渡ししています。その書類では、傷病名、手術内容等により、お支払いの対象外となる可能性がある場合、あらかじめお知らせしています。

■ご契約内容のお知らせ

「『明治安田生命からのお知らせ』は文字が小さくてわかりにくい」

- ・ すべての契約者に毎年お届けしている「明治安田生命からのお知らせ」について、2006年度版から冊子をA4サイズとし、文字のサイズも拡大しました。また、ご加入されている契約内容を、1契約につき2ページとして記載情報の充実を図っています。
- ・ ライフアカウント L.A.の契約者に毎年お届けして



いる「ハッピーレポート（年次報告書）」について、2005年12月お届け分から構成を変更して見やすくしたほか、現在の保障内容によるお受取例を設けるなどわかりやすい内容に改訂しました。

■保全手続き

「店頭での本人確認の手続きについて、もっと柔軟に対応してほしい」

- ・ 店頭での本人確認書類に「カード式健康保険証」を追加しました。また、公的書類についてお客さまのご要望により、営業所でのコピーを前提に原本をお返しすることとしました。

「手続きに必要な書類を減らしてほしい」

- ・ 特約を更新いただく際に保険証券のご提出を不要とし、特約更新申込書・特約非更新申込書にいただくご印鑑はお届け印以外でもお手続きができるようにしました。
- ・ ご来店窓口での積立配当金引き出し等のお手続きにおいて、契約者の本人確認が可能な場合は、支払金額にかかわらず保険証券のご提出を不要とし、押印していただくご印鑑は、お届け印以外でもお手続きができるようにしました。

■保険料の払込手続き

「保険料の払込みについて、口座振替ができる金融機関を増やしてほしい」

- ・ お客さまの利便性向上の観点から、ジャパンネット銀行（インターネット銀行）、セブン銀行（ATM専業銀行）における口座振替の取扱いを開始しました。

* 『「お客さまの声」白書』は、明治安田再生プログラムに基づく取組みの一環として、当社に寄せられた「お客さまの声」と、その「お客さまの声」を反映した業務改善への取組み状況の報告を目的として作成し、2006年6月に公表しています（毎年継続して発行）

CSR経営宣言

当社は、2006年1月に策定した明治安田再生プログラムにおける中期経営計画の前提条件にCSR*の確立を掲げ、CSRを「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」と規定しています。社会とともに企業が持続的に発展していくためには、その活動を通じてお客さま・従業員・地域社会などの幅広いステークホルダー（関係者）から信頼と共感を得ることが必要不可欠です。当社は、グループ各社と協働して、ステークホルダーとのコミュニケーションを通じ、社会からの負託

や果たすべき役割を的確にとらえ、それに応えるべく、生命保険事業の公共性や次世代への責任を踏まえた経済・社会・環境活動を行なうとともに、その活動を適切に開示していきます。

そして、この基本認識のもと、CSR経営を持続的な取り組みとするために、今回CSR経営宣言を制定するとともに、その上位概念である企業ビジョンと行動規範を改定しました。

あわせて、経営理念、企業ビジョン、行動規範とCSR経営宣言の関係について、体系の整理を行なっています。

* CSR(Corporate Social Responsibility)

一般的には企業の社会的責任と訳され、企業を取り巻く多様な関係者（ステークホルダー）への責任を果たすことを意味します

企業ビジョンおよび行動規範の改定

2006年1月の明治安田再生プログラムスタートと同時に、経営理念の見直しを行ない、「お客さまを大切にする会社」に徹するという再生にかけた思いを明文化しました。あわせて、各組織（本社部・支社・営業所等）に求められる普遍的な役割・機能等を明確にするため、各組織の「基本的役割」を新たに策定しましたが、そこには「お客さまを大切にする」という基本理念が踏襲されています。

ただし、会社の本来あるべき姿を表わす企業ビジョンと、

全役職員の使命・行動を規定した行動規範には、「お客さまを大切にする」という理念が必ずしも明確になっていませんでした。

そこで、企業ビジョンと行動規範においても、その基本理念を盛り込み、会社ならびに全役職員の本来あるべき姿を明確にすることで、一人ひとりへの理解・浸透を図ることとしました。あわせてこれを開示し、当社の基本姿勢にかかわるお客さまに対するお約束としました。

CSR経営宣言の制定

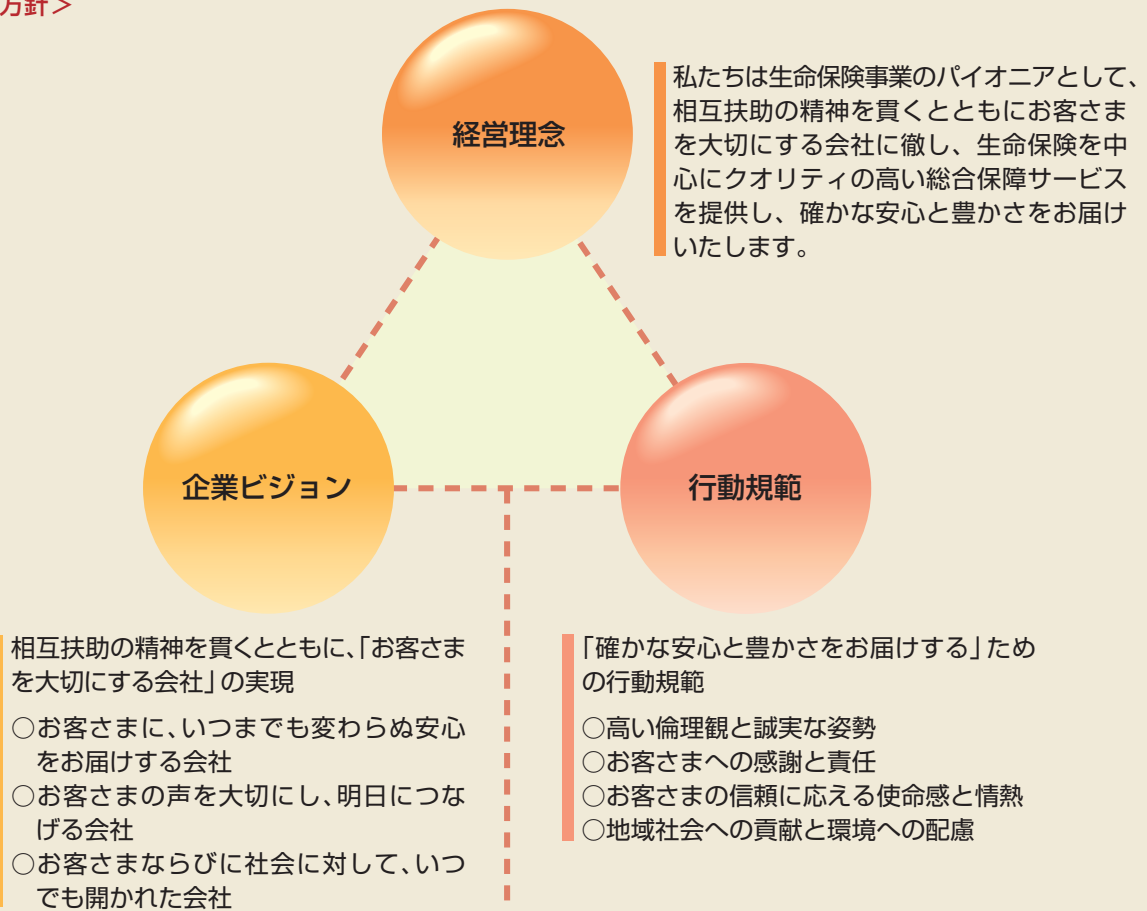
単にCSR経営に取り組む意思を表明するだけでなく、その取り組みの根拠規程を明確にし、また、特定層・特定分野にのみ偏重することのないよう、あらかじめ5つの対象領域を規定することとしました。その領域には、経済性の追求と社会・環境とのバランスを重視するトリプルボトムラインの考え方を踏まえつつ、経営上の重要な要素であるガバナンスとコンプライアンス、さらにはステークホルダーで

もある従業員を加えました。

さらに、CSR経営宣言においては、持続性、強い関係性、双方向性を表わす「絆」をキーワードに設定し、生命保険事業固有の「長期性」および「相互扶助」の概念に基づく規程体系とすることで、当社がステークホルダーを重視する姿勢を表わしています。

●経営方針とCSR経営宣言の関係図

<経営方針>



<CSR経営宣言>

<CSR5領域>

お客さまとの絆	私たちは、意識・行動のすべてを「お客さまを大切にする」ことに集約し、確かな安心と豊かさをお届けすべく、常に謙虚さを忘れず、誠実に行動します。
ガバナンス ～お客さまとの絆のために～	私たちは、公正・公平なサービスを提供するため、透明性の高い適切な経営に励み、健全な成長をめざします。
コンプライアンス ～お客さまとの絆のために～	私たちは、お客さまに信頼いただけるよう、法令遵守はもとより企業倫理や良識に基づき、高い倫理観をもって行動します。
お客さまが暮らす 社会・環境との絆	私たちは、お客さまとともに安心して豊かに暮らせる「社会」や「環境」を育み、守っていきけるよう、社会貢献や環境保全活動に積極的に取り組みます。
従業員との絆	私たちは、意欲や能力が最大限発揮できる働きがいのある職場作りに努め、お客さまの更なる満足のために、使命感と情熱を忘れず、個々人の成長を重視します。

もっとお客さまを
大切に。

私たちのCSRは、
ここから始まります。

私たちにとって、「お客さま」は出会ったそのときから生涯にわたって、共に歩み続けるパートナー。「保険契約」というかたちで結ばれた「絆」をいっそう強固なものとするために、お客さまからいただいたさまざまなご意見、ご批判を業務の改善やサービスの品質向上に役立てていきたいと考えています。それは、意識・行動のすべてを「お客さまを大切にすること」に集約するということ。これからも確かな安心と豊かさをお届けすべく、常に謙虚さを忘れず、誠実に行動します。それが私たちのCSR経営の第一歩です。

「お客さまの声」を経営に活かすために

お客さまからのお申し出は、お客さまにフェイス・トゥ・フェイスのサービスを提供する全国の営業職員をはじめ、ご来店窓口として「お客さま相談センター」「サービスプラザ」「支社・営業所」、電話によるご相談窓口として「コミュニケーションセンター」「支払相談室（保険金・給付金のお支払いに関する専門のご相談窓口）」のほか、当社のホームページ等、さまざまな窓口で受け付けています。

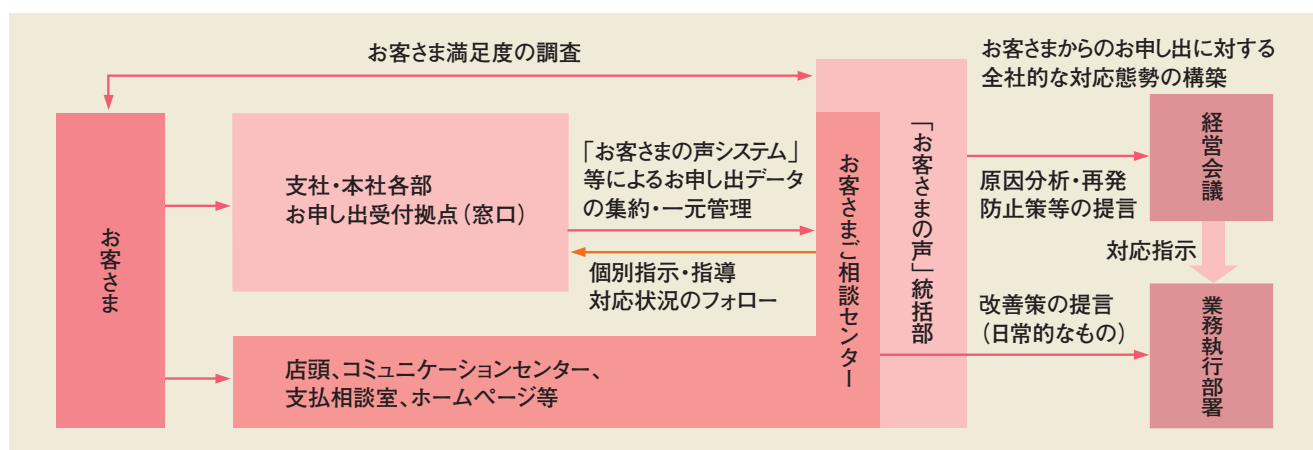
これらの窓口で受け付けたお申し出については、全国の拠点をネットワークで結ぶ「お客さまの声システム」を利用して、「お客さまの声」統括部で一元的に管理しています。

また、「お客さまの声」統括部では、お客さまの声を代弁した従業員の声である「MOT提案」、「お客さまの声推進諮問会議」の社外委員からのご意見、「お客さま懇談会」

や「お客さま満足度調査」によるご意見・ご要望等についても集約しています。

「お客さまの声」統括部に集約されたお申し出（ご意見・ご要望・苦情等）については、経営層に対して定期的に報告するとともに、発生原因の分析結果や課題点等について、経営会議および「お客さまの声」推進委員会（「お客さまの声」にかかわる部門横断的組織）等に報告・提言しており、そのなかで具体的な改善策を検討し、改善状況の進捗管理を行なっています。

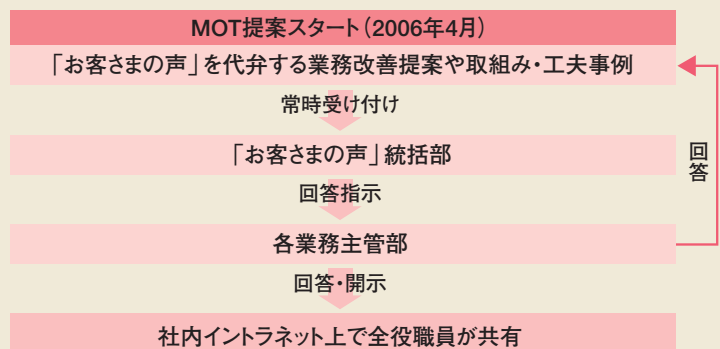
改善された事項については、社内イントラネット・社内報に掲載するとともに、『「お客さまの声」白書』を通じて社外に公表しています。



●「MOT提案」の展開

2006年4月から「お客さまの声」をもとに、全職員が日常業務に対する改善提案を行なう「MOT提案」を展開しています。2006年12月末日現在で3,929件の提案が「お客さまの声」統括部に寄せられ、寄せられた個別提案については、各業務主管部から回答・改善を行なっています。その提案・回答は、社内イントラネット上で全役職員に共有され、積極的に業務の改善に取り入れています。

■「MOT提案」活動状況



改善状況

<左ページのお申し出を受けた改善状況を掲載します。>

「お客さまを大切にする会社」の実現をめざして

「お客さまを大切にする会社」の実現をめざして、2005年4月に「お客さまの声推進諮問会議」を設け、社外委員からの忌憚のないご意見をいただいています。この会議による提言は、さまざまな経営改善となって実を結んでいます。



鈴木 正慶 委員（議長）
（中部大学経営情報学部教授）



篠崎 悦子 委員
（ホームエコノミスト）



上條 典夫 委員
（株）電通消費者研究センター局長

「お客さまの声推進諮問会議」 社外委員に聞く

保険サービスの真価が問われる時代

鈴木委員：非常に伝統のある明治安田生命が不祥事を起こしてしまったことに対して、お客さまがどういう考えを持っているのかをしっかりと踏まえたいうで対応する。そして、それが会社全体に浸透するように活動していかなければいけない。その決意が、この会議を始めたきっかけであると認識しています。生命保険という商品は、非常に長い期間の契約サービスで、販売した後もしっかりとフォローすることが、本来の生命保険会社の役割のはずです。「お客さま満足度調査」の結果などを見ると、会社が考えていることと、お客さまが思っていることとかなりギャップがある気がします。

上條委員：戦後、人口が増え家族が増えて、だまって待っていても生命保険に入りたいと言う人が、たくさんいた時代が続きました。しかし、現在はこちらから新しい価値を提供しなくてはならない時代になった。それにあわせて会社も

変化しなければなりません。この諮問会議などで、「お客さまを大切にする会社」という旗頭をより鮮明にし、もっとお客さま目線になってほしい。

篠崎委員：「お客さまを大切にする会社」ということは、他の業界は30年前に「消費者志向」を打ち出して、すでにやっていたのです。お客さま窓口というものをかなり本格的に取り入れ、専門の電話番号を設けたり、商品パンフレットなど、いろいろな表示をわかりやすくしたり。それを、金融サービス、特に保険業界は、いったいどのように見てきたのか。その問題が今、いろいろな形で噴出してきているのではないのでしょうか。

「お客さまの視点」こそ競争に打ち勝つ方策

鈴木委員：30年前、生命保険文化センターというものができました。これは、加入者の立場にたって研究し、情報提供しようということで設立されたものです。そのときにも、

お客さまの声

◎子どもの将来を考えて年金に加入させようとしたが利率が良くない。外資系の保険会社に負けないような商品を開発してほしい。

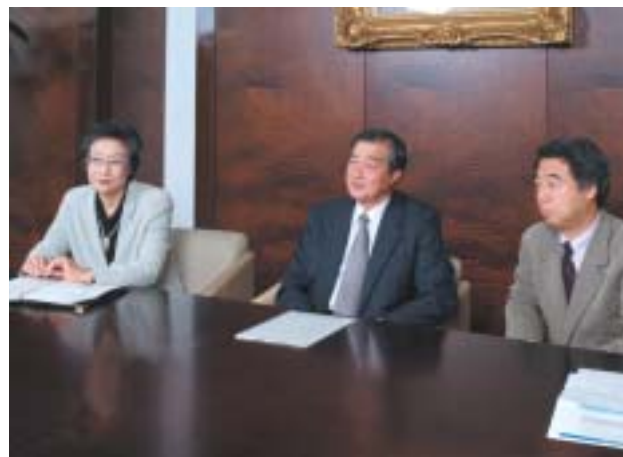
約款の平明化とか、営業職員の説明の大切さなどの改善が言われていました。金融の場合、長い間護送船団方式で、国際競争にさらされるのが遅れました。10年前に金融ビッグバンという波が起こり、徐々に変わってきたとはいえ、まだまだ顧客指向の競争によって努力していく必要があるのではないのでしょうか。

篠崎委員：ほかの業界であつたら、「お客さまの声を取り入れる」ということは当たり前のこととして行なっています。生命保険文化センターに「加入者の視点」「お客さまの視点」で考えることを任せてしまって、個々の企業は怠ってしまったのだと思いますね。

上條委員：ゴールはむずかしそうですが、見えているわけです。それは、お客さまが不満を持つことが一切なくなることです。今回のことをきっかけとして、だんだんと、契約者、お客さまの気持ちが見えてきているように思う。従業員の一人ひとりが、お客さまの声を、社会の流れを読みとれるようになること。その能力を持つ従業員の数が、その会社の力量でしょう。

リーディングカンパニーとなる気概で

篠崎委員：これからは、「お客さまの声」統括部の役割が一番大切ではないのでしょうか。「この部署こそがお客さまの窓口である」と、お客さまから見える、認識されることが必要でしょう。お客さまの声を正しく社内に伝えていく部署として機能すること。いわば、お客さまの身代わりとなって、声を高くしてお客さまの声を社内に伝えていく。そして、670万人以上いるお客さまを、明治安田生命の



ファンにすること。これは素晴らしいことではありませんか。

上條委員：そのとおりですね。そして、明治安田生命の従業員一人ひとりが、お客さまニーズの変化に対応して、お客さまの視点で仕事をしていくこと。その姿勢が、670万人のお客さま以外の人々に理解されて、初めて「この会社は変わった」と社会に認めてもらえるような気がします。

鈴木委員：そういう意味で、今回のことは千載一遇のチャンスと考えて、販売システムや商品の政策から変えていく良い機会だと言っていいと思います。この諮問会議は、そのきっかけづくりになれると思う。明治安田生命が、この国の金融界のリーディングカンパニーとなる。その気概で、もっともっと、「お客さまを大切にすること」になってほしいと思っています。

改善状況

○年金の受取率を向上させた5年ごと利差配当付個人年金保険「年金ひとすじ」を発売しました。(2006年9月)

お客さま満足度調査

●「お客さま満足度調査」の実施

明治安田再生プログラムに基づき、「お客さまの声」を反映した業務改善を図るため2006年3月から「お客さま満足度調査」を実施しています。

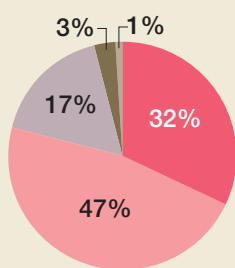
調査内容は、当社への総合的な満足度をお伺いする満

足度総合調査と4つの手続局面別の調査となっています。

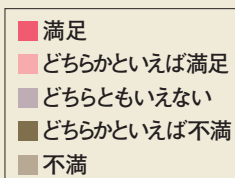
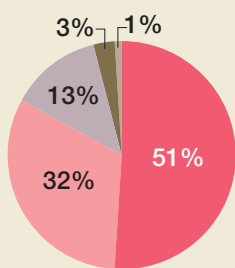
「お客さまを大切にする会社」の実現に向け、「お客さまの声」を経営に反映する態勢のさらなる充実を図り、業務の改善を推進していきます。

調査結果データ

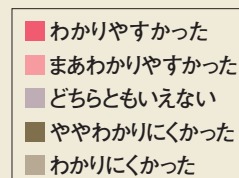
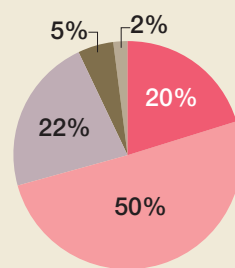
■ご加入手続き全般の総合的な満足度



■態度・マナーに対する満足度



■「設計書・パンフレット」のわかりやすさ



今後、調査結果を踏まえ、「設計書・パンフレット」のカラー化や図表・グラフ等の活用により、お客さまに正確かつわかりやすい商品説明ができるように、職員への教育・指導を含めて改善を進めていきます。

また、お客さまサービスの基本である態度・マナーについ

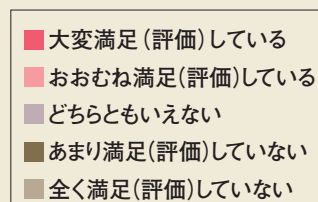
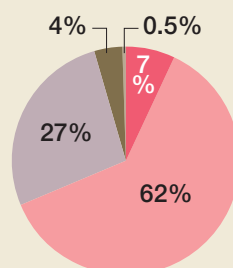
ては、マナー研修を含めた研修カリキュラムのいっそうの充実を図るとともに、お客さまのニーズに的確にお応えするコンサルティングサービスの向上を目的として、FP資格取得の推進を進めていきます。

●「法人のお客さま満足度調査」の実施

「お客さま満足度調査」は法人のお客さまについても実施しています。「商品開発・資産運用」「事務手続き」「法人営業担当者」「総合的なサービス対応」等に関して「当社に対する評価」をお伺いするとともに、「当社に期待する役割」「生命保険会社選定時の重視点」等についてご意見をお聞きしています。「お客さまの声」を今後の業務運営に反映し、「お客さまを大切にする会社」の実現に向けて取り組んでいきます。

調査結果データ

■法人のお客さまの満足度



お客さまの声

◎高齢者でも簡単に加入できる商品があってもいいのではないか。

今後、調査結果を踏まえ、商品のパンフレット・申込書等についてわかりやすさを追求した改定を推進するとともに、加入者への説明時におけるコミュニケーション手段の拡充等、わかりやすい説明に向けた対応を進めていきます。事務サポートについては、保険金・給付金のご請求に

関する照会等へのスピーディな対応と、インターネットの活用による保全事務・請求事務の効率化に向けたサービスの充実等を推進します。また、当社営業担当者による、福利厚生制度をはじめとした退職金・年金および金融全般に関する情報提供サービスを拡充していきます。

「お客さまの声」を経営トップに届ける役割を



泉水 善子
(千葉南支社 姉ヶ崎営業所 支部マネジャー)

お客さまの不安を取り除くことが第一でした

姉ヶ崎営業所には、私を含めて28人の営業職員がいます。不払いの問題が出たとき、もちろんそんなことが起こるなんて最初は信じられませんでしたし、お客さまに申し訳ないという思いでした。でも、お客さまと直接対話するのは営業職員ですから、お客さまの不安を取り除くことを第一に考え、所属員に対しても「大丈夫、一生懸命頑張っていこうね」というように、前向きに声をかけていました。

不払いの問題の原因は、会社自体の体質もあったかもしれませんが、営業職員一人ひとりにも、甘えや、いい加減な面があったのだと思います。その反省を土台にして、どこの会社よりもよい生命保険会社になるために、原点に返って勉強していこうと、営業所で何度も話し合いました。今だから言えるのかも知れませんが、コンプライアンスや会社の運営方針は、どの会社よりも前に進んでいると思います。

心を込めれば、信頼が生まれると信じています

いちばん満足していただける会社になること、本当にお客さまに信頼していただけること、それが、MOT、もっとお客さまを大切に、ということだと思っています。例えば私は、給付金の請求書をお届けするときには、必ず鶴の折り紙と、一言ことばを添えることにしています。「お身体が早くよくなりますように」とか。小さなことでも、気持ちを込めることこそが、信頼につながると信じています。

今、支部の所属員には、お客さまからご意見をいただいたり、苦情をいただいたりしたときには、必ず私に報告するように指導しています。私も営業所長・支社長に話します。また、MDRT*の役員である私は、年3回開催される意見交換会の場で当社の役員にも話すようにしています。お客さまのご意見が、業務の改善に役立つと思うと、お客さまとのコミュニケーションにも自然に力が入りますね。今後も、明治安田生命の営業職員として、お客さまのために、地域の方々のために、できることからコツコツと続けていきたいと思っています。

* MDRT Million Dollar Round Table (MDRT) の略。世界76カ国、約35,000人(2006年5月現在)の会員を有する、国際的かつ独立した組織です。MDRT会員は、卓越した知識をもち、厳しい倫理基準を満たし、優れた顧客サービスを提供しており、ビジネスと地域社会のリーダー、また生命保険と金融サービスの専門家として世界中で認知されています

改善状況

◎簡易な告知で加入できる5年ごと利差配当付一時払特別終身保険「エブリバディ」を発売しました。(2006年9月)

組織の基本的役割について

「お客さまを大切にする会社」に徹するという経営理念を受け、2006年4月に策定した各組織の基本的役割*1のうち、お客さまの保護・利便にかかわる12部*2について、その「基本的役割」を公表しています。これにより、お客さま・社会のみなさまに、お客さまの保護・利便にかかわる部署の具体的な取組みをお知らせし、「社会に開かれた

会社」として、その実現に向けた取組みをお約束しています。作成にあたっては、社外委員を含む「お客さまの声推進諮問会議」において、その内容にかかわるご意見をいただいています。

■各部に共通する基本的役割

基本的役割	常に「お客さまの立場にたち、お客さまを大切にする」視点で業務を遂行するとともに、リスクの適切な管理とコンプライアンスを徹底する。
	お客さまからのご意見・苦情・お問い合わせ、内部監査結果、不祥事故等で把握した問題点を踏まえ、業務の適正な見直し、改善を行なう。
	所属員が互いのスキル・能力を高め合い、意欲的に働くことができる環境の整備を通じて、人材の育成を行なう。
	関連会社等の総括管理部・事業担当部となっている場合には、関連会社等のコンプライアンス・リスク管理態勢の整備等について、適正な指導・管理を行なう。また、関連会社等を含む外部に業務を委託する場合には、当該業務について必要に応じ総括管理部・事業担当部と連携して適正な指導・管理を行なう。

*1 基本的役割

- ・「お客さまの視点」から、各組織に求められる普遍的な役割・機能等を整理したものです。
 - ・具体的には以下の視点から整理を行ない、業務執行における判断の拠りどころとして規定したもので、各部の業務運営における「お客さまの視点」の確保を図っています。
- ① 業務の基本姿勢
 - ② 基本となる判断基準等の適切性確保
 - ③ 基準にしたがった判断、運営の適切性確保
 - ④ お客さま対応の基本姿勢
 - ⑤ お客さま窓口機能への対応・連携等

*2 基本的役割を公表している12部

お客さまの声を経営に反映していくための部署	「お客さまの声」統括部
商品の開発、契約の引受・保全・支払いに関連する部署	商品部 契約部 契約サービス部 保険金部 法人サービス部 団体年金サービス部
販売・サービスの推進部署	業務部 総合法人業務部 総合福祉業務部 新市場業務部 エージェンツ業務部

お客さまの声

◎ 個人情報を多く取扱う企業として、漏洩防止対策はどのようにしているのか教えて欲しい。

「新・営業教育カリキュラム」の導入

業務改善計画を確実に履行するとともに、社会から求められる営業職員像を実現するために、教育プログラムの拡充等を含めた教育・育成態勢の見直しを図り、以下の取組みを推進しています。

これにより、満足度の高いお客さまサービスを提供で

きる営業職員教育態勢の再整備を図っています。

なお、より効率的、効果的な支社教育態勢を構築する観点から、教育施設の確保ならびに教育要員の配置に関し、各営業所および各支社の置かれた状況等に応じた教育拠点体制を整備しています。

●初期教育訓練期間体系の見直し

カリキュラム完全履修を前提として、初期教育訓練期間の拡大と見直しを実施しています。

(27ページの新・教育体系イメージ図参照)

●「お客さまを大切にする」教育カリキュラムの充実

営業職員等の態度・マナーに関しては、「お客さまを大切にする」ための基本となるものであることから、定期的 to 実施している「お客さま満足度調査」等の調査結果*1を踏まえ、新風土創造「MOTプロジェクト」の重点項目として取り組んでいるほか、入社初期の研修カリキュラムや

営業所での教育においていっそうの充実を図っています。

また、「マインド」「知識」「活動」にかかわる研修カリキュラムを充実し、知識と活動のバランスに配慮して、お客さま訪問活動の活性化を促進しています。

*1 「お客さま満足度調査」の調査結果は、23ページをご覧ください

「マインド」＝ 使命感（保険の意義、役割）の醸成とコミュニケーション・スキルならびにビジネスマナーの習得を促進

「知 識」＝ お客さまへのサービスと活動の進め方・保全関連の知識に加え、販売停止商品・周辺商品に関する知識習得を徹底

「活 動」＝ お客さまへのサービス訪問活動にかかわる教育を徹底

●基礎知識の強化

業界共通試験早期合格を推進するとともに、FP資格へ挑戦する風土を醸成しています。

＜FP技能士取得者数＞

コンサルティング力向上に向けた取組みの結果、国家資格である「FP技能士*2」の資格取得者が増加しています。

*2 FP技能士 ファイナンシャル・プランニングについての専門的な知識・技術を一定水準以上有していることを示す国家資格

対象年月	2006年1月	2006年5月	2006年9月
合格者数	185人	366人	2,310人
資格保有者	1,029人	1,364人	3,668人

改善状況

◎健康管理証明書をご提出いただくことで医師の診査に代替する場合は、告知事項が本人以外にわからないように告知面保護シールを作成しました。

●運営体制の強化と効率化

支社の「業務・育成部長」の管下に教育スタッフをグループ化し、連携と組織力発揮により、教育・育成力の強化を図っています。また、新職制「FP担当」を全支社に配置し、

高度で専門的な販売教育を強化するとともに定例研修にかかわる運営を見直し、支社の課題・ニーズに沿った教育研修機会を創出しています。

■新・教育体系イメージ

	入社月	登録月	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
資 格	見習候補	職員見習	前期新人I期			前期新人II期～IV期(随時昇格)								後期新人I・II期(随時昇格)													
														正職員													
育成段階	初期教育訓練期					自立活動促進期								中核職員挑戦期													
支社 集合研修	試験前研修	実践研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修	試験対策研修
			I期研修①	I期研修②	I期研修③	1年目研修A	1年目研修B	1年目研修C	1年目研修D	2年目研修①	2年目研修②	2年目研修③															
			I期研修、1年目研修、2年目研修は「午前：試験対策研修(合格するまで必須)～午後：知識・スキル向上研修」を実施																								
資格試験	一般課程試験		損保募集人試験	専門・変額試験 (4月・8月・12月)				損保基本コース (5月・8月・11月・2月)				応用課程試験 (5月・9月・1月)				生命保険大学 年3回(6・10・2月)											
														FP技能検定 2級FP技能士・3級FP技能士(5・9・1月)													
検 定 試 験			月1回マイスター「確認くん」を活用した理解・習熟度チェック																								
			コンプラ検定①								コンプラ検定②																
営業所内 教育	上記の研修を 実施する営業所あり		前期I期 営業所 カリキュラム			営業所内勉強会・教育朝礼・同行指導																					

お客様の声

◎保険料の払込みがなかったので入院保障特約を解約したとの通知を受け取ったが、払込みの案内も届いていないし、担当者から何の連絡も受けていない。入院保障特約を解約するつもりはなかった。フォロー不足ではないのか。

説明責任を果たすための諸施策の導入

金融庁が保険会社を監督するにあたっての考え方等を取りまとめた「保険会社向けの総合的な監督指針」において、以下の点が定められています。

保険会社向けの総合的な監督指針（部分要約）

- (1) 保険契約の募集時に説明すべき重要事項について、お客さまが保険商品の内容を理解するために必要な情報（「契約概要」）と保険会社がお客さまに対して注意喚起すべき情報（「注意喚起情報」）を分類のうえ、お客さまに説明すること
- (2) 「契約概要」「注意喚起情報」のお客さまへの書面交付に加え、以下の項目について口頭説明を行なうこと
 - ア.「契約概要」「注意喚起情報」をお客さまご自身で読むことが重要であること
 - イ.主な免責事由等、お客さまに不利益になる情報が記載された部分をお客さまご自身で読むことが重要であること
 - ウ.転換・乗換の場合は、お客さまに不利益になる可能性があること
- (3) お客さまから重要事項を了知した旨を十分確認し、事後的に確認状況を検証できる態勢を整えること

●重要事項説明の徹底

お客さまに重要事項を十分に説明し、しっかりご理解いただいたうえでお申込みいただくという「正しい募集活動」が社会から要請されており、当社においては「説明責任を果たすための態勢整備」について、業務改善計画にも記載し、取組みを推進しています。

「正しい募集活動」の継続こそが「お客さまを大切にする会社」の実現につながるという認識のもと、当社では「重要事項説明マニュアル」「注意喚起情報の内容を理解しよう」「注意すべき特約の保障範囲」等の教材を活用し、重要事項説明の徹底に向けた反復教育を実施しています。

 ※重要事項説明書類は「生命保険のご契約に関する重要書類」ファイルにセットしてお客さまにお渡ししています	具体的対応 ●契約概要 保険設計書と同時に「契約概要」を出力 ●注意喚起情報 「特に重要なお知らせ」のなかに「注意喚起情報」を掲載 ●お申込み時の対応 ・お客さまに「契約概要」「注意喚起情報」を説明し、「生命保険のご契約に関する重要書類」ファイルにセットして手交（ファイルは、契約成立後に郵送される保険証券等も収納できる仕様） ・お申込み時には、お客さまから「説明を受け、書類を受け取った旨」の確認を徹底（新契約申込書に確認印を受領） ●営業職員等への教育の徹底 重要事項説明を徹底するため、「重要事項説明マニュアル」、教育用ビデオ等、各種教材による多面的な教育、社内報等での継続的な周知を実施
--	---

改善状況

◎主契約の保険料払込満了を迎えるお客さまには「特約保険料お払込のご案内」を送付していますが、医療保障の継続を望まれるお客さまの意思に反して医療保障特約が消滅してしまうことを防止するため、「特約保険料お払込のご案内」を発信したお客さまをフォローする一覧表を改訂し、営業職員によるお客さまの入金状況のフォロー・確認を強化するようにしました。（2006年10月）

社会に開かれた 経営をめざし、 これからも不断の改革を 行なっていきます。

私たちは、生命保険事業の原点に立ち返り、全役職員の姿勢・行動を含め、会社の態勢について見直しを行ないました。「お客さまを大切にする会社」の実現に向け、経営に対する監視機能を強化するため、積極的に外部の視点を導入するとともに、情報開示を推進しています。これからも、公正・公平なサービスを提供するため、透明性の高い適切な経営に励み、健全な成長をめざします。

お客さまの声

◎契約は解約しているが、解約するまでの保険料の控除証明書がなぜ届かないのか。保険料を払っていたことには間違いのないのに、こちらからお願いしなければ作成しないというのは納得できない。

ガバナンス態勢の抜本的な改革

●委員会設置会社への移行

経営の監督機能と執行機能を制度上明確に分離し、監督機能のいっそうの強化を図るために、2006年7月4日の第59回定時総代会の決議を経て委員会設置会社に移行しました。選任された取締役11人のうち、社外取締役が過半数の6人を占めています。

委員会設置会社移行により設置された指名委員会、監査委員会、報酬委員会の三委員会の各委員長には、委員

の互選により、社外取締役が就任しました。取締役会および監査委員会は7月以降毎月開催され、指名委員会および報酬委員会は7月と11月に開催されています（2007年1月現在）。

取締役会および三委員会においては、活発な議論が十分に行なわれています。

●総代会の改革

総代「立候補制」の導入

総代選出のプロセスの多様化と透明性の向上を目的に、総代選出に「立候補制」を導入しました。2006年9月に、総代となることを希望される社員（契約者）からの立候補を受け付けた結果、選出数の22人を大きく上回る272人の社員より立候補いただいたことから、社員のなかから委嘱した抽選人・立会人による厳正な公開抽選を実施し、22人の総代候補者を選定しました。10月下旬から11月末日までの間、社員投票を実施し、個々の総代候補者について総代として選出することに同意しないとする投票（不信任投票）数が、有権者（全社員）の10分の1に満たなかったため、2007年1月に22人の総代候補者全員が総代に就任しました。

総代報告会の開催

総代への経営情報の提供機会および総代からの会社に対する提言機会を拡充することにより、総代のもつ経営チェック機能を強化するため、2005年度から定時総代会とは別に「総代報告会」を開催しています。2006年度は東京と大阪で総代報告会を開催し、「明治安田再生プログラムの実施状況」ならびに「2006年度上半期報告」について報告しました。出席された総代より貴重なご意見・ご質問を数多くいただいております。今後の業務運営に積極的に反映していく予定です。

2006年度総代報告会の主なご意見・ご質問

〈ご意見〉 ガバナンスの強化、透明性の向上について取り組まれているが、そのなかで一番大事なのは従業員との対話ではないかと思う。MOTミーティングを続けていくことで、従業員の意識が変われば会社は強くなると思うので、MOTミーティングについては、是非継続してもらいたい。

〈ご質問〉 上半期の業績について、新商品が出せないなかで従業員が一丸となって守りに徹したことにより、解約率が改善したと思うが、9月から新商品の販売を開始したことにより、今後は解約率の上昇が懸念される。その点についてどのように考えているか。

—当社回答—

2006年9月～11月の解約率の状況は、横ばいもしくは前年同期を下回る状況であるが、今後も気を引き締めて改善に取り組んでいきたい。量的拡大も大切であるが、この1年に関しては、クオリティ重視の業務運営を徹底しており、今後も堅持していきたい。

改善状況

◎証明年度中に保険料の入金があった消滅契約（解約・失効・満期等）の生命保険料控除証明書についても、他の有効継続中の契約と同様に本社で一括作成し、郵送するようにしました。（2006年10月）

よりいっそう社会から信頼される会社となるために

●内部統制システムの整備・高度化

当社は、経営の健全性・適切性を確保するために「内部管理態勢の強化」を重点課題と位置付け、内部統制システムの整備・高度化に取り組んでいます。

内部統制に関する態勢・方針として、2006年5月の会社法施行に伴う保険業法改正を受けて「内部統制システムの基本方針」を制定し、これを公表しています。この基本方針には、当社の経営・業務の遂行状況のチェック機能としての監査委員会に関する態勢、業務の適正性を確保するためのコンプライアンス・リスク管理についての規程・態勢等にかかわる方針を定めています。

この基本方針にしたがって内部統制システムの整備・高

度化を推進するために、「内部統制委員会」を設置しています。「内部統制委員会」は経営会議の諮問機関として、内部統制に関する事項について体系的かつ組織横断的な視点から検討を行なっています。

「内部統制委員会」は原則として毎月1回開催し、内部統制システムの基本方針の推進、内部管理自己点検の運営にかかわる事項、日本版SOX法への対応事項、リスクおよびコントロール手法の可視化対応、ITガバナンス対応等、広範囲にわたる事項について検討しており、その内容については経営会議に報告し、その結果を執行役より監査委員会に対して報告しています。

●内部統制にかかわる組織体制の整備と内部監査の充実

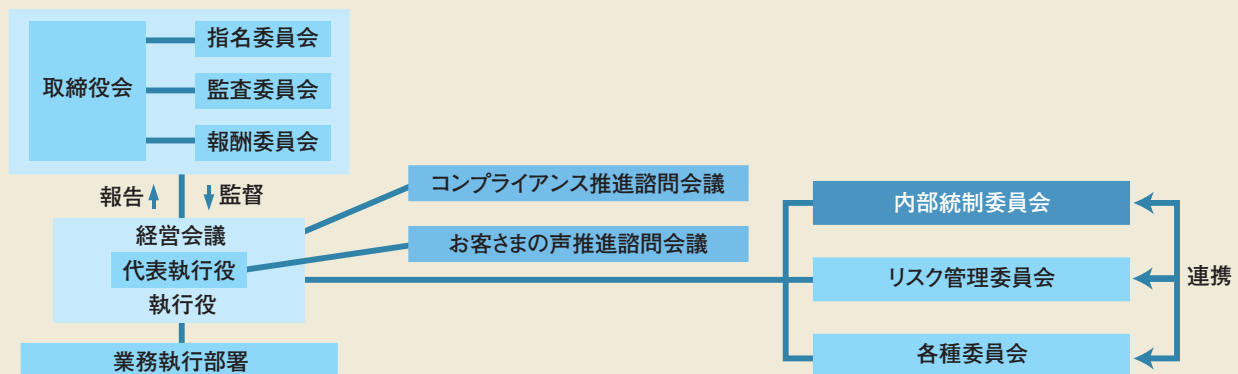
本社各部に内部管理推進担当を配置して、内部管理自己点検を毎月実施しています。内部管理自己点検は、不祥事故、諸リスク発生の未然防止ならびに業務運営上の課題把握と改善策の構築を目的とし、各部におけるコンプライアンス・リスク管理を含む内部管理が適切に実施されているかを自ら点検する制度です。内部管理自己点検の結果については「内部統制委員会」で体系的かつ組織横断的な検証を行ない、内部統制システムの整備・高度化を促進しています。

また、内部統制に必要不可欠な内部監査については、内

部監査部門を専任に担当する執行役を代表執行役（取締役会長を兼務）とし、社内業務からの独立性の確保に配慮しています。

あわせて、2006年度に内部監査部門の要員を4割増員するとともに、同部門に業務監査グループを設置するなど、内部監査機能の強化を図っています。定期的を実施される内部監査の結果と指摘事項に対する改善策の進捗状況は、取締役会等に速やかに報告され、業務の適正性の検証が行なわれることで、経営の健全性がいっそう確保されるよう努めています。

■内部統制委員会の位置付け



お客さまの声

○手術であれば何でも給付を受けられると思っていた。ホームページの「保険金・給付金のご請求について」を見たが、手術についてはあまり書かれていない。手術についても一般の人が理解しやすいように掲載してほしい。

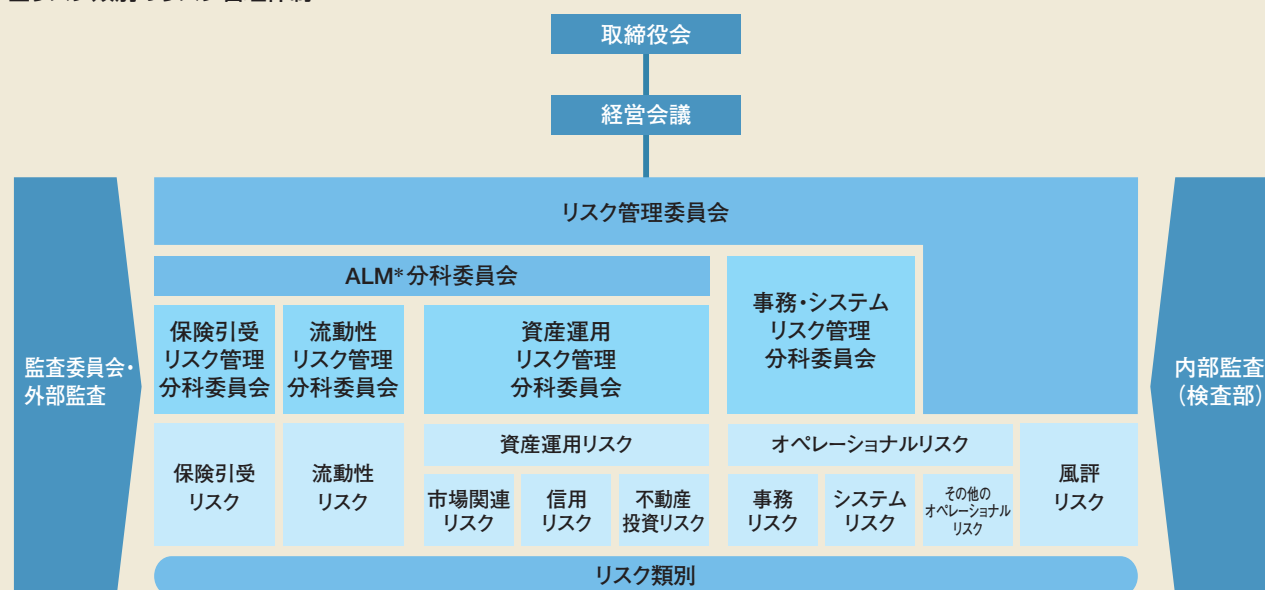
●リスク管理体制

会社の基本的役割の遂行を阻害する要因をリスクと定義し、リスクを種類ごとに類別して管理するとともに、リスクを組織ごとに管理する体制を整備しています。

リスク類別の管理体制においては、リスク類別ごとにリ

スク管理分科委員会等を設置しており、その上位には経営会議の諮問機関であるリスク管理委員会を設置して全社的なリスク管理状況を把握・管理しています。

■リスク類別のリスク管理体制

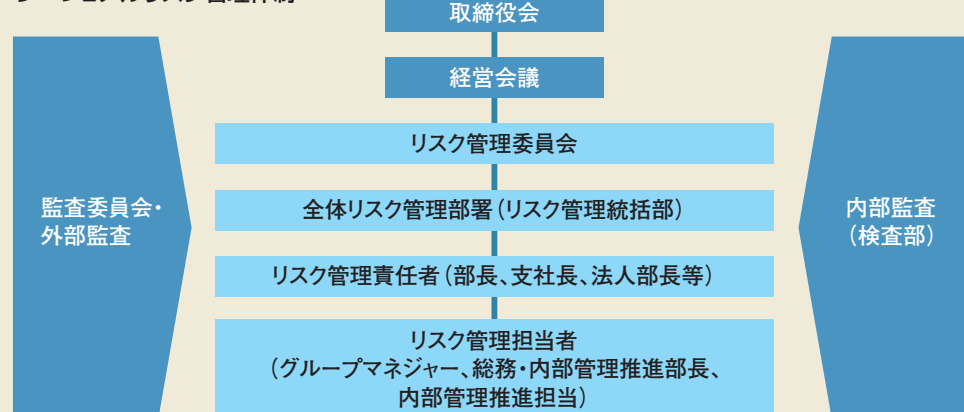


* ALM (アセット・ライアビリティ・マネジメント) とは、資産と負債の総合管理のことです

組織別のリスク管理体制においては、組織ごとに「リスク管理責任者」および「リスク管理担当者」を配置し、主にオペレーショナルリスクについて把握・管理をしています。

そして、全体リスク管理部署（リスク管理統括部）は組織ごとのリスク管理状況を一元的に把握・管理しています。

■組織別のオペレーショナルリスク管理体制



改善状況

◎お客さまの手術給付金に対する理解をより深めていただくことを目的として、当社ホームページに、「ライフアカウント L.A.」の手術保障特約におけるお支払対象の手術およびお支払対象外の手術の具体的な事例を掲載しました。(2006年10月)

■リスク類別の定義

保険引受リスク		経済情勢や保険事故の発生率等が保険料設定時の予測に反して変動することにより損失を被るリスク
流動性リスク		資金繰りが悪化し、資金の確保のために通常よりも著しく低い価格で資産の売却を余儀なくされることにより損失を被るリスク
資産運用リスク	市場関連リスク	金利・株価・為替レート等が変動することにより運用資産の価値が下落して損失を被るリスク、あるいは市場の混乱等に起因した不利な価格での取り引きを余儀なくされることにより損失を被るリスク
	信用リスク	信用供与先の財務状況の悪化等により、資産の価値が減少ないし消滅し、損失を被るリスク
	不動産投資リスク	賃貸料等の変動等を要因として不動産にかかわる収益が減少する、または市況の変化等を要因として不動産価格自体が減少し、損失を被るリスク
オペレーショナルリスク	事務リスク	役職員および保険募集人が正確な事務を怠る、あるいは事故・不正等を起こすことにより損失を被るリスク
	システムリスク	コンピュータシステムのダウンまたは誤作動等、システムの不備等に伴い損失を被るリスクおよびコンピュータが不正に利用されることにより損失を被るリスク
	その他のオペレーショナルリスク	オペレーショナルリスク（業務運営において、主として人材、プロセス、システム、外部事象に起因して損失を被るリスク）のうち、事務リスク、システムリスク以外のリスク
風評リスク		当社または生命保険業界に関する悪評・信用不安情報等がマスコミ・インターネット等の媒体を通じ、保険契約者、その他社会一般等に広がり、当社の業績に悪影響が生じること等により損失を被るリスク

●個人情報保護について

生命保険事業においては、お客さまの個人情報を長期にわたってお預かりするという事業特性から、個人情報の取扱いにはとくに慎重さが求められます。そこで、当社は個人情報の保護・管理に関する事項を「個人情報保護宣言*」および「個人情報保護方針*」として定め、以下の取り組みを推進し、お客さまからお預かりしている個人情報の適正な利用と保護に努めています。

(1) 教育・研修の実施

情報管理の強化、漏えい防止に向け、情報保護月間（2006年度は、5月、8月、12月、2～3月）を設定し、「個人情報管理向上プログラム」を策定・実践しています。また、各種会議（サービス向上・内部管理推進会議等）・コンプライア

ンス朝礼、イントラネットを活用した研修等を通じ、お客さまの個人情報の適切な取扱ルールの周知、徹底を図っています。

(2) 情報制限によるプライバシー保護

お客さまの口座番号下3桁を非表示とするなど、帳票の出力項目の情報制限等を継続的に実施しています。

(3) 情報管理・セキュリティの強化

「お客さま情報専用保管ボックス」を活用した分別管理、パソコン利用・管理ルールの徹底等、情報管理態勢整備を推進しています。また、パソコンや電子媒体のデータ暗号化対策を拡充するなど、セキュリティを強化しています。

*「個人情報保護宣言」「個人情報保護方針」「個人情報の取扱いに関するお申し出」ならびに「認定個人情報保護団体について」につきましては、当社ホームページ上の「個人情報の保護に関する基本方針」をご覧ください

お客さまの声

◎「ご契約のしおり 定款・約款」は保険の専門用語が多くてわかりづらい。

情報開示の推進

●情報開示の推進

当社では、「社会に開かれた会社」をめざして、以下の積極的な情報開示を推進しています。

「情報開示推進委員会」の設置

透明性の高い経営態勢の構築を目的として、広報部担当執行役を委員長とし、関連各部の部長で構成された「情報開示推進委員会」を2005年12月より設置しています。

同委員会では、「情報開示に関する基本方針」に基づき、情報開示の内容・手段・頻度等について審議を行なうなど、情報開示の充実に努めています。

また、開示結果に関する社外の評価を踏まえて、さらなる改善に向けた検討を行ない、情報開示を推進していきます。

〈これまでの主な審議内容〉

2005年12月14日に第1回情報開示推進委員会を開催し、以降2006年10月27日までに同委員会を14回開催しています。2006年4月1日付で「情報開示に関する基本方針」および「情報開示規程」を制定し、情報開示態勢に関する基本的事項を定めたほか、お支払いに該当しないと判断した契約件数および苦情情報の四半期ごと開示、明治安田再生プログラムの策定・公表、『「お客さまの声」白書』の作成・公表、「保険金・給付金のお支払いに関する不服申立制度」の利用状況のホームページ公開、等について審議を行ないました。

情報開示に関する基本方針

1.自主的な情報の開示

当社は、お客さま・社会からの一層の信頼を得るため、経営および財務等に関する情報を自主的に開示いたします。

2.適切・公平な開示

当社は、お客さま・社会に対して、適切・公平に情報を開示いたします。

3.社内態勢の整備

当社は、情報を遅滞なく継続的に開示するため、社内態勢の整備・充実に努めます。

●「三利源」の開示

お客さまから、信頼回復に向けた経営情報の積極的な開示を求めると要望が多数寄せられたことを真摯に受け止め、経営の透明性を向上させるため、2005年度決算より大手生保としては初めて「三利源」を開示することを決定しました。生命保険会社の基礎的な期間損益の状況を表わ

す指標としては「基礎利益」が定着していますが、契約者をはじめとして広く一般の方に対し、期間損益の増減要因等を含めた、当社の経営状況をよりご理解いただくために、決算および上半期報告において基礎利益の内訳項目として「三利源」の状況を開示しています。

●お客さまの保護・利便にかかわる各部の運営方針の公表

「社会に開かれた会社」の一環として、お客さまの保護・利便にかかわる各部の取組みをお知らせするため、「基本

的役割」と「運営方針」を2006年6月に公表*しました。

* 公表対象の部については、本報告書「お客さまとの絆」25ページに掲載しています

改善状況

◎「ご契約のしおり 定款・約款」の主な保険用語のご説明について、用語を追加し、説明をわかりやすく改訂しました。また、「ライフアカウント L.A.」等の「ご契約のしおり 定款・約款」については、表紙のインデックスと目的別の目次を追加してわかりやすくしました。(2006年4月)

社会のルールや規範を
守ること。

その当たり前のことに
徹底して取り組みます。

お客さまから信頼される職員でありたい、信頼される会社
にしたい。私たちは今、改めて心からそう思っています。

ただし、信頼されるには、自分たちのルールで物事を判断
し行動するのではなく、あくまでも社会のルールや規範の
なかで判断し行動することが前提。私たちは、その大切で
当たり前のことを見失っていました。もう一度、お客さまに
信頼いただけるよう、法令等遵守はもとより企業倫理や
良識に基づき、高い倫理観をもって行動していきます。

お客さまの信頼にお応えするために

当社のコンプライアンスの定義

当社では、コンプライアンスを、「経営理念の実現に向けた業務遂行および一個人としての活動において、法令、社内規程等のルールを守るとはもとより、社会的良識に基づいて公正・誠実に行動すること」と定義しています（コンプライアンス基本規程 第2条）。

●コンプライアンス宣言の制定

「お客さまを大切にする」という経営理念の再徹底と、コンプライアンスに関する意識改革、コンプライアンス態勢を抜本的に見直す必要性を全役職員に徹底・浸透させるという当社の決意の表われとして、以下のコンプライアンス宣言を制定しています。

私たち全役職員は、この宣言に込められた思いを忘れず、「お客さまを大切にする」という経営理念の実現に向け、法令等の遵守を最優先とし、お客さまの信頼に応えられるよう不断の努力を重ねています。

コンプライアンス宣言

私たちは、生命保険事業のパイオニアとして、相互扶助の精神を貫くとともにお客さまを大切にする会社に徹し、クオリティの高い総合保障サービスを提供し、確かな安心と豊かさをお届けすることを経営理念として掲げ、この理念の実現のために行動してまいります。

経営理念を実現するうえで、遵守すべき行動の礎として「行動憲章」を定め、また、お客さまに対してベストな商品とサービスをお届けするための指針として「販売・サービス方針」を定めています。

私たちすべての役職員は、これらの趣旨を十分に理解し、日々の活動のあらゆる面において、法令等の遵守（コンプライアンス）を最優先とし、お客さまの信頼にしっかりと応えていくことをここに宣言いたします。

お客さまに対していつも誠実であるために・・・

私たちは、コンプライアンスの重要性を常に忘れず、お客さまに誠実な対応を行なえるように、「携行カード」を常時携帯しています。

「携行カード」には、上記のコンプライアンス宣言はもとより、販売・サービス方針、個人情報保護方針等のコンプライアンスにかかわる規範や、不正行為を発見した際に利用可能な内部通報制度の案内等を記載しています。



改善状況

◎A4サイズからA3見開きサイズに改訂し、書き間違いが多い指定代理請求者欄を選択式にするなど、よりわかりやすくしました。（2006年7月）

コンプライアンス推進態勢

●コンプライアンス事項の一元管理

コンプライアンスの推進にあたっては、全社および関連会社のコンプライアンス事項を一元管理する「コンプライアンス統括部」を設け、以下のような取組みを行なっています。

①コンプライアンス関連情報の一元管理、不適正事象等の調査・対応

②関係各部との連携による保険募集・保全手続き・保険金の支払い等にかかわる不適正事象の把握とその課題対応

③コンプライアンス研修の実施等

なお、コンプライアンス態勢強化のため、2005年4月の同部発足以降、順次増員を行ない、その機能増強を図っています。

●実効性のあるコンプライアンス推進態勢に向けて

コンプライアンス統括部に、直接営業組織の指導を行なう「コンプライアンス指導担当」を配置し、各組織に配置された法令遵守責任者・法令遵守担当者等と協力しつつコンプライアンスを推進しています。また、支社組織の牽制機能強化のため、全支社に配置された総務・内部管理推進部長（法令遵守担当者）をコンプライアンス統括部兼務とし、双方向のコミュニケーションを図っています。

不適正行為については、各組織に配置している法令遵守責任者・法令遵守担当者を通じてコンプライアンス統括部に報告されます。さらに、発見者から直接コンプライアンス統括部に報告・相談を行なえるようにするため、「コンプライアンス110番」（社内窓口）、「企業倫理ホットライン」（社外窓口）を設置しています。

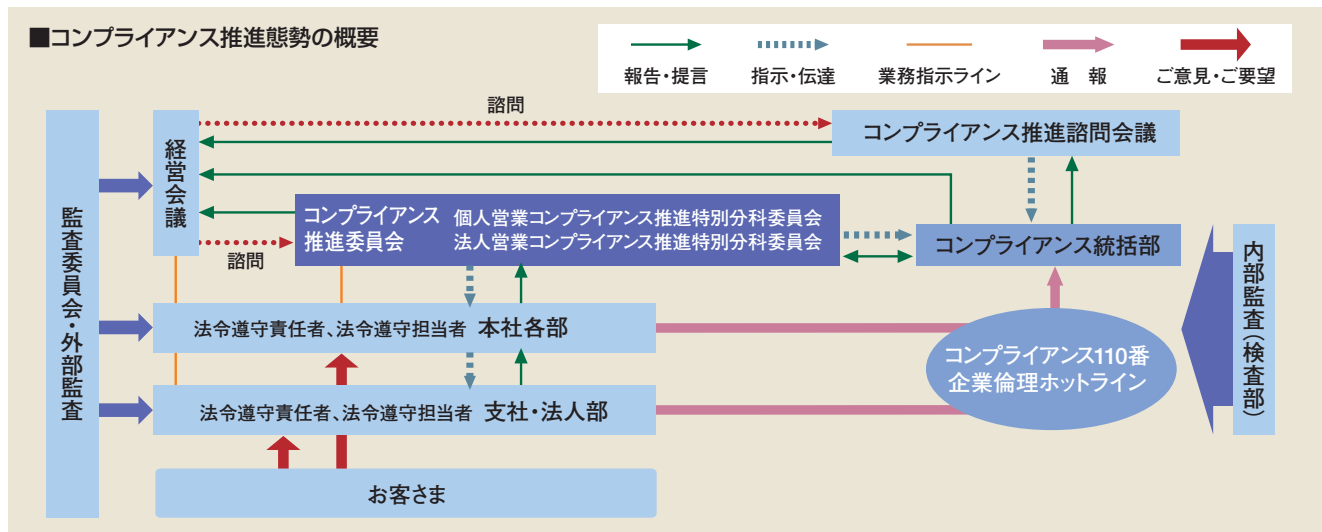
また、関連会社も含めた業務全般にかかわるコンプライアンス態勢について、全社的に検討・整備を進めることを目的として、「販売・サービス管理委員会」（2005年7月設置）を2006年11月1日付で「コンプライアンス推進委員会」に改組しました。この委員会の下に、個人営業、法人営業それぞれにかかわる「特別分科委員会」を新たに設置し、①関連会社を含めたコンプライアンス態勢の検討、②コンプライアンス関連情報の分析に基づく課題解決策の検討、を行なっています。

■コンプライアンス110番・企業倫理ホットラインの利用状況

	2005年度	2006年度 (4月～12月)
コンプライアンス110番	50件	81件
企業倫理ホットライン*	39件	44件

* 2005年10月より運用を開始

■コンプライアンス推進態勢の概要



お客様の声

◎契約が失効して3年経過すると、時効となって解約返戻金が受け取れなくなるとは知らなかった。通知が不十分ではないか。

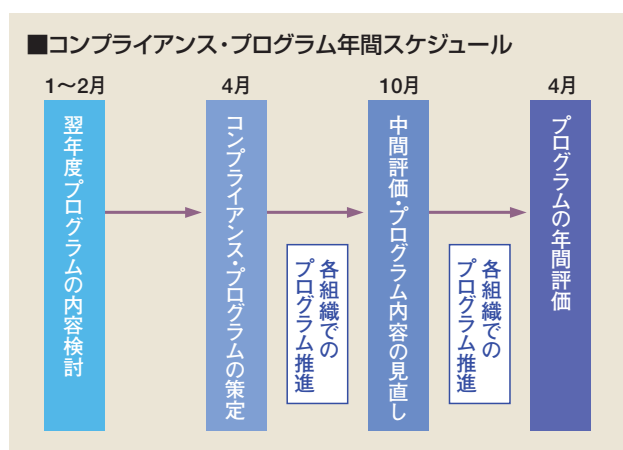
●コンプライアンス・プログラム、研修の実施

生命保険会社の役職員が遵守すべき法令は、保険業に関する法令や企業経営に関する法令等、非常に広範囲にわたります。当社では、「コンプライアンス・プログラム」を内部統制の重要な柱として位置付け、同プログラムを通じて法令等遵守のための具体的な取組みを推進しています。このプログラムは「全社コンプライアンスの推進に関するプログラム」と「本社・支社・法人部それぞれの特性に応じたプログラム」によって構成されています。また、プログラムの評価結果は、経営会議および取締役会に報告されると

ともに、組織業績評価のなかで人事評価にも反映されるようになっています。

コンプライアンス意識・知識のさらなる向上を目的とし、原則としてすべての集合研修のなかにコンプライアンス研修の時間を設定する等、全社を挙げて教育・研修に積極的に取り組んでいます。

さらに、実務に即した「コンプライアンス・マニュアル」(原則として毎年改訂)を作成し、全役職員が職務を遂行する際に常に活用しています。



コンプライアンス研修の実施状況(2006年)

- ・経営層を対象とするコンプライアンス研修を実施(3月:「会社不祥事はなくせるか」、8月:「組織体の危機管理について」)
- ・職務別研修、入社年次・部署単位での層別研修、個別指導等を目的とした特別研修を実施(1月~12月までに、のべ350回以上)
- ・社内イントラネットを活用し、職員を対象とするeラーニング研修を実施(6月~7月)

コンプライアンス・マニュアルは、コンプライアンスにかなった行動を全役職員が理解して徹底できるように、具体例を交え、わかりやすい内容としています。



改善状況

◎契約が失効した場合のお知らせを、失効直後に加えて失効から6カ月後および2年6カ月後にも送付し、それぞれのお知らせに契約復活の意思がなければ解約手続きをおすすめる記載を追記すると同時に、時効の説明とお払戻金*の金額を記載しました。(2006年4月)

* お払戻金については、請求があれば原則として時効を適用することなく可能な限り円滑なお支払いをするよう事務およびシステムを変更しています(2005年9月)

コンプライアンス推進諮問会議の設置

社外有識者の意見反映と第三者の視点を含めた監視機能の強化による実効性の高いコンプライアンス態勢を構築するため、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」を設置しています。委員は、社外3人と社内2人（代表執行役社長、コンプライアンス統括部担当執行役）の5人で構成されており、議長は社外委員から選んでいます。同会議では、コンプライアンス推進にかかわる

基本方針や重要な規程の改正など、コンプライアンスの取組みに関する審議を行っており、2005年度は4回、2006年度は12月までに3回開催しています。また、不適切な保険金等の不払い等につきましては、同会議（当時はコンプライアンス委員会）の下に特別調査分科委員会を設置し、調査結果を2005年10月21日付で社外に公表しています。

社外委員からひとこと



川田 晃 委員（議長）
（株式会社日刊警察新聞社社長、元国際刑事警察機構副総裁）

企業の品格が問われている

CSRやコンプライアンスという言葉が意味するものは、社会が求めている姿にその企業が対応できているかどうか、という点にあるものと考えます。コンプライアンスを「法令遵守」と訳すこともありますが、本質は企業の品格を示せるかどうか、「ビジネス道」を踏まえているのかどうか、にかかっていると言えるでしょう。



大塚 英明 委員
（早稲田大学大学院法務研究科 教授）

常に進化すべきコンプライアンス

わが国は今、家計保険の「円熟期」にあります。同時にそれは、「飽和期」でもあります。保険会社サイドとしては、通常のリスクの引き受けと不正な動機による保険加入の排除という一種のジレンマを、慎重に乗り切っていかなければなりません。そのための羅針盤は、常に新しいものにしておく必要があります。コンプライアンスとは、常に変化・進化するものなのです。

お客さまの声

◎毎年1年分を前納しているが、忙しくて払込期月の翌日の振込となってしまった。1日過ぎただけで払込案内の金額では不足していると言われた。同じ1年分を前納しているのに金額が変わるのは納得できないし、案内にも、払込期月内に支払わないと割引率が変わるとは書いていない。

お客さまにわかりやすい対応が求められている

保険はとても複雑な商品です。①契約をむすぶとき、②保険による給付を受けるとき、③新しい契約に切り替えるとき、④契約を途中で解約するときなど、消費者である私たちは、内容を十分に理解しているとは限りません。会社には、商品の説明をわかりやすく正確にさせていただく必要がありますし、質問や相談のできる窓口がどこにあるのかすぐにわかるようにしていただく必要があります。



中川 徹也 委員
(山王法律事務所 弁護士、國學院大學法科大学院 教授)

コンプライアンス統括部長に聞く

一人ひとりの意識改革こそが コンプライアンス徹底の王道

お客さま中心の発想が大切です

コンプライアンス統括部長に就任して、「何か法律の話を」と言われると、必ず保険業法第一条の目的規定の話をすることにしています。第一条(目的)は、「保険業の公共性にかんがみ～保険募集の公正を確保することにより～」と始まりますが、ここでいう「公正」とは、公平かつ誤りのないこと、つまり、すべてのお客さまに不利益情報を含めて誠実で正しい説明を行ないなさい、ということです。ルールに沿った正しい募集活動が徹底されないと社会から排除される可能性がある、ということを一人ひとりが意識することが大切です。判断を迷い、誤りを犯す者が出ないように指導していくことが、コンプライアンス統括部の務めだと考えています。

コンプライアンス統括部長
中野 聡



大組織が陥りがちな 「原因他人論」を、 徹底して排除する

当社は今、組織や制度を整え、変革の道を歩んでいます。ただ、当社のように組織が大きくなるほど、何か問題が生じた際に当事者意識を欠き、原因を他人のせいにする、「原因他人論」に陥りがちです。そうした風潮が当社の役職員のなかにも存在しているのであれば、進行中の新風土創造「MOTプロジェクト」などによって、徹底的に排除していくべきです。今置かれている状況を「原因自分論」でとらえ、一人ひとりが主体的に意識を改革していくことが、コンプライアンスの徹底には不可欠です。今後も、それを伝え続けていくことが私の役割だと考えています。

改善状況

◎記載の割引金額の適用期間を明確にするため「お払込期月末までに入金がない場合は前納割引率に変更となる」旨を記載しました。(2006年4月)

たくさんの「ありがとう」は
行動で示したい。
それが、私たちの社会貢献・
環境への配慮の原点です。

私たちのCSRのキーワードは、「絆」。お客さま一人ひとりの絆はもとより、社会・環境との絆も深めたい。「私たちに今、できることは何か」「私たちに今、期待されていることは何か」を考え、素直に感謝の気持ちを表わしたい。だから私たちは、安心して豊かに暮らせる「社会」や「環境」をはぐくみ、守っていけるよう、社会貢献や環境保全活動にも積極的に取り組みます。

社会貢献・環境保全活動

●明治安田生命の社会貢献活動について

当社は企業市民として、真に豊かな社会の実現に向けて、広く社会貢献活動に取り組んでいます。その取り組みにおいては、会社の実施する事業、従業員参加により推進する

事業および財団等の実施する事業、の3つを柱と位置付けています。

社会貢献活動の基本方針は次のとおりです。

●社会福祉分野における重点的な展開

相互扶助の精神に基づき、クオリティの高い支援を行ないます。とくに、障害のある人および高齢者への福祉面に重点を置いています。

●従業員参加型の地域貢献活動

従業員がボランティアとして行なう地域貢献活動を大きな柱に位置付けています。

●公共性と先見性

社会貢献活動の展開にあたり公共性を重視するのはもちろんのこと、NPOなどの市民参加型福祉団体とも連携し、社会のニーズに的確に応えます。

●事業の継続性と安定性

社会貢献活動の継続性と安定性を重視し、息の長い活動に取り組めます。

●会社による活動

黄色いワッペン

1965年以来、新入学児童を対象とした交通安全キャンペーンの一環として「黄色いワッペン」の贈呈を行なっています。（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等との共同実施）



愛と平和のチャリティーコンサート

愛と平和の祈りを込めたチャリティーコンサートを東京YMCAと実施しています。チャリティー募金はアジアの子どもたちへの支援活動に寄付されます。



「関西を考える」会の活動

1976年以来、地域貢献活動の一環として、「ふるさと関西を考えるキャンペーン」を行ない、毎年、関西の歴史・文化に関する冊子を刊行しています。



ジョン万次郎記念センター

日米の市民の草の根交流を推進する「ジョン万次郎記念センター」を支援しています。



改善状況

◎法人名や代表証券番号で法人契約*を検索するシステムを開発し、迅速な回答を行なうとともに手続漏れを防ぐようにしました。（2006年4月）

* 法人契約とは、契約者（保険料負担者）を法人とする保険契約です

エイブルアート・オンステージ

当社がNPO「エイブル・アート・ジャパン」とともに実施している「エイブルアート・オンステージ」は、2006年度で3年目を迎えます。当事業は障害のある人たちに演劇、ダンス、音楽等の舞台芸術の分野で自己を表現する機会を提供しています。プロの舞台人やアーティストとのコラボレーションを通して、これまでに見たことのない表現や作品づくりに挑戦し、新しい舞台表現の可能性を発見してもらおうというものです。

2005年から2006年にかけては、全国から公募で選ばれた8つのグループがエイブルアート・オンステージの活動に参加し、各地で舞台表現のワークショップ、レッスンそして公演（作品発表）を実施しました。

2006年10月には3日間にわたり、東京にて参加グループが一堂に会しての「コラボ・シアター・フェスティバル2006」を開催。公演やシンポジウム等により、一年間の活動の成果を発表しました。



「音の公園」 音遊びの会



「すべてを越えて」
湖西市手をつなぐ親の会

新しい文化、よりよい社会を上げるために

日本NPOセンター 代表理事 エイブル・アート・ジャパン 常務理事
播磨 靖夫 さま

■NPOとの協働ではぐくむ市民文化

明治安田生命は、合併する前から日本NPOセンターの会員であり、両社ともに文化に対して積極的な取組みをされていました。合併を機に新しい社会貢献活動を始めたいというお話を受け、ご紹介差しあげたエイブルアート・オンステージの活動に賛同され、一緒にやっこいこうということになりました。障害者の方が、単にアートにアクセスするのではなく、自ら舞台に立つことが叶ったということは非常に画期的なことです。社会にとって共に生きることは必要条件ですが、夢と文化という十分条件がないと、いきいきとした社会になりません。そのなかで、企業の役割は、NPOを介して企業文化と市民文化の融合を図って活性化させること。明治安田生命に支えられたエイブルアートは、その1つの成功事例になるものと信じています。

■人に投資することが求められる時代に期待すること

最近私は、日本の社会が壊れてきてい

るのではないかと感じています。暗い話題が多すぎます。重要なのは「他者への配慮」＝「ケア」だと考えています。これは、まさに生命保険会社のテーマそのものと言っても過言ではありません。他者という言葉のなかには、実際の隣人というほかに「自然」も「環境」も「社会」も「異文化」もすべてが入ります。そのなかでも、いい社会をつくるためには、何よりも人を育てることが不可欠です。ぜひ、明治安田生命にはこれからも、他者への配慮、人への投資を念頭に、哲学を持った社会貢献活動に取り組んでいただきたいと期待しています。



お客さまの声

◎ 契約者に対してもっといろいろな情報提供ができないのか。

地域と一体となった防災体制づくりのため「東京駅周辺防災隣組」へ参画

2004年1月に発足した「東京駅周辺防災隣組」（千代田区丸の内・有楽町等の町会・協議会で組織）の中核メンバーとして、街の防災力向上や大地震発生時等の帰宅難民救済のための諸活動を展開しています。月一回の定期会合や、毎年開催される行政・民間団体協賛の帰宅難民避難訓練に対して、当社MY PLAZA1階アトリウムを訓練会場として提供するとともに訓練運営にも多くの職



員が参加しています。

また、当社では、大地震発生時等における行政の要請、あるいは緊急事態の場合、MY PLAZA1階アトリウムやエントランスを帰宅困難者の緊急避難場所として提供する準備をしています。なお、これらの活動が評価され「千代田区防災貢献者区長表彰」を受けました。

地域防犯活動「東京駅防犯パトロール」に参加

犯罪発生率の高い駅周辺の防犯・治安対策として、当社は防犯協会の一員となり、警察署・鉄道警備隊・東京駅等と定期パトロール体制を構築し、月に一度のペースで防犯パトロール活動に参加しています。

地道な活動が評価され、2006年6月には、地域防犯への協力が顕著なものに対して警視庁より贈られる「防犯功労者等表彰」を受賞しました。

●従業員参加による活動

「社会貢献活動基金」による地域貢献活動の実施

地域貢献活動を支援する目的で、従業員による募金を原資とした「社会貢献活動基金」を2004年に創設しました。「社会貢献活動基金」は、従業員が参加している非営利団体への助成および職場で行なうボランティア活動への助成を実施しています。また、国内外の人道上の災害救援、復興支援のための寄付を行なっています。

久留米支社が支援している「りんどう杯車椅子バスケットボール大会」の器具・諸経費を久留米市バスケットボール協会に助成しました。



また、2004年10月に発生した「新潟県中越地震」および2004年12月に発生した「スマトラ沖大地震・インド洋大津波」災害に対し、人道上の災害救援・復興支援として、従業員による特別募金を実施するとともに、義援金寄付や支援物資等の提供を行ないました。2006年度においては、北海道佐呂間町の竜巻災害や7月豪雨災害に対し、被災地支援・復興のための義援金の寄付を行ないました（7月豪雨災害において、鹿児島県共同募金会常務理事 松園耕造さま（写真右）へ義援金目録を贈呈）。



改善状況

◎4月に介護保険制度が改正されたことを受け、公的介護保険制度の概要および利用方法を平易に解説したパンフレット「介護保険制度安心ガイド」を改訂する等、さまざまな情報提供に努めています。（2006年4月）

「ふれあいコンサート」

1984年より、日ごろコンサートに行く機会の少ない障害のある子どもたちに「生の音楽」を楽しんでもらうことを目的として、ザ・ワイルドワンズの鳥塚しげきさんによる「ふれあいコンサート」を開催しています。このコンサート

は従業員の募金で運営しており、これまでに全国95の養護学校等で開催しました。鳥塚しげきさんの歌にあわせて子どもたちが一緒に歌ったり、踊ったり、手作りの楽器を演奏したりと、どの会場でも参加者全員が一体となってコンサートを楽しんでいます。

もう100回。まだまだ100回。

■CMソングがきっかけで始めて、もう23年

明治安田生命との出会いは、はるか23年前、僕がCMソングを歌ったことがきっかけでした。ちょうどそのとき、モノによる支援でない、新しい社会貢献活動を模索されていたなかで、「感動」をプレゼントするのはどうかという話もちあがり、僕がコンサートをやりましょう、ということになったのです。そのコンサートが、今年で早や23年、95回。2007年には100回を数えようとしています。

■子どもたちの反応を見ていると、続けてきて良かったと思う

障害を持つ子どもたちは、集中する時間が限られています。だからできるだけ目や耳に訴えるものを取り入れて、ときには新しい曲を作ったりしながら「参加できるコンサート」を続けてきました。スピーカーを通した、身体で感じることでできる「音」には何か特別な力があるのだと思います。車いすの子どもたちも、一生

ザ・ワイルドワンズ
鳥塚 しげき さま

懸命身体を動かす努力をします。子どもたちが養護学校の先生にも見せたことのない表情を見せる瞬間があります。あの表情を見ていると、続けてきて良かったと思いますね。



■信念のある社会貢献活動を継続することの大切さ

ただ、こうした活動は、熱意だけでは継続できません。やはり最低限のお金はかかります。バブルの頃はいろいろな社会貢献活動がありましたが、景気が悪くなったら、あっという間に撤退というのが実に多かったです。社会貢献活動は、やるのなら継続的にやるべきだし、しっかりした信念がなかったらやるべきではないと思います。その点で、明治安田生命は芯が通っています。僕ももうすぐ60歳になりますが、体力の許す限り共に続けていきたい活動です。

「ふれあいコンサートがやって来たぞー」

待ちに待っていた「ふれあいコンサート」の日がやって来ました。ザ・ワイルドワンズの鳥塚しげきさん（トリさん）の歌が聞けると、先生や父兄の方も盛り上がっていました。

さあ、オープニングの音楽が流れ、いよいよトリさんの登場です。「えー?!昔とぜんぜん変わってないじゃん!」というのが初めの印象でした。トリさんはヘッドマイクで身ぶり手ぶりを交えながら昔のままの声で歌い始めました。子どもたちは障害の有無にかかわらず音楽が大好きなので、すぐに体を動かしながら参加していました。そのうちトリさんが舞台から降りてきて子どもたちの輪のなかに入って歌いだすと、みんな大喜び。トリさんは障害児た

岡崎養護学校 PTA会長 倉橋 龍生 さま

ちに対してもバリアフリーの心で接してくれて、子どもたちは笑顔笑顔のオンパレードでした。時間もあっという間に過ぎ、最後はあの「想い出の渚」を大合唱しました。「トリさん、またぜひ来校してください!今日はすてきな音楽、ありがとう」



（2006年10月6日 岡崎養護学校にて「ふれあいコンサート」を開催しました）

お客さまの声

◎給付金を請求するときに支払対象となるかどうかかわからないのか。いざ請求して支払われなければ診断書代が無駄になるではないか。

「地域で守ろう!子どもの安全」防犯活動



昨今、小学生が登下校中に事件・事故にあう事例が全国的に多発しています。登下校の時間に地域で営業活動をしている当社は、このようなことのない安心・安全な街づくりに貢献したいと考え、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」防犯活動を展開することとしました。

「お客さまへの日ごろの感謝の気持ちを目に見えるかたちで表そう」を合言葉に、保険による安心と地域社会への安心・安全を同時にお届けするために、下記のような取り組みを実施しています。

また、全国の支社でも独自の取り組みを行っており、お客さまや官公庁の方々からご評価いただいています。

具体的な活動内容

ネームタッグ(吊下げ、クリップ止め兼用)携行による告知活動推進

- 吊下げタイプのネームタッグに、取組み等を記載したプレート(裏面に警察等の緊急連絡先を記載)を挟み込み、地域・職域等での営業活動時に常時携行することで、地域防犯への意識を醸成するとともに、犯罪行為への牽制効果を発揮
- 携帯電話に最寄りの警察等の電話番号を登録し、

不審者を見かけた場合等の地域行政への情報の連携体制を整備

- 不測の事態に備えて防犯笛*を活動時に携行。子どもがトラブルに巻き込まれそうになったときには防犯笛による近隣への救助依頼や警察への110番通報を実践し、子どもの保護・安全に積極的に対応

* 海難救助用の救命胴衣に装着されており、周波数が高く聞こえやすい構造

各支社の防犯活動の取組事例

■県庁ホームページにおける活動紹介

広島支社の子どもの安全にかかわる活動にご賛同いただき、当社の取組みが広島県庁のホームページ上の「地域まるごと子ども見守り宣言」というコーナーで紹介されています。

■地元の祭りにTシャツを着用して参加

浦和支社所属の150人の従業員が「地域で守



ろう!子どもの安全」のキャッチフレーズをつけたオリジナルTシャツを着用し、地元の祭りや地域パトロール、地域清掃活動等に参加しました。地域の方々からは「とても良い活動なので、継続して欲しい」等、感謝の声をいただいています。

■防犯プレートを車の窓に掲示

滋賀支社では、「地域で守ろう!子どもの安全」のフレーズが入ったプレートを、営業活動中の車の窓に掲示し、犯罪の抑止効果を高め、地域の安全・安心に貢献しています。



改善状況

◎給付金のご請求手続きを案内する際に、お申し出いただいた保険事故(傷病名、手術名等)の内容に基づいて、お支払いの可能性について事前に情報を提供するサービスを開始しました。(2006年6月)

愛の声かけ・配食運動

従業員がボランティアとして、全国各地の配食サービス活動に参加することを支援しています。ボランティアを希望した従業員に対して、本人が地元のボランティア団体と一緒に活動できるように会社がコーディネートしています。

全国で、食事作りに不自由している高齢者や障害のある方々に従業員が温かいお弁当をお届けしたり、話し相手になったりしています。



海岸の清掃活動

NPO「日本渚の美術協会」は、海岸の清掃活動と収集したゴミや漂流物を使用してアート作品を制作することにより、人々に「海をきれいにしよう」と呼びかけています。当社従業員が、協会創立時よりボランティアとして参加しており、海岸での清掃活動や初心者へのアート作品の制作時の講師を務めています（2006年度NPO「日本渚の美術協会」にアート作品制作のための器材・補助材料等を寄贈しました）。



●財団等による活動

当社は、以下の財団等の活動を通じて、社会貢献に取り組んでいます。



■明治安田厚生事業団

健康増進および体力向上を通じて「健康かつ長寿」社会の実現への寄与を目的に活動しています。



■明治安田クオリティオブライフ文化財団

クラシック音楽分野および地域の伝統文化分野における人材の育成を支援しています。

■明治安田こころの健康財団

設立以来一環して発達障害児の療養をはじめ、児童青少年の健全育成のための事業を行なっています。



■明治安田生活福祉研究所

年金、健康、医療、介護、就業や能力開発を含むライフプランニングなどの分野を中心に調査・研究を行なっています。



お客さまの声

◎解約の申し出をしてからの手続きが遅すぎる。

●環境保全活動

環境問題を通じた社会貢献として、省エネルギー・省資源型の事業活動の推進や、「全国小中学校児童・生徒環境絵画コンクール」への協賛を通じた環境教育の支援を行っています。

■本社ビルにおける紙使用量削減への取組み

2004年9月の明治安田生命ビルへの本社機能移転を契機に、ITインフラ基盤等の整備^{*1}を通じ、生産性、消費資源効率の向上をめざす、“新しい働き方”を推進しました。その結果、社内モバイルワークの定着によって、2006年3月までに本社部の紙使用量を30%削減（移転前比）しました。

■明治安田生命ビルにおける廃棄物の分別回収、リサイクルへの取組み

明治安田生命ビルにおいては、入居テナントも含めてビル共通の専用リサイクルボックスを設置し、分別廃棄を徹底する等、廃棄物の分別回収やリサイクルに取り組みました。その結果、ビル全体のリサイクル率は82.4%（うち明治安田生命部分は93.3%）に向上しました。このような取組みが高く評価され、2006年2月に、千代田区から優秀賞をいただきました。これは、生命保険業界では初めての受賞となります。

■省エネルギーへの取組み

2004年8月末に竣工した明治安田生命ビルは、環境共生をめざし、さまざまな省エネルギー設備や自然エネルギーを利用する設備を導入して、環境負荷の軽減を

実現しています。例えば、夜間電力を利用する氷蓄熱システムや躯体蓄熱システム^{*2}を導入し、電力使用量の平準化を図るとともにCO₂排出量の抑制に寄与しています。また、温暖化防止と断熱効果を図るため屋上に植栽を行なっています。

■CDP^{*3}（カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト）

機関投資家としての地球環境への社会的責任を果たすため、2006年にCDP（カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト）に署名しています。

■「全国小中学校児童・生徒環境絵画コンクール」に協賛

1997年より「全国小中学校環境研究会」主催の絵画コンクールに協賛しています。本コンクールは、“みんなで作ろう住みよい町”、“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作品を募集しています。小学校の部および中学校の部の各1作品に明治安田生命特別賞を贈呈しています。



小学校の部
二村 梨紗さん（岐阜県）



中学校の部
比嘉 夏子さん（長崎県）

*1 ユニバーサルレイアウトの採用、無線LAN・ノート型PCへの移行、複合機、PHS電話機導入、社内ポータルサイト・電子文書管理システム等の開発等

*2 氷蓄熱システムは、夜間に建物内で氷をつくり、昼間にこれを解氷して冷房に利用するシステムです。夏季の電力消費ピーク時間帯には、氷蓄熱システムの解氷のみで冷房を行なっています。また、躯体蓄熱システムは、夜間に天井内のコンクリートを冷やしておき、昼間、この冷熱を冷房に利用するシステムです

*3 カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト

気候変動に関する問題に関心を持つ機関投資家が連携し、毎年、グローバル企業に対して地球温暖化対策への姿勢や取組みに関する情報開示を要求するプロジェクトです。2006年は、世界の機関投資家225社以上が署名参加し、運用資産は31兆米ドルにのぼります

改善状況

◎解約手続きに関する事務フローを見直し、解約のお申し出を受け付けてから解約請求書の作成に要する時間を短縮しました。

お客さまに喜ばれたい…。
その思いから、
私たちはもっと、
も っ と
MOT成長し続けます。

もっとお客さまに近づきたい、もっとお客さま一人ひとりと向き合いたい。その使命感と情熱のもと、知識やサービスの向上に努め、日々自分たちを磨き続けています。会社も、お客さまを思う従業員を大切に、意欲や能力が最大限発揮される働きがいのある職場作りに努め、お客さまのさらなる満足を追求し続けます。

お客さまを大切にするための従業員育成

当社は、明治安田再生プログラムのさまざまな取組みを通じ、「お客さまを大切にする会社」の実現をめざしています。そこで、各人が業務知識やスキルを身につけるために、

営業職員向け教育体系*と職員向け能力開発体系をそれぞれ開発し、「お客さまを大切にする」人材の確実な育成に取り組んでいます。

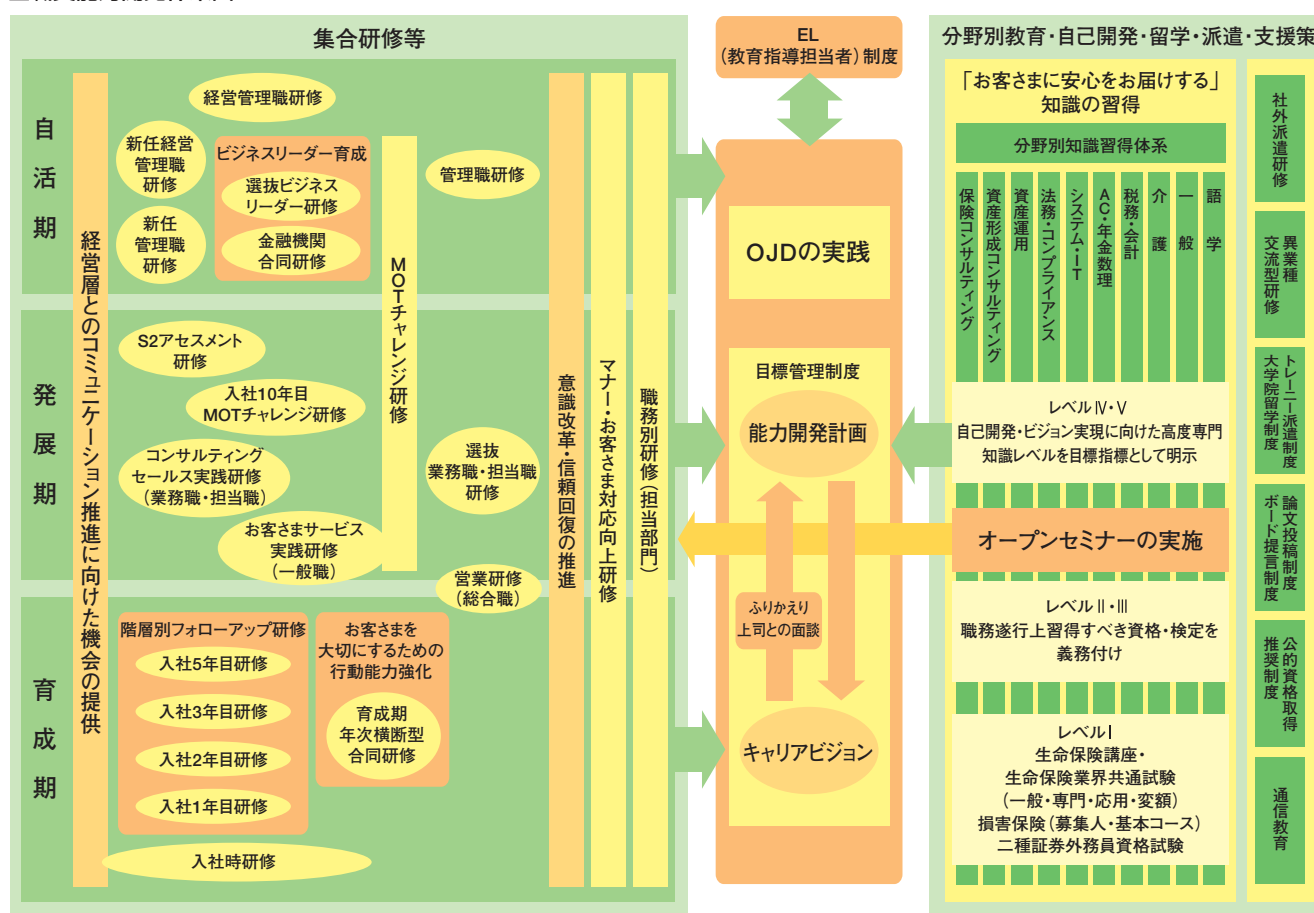
* 営業職員の教育体系については、本報告書「お客さまとの絆」27ページに掲載しています

●職員の能力開発

お客さまにとっての価値を創造する意識・スキルを身につけることが、当社の価値を高めると同時に各人の目標達成ややりがいにもつながっていきます。また、あらゆる業務分野で専門化・高度化が急速に進展しているため、社内

外に通用するプロフェッショナルの育成が急務であると考えます。このため、職員が自主・自律的に知識・スキルを向上させ、より高い成果を継続的に生み出せるような能力開発体系を構築しています。

■職員能力開発体系図



職員は、自らのキャリアビジョンとそれに基づく能力開発計画をもとに、日常の職務を通じたOJD (On the Job Development) と自己開発を基本に能力向上に取り組むことが求められています。

当社は、職員のOJD・自己開発を基本とした取組みを支援するため、成長過程に応じた能力開発段階(「育成期」「発展期」「自活期」)に合わせて、集合研修や自己応募型研修の提供、通信講座の斡旋などの各種能力開発支援を実施しています。

改善状況

◎ 告知書面を複写化し、ご記入時に被保険者控えをお渡しするようにしました。

●「MOTプロジェクト」の取組みにおける能力開発

新風土創造「MOTプロジェクト」と連動して、「お客さまを大切にする会社」の実現に向け、お客さまへの価値の創出に向けた意識の涵養およびスキル習得に向けた以下のような研修を実施しています。

MOT留学

職員相互の交流が、お客さまへのサービス向上につながるという趣旨で「MOT留学」制度を実施しています。

・事務サービスセンター体験研修

支社・営業所と事務サービスセンターの相互理解を深

めることを目的としています。これにより、職員同士の絆の深まりを通じた「お客さまを大切にする会社」の実現のための高い効果が発揮されています。

・店頭サービス研修

日常業務でお客さまと接することが少ない職員や、お客さまに対してさらに丁寧な対応をめざしたい職員を対象に、全国4箇所のお客さま相談センターで「店頭サービス研修」を実施しています。

働きやすい職場環境・健康維持管理のために

●仕事と家庭の両立

多くの職員が仕事と家庭を両立させつつ、いきいきと働き、お客さまのためにその能力を最大限発揮して欲しいと願っています。そのために、「フレックスタイム制」「1ヵ月単位の変形労働時間制」等を導入し、労働時間のフレキシ

ビリティを図っています。

さらに、子の養育のための育児休職、家族の介護のための介護休職等を充実させ、ワーク・ライフ・バランスの実現に向けたサポート体制の充実を図っています。

●高齢者や障害者雇用

60歳を定年としていますが、定年後も働き続けることを希望する職員の豊富な経験やスキルを最大限活かすために、「高齢者雇用制度」を制定し、運用しています。

また、障害者雇用については、CSRの一環として取り組むとともに、雇用後は「メンター制度^{*1}」により、早く職場になじみ、意欲的に仕事に取り組めるよう努めています。

*1 メンター制度 職場の先輩が新人の世話役として仕事の進め方、悩みごと等についてのアドバイスをこなう制度です

●職場におけるハラスメントの対策・人権啓発

全職員が安心して業務に取り組むことができるよう、職場におけるハラスメント対策に取り組んでいます。人権研修会等を継続的に実施し、啓発活動に努めるとともに相談窓口として「人権110番」と名づけられた専用相談窓口を運

営し、相談窓口を記した「携行カード^{*2}」を配付しています。この窓口では、セクシュアル・ハラスメント相談をはじめとして、人権問題全般について相談することができます。

*2 「携行カード」については本報告書「コンプライアンス」36ページに掲載しています

●従業員（含む家族）の健康を支援する職場環境づくり

「従業員（含む家族）自らが健康を守れるよう、会社は支援する」を基本スタンスに明治安田生命健康保険組合と連携のうえ、「従業員（含む家族）の健康を支援する職場環境づくり」を推進しています。具体的には健康診断を重

視し、事後措置を含めこれを契機とした健康づくりを継続的に推進するとともに、メンタルヘルスを含む相談窓口の充実、長時間労働の排除（労働時間の短縮）、および生活習慣病予防対策として各種保健事業等に取り組んでいます。

お客さまの声

◎年金の請求手続きをしたが、提出する書類が多くて大変だ。提出書類を減らすことはできないか。

従業員の「元気と活力」のために

人事部 健康管理医（産業医） 三好 裕司



■より効果的・効率的な健康診断の実現をめざしています

健康管理医を配置し、全職員の健康診断結果について直接、判定・通知書を通じた保健指導を行なうとともに、一定の基準に基づき産業医面接指導等を実施しています。健康診断の受診率は100%近いのですが、精密再検査の受診率は今一步の状況です。健康診断の目的である「疾病の早期発見・早期治療につなげる、自分の健康度を知り生活習慣病などを未然に防ぐ」ことを徹底し、事後措置の一環でもある精密再検査について、受診を徹底していきたいと考えています。

■長時間労働対策は健康管理の大事なポイントです

「元気と活力」をキーワードに健康管理・保持増進を推進し、最近は重点施策の一つとして長時間労働の排除（労働時間の短縮）に取り組んできま

した。本社における20時消灯の効果もあるのでしよう。最近は産業医面接指導の対象となる長時間労働者も以前に比べ少なくなりました。支社では、時間に追われる時期もあると思いますが、健康管理面からメリハリをつけて適正な勤務管理を実施するよう指導しています。

■健康的な（従業員の健康を支援する）職場環境づくりには有用な情報提供等を行なっています

毎月発行の「衛生委員会ニュース」や独自の教材を活用した「MYヘルスアップセミナー」、「肥満防止キャンペーン」等では、生活習慣病予防対策をはじめ健康管理・保持増進に役立つ情報の提供および保健指導等を実施しており、これらを通じて健康的な職場環境づくりを推進しています。

51
52

●従業員を代表して

当社では労使一体となって、働きがいのある環境づくりやお客さまからの信頼回復のための取組みを共同で実施しています。

「従業員との絆」に寄せて

明治安田生命労働組合中央執行委員長 後藤 太郎

組合では、各種意見集約機会に寄せられた組合員の意見をもとに、経営協議会を始めとする会社との各種労使協議を通じて、組合員の雇用の安定や労働条件の維持・向上等、より働きがいのある環境づくりに取り組んでいます。不適切な保険金等の不払い等という事象を受け、組合としても、これまで以上に「お客さまの視点」と「組合員の声」をベースとした取

組みを強化し、「経営への提言・チェック機能」をいっそう発揮していきたいと考えています。現在、労使一体となって「子どもの命・安全を守る*」地域社会への貢献活動に積極的に取り組んでいます。こうした活動が、お客さまからの信頼回復の一助になればと考えています。

*「子どもの命・安全を守る」活動につきましては「社会・環境との絆」46ページに掲載しています

改善状況

◎担当の営業職員が面談をさせていただき、運転免許証等の本人確認書類の番号を控えさせていただくことで年金のご請求に必要な現況届または住民票の提出を省略しました。（2006年5月）

編集後記

当社は、2006年1月の明治安田再生プログラムにおいて「CSRの確立をめざす」というメッセージを掲げました。

以来、CSR推進に関する会議体を設置することからスタートし、一歩ずつ体制整備を進めてきましたが、私たちがめざす「お客さまを大切にすること」は、そのままCSRの基本理念につながっていると思います。

2度の行政処分という苦い経験を通じ、企業の持続的発展はステークホルダーのみなさまの支持・信頼によってはじめて可能であることを、改めて学びました。

当社がお客さま・従業員・社会から選ばれ、必要とされ、評価される会社となること。そうした会社をめざして、できることから着実に、いつまでも進むこと。その決意を込めてCSR報告書を発行します。

この報告書とともに私たちの思いが届き、確かな絆が生まれ、永続的なものとなることを願っています。

次回の報告書発行時には、さらに良いご報告ができるようCSRのいっそうの推進に努めてまいります。

最後になりましたが、この場をお借りして、本報告書発行にあたって多大なご理解とご協力をいただいた関係者のみなさまに感謝申し上げます。



常務執行役（CSR推進事務局長）
殿岡 裕章

会社概要（2006年9月末現在）

正 式 名 称：明治安田生命保険相互会社
Meiji Yasuda Life Insurance Company
創 業：1881年（明治14年）7月9日
本 社 所 在 地：東京都千代田区丸の内2-1-1
TEL03-3283-8111（代表）
従 業 員 数：40,420人（うち営業職員 31,824人）
営 業 拠 点 数：支社97、営業所1,392、法人部25（2006年10月1日現在）
総 資 産：26兆2,957億円
基 金 総 額：4,100億円（基金償却積立金を含む）
保 有 契 約 高：251兆7,426億円（個人保険・個人年金保険・団体保険の合計）
グ ル ー プ 会 社：保険関連事業6社
資産運用関連事業16社
事務代行等関連事業9社
研究・ウェルネス関連事業5社
財団法人3法人

明治安田生命ホームページ <http://www.meijiyasuda.co.jp/>

商品・サービス、各種お手続きの方法や会社情報などについて、タイムリーに情報提供しています。



※画面は2007年1月現在

① 個人のお客さまへ

- ・生命保険商品
- ・損害保険
- ・金融機関窓口販売商品
- ・投資信託のご案内 等

② ご契約者のみなさまへ

- ・お手続きのご案内
- ・お問い合わせ窓口
- ・ご契約者照会・手続きサービス
- ・カードポイントサービスmap
- ・明治安田生命カード 等

③ 法人のお客さまへ

- ・法人向け商品・サービス
- ・団体年金関連情報・サービス
- ・事業活動のご支援 等

④ 明治安田生命について

- ・会社情報、ディスクロージャー
- ・CM・イベント情報、お役立ち情報
- ・社会貢献活動、採用情報 等

ディスクロージャー関連資料



「明治安田生命の現況」



「MEIJIYASUDA INFORMATION」



「団体年金保険に関するご報告」



明治安田生命保険相互会社
<http://www.meijiyasuda.co.jp/>



本冊子は、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。