

明治安田生命

# CSR報告書 2007

Corporate Social Responsibility Report 2007

お客さまを大切にする会社をめざして

## 目次

|                |   |
|----------------|---|
| 経営方針とCSR経営宣言   | 2 |
| トップメッセージ       | 3 |
| 明治安田生命の事業とCSR  | 5 |
| 明治安田再生プログラムの総括 | 7 |

## 特集：保険金・給付金の「確かなお支払い」のために

|           |    |
|-----------|----|
| 事務サービス部門で | 11 |
| 営業部門で     | 13 |

## お客さまとの絆

|                  |    |
|------------------|----|
| 「お客さまの声」を経営に活かす  | 16 |
| お客さまの声推進諮問会議     | 21 |
| お客さまの立場に立った営業    | 23 |
| 法人のお客さまへのサービスの充実 | 24 |
| お客さまのための営業職員の教育  | 25 |

## ガバナンス

|                 |    |
|-----------------|----|
| ガバナンスの体制        | 28 |
| 「開かれた経営」をめざして   | 29 |
| 内部統制システムの整備・高度化 | 31 |
| 情報開示の推進         | 32 |
| リスク管理体制         | 33 |

## コンプライアンス

|                |    |
|----------------|----|
| コンプライアンスの考え方   | 36 |
| コンプライアンスの強化態勢  | 37 |
| コンプライアンス推進諮問会議 | 39 |
| 個人情報などの保護・管理   | 40 |

## お客さまが暮らす社会・環境との絆

|                      |    |
|----------------------|----|
| 社会貢献活動の考え方           | 42 |
| 障がいのある方との共生社会のために    | 43 |
| 全国各地で地域密着型の社会貢献活動を展開 | 45 |
| 子どもの命・安全を守る活動        | 47 |
| 環境保全活動の考え方、主な活動      | 48 |

## 従業員との絆

|                     |    |
|---------------------|----|
| キャリア・デベロップメント・プログラム | 50 |
| 仕事と家庭・生活の調和         | 51 |
| 健康的な職場環境づくり         | 52 |
| 人権の尊重／障がい者雇用・高齢者雇用  | 53 |
| 対話の促進               | 54 |

|           |    |
|-----------|----|
| 編集後記／会社概要 | 55 |
|-----------|----|

## 編集方針

明治安田生命は、「お客さまを大切にできる会社」を実現するために、透明性の高い「社会に開かれた会社」をめざして、積極的な情報開示に努めています。その一環として、昨年度から「CSR報告書」を発行し、当社のCSRに関する取組みについてご報告しています。

本報告書の前半では、「不適切な保険金等の不払い問題」を受けて策定・実行してきた「明治安田再生プログラム」の進捗状況や、過去のお支払い案件を総点検するなかで判明したお支払いもれ・ご請求案内もれの再発防止策など、お客さまや社会の関心が高い取組みについて特集し、詳しくご報告しました。

後半では、「CSR経営宣言」の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）それぞれの章を設け、各領域の活動をご理解いただけるよう、できるだけ網羅的にご報告しました。また、CSRに取り組む従業員の声や、当社の活動についてのお客さまや社外の有識者からの声、当社の回答や改善策を、できるだけ多くご紹介するよう努めました。

### 報告対象組織

明治安田生命保険相互会社を対象としていますが、一部、子会社等の取組みについてもご報告しています。

### 報告対象期間

2006年度（2006年4月1日～2007年3月31日）と、2007年度上半期（2007年4月1日～9月30日）を対象としていますが、一部、それ以前の実績や、本報告書発行日直前の内容についてもご報告しています。

### 発行時期

2007年12月  
（前回は2007年2月。次回は2008年12月を予定）

### 参考にしたガイドライン

GRI(Global Reporting Initiative)「サステナビリティレポート」ガイドライン2006(G3)「

#### 将来に関する予想・予測・計画について

本報告書には、明治安田生命保険相互会社の過去の事実だけでなく、将来に関する予想・予測・計画も記載しています。これらの予想・予測・計画は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、不確実性を含んでいます。したがって、将来の事業活動の結果や将来に起こる事象が本報告書に記載した予想・予測・計画とは異なったものとなる可能性があります。

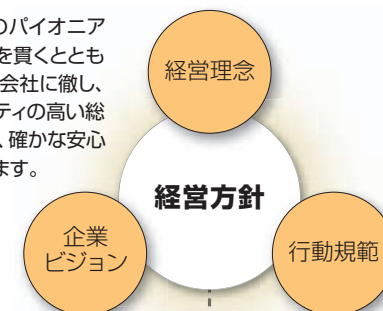
## 経営方針とCSR経営宣言

## CSR経営を徹底していくために

当社は、企業の社会的責任(CSR)とは、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であると考えています。

役員・従業員一人ひとりが、信頼の「絆」を育む具体的な行動を実践し、「お客さまを大切にできる会社」の実現をめざしています。

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できる会社に徹し、生命保険を中心に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いたします。



相互扶助の精神を貫くとともに、「お客さまを大切にできる会社」の実現

- お客さまに、いつまでも変わらぬ安心をお届けする会社
- お客さまの声を大切に、明日につなげる会社
- お客さまならびに社会に対して、いつでも開かれた会社

「確かな安心と豊かさをお届けする」ための行動規範

- 高い倫理観と誠実な姿勢
- お客さまへの感謝と責任
- お客さまの信頼に応える使命感と情熱
- 地域社会への貢献と環境への配慮

## CSR経営宣言

### 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を努め、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。

## 行動憲章

私たちは、お客さまや社会からの期待に応え、確固たる信頼を得るために、日常の行動や考え方の基準となる「行動憲章」を定めます。職務遂行の際にはこれらを常に意識するとともに、適切かつ継続的なリスク管理を徹底し、お客さまを大切にできる会社の実現に取り組みます。

1. 適正な保険募集とお客さまサービス
2. 公正かつ自由な競争
3. 健全かつ適切な資産運用
4. 経営情報の開示
5. 法令等の遵守
6. お客さまに関する情報の厳正管理
7. 違反行為の防止
8. 社会貢献と環境への取組
9. 人権の尊重
10. 反社会的勢力への対応
11. 良好な職場環境の維持



取締役会長  
代表執行役  
関口 憲一

取締役  
代表執行役社長  
松尾 憲治

## トップメッセージ

### 「絆」をつなぐ

私たちは、お客さまと誠実に向きあうことこそがご信頼いただける会社となる道であると信じ、一人ひとりが「CSR経営宣言」の実践に努めています。

保険は、お客さまの一生に寄り添って、膨大な時間をともに歩んでいます。そして、私たちは、かたちのない保険という商品を介して、お客さまから、お支払いを行なうまでの長い時間とその思いをお預かりしています。

誠実にお客さまと向きあうこと。

それは、お客さまの視点に立ち、託された時間と思いに足る安心をご提供できているか、今何をすべきなのか、常に自分の姿勢を振り返り、取組みがお客さまのためになっているのかをチェックしていくことと考えます。

また、お客さまと誠実に向きあうことを、毎日意識して続けることが、私たち自身の成長にもつながると確信しています。

その姿勢をお客さまに評価していただき、お客さまの声を経営に反映し、その結果をお客さまにお知らせする、そしてまた評価を受ける。この繰り返しによって、お客さまとのより強い絆が育まれていくのだと考えています。

信頼回復の道のりにおいては、一定の前進がみられるものの、なお途上にあります。引き続き役員・従業員一人ひとりが、安心と信頼の絆を育むCSRへの取組みに努めてまいります。

そして、これからもお客さまとともに未来への絆、そして人と人の絆をつなぐ架け橋として、歩んでいきたいと思えます。

本報告書をご一読のうえ、私たち一人ひとりの信頼回復への真摯な思いを感じていただければ幸いです。

取締役会長 代表執行役

関口 憲一

### 「お客さまの満足」を大切に

私たちは、「お客さまに保険金や給付金を適切にお支払いする」という生命保険会社の原点に立ち返り、2006年1月に明治安田再生プログラムを策定し、「お客さまを大切にする会社」に徹する取組みを続けてきました。

なかでも、重点的に取り組むべき支払管理態勢については、2007年4月にご報告した保険金・給付金のお支払いもれやご請求案内もれへの対応も含めて、社内体制を点検し、再整備して、再発防止に努めています。

今後も現状に満足することなく、「お客さまに満足していただける会社」をめざして、取組みを進めていかなければなりません。

そのためには、「お客さま、社会からの支持・信頼があって、はじめて会社が存続できる」ということを忘れず、お客さまのさまざまな人生の節目で私たちがお役に立ち、お客さまとの直接の対話を通じた「絆」のなかで、多くの寄せられた「声」を経営に活かしていくことが大切だと考えています。

私たち明治安田生命は、これからも従業員一人ひとりが「お客さまの一步先の願い・思いを理解し、お客さまの視点から、きめ細かいサービスを提供する」という課題を追究し続けます。

そして、私たちは、お客さまから「ありがとう」と言っていたる“その瞬間”に、充足感と喜びを感じながら、これからも「お客さまの満足」を大切に続けます。

本報告書では、当社の「お客さまを大切にする」取組みを掲載するとともに、その取組みに携わっている従業員の声も掲載しております。

本報告書をお読みいただき、どうかたくさんのお声をお寄せくださいますようお願いいたします。

取締役 代表執行役社長

松尾 憲治

# お客さま・社会との確かな「絆」を深めるために

明治安田生命は、さまざまな人生の節目で安心をお届けし、広く社会との対話を通して、「お客さまを大切にする会社」を実現していきます。

## わかりやすい商品・約款の開発

お客さまの視点に立って商品を開発し、約款もわかりやすくしています **P18**



## 正しいご理解のために告知文言を改訂

団体保険などのご加入時の告知文言をわかりやすく改訂しました **P24**



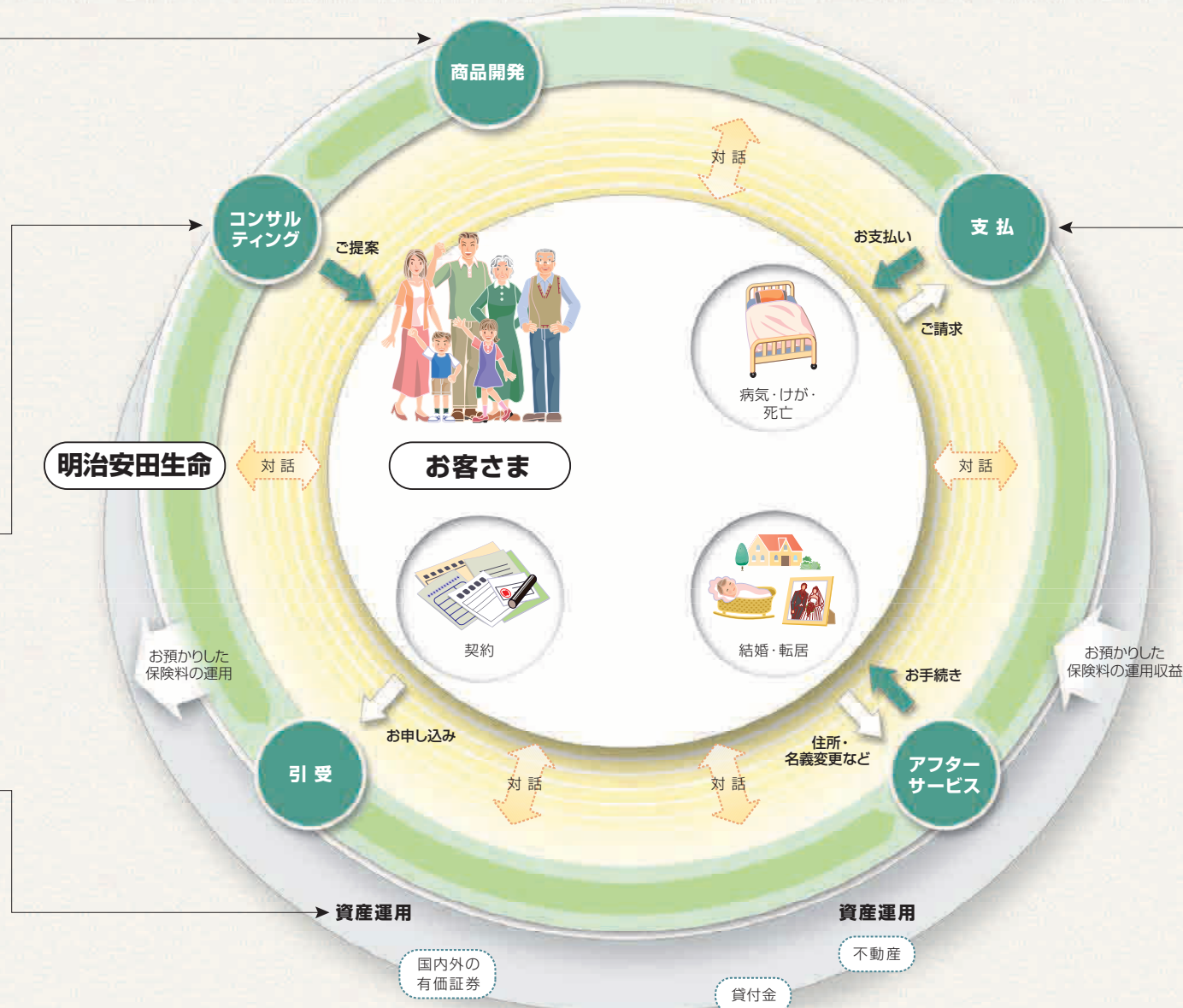
## 重要事項のご説明を徹底

保険の募集時に重要事項をわかりやすくご説明しています **P26**



## SRI(社会的責任投資)の取組み

(明治ドレシー・アセットマネジメント様) 投資活動での独自のCSR評価基準を有識者とともに策定しました **P44**



## 新「給付金ご請求のご案内」作成システム

ご請求のお申し出時に十分なご案内ができるシステムを導入しました **P11**



## 支払サポートグループ/支払サポートチームを新設

お支払いもれを防ぐために、二重の査定体制を整備しました **P12**



## 社会貢献活動を継続的に実施

安心で豊かな社会のために、地域に根ざしたさまざまな活動を展開しています **P42**



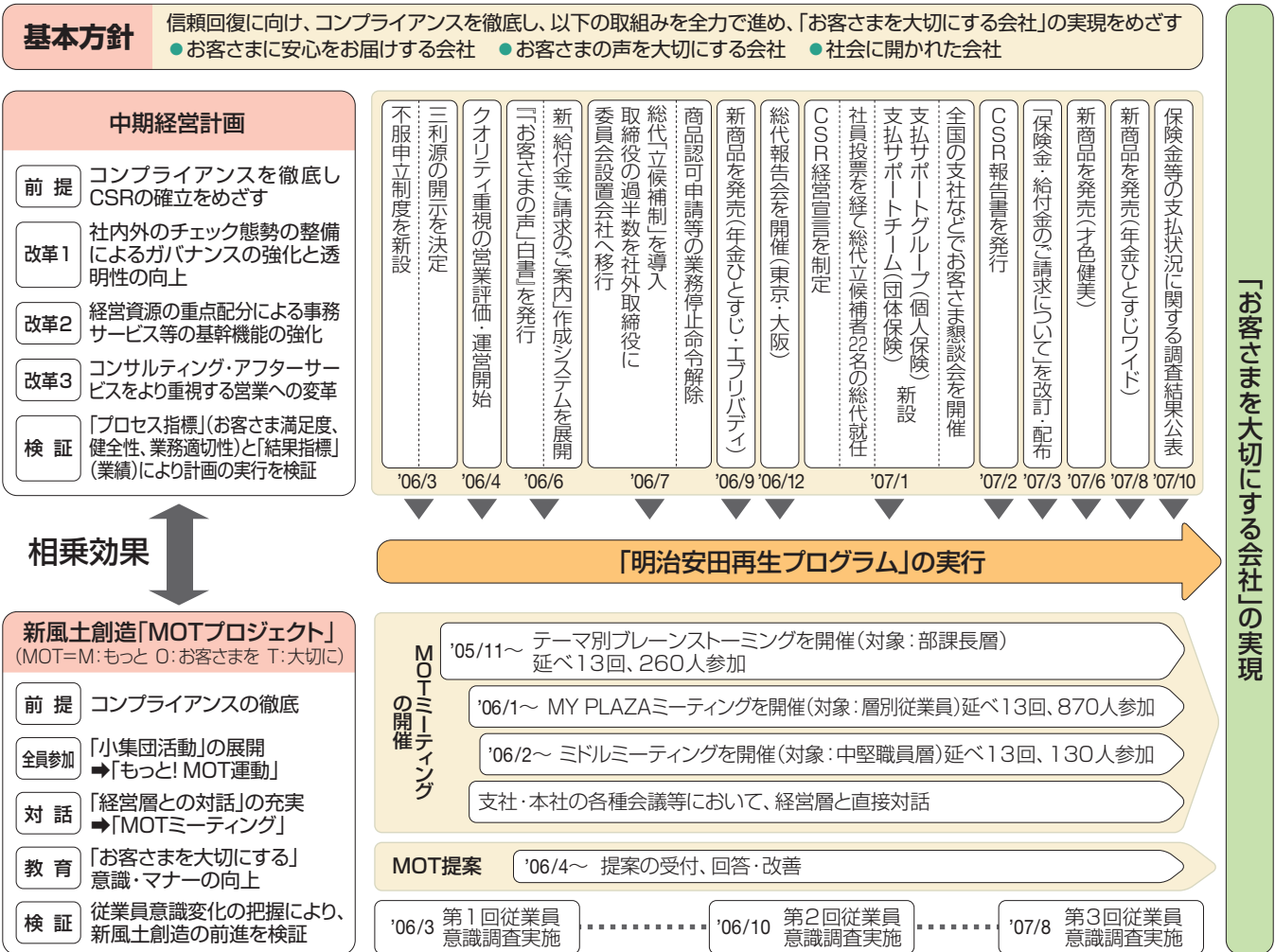
# 「お客さまを大切にする会社」をめざして

当社は2005年、不適切な保険金等の不払いなどについて2度の行政処分を受けました。  
この過ちを決して繰り返さず、「お客さまを大切にする会社」を実現するために、  
総力をあげて「明治安田再生プログラム」に取り組んでいます。

## 信頼回復のため経営の抜本的改善に取り組んできました

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などについて、2005年2月と10月に金融庁から業務停止命令・業務改善命令を受けました。  
その原因を究明し、抜本的に改善するために、不退転の決意で2005年11月に業務改善計画を策定、12月1日付で経営陣を刷新し、2006年1月から「明治安田再生プログラム」を推進してきました。以来、役員と従業員が総力をあげて、お客さまと社会からの信頼回復に取り組んでいます。

### ■明治安田再生プログラムの概要



# 「お客さまを大切にする会社」をめざして

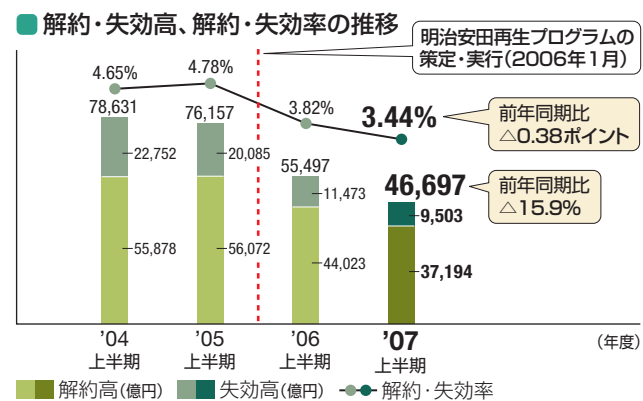
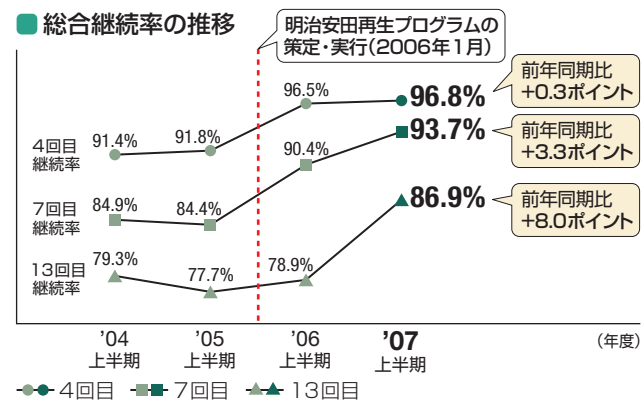
## 改革 3 コンサルティング・アフターサービス重視の営業

### ●お客さま視点からの商品開発とサービス向上

お客さまの視点から、商品や営業・サービスの改革を実施しています。

2006年度は、新商品として「年金ひとすじ」や「エブリバディ」などを発売し、お客さまからご好評をいただいています。

また、営業に関する評価体系を、品質・信頼性向上を重視するものに改め(P23ご参照)、2007年度上半期業績においては、新規契約の継続率が向上し、保有契約の解約・失効率なども改善されました。さらに、コンサルティング力強化のための教育に注力し、ファイナンシャル・プランニング技能士資格を持つ営業職員が7,711人と2006年1月対比で7倍以上に増加しました(P23ご参照)。



## 新風土創造

# 「MOTプロジェクト」

### お客さまと従業員の声に耳を傾ける企業風土へ

「MOTプロジェクト」は「お客さまを大切にする」企業風土を創造していく活動です。

主な活動は、全従業員が参加する各職場単位での課題解決活動「もっと! MOT運動」、お客さまサービス向上につなげるための提案活動「MOT提案」、経営層と従業員との対話「MOTミーティング」、「お客さまを大切にする」意識・マナー向上のための教育・研修などです。

MOTプロジェクトへの取組みを紹介する社内広報誌『新風～私たちのMOTプロジェクト～』



## 全員参加

### 小集団活動「もっと! MOT運動」の展開

#### ●各職場単位での課題解決への取組み

MOTプロジェクトの一環として、「もっと! MOT運動」では、各職場の課題解決への取組みに加え、「お客さまを大切にするための取組み」と「社内コミュニケーションを良くするための取組み」を全社共通のテーマとして取り組んでいます。

なお、「もっと! MOT運動」における各所属の取組みは、当社の「CSR経営宣言」の各領域とも関連性のある内容となっています。

#### 各職場での小集団活動例

##### 営業所ごとに地域貢献活動を展開(名古屋東支社)

- 瀬戸営業所：子どもが身の危険を感じたときなどに駆け込めるよう「こども110番」のポスターを掲示
- 多治見営業所：アルミ缶回収の収益金を小学校へ寄付

#### 感謝の声を糧に「お客さまを大切にする」活動を展開(京都支社)

- ご来店のお客さまに「お礼状」を送付
- お客さまからいただいた「ありがとう」の言葉を支社全員で共有
- 「お客さまを大切にします」バッジを着用し、笑顔での対応を徹底



## 提案

### お客さまを大切にする提案「MOT提案」

- お客さま視点からの提言と好取組み事例の共有  
全従業員がお客さま視点で気付いたことを提案する「MOT提案」活動を展開しています。業務の見直しに関する提言である「業務改善提案」と、お客さまから感謝された取組みなど、お客さま視点での工夫や好取組み事例を共有するための「サービス向上提案」を募り、社内イントラネットで情報共有しています。

このうち「業務改善提案」については、「お客さまの声」を代弁する従業員の声として、業務を主管する部署が内容を検討し、回答・具体的な改善を行なっています(P16ご参照)。



社内イントラネットでMOT提案を共有

## 対話

### 経営層との対話の充実「MOTミーティング」

- 直接対話で風通しの良い風土をつくる  
経営層と幅広い層の従業員との直接対話「MOTミーティング」を定期的に行っています(2007年

## 2007年度「MOTミーティング」参加者の声

#### 勤続25年以上の営業職員(6/19開催、94人参加)

- 社長に直接私たちの要望を伝えることができ、うれしく感じました。
- 私も仕事のやり方を見直して、お客さまに喜んでいただけるような取組みをしていこうと思いました。
- 社長の話にあったように、苦情に誠意をもって対応することは、お客さまの満足にもつながるので、これからも前向きに取り組んでいきたいと思っています。

9月までに39回開催、総参加人数延べ1,260人)。

もっとお客さまを大切にするためにどうすれば良いか——各種テーマにそって改善策を話し合い、自由に討議して課題を共有することで、会社経営への参画意識の向上と相互理解を図っています。

## 教育

### 「お客さまを大切にする」意識・マナーの向上

#### ●体験交流型研修「MOT留学」

本社職員と支社職員の交流を通して、日常業務とは別の視点からお客さま対応業務を見直すとともに、社内の一体感を醸成することを目的に、体験交流型研修「MOT留学」を実施しています。

2006年度は、店頭におけるお客さま対応業務を体験する「店頭サービス研修」(45回延べ75人)、申込書類の事務処理などを体験する「事務サービスセンター実務研修」(6回延べ97人)を実施しました。

#### ●部署ごとの自発的な「マナー研修会」

社外講師を各所属に派遣し、実例を通してお客さま対応マナーを身につける「マナー研修会」を開催しています。

2006年度は119回開催し、営業職員・事務職員を中心に、延べ約4,500人が参加しました。

#### 入社3～5年目の職員(9/7開催、40人参加)

- 経営層から、今回の意見を中期経営計画に積極的に反映していきたいとの発言があり、若手として会社変革への斬新な提言ができたと感じています。
- 経営層との直接の意見交換は、新しい会社へ変革する第一歩であると感じました。会社が変わりつつあることを実感しました。
- 一人ひとりが仕事にやりがいを持ち、全力で取り組むことがお客さま満足につながることを感じました。今後の職務に活かしていきたいと思っています。

# 保険金・給付金の「確かなお支払い」のために

## お支払いもれ、ご請求案内もれのない、支払管理態勢を構築しています

約6万件に及ぶお支払いもれとご請求案内もれ——この問題の原因は、私たちに「お客さまの立場に立って考える意識」「ご請求について、わかりやすくご説明する努力」が不足していたところにあります。このような認識に基づいて、私たちは「確かなお支払い」のために、全力で取り組んでいます。

## 事務サービス部門で



### 過去5年間のお支払い案件を総点検

当社は、2005年に不適切な保険金・給付金の不払いなどにより行政処分を受けました。その際、過去5年間に「お支払いできない」と判断していたご契約を調査し、不適切な取り扱いをしていた1,053件について、ほぼお支払いを完了しています。

さらに、すでにお支払い済みのご契約についても、「追加のお支払いができるものはなかったか」を、過去5年間分、約435万件について延べ9,100人（要員×月数）で総点検しました。その結果、約6万件、総額約100億円にのぼる保険金・給付金について追加的にお支払いすべきであったことが判明し、一部を除き、お支払い手続きを完了しました。

このなかには、当社の事務ミスなどによってお支払い金額が不足していたケースだけでなく、お客さまから医学的な追加情報などをご提出いただくことによってお支払いできる可能性があるにもかかわらず、そのご案内が不足していたケースがありました。

そこで当社では、お客さまの視点に立って、ご提出いただく書類などについて丁寧にご案内し、「お支払いできる可能性がある保険金・給付金等」をもれなくご案内することを業務運営の基本方針の1つとして明確に掲げ、お支払いもれ・ご請求案内もれの再発防止に努めています。また、保険金・給付金以外の契約保全業務（契約後のお客さまへのサービス）についても総点検を実施し、お支払いもれが発生するリスクを徹底的に洗い出し、順次、改善しています。

### 支社・営業所で——新システムなどを活用しもれなくご案内

保険金・給付金などを、お客さまにもれなくご案内する——そのためには、まず、お客さまからのお問い合わせを最初に受ける支社・営業所で、「お支払いできる可能性のある保険金・給付金等」をもれなくご請求いただけるよう、ご案内することが重要です。

ご案内にあたって、支社・営業所では従来から、ご契約内容などを確認した後に保険金・給付金ご請求の「ご案内書類」を作成してお渡ししていましたが、お客さまへのご説明を充実する観点から、十分な

ご請求のご案内ができるよう、新「給付金ご請求のご案内」作成システムを開発し、2006年6月からすべての営業拠点で稼働しています。このシステムは、お客さまから伺った傷病名・手術内容などから「お支払いできる可能性のある保険金・給付金等」を調べることができ、この情報を活用するなどにより、各営業拠点でもれなくご案内できるようになりました。

もちろん、システムを利用する職員の意識・理解を高めることも大切です。そこで、営業拠点の職員への教育・研修を継続実施しています。教育・研修の場では、これまでの保険金・給付金のお支払いもれ・ご請求案内もれの具体的な内容や改善策などを周知徹底しています。

### 本社で——二重の査定体制を整備

営業拠点から本社へ送られてきた請求書類をもとに、もれなく確実にお支払いを実施するため、二重の査定体制を整備しています。

本社では、営業拠点から送られてきた請求書類をもとに、保険金・給付金のお支払いの可否や金額を査定します。この査定を確実なものにするために、2005年10月から「給付金一次判断サポート

#### 職員の声

「公平・適切・正確・迅速なお支払い」をキーワードに

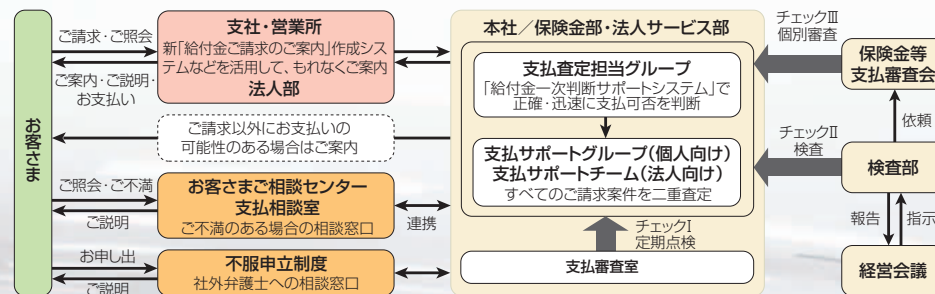
400万件を超えるお支払い案件の総点検を実施することになった原因——それは、何よりも私たちの「お客さまを大切にすること」という視点が十分でなかったことにあると、大いに反省しました。



保険金部  
山本 清

こうしたなかで保険金部のスタッフの意識も大きく変わることができました。ご請求があった保険金等をもれなくお支払いすることはもちろん、それ以外にわずかでもお支払いできる可能性をご提供いただいた情報から読み取れないか、毎日真剣に診断書などに向かいあっています。そして、「もっとお客さまを大切にすること」に徹するために、「公平・適切・正確・迅速なお支払い」をキーワードに全員が心をひとつにして、支払業務に取り組んでいます。

#### 「確かなお支払い」のためのチェック体制



システム」を活用して、ご契約いただいた保障内容  
と請求書類の内容を照合のうえ、正確かつ迅速に  
支払い可否を判断できるようにしました。

さらに、お支払いした後も、2007年1月に新設  
した「支払サポートグループ」(個人のお客さま向  
け)と「支払サポートチーム」(法人のお客さま向け)  
が「もれなく支払われているか」「ご請求内容以外  
に追加でお支払いできる可能性はないか」を全件  
確認することとし、万一、ご案内が必要な案件と判  
断すれば、本社・営業拠点間で連携のうえ、ただち  
にお客さまにご案内しています。

また、これらを担当する査定担当者を段階的に  
増員するとともに、担当者のスキルアップのための  
教育・研修を充実させています。

さらに、事務サービスを継続的に向上させること  
を経営の重点実施事項として掲げ、支払部門を含  
む契約保全部門に、要員・システム開発経費などを  
優先的に配分しています。また、事務サービスを安  
定してご提供するために、2007年1月に派遣職員  
を直接雇用の契約社員に登用しました。

## 営業部門で



### お客さまへのご説明を充実—— わかりやすい冊子を使って

多岐にわたる生命保険の契約内容、とくに保険  
金・給付金のお支払いについてお客さまに十分  
ご理解いただくためには、ご契約の各段階で丁寧に  
ご説明する必要があります。

そこで、ご契約時には、「特に重要なお知らせ」を  
お渡しして、お支払いなどに関する注意点をお客さま  
にわかりやすくご説明しています。2007年4月か  
らは、ご加入いただく保険商品がお客さまのニー  
ズに合致しているかどうかをご確認いただくプロ  
セスを導入しました。

また、保険金・給付金のお支払いに関するお客さま  
へのご説明を充実させ、ご理解を深めていただく  
ために、2005年11月からご説明冊子「保険金・  
給付金のご請求について」をお客さまに配布して  
います。この冊子は保険事故などが起きてご請求  
のお申し出をされたお客さまだけでなく、新しく

ご契約いただくお客さまや契約ご継続中のお客さま  
に対してもお渡しし、保険金・給付金をお支払いで  
きる場合とできない場合などをわかりやすくご説  
明しています。

### 教育・研修への注力—— お客さま満足度を向上させるために

お客さまへの説明責任を果たし、お客さまに  
ご満足いただける商品・サービスをご提供できるよ  
う、営業職員の教育・研修にも力を入れています。

とくに、保険金・給付金をご請求いただいたお客さ  
まに対して十分なご説明ができるようになることを  
重視し、2007年度は、保険金・給付金をお支払い  
できない場合の事例紹介を中心とした教育ビデオ  
を各営業拠点に提供するなど、お支払いに関する教  
育の充実に努めています。また、営業職員の初期  
教育についても、新規契約活動を中心としたカリ  
キュラムを、重要事項の説明や保全サービスに関  
する知識習得などにも重点を置いた内容へと変更  
しました。

今後とも、正しいご説明や手続きに関する教育を  
継続していくことで、お客さま満足度を向上させて  
いきます。

### 営業職員の声

#### 「お客さまを大切にする」 という気持ちを伝え続けること

2年前に保険金等  
の不払い問題が起き  
てから、一人でも多く  
のお客さまの声に耳  
を傾けるよう努めてい  
ます。当然、企業姿勢  
への厳しいご批判も  
ありましたが、その一  
方で、多くのお客さま  
から「頑張ってるよ」「期待しているよ」という温かい  
励ましの声をいただきました。本当に涙が出る  
ほどうれしく、「お客さまをもっと大切にしなければ  
いけない」という決意を新たにしました。

こうした思いを行動に表わすために、日頃から  
できることはいろいろあるはずです。例えば、  
お客さまにお渡しする書類に自筆のメッセージ  
や季節の押し花を使った「しおり」を添えること。  
こんな小さなことでも「お客さまとの対話を深  
めたい」という気持ちを伝え続けることが、信頼  
に結びつくと思います。



新潟支社 新潟西営業所  
長谷川 庸子

### ■ ご契約の各段階でのご説明ツール

| ご契約時                                             | ご契約期間中                                                                                                     | ご請求時                                                                                             |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                  |                                                                                                            |                                                                                                  |
| 「生命保険のご契約に関する重要書類」ファイル<br>すべての重要書類を<br>まとめて整理・収納 | 「特に重要なお知らせ」<br>お支払いなどに関する<br>注意点を掲載<br><br>「明治安田生命からのお知らせ<br>(ご契約内容のお知らせ)」<br>冊子サイズと文字を<br>大きくして、わかりやすさに配慮 | 「ホームページ」<br>ご請求・ご契約についての<br>情報をわかりやすい位置に配置<br><br>「保険金・給付金のご請求について」<br>お支払いできる場合と<br>できない場合などを掲載 |



# お客さまとの絆

「お客さまを大切にする」こと。当社にとって、これこそがCSR経営そのものにほかなりません。

保険契約というかたちで結ばれたお客さまとの「絆」をいっそう確かなものとするために、お客さまの声に謙虚に耳を傾け、常にお客さまの視点に立ち、確かな安心と豊かさをお届けする商品とサービスの開発・提供に努めています。

## 「お客さまの声」を経営に活かす

「お客さまとの絆」を確かなものとするために「お客さまの声」を日々の業務や商品・サービスの改善に活かし、経営に反映させていく仕組みを構築しています。

「お客さまの声」を集約し、一元的に把握しています

「お客さまの声システム」を活用してお申し出を集約

全国の支社・営業所、コミュニケーションセンターなどに寄せられたお客さまのお申し出は、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」を通して集約し、「お客さまの声」統括部で一元把握しています。

そのなかでも、とくに「不満足の原因があったもの」を苦情と定義し、より重要なものとして取り扱っています。

2006年度 お申し出(苦情)件数 (件)

|            |        |
|------------|--------|
| 新契約募集関連    | 4,281  |
| 保険料払込手続関連  | 4,679  |
| アフターサービス関連 | 20,858 |
| 保険金・給付金関連  | 9,300  |
| その他        | 3,534  |
| 合計         | 42,652 |

ご意見・ご要望を把握するさまざまな取組みを積極的に展開

「お客さまの声」を的確に把握するために、さまざまな取組みを実施しています。

まず、お申し出からだけでは把握できないご意見・ご要望を広く集めるために、「お客さまの声」を当社からお伺いする「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。(詳細はP19をご参照ください)

また、お客さまと身近に接する営業拠点の従業員を中心に、日常業務に関してお客さまの目線で気付いたことを提案する「MOT提案」活動を2006年度から

展開し、従業員の声を「お客さまの声」を代弁するものとして集約しています。

さらに、ご契約者にご出席いただき、直接ご意見・ご要望をいただく「お客さま懇談会」を毎年全国の支社で開催しています。(詳細はP30をご参照ください) 2006年度以降は各地の消費生活センターからもご参加いただいています。

2006年度 MOT提案件数 (件)

|                  |       |
|------------------|-------|
| 業務改善提案(業務見直しの提言) | 3,967 |
| 新契約募集関連          | 575   |
| 保険料払込手続関連        | 540   |
| アフターサービス関連       | 1,999 |
| 保険金・給付金関連        | 338   |
| その他              | 515   |
| サービス向上提案(好事例の共有) | 744   |
| 合計               | 4,711 |

広く一般消費者の声を把握するための取組み

ご契約いただいているお客さまだけでなく、広く一般の消費者の視点に立った商品開発・サービス改善を推進するため、消費者関連団体との懇談会を開催し、ご意見を伺っています。2007年度は「見やすく読みやすい約款」をテーマに懇談会を開催しています。

また、各支社のお客さまサービス部長が各支社所在地の消費生活センターを定期的に訪問し、業務の改善内容を報告するとともに、消費生活センターに寄せられる消費者のご意向を収集・把握する活動を展開しています。

このほか、さまざまな機会を通して消費者のみなさまとのコミュニケーション促進に努めていきます。



約款改訂に向けた消費者関連団体との懇談会の様子



消費者向けセミナーの様子  
講師は、消費生活アドバイザーやFPの資格を有する従業員

## 「お客さまの声」を経営に活かす

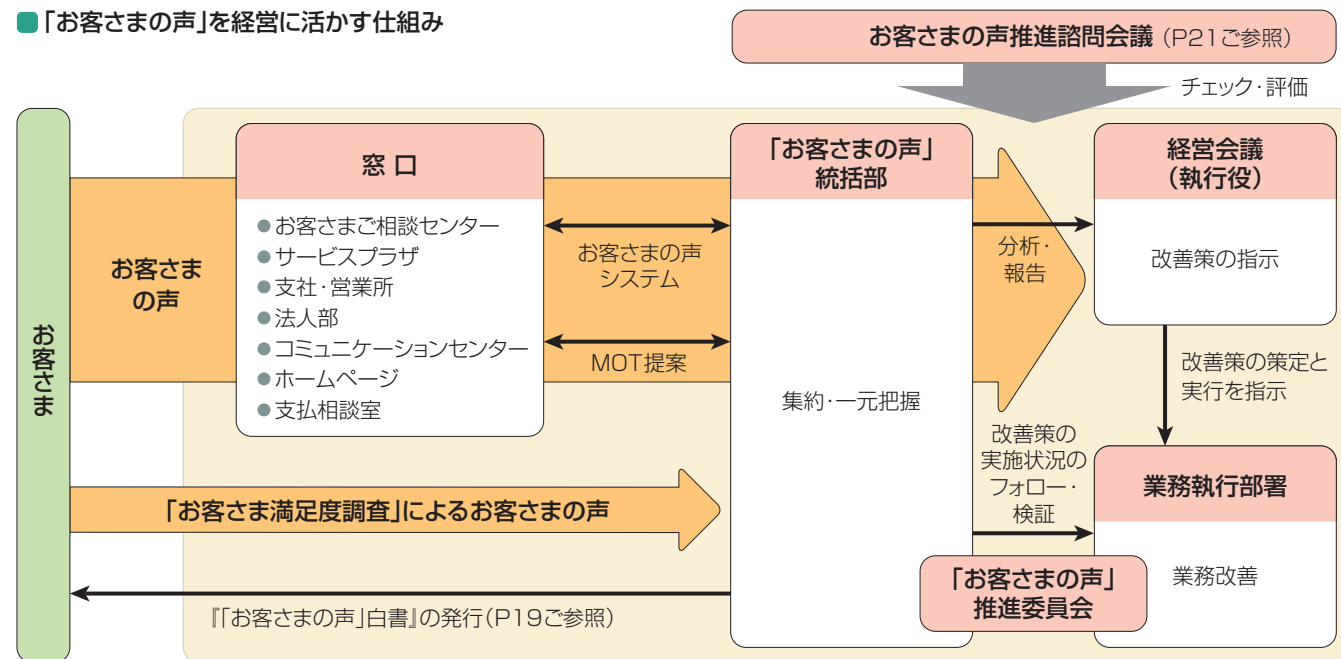
### 「お客さまの声」を改善につなげています

#### 分析した「お客さまの声」などを経営層に報告し、全社で改善策を推進

集められたさまざまな「お客さまの声」は、経営層に定期的に報告するとともに、その内容を分析して業務改善の取組みにつなげています。

具体的には、「お客さまの声」にかかわる部門横断組織である「お客さまの声」推進委員会および経営会議において改善策を検討し、全社でその推進を行なっています。

#### 「お客さまの声」を経営に活かす仕組み



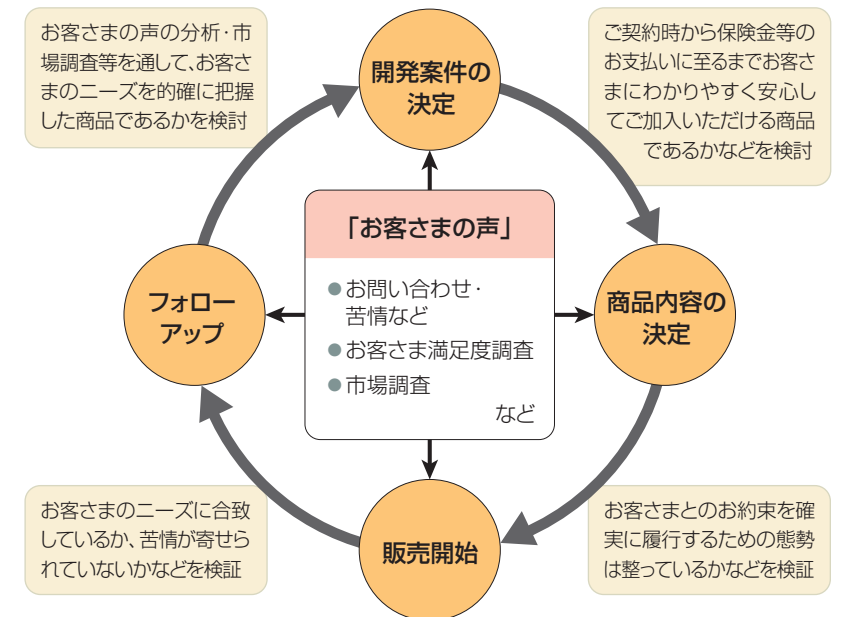
### 「お客さまの声」を商品開発にも活かしています

#### 「お客さまの声」にお応えするために

当社では、お客さまの視点に立った商品開発を心がけています。

お客さまが「安心して生きていくための多様な保障」を充実させるとともに、「わかりやすく、安心してご加入いただけるやさしい商品」の開発に注力しています。また、約款についても専門用語やあいまいな記述を見直すことで、より簡潔にした「読みやすく」「見やすい」ものにすることを追求しています。

#### 「お客さまの視点に立った商品開発」



### 「お客さまの声」にお応えした事例 (2007年度上半期)

**お客さまの声** 約款がむずかしくわかりにくい。

#### 改善事例

2007年6月に発売した女性医療保険「才色健美」から、社外有識者からのご意見も取り入れて、お客さまにとっての「見やすさ、使いやすさ、わかりやすさ」に配慮した約款に全面改訂しました。

見出しや図表を積極的に活用  
必要な情報をいち早く見つけ出せるとともに、一読して内容がわかるようにしました



旧約款

新約款

備考を使って本文をシンプルに  
備考を使うことによって、本文をシンプルに読みやすくなりました

### 職員の声

#### お客さまに選ばれる会社をめざして事務サービスを改善しています

私は、ご契約に関する事務手続きについて考える仕事をしています。お手続きの機会には、私たちが「お客さまを大切にできているかどうか」という、お客さまが今最も注目していることを確認していただくための絶好のチャンスだと考えています。そこで「ご契約に必要なお手続きを一度にお知らせする」といった観点から改善策を考えるなど、お客さまにご不便やご面倒をおかけしない事務サービス、ご満足いただけるような事務サービスの企画を立案しています。

お客さまに「手続きの対応が良かった」と感じていただき、ご満足いただけるよう、事務サービスをいっそう良いものにしていきたいと思っています。



事務サービス企画部  
今川 紗織

## 「お客さまの声」を経営に活かす

## 『「お客さまの声」白書2007』から

当社に寄せられた「お客さまの声」と、「お客さまの声」を経営に活かすための取組み状況、お客さま満足度調査の結果などについて、『「お客さまの声」白書2007』にまとめ、公表しています。各営業拠点に備え置いてご覧いただけるようにしているほか、ホームページにも掲載しています。

『「お客さまの声」白書2007』で紹介しているお客さま満足度調査の結果と、「お客さまの声」を反映した業務改善の取組み事例を紹介します。



## お客さま満足度調査の結果〈抜粋〉

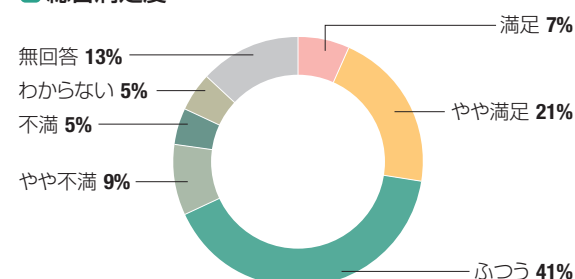
2006年度に実施したお客さま満足度調査は次のとおりです。

## ■ 2006年度調査一覧

| 分野     | 時期          | 調査名                |
|--------|-------------|--------------------|
| 個人営業分野 | 2006年7～8月   | 新契約加入手続きに関する満足度調査  |
|        | 2006年11～12月 | 祝金請求・名義変更に関する満足度調査 |
|        | 2006年11～12月 | 解約手続きに関する満足度調査     |
|        | 2007年1～2月   | 総合満足度調査            |
| 法人営業分野 | 2006年5～6月   | 第1回法人顧客アンケート       |
|        | 2007年1月     | 第2回法人顧客アンケート       |

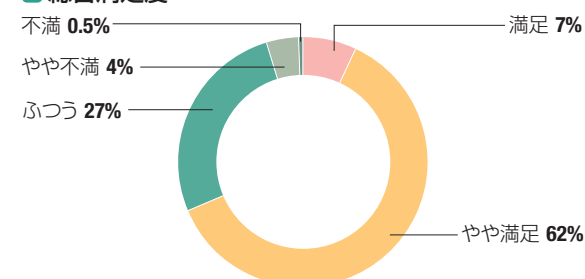
## 個人營業分野

■ 総合満足度



## 法人営業分野

■ 総合満足度



## 「お客さまの声」を反映した業務改善の取り組み事例〈抜粋〉

**苦情**：苦情を反映したもの **満足度調査**：満足度調査を反映したもの **MOT提案**：MOT提案を反映したもの

**お客さまの声** インターネットで契約者貸付の返済ができるなら、携帯電話からも返済できるようにしてほしい。

**改善例**

- 「明治安田生命カード」をお持ちのお客さまは、セブン銀行のATMで、ご契約者貸付・ご契約者貸付の返済などの手続きができるようにしました。 **苦情** **MOT提案**
- 「明治安田生命カード」をお持ちのお客さまは、NTTドコモに加えauおよびソフトバンクの携帯電話から、ご契約者貸付・積立配当金の引き出しなどの手続きができるようにしました。 **苦情**
- 当社ホームページから、生命保険パンフレットのご請求と保険見積もり依頼ができるようにしました。 **満足度調査** **MOT提案**
- ご勤務先のイントラネットを通じて、お手続きやご相談ができる「明治安田生命サービスサイト」をご利用いただけるようにしました。ご利用できる企業を順次拡大中です。 **満足度調査**

**お客さまの声** 自分が支払ったお金を受け取っているだけなのに、税金を払わなければならないのか。税務上の必要経費を計算する方法について知りたい。

**改善例**

- 個人年金開始手続きに関する説明書類と満期保険金受取手続きに関する説明書類に、税務上の取り扱いなど、お客さまにとって重要な関連情報の記載を充実させました。

**苦情** **満足度調査** **MOT提案**

- 特約更新手続きに関する説明書類を改訂し、特約が更新できなくなってしまう場合など、ご契約者にとくにご注意ください事項に関するメッセージを目立つようにしました。

**苦情** **MOT提案**

**お客さまの声** 名義変更請求書を郵送してもらったが、記入方法がわからなかった。

**改 善 例**

- 記入事項のまれ・誤りが多い名義変更手続きについて、ご記入方法をわかりやすくご説明した請求書記入見本を作成しました。あわせて手続きに関する説明書類を改訂し、ご提出が必要な公的書類をわかりやすくしました。 **苦 情** **満足度調査** **MOT提案**
- 個人年金開始請求書の記入見本について、二色印刷、文字拡大、重要事項のゴシック体表示など、ご記入者の年齢に配慮して改訂しました。 **苦 情** **満足度調査**

# お客さまの声推進諮問会議

契約者保護とお客さまサービス向上のために、「お客さまの声推進諮問会議」で社外の専門家の方々から厳しいご意見や有意義な提言などをいただいています。

## 「外部の目」で改善策を評価いただいています

### 契約者保護とお客さまサービスの向上のために

社外の専門的見地からのご意見を取り入れ、契約者保護とお客さまサービス向上のための諸施策に迅速かつ適切に反映させるため、2005年4月に「お客さまの声推進諮問会議」を設置しました。

この会議では、消費者問題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(社内委員は、代表執行役社長と「お客さまの声」統括部担当執行役、事務サービス企画部担当執行役、営業企画部担当執行役の4人)、当

社の業務運営のあり方やお客さまサービス向上のための改善策などについて、お客さまの視点で忌憚のないご意見をいただいております。経営の改善に反映させています。これまでに20回開催(2007年11月現在)し、お客さま対応窓口の整備、お申し出(苦情)への対応、お客さまとのコミュニケーションなどについて、厳しいご意見や有意義な提言などをいただいております。

**お客さまの声推進諮問会議の主な役割(一部抜粋)**

- 会社に寄せられた「お客さまの声」およびお客さまの声を代弁する「従業員の声」の調査・分析結果などに関する評価と社長への提言
- 契約者保護およびお客さまサービス向上の観点から会社が実施する諸施策・サービスなどのうち重要なものに関する評価と社長への提言 など

## お客さまの声推進諮問会議 社外委員からの声

### 「お客さまの声」を反映した施策を確実に実践していくことが重要

「お客さまの声」は企業活動の指針となる重要な情報資源ですが、これまで明治安田生命に限らず保険業界では、「お客さまの声」に耳を傾ける姿勢が欠けていました。しかしながら2005年以降、明治安田生命は「お客さまの声推進諮問会議」を開催し、「お客さまの声」統括部という組織を新設するなど、信頼回復に向けた企業改革に取り組んできたことは高く評価できると思います。

最近では、社長から「信頼を取り戻すだけでなく、積極的に満足を生み出すための取り組みを推進する」とのご意見が出されるなど、発足から3年を経て、明治安田生命の意識改革が大きく進みつつあることを感じます。

今後は、「お客さまの声」を反映した施策を確実に実践していかなければなりません。そのためには「お客さまを大切にする会社」という基本姿勢を全社に浸透させ、従業員全員が「お客さまの声」に真剣に対応していくことが重要です。また、ご契約者に限らず、地域や市民団体との交流など広く社会と対話していくことも、信頼される企業となるために欠かせない活動だと思います。



ホームエコノミスト  
篠崎 悦子 議長

## お客さまの声推進諮問会議 社外委員からの声

### 心からお客さまのために考え、行動し続けることが重要

会議の発足当初は、「お客さまを大切にする」という言葉だけが先走り、議論がかみ合わないこともありましたが、回を重ねるたびに意識改革が進み、参加する社内委員の発言からも「お客さまの目線から感じとる姿勢」が徐々に身についてきたことを感じています。

お客さまからの声に関しても、最初の頃は「苦情が増えた、減った」と量的な話題が中心でしたが、次第に「何が重要なのか」「原因は何か」といった内容の分析・検討に重心が移っていきました。お客さまのお申し出への迅速な対応によってお客さま満足度の向上へつなげようとする全社的な取り組みも、徹底されているようです。

また、私は以前から「約款などをもっとお客さまにわかりやすい表現で説明すべき」と進言してきたのですが、今回、業界に先駆けて明治安田生命がこれに着手したことは「お客さまを大切にする会社」としての大きな前進といえるでしょう。

生命保険には商品力や知名度も重要ですが、最後は「人」の信用が勝負です。今後、「お客さまを大切に思い、満足を提供する」という使命を全社に徹底し、一人ひとりの従業員が、心から「お客さまのため」を考えて日々行動し続けていくことが何より重要だと思います。



株式会社電通  
消費者研究センター 局長  
上條 典夫 委員

## お客さまの声推進諮問会議 社外委員からの声

### 「明治安田生命」の真摯な企業姿勢が伝わるブランド構築が必要

早くから国際競争で揉まれてきた製造業などに比べると、日本の金融・保険業界には「お客さまを大切にする」意識が希薄だったと思います。ところが金融自由化が進んで消費者の選択肢が広がり、今日では「お客さまを大切にする会社」でなければ存続できない時代となりました。私は今年から会議に参加していますが、経営トップをはじめ参加者のみなさまの発言に耳を傾けていると、発足から3年経ったとは思えないほど臨場感のある危機意識や変革への熱意をひしひしと感じます。

なかでも、生命保険業界において初めて「三利源」の開示を決定したことは画期的だと思います。収益力の根源を明らかにすることにもなりますが、詳しい経営状況を開示することは、「社会に開かれた会社」としての大きな前進であり、高く評価しています。

今後の課題としては、社会からもっと“顔”が見える会社になるために、人々が社名を聞くだけで「明治安田生命」の真摯な企業姿勢が伝わるブランド構築が必要だと思います。そのためには、生命保険会社らしい社会貢献活動を推進し、そこから企業イメージを形成していくことも良い方法ではないでしょうか。



早稲田大学商学学術院 教授  
恩蔵 直人 委員

# お客さまの立場に立った営業

「お客さまを大切にする会社」を実現するために、お客さまの立場に立って、新規営業とアフターサービスをバランス良く展開するための営業構造改革に取り組んでいます。

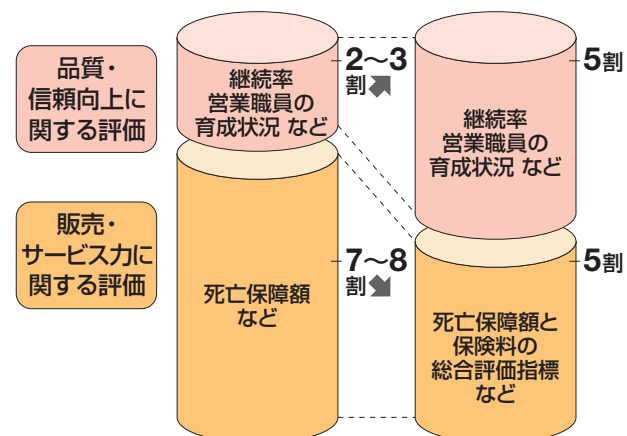
## 営業構造改革のために、業績評価体系を見直しました

### アフターサービスなどを重視して

「お客さまを大切にする会社」を実現していくためには、新規の営業だけでなく、ご契約後のアフターサービスやお客さまへのきめ細やかな対応が求められます。そこで2006年度から、営業に関する評価体系を抜本的に見直しました。この評価体系では、「品質・信頼向上に関する評価（ご契約の継続率など）」を、従来比重の大きかった「販売・サービス力に関する評価（新規のご契約など）」と同等に評価することで、営業職員のアフターサービス活動をさらに重視しています。

新規の営業に関する評価においても、従来の死亡保障中心の評価からお客さまのニーズに応じた最適なプランの提案を重視するよう変更しています。営業職員制度についても、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。

### ■ 営業業績評価の抜本的見直し



## 「ファイナンシャル・プランナー」を育成しています

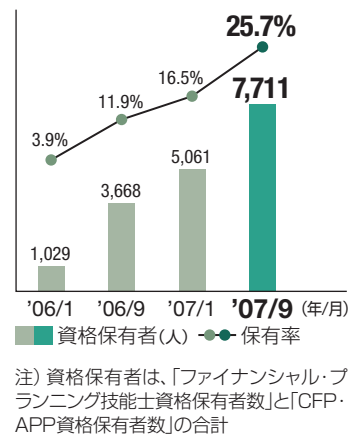
### コンサルティング力を強化するために

多様化・高度化するお客さまのニーズに的確にお応えして最適な保険商品を提案・提供するためには、お客さまの立場に立ったコンサルティングが欠かせません。

そこで当社は、お客さま一人ひとりの人生設計に即した資金計画・資産運用をアドバイスするファイナンシャル・プランナー（FP）の育成に注力。国家資格である「ファイナンシャル・プランニング技能士」の資格取得をめざす営業職員を積極的に支援しています。

各地の営業職員を研修所などに集めて社外講師による研修を開催するほか、要請に応じて各支社に社内の有資格者を講師として派遣する「スタッフ講師派遣研修」などの研修を実施しています。

### ■ FP資格保有者数・保有率



### 「ファイナンシャル・プランニング技能士」とは

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。1～3級までの資格があり、(社)金融財政事情研究会ならびにNPO法人日本ファイナンシャル・プランナーズ協会が実施する「ファイナンシャル・プランニング技能検定」に合格することによって取得できる

# 法人のお客さまへのサービスの充実

法人のお客さまへ、そこに所属する方々へもあわせて、わかりやすい説明と、一人おひとりのニーズへのきめ細かい対応に努めています。

## 団体保険などの告知文言をわかりやすく改めました

### 内容と重要性をご理解いただくために

2006年10月から、団体保険などのご加入時に使用する告知文言を改訂しています。

ご加入者が判断に迷ったり誤解することのないよう、難解な漢字を平仮名に改めたり、補足説明を加えるなどの改訂にあわせ、文字を大きくしたり、見やすい場所に掲載するなど、「わかりやすさ」という点から工夫をしました。

## 万一の場合に、ご遺族をサポートしています

### 経済的・精神的に支援

当社の団体定期保険では、法人のお客さまに所属する方がお亡くなりになった場合に、ご遺族を経済的・精神的にサポートする制度「ALPHA」を用意しています。

経済的サポートとしては、ご事情に応じて、保険金を年金でお支払いする方法などを提案しています。

精神的サポートとしては、ご遺族の不安を少しでも軽減できるように、ご遺族と面談する「遺族ガイダンス」を行っています。今後の家計収支のシミュレーションや、場合によってはメンタルヘルスカウンセリングも実施しています。

ガイダンスは年間約300回実施しており、「こちらの立場になっているいろいろお世話をしていただき、助かりました」などのお言葉をいただいています。

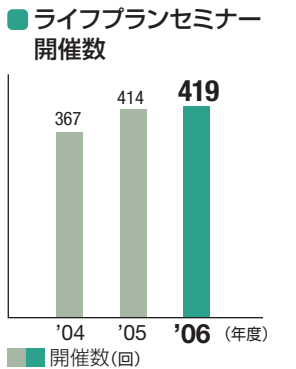
## 人生設計のセミナーなどを開催しています

### お客さまのご要望に応じて

法人のお客さまに所属する方々を対象に、「健康」「生きがい」「家計経済」に関する「ライフプランセミナー」を開催しています。その法人の福利厚生制度やテーマ、加入者の年代・属性などに応じて半日から1泊2日で実施する「オーダーメイド」のセミナーで、受講者の方々にとって身近なモデルを題材としたケーススタディ方式としています。

その他、年金や保険、資産形成・運用などに特化したテーマを中心としたセミナーも開催しています。

2006年度は、419回のセミナーを開催しました。



### 職員の声

## ご遺族の不安軽減のために、ご家族構成などに配慮したガイダンスを心がけています

「遺族ガイダンス」では、ご家族に先立たれてご傷心のご遺族とお会いしますので、言葉遣いや身なりにも細心の注意を払って、わかりやすくご説明するよう心がけています。

単に保険金のご請求手続きを説明するのではなく、事前に伺った家族構成、とくにお子さまのご年齢に応じたさまざまな年金受け取りパターンを用意し、公的機関からの給付などの説明も加えながら、団体のご担当者さまと一緒にご遺族の不安が少しでも軽くなるよう努めています。今後も、一人でも多くのお客さまに安心の輪が広がるよう、団体の福祉制度を推進するお手伝いをしていきたいと思っています。



公法人第五部  
鶴田 優佳

# お客さまのための営業職員の教育

お客さまへの説明責任を果たし、さまざまなご要望に的確にお応えできるように、営業職員の知識・スキルを向上させる教育・研修に取り組んでいます。

営業職員の研修体系・体制を強化しています

信頼される職員を育成するために

多様化するお客さまのご要望に的確にお応えするために、お客さまの立場に立ったコンサルティングやきめ細かいアフターフォローを実践できる営業職員の育成に力を入れています。生命保険業界統一のカリキュラムと連動させて、お客さまから信頼されるために、知識とスキルを習得できる研修体系を整備し、その強化に努めています。

2007年度には、中核営業職員の育成に向けた初期育成体制を強化するために、全国60カ所に「実践トレーニング室」を新設。さらに商品や契約保全業務に関する知識やマナーなどを磨く実践的な訓練を専門の職務とする「トレーニング担当」を配置しました。

「基本力」「応用力」ともに強化しています

保有すべき知識・スキルを明確化

2007年度には、営業職員が習得すべき知識・スキルを「基本力」と「応用力」に分けて明確化するとともに、営業職員自らが知識習得にチャレンジする風土の醸成に努めています。

まず全営業職員が共通で保有すべき「基本力」については、全社同一カリキュラムで教育を実施。「応用力」のうち、地域の特性にかかわる実践的な販売スキルについては支社・営業所主導で教育を推進しています。

また、2008年度には、会社が期待する活動、実践スキル、マナー、コンプライアンスなどの必要レベルを明確化し、その習得状況を評価する制度を新たに導入予定です。



実践・前期I期研修テキスト



I期・1年目研修テキスト

● 営業職員初期教育体系

|            | 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CLI期                           | 前期CLIⅡ期～Ⅳ期(随時昇格)                 |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    | 後期CLI・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<br>集合研修 | 試験前<br>研修                      | 実践<br>研修 | I期研修<br>3単位<br>【毎月開催】            | 1年目研修<br>4単位<br>【4、6、8、10、12月開催】 |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    | 2年目研修<br>3単位<br>【5、9、12月開催】 |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|            |                                |          |                                  |                                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    |                             |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    | (一部は営業所で実施) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|            |                                |          |                                  |                                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    |                             |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 職域スクール     |                                |          |                                  |                                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    |                             |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 生保・損保併売研修  |                                |          |                                  |                                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    |                             |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 検定・試験      |                                |          | コンプライアンス<br>検定①                  | コンプライアンス<br>検定②                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    |                             |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|            | 月1回マイスター「確認くん」を活用した理解度・習熟度チェック |          |                                  |                                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    |                             |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 営業所内<br>教育 |                                |          | 前期I期<br>カリキュラム<br>全24単位／<br>12時間 |                                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    | 営業所内勉強会(MOT教育タイム10)・同行指導    |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|            |                                |          |                                  |                                  |   |         |   |   |   |   |    |    |    |    |                             |         |    |    |    |    |    |    |    |    |    |             |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

毎日、全営業所で基本力を向上

コンプライアンスや説明責任、マナーなどに関する知識・スキルは、お客さまから信頼していただくための前提となるものです。当社では、これら「基本力」をとくに重視し、全社統一の教育として全営業所で「MOT教育タイム10」を実施しています。

これは、毎日の朝礼時の10分間を利用し、週ごとに定められたテーマについて集中的に学ぶというもの。この研修のために営業職員向けの社内報に教材を掲載するほか、ビデオやテキストを作成・配布し、各営業所で継続的な基本力向上に努めています。

営業所での指導を強化

日常的に営業職員を教育する立場にある営業所長などに対して、指導力を向上させるための本社集合研修を層別開催しています。

さらに必要に応じて支社・営業所などに本社の指導担当者を派遣し、個別指導を実施しています。

支社での教育の強化と支援

各支社では、教育チームを結成し、営業職員の組織的な育成力の向上を図るほか、マナーインストラクターを任命するなど、実践教育を実施しています。

本社は、支社の要請に応じて講師を派遣し、「支社マネジメント研修」や「2年目新人ステップアップ研修」などの集合研修を支援するとともに、三半期に

1回、支社教育実態の把握と指導を行っています。

説明責任を果たすための教育を充実させています

お客さまに重要事項を確実にご理解いただくために

保険の募集時には、商品やご契約の内容を十分ご理解いただけるよう説明責任を果たすことが重要です。そこで当社は募集時に「契約概要」と「特に重要なお知らせ」をお渡しし、口頭で十分にご説明することで重要事項についての注意を促すよう徹底しています。また、営業職員がこうした説明・注意喚起を実践できるように「重要事項説明マニュアル」とビデオを作成。2006年10月には「重要事項説明」などをテーマとした「全国ロールプレイング大会」を開催し、説明責任に対する意識の向上を図りました。

さらに2007年4月からは、「保険契約に関する意向確認書」を導入し、ご契約いただく保険商品がお客さまのニーズにあった内容であることをご確認ください。これを徹底するため「重要事項説明・意向確認の手びき」とビデオに加え、新入職員用の補助教材として「重要事項説明ボイスカード」を作成・活用しています。



営業職員向けの社内報に「MOT教育タイム10」の教材を掲載

● 本社集合研修実績 (人)

|                   | 参加人数  |
|-------------------|-------|
| 2006年度            | 2,787 |
| 2007年度<br>(4～10月) | 1,442 |

(注) 参加者には営業所長、営業指導担当、育成主任、支部マネジャー、法人チーフを含む



お客さまへの充実した説明のための教育ツール「重要事項説明・意向確認の手びき」冊子



重要事項説明ボイスカード

## ガバナンスの体制

ご契約者を“社員”とする「相互会社」として、ご契約者の意思を経営に反映させるよう努めるとともに、委員会設置会社として、ガバナンスの強化と経営の透明性向上を図っています。

### ご契約者の意思を 経営に反映しています

#### 「相互会社」としてのガバナンス

当社は、ご契約者を社員<sup>①</sup>とする「相互会社<sup>②</sup>」であり、その最高意思決定機関は社員の代表が参加する「総代会」です。

また、「お客さま懇談会」などを開催し、ご契約者一人ひとりのご意見・ご要望を経営に反映させるよう努めています。

なお、「総代会」(2007年7月)「お客さま懇談会」(2006年度)の開催状況についてはP29～30をご参照ください。

### 「外部の目」で経営を チェックしています

#### 「委員会設置会社」に移行して

当社は2006年7月から、「外部の目」による経営チェックをいっそう厳格にするため「委員会設置会社」に移行。取締役会のなかに、社外取締役が過半数を占める3つの委員会(指名委員会・監査委員会・報酬委員会)を設置するとともに、業務の執行とその監督を明確に分けています。

また、取締役会においても、過半数(11人中6人)を社外取締役とし、経営への監督機能を強化しています。



社員とは

相互会社の「社員」は、ご契約者(剰余金の分配のない保険契約のみにご加入のご契約者を除く)一人ひとりのことをいい、株式会社の株主にほぼ相当するもの



相互会社とは

保険業法に基づき設立が認められた会社形態で、ご契約者(剰余金の分配のない保険のみにご加入のご契約者を除く)を社員とする法人

#### 取締役会等開催状況 (回)

|       | 2006年度<br>(7月以降) | 2007年度<br>(4～9月) |
|-------|------------------|------------------|
| 取締役会  | 10               | 10               |
| 指名委員会 | 2                | 2                |
| 監査委員会 | 10               | 8                |
| 報酬委員会 | 3                | 2                |

# ガバナンス

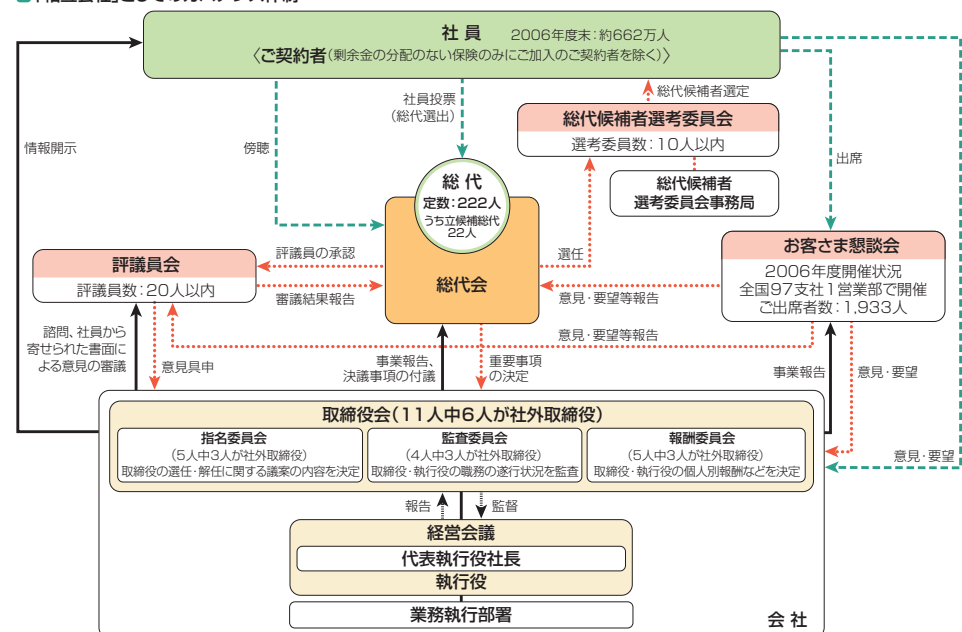
～お客さまとの絆のために～

「お客さまを大切にできる会社」の実現をめざして、当社は全力をあげて「明治安田再生プログラム」を推進してきました。コーポレート・ガバナンスの強化は、その基本となる大切な取組みです。

「相互会社」として、ご契約者の意思にそった経営を実現すること。社会に向けて積極的に情報を開示し、説明責任を果たしていくこと。

当社は、これらを実行することで、透明性の高い「開かれた会社」として社会からの信頼を得られるよう努めています。

#### 「相互会社」としてのガバナンス体制





# 内部統制システムの整備・高度化

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。

## 経営の健全性・適切性の確保に努めています

### 内部統制システムを高度化

内部統制の整備・高度化の根幹となる方針として2006年5月に「内部統制システムの基本方針」を策定しています。この基本方針に基づいて内部統制システムの整備・高度化を推進するために、経営会議の諮問機関として「内部統制委員会」を設置し、内部統制に関する広範な事項について体系的かつ組織横断的な視点から検討を重ねています。

また、財務報告にかかる内部統制ルール(いわゆる「日本版SOX法」)は、本来上場会社に適用される規則ですが、財務報告の信頼性を高めるため、相互会社である当社も自主的にこれに準拠し、内部統制報告書を作成する予定です。

## 「内部管理自己点検」による継続的な改善

不祥事故、諸リスク発生の未然防止および業務運営上の課題などの把握と改善に向け、必要な対策を講じるこ

とを目的に「内部管理自己点検」を実施しています。これは、各部署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あり、2006年度に態勢・内容を改善し、再整備したうえで取り組んでいます。

2007年度はさらに、本社、支社などの対象組織別に指導・検証態勢を整備し、自己点検後のフォローアップなどの強化を進めており、自己点検を通じた適切な業務運営の確保に継続的に努めています。

### 内部監査の体制・運営を強化

内部監査部門は、他の部門・業務からの独立性を確保するために、代表執行役が専任で担当しています。

内部監査部門の体制を強化するために、専門性を有する人材の登用と、内部監査部門の職員の検証力向上に引き続き取り組んでいます。今後も監査体制の強化、監査後のフォロー・改善態勢の充実など、検証態勢の強化に努めていきます。

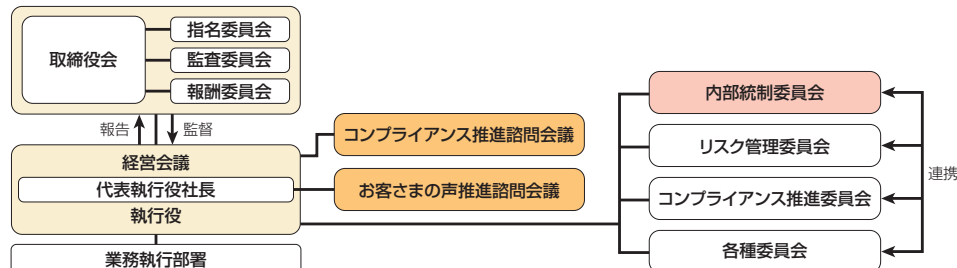
### 内部統制システムの基本方針とは

2006年5月の会社法施行に伴う保険業法の改正を受けて取締役会において決議したものの、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・リスク管理にかかる規程・態勢などについての方針を規定

### 日本版SOX法とは

米国の「サーベンス・オクスリー法(SOX法)」などを背景につくられた金融商品取引法の一部規定の通称。会計不祥事を防止するため、上場会社に、財務報告に関する内部統制の強化と、その整備・運用状況を評価した内部統制報告書の作成・提出などを求めるもの

### 内部統制委員会の位置付け



# 情報開示の推進

透明性の高い「社会に開かれた会社」をめざして、より多くの方々に当社をご理解いただくための態勢を整え、積極的な情報開示を推進しています。

## 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」を設置

情報開示の充実をめざして、2005年12月から「情報開示推進委員会」を設置しています。同委員会では、「情報開示に関する基本方針」に基づいて、情報開示の内容・手段・頻度などについて審議し、開示結果に関する社外への評価も踏まえて改善を検討しています。審議にあたっては、社外アドバイザーから、外部の目で見た客観的なご意見を伺っています。

## 経営活動に関する情報を積極的に開示

当社は、ご契約者をはじめとして広く一般の方に対して当社の経営状況をよりいっそうご理解いただくために、生命保険業界で初めて、基礎利益の内訳である「三利源」の開示を決定し、2005年度決算から開示しています。

また、業務の適切性にかかわる情報として、「お支払いに該当しないと判断したご契約件数」や「苦情情報」、「保険金・給付金のお支払いに関する不服申立制度のご利用状況」を四半期ごとに開示。そのほか、お客さまの保護や利便にかかわる部署の「基本的役割」と年度ごとの具体的な取組みである「運営方針」を開示しています。

さらに2007年11月発表の2007年度上半期報告では、クオリティを示す指標として新契約の「4回目・7回目

### 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。

総合継続率」に加えて、「13回目総合継続率」(P9ご参照)を公表するなど情報開示のいっそうの充実に努めました。

### よりわかりやすい情報提供

当社では、お客さまにとっての「見やすく、使やすく、わかりやすい」冊子づくりをめざしています。

2007年7月に発行した法定版ディスクロージャー資料「明治安田生命の現況」においては、本文の文字の大きさを前年度比約1.3倍に拡大するとともに、カラーユニバーサルデザインを採用するなど、大幅に改訂しました。

### 三利源とは

生命保険会社の基礎的な期間損益である「基礎利益」の内訳となる「費差」「危険差」「逆ざや」の3つをさす

- ※ 費差とは、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との差額
- ※ 危険差とは、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
- ※ 逆ざやとは、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



**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**  
[http://www.meijiyasuda.co.jp/regular/give\\_info/](http://www.meijiyasuda.co.jp/regular/give_info/)  
**保険金・給付金のお支払いに関する不服申立制度のご利用状況**  
<http://www.meijiyasuda.co.jp/regular/objection2/>



「明治安田生命の現況2007」(左)、  
「MEIJIASUDA INFORMATION 2007 Vol.2」(右)  
などで、経営状況について、情報提供しています  
<http://www.meijiyasuda.co.jp/profile/disclosure/>

当社ホームページでは、会社情報などについて、タイムリーに情報を提供しています  
<http://www.meijiyasuda.co.jp/>

# リスク管理体制

長期にわたる保険契約上の責務を確実に履行していくために、リスク発生を未然に防止するとともに、発生したリスクに対しては迅速・適切に対応できる体制の整備を進めています。

## リスク管理は経営管理の重要項目の一つです

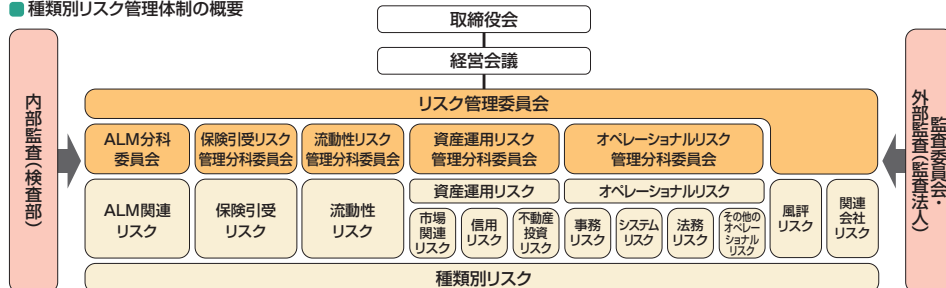
### 「種類別」「組織別」に管理

当社はあらゆる業務にリスクが潜在すると考え、リスクを会社の経営方針の実現を阻害する要因と定義しています。そして、経営の健全性を確保し、保険契約上の責務を確実に履行するために、リスク管理を経営管理の重要項目の一つに位置付け、体制整備に努めています。リスク管理体制は、種類別および組織別に整備しています。

まず「種類別リスク管理」では、種類別リスクごとにリスク管理分科委員会などを設置。その上位に経営会議の諮問機関であるリスク管理委員会を設けて、全社的なリスク管理状況を把握・管理しています。

「組織別リスク管理」では、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、主に通常の業務遂行で発生するオペレーショナルリスク<sup>①</sup>についてリスク管理状況の把握・確認をしています。

### ■種類別リスク管理体制の概要



## 年度ごとに重点実施事項を定めています

当社では、社内外の情勢の変化に応じて、年度ごとに「全社リスク管理重点実施事項」を定めています。

2007年度は、①種類別リスクの管理体制の高度化、②組織別リスク管理の推進のための可視化プロジェクトの実施、③リスクの報告窓口の一元化、④事務リスクの未然防止の4つを中心に取り組んでいます。

### 網羅的かつ実効性ある管理を実現

種類別リスクに「ALM関連リスク<sup>②</sup>」「法務リスク<sup>③</sup>」「関連会社リスク<sup>④</sup>」を2007年度に新設しました。これによ

### ① オペレーショナルリスクとは

当社では「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、お客さままたは当社が損失を被るリスク」と定義

### ② ALM関連リスクとは

当社では「会社などの財務状況の悪化によって業務運営が法令などに定める特別な制約を受ける状態に陥るリスクや、経済価値における債務超過状態に陥るリスク」と定義。ALMとはAsset Liability Management（資産・負債総合管理）の略称

### ③ 法務リスクとは

当社では「法令に抵触することによって法令上の責任を問われたり、著しく不利益な契約などを締結することによって生じるリスク」と定義

て、グループ全体を網羅し、かつ実効性の高いリスク管理の実現を図っています。

### 可視化プロジェクトを推進

業務に潜在するリスクの可視化を図るために、2006年10月から本社各部の業務をフローチャート化・文書化しました（2007年8月完了）。これをもとに、業務遂行にあたって想定される「阻害要因（＝リスク）の洗い出し」「各リスクの統制手段の文書化、十分性の評価」を実施しています。

この「可視化プロジェクト」は、「フローチャート」「業務記述書」「リスク・コントロール・マトリクス」からなる「リスク評価書3点セット」を作成し、「業務の流れ」「リスクの所在」「コントロールの状況」を「見える化」することで、問題点の改善を図るもの。事務遂行や業務運営上のリスクをいっそう適切にコントロールし、各組織でノウハウを共有することでリスクの縮減をめざします。

### 発生リスクの報告窓口を一つに集約

保険業務には常にオペレーショナルリスク（事務・システム・法務・その他のリスク）が潜在しています。

2007年度には、支社・法人部・本社各部で発生したリスクをすべてリスク管理統括部に報告することで報告の一元管理を行ない、リスク捕捉の網羅性を高めています。

### 未然防止策の検討・実施

オペレーショナルリスクのなかでも、

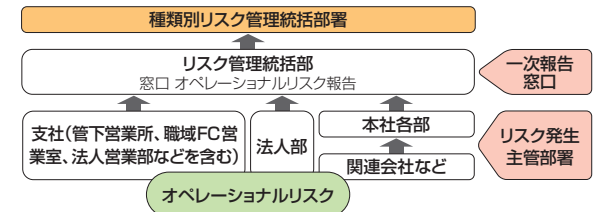
とくに事務リスクは全業務に潜在し、内容によってはお客さまに直接影響を及ぼす恐れがあります。そこで当社は、組織ごとに「リスク管理検討会」を毎月開催し、リスクが発生した場合には原因を徹底的に分析し、再発しないよう未然防止策を検討・実施しています。

また、全役職員に対する研修や、組織ごとの勉強会などを実施し、リスクとリスク管理に対する理解・知識を深めています。

### ④ 関連会社リスクとは

当社では「関連会社で発生した事象によって、お客さままたは当社グループが損失を被るリスク」と定義

### ■オペレーショナルリスク発生時の報告体制



### 職員の声

#### 誰が見てもわかるようにリスクを「見える化」すること

「可視化プロジェクト」の推進事務局を担当しています。各業務の担当者以外には見えづかった業務プロセスを誰が見てもわかる状況にしたうえで、どこにリスクが存在するのかを明らかにし、英知を結集してそのリスクを管理・縮減して、事務品質の向上を図ろうとするのが「可視化プロジェクト」です。

多くの職員の協力のおかげでようやく本社各部のすべての業務の文書化が終わり、これをもとに課題点を改善していく局面に入っています。お客さまに品質の高いサービスをご提供できるよう引き続き全力で取り組んでいます。



リスク管理統括部  
田中 英樹

# コンプライアンスの考え方

法令や社内規程を守ることがもとより、倫理や社会的良識に基づいて公正・誠実に行動することで、社会からさらに信頼される企業となることをめざします。

## 一人ひとりが公正・誠実に行動します

**法令・規程・社会的良識に基づいて**  
「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ことがもとより、社会的良識に基づいて公正・誠実に行動すること」——当社はコンプライアンスを、こう定義しています。  
企業としての社会的責任を果たすためには、倫理や社会的良識に基づいて行動することが不可欠であることを教育・徹底しています。

## コンプライアンス・マニュアル

**遵守すべきルールを実務に即してわかりやすく解説しています**  
役員・職員向けのコンプライアンス・マニュアルと保険募集人向けのコンプライアンス・マニュアル(分冊)から構成されています。



役員・職員向け  
遵守すべきルールを一般的・網羅的に解説



保険募集人向け  
(営業職員用)  
保険募集人の職務内容に応じ、具体的・専門的に解説

## 職員の声

コンプライアンスを重視することが、お客さまとの絆を確かなものにしていきます

私たち法人営業担当は、日々お客さまと接しています。そのなかで私自身が心がけていることは、まず自分自身が保険商品の販売に関する法令、それに基づく商品取り扱いなどの遵守事項、その背景を十分に理解すること。そして、お客さまに対して正しく、誠実に説明すること。また、ご質問があれば、お客さまの視点から、とことんわかりやすくお答えすること。これが営業活動におけるコンプライアンスの基本であると考えています。

基本に忠実な行動を積み重ねることが、お客さまとの絆を確かなものとしていくための最良かつ最短の方法と信じ、これからもコンプライアンスを実践していきたいと思います。



名古屋総合法人部  
富田 智行

## 携行カード

**誠実に行動するために、すべての役員・従業員が常に携行しています**  
すべての役員・職員・営業職員がコンプライアンスの重要性を忘れず、お客さまに誠実な対応ができるよう、「携行カード」を常時携行しています。  
経営方針やCSR経営宣言、行動憲章、販売・サービス方針、個人情報保護方針などに加えて、不適正行為を発見した際に利用できる内部通報制度の案内も記載しています。



 **保険商品の販売に関する法令とは**  
保険商品の販売にあたって遵守しなければならない「保険業法」「金融商品の販売等に関する法律」「消費者契約法」などの関係法令

 **保険募集人向けコンプライアンス・マニュアル(分冊)とは**  
「営業職員用」のほか、「法人部・支社法人営業部用」「代理店用」など募集形態ごとに作成

# コンプライアンス

～お客さまとの絆のために～

社会から信頼され、期待される企業になるためには、企業倫理の確立・徹底が大前提です。

そこで当社では、日常の行動や考え方の基準(基本方針・遵守基準)となる「行動憲章」を定めるなど、すべての役員・従業員が、コンプライアンスの重要性を理解し、公正・誠実に行動することを自らの「信条」とできる態勢づくり、風土づくりに努めています。



# コンプライアンスの強化態勢

グループ全体における業務全般のコンプライアンスを強化するための態勢を整備し、年度ごとに実行計画を策定してPDCA(Plan・Do・Check・Action)を実行しています。

コンプライアンスの強化にグループ全体で取り組んでいます

グループ全体を一元管理

当社は、「コンプライアンス統括部」を設置し、関連会社を含めたグループ全体のコンプライアンスを一元管理しています。グループ内のコンプライアンス関連情報を集約し、関係各部と連携して、不適正事象などの調査・対応にあたるほか、保険商品開発、保険募集・保全手続き、保険金のお支払い、資産運用などにかかわる不適正事象の未然防止策を検討しています。

また、グループ各社を含めてコンプライアンス研修を継続的に実施しています。

業務全般の態勢を検討・整備

2006年11月に、それまでの「販売・サービス管理委員会」を「コンプライアンス推進委員会」に改組し、グループ各社も含めた業務全般にわたるコンプライアンス態勢を検討・整備しています。

また、このコンプライアンス推進委員会の下に個人営業・法人営業それぞれの「特別分科委員会」を設置し、保険募集時などのコンプライアンスの改善・強化を迅速に進める態勢を整えました。

不適正行為の内部通報窓口を設置しています

社内設置窓口だけでなく  
社外設置窓口も

不適正行為があった場合、通常は、各部署に配置した「法令遵守責任者・担当者」を通してコンプライアンス統括部に報告することとしていますが、発見者が直接コンプライアンス統括部に報告できる窓口も設置しています。

通報窓口としては、社内設置窓口である「コンプライアンス110番」に加えて、2005年10月から、社外設置窓口である「企業倫理ホットライン」も開設しています。

| 内部通報窓口の利用件数 (件) |        |              |
|-----------------|--------|--------------|
|                 | 2006年度 | 2007年度(4~9月) |
| コンプライアンス110番    | 99     | 37           |
| 企業倫理ホットライン      | 55     | 25           |
| 合計              | 154    | 62           |

年度ごとに実行計画を策定・実行・評価しています

結果は人事評価にも反映

当社は、年度ごとに「コンプライアンス・プログラム」を策定(Plan)、実行(Do)、評価(Check)、次の行動(Action)につなげています。中間期、年度末の評価結果は経営会議、取締役会に報告し、人事評価にも反映しています。

2007年度は、2006年度の評価結果を踏まえ、グループ一元管理態勢の強化、保険募集に関する不適正事象未然防止の取り組みなどを基本方針として定め、全社および各部署の実行計画を策定、推進しています。

コンプライアンス・プログラムの運営スケジュール

|                 |                                                             |
|-----------------|-------------------------------------------------------------|
| 3~5月<br>Plan    | ●前年度プログラムを評価<br>●本年度プログラムの枠組みを策定<br>●本社・支社・法人部で具体的取り組み計画を策定 |
| 6~9月<br>Do      | ●各部署で進捗管理                                                   |
| 10~11月<br>Check | ●中間状況を評価<br>●本社・支社・法人部において取り組み事項を中間見直し                      |
| 12~3月<br>Action | ●各部署で進捗管理                                                   |

すべての集合研修で意識・知識を高めています

あらゆる機会を通して継続実施

原則としてすべての集合研修にコンプライアンス研修の時間を設けるなど、あらゆる機会を通して研修を継続実施しています。

また、2005年の行政処分を受けて、年2回コンプライアンス強化特別週間を設定し、コンプライアンス集中教育を実施しています。

さらに社内報や、イントラネットによって、コンプライアンスについての情報を継続して発信しています。

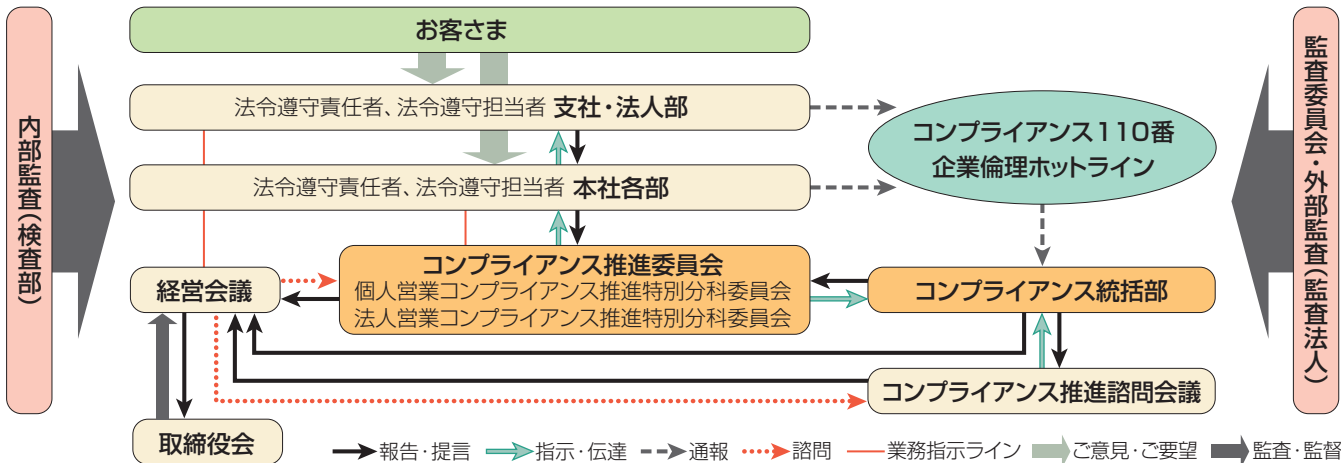
コンプライアンス研修実施状況

|                                                    |
|----------------------------------------------------|
| 職務別研修、層別研修、個別指導を目的とした特別研修                          |
| 時期：2006年度 回数：計350回以上<br>時期：2007年度(4~9月) 回数：計150回以上 |

|                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------|
| 執行役対象研修                                                                            |
| 時期：2006年8月「組織体の危機管理について」<br>時期：2007年3月「コンプライアンスと内部統制」<br>時期：2007年8月「コンプライアンスと経営判断」 |

|                        |
|------------------------|
| イントラネット研修              |
| 時期：2006年6~7月、2007年6~7月 |

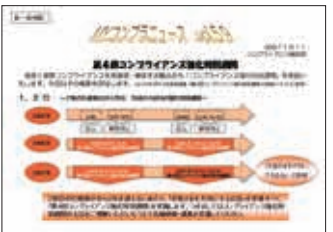
コンプライアンス推進体制の概要



従業員向けコンプライアンス情報発信ツール



社内報でのコンプライアンス情報



イントラネットで発信している「MYコンプラニュース」

# コンプライアンス推進諮問会議

実効性の高い法令等遵守態勢を構築するために、「コンプライアンス推進諮問会議」で社外の専門家の方々から貴重なご意見をいただいています。

## 「外部の目」で審議いただいています

**実効性の高い態勢を構築するために**  
法令等遵守態勢の実効性を高めるため、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」を開催しています。  
この会議では、専門家3人を社外委員としてお迎えし(社内委員は代表執行役社長とコンプライアンス統括部担当執行役の2人)、コンプライアンス推進の基本方針や重要規程の改正などを審議、貴重なご意見をいただいています。

「コンプライアンス推進諮問会議」開催実績

| 年度/月   |     | 主な審議事項                                           |
|--------|-----|--------------------------------------------------|
| 2006年度 | 7月  | ●コンプライアンス関連規程の改正                                 |
|        | 11月 | ●2006年度コンプライアンス・プログラム中間評価<br>●コンプライアンス基本規程の改正    |
|        | 2月  | ●2007年度コンプライアンス・プログラムの方針策定<br>●コンプライアンス・マニュアルの改訂 |
| 2007年度 | 5月  | ●2006年度コンプライアンス・プログラム年度末評価                       |
|        | 8月  | ●行動憲章の改正                                         |



コンプライアンス推進諮問会議の様子

## コンプライアンス推進諮問会議 社外委員からの声

「社会の要請をふまえ、当社がさらに注力すべきコンプライアンス事項」をテーマにご意見をいただきました



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  
川田 晃 委員(議長)

### 社会に喜ばれる企業に

事務所経費処理を巡る「政治と金」、年金の記録不備や横領などの「行政と金」、の問題が最近話題になっています。  
企業にあっては、「企業と金」の問題として、企業の収益と顧客の利益のバランスをどう取るかというテーマが重要となります。  
もちろん企業は収益を上げることがその存在意義ではありますが、一方で、「社会の人に喜ばれているのか」という原点に帰ることも必要です。



早稲田大学大学院  
法務研究科 教授  
大塚 英明 委員

### お客さまとの「約束」として

一口にコンプライアンスといってもさまざまな意味があります。会社組織機構上の内部統制の確立をさす場合もあるでしょうし、保険業法的な事業運営の適正性確保、とりわけソルベンシー・マージン比率の維持の場合もあるでしょう。  
しかし、保険金不払い問題がここまで深刻な問題となった昨今、改めて「保険契約法」や「保険約款」を見直す必要があるのではないのでしょうか。それらは、消費者と保険会社との「約束」を支える最も重要な土台なのですから……。



山王法律事務所 弁護士、  
國學院大学  
法科大学院 教授  
中川 徹也 委員

### コンプライアンスとフェアネス

コンプライアンスとは、法令を遵守するだけで良しとするものではない、と言われます。  
例えば保険金について、請求主義のもとでは、お客さまからの請求がないものについて支払いがされなくとも、法令違反にはならないのかもしれませんが。  
しかし、特約に応じた保険料を受け取りながら、特約にしたがった保険金の支払いがされないことは、フェアではありません。コンプライアンスを貫くものは「フェアネス」ではないでしょうか。

# 個人情報などの保護・管理

お客さまの大切な個人情報を保護するために、研修・教育や各種ツールの整備を通して、適切な情報管理を促進するとともに、情報システムで管理するデータの安全性確保に努めています。

## お客さま情報の保護・管理の強化に努めています

**ツールを新規作成・改訂**  
当社は、650万人を超えるご契約者をはじめとする多くの方々の個人情報をお預かりしており、その保護・管理の強化に努めています。(「個人情報保護宣言」「個人情報保護方針」についてはホームページをご参照ください)  
お客さま情報を取り扱う従業員に対して情報の保護・管理の重要性を認識させ、意識を高めるために、朝礼などで日常的な教育を実施しています。  
2007年度には、ダイレクトメールなどの送付時に、封入物の再確認を励行し、誤送付を防止するために活用する「情報保護シール(封緘シール)」や、お客さまからお預かりした書類を収納して他の書類から分別することで、散逸・紛失を防ぐ「お客さま情報専用ファイル」など、お客さまの個人情報を適切に管理するためのツールを全営業職員に配布しました。

## 情報システムの安全性確保に努めています

**業界標準、第三者機関評価を取り入れた、データの安全対策**  
財団法人金融情報システムセンター<sup>※</sup>策定のシステム監査指針や安全対策基準・解説書などをふまえ、情報システムで管理するデータの安全対策を実施しています。  
また、営業職員が外出先で使用する携帯端末について、安全対策を徹底するため第三者機関評価<sup>※</sup>を取り入れるなど、とりわけお客さまのデータの安全性確保に努めています。  
**災害や不正アクセスなどへの備え**  
コンピュータセンターは、災害への対策として、地盤が強固な地域に配置したうえで自家発電装置を整備。さらに、IDカードと防犯カメラを設置して、不正侵入・不正使用を防止しています。  
また、ネットワークからのデータ流出、不正アクセスを防止するために、ウイルスワクチンソフトを導入するとともに、社外との通信における不審な挙動を検知するシステムも導入しています。

## お客さまの個人情報を適切に管理するためのツール



お客さまからお預かりした書類の散逸・紛失を防ぐ「お客さま情報専用保管ボックス」(写真左)「お客さま情報専用ファイル」(写真右)

WEB「個人情報保護宣言」と「個人情報保護方針」  
<http://www.meijiyasuda.co.jp/regular/privacypolicy/>



「個人情報の保護に関する基本方針のお知らせ」を店頭に備え付け

財団法人金融情報システムセンターとは

1984年11月に、当時の大蔵大臣の許可を得て、金融機関、保険会社、証券会社、コンピュータメーカー、情報処理会社などの出捐によって設立された機関(現在は金融庁の所管)。刊行する基準、指針などは業界標準の位置づけ

第三者機関評価について

当社では、セキュリティに精通し社会的信用性の高い第三者機関を選定したうえで、当該端末の安全対策状況について専門的見地から評価を依頼し、評価結果や助言に基づいて必要な対策・改善を実施



## お客さまが暮らす 社会・環境との絆

安心して豊かに暮らせる社会を実現するために、そして地球環境を守るために、解決しなければならない問題、取り組まねばならない課題があります。

当社では、生命保険本来の相互扶助の精神に基づいて、商品・サービスの提供だけでは実現できない、さまざまな立場の方々への支援活動や、環境保全活動などに取り組んでいます。

## 社会貢献活動の考え方

会社、従業員、財団などがそれぞれの特性にあわせた社会貢献活動に継続して取り組んでいます。

### 息の長い社会貢献活動をめざしています

#### 会社、従業員、財団——3つの柱で

当社は、真に安心して豊かに暮らせる社会を実現するために、「社会貢献活動基本方針」を制定し、4つの観点を

重視して、さまざまな分野で社会貢献活動に取り組んでいます。

その際、「会社の実施する事業」「従業員の参加によって推進する事業」「財団などの実施する事業」の3つを柱として、それぞれ継続性と安定性を重視した、息の長い活動をめざしています。

#### 社会貢献活動基本方針

- **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、生命保険事業では直接カバーできない人々に対し、クオリティの高い支援を行ないます。とくに、障がい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。
- **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。
- **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。

### 社会貢献活動の事例

#### 会社の実施する事業

- **黄色いワッペン贈呈事業**  
全国の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1965年から実施しています。



#### 従業員の参加によって実施する事業

- **社会貢献活動基金による地域貢献活動の実施**  
従業員の募金を原資として、NPOなどへの支援、従業員の行なうボランティア活動への支援、国内外への人道上的災害支援などの社会貢献活動を2004年から実施しています。



- **「関西を考える会」の活動**  
1976年から「ふるさと関西を考えるキャンペーン」をスタート。毎年、関西の歴史・文化に関する冊子を発行しています。



#### 財団などの実施する事業

- **コミュニケーション支援ボードの展開**  
財団法人明治安田こころの健康財団では、日常のコミュニケーションにバリアのある方をサポートするコミュニケーション支援ボード（話し言葉に代わる絵記号を使ったツール）を2004年から作成・配布しています。



お客さまが暮らす  
社会・環境との絆

#### 財団のご紹介

**財 明治安田厚生事業団**  
1962年6月設立。「新宿健診センター」での健康診断や体力医学研究所の健康づくりプログラムの開発を通して「健康な長寿社会づくり」に貢献している  
<http://www.my-zaidan.or.jp/enterprise/index.html>

**財 明治安田こころの健康財団**  
1965年3月設立。子どもの育成に関する各種相談と、専門家育成のための研修活動や研究助成などを実施し、精神面からの子どもたちの健全育成に貢献している  
<http://www.my-kokoro.jp/>

**財 明治安田クオリティオブライフ文化財団**  
1991年6月設立。若手クラシック音楽家の海外留学への助成や、地域の伝統文化の後継者育成への助成などを実施し、生活の質的向上とわが国文化の発展に貢献している  
<http://www.meijiyasuda-qol-bunka.or.jp/>

# 障がいのある方との共生社会のために

相互扶助の精神に基づいて障がいのある方々を支援しています。  
代表的な活動として、「ふれあいコンサート」や「エイブルアート・オンステージ」を開催しています。

## 「ふれあいコンサート」を開催しています

### 障がいのある子どもたちに「生の音楽」を届けるために

日頃コンサートに行く機会が少ない障がい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1984年から全国の養護学校で開催しています。会場設営から音響機材の設置まで鳥塚さんと当社従業員だけで行なう「手づくりのコンサート」で、開催費用は当社従業員の募金で運営する「社会貢献活動基金」から拠出しています。

### 記念すべき第100回公演を開催

このコンサートは、1999年までに全国47都道府県を一巡し、2007年10月5日には、新潟県立小出養護学校で100回目にあたる記念すべきコンサートを迎えました。

鳥塚さんがアニメメドレーや童謡などを歌うと、子どもたちは手拍子をしたり、一緒に歌ったり、踊ったり、大喜びでした。アンコール曲の「世界に一つだけの花」では、教職員や保護者のみなさんも一緒に盛上がりしました。

#### ■ 2007年度開催校

|       |             |
|-------|-------------|
| 10月1日 | 神戸市立青陽東養護学校 |
| 10月2日 | 滋賀県立三雲養護学校  |
| 10月3日 | 石川県立明和養護学校  |
| 10月4日 | 石川県立七尾養護学校  |
| 10月5日 | 新潟県立小出養護学校  |



100回目となった新潟県立小出養護学校でのコンサート



### 開催校のみなさまからいただいたお礼のコメント

#### 新潟県立小出養護学校長 青木 仁さま

鳥塚しげきさんの楽しいトークを交えた歌、ピエロショーに、子どもたちは立ち上がり、身体を揺すり、一緒に歌いながら、全身でその感動を表現していました。心に残る「ふれあいコンサート」をプレゼントしていただき、本当にありがとうございます。心より感謝を申し上げます。

#### 滋賀県立三雲養護学校教頭 藤田 浩二さま

子どもたちは、大きな機材など、いつもと違う雰囲気戸惑っていました。でもトリさん(鳥塚しげきさん)が歌いながらステージに登場すると、笑顔が見られ、和やかな雰囲気です。コンサートが始まりました。手拍子をしたり、一緒に歌ったり、席から立って身体を揺らしたりして楽しむ様子がとても印象的でした。最後は大合唱で、最高に盛り上がりました。また、来てくださいます。ありがとうございます。

### 開催ホスト支社のコメント

#### 神戸支社長 山口 秀樹

学校関係者はもちろんのこと、保護者のみなさんからも感謝され、改めてこの活動の意義、そして24年も続いてきた理由がわかりました。まさに「百聞は一見に如かず!」。これからも応援していきます。



#### 金沢支社長 国武 告誠

「ふれあいコンサート」が、今回で100回を迎え、私も開催地の支社長として初めてコンサートに参加しました。このコンサートが、想像をはるかに超えるやさしさと、温かい気持ちで開かれていたことを、もっと多くの人に伝えたいと正直思いました。



## エイブルアート・オンステージ「飛び石プロジェクト」の公演を実施しました

### 障がいのある方々との舞台芸術づくりにチャレンジ

障がいのある方々とアーティストが、これまで見たことのない表現や舞台作品づくりに挑む「エイブルアート・オンステージ」を実施しています。

そのプログラムの一つが「飛び石プロジェクト」。イギリスから演出家2人が、繰り返し(飛び石を置くように)来日し、障がいのある方や俳優などとワークショップを重ねて、作品を創り上げます。2007年10月には、さまざまな表現手段を組み合わせ、従来の演劇の常識を覆す全く新しい2つの作品を発表しました。



「stepping stones」  
(演出: ジョン・バリエー氏)



「血の婚礼」  
(演出: ジェニー・シーレイ氏)

### 「飛び石プロジェクト」演出者からのコメント

#### グレイアイ・シアター・カンパニー※ ジェニー・シーレイ氏(芸術監督)

飛び石プロジェクトは、障がいのあるなしにかかわらず、非凡なアーティストたちと出会うチャンスを私に与えてくれました。そして、これまでのすべてのワークショップで出会った人々の持つスキル、オープンな心とその温かさに支えられ、本当の意味で、あらゆる人がかかわることのできる演劇の新たな道筋を探し、演劇ならではの共通言語を創り出すことができました。

※ グレイアイ・シアター・カンパニー:  
ロンドンに拠点を持つ、身体障がいのあるプロのアーティストによる劇団で、シーレイ氏自身もかつてろう者の俳優として活動。

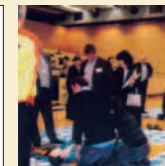


#### Column

### 外国人対象の避難訓練会場として拠点を提供

2004年以降、当社が中核企業として参画している「東京駅周辺防災隣組(約65社の企業が参加)」が、2007年度防災功労者「内閣総理大臣表彰」を受けました。

この「隣組」で当社は、3年連続で千代田区帰宅困難者対策訓練や外国人対象の帰宅困難者避難訓練の会場として明治安田生命ビルを提供してきました。とくに、外国人を対象とした避難訓練は、全国でも初の取り組みであったことから高く評価されました。



#### Column

### SRI(社会的責任投資)の取組み ——「責任ある投資のための企業評価基準」を作成

当社の関連会社、明治トレスナー・アセットマネジメント株式会社は、投資信託・投資顧問事業を展開しています。同社は「投資活動とは、単に高いリターンを求めることだけではなく、より良い社会を実現するために資金を活用する行為である」という点に着目して、独自のCSR評価基準を策定しました。

この基準の独自性は、第一に「投資家の責任」という理念を明示した点、第二に企業評価の視点を具体的に示した点にあります。

基準策定にあたっては、外部の専門家6人を中心とする「責任投資評価基準委員会」を設置。企業と投資家が、より良い社会を実現するために果たすべき責任について議論を重ね、2006年12月に、「責任ある投資のための企業評価基準」を発表しました。

# 全国各地で地域密着型の社会貢献活動を展開

全国各地の営業拠点や各部署では、それぞれの地域の特性、ニーズにあった多彩な社会貢献活動を展開しています。活動の一部をここに紹介します。

## 各地で社会貢献活動を推進しています

### 地域の社会・環境に貢献するために

全国各地の営業拠点や各部署では、それぞれの地域の特性、ニーズに合致した活動を展開しています。実施に際しては、地域住民のみならず、行政、NPOなどと協力しながら、推進しています。

### ○ 拠点周辺での清掃・美化活動を実施 (全国各地)

全国各地で拠点周辺、海岸、河川などの清掃・美化活動を行っています。



(府中支社)



(堺支社)



(熊本支社)



(明治安田事務サービス㈱)



### ● 棚田の保存活動に参加 (長野県千曲市)

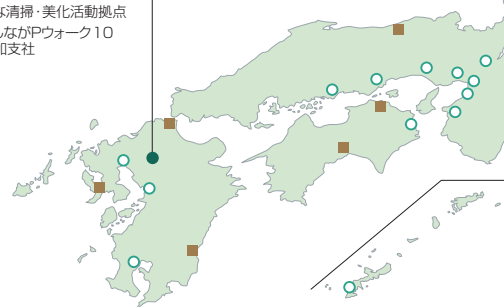
公法人第四部では、信州姥捨「田毎の月」棚田保存同好会に参加し、田植え・草刈りなどお米づくりを通して、美しい棚田の風景を守る活動を行っています。

### ● 車いすバスケットボールを支援 (福岡県久留米市)

久留米支社は「りんどう杯車いすバスケットボール大会」を支援しています。会場ではバザーを開催し、その収益金や職場での募金を寄付しました。



○：主な清掃・美化活動拠点  
■：あしながPウォーク10参加支社



### ● 釧路の宝を守れ! 釧路湿原「自然の番人宣言」(北海道釧路市)



釧路支社は、釧路湿原などでごみの不法投棄等の廃絶をめざした「自然の番人宣言」の賛同企業第一号として名乗りをあげました。釧路湿原の清掃のためにごみ袋を寄贈するとともに、従業員が定期的に湿原の清掃活動に参加しています。

### ● 障がいのある方々を「うちわ祭り」観賞会に招待 (埼玉県熊谷市)

熊谷支社では、身体障がい者の方々を支社に招待し、支社正面がメイン会場である「熊谷うちわ祭り」の風景を楽しんでいただきました。当日は、従業員がボランティアで介助サポートを行いました。



### ● 道路や公園の「里親」として (東京都台東区)



上野支社は、区道や公園などの公共施設を、区民や企業などが里親となり、責任をもってお世話をする台東区の「まちの美化里親制度」の認定団体として活動しています。日常的な清掃・美化活動のほか、不法投棄、施設や樹木の破損などの区への情報提供、除草を行っています。



### ● 地域への感謝の気持ちをこめて (東京都千代田区)

営業教育部の入社2年目の職員46人が、「第3回千代田区高齢者ふれあい秋まつり」にサポートボランティアとして参加しました。当日は受付、誘導、模擬店の運営、ごみの分別作業などを担当しました。

### ■ 「あしながPウォーク10」に参加して国内外の遺児を支援 (全国14支社)

2007年春に開催された第32回「あしながPウォーク10」に、全国14支社約360人が参加しました。これは、「あしなが育英会」が主催する活動で、国内外の遺児の現状を訴えて行進し、寄付を募ります。参加した従業員はウォーキングやイベントに参加するとともに、遺児への寄付を行ないました。



(秋田支社)

(参加支社：秋田、山形、新潟、松本、群馬、立川、甲府、福井、鳥取、高松、高知、北九州、長崎、宮崎)

## ボランティアに参加している職員の声

### 視覚障がいの方のために、音声で情報を伝える「録音図書」を製作しています

私が所属する「旭川朗読朋の会」は、視覚障がい者の方に聞いていただく録音図書や情報テープなどを製作するボランティア団体です。図書は旭川点字図書館を通して全国に貸し出されています。

私は現在、本や雑誌を朗読して録音する「音声訳」と、音声訳をする本の選択をしています。利用者の方が興味をもって楽しく聞いただけの図書が製作できればという思いで活動させていただいています。録音図書は一度製作すると何年も蔵書として利用されるので、会では朗読の自主研修を行ない、年に一度は専門講師を招いた研修も行なっています。



旭川支社  
宮崎 由紀子

## 子どもの命・安全を守る活動

安心・安全な街づくりに貢献し、  
次代を担う子どもたちを見守る活動を行なっています。

### 地域の子どもたちを見守っています

#### 地域防犯に貢献するために

昨今、子どもたちが登下校中に事件・事故にあう事例が多発しています。登下校の時間帯に地域で営業活動をしている当社として、安心・安全な街づくりに何かできることはないか——。そのような思いから生まれたのが明治安田生命労働組合と連携して取り組んでいる「子どもの命・安全を守る」地域貢献活動です。

営業職員が地域内で活動するときは、取り組み内容を記載したネームタッグを携帯し、営業職員の地域防犯への意識を高めています。これには犯罪行為へのけん制効果も期待されています。

また、営業職員の携帯電話に最寄りの警察などの電話番号を登録し、不審者を見かけた場合など、地域行政へただちに情報を伝達し、連携できる態勢をとっています。さらに不測の事態に備えて、防犯笛をネームタッグとあわ

せて携帯し、子どもがトラブルに巻き込まれそうになったときは、近隣への救助依頼や警察への110番通報を迅速に求められる態勢を整えるなど、子どもの保護・安全確保に積極的に取り組んでいます。



ネームタッグ、防犯笛

#### だいたいようぶキャンペーンへの協賛

“安心安全の輪を広げよう”をテーマに子どもを犯罪や災害から守る地域づくりキャンペーン「だいたいようぶキャンペーン※」に協賛し、安心・安全な街づくりに取り組んでいます。

※「だいたいようぶキャンペーン」は、「だいたいようぶキャンペーン実行委員会」(会長 國松孝次(元警察庁長官、認定NPO法人救急ヘリ病院ネットワーク理事長))が主催するキャンペーン



ポスター



「だいたいようぶキャンペーン」のロゴマーク

### 各支社での取り組み事例

#### 子どもの安全を見守りながら清掃活動 (宇都宮支社)

「地域で守ろう! 子どもの安全」のキャッチフレーズが入ったウインドブレーカーを着用し、定期的な清掃活動を実施。同時に登校時の子どもの安全を見守っています。



#### 営業活動車にも防犯プレートを表示 (金沢支社)

「地域で守ろう! 子どもの安全」のキャッチフレーズが入ったプレートを営業活動時の車に掲示することで、地域の防犯意識を高め、犯罪抑止を図る取り組みを推進しています。



## 環境保全活動の考え方、主な活動

オフィスの省エネルギー化と省資源化を中心に、  
地域の清掃活動や環境教育などにも取り組んでいます。

### 環境保全への啓蒙に取り組んでいます

#### 社内で、社外で

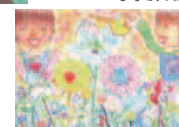
事業活動の省エネルギー化や省資源化に努めているほか、毎年6月の環境月間には、社内報やイントラネットに環境関連ニュースを掲載し、社内啓蒙を進めています。

また、全国の小中学校の環境教育を支援する目的で、「全国小中学校児童・生徒環境絵画コンクール」に協賛しています。

2007年度「全国小中学校児童・生徒環境絵画コンクール」  
明治安田生命特別賞



中学校の部



小学校の部

### オフィスの省エネルギー化と省資源化がテーマです

#### 電力使用量を削減するために

4つの主要ビル(明治安田生命ビル、明治生命館、東陽町ビル、事務センタービル)で、それぞれ目標値を定めて、各種省エネ設備の導入とその効果的な運用に取り組んでいます。

2006年度は、神奈川県川崎市に所在の大規模共同ビルで、建物の中央監視盤設備を更新。これによって、年

間約350万メガジュール<sup>※</sup>のエネルギー使用量を削減できる見込みです。

さらに各支社では、低燃費車(平成22年度燃費基準達成車)の導入を進めており、2006年度に10台、2007年度に6台を加え、低燃費車は全社で計47台となっています。

なお2007年6月には、5つの施設(明治安田生命ビル・明治生命館、函館ビル、青山パラス、栄三丁目ビルディング、大阪梅田ビル)が、東京タワーなどの全国のキャンペーン参加施設がいっせいに灯りを消す「ブラックイlluminate 2007」に参加しました。

#### 紙使用量を削減するために

本社では、電子文書管理システムの利用促進や複合機の導入によって紙使用量を削減しています。

2006年度の紙使用量は、約7,879万枚。紙のリサイクル率は93.3%、コピー用紙の再生紙利用率は98.4%となっています。

### グリーン購入を進めています

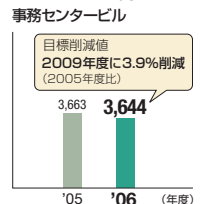
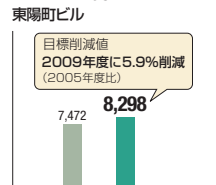
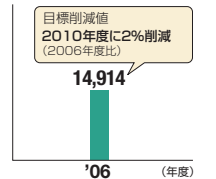
#### 事務消耗品を環境配慮型に

本社で使用する事務消耗品については、エコマーク商品に加え、グリーンマーク商品・グリーン購入法適用商品などの環境配慮型商品を優先的に購入できるシステムを導入しています。

今後も環境に配慮した事務消耗品の購入をよりいっそう進めていきます。

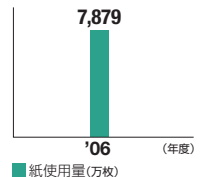
<sup>※</sup>メガジュールとは  
ジュールとはエネルギーを表す単位で、メガジュールはその100万倍。家庭1世帯で1年間に使うエネルギーは、約4万5,300メガジュール

■ 温室効果ガス総排出量(t-CO<sub>2</sub>)の実績と目標  
明治安田生命ビル・明治生命館



■ 温室効果ガス総排出量(t-CO<sub>2</sub>)  
注) 自動車などによる排出量を含むビル全体の実績であり、東京都から提示された各燃料・熱別の排出係数によって算定

■ 紙使用量の実績(本社)



## キャリア・デベロップメント・プログラム

自主的な能力・キャリア開発を積極的に支援し、職員一人ひとりの自己実現と「お客さまを大切にする会社」に相応しい人材の育成に取り組んでいます。

**各自の「自主性」と「気づき」を重視しています**

### 「キャリア・デベロップメント・プログラム(CDP)」を導入

当社は2007年度、新しい人材育成プログラムとしてCDPを導入しました。これは、職員一人ひとりが中長期的なキャリア目標を設定し、その実現に向け能力向上・キャリアアップに取り組むことを会社が支援することで、職員個々人と会社がともに成長・発展していくことをめざすプログラムです。

具体的な会社の支援策として、職員がキャリアビジョンを検討する際の参考となるよう、各業務に求められる人材要件(スキルセット)などを明示しているほか、職務適性検査や上司・同僚・部下による行動能力の多面分析といったアセスメントを実施し、各職員が自分の現状を分析する機会を提供してい

ます。あわせて、将来のキャリアについて各職員の「気づき」を支援する層別のCDP研修を実施しています。このようなステップを通して、職員が能力・キャリア開発を推進していくことを期待しています。

### 能力・キャリア開発を支援

当社では、職員の自主的な能力開発支援策として、各種研修や資格取得時の奨励金、通信教育講座などのさまざまな自己啓発制度を用意しています。

また、各人の自主性に基づいたキャリア開発支援策として、公募留学・派遣制度、チャレンジ・ポスト制度などがあります。公募留学・派遣制度では、国内・海外の大学院やビジネススクールへの留学、企業への派遣者を公募しています。チャレンジ・ポスト制度は、社内公募する所属・職務に自らチャレンジできる制度です。



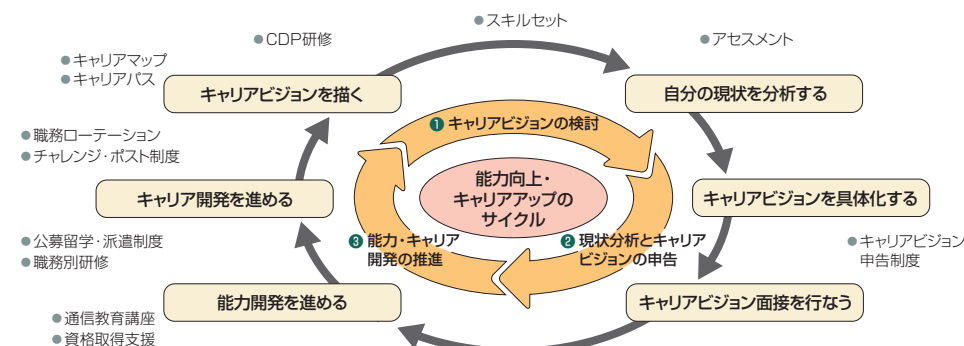
能力・キャリア開発について解説した「CDP BOOK」

## 従業員との絆

「お客さまを大切にする会社」の実現に向けて、従業員一人ひとりがその意欲と能力を最大限に発揮できる、働きがいのある職場づくりを進めています。

従業員が自らを高めていける職場、それぞれの価値観に応じて働ける職場、安心して働ける職場をつくることは、当社がお客さまにいつそうのご満足を提供していくためにも重要であると考えています。

### ■ キャリア・デベロップメント・プログラム(CDP)の仕組み



# 仕事と家庭・生活の調和

社会の少子高齢化、働き方の多様化が進む時代において、従業員が仕事と家庭・生活を調和できる各種制度を設けています。

## 従業員が安心して働ける制度を整えています

### 認定マーク“くるみん”を取得

当社では、育児や介護などの事情を抱えている従業員が安心して仕事に取り組むことができるよう、育児休職制度などの対象や期間を拡大しています。

2007年5月には、これらの取組みと実績が評価され、次世代育成支援対策推進法に適合した企業に与えられる次世代認定マーク“くるみん”を取得しました。

2007年度上半期には、292人が育児休職を、20人が介護休職を取得しています(契約社員を含む)。

## 多様な働き方を可能にする制度があります

### 勤務時間・勤務地を選ぶ制度

当社は、従業員が仕事で能力を十分発揮するとともに、仕事と家庭・生活を調和させることが重要だと考えています。

そこで、従業員が自分で始業・終業時刻を決められる「フレックスタイム制」や、勤務時間を調整できる「1ヵ月単位の変形労働時間制」、結婚、親・配偶者の転居等による転居後も当社での仕事を続けられる「勤務地変更取扱い」などの制度を設け、多様な働き方を可能にしています。

### ● 育児・介護を支援する主な制度

#### 育児を支援する主な制度

|        |                                                                                                             |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 妊娠     | 母子保健法のためによる保健指導または健康診査を受けるための妊産婦通院休暇                                                                        |
| 出産     | 産前8週間、産後8週間の産前産後休暇(2005年10月に、産前7週間、産後8週間から拡大)                                                               |
| 2歳     | 保育所に入所できないなどの条件によって1歳から2歳まで延長可能な育児休職(2005年10月に、子が1歳6ヵ月までとした期限を延長)                                           |
| 就学前    | 配偶者が養育できないなどの条件によって小学校就学前まで延長可能な勤務時間短縮制度(2005年10月に、子が3歳未満までとした期限を延長)                                        |
| 小学校3年生 | 子の負傷などのために、年次有給休暇とは別に1休職年度につき5日間取得できる子の看護のための休暇(2007年10月に、小学校就学の始期に達するまでの子を養育する従業員から、小学校3年生を養育する従業員まで対象を拡大) |

#### 介護を支援する主な制度

介護が必要な家族を抱えている場合、最長1年間休職が可能

### さまざまな休暇制度

資格取得のための「自己啓発休暇」や勤続年数の節目の年に取得できる「ゆとり休暇」など、さまざまな休暇制度を用意しています。



次世代認定マーク“くるみん”

### 育児休職取得後に職場復帰した職員の声

スタッフのバックアップに助けられながら仕事と育児を両立させています

2006年2月に出産した後、育児休職を取得し、2007年3月から職場復帰しました。育児と両立させながら現在の職務は、営業職員の実践研修に関する全般的な業務と営業職員資格の更改です。

実践研修は、営業職員が毎日のカリキュラムで必ず単位を取得できるよう、支社の他のスタッフと連携して取り組んでいます。職務上フォローが必要なることも多く、また9時から17時までの限られた勤務時間なので、各スタッフからのバックアップは本当に助かっています。



大宮支社  
三ツ木 由香里

# 健康的な職場環境づくり

従業員が元気に、いきいきと仕事に取り組めるよう、一人ひとりとその家族の身体と心の健康に配慮しています。

## 従業員の心身の健康管理を支援しています

### 生活習慣病などを予防するために

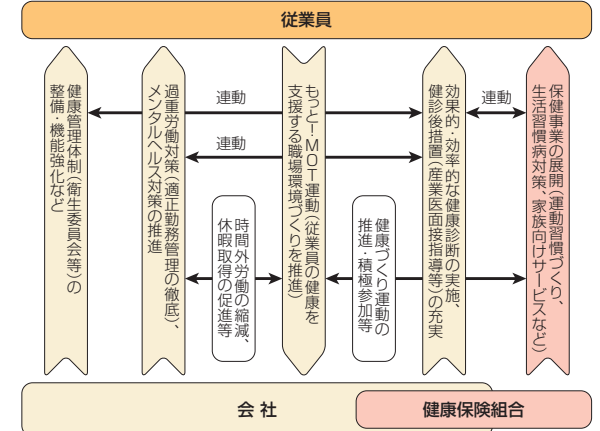
当社では、従業員が心身の健康を守るよう、健康保険組合と連携し充実した定期健康診断を実施するのはもちろんのこと、各種のキャンペーンを展開するなど、従業員とその家族の健康管理を支援しています。

2006年度は、生活習慣病予防のために、「肥満防止キャンペーン(参加者12,976人)」や「禁煙キャンペーン(参加者1,383人)」を実施。全女性従業員を対象にした、乳がんの自己検診の啓発・指導も実施しました。

### メンタルヘルス社外相談窓口を設置

職場や家庭における悩みや心の問題を相談できる窓口として、専門医やカウンセラー、保健師による社内の相談窓口に加えて、2007年1月から新たに社外の担当者による相談窓口を設置しています。

### ● 健康的な(従業員の健康を支援する)職場環境づくり



### 適切な勤務管理と健康管理

2006年4月から、退出目標時刻の設定や本社執務室における20時消灯などを実施し、総労働時間の短縮と適切な勤務管理に真摯に取り組んでいます。

また、長時間勤務者に対する産業医の面接指導を実施し、適切な健康管理に努めています。



健康増進のための各種ガイドブック

### 産業医の声

### 従業員が「元気と活力」をもって働けるように

従業員の健康管理は、従業員一人ひとりが安心して、そして「元気と活力」をもって仕事に励むための基本です。生命保険を扱う企業として、従業員の健康を守ること、お客さまの健康を願う気持ちにつながっていると思います。

健康管理のポイントは、病気にかかった後の対策、早期発見・早期治療、発病を未然に防ぐこと、そして元気な人がさらに健康増進を図ること。

定期健康診断を中心として、生活習慣病を予防するための情報提供や保健指導を行なうほか、健康状態に応じて適切に就業管理することや、関係部門と連携して執務室の20時消灯を徹底するなど、長時間労働対策、職場の環境改善を心がけています。



人事部 健康管理医(産業医)  
三好 裕司

# 人権の尊重／障がい者雇用・高年齢者雇用

一人ひとりが互いの人権を尊重しあい、障がい者や高年齢者も活躍できる職場環境づくりに努めています。

## 人権を尊重しあう職場づくりに取り組んでいます

### 各職場で「人権研修」を実施

当社では、「人権啓発基本理念」を実現していくために、各職場に配置した「人権推進員」が「職場人権研修」を毎年3回以上開催しています。

必須科目として「同和問題」と「セクハラ問題」を、選択科目として「障がい者問題」「在日外国人問題」「メンタルヘルス問題」「人権全般」を設定し、各職場の実態に応じた研修を実施しています。

### 人権啓発基本理念

1. 人間尊重の精神を経営の根幹に据え、明るく豊かな社会づくりに貢献する企業として最善の努力をする
2. 全所属員が同和問題をはじめとし、あらゆる人権問題の理解を深めるよう、全社的かつ組織的に人権教育を推進する
3. 所属員一人ひとりがお互いの人権を尊重しあい、明るく活き活きとした働きやすい職場環境づくりをめざす

### 相談窓口「人権110番」を設置

職場でのセクハラ、パワハラ、その他の人権問題を相談する窓口「人権110番」を人事部に設け、専任の窓口担当者(女性職員)を置いています。

## 障がい者や高年齢者の雇用拡大に取り組んでいます

### 障がい者を積極的に採用

当社では、年間を通して障がい者を積極的に採用しています。

2007年6月時点の障がい者雇用数は652人と前年よりも46人増加していますが、2007年1月に派遣職員を直接雇用に移行した結果、常用雇用者数(分母)が増大し、障がい者雇用率は1.52%と法定基準を下回りました(2007年6月時点)。2007年度から3か年計画で障がい者の新規採用、定着率向上などに取り組んでおり、法定基準への回復をめざしています。

### 高年齢者の能力発揮

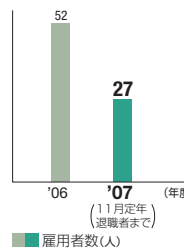
2006年4月から、満60歳定年退職後の「高年齢者雇用制度」を運用しています。

これによって、改正高年齢者雇用安定法の趣旨を実現するとともに、豊富なキャリアやスキルを持つ定年退職者が、最長65歳まで、社内で引き続き能力を発揮できるようにしています。



「セクシュアル・ハラスメント防止 手順・解説書」

■ 高年齢者の雇用者数(制度の利用者数)



### 定年後の高年齢者雇用制度活用者の声

#### 長い営業現場での経験を活かしています

2006年9月に定年になりました。定年後の「毎日が日曜日」という人生は想像できなかったのですが、会社から高年齢者雇用制度の案内を受けたときは、すぐに希望しました。

現在は、支社での業務・業績の取りまとめ、研修会や施策の企画・運営などの仕事をしています。配属先が、30代前半に初めて営業所長を勤めた大船支社だったのも何かの縁。当時とは営業制度や商品などが大きく変化し戸惑いもありましたが、ベテラン職員として、これまでの経験を活かしていきたいと考えています。



大船支社  
和田 敏男

# 対話の促進

お客さまからの信頼回復のために、そして働きがいのある職場づくりのために、対話を促進し、さまざまな意見や要望に耳を傾け、施策に反映させています。

## 従業員の考え方を理解し、諸施策に反映します

### 「従業員意識調査」を実施

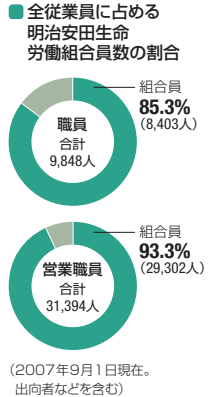
会社の活動や風土について従業員がどう感じ、どう理解しているのか——その現状を把握し、改善へつなげていくために、2006年3月から新風土創造「MOTプロジェクト」の一環として「従業員意識調査」を実施しています。

また、経営層と従業員の直接対話「MOTミーティング」などで従業員の意見を聞く機会を設けています(P10ご参照)。

## 労働組合とともに取り組んでいます

### 信頼回復、働きがいのある職場づくりのために

明治安田生命労働組合では、原則として管理職を除く全従業員が組合員となるユニオンショップ制を採用しています。会社はこの労働組合との対話を積み重ねて、お客さまからの信頼回復、働きがいのある環境づくりに取り組んでいます。年に3回経営協議会を開催し、会社側からは「明治安田再生プログラム」の進捗状況などを説明し、組合側からは業務運営などに関する確認・要請についての意見が提出され、活発な議論を交わしています。



### 「従業員意識調査」の自由記述(抜粋)

- お客さまの満足度を高めるために一番重要なのは、そうしようと思う我々一人ひとりの心の問題だと思う。いろいろな組織ができたが、形よりも心に踏みこんだ教育が必要である。(本社事務)
- 以前に比べ、わすかながらでも現場の声が届いて、また、それに応えてもらっている実感がする。(営業職員)

- 経営層と直接対話する機会が増えたため、私たちと会社の距離が縮んだと感じる。(支社職員)
- 従業員が歴史の古い会社というブランドに、頼りすぎていると思う。もっと、管理職も含めた従業員全員が意識改革をする必要があると思う。(営業職員)
- 長く当社を応援してくださる、多くのお客さまが全国にいることを忘れてはいけないと思う。(支社事務)

### 「総代報告会(2006年度開催)」でのご意見

#### 総代からのご意見

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ミーティング等で具体的な提案も出ているようであるが、経営陣の考えが従業員に伝わりにくいのが実情であろう。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、是非継続していただきたい。

#### 経営陣からの回答

さまざまな層の従業員と経営陣が直接対話する機会を意識して、MOTミーティングの他に、役員が支社等に出張した際には、必ず従業員との意見交換の場を設けることとしています。風通しの良い企業風土づくりという観点では、効果が上がりつつあり、従業員と経営層が直接対話する機会を今後も継続して設けていきます。





本報告書の制作、印刷にあたって、次のような配慮をしています。

#### カラーユニバーサルデザインへの配慮



カラーユニバーサルデザイン認証の取得  
色覚の個人差を問わず、できるだけ多くの方に見やすいような配慮や表示を心がけました。モニターによる検証などのチェックを経て、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構(CUDO)から認証を取得しています。

#### 用紙・印刷での配慮



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。