

明治安田生命の消費者志向経営

～「ひとに健康を、まちに元気を。」
最も身近なリーディング生保へ～

2021年8月19日(木)
第2回消費者志向経営に関する連絡会



明治安田生命

(はじめに) 会社概要



名称	明治安田生命保険相互会社
創業	1881年（明治14年）7月9日 2004年1月に、明治生命と安田生命が合併し誕生
お客さま数	個人営業チャネル：約708万人、法人営業チャネル：約500万人
営業拠点数	支社・マーケット開発部 105、営業部・営業所等 1,047、法人部 20
従業員数	46,928人 うち営業職員「M・Y・ライフプランアドバイザー」 35,995人

(注) お客さま数は2021年3月末現在、営業拠点数は2021年4月1日現在、従業員数は2021年3月末現在

- I. 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官表彰」受賞
- II. 当社の消費者志向経営／お客さま志向経営
- III. 2「大」プロジェクト（「みんなの健活」・「地元の元気」）
おわりに

I. 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官表彰」受賞

II. 当社の消費者志向経営／お客さま志向経営

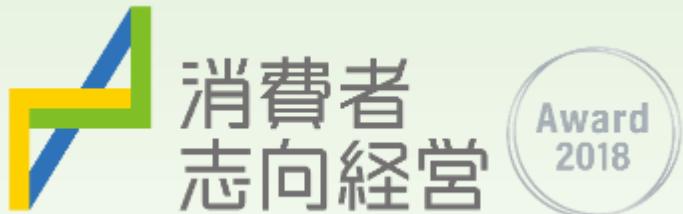
III. 2「大」プロジェクト（「みんなの健活」・「地元の元気」）

おわりに

当社の取組みに対する評価 (第1回表彰「消費者庁長官表彰」受賞)

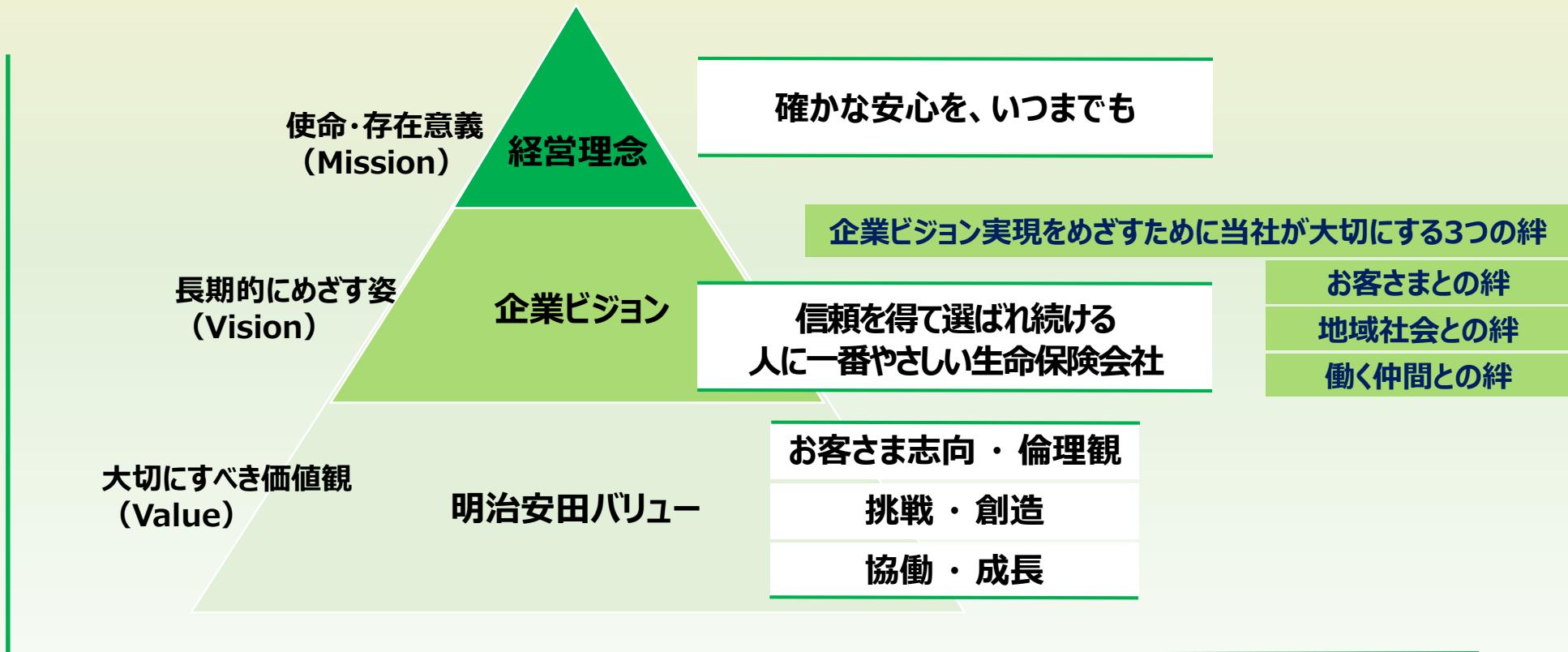
▶ 主なポイント

1. 企業理念「明治安田フィロソフィー」を社内に浸透させている
2. 従業員の活動のモチベーションを上げる取組みがなされている
3. 消費者志向自主宣言に基づく具体的な取組状況について、「お客さまの声」白書でKPIを交えて分かりやすく説明している



1. 企業理念「明治安田フィロソフィー」

- 経営理念・企業ビジョン・明治安田バリューで構成



- お客さまを大切にする熱い思い

2021年7月 根岸 前社長（現会長）から 永島 現社長 に継承

2. 「企業風土・ブランド創造運動」-企業風土醸成への取組み

運動の目的 …従業員一人ひとりが、「明治安田フィロソフィー」に理解・共感し、創造力をもって積極的・主体的に行動し続けることで企業風土とブランドの創造をめざす

めざす企業風土 …「企業ビジョン」に位置付けられ、全従業員が深めるべき3つの絆（お客さま・地域社会・働く仲間）への想いや姿勢を風土にまで高める視点で設定

【お客さまや地域社会のみなさま】

めざす
ブランド
イメージ

ひとに健康を、まちに元気を。

お客さま
との接点

みんなの健活プロジェクト



地元の元気プロジェクト

私たちの
取組み

「企業風土・ブランド創造運動」=ボトムアップで支える“私たち”的レベルアップ



お客さま志向

人に一番やさしい行動ですか？

倫理観

フェアプレーを貫いていますか？

挑戦・創造

夢に向かってチャレンジしていますか？

協働・成長

チーム明治安田を大切にしていますか？



Ki zu na
運動

「3つの絆」を深める従業員一人ひとりの具体的かつ自発的な行動を通じて、当社らしい新しい価値の提供と企業風土づくりを主導する「全社運動」

2. 「企業風土・ブランド創造運動」- Kizuna 運動



「Kizuna 運動」

「企業風土・ブランド創造運動」運営の中心となる、各組織単位で展開するボトムアップ型の小集団活動



3. 「お客さまの声」白書

- 2005年度の行政処分以降、「お客さまの声」を経営改善に活かす取組状況を公表するため、2006年度から毎年発行
- 2018年度から、「消費者志向自主宣言」および金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」に基づく「お客さま志向」の取組み全般についてお知らせする内容へと進化

主な掲載内容
消費者志向自主宣言・フォローアップ活動内容
経営計画、2「大」プロジェクト等の遂行状況やSDGsに関する取組状況
お客さまに寄り添ったアフターフォロー等、お客さま志向の各種取組み
お客さま志向の取組状況や定着度合いを確認する4つのKPIの推移
苦情受付状況や保険金・給付金のお支払状況



3. 取組状況等を確認する4つのKPI

- 当社の「お客さま志向」の取組状況や定着度合いを確認する4つの指標（KPI）は順調に推移

4つのKPIの状況

お客さま数

MYライフプランアドバイザー（営業職員）等チャネル：708万人

法人営業チャネル：500万人

お客さま満足度 (2020年度)

当社についての総合満足度として、「満足」「やや満足」と回答したお客さま

64.8%

企業好感度 (2020年度)

当社について「好感を持てる」「やや好感を持てる」と回答した方

26.4%

従業員意識調査結果 (2020年度)

当社にお客さま志向の企業風土があると肯定的な回答をした従業員

75.0%

I. 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官表彰」受賞

II. 当社の消費者志向経営／お客さま志向経営

III. 2「大」プロジェクト（「みんなの健活」・「地元の元気」）

参考：消費者志向経営のさらなる進化に向けて

「時代を超えて進化するお客さま志向」の経営

- お客さまの期待に応える取組みを、従業員と会社が一体となって実行

お客さまは「確実な支払い」や
「充実した保障・サービス」を期待
～2019年9・10月に当社が実施した市場調査

変化する環境に合わせながら、
お客さまの期待にお応えする

従業員

会社

人生100年時代に寄り添う
「新たなアフターフォロー」

高齢者サポート、健活、地域の活性化 等



お客さまと
地域社会

100年先も続く安定した経営

健全性、フィロソフィーの実践、新技術の活用 等

社会的価値、経済的価値の向上 ～お客さまとの共創・協働～

- 「お客さま志向」のさらなる進化により、お客さま一人ひとりに寄り添ったアフターフォローを通じた「社会的価値」の向上と、**100年**先も続く安定した経営をベースに「経済的価値」の向上をめざします

経営の基本姿勢

時代を超えて進化するお客さま志向

〔社会的価値〕

地域社会のお客さまに
最も支持される生命保険会社

- お客さま一人ひとりに寄り添った究極のアフターフォローと、お客さまが暮らす地域に密着した活動で、**地域に密着した最も身近な生命保険会社**をめざします。
- 地域のみなさまの暮らし・健康を豊かにするためのさまざまな取組みを全国各地で展開します。



〔経済的価値〕

業界の
リーディングカンパニー

- 将来のいかなる環境変化のなかでも、100年先も続く安定した経営をベースに、**つねに国内トップクラスと評価されるような生命保険会社**をめざします。
- 国内生保分野での各地域のシェア拡大とともに、資産運用や海外保険分野でもさらなる収益の向上、そしてトップクラスの健全性を堅持します。

〔社会的価値を検証する指標〕

お客さま満足度・NPS[®]／会社の総合的魅力度／
健康増進・地域貢献イメージ浸透度／CO₂排出量 等

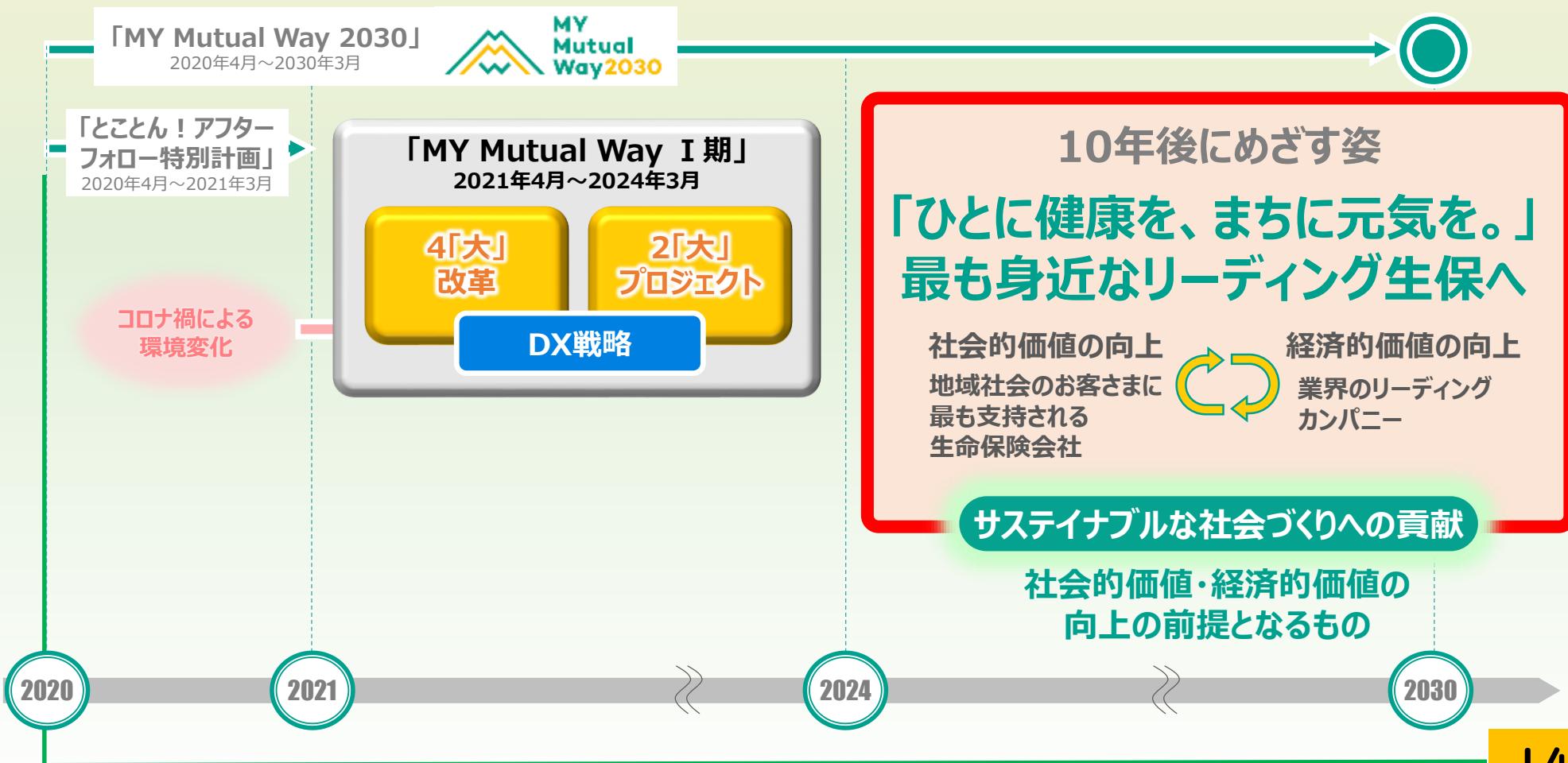
〔経済的価値を検証する指標〕

グループサーフラス／グループ ESR

10年計画

MY Mutual Way 2030 ~10年後にめざす姿実現に向けて~

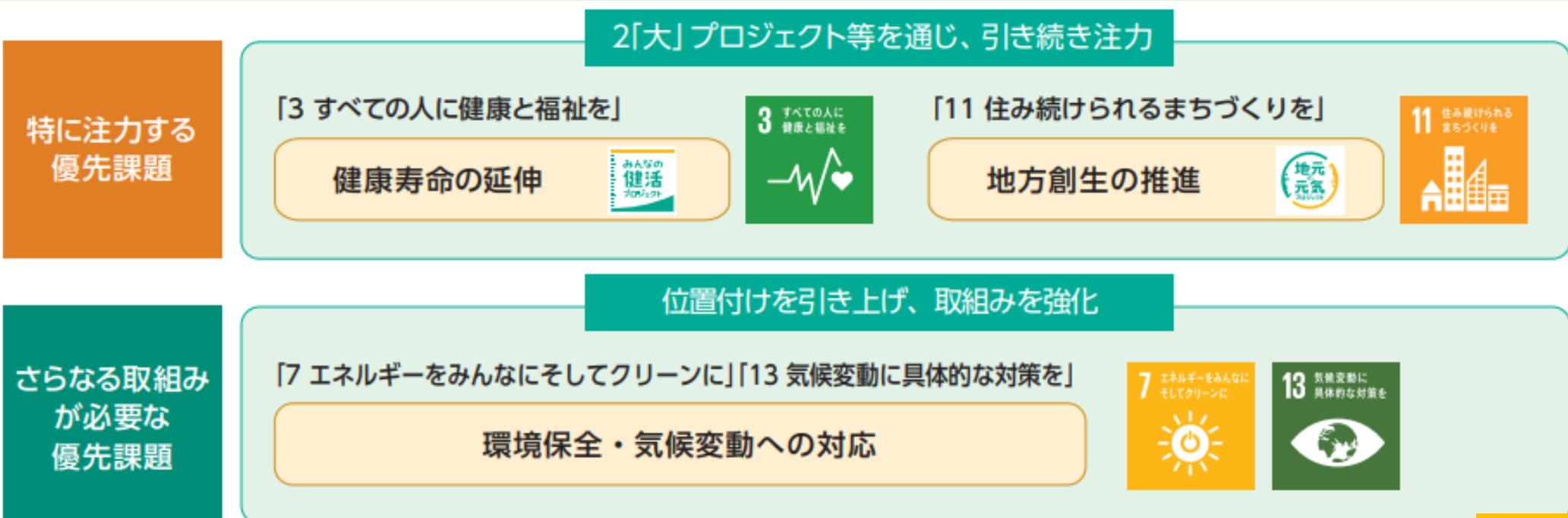
- 10年後にめざす姿「地域社会のお客さまに最も支持される生命保険会社になること」、「業界のリーディングカンパニーになること」にチャレンジ



明治安田生命の事業活動とSDGs

- 10年後（2030年）に向けてSDGsに取組み、サステイナブルな社会づくりに貢献
- 「SDG Compass」に基づき、①ステークホルダーへの影響度、②事業との関連性の観点から、13項目を優先課題とし、うち以下の3課題に特に注力・取組みを強化

13の優先課題のうち特に優先する3課題



- I. 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官表彰」受賞
- II. 当社の消費者志向経営／お客さま志向経営
- III. 2「大」プロジェクト（「みんなの健活」・「地元の元気」）

おわりに



「みんなの健活プロジェクト」

目標3



- 「みんなの健活プロジェクト」を2019年度から展開



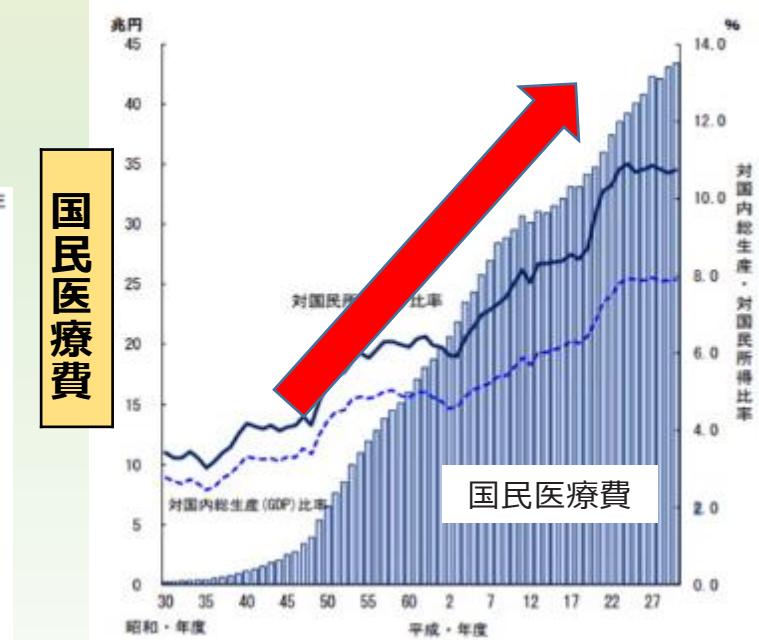
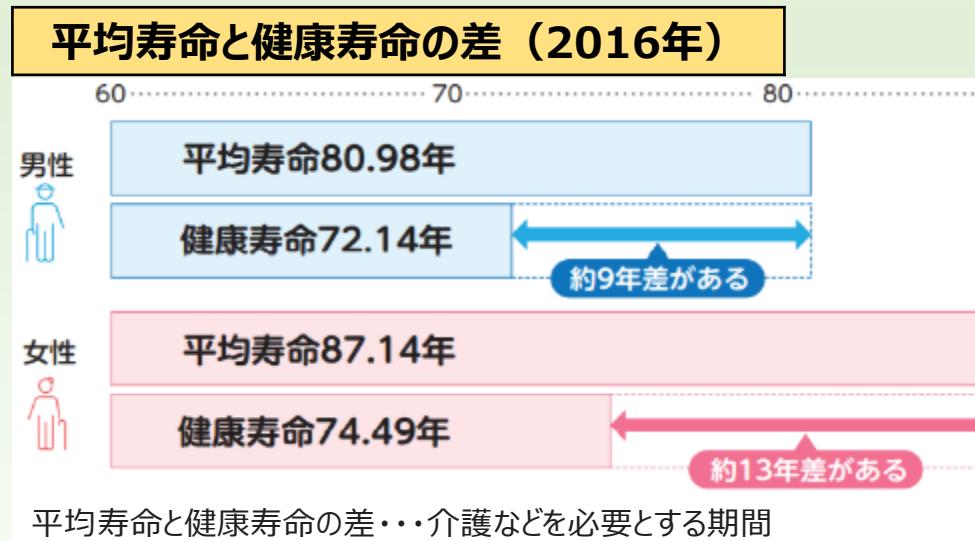
「みんなの健活プロジェクト」の背景

目標3



主な背景

- 超高齢社会の進展に伴い、健康寿命の延伸や社会保障費の抑制が社会的な課題に
- 日常的な運動を通じた健康状態の維持・改善、定期的な健康診断受診による、疾病の早期発見・重症化予防等が重要



「みんなの健活プロジェクト」のねらい

目標3



- 「お客様」「地域社会」「働く仲間」に対して、「病気にならないため」「病気を早期発見するため」の取組みを支援
- これまでの「病気になったときのため」の保障にとどまらない、生命保険の"新たな価値"の創造・提供をめざす

お客様
(個人、企業・団体)

健康を、 いつしょに育てよう。

地域社会
(未加入者を含む)

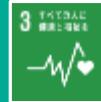


働く仲間
(当社従業員)

明治安田生命

「みんなの健活プロジェクト」全体像

目標3



- 健康は大切だけど、ひとりで何かを始めたり、続けるのは難しいもの。だから、健康をまず「知る」、みんなで「つくる」、いつしょに「続ける」、そんな前向きな活動が必要
- 毎年の健康診断の結果に応じてキャッシュバックがある保険商品、Jリーグと連携した運動の機会の提供、営業職員による健康サポートなどを通じて継続的に応援



健康を、いつしょに育てよう。

健康を
「知る」

健康を
「つくる」

健康を
「続ける」

お客様のステップに応じたメニューを継続的に提供

健康を「知る」

目標3



- お客様・地域社会のみなさまに、健康に関する情報・アドバイスを提供

MY健活レポート



入院する可能性

健診診断結果があなたと同レベルの人の今後10年間の入院する可能性を同性・同年齢の平均と比較したものです。

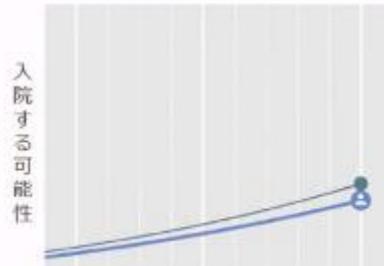
健診受診年 2029年 (43歳) ▾

入院する可能性の推移

10年間の入院する可能性は
同性・同年齢の平均と比較して

0.9 倍

●— 予測結果 ●— 平均



入院リスク予測(イメージ)

「オンライン診療サービス」

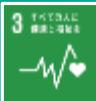
お客様専用サイト「M Y ほけんページ」を通じて、お客様のPCやスマートフォンから所定の医療機関の診療を受けることができる「オンライン診療サービス」の取扱いを開始

みんなの健活サービス

「みんなの健活プロジェクト」の一環として、病気の予防・早期発見や重症化予防に役立つさまざまなサービスをご用意

健康を「つくる」

目標3



- 日常的な運動で心身の健康に向けて行動
- Jリーグと連携し、参加しやすい運動の機会を提供



Jリーグウォーキング



明治安田生命Jリーグ
ウォーキングの様子

おうちで健活



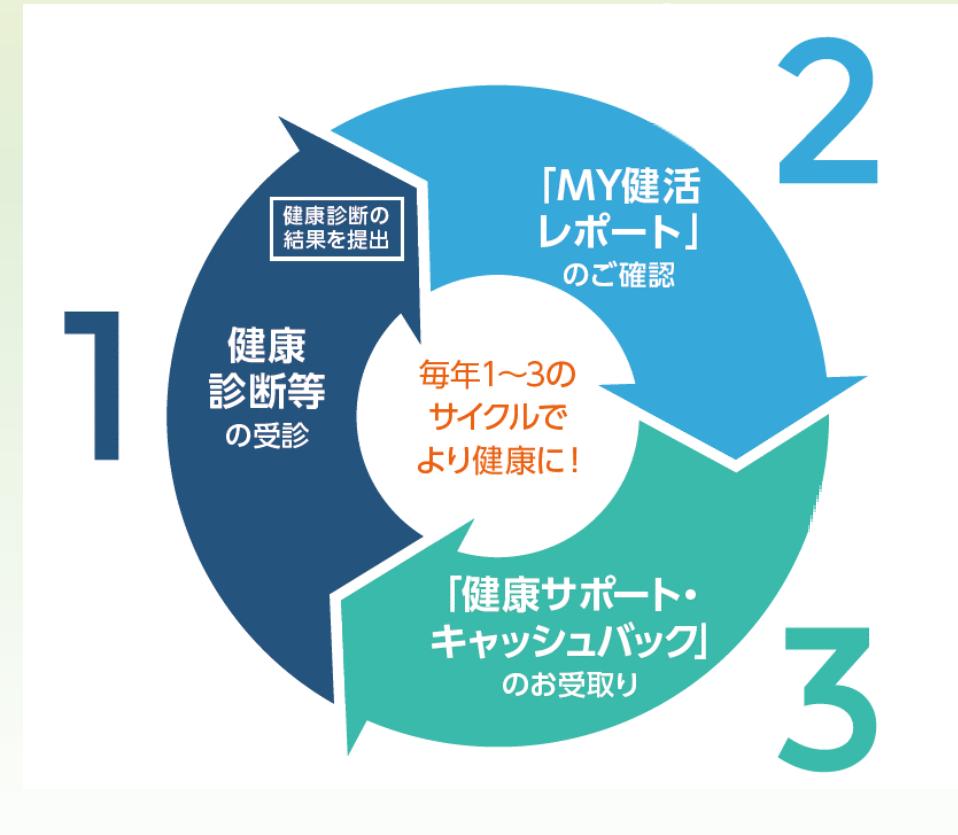
SC相模原所属の稻本潤一選手
出演の「おうちで健活」動画
©J.LEAGUE

健康を「続ける」

目標3



- 健康状態を維持・改善する取組みを続ける
- 「病気や万一のときの保障」に加え、毎年の健康診断の結果に応じてキャッシュバックがある保険商品の開発（最大で保険料1ヶ月分相当をキャッシュバック）

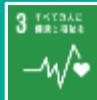


「ベストスタイル 健康キャッシュバック」が提供する健康増進サイクル（イメージ）

1	毎年、健康診断を受診いただき結果を提出
2	「MY健活レポート」をご確認
3	「健康」に関するメリットとして「健康サポート・キャッシュバック」をお受け取り

健康を支援する商品

目標3



- 2019年4月に健康増進型保険「ベストスタイル 健康キャッシュバック」を発売
- 以後も、お客様の健康増進に資する商品をご提供

発売時期	商品 概要
2019.4	<p>万一を支える、健康を応援する</p> <p>ベスト+スタイル 健康キャッシュバック</p> <p>〔5年ごと配当付組立総合保障保険〕</p>
2020.2	<p>既存の一時金給付型終身医療保険に、MCI（軽度認知障害）の症状の改善等に取り組むためのMCI保障とご家族の介護負担を軽減するための認知症保障をセット</p>
2021.1	<p>MCI（軽度認知障害）保障と認知症保障に特化するとともに、認知症予防のためのアフターフォローを充実</p>
2021.6	<p>健康増進の新たな機能として、生活習慣病の罹患前にリスクを早期発見し、早期治療で進行を予防する保障を追加</p>

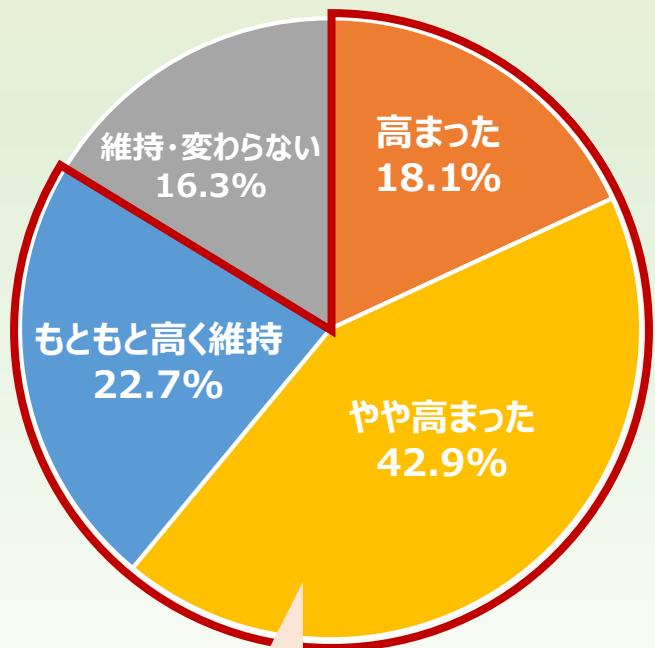
「みんなの健活プロジェクト」の成果（お客様健康意識）

目標3



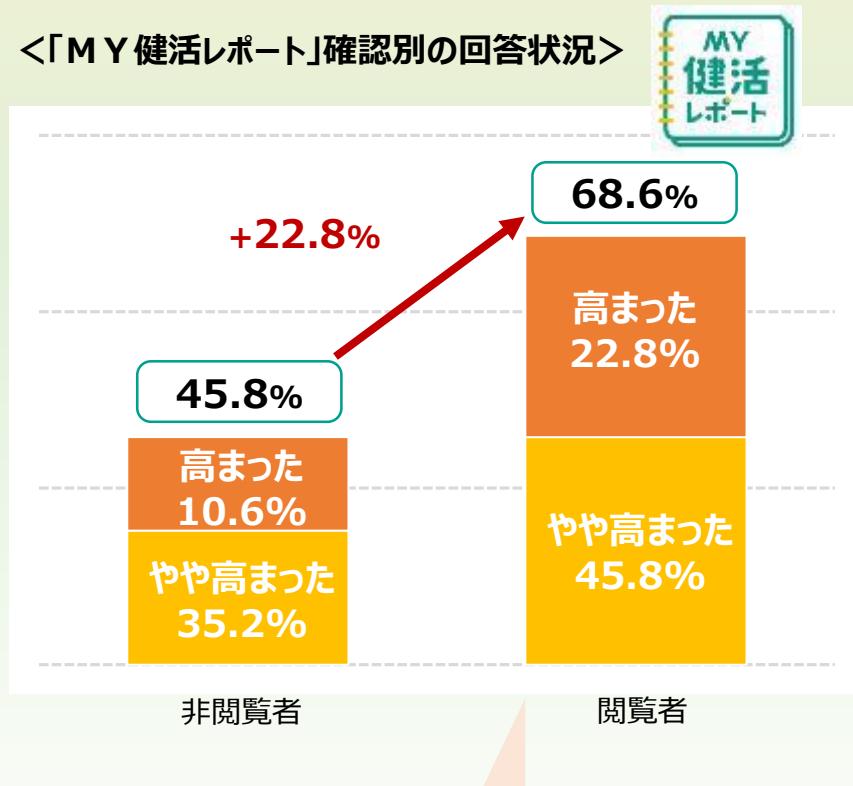
- 2020年5月に実施した「ベストスタイル 健康キャッシュバック」加入者向けアンケートでは、約6割の方から、商品加入をきっかけに健康意識が高まったとの回答
 - ◆ 健康への意識の変化

<全体回答>



「もともと高く維持」と回答した方を含めると
83.7%の方が健康への意識を高く持っています

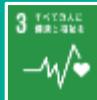
<「MY健活レポート」確認別の回答状況>



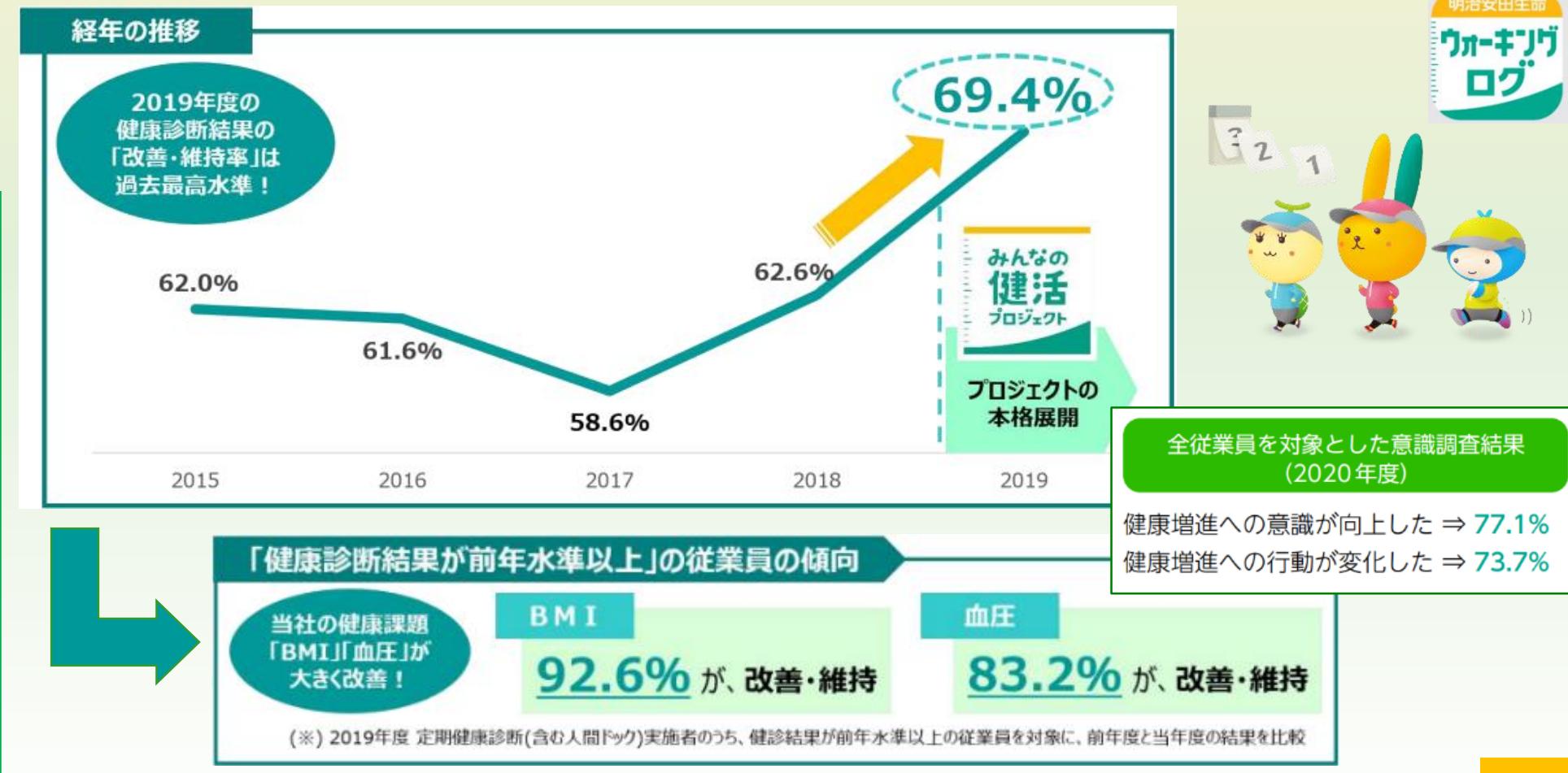
「MY健活レポート」閲覧者は、非閲覧者と比較して
健康意識の割合が22.8%高いことがわかりました

「みんなの健活プロジェクト」の成果（従業員健診結果）

目標3



- 当社従業員による取組みの結果、約70%の従業員の健康診断結果が前年水準以上となるなど成果を確認（2019年度結果）

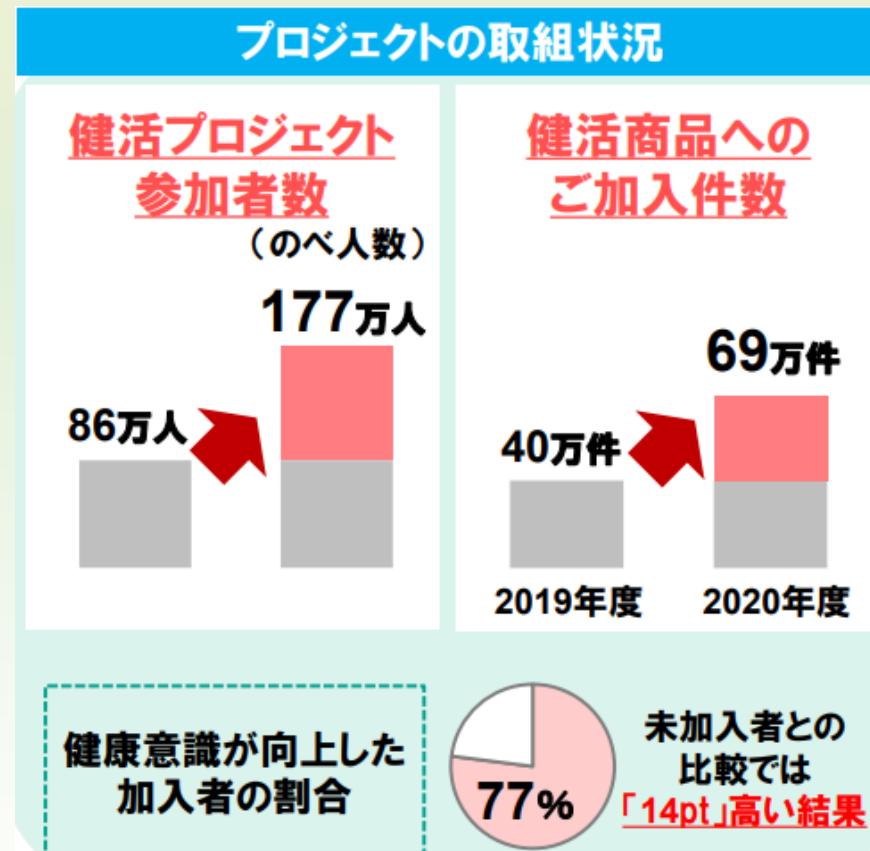
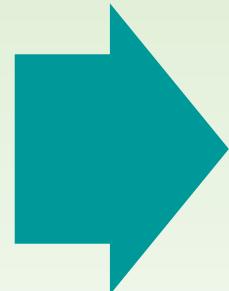


「みんなの健活プロジェクト」の成果 (参加・契約・意識)

目標3



- プロジェクト参加者、健活商品ご加入件数は順調に推移
- 直近2021年4月アンケートでも健活商品加入者の健康意識は向上 (速報値)



「地元の元気プロジェクト」

目標11



- 2020年度から「地元の元気プロジェクト」を展開



「地元の元気プロジェクト」全体像

目標11



- 社会的孤立ゼロに向けた明治安田生命の3つの宣言



今日も誰かとつながる地域社会を。
社会的孤立ゼロをめざして

「ひとに」

▼
公民館や道の駅などで
地域活動に参加する
機会をお届けします

「職場に」

▼
地元でがんばる企業の
健康経営を後押しします

「まちに」

▼
みなさまと一緒に、
スポーツを観て、応援して、
楽しむコミュニティを
つくります

「ひとに」～地元の元気プロジェクト～

目標11



- 地元への想いをお届けするとともに、地域活動に参加する機会をご提供します

「私の地元応援募金」

より豊かな地域社会づくりや地域の課題解決を継続的にサポートします

2020年度



地方自治体等との協働

全国の地方自治体や公民館・道の駅等との協働による地域のみなさまの暮らしの充実のサポートや、お祭りの支援を通じた地域の活性化に取り組みます



「道の駅富楽里とみやま」
(千葉県)
で開催した
血管年齢測定会の様子

35 都道府県

325 市区町村

11

地方銀行

※2021年5月末時点



全国の地方自治体等と連携協定を締結し、地域の課題解決やさらなる活性化に貢献することをめざして、健康増進事業や子どもの健全な育成支援などの取組みを進めています。

「職場に」～地元の元気プロジェクト～

目標11



➤ 地元でがんばる企業の健康経営を後押しします

協会けんぽ支部と協定を締結

地元企業の健康経営認定取得を支援すべく、協会けんぽの支部のうち21支部と協定を締結しました
(2021年5月末時点)

全国健康保険協会宮崎支部と明治安田生命宮崎支社との健康経営の普及を目指した相互協力・連携に関する覚書締結式



連携協定
の締結式
(宮崎支部)

健康経営サポート

地域企業の健康経営をサポート
⇒従業員のみなさまが心身ともにいつまでも健康で意欲的に働く環境づくりに取り組みます

地元の元気プロジェクト融資

地域のみなさまの生活や地域等の経済・雇用を支える企業の成長をサポートします

「まちに」～地元の元気プロジェクト～

目標11



- みなさまと一緒に、スポーツを観て、応援して、楽しむコミュニティをつくります



スポーツを中心とした 当社らしいコミュニティづくり

Jリーグに加え、新たにオフィシャルパートナー契約を結んだ日本女子プロゴルフ協会との関係を活かし、スポーツを中心とした当社らしいコミュニティづくりに取り組みます

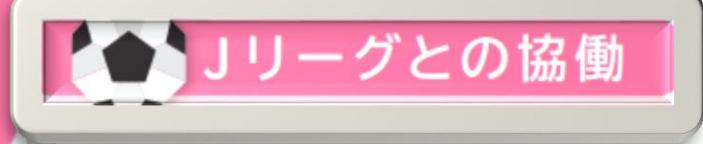
「地元の元気つなげるサイト」

各Jクラブとの協働で、選手等が自らの思いとともに地元の名所・名品を紹介するサイトを運営



※2021年2月10日時点

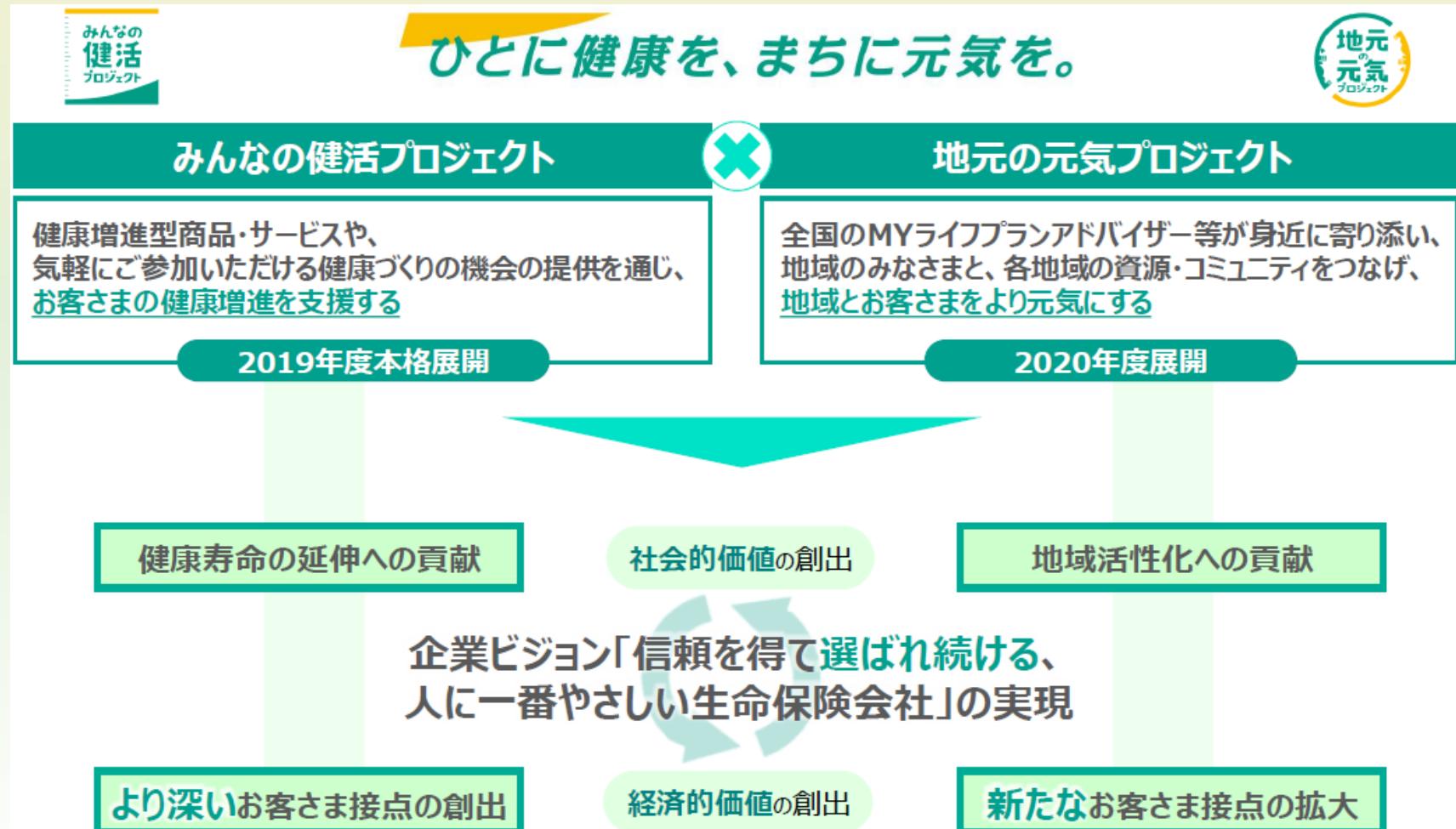
©J.LEAGUE ©KATALLER TOYAMA ©KASHIMA ANTLERS



2「大」プロジェクトを通じた価値の創出



- お客様の健康増進や地域活性化への貢献等を通じ、新たな価値を創出



- I. 消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官表彰」受賞
- II. 当社の消費者志向経営／お客さま志向経営
- III. 2「大」プロジェクト（「みんなの健活」・「地元の元気」）
おわりに

消費者志向経営のさらなる進化に向けて



- 当社は、お客さまとの共創・協働により、消費者志向経営の推進・高度化を通じて、SDGsの達成や社会課題の解決そして持続可能な社会の実現に貢献してまいります

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

1 貧困をなくそう 	2 領域をゼロに 	3 すべての人に健康と福祉を 	4 質の高い教育をみんなに 	5 ジェンダー平等を実現しよう 	6 安全な水とトイレを世界中に
7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 	8 繁荣がいも経済成長も 	9 産業と技術革新の基盤をつくろう 	10 人や国の不平等をなくそう 	11 住み続けられるまちづくりを 	12 つくる責任つかう責任
13 気候変動に具体的な対策を 	14 海の豊かさを守ろう 	15 陸の豊かさも守ろう 	16 平和と公正をすべての人に 	17 パートナーシップで目標を達成しよう 	