

1.中期経営計画の取組み状況について

平成26年度における取組み

平成26年度は中期経営計画の最終年度に当たり、以下のような課題に継続して取り組んだ結果、新契約の伸展、事業費の圧縮、財務体質の改善等について一定の成果を収めることができました。

[1] お客さまへの最高品質サービスの実現

中期経営計画に基づき、お客さまへのアフターサービスを起点とした活動を推進し、お客さまに提供するサービスの品質向上を図ってまいりました。具体的には、主に次のような取組みを行いました。

▶ 三井生命安心さぽーと活動の開始

平成21年度より取り組んでまいりました「ご契約内容確認活動」の内容を更に充実し、「三井生命安心さぽーと活動」として開始しました。従来のご契約内容の説明やご請求漏れの確認を中心とした活動に加えて、「三井生命安心さぽーと活動」は適切なタイミングでコンサルティングを提供できるようご案内時期を見直しました。

さらに、「ご家族登録制度」(契約者ご本人だけでなくご登録されたご家族の方に対しても契約者ご本人と同等の情報を開示する制度)や「マイページ」(当社ホームページ上でご契約内容の照会や一部のお手続きなどができるお客さま専用のWebサイト)などの各種サービスをパッケージ化してご案内することにより、お客さまとのリレーションを強化し、お客さま満足度の向上を図ってまいりました。(平成26年4月)

▶ タブレット型情報端末「ミレット」の導入

ITを活用したお客さまサービス向上の取組みとして、タブレット型情報端末「ミレット」を全営業職員に配布し、お客さまへのご提案やご契約手続きに活用しております。「ミレット」では、訪問先でもご契約内容の確認や保険設計の作成・修正が可能となり、お客さまに対するコンサルティングサービスの質が更に向上しました。(平成26年10月)

▶ 新商品の開発

ご自身で老後に向けて必要な資金を準備したいといったお客さまのニーズに応えるべく、米ドル・豪ドル建の個人年金保険「ドリームフライト」の販売を開始しました。(平成26年4月)

今までの医療保険と比べ、保障内容の充実を図った「セルフフィット」の販売を開始しました。(平成26年10月)

[2] 安定的な財務体質の実現

安定的な財務体質の実現に向けて、固定費の効率化及びリスク管理に取り組みました。

▶ 固定費の効率化

全社最適の視点に基づく組織横断的かつ費用対効果を踏まえた取組みを進めた結果、人件費及び物件費の削減など一定の成果をあげました。

▶ リスク管理

リスク割当資本(自己資本を基にしたリスク許容度)をベースとした資産運用リスク、保険リスク等のリスクカテゴリー毎のリスク量やそれらの統合的なモニタリング、ストレステストの実施などを通じて、適切なリスク管理を遂行しました。

[3] 信頼される会社経営の実現

信頼される会社経営の実現に向け、人材育成及び大地震等の有事の際の事業継続性の強化に取り組みました。

▶ 人材育成

営業職員の活動を支える強いリーダーシップとマネジメント力のある人材の育成に加え、会社の変革と将来の発展を支えるリーダー人材、高度な専門知識と実践力を備えたプロフェッショナル人材の育成を目指し、チャレンジポスト制度(希望のポストや部署への異動を公募する制度)の拡充、研修等教育機会の充実などに取り組みました。

また、多様な視点を取り入れることで企業活動の活性化に繋げる観点から、女性の管理職登用を積極的に行いました。

▶ 有事の際の事業継続性の強化

首都圏に集中していたインバウンドコールセンター及び保険金・給付金支払機能等の一部を首都圏以外の地域へ分散することを目的として、福岡県北九州市に「北九州お客様サービスセンター」を開設し、平成26年10月よりインバウンドコールセンター、平成27年1月よりアウトバウンドコールセンターを開設しました。

新たな中期経営計画の概要（平成27年度～平成29年度）

平成26年度までの取組みを踏まえ、当社は平成27年度から平成29年度を計画期間とする新たな中期経営計画を策定いたしました。概要は次のとおりです。

【基本的な考え方】

国内生命保険市場についてはこの数年間緩やかに拡大しており、その加入経路については営業職員を通じたものが最も多く、かつ安定的に推移しております。将来的にも、生命保険の特徴である長期に亘る契約期間とライフステージに応じたメンテナンスの必要性から、お客さまへの定期訪問サービスを特徴とする営業職員からのご加入ニーズは安定的に推移することが予想され、引き続き生命保険市場の主要な加入経路として位置づけられると考えます。

こうした環境認識を踏まえ、新中期経営計画においても引き続き、当社メインチャネルである営業職員を通じた対面コンサルティングサービスを事業の中心に据え、営業職員の育成及び商品・サービスの向上を通じてお客さまを増やすとともに、当社が持つ優良な事業基盤には経営資源を投入し、強み分野として市場を上回る成長を実現します。併せて、コスト効率の改善にも継続して取り組むことで、安定的かつ持続的な利益成長を図り、すべてのステークホルダーからの信頼を高めてまいります。

このような考えに則り、平成27年度から平成29年度までの3カ年を計画期間とした新たな中期経営計画を策定いたしました。

【取組みの方向性】

「営業職員によるサービス体制の拡充・強化」、「強みとなる分野づくり」、「業務の効率化と固定費削減によるコスト効率の改善」を柱に据えて、持続的な企業価値の向上を目指して以下の課題に取り組んでまいります。

営業戦略	1. 営業職員によるサービス体制の拡充・強化 2. 強みとなる分野づくり
コスト効率の改善	3. 業務の効率化と固定費削減によるコスト効率の改善

[1] 営業職員によるサービス体制の拡充・強化

お客さまと直接対面する営業職員・サービスパートナーの採用・育成、タブレット型情報端末「ミレット」の機能拡張、新商品・サービスの開発などを通じ、対面コンサルティングサービスの向上を実現します。また、お客さま利便性の向上に向けて、対面サービスだけでなくコールセンターやマイページ等の非対面サービスの拡充にも取り組みます。

さらには、お客さまにとって親しみやすく、ご利用いただきやすい店舗を目指し、営業拠点のリニューアル等のインフラ改善を進めます。

[2] 強みとなる分野づくり

当社の親密先企業やその関係会社、全国各地の中小事業所への営業体制を強化し、サービスレベルの改善を進めます。この分野を、当社の成長をリードする強み分野とし、事業所基盤を通じた取引の更なる拡大を目指します。

また、当社が伝統的に優良基盤を持つ地域を中心に経営資源を投入し、地域単位で市場を上回る成長を果たすとともに、このような地域を順次拡大していきます。

[3] 業務の効率化と固定費削減によるコスト効率の改善

コスト競争力を高めるとともに、将来の成長に向けた戦略的な投資余力を創出するために、コスト効率の改善を進めます。全社的な業務の効率化・物件費の削減を継続することで、安定的かつ持続的な成長ができるコスト構造を目指します。

これら3つの柱に取り組むことによって、「保有年換算保険料（定額保険）の反転」及び「株主配当復配可能な利益水準の確保」を目指してまいります。