

1.中期経営計画の取組み状況について

中期経営計画2020の概要（2018年度～2020年度）

中期経営計画2020 ALL for ALL. ひとつひとつの、夢によりそう。

中期経営計画2020は、前中期経営計画（2015年度～2017年度）で実現した保有年換算保険料（定額保険）の反転を受け、「再生」から「成長」ステージへの移行を目指し、2018年度から2020年度までの3カ年を計画期間として策定いたしました。中期経営計画2020では、営業職員チャンネルをコアに位置付けた「販売分野の成長」と、銀行窓販・代理店および日本生命への商品供給を通じた「元受分野の成長」を両輪として取り組み、加えて「元受機能の強化と効率化」や「ホールセール領域における強みづくり」に取り組むことで、会社成長を加速させてまいります。

また、これらの戦略を支える取組みとして、お客さま本位の業務運営とコンプライアンスの徹底、および人材育成と活気のある職場づくりを重要課題として位置付けています。

2018年度における取組み

[1] 営業職員組織の持続的成長

○営業職員組織の拡充

「安心さぼーと活動*」を基軸としたお客さま本位の活動を推進するとともに、営業職員・サービスパートナーの採用・育成に取り組みました。

○お客さまカバー体制の構築

都心部のお客さまを対象とした訪問型チャンネルを通じて、これまで未訪問となっていたお客さまへのアクセスを行い、お客さま満足度の向上に取り組みました。

○強み領域づくり

当社が伝統的に優良基盤を持つ地域に対する取組みとして、地域単位の協賛・広告・セミナー開催などを実施するとともに、当社と関係性の強い事業所基盤を通じた取引の更なる拡大や全国の職域活動の活性化に取り組みました。

○保険商品のラインナップ拡充

2018年4月2日より、主力商品『大樹セレクト』について「セレクト見直し制度」の取扱いを開始いたしました。「セレクト見直し制度」をご活用いただくことにより、ご加入後もお客さまのライフステージに合わせて保障内容の見直しができる、多種多様なプランニングが可能となりました。

さらに、『ドリームロード』（無配当一時払外貨建生存給付金付特殊養老保険）について、「保険期間5年『ドリームロード5』の取扱い」および「満期保険金の一時金受取に代えて終身保障に移行することができる新特約（災害保障付外貨建終身保障移行特約）の取扱い」を2018年10月1日より開始いたしました。

また、日本生命から、2018年7月2日より、お子さまの教育資金等に備える商品『ニッセイ学資保険』および『ニッセイこどもの保険 げ・ん・き』、2018年10月2日より、経営者向け商品『プラチナフェニックス』*の供給を受けました。

※「安心さぼーと活動」とは、お客さまへの継続的な契約内容説明や給付金等のご請求漏れの確認、適切なタイミングでのコンサルティングを実施することで、お客さまの安心をサポートする活動です。

※「プラチナフェニックス」については、2019年2月より販売を一時停止しています。（2019年6月時点）

[2] 銀行窓販・代理店による成長の加速

○銀行窓販チャネル

2018年5月7日より、三井住友信託銀行において、無配当低解約返戻金型外貨建終身保険(予定利率毎月更改型)『フラット外貨終身』を販売しています。また、地銀をはじめとしたその他の金融機関においては、日本生命との連携・協業により、当社商品の取扱金融機関数および販売量拡大に取り組みました。

○代理店チャネル

ショップ型・セミナー型代理店に対し、外貨建商品の販売を推進するとともに、日本生命との連携・協業を通じ、当社商品の取扱代理店数および販売量の拡大に取り組みました。

また、2018年度も引き続き日本生命に外貨建商品『ドリームロード』を供給し、販売支援策の実施を通じて元受分野の成長を図りました。

[3] 環境に応じた効率的な事務体制の構築

お客さまの属性やご加入いただくチャネルに応じた事務サービスおよび体制を充実させることで、諸手続きにおけるお客さま満足度の持続的な向上に取り組みました。また、営業職員領域において、お客さまの保全手続きにおける利便性向上を目的とした保全ペーパーレス手続きの拡張を図りました。

当社コールセンターは、HDI-Japanが主催する2018年度公開格付け調査「問合せ窓口」部門において、前向きで明るく応対する姿勢と、豊富な知識で説得力のある提案ができる点を高く評価していただき、5年連続で「三つ星」評価を獲得することができました。

[4] 戦略を支えるシステム体制の構築

商品開発など生産性向上に繋がる設計書・新契約システムの再構築、人材育成によるシステム開発力の向上、先進のIT技術を活用したサービスの充実や業務効率化に取り組みました。また、営業職員用タブレット端末の更改に向けて、生産性向上や業務効率化に繋がる日本生命との機能共通化などの検討を行いました。

[5] ALMの推進と資産運用収益の安定的な拡大

超長期債積み増しや外貨建保険を中心としたキャッシュフローマッチング型運用への取組みによりALMを推進し、ESR(経済価値ベース資本充足率)の水準向上と安定性確保を図りました。また、日本生命からの出向者受け入れを通じたノウハウ共有によるクレジット投資の取組み強化等により、資産運用収益の安定的な拡大を図りました。

[6] 元受拡大に応じたリスク管理の高度化

ERM(統合的リスク管理)を推進して経済価値ベース指標の向上を図るとともに、元受拡大を見据えた適切なモニタリング体制を構築し、リスク顕在化時に備えた対応策の検討・実施に取り組みました。また、リスクを加味した収益指標の導入により、収益・健全性管理の高度化に取り組みました。

[7] ホールセール領域における強みづくり

日本生命と共同でマーケット開拓を行うことや、強みあるマーケットに経営資源を集中して取り組むことで、収益拡大を図っています。また、三井系企業を中心とした親密企業とのリレーション強化により、リテール領域への収益貢献を図りました。

[8] 10年後を見据えた人材育成と活気ある職場環境づくり

従業員が生き生きと働ける環境づくりに向けた人事制度の見直し、中長期的な視点での人材育成プログラムの策定・実行や、モチベーション向上のための評価制度へ見直しを行い、人材育成・従業員満足度の向上に向けた取組みを人事制度・運営の両面から幅広く進めてまいりました。また、働き方変革の更なる推進策として、従業員の健康保持・増進を経営戦略としてとらえ、2018年10月より健康経営への取組みを開始しています。2019年2月21日には、経済産業省が日本健康会議と共同で主催する健康経営優良法人認定制度において、「健康経営優良法人2019(大規模法人部門)」(ホワイト500)の認定を受けています。

<戦略を支える取組み> お客さま本位の業務運営とコンプライアンスの徹底

お客さま本位・コンプライアンスを全ての業務運営の前提とし、お客さまに最適な商品・サービスを提供することで、持続的な「お客さま満足度」(お客さま本位の業務運営の定着を測る指標)の向上を図っています。

2018年6月12日には、2017年度のお客さま本位の業務運営に関する取組結果をまとめ、「お客さま本位の業務運営に関する取組内容」を改訂いたしました。また、2018年11月28日には、「お客さま満足度」の2018年度調査結果を公表するとともに、当取組内容の一部を更新いたしました。今後も、お客さま本位の業務運営の定着度を測りつつ、定期的に検証・見直しを行い、全業務分野においてお客さま本位の業務運営の更なる推進に努めてまいります。

また、中期経営計画2020の遂行にあたっては、お客さま満足度、成長性、収益・健全性の観点から、経営目標を設定しています。

お客さま満足度においては「お客さま満足度調査における総合満足度の持続的向上」、成長性においては「保有契約年換算保険料の持続的な純増」および「新契約年換算保険料の拡大」、収益・健全性においては、「基礎利益、当期純利益の着実な積み上げ」および「経済価値指標となるESRの安定的確保と、ROEV(経済価値ベース資本対比収益率)の安定的な成長」をそれぞれ経営目標とし、中期経営計画2020を着実に実行してまいります。