

各位

平成 18 年 3 月 7 日

朝日生命保険相互会社

## 中期経営計画「ライジング A」について

### ～高品質な生命保険事業の展開～

当社はこれまで、経営改革計画「プロジェクト R」において「事業の選択と集中」を行い、「重心の低い筋肉質の企業体質」を構築するとともに、新経営戦略「サクセス A」において「お客様満足度と収益力の向上に向けたビジネスモデルへの転換」を図ってまいりました。

こうした一連の経営改革の結果、第三分野業績の伸展、営業職員の販売効率や育成率・ご契約の継続率の向上において、着実に成果を収めることができました。今後は、お客様満足度と収益力の向上を目指す「サクセス A」の取組みを更に高次元で展開するとともに、当社を取り巻く大きな経営環境の変化に対応した、もう一段高いレベルでの「**高品質な生命保険事業の展開**」を図る必要があると認識しております。

こうした認識のもと、これまでの経営改革の成果をベースに、新たなステージへ飛躍すべく、平成 18 年度から 20 年度までの 3 ヶ年を計画期間とする**中期経営計画「ライジング A」**を策定しました。

この計画における経営ビジョンは、『朝日生命は、「お客様満足の向上」を最優先とした経営を実践し、「お客様一人ひとりに信頼され選ばれる生命保険会社」を目指して、**社会とともに歩んでまいります。**』にいたしました。この経営ビジョンの下で、「お客様満足の向上」への取組みが、「収益力の向上」と「健全性の向上」につながり、それがまた「お客様満足の更なる向上」をもたらすという、好循環を実現するとともに、これらを支えるコンプライアンスや事務・システム等の経営基盤の強化を図っていきたいと考えております。

平成 18 年度からは、この中期経営計画「ライジング A」の遂行を通じて、まさに“朝日”が昇るかのごとく、全社一丸となって邁進し、「**お客様一人ひとりに信頼され選ばれる生命保険会社**」を目指してまいります。

代表取締役社長 藤田 譲

## 中期経営計画「ライジングA」のポイント

### 1. 経営ビジョン

『朝日生命は、「お客様満足の上昇」を最優先とした経営を実践し、「お客様一人ひとりに信頼され選ばれる生命保険会社」を目指して、社会とともに歩んでまいります。』

### 2. 経営目標（平成 20 年度）

＜お客様満足の上昇＞	お客様満足度調査のお客様満足度	70%以上
＜収益力の上昇＞	保有年換算保険料	6,000億円
	基礎利益	600億円
＜健全性の上昇＞	コア自己資本	2,300億円
	コア自己資本比率	4%

### 3. アクションプラン（主な取組み）

経営ビジョンと経営目標の実現に向けて、「お客様満足の上昇」を最優先とすることを経営の基軸に据え、お客様一人ひとりに心からご満足いただけるよう、マーケットの動向・お客様のご要望を的確に把握し、それに適合した「高品質な生命保険事業の展開」を図っていくため、

- (1)お客様ニーズに適合した「高品質な商品・サービス」の開発
- (2)「One For One サービス」・「All For One サービス」体制の構築
- (3)「最高水準の質の高い営業職員体制」の実現と「お客様ニーズに合わせた販売ネットワーク」の構築
- (4)お客様・社会の信頼にお応えする「強固な経営基盤」の確立

に取り組んでまいります。

#### (1)「高品質な商品・サービス」の開発

マーケット・お客様のご要望の変化を踏まえ、従来の「保障中核層」と今後拡大が見込まれる「シニア層」の2大マーケットに加え、ニーズの深掘により更なる開拓が見込まれる貯蓄・年金市場等の新たなマーケットに対して、それぞれのニーズを的確に把握し、それに適合した「高品質な商品・サービス」を開発してまいります。

##### ○「高品質な商品・サービス」の開発

- ・お客様ニーズに対応した先進性の高い商品の開発
- ・お客様の健康増進をご支援する「朝日生命健康プロジェクト」の更なる展開

#### (2)「One For One サービス」・「All For One サービス」体制の構築

お客様一人ひとりに心からご満足いただくために、担当営業職員による「高品質な商品・サービス」をご提供する「One For One サービス」を推進します。

また、担当営業職員によるサービスに加え、お客様に対して朝日生命全体で「高品質な商品・サービス」をご提供する「All For One サービス」体制を構築します。

○「One For One サービス」の推進

- ・「保険王」のご契約内容等をご理解いただくための「保険王レポート」の提供
- ・携帯パソコン「ハンディアイⅣ」を軸とした新営業支援システムの構築

○「All For One サービス」体制の構築

- ・すべてのチャンネルにて高品質なサービスの提供に向けたCRM（Customer Relationship Management）の構築
- ・お客様の利便性向上に向けたサービスチャンネルの拡充

**(3)「最高水準の質の高い営業職員体制」の実現と「お客様ニーズに合わせた販売ネットワーク」の構築**

「サクセスA」の成果を踏まえて、「最高水準の質の高い営業職員体制」を実現し、営業職員チャンネルを通じた「収益力の向上」を実現してまいります。

また、通信販売の展開等の「お客様ニーズに合わせた新たな販売ネットワーク」の構築により、新たな収益の獲得を図ります。

○「最高水準の質の高い営業職員体制」の実現

- ・コンサルティング力の高い営業職員の育成に向けた「5年間育成」体制の構築
- ・「陣容将来収益指標（FPI）」の導入
- ・最高水準の営業職員の販売効率・育成率、ご契約の継続率の実現

○「お客様ニーズに合わせた販売ネットワーク」の構築

- ・ご加入時の利便性向上に向けた「通信販売」の展開
- ・中小企業経営者のネットワーク構築

**(4)お客様・社会の信頼にお応えする「強固な経営基盤」の確立**

「高品質な生命保険事業の展開」を支え、お客様・社会の信頼にお応えする「強固な経営基盤」の確立に向けて、「お客様満足を最優先とする意識・行動の定着」「活力ある人材の育成と能力発揮」「事務サービス体制・ITインフラの構築」「コンプライアンスの企業文化としての定着」により、「経営基盤の強化」を実現してまいります。

また、収益力の向上と資産運用面でのトータルリターン追求による「コア自己資本の拡充」を通じて、「健全性の向上」を実現してまいります。

○「お客様満足を最優先とする意識・行動の定着」

- ・「お客様の声」をお客様サービスに活かしていく仕組みの構築
- ・「お客様満足度目標」等の設定

○「活力ある人材の育成と能力発揮」

- ・女性の活躍推進に向けた「朝日生命ポジティブ・アクション」の実施
- ・豊富な職務経験を有する職員の能力発揮に向けた60歳以降の雇用促進

○「事務サービス体制・ITインフラの構築」

- ・「正確・迅速・簡便な事務サービス体制」の構築
- ・ITインフラの強化

○「コンプライアンスの企業文化としての定着」

- ・情報資産管理を含めたコンプライアンスの推進による企業文化としての定着

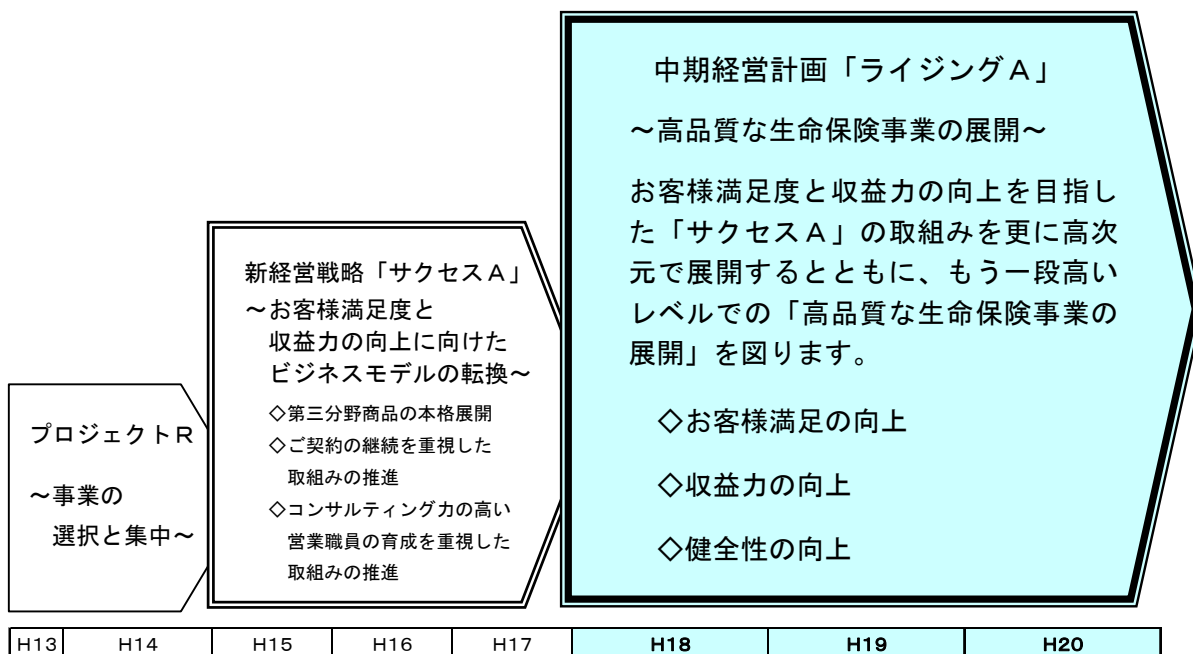
○「コア自己資本の拡充」

- ・収益力の向上と資産運用面でのトータルリターン追求

## 1. 位置付け

～「プロジェクトR」「サクセスA」から「ライジングA」へ～

「ライジングA」では、「サクセスA」の取組みを更に高次元で展開するとともに、当社を取り巻く大きな経営環境の変化に対応した、もう一段高いレベルでの「高品質な生命保険事業の展開」を図ってまいります。



### <サクセスAの成果>

#### ○お客様満足に向けた取組み

「サクセスA」では、「お客様満足度の向上」を重要経営課題と位置付け、お客様満足に対する全役職員の意識醸成や全社一体となった取組みを図るとともに、お客様満足度の向上によりお客様からご支持いただき、ひいては収益力向上へとつなげていくことを目指してまいりました。この体制強化の一環として、平成15年10月には、社長を委員長とする「お客様満足度向上委員会」を設置し、当委員会をベースに検討を重ね、様々な業務改善を行っております。

※現在までの取組みについては、別紙1の『サクセスA』における『お客様満足度向上』に向けた取組みについて」をご参照ください。

#### ○第三分野業績の伸展

「サクセスA」では、従来の死亡保障に加え、第三分野商品を第2の柱として本格展開してまいりましたが、第三分野部分の保有契約は順調に増加いたしました。

#### ○経営効率の改善

「サクセスA」では、「ご契約の継続を重視した取組み」「コンサルティング力の高い営業職員の育成を重視した取組み」を推進してまいりましたが、ご契約の継続率や保有契約の消滅率、営業職員の販売効率や育成率といった経営効率の指標は、いずれも着実に向上いたしました。

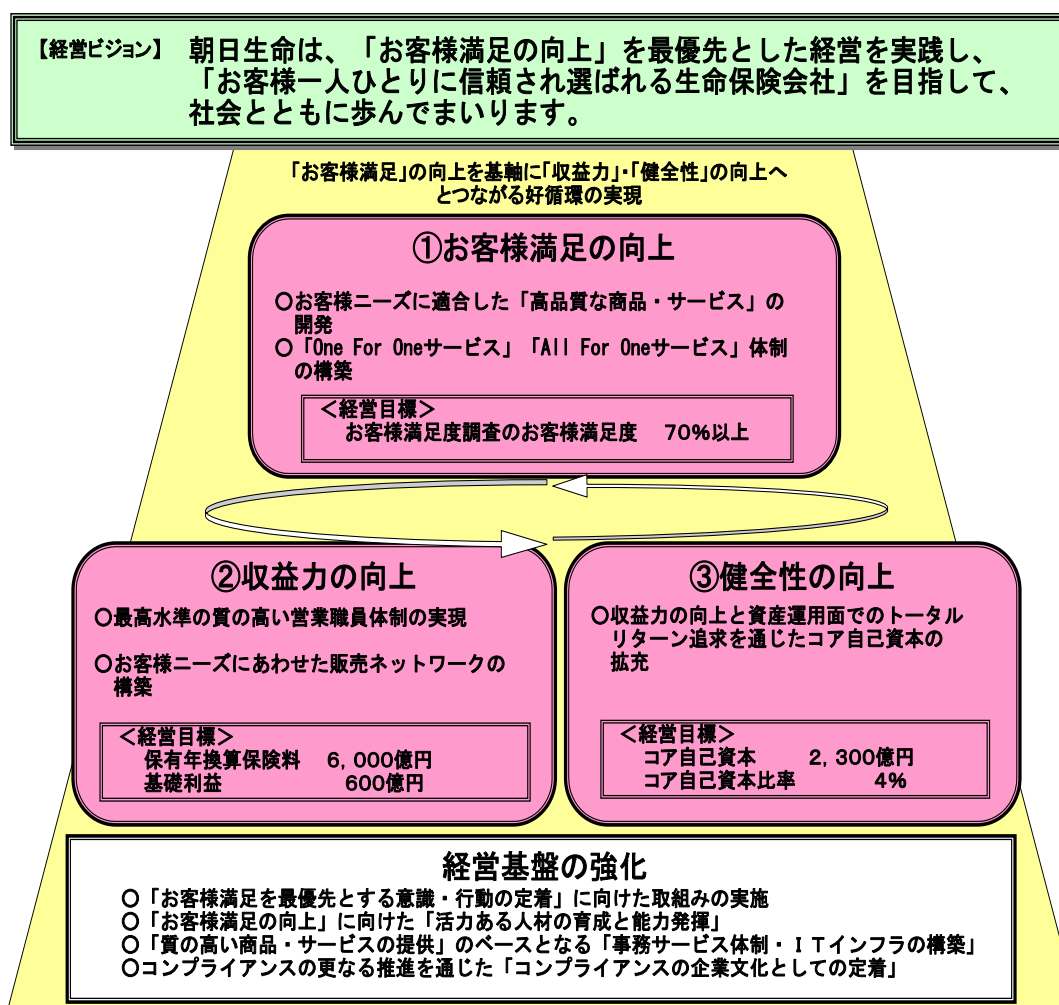
こうした「サクセスA」の成果と経営環境の変化を踏まえ、「ライジングA」では、引き続き経営効率の更なる改善に取り組むとともに、「高品質な生命保険事業の展開」を図ることにより、「お客様満足の向上」と「収益力の向上」・「健全性の向上」を目指してまいります。

## 2. 経営ビジョン・基本構図

当社は、「サクセスA」の成果を踏まえ、「お客様一人ひとりに信頼され選ばれる生命保険会社」を目指して、「お客様満足の上昇」を従来以上に徹底して追求していくことを経営の基軸に据え、お客様一人ひとりのニーズ・ご要望にあった「高品質な商品・サービスの提供」に取り組んでまいります。

また、生命保険事業は、社会性・公共性の高い事業であることを十分に認識し、少子・高齢化の進展・社会保障制度の見直し等経済・社会構造が変化中、生命保険事業を通じて、社会とともに歩んでまいります。

こうした経営ビジョンの下、「お客様満足の上昇」への取り組みが、「収益力の向上」と「健全性の向上」につながり、それがまた「お客様満足の更なる向上」をもたらすという、好循環を実現するとともに、これらを支える「お客様満足を最優先とする意識・行動の定着」「活力ある人材の育成と能力発揮」「事務サービス体制・ITインフラの構築」「コンプライアンスの企業文化としての定着」等の経営基盤の強化に取り組んでまいります。



※経営目標は、本中期経営計画の計画最終年度である平成20年度の目標数値です。

### 3. 経営目標（平成20年度）

「お客様満足の向上」を基軸に「収益力の向上」・「健全性の向上」へとつながる好循環の実現に向けて、「お客様満足度の向上」を測る目標として「お客様満足度調査のお客様満足度」、「収益力の向上」を測る目標として「保有年換算保険料」・「基礎利益」、「健全性の向上」を測る目標として「コア自己資本」・「コア自己資本比率」を経営目標に掲げ、その達成に向けて全社一体となって邁進してまいります。

＜お客様満足度の向上＞	お客様満足度調査のお客様満足度	70%以上
＜収益力の向上＞	保有年換算保険料	6,000億円
	基礎利益	600億円
＜健全性の向上＞	コア自己資本	2,300億円
	コア自己資本比率	4%

#### ○お客様満足度調査のお客様満足度

中期経営計画における「経営ビジョン」にもとづき、「お客様満足度の向上」を最優先の経営の基軸と位置付け、「お客様のご満足を最優先とする意識・行動の定着化」「お客様の声にもとづく業務改善」等の取組みを進めてまいります。また、「経営ビジョン」の実現状況を可視化し進捗を確認するため、当社が社外機関に委託して実施している「お客様満足度調査」において、当社にご加入の10人に7人以上のお客様に「満足」と感じていただくことを目指します。

	平成17年度	平成20年度目標
お客様満足度調査のお客様満足度	60%	70%以上

※お客様満足度：当社は社外機関へ委託し、お客様満足度調査を実施している。その調査では総合的なお客様満足度を「大変満足」「満足」「どちらかといえば満足」「どちらともいえない」「どちらかといえば不満」「不満」「大変不満」の7段階に応じて評価をいただいているが、そのうち上位3段階の「大変満足」「満足」「どちらかといえば満足」と感じていただいているお客様の占率。

#### ○保有年換算保険料

第三分野への取組みにより、第三分野の保有年換算保険料は引き続き増加し、全体の保険料に占める構成比も増加させます。一方、全体の保有年換算保険料は、満期を迎えるご契約等の影響により、平成20年度までは減少しますが、6,000億円を確保いたします。

	平成17年度上半期	平成20年度目標
保有年換算保険料	6,497億円	6,000億円
うち第三分野	1,366億円	1,750億円
構成比	21%	29%

## ○基礎利益

上記のとおり保有年換算保険料は減少傾向となりますが、保障性商品と第三分野商品のウエイトが高まっていくこと、ご契約の継続率や保有契約の消滅率、営業職員の販売効率、育成率等の経営効率の改善により、保険関係収益は増加する計画といたします。また、資産運用関係収益については、予定利率の高い契約の満期等により平均予定利率が低下していくこと、運用環境の改善により資産運用の利回りが向上することにより、改善する計画といたします。こうした成果を反映し、基礎利益目標は平成20年度600億円といたします。

	平成16年度決算	平成20年度目標
基礎利益	498億円	<b>600億円</b>

## ○コア自己資本、コア自己資本比率

「健全性の向上」を図るため、平成20年度には、コア自己資本を2,300億円、コア自己資本比率を4%に拡充し、自己資本の質を大幅に改善する計画といたします。保険関係収益の向上と資産運用面でのトータルリターンの追求を通じた収益力の向上により、コア自己資本・コア自己資本比率の早期達成を目指します。

	平成17年度上半期	平成20年度目標
オンバランス自己資本	3,516億円	3,910億円
うち基金	2,110億円	1,610億円
コア自己資本	1,406億円	<b>2,300億円</b>
うち基金償却積立金	500億円	1,000億円
うち剰余金	804億円	1,100億円
うち危険準備金等	102億円	200億円
コア自己資本比率	2.2%	<b>4%</b>

資産運用面のトータルリターン：利息配当金等収入と有価証券売却益全体での資産運用収益

コア自己資本：外部調達の商品や株式等評価差額金等を除いた中核的な資本項目に、内部留保（危険準備金・価格変動準備金）を加えたもの。

コア自己資本比率：総資産に対するコア自己資本の比率。

#### 4. アクションプラン（主な取組み）

経営ビジョンと経営目標の実現に向けて、「お客様満足の上昇」を最優先とすることを経営の基軸に据え、お客様一人ひとりに心からご満足いただけるよう、マーケットの動向・お客様のご要望を的確に把握し、それに適合した「高品質な生命保険事業の展開」を図っていくため、

- (1)お客様ニーズに適合した「高品質な商品・サービス」の開発
- (2)「One For One サービス」・「All For One サービス」体制の構築
- (3)「最高水準の質の高い営業職員体制」の実現と「お客様ニーズに合わせた販売ネットワーク」の構築
- (4)お客様・社会の信頼にお応えする「強固な経営基盤」の確立

に取り組んでまいります。

※別紙2『ライジングA』のアクションプランの全体図をご参照ください。

##### (1)「高品質な商品・サービス」の開発

マーケット・お客様のご要望の変化を踏まえ、従来の「保障中核層」と今後拡大が見込まれる「シニア層」の2大マーケットに加え、ニーズの深掘りにより更なる開拓が見込まれる貯蓄・年金市場等の新たなマーケットに対して、それぞれのニーズを的確に把握し、それに適合した「高品質な商品・サービス」を開発してまいります。

##### ①お客様ニーズに対応した先進性の高い商品の開発

当社の主力商品である「保険王」は、継続的にバージョンアップを図り、お客様のニーズにあった商品の提供に努めてまいりました。お陰様で、「保険王」の発売以来累計販売件数は、平成17年12月で160万件を突破しました。

今後も、お客様の第三分野（医療・介護）ニーズの高まりや医療技術・医学水準の向上に対応した「最新の医療・介護保障」の提供、シニア層、保障中核層、女性層等のそれぞれ異なるニーズにきめ細かく対応できる「オーダーメイドの充実した保障」の提供、「保険王」の最大の特長である「ライフサイクルに応じた保障見直しの自在性」等において、先進性の高い商品を開発してまいります。

##### ②「朝日生命健康プロジェクト」の更なる展開

「ご自身のための保障」に対するお客様ニーズの高まりを踏まえ、平成16年度よりお客様の健康増進を支援していく「朝日生命健康プロジェクト」を実施しておりますが、その一環として、平成18年2月より携帯電話を活用した健康応援サイト「モバイル健康王」（アドレス <http://www.k-ou.jp/>）をスタートしました。今後も、お客様の健康増進を支援する各種取組みを展開していく予定です。

※「モバイル健康王」とは、自分自身の健康は自分で守るという「セルフケア」を、携帯電話の活用によりご支援するシステムです。このサイトでは、お客様が健康に関する情報を入力したり、体重や運動量などを入力することで、手軽に健康管理を行なっていただくことができます。コンテンツとしては、「ケータイで四国を歩こう」、「禁煙保健室」、「医療機関検索」等があります。



## (2) 「One For One サービス」・「All For One サービス」体制の構築

お客様一人ひとりに心からご満足いただくために、担当営業職員による「高品質な商品・サービス」をご提供する「One For One サービス」を推進します。

また、担当営業職員によるサービスに加え、お客様に対して朝日生命全体で「高品質な商品・サービス」をご提供する「All For One サービス」体制を構築します。

※「One For One サービス」とは、「お客様一人ひとり (One)」に対して「担当営業職員 (One)」が最新の保障のご案内やきめ細かなサービス等を行っていくことです。

※「All For One サービス」とは、「お客様 (One)」に対して「担当営業職員を含めた朝日生命全体 (All)」でご満足いただけるサービスを行っていくことです。

### <One For One サービスの推進>

#### ①「保険王レポート」の提供

お客様に定期的にご契約内容ならびに「保険王」の自在性をご確認いただき、ライフサイクルに応じた最適な保障をご用意いただくために、「保険王」にご加入いただいているお客様に、ご契約内容やサービス内容をお知らせする「保険王レポート」を平成19年より原則として毎年お届けする予定です。

#### ②携帯パソコン「ハンディアイⅣ」を軸とした新営業支援システムの構築

平成18年1月より、全国の営業職員等がお客様へのプレゼンテーションや商品設計に使用している約1万7千台の携帯パソコンを、指紋認証装置を標準装備した最新機種（愛称：ハンディアイⅣ）にリプレースいたしました。さらに、平成19年1月より、情報管理機能の強化を目的にお客様の情報をセンターサーバに集約し一括管理します。あわせてモバイル通信機能を搭載し、お客様訪問時にその場で最新の情報を取得したうえでの、ご契約内容へのご理解促進・最適な商品の提供等を可能とします。加えて、ライフプランニング機能等の新たな情報サービス機能を充実させる予定です。これらの新営業支援システムを活用し、お客様にご満足いただけるコンサルティングを更に推進してまいります。

### <All For One サービス体制の構築>

#### ①CRM (Customer Relationship Management) の構築

サービスチャネル間の情報連携を強化することにより、どのチャネルにおいてもそれぞれの特性を活かした高品質なサービスをご提供できるよう、お客様の様々な情報を一元管理する当社独自のCRMを構築してまいります。その一環として、平成18年4月より、お客様からのお申し出等の情報の管理・連携を行うために、「お客様申出管理システム (COSMOS)」を稼働させる予定です。

#### ②サービスチャネルの拡充

担当営業職員によるサービスに加え、お客様の利便性向上を図るために、お客様サービスセンター、ホームページ、アウトバウンドコール、サービスメイト等のサービスチャネルを拡充し、複合的に組み合わせることにより、お客様が「24時間、いつでも、どこからでも」当社にアクセスできるお客様サービス体制を構築

してまいります。

※アウトバウンドコールとは、会社からお客様に対して、電話により各種ご案内・ご提案を行うサービスのことです。

### **(3)「最高水準の質の高い営業職員体制」の実現と「お客様ニーズに合わせた販売ネットワーク」の構築**

「サクセスA」の成果を踏まえて、「最高水準の質の高い営業職員体制」を実現し、営業職員チャネルを通じた「収益力の向上」を実現してまいります。

また、通信販売の展開等の「お客様ニーズに合わせた新たな販売ネットワーク」の構築により、新たな収益の獲得を図ります。

#### **<最高水準の質の高い営業職員体制の実現>**

##### **①営業職員「5年間育成」体制の構築**

営業職員の育成率と販売効率の更なる向上を図るため、当社営業職員の定着率の現状分析をベースとして、長期的な視野に立った営業職員の育成を推進すべく、育成期間を従来の2年間から5年間に変更し、育成カリキュラムの見直しと育成体制の整備・強化を実施します。具体的には、これまでの入社1～2年目層に対する初期教育の更なる強化に加えて、入社3～5年目層に対する高度な販売スキルやFP知識等の実践教育を実施します。そのため、平成18年4月より、「都市型実践育成センター」と「プロフェッショナル・コンサルティング・スクール（コンサルスクール）」を都市部に新設します。

##### **②「陣容将来収益指標（FP I）」の導入**

質・量の両面から営業職員体制を強化する観点から、平成18年度より営業管理指標として、営業職員陣容から期待される将来の新契約価値を示す「陣容将来収益指標（FP I）」を導入します。また、将来的には、「陣容将来収益指標（FP I）」と既に導入している「業務収益指標（BP I）」を合算した「総合収益指標（TP I）」の導入を検討し、より企業価値増大に直結する業務運営の定着を目指します。

※FP IはFuture Profit Indicator、BP IはBusiness Profit Indicator、TP IはTotal Profit Indicatorの略です。

##### **③最高水準の営業職員の販売効率・育成率、ご契約の継続率の実現**

「サクセスA」の成果をベースとして、より高資質な営業職員を多数採用できる採用手法の多様化や育成体制の刷新・強化等の「営業職員体制の高度化」に向けた取組みを通じて、営業職員の販売効率・育成率、ご契約の継続率において最高水準の実現を目指します。

## ＜お客様ニーズに合わせた販売ネットワークの構築＞

### ①通信販売の展開

より簡便な手続きでの保険加入を望まれるお客様を対象に、平成 18 年度下期を目処に通信販売チャンネルを展開する予定です。

### ②中小企業経営者とのネットワーク構築

中小企業経営者のお客様向けに、税理士代理店を通じた販売を推進するとともに、「ABC 会員制度」においてインターネットを活用した情報サービスを更に充実させる等、中小企業経営者とのネットワーク構築に取り組んでまいります。

※「ABC 会員制度」とは、中小企業の経営者・キーマン向けに、経営情報誌「ABC マガジン」のお届けや著名人によるセミナーを開催する等、ビジネスに役立つサービスを行う当社独自の会員組織です。平成 5 年から会員制度を開始し、現在の会員企業は約 3 万人に及んでおります。(ABC は Asahi Business Club の略)

## (4)お客様・社会の信頼にお応えする「強固な経営基盤」の確立

「高品質な生命保険事業の展開」を支え、お客様・社会の信頼にお応えする「強固な経営基盤」の確立に向けて、「お客様満足を最優先とする意識・行動の定着」「活力ある人材の育成と能力発揮」「事務サービス体制・IT インフラの構築」「コンプライアンスの企業文化としての定着」により、「経営基盤の強化」を実現してまいります。また、収益力の向上と資産運用面でのトータルリターン追求による「コア自己資本の拡充」を通じて、「健全性の向上」を実現してまいります。

## ＜お客様満足を最優先とする意識・行動の定着＞

### ①「お客様の声」をお客様サービスに活かしていく仕組みの構築

これまで「お客様の声」をお客様サービスに活かしていくため、お客様の声を収集する枠組みや推進体制の整備に取り組んでまいりましたが、今後は、その仕組みを更に強化し、「お客様の声」にもとづく継続的な業務改善の実践を全役職員一人ひとりにまで定着させてまいります。そのため、各所属がお客様の声を直接お聞きする新たな仕組みとして、諸手続き等の際のお客様アンケート実施等を導入していく予定です。

### ②「お客様満足度目標」等の設定

お客様満足を最優先とする意識・行動を定着させるために、「お客様満足度調査によるお客様満足度 70% 以上」を経営目標として設定します。また、各組織毎にお客様満足に向けた取り組み状況を可視化することにより、業務改善を図ってまいります。加えて、当社が期待する従業員像として「朝日の共通評価軸」を導入し、「お客様満足の向上」を指向した従業員教育と評価を推進します。

## <活力ある人材の育成と能力発揮>

### ①女性の活躍推進に向けた「朝日生命ポジティブ・アクション」の実施

「ダイバーシティ（多様性）」を尊重することにより、職員一人ひとりの能力発揮機会の拡大を通じた会社全体の活力向上を図るとともに、お客様の価値観多様化に対応していくために、女性の活躍推進に向けた「朝日生命ポジティブ・アクション」を実施します。

平成18年4月より、人事制度について、従来の専任職の職務を拡大し、総合職と専任職の職務を統一し、転居を伴う人事異動のある「総合職」と転居を伴わない人事異動に限定する「エリア総合職」に再編成します。この改正に伴い、能力・意欲のある女性職員がキャリアアップできる環境を整備し、女性の管理職を新規に30名登用する予定です。また、「朝日生命ポジティブ・アクション」の運営体制として、社長を委員長とした「女性の活躍推進委員会」を設置します。本委員会には、専門的なご意見をいただくことを目的として、社外取締役である坂東眞理子氏（昭和女子大学副学長）が委員として参画します。

### ②60歳以降の雇用促進

労働市場が逼迫化しているなかで、豊富な職務経験を有するベテラン職員のノウハウ・スキルを活用するために、60歳以降の雇用促進に向けた取組みを推進します。

営業職員は、従来から定年後再雇用制度を導入していますが、平成18年4月より、更に内容を拡充します。また、豊富な職務経験を活用すべく、総合職、エリア総合職にも、定年後再雇用制度を新たに導入し、営業スタッフやサービススタッフ等の職務を担当することといたします。

## <事務サービス体制・ITインフラの構築>

### ①「正確・迅速・簡便な事務サービス体制」の構築

平成18年1月より、給付金請求等の手続において、お客様からのご請求を受付後瞬時に本社に電送し処理を開始する仕組み（※イメージワークフロー・システム）の導入により、お客様対応の迅速化を図っており、今後対象業務を順次拡大する予定です。また、お客様の「わかりやすさ」という観点からの各種お手続き書類の見直しや事務の点検・検証体制の強化等を通じて、引受・保全・支払といった生命保険本来の機能の更なる強化に取り組んでまいります。

※イメージワークフロー・システムとは、お客様からご提出いただいた請求書類を受付所属（支社・営業所）でスキャナ読込みし、イメージデータとして電子化したうえで本社担当部門にデータ送信し事務処理を行う仕組みです。この仕組みの導入により、従来、請求書類の受領から処理の開始まで3日程度かかっていたものが、早ければ当日中に処理されることとなります。

### ②ITインフラの強化

高度なお客様サービスを将来に亘り確実にご提供できるよう、事務系オンライン機能のWEB化、センター集中化等を計画的にすすめ、IT環境の変化に柔軟に対応できるITインフラに変革してまいります。

あわせて、保険王をはじめとする商品・サービスの向上のため、個人保険関連システムの更なる機能強化を図ってまいります。

## <コンプライアンスの企業文化としての定着>

### ①情報資産管理を含めたコンプライアンスの推進による企業文化としての定着

これまでコンプライアンス会議（※）を中心としたコンプライアンス態勢の強化に努めてまいりましたが、引き続き全役職員におけるコンプライアンスマインドの定着を基本に、情報資産管理を含めた各担当業務に応じたコンプライアンスを推進します。これにより、各所属の「コンプライアンスに関する自律的改善」を促進し、最終的には「コンプライアンスの企業文化としての定着」を目指します。

※コンプライアンス会議は、社長を議長、統括部門長を構成員とし、社外弁護士を招聘して専門的な意見等を得ながら、コンプライアンスについての協議を行っております。

## <コア自己資本の拡充>

### ①収益力の向上と資産運用面でのトータルリターンの追求

「健全性の向上」に向け、保険関係収益の向上と資産運用収益の向上を通じて、コア自己資本目標・コア自己資本比率目標の早期達成を目指します。

資産運用面では、ALMの観点からリスク・リターンを勘案した最適なポートフォリオを構築し、トータルリターンの追求を通じて資産運用収益の向上を図ります。

また、「朝日ライフアセットマネジメント㈱」を始めとした当社グループ内の運用関連会社各社の持つノウハウ、リソース等の有効活用や、これらとの連携による人材育成等を通じ、総合的な運用体制のレベルアップを図り、投資環境に応じた柔軟な資産配分、新しい運用手法への取組み、ヘッジ手段の活用を通じ、機動的な超過収益の獲得を図ります。

以 上

## 「サクセスA」における「お客様満足度向上」に向けた取組みについて

「お客様満足」は、お客様一人ひとりに、当社と接する様々な局面で、ご満足を感じていただくことに他ならず、各局面における業務改善を不断に行っていくことと併せて、「お客様の満足」を最優先とする意識・行動を全役職員に定着させ、全社一体となって取り組むことがまさに肝要であると考えております。

このため、全国のお客様からの様々なご照会、ご相談、お申出に対し、迅速・正確・丁寧にお応えするとともに、苦情をはじめとして、お客様から寄せられる数多くの声を、新商品の開発・お客様サービスのさらなる充実に活かしていくため、以下の取組みを行ってまいりました。

### 1. 「お客様満足度の向上」に向けた体制整備

「お客様の声」を経営に反映し、迅速に業務改善・お客様サービスの充実に活かすことを目的として、平成 15 年 10 月に「お客様満足度向上委員会」を設置しました。メンバーは、社長を委員長とし、お客様接点業務に携わる支社・営業所に勤務する職員、本社関係部門の役職員としております。

また、平成 17 年4月より、全国各支社や本社各統括部門毎に、支社長や役員をリーダーとした「CS推進チーム」を設置し、自主的にテーマを設定して課題解決を図るとともに、全ての業務改善のベースとして取り組んでいます。

### 2. 「お客様の声」の収集・一元管理

①当社では、これまでも「お客様の声」の収集に努めてきましたが、今後は、より幅広く「お客様の声」を収集し、それらを一元管理する仕組みを構築し、新商品の開発・お客様サービスのさらなる充実に努めてまいります。

#### 【直接寄せられる声】

ご契約者懇談会での声、電話によりお客様サービスセンターに寄せられる声、ハガキ・手紙・各種アンケート調査等を通じて寄せられる声 等

#### 【間接的に寄せられる声】

営業職員・お客様サービス業務に携わっている職員（本社・支社・営業所）・お客様サービス専門スタッフ等を通じて寄せられる声 等

②また、平成 16 年度より、「お客様満足度調査」を実施しており、その調査結果も踏まえ、さらなるお客様サービスの充実に努めてまいります。

### 3. 「お客様満足度向上」に向けたこれまでの主な取組み

#### ①「お客様サービスセンター」のフリーダイヤル化（平成 15 年 4 月）

コールセンターである「お客様サービスセンター」について、フリーダイヤル化を実施のうえ、円滑なお客様対応を行うためにコミュニケーターを増員するなどの機能強化を図りました。

#### ②お客様情報システム「AICOS（あいこす）」の稼動（平成 15 年 12 月）

営業職員のお客様に対するサービス活動やお客様へのアクセス充実に支援を目指したお客様情報システムとして、平成 15 年 12 月より、「AICOS（あいこす）」を稼動させました。この

機能により、ご契約にお手続きが発生した場合に、従来以上にスピーディに担当営業職員に通知し、お客様のお手続きをタイムリーにフォローすることが可能となりました。

③「お客様満足度向上のための3つの指針」の策定（平成16年1月）

お客様満足に対する基本的な姿勢・考え方、全役職員の業務遂行上の心構えとして、平成16年1月に「お客様満足度向上のための3つの指針」を策定し、その徹底・浸透に努めております。

【お客様満足度向上のための3つの指針】

- ・お客様の声に真摯に耳を傾けます。
- ・お客様の立場・視点に立って考えます。
- ・お客様への感謝の気持ちを持って行動します。

④営業職員による土曜日の訪問業務の実施（平成16年1月）

お客様のライフスタイルの多様化に対応するため、平成16年1月より、お客様ニーズが高い地域で「営業職員による土曜日(第2土曜日)の訪問業務」を開始し、継続しております。

⑤「さんくすコール」の実施（平成16年6月）

お客様からのご契約に対するご要望などをお聞きし、迅速に対応するため、担当者による訪問サービスに加え、平成16年6月より、一部地域において、「お客様サービスコール」を開始しました。「お客様サービスコール」では、ご加入後のフォローが不十分になりがちな募集者が退職したご契約者に対して、電話でご契約継続のお礼と各種情報提供のご希望をお伺いしています。平成17年6月以降、名称を「さんくすコール」と変更し、対象範囲を全国に拡大し、実施しています。

⑥「保険証券」の改訂（平成18年1月）

保険王の保険証券につきまして、お客様のご理解を高め、所持・管理面での利便性を高めることを目的として、保障見直し時および保険証券再発行時に保険証券が常に1冊となるよう発行方法を変更するとともに、保険証券自体の大きさをA4版(縦型)からB5版(横型)に改訂いたしました。

⑦イメージワークフローの導入（平成18年1月）

お客様からのお申出により迅速に対応するため、保険に関する手続書類を、全国の各店舗からイメージ送信するシステムを導入しました。

⑧新商品の開発

当社では、従来よりお客様個々のニーズに的確にお応えできる商品開発を心がけており、平成13年4月に発売した「保険王」につきましても、毎年、機能の拡充を図っています。例えば平成17年4月には、お客様の「女性やシニア層向けの割安な医療保障保険を開発して欲しい」との声を踏まえ、「生活習慣病保険(返戻金なし型)」「女性サポート特約」を発売しております。

⑨お客様サービス専門スタッフの拡充

お客様のご自宅への定期的な訪問による各種情報提供を職務とするお客様サービス専門スタッフを全社で848名(平成17年10月現在)配置し、お客様訪問サービス体制の強化を図っております。

以上

「ライジングA」のアクションプランの全体図

