成長戦略 営業サービス・フロントのさらなる強化

- 「コンプライアンス違反の根絶」を大前提として、MYリンクコーディネーター（営業職員）の品質・生産性を飛躍的に向上
- 競争他社とのさらなる差別化を図り、団体保険分野におけるリーディングカンパニーとしての揺るぎない地位を確立

MYリンクコーディネーターの新たな役割

- 地域のつながりやお客さまの健康増進をサポート

お客さまに寄り添ったライフプランニング、定期的なアフターフォロー

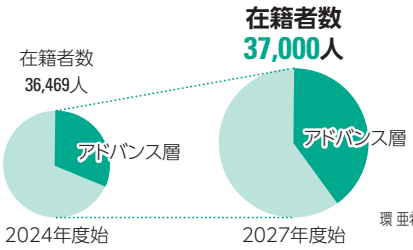
＋

地域のつながりをサポート
地元の元気プロジェクトを通じた取組み

お客さまの健康増進をサポート
みんなの健活プロジェクトを通じた取組み

MYリンクコーディネーター等（営業職員）の生産性向上

- MYリンクコーディネーターの範となる行動と生産性を兼ね備えたアドバンス層を拡大



MYリンクコーディネーター
イメージキャラクター
環 亜希（たまき あき）／環 綾香（たまき あやか）
©スタジオ地図 ©J.LEAGUE

団体保険分野No.1の堅持

- 団体保険分野において、競争他社とのいっそうの差別化に取り組む

お客さま接点拡大
・デジタルを活用したお客さま接点の拡大

×

マーケット開拓
・地域を中心に新たなマーケット開拓を行なう営業体制の強化

×

商品・サービス
・お客さまのニーズにこたえる医療系商品の拡充とサービスの開発

銀行窓販における競争力向上

- コンプライアンス態勢・お客さまサービス態勢を強化
- 金融環境の変化を捉え、商品ラインアップを拡充

- 地域マーケット開拓体制の強化を通じ、接点の拡充と取引の拡大に取り組み、地域における存在感を向上
- 事務職員・コンシェルジュの役割の高度化や、新たな技術の利活用を通じ、お客さまの利便性を飛躍的に向上

地域マーケット開拓体制の強化

- 組織を新設し、地域の企業・自治体・金融機関等との接点を拡充

地域本部（既設）
- 東京本部
- 神奈川本部
- 埼玉本部
- 名古屋本部
- 千葉本部
- 大阪本部

＋ 全地域をカバー

新設
地域リレーション本部
- 北海道・東北
- 関東北
- 北陸・甲信越
- 東海
- 近畿
- 中国・四国
- 九州・沖縄

事務職員の役割の高度化

- 事務職員の活躍領域をさらに拡大

事務サービス・コンシェルジュ / 法人事務サービス・コンシェルジュ創設
2021年度～ 訪問型サービス活動の展開

役割を拡大

個人事務
・訪問型サービス活動のお手続き範囲の拡大や情報提供機能の強化
・健活サポート活動のフォローアップ

＋ **職務を拡大**

上位職制「総務課長」創設
・「地域の窓口」として自治体窓口等の役割発揮
・内部管理・コンプライアンス業務

役割を拡大

法人事務
・団体窓口直接訪問などによるお客さまサービス業務の拡大

個人営業と法人営業の連携強化

- 両チャネルの営業活動の連携を強化し、シナジーを拡大

個人営業
・MYリンクコーディネーター等（営業職員）による団体保険販売を拡大
・個人保険加入企業への企業保険制度の提案

↓ 連携強化 ↑

法人営業
・個人保険の加入ニーズのあるお客さまの連携
・退職時に個人保険への移行が可能な制度の導入団体を拡大

マイナンバー制度の利活用による利便性の向上

健康キャッシュバック※のお手続きイメージ
【2024年6月展開】

お客さま専用サイト等で**マイナンバーカードを読取り**

（データの提供同意）

健診結果データが**当社に自動連携**

明治安田 ⇔ マイナポータル

健康キャッシュバックの引き出しが可能

従来との比較
・**毎年提出**が必要
・健診結果を**1枚ずつ撮影**が必要

※健康診断を提出いただいた場合に、健康診断結果に応じてキャッシュバックする仕組み

営業サービス・フロントのさらなる強化（人の役割の高度化）により、国内生命保険事業におけるシェア拡大をめざします

営業企画部・法人営業企画部担当執行役

専務執行役　**住吉 敏幸**

環境・課題認識

「MY Mutual Way I期」では、コロナ禍を契機にデジタル化が急速に進展し、お客さまニーズが多様化するなか、対面と非対面を融合した新たな営業モデルの確立に取り組みました。

●個人営業

オンラインによる面談やLINEによるご提案書の送付など、お客さまのご要望に応じて、非対面でもお客さま対応を行なえる態勢を整備し、「Shoulder to Shoulder」のお客さま対応を実践してきました。2022年4月には、MYリンクコーディネーターの役割の高度化を図り、ライフプランニングやアフターフォローなどの従来の役割に、お客さまの健康増進や地域のつながりをサポートする役割を追加しました。

また、自治体等と連携協定を締結し、協働取組みを強化することで、お客さまと地域社会をつなげる活動に取り組み、お客さま接点を拡大してきました。

●法人営業

団体保険マーケットでは、テレワークの定着等の働き方の変化をふまえ、対面だけでなくオンラインでの説明会やアウトバウンドコールでのサポート等の実施、また、団体保険のWEB加入手続き等、企業・団体の特性に応じて、対面と非対面を組み合わせた営業モデルを構築し、お客さまへのアクセス数を大幅に拡大しました。

また、銀行窓販マーケットでは、お手続きの完全電子化を実現する等、環境に配慮した「ecoシリーズ」商品として、外貨建エブリバディプラス運用重視タイプを発売し、米国金利の上昇で好調を維持する外貨建保険のラインアップを拡充しました。

めざす姿と中期経営計画における実施事項

「MY Mutual Way II期」では、個人営業・法人営業のそれぞれがいっそうの生産性向上に取り組むとともに両分野の連携を強化することで、国内生命保険事業におけるシェア拡大をめざします。

●個人営業

MYリンクコーディネーターの範となる行動と生産性を兼ね備えたアドバンス層の拡大を図り、教育カリキュラムの見直しや、活動を支援する新たなデジタルツールの開発に取り組みます。その一例として、ひとにしか提供できない価値をこれまで以上にお届けするために、2024年10月から「デジタル秘書MYパレット」を段階的に展開します。

また、全国の地域本部・地域リレーション本部を通じて、自治体や企業・団体との関係強化を図るとともに、自治体の外郭団体との連携や、健康増進イベントのラインアップ拡充など、お客さま接点のさらなる拡大に取り組みます。

●法人営業

団体保険マーケットでは、デジタル活用のいっそうの強化により、お客さま接点を飛躍的に増加させ、お客さま数のいっそうの拡大をめざします。団保保有契約高の国内シェアNo.1の堅持とさらなる成長軌道の確保に向けて、新たなマーケットの開拓にも取り組みます。

また、2025年4月には、固定の予定利率に、3年保証の利率を上乗せ、健全性に応じて配当をお支払いする、業界初の新たな団体年金保険（一般勘定）を発売し、運用資産の獲得をめざします。

銀行窓販マーケットでは、お客さまの長期の資産形成ニーズにお応えすべく、円貨建ての新商品をラインアップします。