

# 保険業界における企業理念に関する調査

## 目次

<b>第1章</b>	<b>実施概要</b> .....	<b>1</b>
<b>第1節</b>	<b>調査目的と方法</b> .....	<b>1</b>
第1項	調査目的 .....	1
第2項	調査内容と方法 .....	1
第3項	実施体制 .....	2
<b>第2節</b>	<b>ヒアリング調査対象企業</b> .....	<b>3</b>
第1項	調査対象の選定方法 .....	3
第2項	調査対象企業一覧（50音順） .....	3
<b>第2章</b>	<b>企業理念の定義と浸透方法</b> .....	<b>4</b>
<b>第1節</b>	<b>企業理念の定義と必要性</b> .....	<b>4</b>
第1項	企業理念の目的 .....	4
第2項	企業理念の構成要素（ミッション・ビジョン・バリュー） .....	5
<b>第2節</b>	<b>企業理念に関する解釈の変遷</b> .....	<b>11</b>
第1項	時代背景と経営の解釈 .....	11
第2項	理念を重視した経営が求められる背景.....	13
<b>第3節</b>	<b>実際の企業理念の研究</b> .....	<b>15</b>
第1項	企業理念の構成に関する考え方.....	15
第2項	ミッション重視型企業理念の事例 .....	18
第3項	ビジョン重視型企業理念の事例.....	20
第4項	バリュー重視型企業理念の事例.....	22
<b>第4節</b>	<b>企業理念の浸透方法</b> .....	<b>24</b>
第1項	理念浸透のメカニズム .....	24
第2項	理念浸透施策の事例 .....	25
<b>第3章</b>	<b>ヒアリング調査結果</b> .....	<b>30</b>
<b>第1節</b>	<b>保険業界における企業理念の特徴</b> .....	<b>30</b>
第1項	調査協力企業の分布 .....	30

第2項	セグメントごとの特徴 .....	32
第3項	保険業界の事業環境 .....	33
第4項	保険業界の商品特性と理念の特徴 .....	36
<b>第2節</b>	<b>企業理念の実践に向けた取組み .....</b>	<b>38</b>
第1項	調査協力企業の分布 .....	38
第2項	セグメントごとの特徴 .....	39
第3項	企業理念の策定方法 .....	40
第4項	企業理念の浸透施策（社内） .....	42
第5項	企業理念の浸透施策（社外） .....	44
第6項	企業理念の浸透結果 .....	46
第7項	企業理念浸透に関する課題 .....	48
<b>第4章</b>	<b>まとめ .....</b>	<b>50</b>
<b>第1節</b>	<b>所見 .....</b>	<b>50</b>
第1項	保険業界における理念経営の必然性 .....	50
第2項	企業理念と経営戦略の相関 .....	51
第3項	事業ステージによって異なる理念浸透のアプローチ .....	51
第4項	理念の浸透結果と具現化が求められる領域 .....	52
<b>第2節</b>	<b>提言 .....</b>	<b>53</b>
第1項	企業理念の見直しと経営戦略 .....	53
第2項	理念浸透の仕組みと仕掛け .....	53
第3項	社外への理念浸透の取組み .....	54
	<b>調査対象企業別ヒアリングレポート（50音順） .....</b>	<b>55</b>