

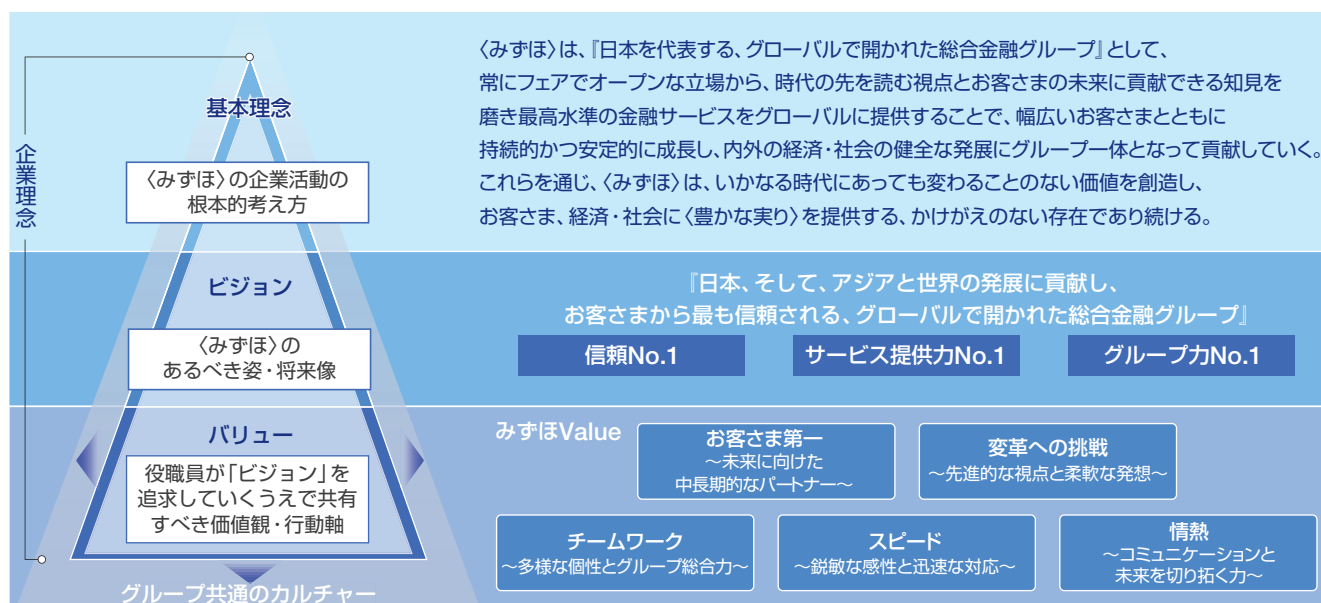
## グループ共通のカルチャー確立に向けた取り組み

### 基本的な考え方

〈みずほ〉では、「強い組織を支えるカルチャーに向けた継続的取り組み」を新中期経営計画で設定した10の戦略軸の1つとして掲げています。

「One MIZUHO推進プロジェクトチーム」では、『〈みずほ〉の企業理念』ならびに新中期経営計画の内容をグループ内へ浸透させ、役職員で共有するとともに、強固なコーポ

レートカルチャーの確立に向け、社員一人ひとりのみずほValue実践をサポートする取り組みを推進しています。具体的には、「社員一人ひとりのみずほValue実践に向けた部店の取り組み強化」と「社内コミュニケーション推進施策の継続」に取り組んでいます。



### カルチャー確立に向けた取り組み

#### 社員一人ひとりのみずほValue実践に向けた部店の取り組み強化

社員一人ひとりのみずほValue実践に向けた部店の取り組み強化を図るため、各部拠点がそれぞれ目指すべき姿をまとめた「自部店ビジョン」を策定するとともに、その実現に向けた部拠点ごとの取り組みを実践しています。また、振り返りと今後の取り組みについて部拠点内のメンバー全員で議論する場として「One MIZUHO Day」を開催しています。

その他にも、カルチャーの確立の牽引役となる国内外の部拠点長を対象とした「部店長オフサイトミーティング」の開催や各種研修を通じて企業理念の理解浸透やみずほValue実践をサポートする取り組みを行っています。



海外部店長オフサイトの様子

#### 社内コミュニケーション推進施策の継続

一体感の醸成や社員間のコミュニケーションの仕組み活性化を目的として、日本代表サッカー観戦やみずほフェスといった「グループ役職員イベント」、地域・拠点ごとに社会貢献活動を行う「みずほボランティア・デー」、みずほValueの実践が特に顕著な取り組みを表彰する「One MIZUHOカルチャープライズ」などの各種取り組みを行っています。



みずほフェスの様子

# CS(お客さま満足)向上・サービス提供力No.1 への取り組み

## 基本的な考え方

〈みずほ〉は、「お客さまを第一と考える」ことを行動の基本とし、常にお客さまのニーズを満たす最高水準の金融サービスをグローバルに提供することを目指しています。

また、すべての社員のすべての業務が、お客さまの満足

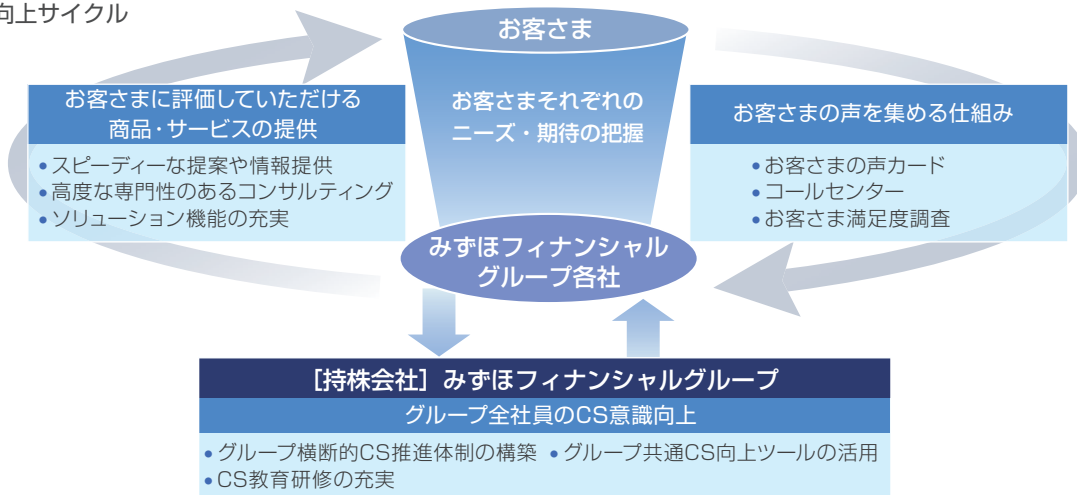
と信頼を得ることにつながっていることを自覚し、お客さまとの心の絆(きずな)を大切にしながら中長期的な信頼関係を築いていきます。

## お客さまニーズに対応する商品・サービス提供によるCS向上

〈みずほ〉は、ビジョンにおいて「サービス提供力No.1」を掲げ、その実現に向けて取り組んでいます。2015年度も約20万枚の「お客さまの声カード」や国内外の法人のお客さまにご協力をお願いしているアンケート等、さまざま

なチャネルからお客さまの声をおうかがいし、お得な商品の充実、安心できるセキュリティ機能、便利なチャネルの拡充等、常に変化し続ける多様なお客さまニーズをしっかりと受けとめ、サービスレベルの向上につとめています。

CS向上サイクル



## サービス提供力No.1の実現に向けた2015年度の主な成果

### 「銀行業界サポートポータル格付け」三つ星獲得

みずほ銀行は、HDI-Japan\*が主催する「銀行業界サポートポータル格付け」で最高ランクの三つ星を獲得しました。コールセンター、WEB窓口、「お客さまの声カード」等に寄せられる「お客さまの声」を踏まえ、ホームページの構成・動線の改良やFAQ充実等に取り組んだことに加え、「みずほ Messenger」で問い合わせチャネルの選択の幅を広げたこと等、お客さまの疑問解消に向けた姿勢が評価され、3年連続の三つ星獲得となりました。

※HDI(ヘルプデスク協会)の日本支部であるHDI-Japanが毎年、各業界対象企業のサポートサービスを格付けする「サポートポータル・問い合わせ窓口格付け」を発表



### 銀行リテール力調査「商品充実度」第1位

みずほ銀行は、日本経済新聞社と日経リサーチ社が共同で実施している調査において、2年連続で商品充実度が総合1位を獲得しました。

### ワンタイムパスワードカード

みずほ銀行は、邦銀リテール部門で初めて、現在発見されているすべての犯罪を防御可能なトランザクション認証機能付きワンタイムパスワードカードを導入しました。

