



明治安田 3 年プログラム (2024-2026年度)
「MY Mutual Way Ⅱ期」
2024年度 実施状況のご報告

2025年6月



明治安田

目次

1. 10年計画「MY Mutual Way 2030」および 3カ年プログラム「MY Mutual Way Ⅱ期」（2024-26年度）

2. 2024年度 実施状況

【参考】 経済価値ベースのソルベンシー規制

10年計画「MY Mutual Way 2030」について

10年計画

MY Mutual Way 2030

当社は、契約者を構成員とする相互会社（Mutual Company）の強みをいかに発揮して、長期的な環境変化に柔軟に対応しながら、時代を超えたお客さま志向の経営を追求していく、10年計画「MY Mutual Way 2030」（マイ・ミューチュアル・ウェイ・ニーゼロサンゼロ）を策定し、2020年4月から開始しました。

この10年計画においては、お客さま志向のさらなる進化をベースに、「地域社会のお客さまに最も支持される生命保険会社になること」「業界のリーディングカンパニーになること」にチャレンジしています。その2つの大きなチャレンジによる「10年後（2030年）にめざす姿」を『ひとに健康を、まちに元気を。』最も身近なリーディング生保へ』としました。

「ひとに健康を、まちに元気を。」
最も身近なリーディング生保へ

経営の基本姿勢

時代を超えて進化する
お客さま志向

社会的価値の向上

地域社会のお客さまに
最も支持される生命保険会社

経済的価値の向上

業界の
リーディングカンパニー



10年後（2030年）にめざす姿と2024-26年度の位置づけ

- 当社が10年後（2030年）にめざす姿「『ひとに健康を、まちに元気を。』最も身近なリーディング生保へ」の実現に向け、「MY Mutual Way II期」では「生命保険会社の役割を超える」ことをめざす



10年後（2030年）にめざす姿
「ひとに健康を、まちに元気を。」
最も身近なリーディング生保へ

社会的価値の向上
地域社会のお客さまに
最も支持される生命保険会社



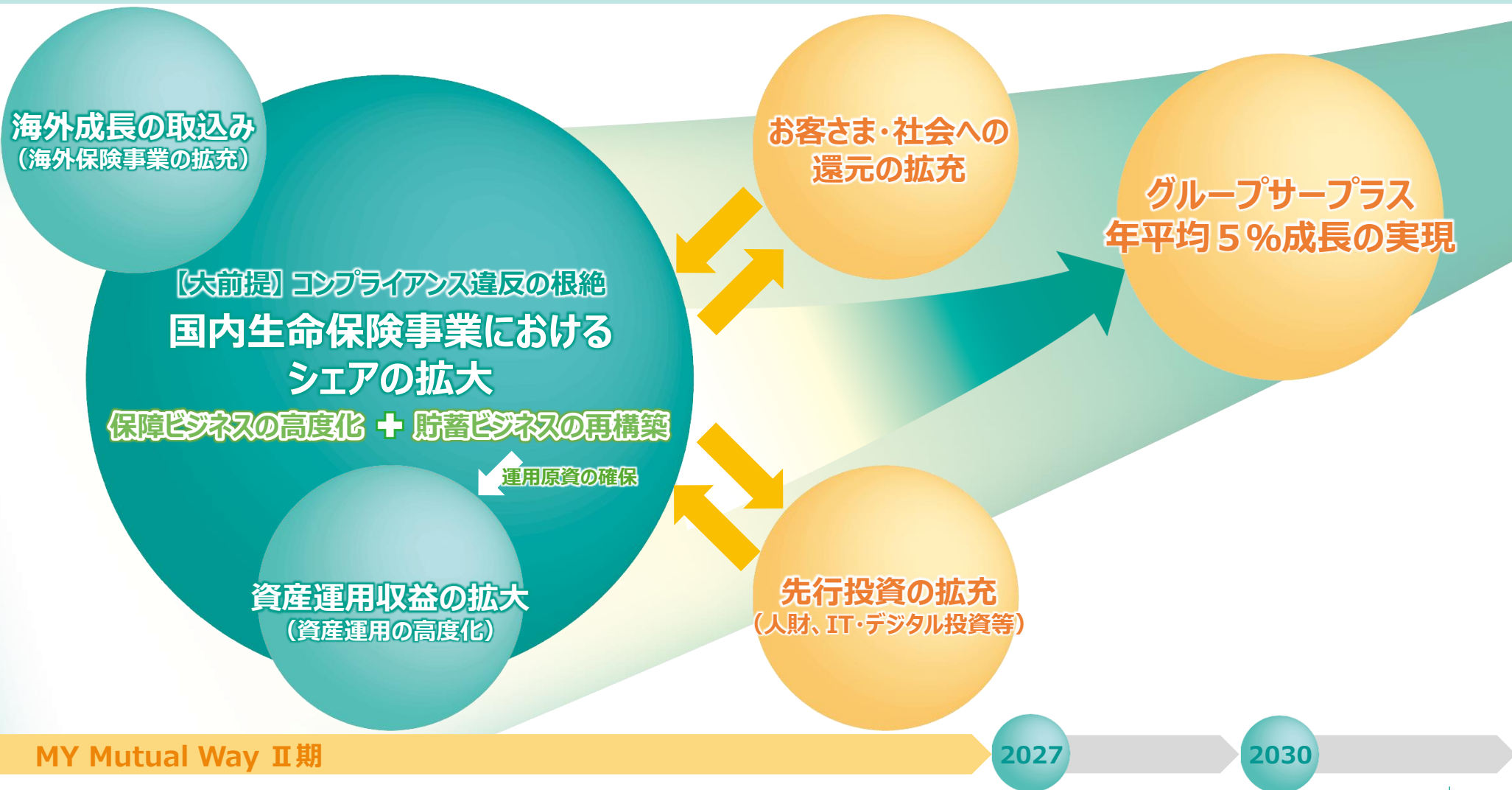
経済的価値の向上
業界の
リーディングカンパニー

持続可能な社会づくりへの貢献



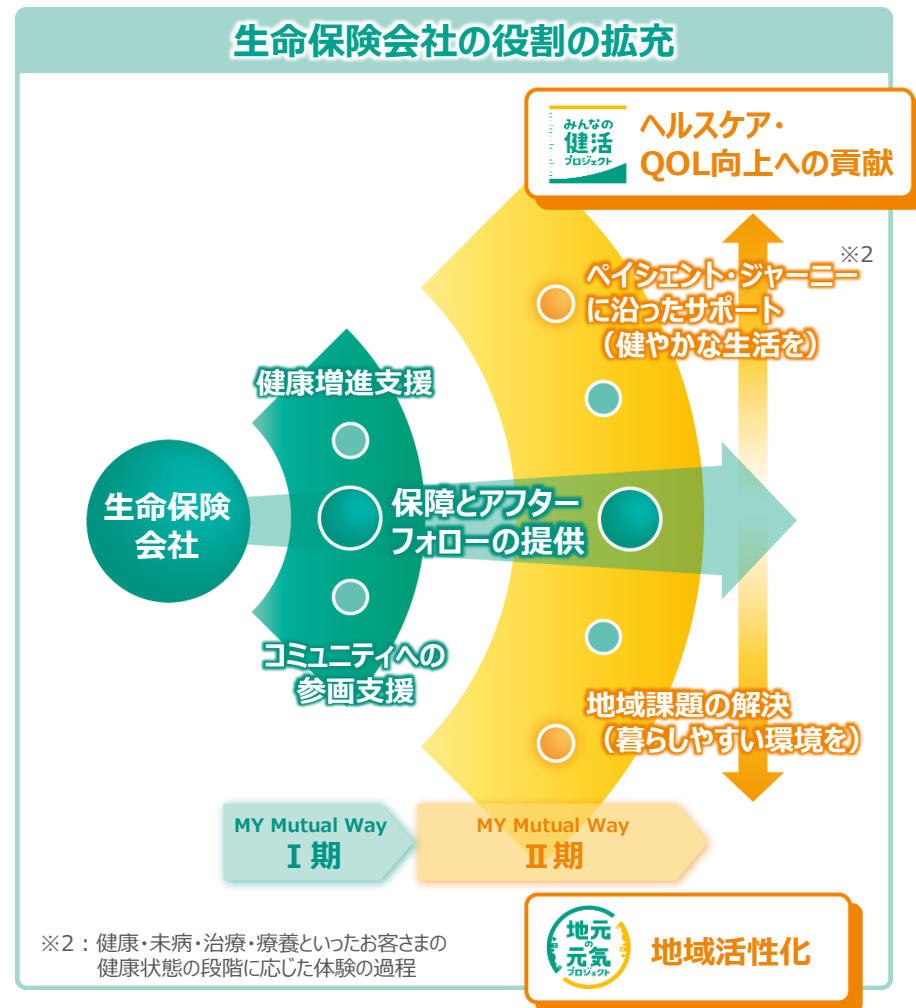
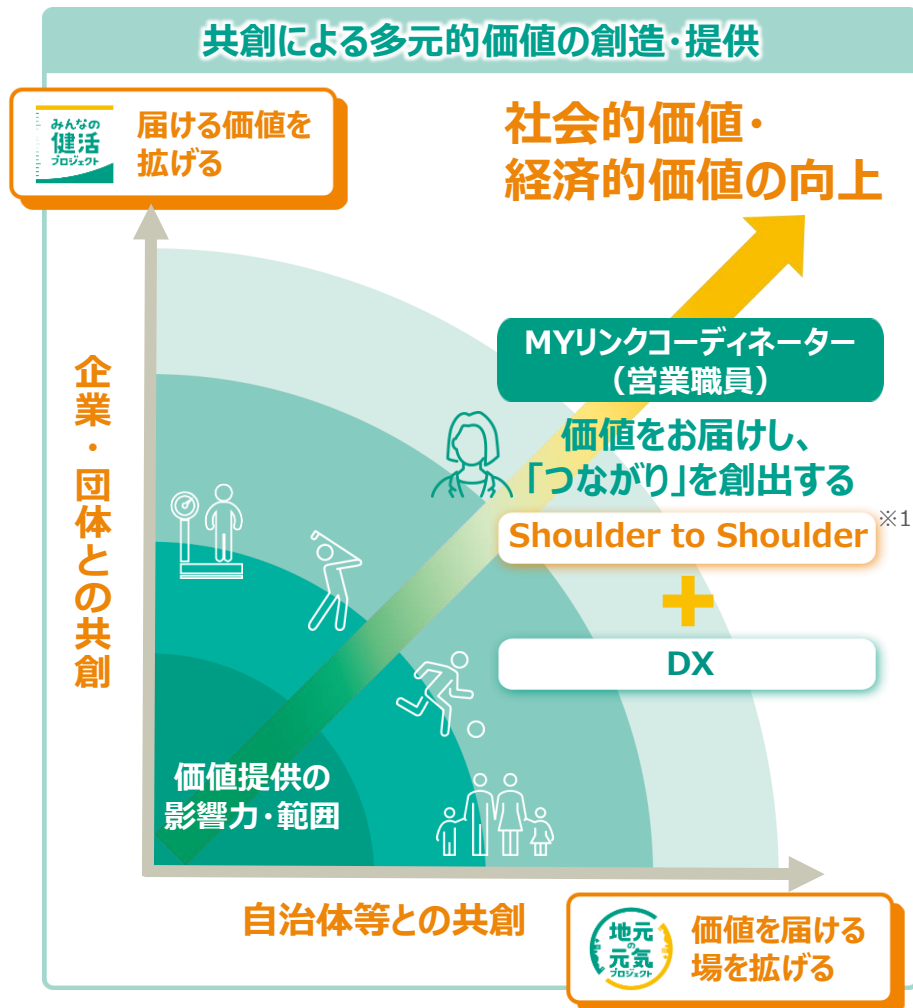
「MY Mutual Way Ⅱ期」の戦略のフレームワーク

- 国内生命保険事業では、「保障ビジネスの高度化」と「貯蓄ビジネスの再構築」に取り組み、シェアの拡大をめざす
- また、資産運用収益のさらなる拡大、海外成長の取込みを進めることで、グループベースの持続的な成長を実現



生命保険会社の役割の拡充

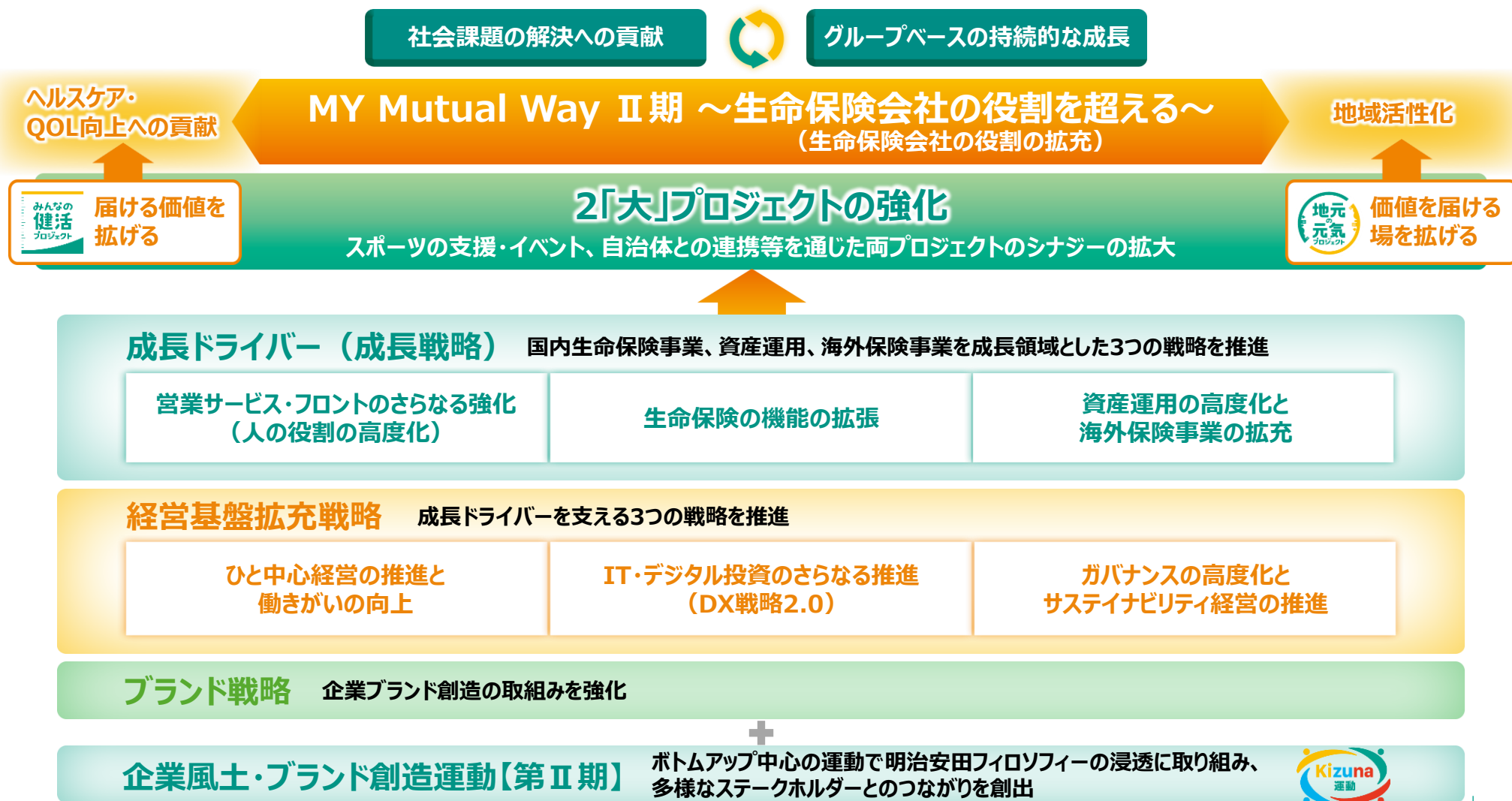
- 自治体や他企業・団体との共創を進めていくことで、新たな価値（多元的価値）を創出
- 生命保険会社の従来の役割である「保障とアフターフォローの提供」を大切にしながら、「ヘルスケア・QOLの向上」と「地域活性化」という2つの方向にさらに役割を拡充



※2：健康・未病・治療・療養といったお客さまの健康状態の段階に応じた体験の過程

「MY Mutual Way Ⅱ期」の全体像

- 「成長ドライバー（成長戦略）」と、これを支える「経営基盤拡充戦略」を推進することで、2「大」プロジェクトを強化し、保障とアフターフォローの提供という従来の役割を大切にしながら、「生命保険会社の役割を超える」ことをめざす



目次

1. 10年計画「MY Mutual Way 2030」および
3カ年プログラム「MY Mutual Way Ⅱ期」（2024-26年度）

2. 2024年度 実施状況

【参考】 経済価値ベースのソルベンシー規制

2024-26年度経営目標（2024年度実績）

- 中期経営計画の目標値に向けて概ね順調に進捗

		2024年度 実績値	中期経営計画 目標値
健全性	グループ E S R	216%	安定的に165%以上 (当面は220%をめざす)
	オンバランス自己資本	5.0兆円	4.5兆円以上
収益性	グループ基礎利益	6,264億円	安定的に5,000億円 程度を確保
成長性	グループ保険料（除く再保険収入）	3.4兆円	4.0兆円以上
	保有契約年換算保険料 〔保障性商品〕	6,132億円	6,150億円
	団体保険保有契約高	国内シェアNo.1	国内シェアNo.1
	お客さま数	1,227万人	1,240万人
	M Yリンクコーディネーター等 （営業職員）在籍者数	36,964人	37,000人
	うち「アドバンス」層の人数	2023年度末から増加	MY Mutual Way II期 を通じて拡大

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）（1/2）

- お客さまの生活課題の解決等に資する活動を拡充するとともに、「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）チャネルの品質・生産性を向上

「社会貢献型営業モデル」の定着

- MYリンクコーディネーター（営業職員）が、お客さまの生活課題（健康・介護・子育て・防災および防犯）に関する各自治体の情報を提供する「行政サービス案内」や、“けんしん”受診勧奨や予防に役立つ情報を提供する「健活サポート活動」に取り組み
- 「行政サービス案内」を通じて聴取した地域のお客さまの声は、各自治体にも提供し、地域課題の把握や新たなサービスの検討に貢献

MYリンクコーディネーター（営業職員）チャネルの品質・生産性の向上

- お客さまの健康増進や地域のつながりをサポートする活動に積極的に取り組んだ結果、お客さま満足度調査におけるMYリンクコーディネーター（営業職員）満足度が5年連続で過去最高値を更新
- 制度・業務運営の見直しや販売・教育態勢の強化等を推進するとともに、職場環境の魅力向上等に取り組み、在籍者数は明治安田発足後で最多を更新。「アドバンス」層※3も順調に拡大

※1 当社の拠点が所在する自治体

※2 2024年度お客さま満足度調査

※3 一定水準以上の生産性等を備えたMYリンクコーディネーター（営業職員）

行政サービス案内

自治体※1カバー率

93.9%
(2025年3月末)

「消費者庁長官表彰」を受賞



MYリンクコーディネーター（営業職員）に対する満足度※2

72.7%
(前年度差 + 1.2pt)

在籍者数
36,469人

在籍者数
36,964人



2024年4月時点



2025年4月時点

アドバンス層
2023年度末から増加

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）（2/2）

- 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ポジションを引き続き堅持
- マイナンバー等の活用範囲を拡大し、お客さまのさらなる利便性向上と、業務の効率化に取り組み

団体保険分野における国内シェアNo. 1 の堅持

- 対面と非対面を組み合わせた営業モデルを構築したほか、新たなマーケットの開拓に取り組み

銀行窓販における商品ラインアップの拡充

- より早期に大きな死亡保障を準備したいお客さまのニーズにお応えするため、「円貨建・エブリバディプラス（そなえるタイプ）」を2024年10月から発売
- 資金を着実にふやしたいお客さまのニーズにお応えするため、「円貨建・エブリバディプラス（ふやすタイプ）」を2025年4月から発売

地域マーケット開拓体制の強化

- 既設の地域本部に加え、地域リレーション本部を新設し、地域の企業・自治体・金融機関等との接点を拡充



事務職員の役割の高度化

- 営業所等の内部管理態勢強化に向け「総務課長」を順次配置し、2「大」プロジェクトにかかる役割発揮をあわせて推進
- 「法人事務サービスコンシェルジュ」が、団体窓口の訪問等を通じ、企業保険事務の課題解消に向けたサポートを実施

マイナンバー等の活用

- 2024年6月から保険業界初となるマイナポータル上の健診情報等を活用できるサービス「マイナで“けんしん”提出」を開始
- マイナンバーカードの登録情報と連動した「自動住所変更サービス」「氏名変更のご案内サービス」を開始。お客さまの契約にかかる手続きの利便性を向上



生命保険の機能の拡張（1/5）

- ・ ペイシエント・ジャーニーに寄り添ったサポートを保険給付の前後に備えた「QOL応援プログラム」の提供を開始

「保障」と「サービス」の一体的な提供

- 健康な時から発症後の療養まで、お客さまの健康状態の変化にあわせたサポートを提供する「QOL応援プログラム」を開発
- 国立循環器病研究センターと明治安田総合研究所との共同研究成果を活用した「ベストスタイル 健康キャッシュバック 循環器病 対策Pro」「循環器病 対策Pro」を2025年1月から発売

2025年1月発売

万を支える、健康を応援する
ベストスタイル
健康キャッシュバック

循環器病
対策Pro

循環器病 対策Pro

国立循環器病研究センター



QOL応援プログラム

QOL応援プログラムの3つの特徴

① 重い病気に対する専用の保障とサービス

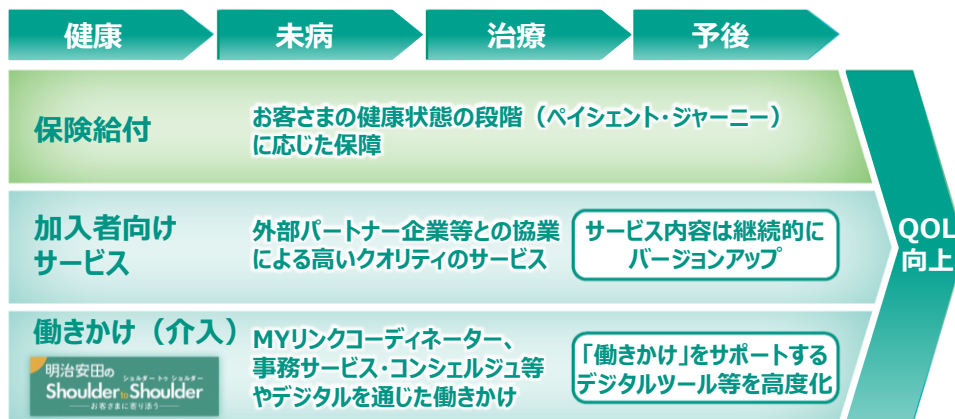
がん、循環器病、認知症・介護等の重たい病気・状態の保障を提供するだけでなく、その前後において、発症予防や治療後の療養等をサポート

② 自治体や医療機関・企業等との共創

大学・医療機関との共同研究や、自治体・企業等との協業等を通じて得たエビデンスや知見を活用

③ お客さまに寄り添ったサポート

お客さまが健康なときから病気の発症後まで、そのときの健康状態にあわせてMYリンクコーディネーターが寄り添い、保障やサービスをご案内・ご提供



生命保険の機能の拡張（2/5）

- 相互会社らしい魅力的な受取率の貯蓄性商品を拡充し、お客さまの資産形成をサポート

貯蓄性商品のラインアップ拡充

個人向け商品

- 国内の金利上昇をふまえ、「円貨建・エブリバディ」の予定利率を引き上げ
- 「明治安田の資産形成シリーズ」を創設
 - 「明治安田の長期運用年金」（2024年10月発売）
 - 「円貨建・明治安田の一時払養老保険」（2025年4月発売）
 - 「外貨建・明治安田の一時払養老保険」（2025年4月発売）



明治安田の資産形成シリーズの3つの特徴

- ① 「長期的・安定的」な資産形成
- ② 「長期運用のプロ集団」として「魅力的な受取率」を実現
- ③ 「専属の担当者」によるアフターフォロー



2024年10月発売

明治安田の
長期運用年金

2025年4月発売

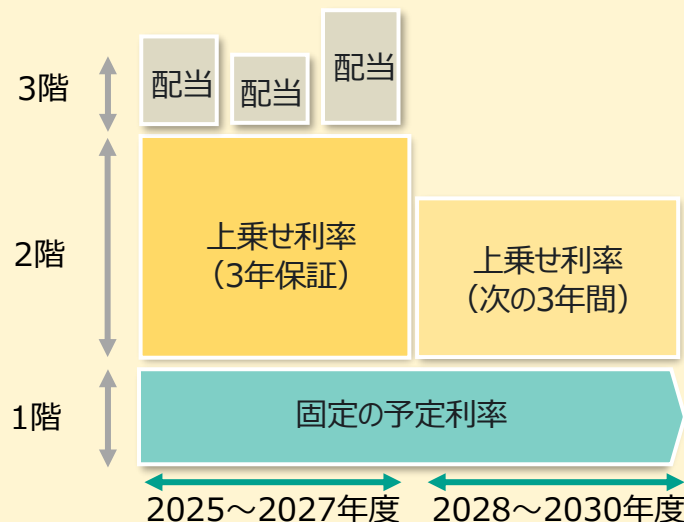
円貨建 明治安田の
一時払養老保険



団体向け商品

- 企業年金の運用安定化ニーズにお応えするため、業界初となる3階建ての「確定給付企業年金保険（一般勘定）」を開発し、2025年4月から新規引受を開始
- 「拠出型企業年金保険」の営業・事務体制を整備し、2025年4月から新規引受を再開

3階建ての確定給付企業年金保険（一般勘定）の仕組み

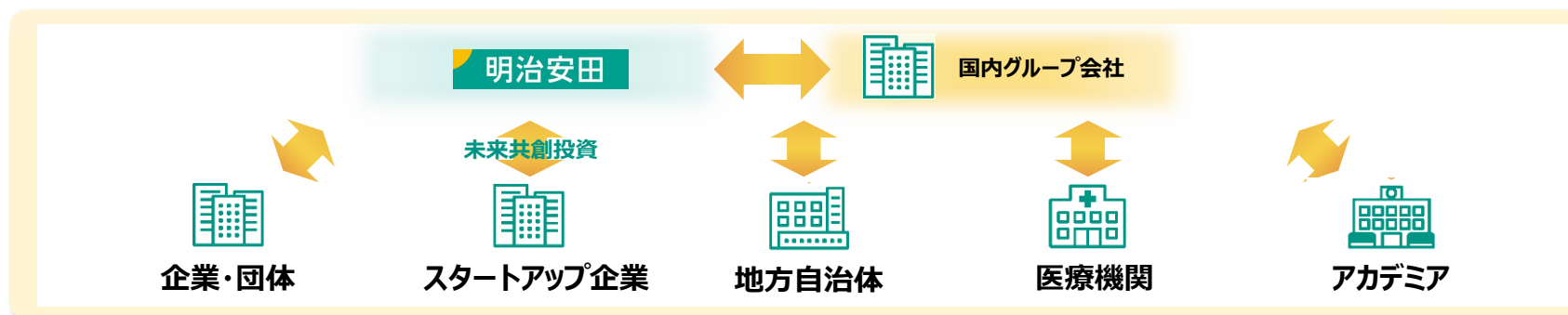


生命保険の機能の拡張（3/5）

- 新たなヘルスケアサービスの開発など、お客さまに多様な価値を提供していくことをめざし、他企業・団体、スタートアップ企業、グループ会社等との共創を推進

自治体や他企業等との共創の推進

- 自治体や他企業・団体・国内グループ会社との共創を通じ、イノベーションの創出に取り組み



日清食品株式会社

- 「循環器病 対策 P r o」のご加入者向け専用サイトを通じた「完全メシ」の優待価格での提供や法人のお客さま向けに社員食堂向けサービス「完全メシ食堂」を紹介するなど、お客さまのQOL向上に貢献するさまざまな取り組みを展開



明治安田

お客さまの健康づくりやQOL向上に向けた
新たなサービスを検討

国立大学法人 弘前大学

- 弘前大学が、約20年にわたる地域住民を対象とした健康増進プロジェクトと、大学独自の研究をもとに開発した「QOL健診」をベースに、当社と弘前大学との共同研究成果をふまえ、当社版にアレンジした「QOL健診 明治安田×弘前大学」を各自治体・企業等で実施

「QOL健診 明治安田×弘前大学」の特徴

- ① 一般的な健診項目にはない、メタボ・ロコモを測定
- ② 体力測定時の励ましなどがあり、にぎやかで楽しい
- ③ 身体への負担が少なく、短時間で測定
- ④ 結果をその場ですぐにフィードバック

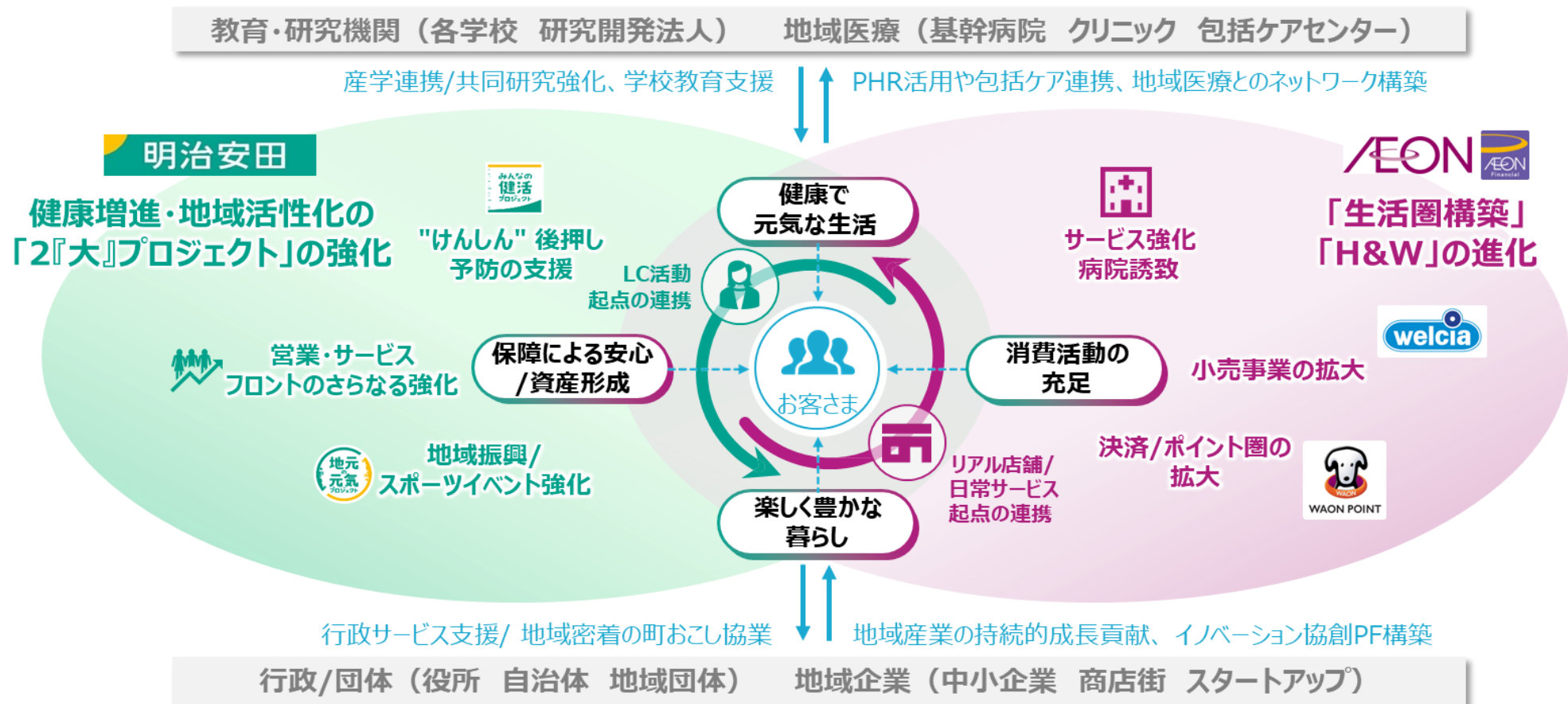


- 2025年4月付で「明治安田×弘前大学 QOL 共創研究所」を共同で設立（弘前大学と共同研究を実施している企業の中で、共創研究所を設置するのは初）

生命保険の機能の拡張（4/5）

- 健康増進や地域活性化、金融・保険領域における提供価値の拡充をめざし、イオングループとの包括的パートナーシップ契約を締結

「健康で元気な生活」「楽しく豊かな暮らし」「安心の提供」「消費活動の充足」を軸に、お客さまを中心とした「元気で豊かな」持続可能なまちづくりを実現



- 「未来共創投資」の枠組みを活用し、先進的なスタートアップ企業等への投資を実行するとともに、投資先との協業を推進

スタートアップ企業への投資

- スタートアップ企業の成長を支援するとともに、当社が提供する商品・サービスのさらなる魅力化や新しいお客さまとの接点の拡大に向け、以下の3つの領域で事業を展開する有力なスタートアップ企業への投資を実施
 - ①人々の健康の維持・増進／②地域社会の活性化／③新たな体験を生み出す技術の革新

未来共創投資

CVCファンド※を通じた投資



【CVCファンドを通じた2024年度の投資先】（2025年4月にリリースした案件を含む）



直接投資

【2024年度の投資先】



VCファンドへの出資

MIYAKO
CAPITAL



投資先との協業

- CVCファンドの投資先であるWizWe社が提供する「習慣化支援サービス」（生活習慣の改善支援）を、「循環器病 対策 P r o」へ組み込み
- その他、各投資先との協業によるイベント開催やP o C等の取組みを検討・実施

※ グローバル・ブレイン株式会社と共同で設立した「明治安田未来共創ファンド」

資産運用の高度化

- 資産運用収益の拡大に向け、「総合収益力の強化」「責任投資の強化」「資産運用基盤の高度化」に取り組み

総合収益力の強化

- 金融環境の変化に適切に対応し、債券の入替やヘッジ手法の高度化に取り組み、アロケーション機能を強化
- 「米株セクターローテーション戦略支援モデル」などのクオンツ・A I モデルの開発・実装により、運用手法を高度化
- プライベートアセット投資の多様化や資産運用手法の高度化に向け、英国の大手資産運用会社Man Groupとの戦略的パートナーシップを締結

責任投資の強化

- E S G 投融資の拡大と、社内 E S G 格付の導入等によるエンゲージメントの高度化に取り組み
- 有識者会議等での意見発信を通じ、責任投資に係るルールメイキングに積極関与するとともに、「責任投資活動報告書」等における情報開示を拡充

資産運用基盤の高度化

- 現地運用やプライベートアセット投資の拡大等に向け、米国運用拠点を拡充
- 海外投融資拡大への対応力向上など資産運用事務態勢を強化

プライベートアセット投資額
(新規コミットメントベース・2024年度実績)

約**2,000**億円

E S G 投融資額
(2024年度実績)

約**6,000**億円
(うちインパクトファイナンス約840億円)

P R I（国連責任投資原則）
年次評価

(評価期間：2023年1月～12月)

ポリシー・ガバナンス・戦略

★★★★★ (最高評価の5つ星)

報告書の信頼醸成措置

★★★★★ (最高評価の5つ星)

- グループベースの収益の拡大に向け、既存事業の成長に加え、新規投資を通じてさらなる海外成長を取り込み

スタンコープ社における団体保険事業の強化・安定化

- スタンコープ社を通じた、エレバンス社の団体保険事業の買収により、既存の全員加入型団体保険事業等の基盤を強化
- 米国における団体保険事業のさらなる基盤強化・安定化にむけ、新たに任意加入型団体保険事業を営むオールステート社の保険子会社等を買収

新規投資による海外成長の取り込み

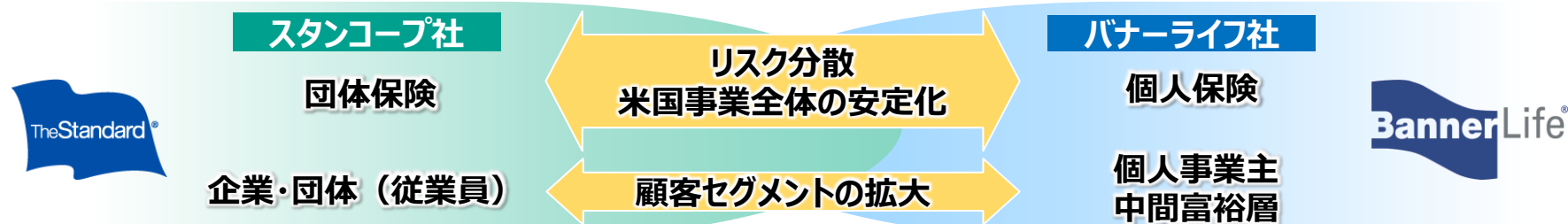
- 英国の大手金融サービスグループであるLegal & General Group（以下、L & G）と、米国子会社バナーライフ社等の買収※1を含む戦略的業務提携契約を新たに締結
- 個人保険事業を展開するバナーライフ社の買収により、米国の個人保険顧客との接点を創出し、スタンコープ社の団体保険顧客とあわせて、米国生命保険市場での事業基盤をいっそう強化
- L & Gと協業し、米国において持続的な成長が期待されている年金リスク移転（P R T）事業※2を推進し、中長期的な安定収益の確保にも取り組み

スタンコープ社を通じた新規投資



L & Gとの戦略的業務提携

- L&G株式5%相当取得
- 米国子会社バナーライフ社等の買収※1
- 米国年金リスク移転（P R T）事業※2における協業
- プライベートアセット投資における提携



※1 今後、各国の規制関連当局の認可等を前提として、2025年度下半期にかけて買収を完了する見込み

※2 企業が保有する確定給付企業年金制度（DB）のリスクを保険会社に移転する取引

- 事業競争力の向上に向け、「ひと中心経営」の推進を通じて従業員一人ひとりの意欲向上と能力発揮を促進

人財の層の拡充

- 個々の価値観やライフプラン等に応じた柔軟な定年制度「働き方選択型70歳定年制度」を2027年4月から導入予定
- 社会的価値・経済的価値の向上に向けた職員の取組み（価値創造の実現状況）をふまえ「価値創造特別手当」を支給
- 成長へのさらなる役割発揮を期待した「対前年+5.0%の処遇引上げ」を実施

人財の育成

- 「企画・創造力強化プログラム」の創設や層別研修の展開等、人財育成態勢を整備。加えて、チャレンジ意欲の醸成、幅広い層の人財力向上等を目的とした、社内提言制度「チャレンジレポート」を本格展開

人財の活躍促進

- 若手抜擢や事務職制の上位職登用、女性・シニアの活躍推進等、すべての層の「意欲ある人財」の活躍に向けたメリハリある人事運用を推進。その結果、従業員エンゲージメントが着実に向上
- 従業員の心身の健康づくりに取り組み、「健康経営優良法人2025(大規模法人部門)」に9年連続で認定され、ホワイト500のトップ50入りを実現
- キャリアチャレンジ制度や女性管理職比率向上に向けた取組みを推進

従業員エンゲージメント (会社の総合的魅力度)

職員	前年差+2.7pt
MYリンク コーディネーター	前年差+2.1pt (営業職員)

「健康経営優良法人2025」認定



ホワイト500の
トップ50入り

IT・デジタル投資のさらなる推進（DX戦略2.0）

- IT・デジタル投資のさらなる推進と最先端の技術の活用を通じて、人の役割を高度化し、生産性の飛躍的な向上を実現

デジタル活用の加速

- 当社版ChatGPT「A I アシスタント」の活用促進や、個別業務への生成A I 実装による業務効率化を推進。「IT賞（マネジメント領域）」を受賞（3年連続）
- MYリンクコーディネーター（営業職員）の活動支援ツール「デジタル秘書 MYパレット」の展開など、お客さまとの接点拡充やコミュニケーションの高度化に取り組み
- デザインを通じて“お客さまに寄り添う”という考え方のもと、お客さま・従業員に一貫性のあるわかりやすいデザインの提供に取り組み。「明治安田のデザインシステム」が、金融機関としては初めて「グッドデザイン賞」を受賞

DX戦略の推進態勢のいっそうの強化

- 「システムアーキテクチャー改革」（環境変化への適応力が高いシステムに最新化）を推進
- あらゆる情報をお客さま単位で集約・蓄積する「新・顧客管理基盤」を構築

アクセンチュア社とのパートナーシップ契約の締結

- 生成A I 等の先端デジタル技術のさらなる活用に向け、アクセンチュア社と包括的パートナーシップ契約を締結
- 先端デジタル技術の業務への本格実装に向けた検討・開発（モノづくり）と、検討・開発プロセスを通じた実践的な人財育成（ヒトづくり）に向けた取り組みを開始

IT賞（マネジメント領域） 受賞



グッドデザイン賞 受賞



GOOD DESIGN
AWARD 2024

パートナーシップ契約の締結



記者会見での永島社長(左)と
アクセンチュア社 江川社長(右)

経営基盤拡充戦略 ガバナンスの高度化

- 明治安田らしい経営への理解・共感に向けた相互会社運営の高度化や、海外保険事業の拡大をふまえたグループ経営管理態勢の強化等に取り組み

相互会社運営の高度化

- 相互会社制度や契約者配当・内部留保等の仕組みのほか、当社の歴史や経営理念等にかかる情報提供を充実

ステークホルダーへの還元

企業価値の持続的な成長を通じて、
お客さま・地域社会・未来世代への還元を拡充

お客さま

2024年度比
+4.3%

- 2025年度の配当お支払予定額

年間お支払予定総額※ **1,574 億円**

個人保険・個人年金保険 **305 億円**

うち  MYミューチュアル配当 **110 億円**

地域社会

- 私の地元応援募金、道の駅等の助成金、祭事助成、中小企業の支援

未来世代

- 学校教育の支援、スポーツ文化・地域の交流を通じた健全育成、結婚・子育て・療育支援、地域に根差した環境保全

※ 個人保険・個人年金保険、団体保険、団体年金保険等の2024年度決算における剰余金処分案に基づいた社員配当準備金繰入額（2025年度のお支払いへの備え）

グループ経営管理態勢の強化

- 海外保険事業の拡大をふまえ、国際的に活動する保険グループへの監督規制等に準拠した経営管理態勢を整備

E R M運営の実効性向上

- 経済価値ベースのソルベンシー規制の導入（2026年3月末）に向けた計測・検証態勢等を整備

3つのディフェンスラインの強化・高度化

コンプライアンス

- 不適正懸念事象等の検知・分析機能の強化等を通じた、コンプライアンス対応の実効性を確保
- 生命保険協会の「営業職員チャネルのコンプライアンス・リスク管理態勢の更なる高度化にかかる着眼点」をふまえた当社の取組状況を社外に公表

リスク管理

- サードパーティリスク、サイバーセキュリティ・システムリスク管理態勢等を強化

お客さま志向

- 生成A I等を活用し、お客さまの「声」分析を高度化

サステナビリティ経営の推進

- 気候変動への対応など社会要請に着実に取り組むとともに、社会へのポジティブなインパクトのさらなる創出に向け、社会課題の解決に資する当社らしい取組みを展開

環境保全・気候変動対応の高度化

- C D P 格付における最高位「A」を獲得（2年連続）
- サステナビリティレポート・ホームページ等における開示を拡充

「未来世代応援活動」の推進

- こどもの金融リテラシー向上を目的とした金融・保険教育を開催したほか、企業・団体との協業のもと環境教育を実施
- S D G s 教育ゲーム「明治安田のハッピータウンメーカー」を開発

「みんなにやさしい保険アクセス」※の取組強化

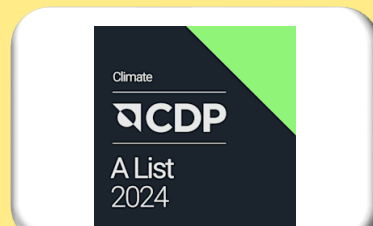
- 業界初となる「L G B T Qのお客さま向けお問い合わせ窓口」を開設

企業のS D G s 取組支援

- 企業向けS D G s 取組支援サービス「E S G評価サービス」を展開

※ お客さまのお手続き不便を解消し、誰ひとり取り残されことなく安心して契約の締結・維持管理を行なっていたための取組み

気候変動調査において
最高評価の「Aリスト」
企業に2年連続選定



InsuranceERM Asia
Pacific Awards 2024
において“Climate risk
initiative of the year”
受賞



「明治安田のハッピータ
ウンメーカー」動画が環境省
主催「環境教育・ESD実
践動画100選」に選出



東京都の
「L G B Tフレンドリー
宣言企業」に認定



- 新ブランド通称「明治安田」の浸透に向けて、新企業コピー「超えよう。」や新企業タレント・キャラクターの統一起用など、当社がめざす世界観「明治安田ブランドステートメント」に基づく一貫性のあるプロモーションを展開

重層的なメディアプロモーション

- テレビCMや新聞広告といったマスメディアに加え、SNSやブランドサイト等、オウンドメディアを活用した情報発信を強化

新企業タレント



新企業キャラクター



スポーツ・ブランディングの強化

- Jリーグとのパートナー10周年を契機とした取組みや、各種イベントを展開（全60クラブおよびJリーグ選手OB会と協働した「シャレン！で献血」等）
- JLPGAとの、ゴルフ界初のレギュラー・ステップアップ・レジエンスの3大会特別協賛等を実施

当社らしいコンテンツの充実

- 「明治安田ヴィレッジ」を全本部等所在地15カ所まで拡大
- 「明治安田しあわせフォトコン」を開催し、過去最高の応募総数を記録

「Best Japan Brands」



トップ100に選出
(昨年度から3位上昇)

Jリーグ単年度 観戦者数

46.6万人
(過去最高)

累計 観戦者数

250万人を
突破

JLPGAトーナメント協賛数

41大会／全58大会

フォトコン応募総数

13.6万点
(過去最高)

2「大」プロジェクト「みんなの健活プロジェクト」

- 健康状態の定期的な確認や疾病の発見を目的とした“けんしん”（定期健康診断やがん検診等）受診と疾病「予防」に向けた前向きな取組みを後押し

“けんしん”受診の後押し

- 「ベストスタイル健康キャッシュバック」では、キャッシュバックランクを3段階から5段階に細分化し、キャッシュバック金額を最大1.1ヵ月分に増額するなど、“けんしん”受診を後押しする保険商品を提供
- マイナポータルを活用した「マイナで“けんしん”提出」の展開や、LINEの活用などインフラを高度化し、健診結果提出にかかるお客さまの利便性を向上

疾病「予防」に資する提供価値の進化

- 循環器病の発症リスクを予測する「明治安田 血管レポート」の展開や、健康診断をもとに総合的な健康状態を評価する「健活年齢」の搭載など、「MY 健活レポート」の内容を拡充



- 行動変容のきっかけとなるコンテンツとして、気軽に健康状態等をチェックできる「明治安田の健康チェック」等を全国で開催したほか、短時間で全身の健康状態を知ることができる「QOL健診 明治安田×弘前大学」を展開

ベストスタイル健康キャッシュバック 累計販売件数

約161万件

健康サポート・キャッシュバック 累計お支払い実績

約266億円

直近1年間で健康意識が 高まった人の割合

73.5%※

未加入者と比較して +12.3pt

※ 2025年4-5月に実施した健康増進型保険加入者向けアンケートの結果（従来から健康意識が高く、その状態を維持している人を含む）

2「大」プロジェクト「地元の元気プロジェクト」

- 全国1,078自治体との連携協定の締結や「私の地元応援募金」等を取組基盤として、各地域における地域活性化に向けた取組みを推進

地域における役割の拡充

- 地域リレーション本部の新設などにより、自治体との連携協定締結が順調に拡大（2024年度末時点 1,078自治体）
- 地域包括支援センターやドラッグストア等と新たに協働取組みを開始
- 従業員が、ゆかりのある地域を選んで行なう募金に会社が上乗せして寄付を実施する「私の地元応援募金」を通じ、健康増進や子育て支援等の地域の課題解決に貢献

コンテンツの開発・展開

- 認知症予防に向けた「大人の塗り絵コンクール」「健康マージャン」等の健康増進アクションを展開
- Jリーグ・J LPGA・日本バドミントン協会等との協働による「未来世代応援プログラム」を展開
- Jクラブとの協働取組みや婚活支援、こどもシゴト博®※など、当社・自治体・地元企業等が協働で地域課題の解決に取り組む「地域共創 with ホームタウン」を展開

開示の高度化

- プロジェクト認知度の向上に向け、各支社において実施した各種取組み、イベント等を掲載した自治体別実績資料や支社別「わがまちインフォ」を提供

※「こどもシゴト博®」は、株式会社CHEERSの登録商標

「私の地元応援募金」寄付金

8.8億円

健康増進アクション



わがまちインフォ



企業風土・ブランド創造運動【第Ⅱ期】

- 「企業風土・ブランド創造運動」において中心となる小集団活動「Kizuna運動」を全国の各組織で推進し、「明治安田」の風土とブランドをボトムアップで創造

お客さまとの絆の深化

- お客さまに手書きのメッセージをお届けする「MYメッセージ活動」を実施

「MYメッセージ活動」のお届け枚数

約**1,819**万枚
(過去最高)

地域社会との絆の深化

- 「全員がサポーター」を合言葉に、Jリーグ・Jクラブを応援。お客さまや地域のみなさまとの試合観戦やJクラブとの地域ボランティア等の活動を全国で展開

金融・保険教育の開催数

2,629回
(過去最高)

未来世代との絆の深化

- 金融・保険教育の出張授業を各地で開催
- 地域固有の課題解決に貢献する取組みを実施

行動事例収集数

約**20**万事例
(過去最高)

働く仲間との絆の深化

- 「明治安田フィロソフィー」の定着を目的に、各組織ごとに「私たちの行動原則」に沿った行動事例を収集・共有

目次

1. 10年計画「MY Mutual Way 2030」および
3か年プログラム「MY Mutual Way Ⅱ期」（2024-26年度）
2. 2024年度 実施状況

【参考】 経済価値ベースのソルベンシー規制

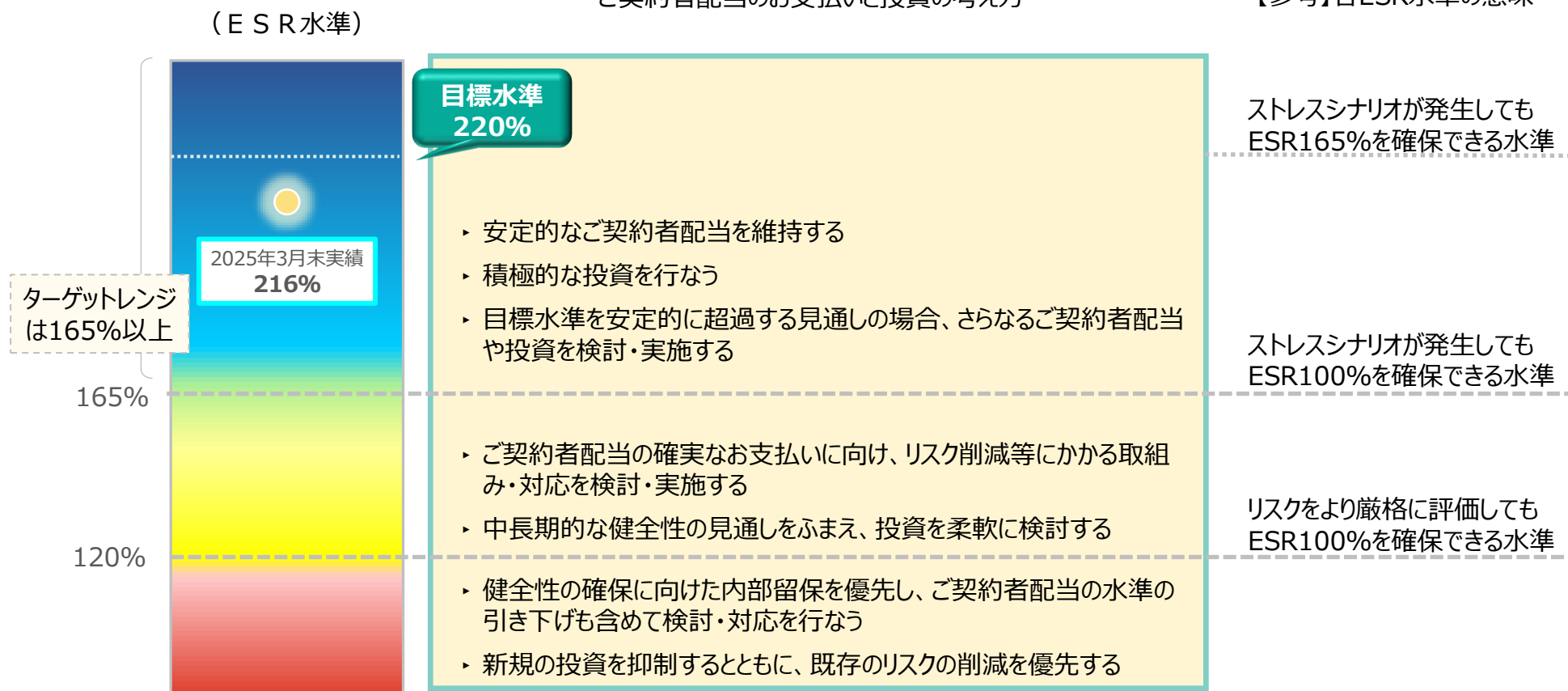
新規制導入をふまえた対応（1/3）

- 「健全性水準に応じた経営の方針」に則り、E S R※水準に応じてリスクテイクや配当還元の水準を検討・実施するとともに、金融環境やE S Rの見通しを経営層が毎月確認し、必要な対応を機動的に実施するための体制を整備

健全性水準に応じた経営の方針

ご契約者配当のお支払いと投資の考え方

【参考】各ESR水準の意味



※ Economic value-based Solvency Ratioの略。リスクに対して十分な自己資本が確保できているかを示す経済価値ベースの健全性をあらわす指標

新規制導入をふまえた対応（2/3）

- 2026年3月末から経済価値ベースのソルベンシー規制が導入され、監督介入の基準となる健全性指標は、現行のソルベンシー・マージン比率からE S Rに変更される予定
- この規制では、監督介入の枠組みを定める「第1の柱」、保険会社の内部管理を当局が検証し、高度化を促進する「第2の柱」、情報開示について定める「第3の柱」の、「3つの柱※」の考え方が採用される予定
- 「3つの柱」のもとでは、「標準モデル（第1の柱）」と「内部モデル（第2の柱）」に基づき計測する、2つのE S Rの併用が求められると認識

第1の柱 ソルベンシー規制

- ソルベンシー比率に関する一定の共通基準を設け、契約者保護のためのバックストップとして監督介入の枠組みを定める枠組み（保険業法第130条で規定される「標準モデル」のE S R）
 - 法令で開示が義務付けられるため、他社との比較が可能
 - E S Rが100%を下回った場合には、早期是正措置が命令される

第2の柱 内部管理と監督上の検証

- 第1の柱で捉えきれないリスクを捕捉し、保険会社の内部管理を検証し高度化を促進する枠組み（当社が現在開示しているE S R）
 - 各社が独自に「内部モデル」を定め、当該モデルに基づくE S Rを内部管理に活用
 - 各社の特性や目的に応じた創意工夫や高度化が求められる

第3の柱 情報開示

- 保険会社と外部のステークホルダーとの間の適切な対話を促し、ひいては保険会社に対する適正な規律を働かせる枠組み

※ 出典：金融庁「経済価値ベースのソルベンシー規制等に関する残論点の方向性」（2024年5月29日）

【参考】経済価値ベースのソルベンシー規制 新規制導入をふまえた対応（3/3）

- 資本規制の導入をふまえ、当社は、健全性水準に応じた経営の方針を、2026年3月末に改正予定

2026年3月末の改正点※1

（ESR水準）

標準モデル

内部モデル

220%

目標水準

200%

適正水準※2
は165%以上

165%

120%

改正点1

目標ESR水準を“幅”に変更し、中長期的に回帰をめざす水準と位置づけ

- 目標ESR水準の上端・下端の考え方は以下のとおり
上端：トップクラスの健全性の堅持を念頭に置いた水準
下端：ストレスシナリオが発現しても標準ESR水準（165%）を確保する水準
- 目標ESR水準の上端を安定的に超過する場合、さらなる配当還元や投資を検討・実施

改正点2

「標準モデル」「内部モデル」によるESRの実績を開示

- 「標準モデル」は、資本要件で参照される指標
- 「内部モデル」は、当社の内部管理に用いる指標であり、当社の事業やリスクの特性等に応じたリスク管理に活用し、継続的に更新・改善を行ない、高度化を図る
- 配当還元と投資の判断は、「標準モデル」と「内部モデル」の低い方の水準で実施

※1 各ESR水準におけるご契約者配当のお支払いと投資の考え方と各ESR水準の意味は変更なし（具体的内容はP28を参照）

※2 ターゲットレンジは、適正水準に名称を変更予定