

明治安田生命
3 カ年プログラム「MY Mutual Way I 期」



2021～2023年度 達成状況のご報告

2024年6月20日

Contents

＜参考＞ 長期的な経営の基本方向「MY Mutual Way 2030」

- | | |
|-----------------------------------|-------|
| 1. 企業理念「明治安田フィロソフィー」 | … P.4 |
| 2. 10年計画「MY Mutual Way 2030」 | … P.5 |
| 3. 10年後（2030年）にめざす姿 | … P.6 |
| 4. 10年計画「MY Mutual Way 2030」の重点方針 | … P.7 |

2021-23年度 3ヵ年プログラム「MY Mutual Way I 期」

- | | |
|-----------------------------|--------|
| 1. 「MY Mutual Way I 期」の位置づけ | … P.9 |
| 2. 「MY Mutual Way I 期」の全体像 | … P.10 |
| 3. 経営目標 | … P.11 |
| 4. 成長戦略 | … P.12 |
| 5. 経営基盤戦略 | … P.17 |
| 6. デジタルトランスフォーメーション戦略 | … P.19 |
| 7. ブランド戦略 | … P.20 |
| 8. 2「大」プロジェクト | … P.21 |
| 9. 持続可能な社会づくりへの貢献 | … P.23 |
| 10. 企業風土・ブランド創造運動 | … P.28 |

<参考> 長期的な経営の基本方向「MY Mutual Way 2030」

1. 企業理念「明治安田フィロソフィー」

- 企業理念「明治安田フィロソフィー」は、「経営理念」「企業ビジョン」「明治安田バリュー」から構成されています

経営理念

「私たちは何者か」

〔 当社の存在意義・使命 〕

「確かな安心を、いつまでも」

« 経営理念に込めた想い »

私たちは創業以来、相互扶助の精神のもと、生命保険事業のパイオニアとして、お客さまそして地域社会を支えてきました。いつの時代も変わることのない「人の想い」が込められている生命保険。託された一人ひとりの想いに応え、お客さまが健康で安心してくださるよう、生涯にわたって支え続けることが、私たちの使命です。

「確かな安心を、いつまでも」

私たちは、この言葉を胸に、これからもお客さまを大切にする会社に徹し、いつまでも変わらない安心をお届けします。あわせて、一人ひとりの健康づくり、地域社会の発展を応援し、相互扶助の輪を広げることを通じ、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりに貢献します。

企業ビジョン

「私たちは何をめざすのか」

〔 当社が長期的にめざす姿 〕

「信頼を得て選ばれ続ける、人に一番やさしい生命保険会社」

お客さまとの絆	お客さまに寄り添い、アフターフォローで感動を追求する
地域社会との絆	社会から必要とされる価値を創造し、地域の発展に貢献する
未来世代との絆	未来の世代を想い、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりに貢献する
働く仲間との絆	挑戦意欲や多様性を尊重し、働きがいのある職場を実現する

明治安田バリュー

「私たちは何を大切に していくのか」

〔 役員・従業員一人ひとりが
大切にすべき価値観 〕

お客さま志向・倫理観

一．私たちは、お客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動します。

挑戦・創造

一．私たちは、果敢に挑戦し、新しい価値を創造します。

協働・成長

一．私たちは、働く仲間と互いに助け合い、共に成長します。

2. 10年計画「MY Mutual Way 2030」

10年計画 MY Mutual Way 2030

10年計画は、「ディスラプティブな経営環境の変化」(注1)への危機感から、今後30年間で予想される環境分析をふまえ、「バックカスティング方式」(注2)にて検討しました。

その結果、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。

本計画では、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」を以下のとおり設定しました。

「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



(注1) 既存のビジネスモデルの変革を余儀なくされる破壊的な環境変化 (注2) 予想される将来を起点に現在を振り返り、現在何を実行すべきかを考える未来起点の発想法

3. 10年後(2030年)にめざす姿

- 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」では、お客さま志向のさらなる進化をベースに、お客さま一人ひとりに寄り添ったアフターフォローと地域に密着した活動を通じた「社会的価値」の向上と、100年先も続く安定した経営による「経済的価値」の向上をめざします

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

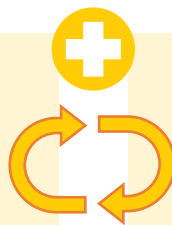
〔経営の基本姿勢〕

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

- お客さま一人ひとりに寄り添った究極のアフターフォローと、お客さまが暮らす地域に密着した活動で、**地域に密着した最も身近な生命保険会社**をめざします。
- 地域のみなさまの暮らし・健康を豊かにするためのさまざまな取組みを全国各地で展開します。



〔経済的価値の向上〕

業界の
リーディングカンパニー

- 将来のいかなる環境変化のなかでも、100年先も続く安定した経営をベースに、**つねに国内トップクラスと評価されるような生命保険会社**をめざします。
- 国内生保分野での各地域のシェア拡大とともに、資産運用や海外保険分野でもさらなる収益の向上、そしてトップクラスの健全性を堅持します。

4. 10年計画「MY Mutual Way 2030」の重点方針

1

期待を超える
お客さま・
地域社会価値の
提供

- 商品・サービス
- 基幹チャネル
- 地域社会への貢献

「人生100年時代」のQ O L 向上に資する社会的価値の高い先進的な商品・サービスの開発

高齢のお客さまを念頭においた、お客さま一人ひとりに寄り添った対面のサービスの強化

「地域に根差した生命保険会社」の実現に向けた、地域社会の豊かさに貢献する取組みの強化

2

人とデジタルの
効果的な融合

- お客さまの負担軽減
- 業務プロセス変革
- 経営資源配賦

アナログとデジタルの融合を通じた諸手続きなど、お客さまのさまざまな負担感の軽減

デジタル技術を活用した業務プロセス変革や、従業員の役割の高度化

コストセンターからの経営資源の効果的・効率的なシフト

3

資産運用・
海外収益の中核化

- 収益・事業ポートフォリオ
- 資産運用手法の高度化
- 海外保険事業等の
収益向上

資産運用と海外保険事業を「成長領域」として位置づけ（収益・事業ポートフォリオの変革）

資産運用総合収益（トータルリターン）の向上に資する資産運用手法の多様化・高度化

新規投資および既存出資先の持続的な成長を通じた海外保険事業の強化

4

弾力的な
「規律ある
相互会社運営」

- グループ経営管理
- E R M経営
- 調査・研究

海外保険事業の拡大等を見据えたグループ経営管理態勢のさらなる高度化

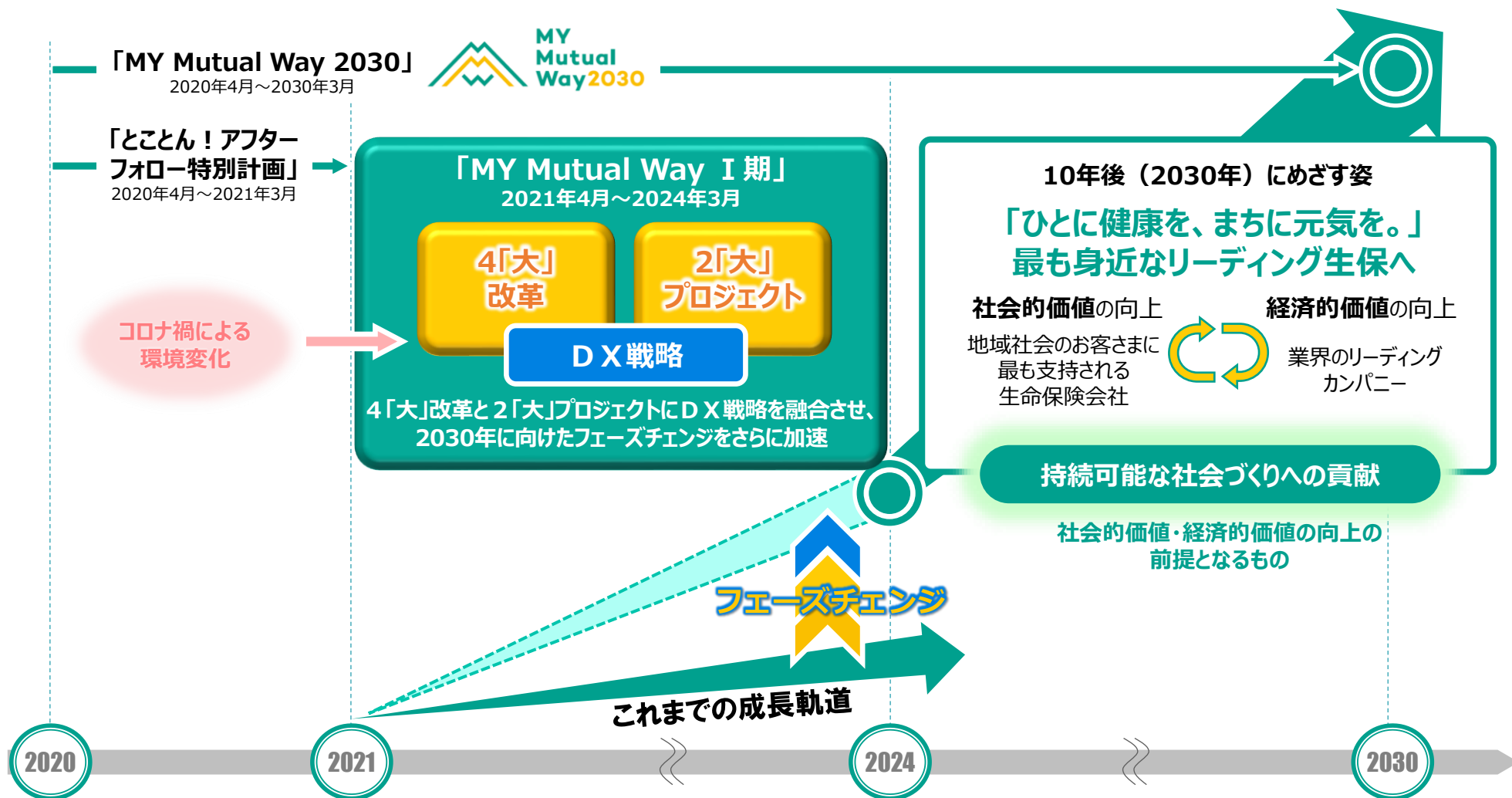
経済価値ベースの経営への移行や経済環境の変化に柔軟に適應するE R M経営の高度化

環境変化に柔軟に対応し、時代を超えたお客さま志向を実現するための調査・研究態勢の強化

2021-23年度 3ヵ年プログラム「MY Mutual Way Ⅰ期」

1. 「MY Mutual Way I 期」の位置づけ

- 3カ年プログラム「MY Mutual Way I 期」では、4「大」改革と2「大」プロジェクトの取組みに、「D X 戦略」を融合させることで、「10年後（2030年）にめざす姿」への軌道を確保することをめざしました



2. 「MY Mutual Way I 期」の全体像

- 「営業・サービス」「基幹機能・事務」「資産運用」「相互会社経営」の各分野において制度・インフラ等を抜本的に見直す「4『大』改革」と、お客さまの健康づくりと豊かな地域づくりに貢献する「2『大』プロジェクト」等に取り組みました



3. 経営目標

- 健全性・収益性・成長性を示す**中期経営計画の目標を概ね達成**するとともに、4「大」改革等を通じた各分野における態勢の高度化・強化を実現するなど、「**10年後（2030年）にめざす姿**」への軌道を確保しました

		中期経営計画 目標	2023年度 実績
企業価値	グループサープラス	13%成長 (年平均 4%成長)	達成 2020年度末比 40.0%成長
健全性	グループE S R	安定的に 165%以上 (当面は220%をめざす)	達成 220%
	オンバランス自己資本	4.4兆円	4.36兆円
収益性	グループ基礎利益	4,500億円程度を安定的に確保	達成 5,610億円
	グループ修正剰余 (注1)	現行の契約者配当・地域還元を維持するために必要な財源を確保	達成 5,330億円
成長性	保有契約年換算保険料〔保障性商品〕 (注2)	6,200億円 (2020年度末比+2.6%)	達成 6,229億円 (2020年度末比+3.1%)
	団体保険保有契約高	国内シェアNo.1	達成 国内シェアNo.1
	お客さま数 (注3)	1,235万人 (2020年度末差+25万人)	1,222万人 (2020年度末差+12.8万人)
	MYリンクコーディネーター等 在籍者数 (注4)	38,000人 (2020年度末差+1,200人)	36,469人 (2020年度末差▲267人)

(注1) 「グループ基礎利益」+「グループキャピタル損益」 (注2) MYリンクコーディネーター等（営業職員）チャネル・法人営業チャネルで取り扱う保障性商品の保有契約年換算保険料

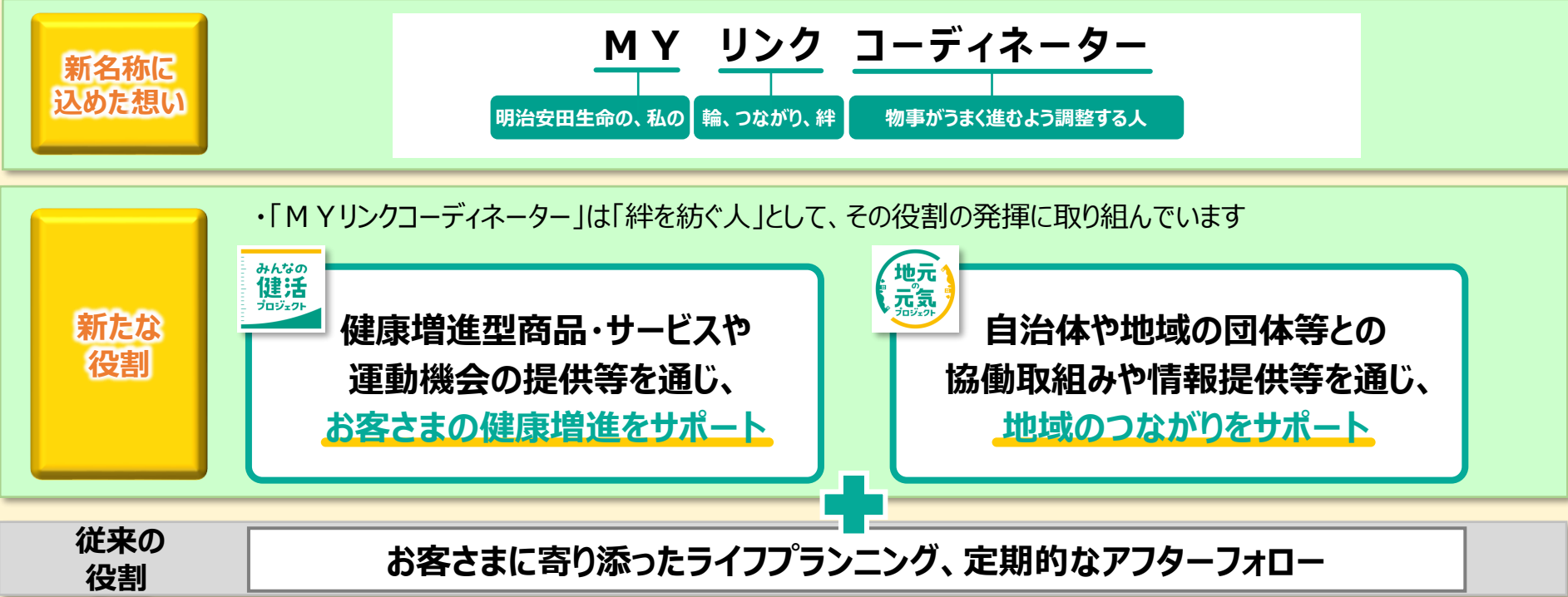
(注3) MYリンクコーディネーター等チャネルの生命保険契約者（すえ置・年金受取中を含む）+ 生命保険被保険者+ 損害保険契約者（重複を除く）+ 任意加入の（新・）団体定期保険加入者（当社単独・幹事契約の本人・配偶者被保険者） (注4) 各年度の数値は、翌年度の4月1日時点

4. 成長戦略 (1) 営業・サービス「大」改革 (個人営業①)

- **お客さま・地域社会から最も評価される営業チャネルの確立**に向け、対面の強みとデジタル技術を融合し、**お客さまがのぞむかたちで寄り添い続ける「Shoulder to Shoulder」の営業モデル**と、2「大」プロジェクトを通じた新たなお客さま価値・地域社会価値の創造に取り組みました

「MYリンクコーディネーター制度」の創設

- 2022年4月、これまでの「MYライフプランアドバイザー制度」を改正し「MYリンクコーディネーター制度」を創設しました。営業職員に新たな役割を設定するとともに、その役割にふさわしい名称として営業職員の名称を「MYリンクコーディネーター」に変更しています



お客さまとの絆を紡ぎ、お客さまの豊かな人生や生活の質の向上を実現するために
いつもお客さまを想い、同じ方向をむいて、そっと寄り添い続けます

4. 成長戦略 (1) 営業・サービス「大」改革 (個人営業②)

- 新たなお客さまとの接点の創出に向けて、地方自治体等との連携を起点としたマーケット開拓を推進するとともに、お客さまの健康増進等に資する先進的な商品・サービスの開発、およびその提供に取り組みました

会社力を活用したマーケット開拓体制の整備・強化

● 地方自治体等との連携による顧客基盤の拡充

- 自治体や全国の道の駅、公民館、協会けんぽ支部等との連携協定に基づく全国各地での協働取り組みをはじめ、地域におけるさまざまなコミュニティを通じて、新たなお客さまとの接点の創出に努めました
- 2022年10月から、自治体との連携協定に基づく新たな取組みとして、MYリンクコーディネーターが地域のみなさまの健康、介護、子育て等にかかる生活課題をお伺いし、その課題解決の一助となる行政サービスを案内する活動を全国各地で順次展開するなど、「社会貢献型営業モデル」を展開しました

新たなお客さまとの接点となるコミュニティ

自治体	道の駅	公民館	協会けんぽ
祭事	Jリーグ	日本女子プロゴルフ協会	日本赤十字社

先進的な商品・サービスの提供

- 主力商品「ベストスタイル」の新たな特約として「早期発見・治療支援特約」「重症化予防支援特約」（2021年6月）に加え、「がん検診支援給付金付女性がん保障特約」（2022年6月）、および「特定自費診療がん薬物治療保障特約」（2023年4月）を発売しました。また、「かんたん告知終身医療保険」（2022年4月）や、「明治安田のしっかりそなえるがん終身保険」（2022年11月）、「円貨建・エブリバディ」「外貨建・そなえてふやす介護終身保険」（2023年10月）、「明治安田のずっとよりそう終身医療保険」（2024年1月）を発売するなど、お客さまニーズに対応した商品ラインアップの拡充に取り組みました
- 当社では、健康診断結果をもとに、総合的な健康状態を年齢で表す「健康年齢®」（注1）を統計的に算出のうえ、健康年齢と実年齢の差である「健康年齢差」の改善状況を分析しています。「ベストスタイル 健康キャッシュバック」にご加入後4年目の「健康年齢差」は、1年目よりも平均で約1.3歳改善するなど、お客さまの健康状態の改善につながりました

（注1）「健康年齢®」は（株）JMDC社の登録商標

4. 成長戦略 (1) 営業・サービス「大」改革 (法人営業)

- 法人営業では、**団体保険保有契約高で「国内シェアNo.1」の堅持**に向け、デジタル技術を活用した営業モデルや会社力によるマーケット開拓態勢の確立、先進的な商品・サービスの提供による健康経営の支援に取り組みました

デジタル技術を活用した営業モデルの確立

● 福利厚生制度の利便性向上に資するデジタルサービスの提供

- 団体保険にご加入いただくプロセスにおいて、団体所属員のみなさま向けの専用WEBシステム「みんなのMYポータル」等のデジタルインフラを活用いただくことにより、いつでも、どこでも、簡単に団体の福利厚生制度をご利用いただけるサービス態勢の構築をめざしました
- 2023年度からは団体保険のニード喚起を行なう加入勧奨サイト「TSUNAGU（つなぐ）」の活用を推進しており、加入のご検討をサポートするオンライン面談サービスや保険料シミュレーション等の機能を搭載したことにより、お客さまからのアクセスが増加しました

会社力を活用したマーケット開拓態勢の確立

● 団体保険ご加入者の退職後保障とアフターフォローの提供

- 団体保険（医療保障）にご加入のお客さまが退職された後、MYリンクコーディネーター等によるアフターフォローを受けながら、在職中の商品と同タイプの保障を継続いただける個人保険商品（終身医療保険）を開発し、2022年4月から引受を開始しています

先進的な商品・サービスの提供

● 健康増進型商品を軸とした商品・サービスの提供

- がんの予防から罹患した後の復職までをカバーし、企業・団体のがん対策や職場環境整備の取組みをサポートする「団体がん保障保険」を開発し、2022年4月から引受を開始しています
- 手続きのデジタル化、ペーパーレス化により地球環境に配慮した「eco シリーズ」を新設し、第1弾商品として2023年4月から「外貨建・エブリバディプラス（運用重視タイプ）」を提携金融機関で発売しました。
なお、本商品の開発にあたっては、パブリッククラウド上に新たな商品開発ラインを新設することで、複数の商品を並行開発できる態勢を構築しました



4. 成長戦略 (2) 基幹機能・事務「大」改革

- **お客さまの期待を超えるハイエンドサービスの提供**に向け、「訪問型サービス・チャネル」を構築するとともに、**業界に先駆けた公的個人認証サービスを活用した事務サービスを開始**するなど、お客さまの利便性向上に取り組みました

訪問型サービス・チャネルの構築および役割の高度化

- 「事務サービス・コンシェルジュ」によるハイエンドサービスの提供

- 個人保険のお客さま向けには、「事務サービス・コンシェルジュ」がMYリンクコーディネーター等とともにお客さまを訪問し、保険金・給付金のご請求やご高齢のお客さまの各種手続きなどのサポートに取り組んでいます。
また、2022年度には上位職として「チーフ・コンシェルジュ」を新設し、公民館でのMY定期講座における講師など、地域に根差した新たな役割にも取り組みました
- 団体保険のお客さま向けには、「法人事務サービス・コンシェルジュ」が団体窓口を訪問し、各種手続きのサポートを開始するなど、丁寧なアフターフォローに取り組んでいます

事務サービス・コンシェルジュ

お客さま訪問数

43.1万件 (注1)

事後アンケートの肯定的意見

98.9%

(注1) 2023年度までの累計

デジタル化のさらなる推進

- 「ストレスフリーな手続き」と「スムーズなコミュニケーション」の実現

- 個人保険のお客さま専用サイト「MYほけんページ」では、給付金請求画面を改訂し入力項目を半減させること等により、入力時間を大幅に短縮しました。
また、公的個人認証サービスを活用した年金の自動支払のサービスを開始し、今後、住所変更の自動手続き等も展開する予定です
- 団体所属員のみなさま向け専用WEBシステム「みんなのMYポータル」では、非対面で行なうことのできるお手続き範囲の拡充等に取り組み、その結果、同システムの導入団体・登録者数は2020年度から増加しました

給付金請求手続き

5分程度に短縮
(従来の約1/3)

みんなのMYポータル導入団体数

975団体

みんなのMYポータル登録者数

91.1万人

4. 成長戦略 (3) 資産運用「大」改革・海外保険事業の取組み

- 資産運用「大」改革では、**資産運用総合収益の持続的拡大と健全性の確保**に向け、資産運用の中核機能である「アセットアロケーション機能」「個別資産運用力」の強化と、「資産運用プラットフォームの再構築」に取り組みました
- 海外保険事業では、**2027年度における基礎利益貢献額800億円**をめざし、収益力の強化に取り組みました

資産運用「大」改革

● 金融環境の変化に柔軟に適應するアセットアロケーション機能の強化

- 資産別の配分額に一定の幅を持たせる運営を導入し、金融環境に応じた投融資の機動性を確保する態勢を整備しました
- 資産の機動的な入れ替えや為替リスクの一元管理等を通じて、「インカム重視」の運用から、売却損益や資産の時価変動を含む「総合収益重視」の運用に転換しました

● 個別資産運用力の強化

- A I モデル運用の研究・実装等の資産運用手法の多様化・高度化に取り組みました。
また、国際的イニシアティブへの参画やS D Gインパクトジャパンとの提携を通じた責任投資の強化に取り組み、その結果、環境省主催第5回「E S Gファイナンス・アワード・ジャパン」銅賞を受賞しました

● 資産運用プラットフォームの再構築

- 海外投融資態勢の段階的整備・強化や、資産運用専門人財の計画的育成、生産性向上に向けたI T・デジタルの積極的活用、業務プロセスの改善等に取り組みました

「ESGファイナンス・アワード・
ジャパン」で2年連続受賞



ESG投融資額

約1兆円

海外保険事業の取組み

● 既存投資先の業績回復と新たな収益基盤の構築に向けた取組み

- コロナ禍からの回復と従来の成長軌道への回帰を実現し、2023年度の海外保険事業の基礎利益相当額は、過去最高を更新しました
- 新規投資の調査機能を強化し、米国子会社スタンコープ社を通じたM & Aを2件実現しました。また、オイロパ社・タイライフ社への追加出資、インドネシア事業からの撤退等を通じて、ポートフォリオ強化に取り組みました

● 海外保険事業における収益の安定拡大に向けたグループ運営の一体化の促進

- 海外保険グループ会社（4か国・6社）それぞれの課題解決に向けた支援を実施するとともに、C E Oレベルによる海外子会社との会議を新設する等、階層別のコミュニケーションを促進し、一体感のあるグループ運営の強化に取り組みました

5. 経営基盤戦略 Mutual 経営「大」改革①（ガバナンス）

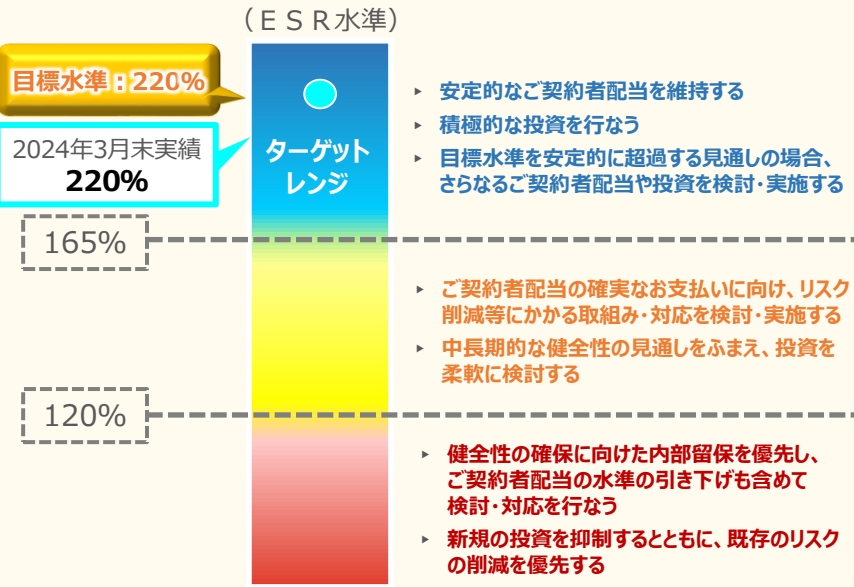
- 「10年後（2030年）にめざす姿」の実現を支える経営態勢の確立に向け、規律ある経営を推進する「ガバナンス態勢」、迅速な意思決定と最適な資源配賦を行なう「経営資源管理態勢」、当社独自の価値を継続的に生み出す「イノベーション推進態勢」の変革に取り組んでいます

ガバナンス態勢の「変革」

- 「明治安田フィロソフィー」の“浸透”から
お客さま志向の“行動の発現”へ
 - 「明治安田フィロソフィー」に即した “行動の発現”に向けて、「取組姿勢」と「求められる行動」をまとめたガイドラインを策定しました
 - 2「大」プロジェクトを通じた取組みが評価され、2022年度に消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官表彰」を受賞しました。また、「エピローグ・レター」(2022年度)、「サウンドアーク」(2023年度)の取組みが評価され、2年連続で公益社団法人消費者関連専門家会議の「消費者志向活動章」を受賞しました
- 経済価値ベースの経営への転換の加速
 - 「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しています
- 規律ある相互会社経営のいっそうの高度化
 - 新たな経営体制に移行するにあたり、監督と執行を明確に分離し、ガバナンスをいっそう強化しました
 - 「ご契約者配当に関する方針」を策定・公表するとともに、新たな配当「MY ミュチュアル配当」を2021年度に創設し、以降安定的なお支払いを継続しています



健全性水準に応じた経営の方針



5. 経営基盤戦略 Mutual 経営「大」改革②（経営資源管理・イノベーション）

経営資源管理態勢の「変革」

● 自己変革・自己成長を促す人材マネジメントの強化

- 「メンバーシップ型雇用」のもと、長期的視点で一人ひとりに寄り添った人材育成に取り組みました。自己変革・自己成長をいっそう促すため、2022年度には、異動や転居を伴うことなく社外の教育機関に通うことが可能な公募留学制度「アップスキリング留学」を新設したほか、2023年度からは本業以外の業務に参画する社内「複」業制度「ワークプラス」を新設しました。また、お客さま・地域社会の課題に対する解決策を提案する社内提言制度「チャレンジレポート」を新設し、2023年度は約1,300名が参加しました
- ダイバーシティ&インクルージョンに関しては、特に女性管理職のさらなる上位職登用に向けた能力開発や意欲醸成の機会として、役員によるメンタリングや他社の女性管理職との交流会等を実施しました

女性管理職比率

35.4%

● デジタル活用を加速するシステム開発態勢への転換

- DX戦略の推進等に向けたクラウド・オープン系システムの活用拡大をふまえ、所定の研修プログラム等を通じた人材のマルチスキル化を推進しています
- 今後のビジネス展開やDX戦略をふまえ、環境変化に適応可能な当社システムの全体的な設計・構造の最新化に係る基本方針を策定しました

● 全体・分野別最適を実現する分権型資源管理態勢への転換

- 企画担当部等への権限移譲と、コーポレート部門の統括機能の強化に取り組みました

イノベーション推進態勢の「変革」

● DX戦略、ヘルスケア分野等における新たな商品・サービスの検討および開発にかかる態勢の構築・推進

- 2021年度にDX戦略の推進や新たなサービスの検討・開発にかかる専担組織を設置し、これらの取組みのPDCA運営態勢を構築したほか、2022年度には新規事業等の企画・統括にかかる専担組織を設置し、調査・研究機能を強化しました
- 当社の商品・サービスのさらなる魅力向上等に向けて、スタートアップ企業等との協業を視野に入れた投資枠「未来共創投資」を2022年9月に創設するとともに、同投資枠を活用してコーポレート・ベンチャー・キャピタルファンド「明治安田未来共創ファンド」を2023年2月に設立しました
- お客さま体験価値（CX）の向上をめざし、外部企業や自治体・アカデミア等との連携や協業に取り組みました。2023年7月からは、日清食品株式会社との協業を開始し、同社が開発・販売する「完全メシ」を、当社のお客さまや地域のみなさまにご紹介・お届けする活動を進めています

● 新たな役割発揮に向けた態勢の確立

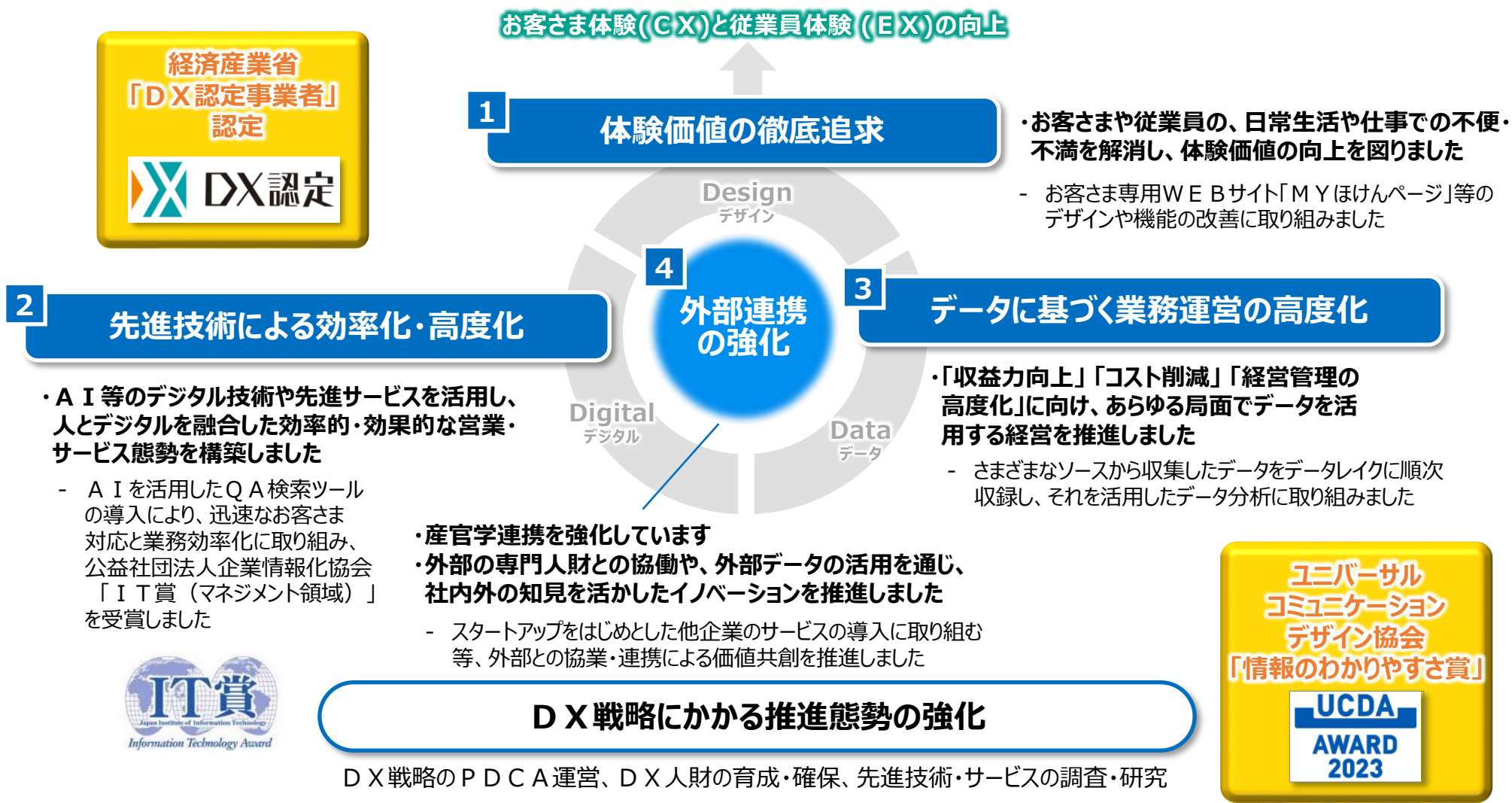
- 従業員の余力を創出し、新たな役割を発揮できるよう、ビジネス・プロセス・リエンジニアリング（BPR）に取り組んでいます

● 変化に対する柔軟な経営やイノベーションの実現に向けた調査・研究態勢の高度化

- グループ会社の明治安田総合研究所や、外部の企業、研究・医療機関等と連携し、先端技術の調査・研究やPoC（概念実証）に取り組んでいます

6. デジタルトランスフォーメーション戦略

- **D X戦略では「デザイン」「デジタル」「データ」にかかる取組みの強化**に向け、四つの取組方針を設定のうえ、戦略を推進しました
- あわせて、生成 A I 等を活用した社内業務の効率化・高度化に取り組みました



7. ブランド戦略

- 企業ビジョンや10年後（2030年）にめざす姿と軌を一にする「明治安田ブランド」の形成に向け、「みんなの健活プロジェクト」「地元の元気プロジェクト」を通じたブランドイメージ「ひとに健康を、まちに元気を。」の浸透・定着に取り組みました

めざすブランドイメージ

ひとに健康を、まちに元気を。



健康増進型商品・サービスや運動機会の提供等を通じ、お客さまの健康増進をサポート



地域と連携した取り組みやスポーツ応援等を通じ、地域のみなさまの交流機会をサポート

<「明治安田ブランド」を表現する重点的な取り組み>

スポーツ支援を通じた健康増進・地域貢献の取り組みにより、当社らしい社会的価値を創出します

■ Jリーグとの協働



©J.LEAGUE

- 全国の支社等が全 J クラブ等と締結する個別の スポンサー契約に基づく地域貢献活動の展開
- お客さまと当社従業員が地元の J クラブと一緒に応援する観戦イベントの開催
- 日本赤十字社協力のもと、Jリーグ全クラブ等とともに献血の啓蒙活動「シャレン！で献血」を展開



■ 日本女子プロゴルフ協会との協働

- オフィシャルパートナー契約に基づく、生涯スポーツであるゴルフを通じた協働取り組みの展開
 - ティーチングプロによる当社主催イベントでのティーチング活動や、レッスンプログラム「スナッグゴルフ教室」の開催
- 「明治安田レディス」「明治安田レディスオープン」への特別協賛

8. 2「大」プロジェクト (1) みんなの健活プロジェクト

- **お客さまの健康づくりに対する継続的な支援や、お客さまとの接点拡大**に向け、より付加価値の高い商品・サービスの提供や、健康増進イベント・コンテンツの拡充等を推進したほか、従業員の健康増進に取り組みました

健活商品・サービスの提供

- **早期発見・重症化予防等の新たな保障領域の検討**
 - 主力商品「ベストスタイル」の新たな特約として、「早期発見・治療支援特約」「重症化予防支援特約」(2021年6月)、「がん検診支援給付金付女性がん保障特約」(2022年6月)を発売する等、お客さまの健康増進を応援する健康増進型商品の拡充に取り組みました
 - 「健康サポート・キャッシュバック特約」のキャッシュバックランクを、2024年4月に従来の3段階から5段階に改定したことに先駆け、2023年10月から「MY 健活レポート」にポイント改善機能を新設するなど、機能の高度化に取り組みました

2021年
6月発売

〔5年ごと配当付増設総合保障〕
ベストスタイル
健康キャッシュバック **+** 発見・予防

2022年
6月発売

万が一を支える、健康を応援する
ベストスタイル
健康キャッシュバック **+** 女性がん・早期発見サポート
〔5年ごと配当付増設総合保障〕

ベストスタイル 健康キャッシュバック 累計販売件数

147万件 (注1)

(注1) 2023年度までの累計

健康増進イベントの拡充

- **地域ごとの健康課題の解消に向けたきっかけの提供**
 - 最先端の健康チェック機器を気軽に体験できる「明治安田生命の健康チェック」や、認知症予防に効果が高いとされる「明治安田生命大人の塗り絵コンクール」等、全国各地で健康増進イベントを開催し、お客さまや地域のみなさまの健康づくりを応援する取組みを実施しました

健活プロジェクト参加者数

671万人 (注2)

(注2) 健活商品累計販売件数 + 健康増進イベント等への参加者数 (2023年度までの累計)

従業員の健活推進等、健康増進経営の推進

- 一人ひとりの健康課題に応じた科学的なアプローチで、個人の健康改善をサポートする「健康科学プログラム」を展開し、「健康年齢®」(注3) の若返りをめざす取組み等を推進しました
- これらの健康増進等にかかる取組みが評価され、「健康経営優良法人(大規模法人部門)」に8年連続で認定されました。また、調査に回答した法人のなかで上位500法人である「ホワイト500」にも認定されています
- スポーツ庁の「スポーツエールカンパニー」、東京都の「東京都スポーツ推進企業」に、それぞれ7年連続で認定されました



(注3) 「健康年齢®」は (株) JMDC社の登録商標

8. 2「大」プロジェクト (2) 地元の元気プロジェクト

- 地域の橋渡し役として「社会的なつながり」を提供し、地域のみなさまと各地域の資源・コミュニティをつなげることで、「地方創生の推進」への貢献に取り組みました

「社会的なつながり」の提供に向けた取り組み

- 自治体情報の発信や地域住民の健康増進支援等に関する自治体との連携協定の拡充に取り組みました
- 従業員一人ひとりが“地元”に想いを届ける「私の地元応援募金」を通じた協働態勢を強化しました
- 晩婚化や未婚率の上昇、若年層の人口流出等の地域課題の改善に向け、産官学協働での取り組みを進めています

連携協定の締結数

988 自治体

寄付団体数

1,907 団体

寄付額

25.3 億円

「地方創生の推進」への貢献

地域のみなさまの 心身の健康保持・増進

- ・道の駅（健康増進イベント）
- ・Jリーグ・JLPGA（スポーツイベント）
- ・「大人の塗り絵コンクール」
- ・日本赤十字社（献血）

地元への愛着と 暮らしやすさの向上

- ・公民館（MY定期講座）
- ・祭事
- ・地元アスリート応援プログラム
- ・金融・保険教育
- ・行政サービス案内

地域を支える企業・ 団体の持続的成長

- ・協会けんぽ（健康経営サポート）
- ・外部提携企業等との連携（サステナビリティ分野の取り組みサポート）
- ・私の地元応援ファンド

内閣府特命担当大臣(地方創生担当)
による表彰を受賞

地元の元気プロジェクト参加者数

1,130 万人（注1）

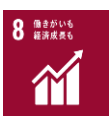
（注1） 地方自治体との協働取り組みの参加者等
（2023年度までの累計）

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (1) 15の優先課題(マテリアリティ)

- SDGsにおける17のゴールおよび169のターゲットから導き出される社会課題をふまえ、当社のステークホルダーへの影響度と事業との関連性の観点から設定した15項目の「優先課題（マテリアリティ）」に取り組みました（注1）

15の優先課題（マテリアリティ）

（注1）2024年度から8項目に見直し

	「3 すべての人に健康と福祉を」		「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」
健康寿命の延伸		イノベーション、調査・研究・開発の推進	
	「11 住み続けられるまちづくりを」		「8 働きがいも経済成長も」
地方創生の推進		雇用機会の創出	
	「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」		「5 ジェンダー平等を実現しよう」
	「13 気候変動に具体的な対策を」	ダイバーシティの推進	
	「14 海の豊かさを守ろう」		「8 働きがいも経済成長も」
	「15 陸の豊かさを守ろう」	働き方改革の推進	
環境保全・気候変動への対応			
	「8 働きがいも経済成長も」		「10 人や国の不平等をなくそう」
	「10 人や国の不平等をなくそう」		「16 平和と公正をすべての人に」
金融包摂（金融アクセスの確保等）		人権の尊重・推進	
	「1 貧困をなくそう」		「16 平和と公正をすべての人に」
	「10 人や国の不平等をなくそう」	ガバナンス強化と経営の透明性確保	
こどもの健全育成、伝統芸能・技術の継承			
	「3 すべての人に健康と福祉を」		「16 平和と公正をすべての人に」
	「4 質の高い教育をみんなに」	コンプライアンスの推進	
健康・金融リテラシーの向上			
	「1 貧困をなくそう」		「5 ジェンダー平等を実現しよう」
	「3 すべての人に健康と福祉を」		「11 住み続けられるまちづくりを」
多様な保険商品・サービスの提供		防犯・防災対策の整備	

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (2) 特に注力する優先課題等

- 当社の15の「優先課題（マテリアリティ）」のうち「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」は、「特に注力する優先課題」として2「大」プロジェクト等を通じて取り組みました
- また、「さらなる取組みが必要な優先課題」と位置付けた「環境保全・気候変動への対応」について、取組みを強化しました

特に注力する
優先課題

2「大」プロジェクト等を通じ、引き続き注力

3 すべての人に健康と福祉を

「3 すべての人に健康と福祉を」

健康寿命の延伸

みんなの健活プロジェクト

健康増進型商品・サービスや運動機会の提供等を通じ、お客さまの健康増進をサポート

11 住み続けられるまちづくりを

「11 住み続けられるまちづくりを」

地方創生の推進

地元の元気プロジェクト

地域と連携した取組みやスポーツ応援等を通じ、地域のみなさまの交流機会をサポート

さらなる取組みが
必要な優先課題

位置付けを引き上げ、取組みを強化

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

13 気候変動に具体的な対策を

14 海の豊かさを守ろう

15 陸の豊かさを守ろう

「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「13 気候変動に具体的な対策を」
「14 海の豊かさを守ろう」「15 陸の豊かさを守ろう」

環境保全・気候変動への対応

事業者として、燃料・電力等の使用抑制をはじめ、広くサプライチェーンから生じるCO₂排出量の削減に取り組み
機関投資家として、ESG投融資を通じ、脱炭素社会の実現に向けた技術・商品開発や事業転換等を後押し

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (3) 事業者としての取り組み

- 「2050年度におけるCO₂排出量ネットゼロ」の目標を設定し、その達成に向け取り組んでおり、着実に進捗しています
- こうした取り組みの結果、2023年のCDP (注1) による気候変動調査において**最高評価の「Aリスト」企業に選定**されました

目標・実績／態勢

主な取り組み

CO₂排出量
削減

CO ₂ 排出量 (いずれも2013年度比)			
	実績	目標	
	2022年度	2030年度	2050年度
スコープ1・2 (注2)	△36%	△50%	△100% 排出量 ネットゼロを 実現
スコープ3 (注3)	△21%	△40%	

2050年度までにCO₂排出量ネットゼロとする
ロードマップを策定しています

【スコープ1・2】

- 保有不動産における照明のLED化等、省エネ・省電力に取り組んでいます
- 再生可能エネルギーの導入に取り組んでいます
(主要な本社機能が入居するビル3棟に導入済)

【スコープ3】

- 抜本的なペーパーレス・デジタル化と、それに伴う物流・移動の効率化等に取り組んでいます

推進態勢



- サステナビリティ経営にかかる取り組みを強化するため、経営会議の諮問機関として「サステナビリティ経営検討委員会」を設置するとともに、その傘下に「環境保全・気候変動対応検討小委員会」を設置し、取り組みを推進しています

(注1) 企業に対して環境問題への取り組みの促進と情報開示を求める活動を行なう国際的な非営利団体
(注2) スコープ1は、当社での燃料の使用等による直接排出。スコープ2は、当社で購入した電気の使用等による間接排出
(注3) スコープ3は、サプライチェーンにおける当社以外の間接排出。重要性等に鑑み、6つのカテゴリー（1,3,4,5,6,7）に限定して算出しており、カテゴリー15（投資）は機関投資家としての「投融資先からの排出」として、別途管理

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (4) 機関投資家としての取組み

- 機関投資家として、エンゲージメント（対話）やE S G投融資を通じ、投融資先のC O₂排出量削減に向けた取組みを推進し、脱炭素社会の実現に貢献しています
- また、国際的なイニシアティブへの参画や外部知見等の積極活用により、責任投資の高度化を推進しました

目標・実績／態勢

主な取組み

CO₂排出量削減

CO₂排出量 (いずれも2013年度比)

	実績	目標	
	2022年度	2030年度	2050年度
投融資先からの排出	△46%	△50%	△100% 排出量 ネットゼロを実現

● 対象は、国内上場企業の株式・社債・融資（スコープは1・2）

ESG投融資

投融資額 (2023年度までの累計)

約1兆円

(目標差 + 約2,000億円)

推進態勢

取締役会

代表執行役社長

経営会議

資産運用管掌執行役

責任投資推進室長

資産運用大改革推進委員会

● 投融資先のC O₂排出量削減計画を把握し、エンゲージメントを通じ、投融資先の脱炭素（C O₂排出量削減）に向けて働きかけをしています

● 経済的価値と社会的価値の創出をめざすESG投融資を推進しています

● 全運用資産にE S G観点を組み入れ、資産特性に応じたE S G投融資手法を確立しました

● 投融資を行なった案件の情報を発信する等、E S G投融資にかかる開示を拡充しています

● 専担組織である「責任投資推進室」を設置し、取組状況や課題等を委員会や経営会議で審議・報告する等、全社的な推進態勢を構築しました

● 気候変動関連の国際的イニシアティブに新たに参画、サステナビリティ領域で高度な知見を有するSDGインパクトジャパンとの提携等を通じて、社会的インパクト創出に向けた推進態勢の高度化に取り組んでいます

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (5) 金融包摂(金融アクセスの確保等)の取り組み

- 当社は、「高齢者の方」「障がい者の方」「LGBTQの方」「外国人の方」など、**さまざまな特性をおもちのお客さまのお手続き上のご不便を解消する取り組みを「みんなにやさしい保険アクセス」として推進**しました

「みんなにやさしい保険アクセス」の取り組み（一部）

【ご高齢の方への取り組み】

- M Y 長寿ご契約点検制度
- M Y 安心ファミリー登録制度
- 「M Y アシスト+」制度
- 契約者手続サポート制度
- 電話音声明瞭器「サウンドアーチ」の設置

【障がいをおもちの方への取り組み】

- 耳や言葉がご不自由なお客さま専用窓口
- 手話リレーサービス
- チャットボットサービス
- 音声約款等

【LGBTQの方への取り組み】

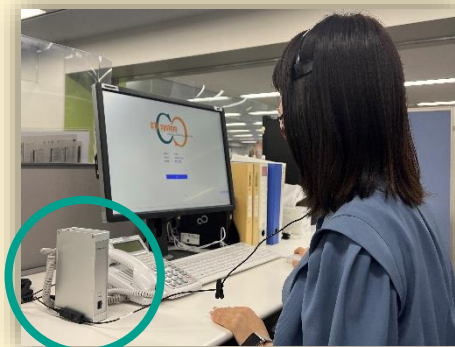
- 同性パートナーの死亡保険金受取人等指定
- 同性パートナーによる代理人請求
- 同性パートナーの第二連絡先登録

【外国人の方への取り組み】

- 5カ国語によるお問い合わせ窓口
- 5カ国語による通訳サービス
- ご説明資料の英語・中国語等でのご提供

明治安田生命が発案したサウンドアーチ ―声の架け橋―

- 当社シニア職員の発案により誕生した、電話の声を、「聴こえ」に悩む方にとって聴きやすい音声に変換する機器を、ご高齢のお客さま専用のお問い合わせ窓口などに設置し、実際のお客さまとの通話において活用しています
- また、「聴こえ」に悩む方の社会的孤立という社会課題の解決に貢献するため、当社と連携協定を締結している全国の地方自治体に、順次寄贈しています



コミュニケーションセンターにおける設置例

10. 企業風土・ブランド創造運動

- 「明治安田フィロソフィー」と「私たちの行動原則」を業務の判断・行動における羅針盤として、全従業員一人ひとりが創造力をもって積極的・主体的に取り組み、**企業風土を創造することを目的**に、ボトムアップ活動に取り組みました

めざす
ブランドイメージ

ひとに健康を、まちに元気を。

めざす企業風土

お客さま、地域社会、未来世代、働く仲間との4つの絆を大切にする風土

4つの絆を深める価値創出

お客さまとの絆

お客さまに寄り添い、
アフターフォローで感動を追求する

地域社会との絆

社会から必要とされる価値を
創造し、地域の発展に貢献する

未来世代との絆

未来の世代を想い、持続可能で
希望に満ちた豊かな社会づくりに
貢献する

働く仲間との絆

挑戦意欲や多様性を尊重し、
働きがいのある職場を実現する

私たちの
行動原則

「私たちの行動原則」(注2)の定着

みんなの
健活
プロジェクト

「みんなの健活プロジェクト」の推進

地元
元気
プロジェクト

「地元の元気プロジェクト」の推進

各組織における
Kizuna運動
(注1)

(注1) 企業ビジョンにおける4つの絆を深める当社独自の活動。「(Ki) きっと届く、(zu) ずっとつながる、(na) なかまの想い」という活動意義を表現した運動名称

(注2) 「明治安田フィロソフィー」にそった行動を従業員の視点から具体的に解説したもの

10. 企業風土・ブランド創造運動

- 「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ています

小集団活動「Kizuna運動」の推進

各組織のKizuna運動の主な取り組み

「お客さまとの絆」を深める取り組み

多くのお客さまにやさしさを届けられるよう、さまざまな取り組みを実施しています。お客さまに手書きのメッセージカードをお届けする「MYメッセージ活動」では約1,770万枚（2023年度活動実績）のカードをお届けしました

＜MYメッセージ活動＞



「地域社会との絆」を深める取り組み

「全員がサポーター」を合言葉に、Jリーグ・Jクラブ等を応援しています。お客さま・当社従業員のスタジアムにおける2015シーズンから2023シーズンまでの累計観戦者数は、200万人を突破しました

＜スタジアム観戦の様子＞



「未来世代との絆」を深める取り組み

全国各地でさまざまな地域貢献活動に取り組んでいます。持続可能な社会づくりへの貢献をめざし、金融・保険教育（2023年度活動実績1,341校）等、「環境保全」・「こどもの健全育成」を中心とした取り組みを推進しています

＜金融・保険教育（左）、森林保全活動（右）＞



「働く仲間との絆」を深める取り組み

「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約16万件（2023年度活動実績）収集し、優れた事例を顕彰することで、企業風土の醸成に努めました

＜行動事例の収集＞

