



価値創造ストーリー

社長メッセージ	4
マトリクス経営体制の導入	10
明治安田のあゆみ	12
At a Glance	14
価値創造プロセス	16
価値を生み出す4つの源泉	18
10年計画「MY Mutual Way 2030」について	20
10年計画「MY Mutual Way 2030」と 「MY Mutual Way Ⅱ期」(2024年度-2026年度)	22
サステナビリティ経営の推進 優先課題(マテリアリティ)への取り組み	24
MY Mutual Way Ⅱ期	
生命保険会社の役割を超える	28
2「大」プロジェクト 「みんなの健活プロジェクト」「地元の元気プロジェクト」	30
私たちが紡ぐ絆	
自治体・企業・団体との共創	32
未来世代応援活動	34
お客さま・地域のみなさまから共感される明治安田ブランドの確立	36
「企業風土・ブランド創造運動」を通じた企業風土醸成への取り組み	38
社会課題の解決への貢献	40

社長メッセージ



取締役 代表執行役社長
グループ経営責任者
CSuO(Chief Sustainability Officer)

永島 英器

相互会社として、持続可能な社会の実現に貢献する

はじめに ―― 資本主義の大きな転換点に立って ――

私たちは今、資本主義のあり方そのものが問われる転換点に立っていると感じています。かつての新自由主義や、それを世界規模に広げたグローバリズムは、経済的な成長をもたらした一方で、格差や分断を拡大させました。その反省のうえに「新しい資本主義」「倫理的な資本主義」「ステークホルダー資本主義」といった、新たなあり方を模索する動きが世界中で生まれています。

こうした時代の潮流のなか、株式会社であっても非上場を選択する企業や、短期的な株主利益の追求を見直す動きも見られます。特に、生命保険は、20年、30年、ときには一生涯にわたるお客さまとの“長いお約束”です。短期的な収益の波に一喜一憂するのではなく、長期にわたり確かな安心をお届けすることが求められます。その意味で、明治安田が生命保険事業を営むにあたり、「相互会社」という形態を選択していることは、私たちのめざす経営の在り方に合致していると考えています。

「自治」の仕組みと「長期視点での経営」が相互会社の強み

相互会社の最大の強みは、ご契約者が会社の構成員(社員)となり、社員の代表である総代で構成される総代会を通じて、お客さまご自身の意思を経営に直接反映できる「自治」の仕組みにあります。これは、明治安田という運命共同体の船に、メンバーとして加わっていただくということを意味しており、単なる製品やサービスの購入とは本質的に異なります。

もう一つの強みが、長期的な視点で経営を行なうことができる点です。株主のいない相互会社であるからこそ、私たちはより長期的な時間軸でステークホルダー全体の利益追求、すなわち社会的価値の向上に取り組むことができます。

この強みを活かした特徴的な取組みが「MYミューチュアル配当」です。事業活動を通じて生まれる剰余金は、その一部を保険金・給付金の将来の確実なお支払いへの備えや、将来の成長に向けた投資財源の確保のため、内部留保として積み立てています。「MYミューチュアル配当」は、通常の社員配当(ご契約者配当)に加えて、内部留保の一部を、長くご契約を継続いただいたお客さまへ還元する相互会社ならではの仕組みです。

私たちは何者か。存在意義を示す「明治安田フィロソフィー」

相互会社として、長期にわたってお客さまに「確かな安心」をお届けしていく姿勢を明文化したものが、2017年に制定した「明治安田フィロソフィー」です。

かつての企業経営では「いかにして利益をあげるのか(How)」が問われてきました。しかし、社会の持続可能性が重視されるようになり、企業が社会から厳しく問われているのは「あなたたちは何者なのか(Who)」、すなわち存在意義そのものです。

「明治安田フィロソフィー」は、私たちの存在意義について徹底的に考え抜いて策定しています。

経営理念は「確かな安心を、いつまでも」。

企業ビジョンは「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」として、お客さま・地域社会・未来世代・働く仲間との絆を大切に紡いでいくことを定めています。

そして、明治安田バリューは「お客さま志向・倫理観」「挑戦・創造」「協働・成長」。

この「明治安田フィロソフィー」は、私たちが「何者か」「何をめざすのか」「何を大切にしていけるのか」を明確に示す羅針盤であり、あらゆる業務において最優先される判断基準として、経営の根幹に据えています。

ー「明治安田フィロソフィー」制定の原点～保険金の不適切な不払い等による行政処分・東日本大震災～

「明治安田フィロソフィー」の制定には、私たちの二つの「原体験」が大きく影響しています。

第一は、2005年の保険金の不適切な不払い等による行政処分です。お支払いすべきものをお支払いしないという、保険会社の存在意義を自ら放棄するような行為により、私たちは多くのお客さまの信頼を失いました。当時の経営陣は総退陣し、ガバナンスの抜本改革や支払態勢の強化等を進め、「お客さまを大切に会社」に徹することを誓い、再スタートを切りました。この時抱いた反省の念は決して忘れることはありません。

第二は、再生への道を歩むなかで発生した2011年の東日本

大震災です。未曾有の大災害により、自らや家族が被災した従業員がいるなかで、誰ひとりとしてその役割を投げ出すことなく、避難所を一つひとつ回り、被災されたすべてのお客さまの安否を確認し、迅速な保険金・給付金のお支払いに全力を尽くしてくれました。お客さまに寄り添う「対面のアフターフォロー」こそが、当社の原点であり存在意義なのだと、改めて強く認識した出来事です。

これらの経験を通じて守り続けてきた「お客さまを大切にしたい」を土台に、新たな成長ステージへ挑戦する誓いを込めたものが、「明治安田フィロソフィー」です。

ー パーパス・ドリブンの組織をめざして

「明治安田フィロソフィー」は、自分ごととして捉えることが何よりも重要だと考えています。私は社内でもよく、「会社のパーパスを語る前に、自分のパーパスを知ることが一番大事だ」と話します。

私たちは、誰もが自分自身の人生の主演であり、決して会社のためだけに生きているわけではありません。自分の幸せとは何か、自分が人生の最期に何を思うか。その答えを持つ人が、会社のパーパスとの重なりを確認することで、本当の意味での「自分ごと化」が生まれると思います。

個人の幸せへの追求が、会社のパーパスと重なったとき、そこに大きなエネルギーと、お客さまへの真摯なサービスが生まれます。KPIドリブンではなく、パーパス・ドリブン。それが、私たちのめざす姿です。

もちろん、企業としてKPIを軽視するわけではありません。しかし、それはあくまで結果を測る指標であり、目的ではありません。一人ひとりが自身の幸せを追求しながら真摯に仕事に向き合う。その結果としてお客さまや社会からの評価が高まり、会社も成長できる。そんな美しい循環をつくりたいのです。

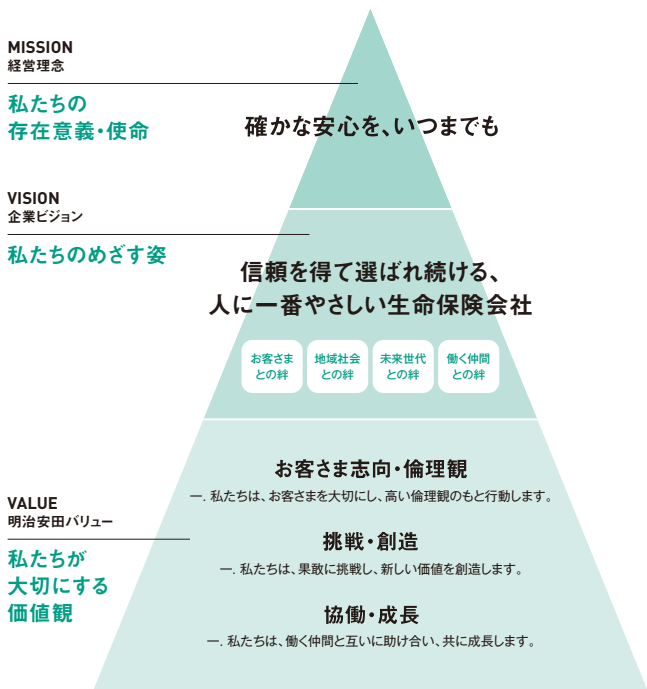
その出発点は、一人ひとりの心のありようだと考えています。

社会的価値と経済的価値の好循環をめざす「MY Mutual Way 2030」

ここからは現在進行中の10年計画「MY Mutual Way 2030」についてお話します。この計画では、相互会社として「社会的価値」と「経済的価値」双方の向上による好循環を実現し、持続可能な社会づくりに貢献していく姿勢を明確に打ち出しました。

10年後(2030年)にめざす姿は、『「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』。人々の健康に資する活動と、地域社会における「ひと」と「まち」の絆を紡ぐ活動を通じて、地域のお客さまに最も支持され、業界のリーディングカンパニーとなることをめざしています。

明治安田フィロソフィー



生命保険は買って終わりの消費財でも、無機質な債権債務の関係でもありません。特に相互扶助の精神に基づく相互会社では、その会社が何をめざし、どのような世界を実現したいのかという価値観に共感いただくことが重要になります。

消費のあり方が「モノ消費」から「コト消費」へ、そして「イミ

ー 社会的価値の向上に向けた「財務健全性の確保」

もちろん、めざす姿の実現には、大前提として財務健全性の確保が不可欠です。

私たちは、ERM(Enterprise Risk Management)の枠組みを経営管理の中核的手法として活用し、「健全性」を確保したうえで、「成長性」と「収益性」のバランスに留意しながらリスクテイクを行なっています。その中心的な指標が、経済価値ベースのソルベンシー比率であるESR(Economic value-based Solvency Ratio)です。当社は、ESRの水準に区分を設け、

消費」へと変化しつつある今、その会社と付き合う意味、その商品を選ぶ意味が問われています。だからこそ、理念を語るだけでなく、体現することが重要です。私たちはその役割を、営業職員(MYリンクコーディネーター等)をはじめとする“ひと”が担うことに、強い価値があると信じています。

その区分に応じたリスクテイクやお客さまへの還元の方針を定めています。ESRが十分な水準を確保できる見通しであれば、お客さまへの還元や未来への成長投資を積極化し、逆にESRが低下する見通しであればリスクを抑える。このように、健全性を大前提としながら、お客さまへの還元や企業価値向上に資する投資を適切に行なうための判断基準として活用しています。

「生命保険会社の役割を超える」MY Mutual Way Ⅱ期

めざす姿の実現のため、2024年4月からスタートした3ヵ年プログラムが「MY Mutual Way Ⅱ期」です。テーマは、「生命保険会社の役割を超える」。社会課題の解決への貢献と、グループベースの持続的な成長をめざすとともに、お客さま・社会への還元をいっそう拡充することで、さらなる「成長と還元の好循環」を進めてまいります。

私たちはこれまでも、お客さま・地域のみなさまの健康増進を応援する「みんなの健活プロジェクト」と、豊かな地域づくり

2025年度の振り返り

ー 変化の激しい環境下において、国内外での新たな取り組みが着実に進展

「MY Mutual Way Ⅱ期」の2年目にあたる2025年度は、先行きの見通しにくい事業環境が継続した1年でした。中東やウクライナにおける戦争の長期化は世界の分断を深め、マーケットは日銀による政策金利の引き上げや米国の相互関税の発動などを受け、ボラティリティの高い状況が続きました。また、生成AIをはじめとするデジタル技術の急速な進展は、事業環境に大きな変化をもたらしています。

そのような変化の激しい環境下においても、各事業領域で着実に歩みを進めることができました。国内では「金利のある世界」への帰帰が大きな追い風となりました。これにより、円貨建ての貯蓄性商品を幅広くご提供できるようになり、お客さま

の資産形成ニーズにお応えできたことが、成長の源泉の一つとなりました。

保障性商品においては、社会課題の一つである「循環器病」に着目しました。脳梗塞や心筋梗塞などは、がんを上回る患者数がいるにもかかわらず、認知度の低さから予防啓発が十分に進んでいませんでした。私たちは全国約3万7,000人のMYリンクコーディネーターによる啓発活動に加え、国立循環器病研究センターとの共同研究の知見を活かした「循環器病 対策Pro」を発売し、2025年度には約30万件ものご契約をいただくことができました。

資産運用では、ボラティルな金融環境のなかでも、機動的

かつ適切な投資判断にもとづき、リスクをコントロールしつつ資産運用収益を順調に拡大することができました。加えて、クオンツ・AIモデルの開発による運用手法の高度化や、英国のマン・グループとの協業を通じたプライベートアセット投資の拡大にも取り組みました。

海外保険事業も着実に進展しています。米国子会社のスタン

ー「グループ保険料」「グループ業務利益」は増収・増益となるとともに、お客さま満足度は過去最高を更新

これらの取組みの結果、健全性を示すグループESRは208.7%と高い水準を確保するとともに、収益性を示す「グループ業務利益」は7,602億円、成長性を示す「グループ保険料」は4兆4,854億円と、増収・増益となり、「MY Mutual WayⅡ期」の目標を1年前倒しで達成しています。また、2026年度の配当お支払予定総額も1,739億円と、前年度から165億円

2026年度の主な取組み

ー「マトリクス経営体制」の導入により、意思決定の質とスピードを向上させ、ガバナンス態勢を高度化する

2026年度は、「MY Mutual WayⅡ期」の最終年度として、その総仕上げに取り組む1年と位置づけています。

各事業における収益の拡大や経営基盤の拡充に向けた取組みをさらに加速し、グループベースの持続的な成長を実現していくことを目的に、2026年4月から「マトリクス経営体制」を導入しました。これは、事業の収益に責任を負う「事業長」と、経営基盤を支える専門機能を持つ「CxO」がマトリクス状に連携し、経営チームを組成するものです。社長である私の権限を「事業長」や「CxO」に一部移譲することで、意思決定の質と

ー 地域における存在感の確立をめざし、「戦略特区」を導入

当社はこれまでも、「地元の元気プロジェクト」等を通じて、全国各地の自治体等と連携し、地域のみなさまの暮らしに寄り添う取組みを進めてきました。例えば、連携協定を締結している自治体と協働し、「健康」「介護」「子育て」「防災・防犯」等に関する情報をご案内する「行政サービス案内」活動を展開しています。

こうした取組みを地域のみなさまにお届けし、信頼関係を築いていく担い手が、MYリンクコーディネーター等の営業職員です。一人ひとりに寄り添ったアフターフォローやライフ

ー AI時代だからこそ「ひとにしかできないことの価値」を高めていく

AIが急速に進展し社会に大きな影響を与えていますが、AI時代になればなるほど、「ひとにしかできないことの価値」は

コープ社を通じて米国オールステート社の団体保険事業を買収したほか、英国のリーガル&ジェネラル社との提携により、同社の米国子会社であり、個人保険事業に強みを持つバナーライフ社を買収しました。これにより、世界最大の保険市場である米国において、団体保険と個人保険の両輪で事業基盤の強化をめざします。

増加する予定であり、お客さまへの還元も拡充していきます。

こうした業績面での成果に加えて、何よりも大きな手応えを感じているのが、お客さま満足度が過去最高値を更新していることです。単年度の収益もちろん重要ですが、長期的な経営をめざす私たちにとって、お客さまからの信頼こそが経営の土台です。

スピードを向上させ、ガバナンス態勢を高度化しています。

この新体制において、私はチーフ・サステナビリティ・オフィサー(CSuO)を兼務しています。CSuOには倫理や哲学、そして企業の実存意義そのものを問うことが求められます。そして、それを物語として語り、紡ぎ、ときには自ら物語の一部となることで共感を引き出す必要があるのです。CEOの役割とシームレスにつながる領域であり、トップである私が担うべきだと認識しています。

プランニングにとどまらず、お客さまの健康増進や地域社会とのつながりを支える存在として、地域に根差した活動を続けています。

もっとも、地域を取り巻く環境は一樣ではありません。人口動態やマーケット規模は市区町村ごとに異なり、当社の取組み次第でお客さまとの接点をさらに広げられる余地のある地域もあります。こうした地域を、2026年度から「戦略特区」として指定し、営業体制を整えていくことで、地域における存在感を確立していきたいと考えています。

むしろ高まっていくと考えています。もちろん、AIは積極的に活用していきます。当社では、AIを「ひとへのサポート」と「ひとと

の協働」の双方を担うパートナーとして位置づけ、あらゆる業務領域への実装を進めています。

代表的な例としては、営業活動を支援する「デジタル秘書 MYパレット」があります。これは、MYリンクコーディネーターがお客さまのニーズや情報を「簡単」「タイムリー」に入力し、参照できるアプリです。AIが営業活動の効率を引き上げるための最適なアドバイスを提案し、事務作業等の効率化を支援していくことで、浮いた時間を「ひとにしかできない業務」、すなわちお客さまとの心の交流にシフトしていきます。

ー「ひと」中心経営を通じて、成長と還元の好循環をさらに進めていく

目に見える商品や工場を持たない当社にとっては、「人財」が全てです。

私たちは、「ひと」という尊厳ある存在を経営のための手段にはしません。一人ひとりの個性や価値観を尊重することを前提に、不断の自己変革・自己成長を促したうえで「明治安田フィロソフィー」に共感・体現する人財に長く働いてもらいたいという想いから、いわゆる人的資本経営ではなく、「『ひと』中心経営」

やさしくて、あたたかな、人間らしい会社をめざして

最後に、私たちがめざす会社のあり方について、私の想いをお話しさせてください。私は、明治安田を、やさしくてあたたかな人間らしい会社にしていきたいと考えています。

AIやデータ分析の進化によって、私たちは多くの場面で、より効率的に、より合理的に目的へたどり着けるようになりました。例えば、マッチングアプリでの出会いは、相手を探すという目的に対して、とても効率的な手段かもしれません。しかし、街角で偶然ぶつかって恋に落ちるような「野良の恋」には、理屈を超えた、ときに「この人と一緒なら不幸になってもいい」とさえ思わせるような力があります。人生や人間社会は、単一の目的のために存在するのではなく、複雑で、非効率で、偶発性に満ちているからこそ、豊かで愛おしいのではないのでしょうか。

格差と分断が広がる現代社会において、私は「サードプレイス」の重要性を強く感じています。ファーストプレイスが自宅、セカンドプレイスが職場や学校で、サードプレイスとは利害関係なく人々が交流できる第三の居場所のことを指します。生命保険事業の基盤と民主主義社会の基盤はどこか通じ合っていると私は考えています。それは「分厚い中間層」と、そこに存在

を掲げ、従業員のエンゲージメントを高めていくことをめざしています。

「MY Mutual WayⅡ期」の最終年度にあたる2026年度は、従業員の処遇を平均5%超引き上げています。意欲ある人財の挑戦を後押しし、生産性の向上につなげることで、会社の成長と従業員を含むステークホルダーへの還元の好循環をさらに進めていきます。

する「緩やかな絆」です。超富裕層は保険を必要とせず、経済的に困窮する方は保険料を支払うことが難しい。だからこそ、分厚い中間層の存在が事業の前提となります。そして、見知らぬ誰かのために保険料を払い、支え合う「相互扶助」の仕組みは、人々の緩やかな絆がなければ成り立ちません。私たちが「みんなの健活プロジェクト」や「地元の元気プロジェクト」を通じて、地域のみなさまとともに育んでいる、地域交流や健康増進の場。こうした多様な場がサードプレイスとして機能し、人々の絆を育むことは、生命保険事業の土台を守り、ひいては社会の持続可能性にも貢献できると信じています。

2030年に私たちがめざす姿。それは、KPIなどの数字だけで表せるものではありません。私たちが思い描くのは、まさに笑顔があふれ、人々がスポーツを楽しみ、さまざまな絆を実感しながら健康的に暮らしている。そんな景色です。

自由で、独創的で、やさしい「野良の発想」から生まれる新しい価値が、人間らしい笑顔あふれる社会を創り、未来を切り拓いていく。私はその実現に向けて、先頭に立って歩み続ける覚悟です。



マトリクス経営体制の導入の背景

AIをはじめとするデジタル技術の進展、資産運用環境の複雑化など、各領域で求められる専門性が年々高度化し、同時に持続的な成長に資するガバナンスのさらなる高度化も不可欠となっています。

このような環境下で、各事業での収益の拡大や経営基盤の拡充に向けた取組みをさらに加速することで、グループベースの持続的な成長を実現していくことを目的として、2026年4月1日付で「マトリクス経営体制」を導入しました。

新たな経営管理体制



明治安田は、「一番古くて、21世紀生まれ」の

前身である明治生命(1881年 有限明治生命保険会社 設立)と安田生命(1880年 共済五百名社 設立)は、ともに明治初期から激変お客さまの安心を守ってきた日本で最も「歴史と伝統」のある生命保険会社であり、その2社が合併して誕生した当社は、21世紀生



生命保険会社です。

する時代に対応しつつ、
まれの「若々しい」生命保険会社です。

企業ビジョンの実現
 「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」
 MY Mutual Way 2030



(注)「満足」+「やや満足」の割合。選択肢は、「満足」「やや満足」「ふつう」「やや不満」「不満」の5段階

At a Glance

明治安田

明治安田は、
「成長性」「収益性」「健全性」の
バランスを取りながら、
企業価値の着実な向上に取り組んでいます。
また、ESGの観点においても、
持続可能な社会の実現に向けた
企業の社会的責任を果たすべく、
積極的な取組みを推進しています。

主要財務項目

グループ保険料(除く再保険収入)

4兆4,854億円

グループ業務利益

7,602億円

財務資本 ➡ P19

企業価値

グループサープラス

12兆9,000億円

財務資本 ➡ P19

健全性

グループESR

208.7%

財務資本 ➡ P19

格付会社からの評価

格付投資情報センター(R&I)
保険金支払能力

AA

日本格付研究所(JCR)
保険金支払能力格付

AA

ムーディーズ(Moody's)
保険財務格付

A1

S&P
保険財務力格付け

A+

*・「グループ保険料(除く再保険収入)」・「グループ業務利益」・「お客さま数」・「お客さま満足度」：2025年度実績
・「グループESR」・「グループサープラス」・「連結従業員数」・「海外保険グループ会社等」：2025年度実績
・「国内営業拠点数」・「自治体との連携協定」：2026年3月末時点
・「MYリンクコーディネーター等」：2026年4月1日時点
・「格付会社からの評価」・「ESG関連の社外評価」：2026年5月1日時点

価値創造ストーリー

成長戦略

経営基盤拡充戦略

組織とガバナンス

経営活動と決算の概況

資料編

お客さま

お客さま数

1,226万人

(法人営業 507万人)

お客さま満足度

69.6%

多様な人財

連結従業員数

5万7,119人

(国内 5万568人 海外 6,551人)

MYリンクコーディネーター等(営業職員)

3万7,732人

人的資本 ➡ P18

国内営業拠点数

1,153拠点

うち法人部等 22拠点

社会・関係資本 ➡ P19

自治体との連携協定

1,138協定

当社の営業拠点が存在する
99.6%の市区町村と連携協定を締結しています

社会・関係資本 ➡ P19

海外保険グループ会社等

※保険子会社、関連法人等、現地法人の合計

5カ国、8社

社会・関係資本 ➡ P19

ESG投融资額

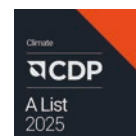
(2024-2025年度累計)

約1兆円

成長戦略 資産運用の高度化 ➡ P60

ESG関連の社外評価

CDP
気候変動調査
3年連続最高評価
「Aリスト」選定



CDP
「サプライヤー
エンゲージメント評価」
3年連続最高評価



環境省主催
第7回「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」
銅賞を受賞(3回目の受賞)



PRI(国連責任投資原則)年次評価
3年連続最高評価獲得
ポリシー・ガバナンス・戦略 ★★★★★
報告書の信頼醸成措置 ★★★★★



確かな安心を、いつまでも

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暮らせるよう、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。

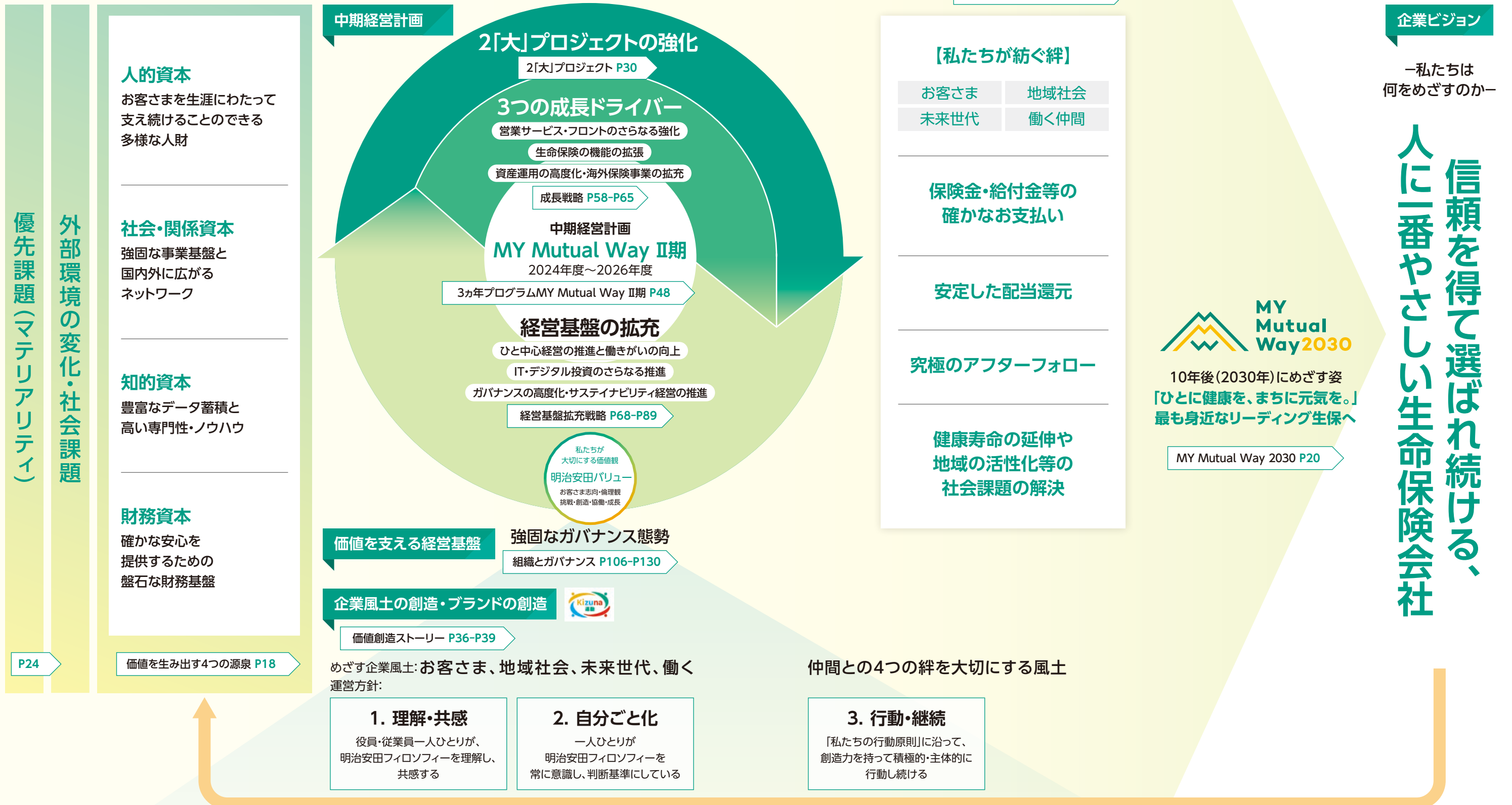
あわせて、一人ひとりの健康づくり、地域社会の発展を応援し、相互扶助の輪を広げることを通じ、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりに貢献します。

価値創造の源泉

事業活動

事業活動から生まれるもの

創造する価値



1 人的資本

お客さまを生涯にわたって支え続けることのできる多様な人財

資本強化への主な取組み

・「ひと」中心経営の推進を通じた、意欲ある人財の活躍とエンゲージメントの向上

連結従業員数:5万7,119人 (国内:5万568人 海外:6,551人) (2026年3月31日時点)

お客さまにアフターフォローをご提供する態勢

- MYリンクコーディネーター等(営業職員)
3万7,732人 (2026年4月1日現在)
うちFP技能士資格保有者数
2万5,709人 (2026年4月1日現在)
- 企業・団体を担当する職員
920人
- 事務・サービスに関する専門知識を活かした「訪問型サービス活動」を実践する「事務サービス・コンシェルジュ」等
2,495人

「経営人財」と「専門人財」が相互に補完しあう「デュアルラダー」の人財集団

経営人財

当社グループ経営を支える経営人財

執行役、本部長、地域リレーション本部長

部長、支社長、法人部長

GM、業務・教育部長 等

専門人財

14の専門分野「プロフェッショナル職制」
230人(うちフェロー6人)
(2026年4月1日時点、明治安田単体)

シニア・フェロー フェロー

14の専門分野

保険数理・計理	会計・税務	法務
IT	DX	資産運用
内部管理	査定	約款
お客さま対応	デジタル・デザイナー	FP
海外事業	営業教育	

DE&Iの推進 (2026年4月1日時点、明治安田単体)

- 課長相当職以上の女性管理職比率
44.0%

3 知的資本

新たな価値を創出するためのデータの蓄積と、高い専門性・ノウハウ

資本強化への主な取組み

・多様なデータや調査・研究知見等の蓄積・分析を通じた、お客さまにご提供する情報やサービスの高度化

保有するご契約データ
(2026年3月31日時点)

●個人営業・法人営業合計
※ 個人営業と法人営業のお客さま数の合計
1,226万人分のデータ
(うち法人営業507万人)

お客さまと明治安田をつなぐデジタルインフラ
(2026年3月31日時点)

MYほけんページ

●個人保険の各種手続き・給付金のご請求等が可能なお客さま専用サイト
登録者数
380万人

みんなのMYポータル

●従業員・所属員向けの団体保険専用インターネットサービス
導入団体数
989団体

当社経営とお客さま満足度の向上に活かす「お客さまの声」(2025年度)

●当社(営業所等、支社、法人部、コミュニケーションセンター)に寄せられた「お客さまの声」
44万700件

クオリティの高い調査・研究の取組み (2025年度)

●明治安田総合研究所による経済環境等に関する調査レポート発行数
年間166件

2 社会・関係資本

強固な事業基盤と国内外に広がるネットワーク

資本強化への主な取組み

・2「大」プロジェクトの推進を通じた、自治体・企業・団体との連携協定
・海外保険事業の拡充を通じた、事業基盤・ネットワークの拡大

(2026年3月31日時点)

国内の事業基盤とネットワーク

- 個人営業お客さま数
718万人
※MYリンクコーディネーター等チャネルにおける生命保険契約者数(すえ置・年金受取中を含む)、生命保険被保険者数、損害保険契約者数、損害保険被保険者数(からだの保険)(重複を除く)と、団体ががん保障保険、無配当総合福祉団体定期保険の被保険者数の合計
- 保有契約件数
1,271万件
※明治安田単体、個人保険・個人年金保険合算
- 法人営業被保険者数
507万人
※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・配偶者被保険者等)
- 団体保険保有契約高
115.8兆円(国内シェアNo.1)
※当社調べ
- 連携協定数
自治体 1,138自治体
(46都道府県、1,092市区町村)
協会けんぽ 40支部
地方銀行等 49行
等

海外の事業基盤とネットワーク

- 海外保険グループ会社等 5ヵ国、8社
※保険子会社、関連法人等、現地法人の合計

4 財務資本

「確かな安心」をお届けするための、高い「成長性」「収益性」「健全性」(注1)

資本強化への主な取組み

・ERMIに基づく財務・資本政策の推進による、財務健全性の確保を前提とした、企業の持続的な成長と安定的な配当還元の実現

(2026年3月31日時点)

	成長性・収益性	健全性
経済価値ベース(注2)	●グループサープラス 12兆9,000億円	●グループESR(注3) 208.7%
現行会計ベース	●グループ保険料(除く再保険収入) 4兆4,854億円 ●グループ業務利益 7,602億円	—

(注1)「グループ保険料」・「グループ業務利益」は2025年度実績を掲載
(注2)経済価値ベース:資産・負債を市場価格に整合的な手法で評価
(注3)標準モデルESR、内部モデルESRのうち低い方の内部モデルESRの数値

経営環境の変化をふまえたお客さま志向の進化

10年計画

MY Mutual Way 2030

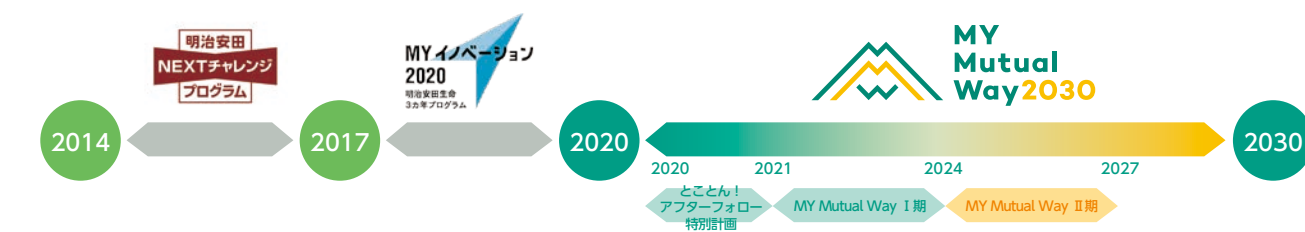
10年計画は、「ディスラプティブな経営環境の変化」^(注1)への危機感から、今後30年間で予想される環境分析をふまえ、「バックカスティング方式」^(注2)にて検討しました。

その結果、当社は契約者を構成員とする**相互会社(Mutual Company)**の強みをいかんなく発揮して、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**」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」にチャレンジします。

その2つの大きなチャレンジを成し遂げ、「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考える未来起点の発想法

当社を取り巻く環境変化

「MY Mutual Way 2030」の策定時(2019年度)と比較して、国内の人口減少等のメガトレンドに大きな変化はないものの、2020年以降に生じたコロナ禍等の影響により、一部の環境変化の発現時期が大幅に早期化したものと認識しています。

従来のメガトレンド

- 人口減少・少子高齢化
- デジタルネイティブ世代の主流化
- 所得の二極化・共働き世帯の増加
- 日本の低成長
- AI技術・デジタル化の進展
- 消費のパーソナライズ化

当社に特に大きな影響を与える近年の外部環境の変化

想定より発現が大幅に早期化した主な環境変化

- お客さまの価値観の多様化・個別化
- AI等のデジタル技術やテクノロジーの進展

10年計画策定時に予測していた環境認識からの変化

- 国内において、金利のある環境へ回帰

10年後にめざす姿

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」の向上をめざしています。

また、事業活動の成果「アウトプット」と、それにより人々や会社資本にもたらす変化「アウトカム」、さらにアウトカムの実現によってめざす最終的な社会的効果(インパクト)に至る関係を整理のうえ、「10年後(2030年)にめざす姿」と当社の事業活動を通じた社会的効果(インパクト)の実現状況を確認する指標を「KGI(Key Goal Indicator)」として設定しています。

社会課題の解決への貢献 ➡ P40

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、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。

KGI(実現状況を確認する指標)

社会的効果(インパクト)	確認指標
健康寿命の延伸	■お客さま数 ■健康増進イメージ浸透度
地域の活性化	■地域貢献イメージ浸透度
将来世代の健全育成とQOLの向上	■地域別シェア ■地域への還元(含むJリーグ・募金等) 等
脱炭素社会への貢献	■CO ₂ 排出量の削減率(事業者・機関投資家)
当社の次世代を担う人財の育成・確保	■MYリンクコーディネーター等(営業職員)在籍者数 ■うち「アドバンス」層の人数 ■女性管理職占率 ■シニア登用率 ■専門人材数 等

【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。

KGI(実現状況を確認する指標)

確認指標
■グループサーplus ■グループESR ■海外保険事業等の業務利益相当額 等

10年計画の重点戦略

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QOL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アフターフォローの強化 地域に根差した生命保険会社を志向した、地域社会の豊かさ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位置づけた、収益・事業ポートフォリオ変革の推進 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投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 ERM経営 調査・研究	海外保険事業の拡大を見据えたグループ経営管理態勢のさらなる高度化 経済環境の変化や経済価値ベースの経営への移行をふまえたERM経営の実用化 環境変化に柔軟に対応するための調査・研究態勢の強化

10年後(2030年)にめざす姿と2024年度-2026年度の位置づけ

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」では当社の羅針盤である明治安田フィロソフィーに共感し、志を同じくする他企業・団体との共創によって、

多元的価値^(注1)を創造・提供し、「保障とアフターフォローの提供」という従来の生命保険会社の役割を大切にしながら、「生命保険会社の役割を超える」ことをめざしていきます。

(注1)「多元的価値」とは、経済的価値にとどまらず、健康増進や地域活性化を中心とした社会的価値を含む多様な価値のことを指しています。

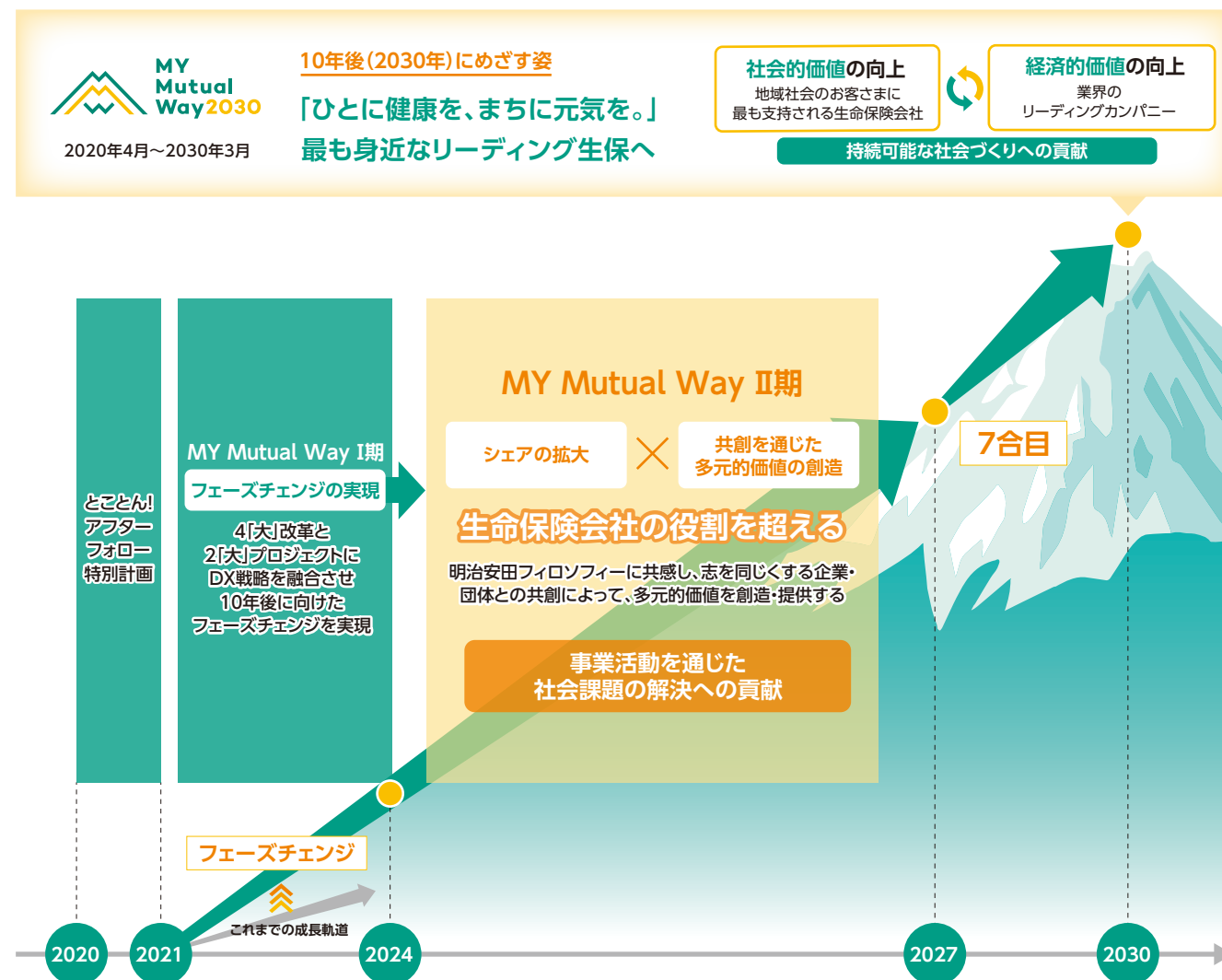
「MY Mutual Way II期」でめざす姿

「MY Mutual Way II期」では、社会課題の解決に貢献する取り組みをさらに進めることで、グループベースの持続的な成長を実現し、お客さま・社会への還元の拡充をめざしていきます。

そして、当社は相互会社として、相互扶助の精神を体現する生命保険事業を本業としながら、長期的な視点で、社会

課題の解決に真正面から取り組んでまいります。

特に事業との関連が深い、「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」に加え、環境保全、こどもの健全育成、金融包摂、DE&Iの推進などを優先課題として設定し、これらに貢献する取り組みをこれまで以上に進めてまいります。



——「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

経済的価値の向上



(注2)「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン」の略で、一律的・画一的な支援ではなく、一人ひとりの状況に応じた公平な(エクイティ)機会の提供により活躍を推進





サステナビリティ経営の推進を通じて、 持続可能な社会づくりに貢献していきます

取締役 代表執行役社長
グループ経営責任者
CSuO

永島 英器

グループサステナビリティ方針

明治安田グループ(以下、グループ)で共有する考え方として、グループサステナビリティ方針を定めています。

本方針をふまえ、グループ一体となって社会を基盤として活動する企業としての責任を果たし、「お客さま」「地域社会」

「働く仲間」をはじめとするステークホルダーとの共通価値を創造するとともに、その価値を「未来世代」に引き継ぐことを通じて、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。

グループサステナビリティ方針は当社ホームページに開示しています。
<https://www.meijiyasuda.co.jp/profile/commitment/>



「優先課題(マテリアリティ)」の設定

「確かな安心を、いつまでも」という経営理念を掲げ、相互会社として長期に安定した経営と、お客さま一人ひとりの人生に寄り添うアフターフォローのご提供をめざしており、これらは持続可能な社会の実現を掲げるSDGsの理念と軌を一にするものであると考えています。

SDGsにおける17のゴール、およびこれらに内包される169のターゲットから導き出される社会課題のうち、当社の「ステークホルダーへの影響度」「事業との関連性」の観点から

ふまえ、2024年度に「優先課題(マテリアリティ)」を8項目に見直し、社内での意見交換や社外有識者との対話を通じて、その妥当性等を確認しました。

また、「グループサステナビリティ方針」に基づき、グループ一体のサステナビリティ経営をさらに推進するべく、「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」「環境保全・気候変動への対応」「DE&Iの推進」「人権の尊重」の5項目を、グループベースで取り組む優先課題に設定しています。

優先課題(マテリアリティ)

2「大」プロジェクト等を通じて注力

健康寿命の延伸 (★)

地方創生の推進 (★)

事業者・機関投資家双方の立場から社会的価値を創出

環境保全・気候変動への対応 (★)

機関投資家としての責任投資を通じた持続可能な社会づくり

こどもの健全育成

DE&Iの推進 (★)

金融サービスへの平等なアクセス確保

人権の尊重 (★)

● 特定プロセス

STEP1	関連する社会課題の抽出	SDGsにおける17のゴール、169のターゲットから導き出される社会課題のうち、国内生命保険会社としての視点から、関連する社会課題を抽出
STEP2	「ステークホルダーへの影響度」「事業との関連性」の整理	抽出した社会課題について、バリューチェーンおよびステークホルダー(お客さま・地域社会・未来世代・働く仲間)への影響度と事業との関連性が相対的に高い8項目を「優先課題」として選定
STEP3	職員の意見交換	選定した優先課題について、当社がめざす姿との関係性等をテーマに社内にて部門・職種横断的に職員の意見交換を実施
STEP4	有識者との対話	外部有識者との対話を通じ、妥当性等を確認 <対話テーマ> ・当社の事業者・機関投資家双方の役割をふまえた妥当性 ・関連するステークホルダーの網羅性 等
STEP5	経営による決定	上記ステップを通じて選定した優先課題について、サステナビリティ経営検討委員会・経営会議にて議論のうえ、取締役会にて報告・決定



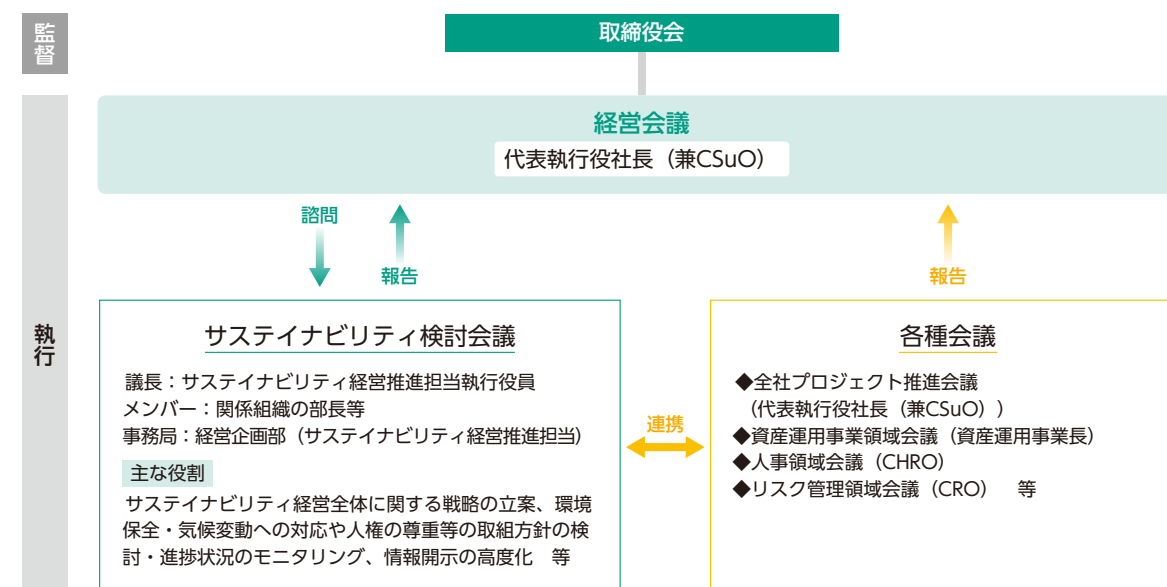
SDGインパクトジャパンとの対話

推進体制(ガバナンス)

持続可能な社会づくりに貢献する取組みを強化するため、サステナビリティ経営推進を担当する執行役員を置くとともに、専任組織として「経営企画部(サステナビリティ経営推進担当)」を設置しています。2026年4月からはCSuO(Chief Sustainability Officer)を新設し、代表執行役社長がこれを担うことで、中長期的な視点での社会的価値・経済的価値の創出と事業戦略との整合を図っています。

また、経営会議の諮問機関として、当社のサステナビリティ

経営全体に関する戦略の立案、および優先課題の取組方針の検討や進捗状況のモニタリングを行なう「サステナビリティ検討会議」を設置するほか、「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」「DE&Iの推進」等個別の優先課題について、各種会議にて一元的な対応策の策定と進捗状況の確認等を行ない、それぞれ定期的に、または必要に応じ経営会議・取締役会に報告することとしています。



リスク管理

全社的なリスク管理体制の整備・推進、リスク管理状況の把握・管理、種類別リスクごとの「リスク管理種類別統括部署」「リスク管理主管部署」への専門的助言等を行なう部署として「リスク管理全体統括部署」(リスク管理統括部)を設定し、統合的にリスクを管理する体制をとっています。また、CRO (Chief Risk Officer) がリスク管理領域会議

を主宰し、リスクの定期的なモニタリング(監視)、適切なコントロールを行なっています。

なお、気候変動リスクを含むサステナビリティ経営の推進にかかるリスクを統合リスク管理の枠組みの一つである「重要リスク」として特定のうえ、モニタリング態勢を強化しています。

リスク管理 ➡ P97

優先課題(マテリアリティ)への取り組み(戦略・指標と目標)

優先課題	リスクと機会	主な取組み	指標と目標	関連するSDGs
健康寿命の延伸	リスク	・平均寿命と健康寿命のギャップが拡大した場合における、入院手術・介護等給付金の支払い増加	QOL向上・健康寿命の延伸への貢献	
	機会	・人々の健康志向や企業における健康経営の必要性の高まりをふまえた新たな商品・サービスの増加、それを通じた市場の拡大		
地方創生の推進	リスク	・地方の過疎化・経済の衰退等、地域活力の低下による市場規模の縮小 ・人々の社会的つながりの希薄化によるお客さま接点の減少	地域の橋渡し役として「社会的なつながり」を提供	
	機会	・自治体との連携による地域経済の活性化への貢献や、健康・介護・子育てなど地域に暮らす人々の生活課題の解決支援を通じた保険会社としての新たな価値の提供 ・公民館・道の駅等の公共セクターとの協働を通じた、地域のお客さまや企業・団体との接点拡大		
環境保全気候変動への対応	リスク	・風水害の激甚化、熱中症患者の増加等に伴う保険金・給付金等支払いの増加 ・CO ₂ 排出量の多い投融資先企業の業績悪化による投融資先の価値毀損	【指標・目標】 ・CO ₂ 排出量(いずれも2013年度比) 【事業者として】 (Scope1・2は当社グループ、Scope3は明治安田単体)	   
	機会	・事業者・機関投資家双方の立場から、2050年度CO ₂ 排出量ネットゼロに向けた取組みを強化 ・自社の排出量削減に向け、消費エネルギーのさらなる抑制、再生可能エネルギーの段階的な導入の推進 ・トランジション・ファイナンスを含むESG投融資の積極的な実行 ・投融資先との対話を通じたCO ₂ 排出量削減状況の確認および削減に向けた取組みの後押し		

(注1) 総合的な健康状態を年齢で表した、当社オリジナルの新たな指標。当社が開発した「健活未来予測モデル」を使用し、お客さまにご提出いただいた健診結果と既往歴(給付金等のご請求履歴等)から、お一人おひとりの将来の入院リスク等を精緻に予測し、算出

(注2) 「ベストスタイル 健康キャッシュバック」の加入者のうち、加入後6年経過時点における集団の健活年齢と実年齢の差の平均値を集計。ただし、毎年定期的に健康診断結果を提出していないお客さまを除く

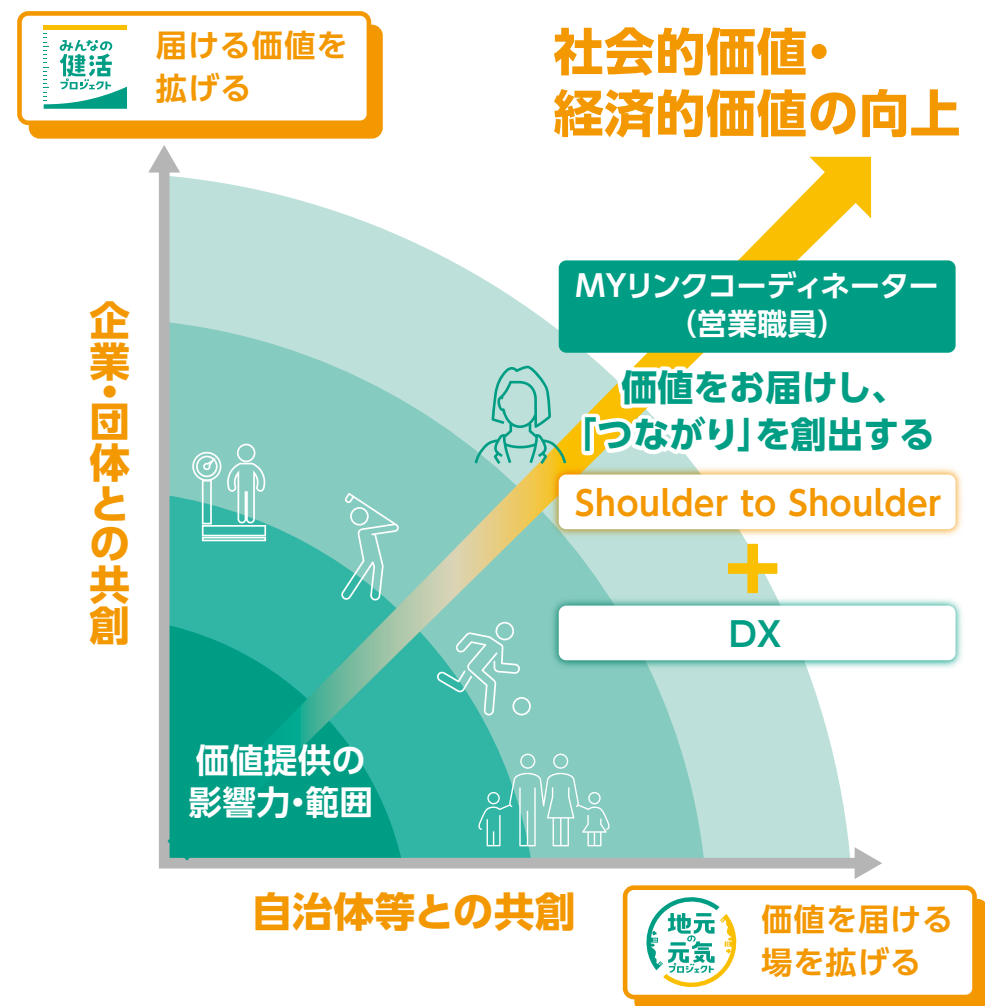
(注3) 「ベストスタイル 健康キャッシュバック」ご加入者における割合。従来から健康意識が高く、その状態を維持している人を含む

優先課題	リスクと機会	主な取組み	指標と目標	関連するSDGs									
機関投資家としての責任投資を通じた持続可能な社会づくり	リスク - 社会課題の解決を促進する手段としての機関投資家への要請への対応不十分 機会 - ESG投融資を通じたグローバルな環境・社会課題の解決と国内地域経済活性化等への貢献、および投融資先の企業価値の向上	「脱炭素社会の実現」「生物多様性の保全」「ソーシャル(人権等)」「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」を重要取組テーマとしたESG投融資の推進、およびインパクトファイナンスの拡大 - 投融資先とのエンゲージメント(対話)の高度化 ➡ P62	【指標・目標】 <table><tr><td></td><td>2024-2026年度 「中期経営計画」目標</td><td>2024-2025年度実績</td></tr><tr><td>ESG投融資額</td><td>8,000億円</td><td>約1兆円</td></tr><tr><td>うちインパクト ファイナンス</td><td>1,700億円</td><td>約1,500億円</td></tr></table> エンゲージメント(サステナビリティに重点をおいた対話)の量・質の向上 [対話件数] 2026年度目標:年間100件 (2025年度実績:93件) [対話内容] インパクト創出を促す「提言」の実施		2024-2026年度 「中期経営計画」目標	2024-2025年度実績	ESG投融資額	8,000億円	約1兆円	うちインパクト ファイナンス	1,700億円	約1,500億円	3 7 11 13 等
	2024-2026年度 「中期経営計画」目標	2024-2025年度実績											
ESG投融資額	8,000億円	約1兆円											
うちインパクト ファイナンス	1,700億円	約1,500億円											
こどもの健全育成	リスク - こどもの心身の健康維持や、「人生100年時代」における資産形成のリテラシー教育等、「未来世代」を担う子どもに対する支援が不足することによる将来の顧客基盤の拡大不十分 機会 - 金融・保険教育等を通じた、こどもの金融リテラシー向上による将来の顧客基盤の拡大 - 未来世代の支援を通じた、当社の認知率の向上とブランドイメージの浸透	- 金融・保険教育や、自然の大切さ・自然を守る意義を学ぶ環境教育の実施 - 子ども向けのスポーツ教室の開催や、文化・地域の交流を通じた健全育成への貢献 - 自治体と協働した子育て世代の支援や、財団の取組みを通じた発達障がいへのこども等の療育支援 ➡ P34	【指標】 - 金融・保険教育開催数 : 2,824回(2025年度実績) 「未来世代」への貢献イメージ浸透度	1 3 4 10									
金融サービスへの平等なアクセス確保	リスク - 社会に暮らす人々の多様性が拡がるなか、お手続き等の利便性への配慮不足による取引の機会損失・お客さま満足度の低下 機会 - 多様なお客さまの特性を理解し、一人ひとりに寄り添ったお手続き不便の解消を通じた、当社の成長基盤拡大・お客さま満足度の向上	「ご高齢の方」「障がいのある方」「LGBTQの方」「外国人の方」をはじめ、さまざまなお客さまの特性にあわせたお手続き等の利便性向上に向けた取組みを「みんなにやさしい保険アクセス」として推進 ➡ P88	【指標】 - 金融包摂関連苦情の発生状況 - 金融包摂にかかるお客さまのお手続き評価	8 10									
DE&Iの推進	リスク - 採用や育成の遅れ等による人財の量的・質的不足に起因する競争力の低下 - 人財集団の同質化による急激な環境変化に対する適応力の低下 機会 - 多様な人財が相互に刺激し合い、最大限に能力を発揮することを通じた企業の競争力向上と、企業価値向上を通じた優秀人財の確保、エンゲージメント向上の好循環の実現	- シニア職員のキャリア形成や意欲醸成を通じた活躍支援、障がいのある職員が働きやすい職場環境の整備 - 企業内大学「MYユニバーシティ」による能力・キャリア開発の推進 - 女性の管理職登用にかかる目標設定や育成態勢の整備、LGBTQ従業員への環境整備・理解促進 ➡ P73	【指標・目標】(2025年度実績) - 会社の総合的魅力度^(注4):75.5% (2026年度目標:2025年度比向上) - 女性管理職比率(2026年4月):44.0% (2027年度目標:35.0%を堅持) - 男性育休取得率:100% (2026年度目標:100%) - 専門人材数:591人	5 8									
人権の尊重	リスク - 人権への配慮欠如によるステークホルダーからの信頼低下および人権侵害による企業価値の低下 機会 - 啓発活動を通じた従業員の人権意識向上と、お客さま・投融資先・取引先への人権尊重の働きかけによる企業の信頼性向上	「人権方針」に基づいた、人権デュー・ディリジェンスの実施、「人権研修」等を通じた従業員の人権意識向上、お客さまの人権尊重の推進 - サステナビリティに重点をおいた対話を実施した投資先に人権尊重への取組推進を働きかけ - 外部委託先等を対象にサステナビリティ体制に関する確認を実施し、人権尊重への取組状況を確認 ➡ P86	【指標】 - 人権研修の実施状況 (2025年度全役職員に実施) - 内部通報件数 - 国連グローバルコンパクトの10原則における人権分野の充足状況	10 16									

(注4) 当社が総合的に考えて魅力度のある会社であると肯定的に回答をした職員等の割合

環境保全・気候変動への対応(TCFD・TNFD)／人権の尊重／「みんなにやさしい保険アクセス」(金融包摂の取組み)については ➡ P80

共創による多元的価値の創造・提供



これまで、2「大」プロジェクト（「みんなの健活プロジェクト」および「地元の元気プロジェクト」）の取り組み等を通じて、全国で1,000を超える自治体等やJリーグ・JLPGA、道の駅・公民館などの団体と協働し、強固な関係を構築してきました。

「MY Mutual Way II期」では、この強固な関係をベースに、当社の羅針盤である「明治安田フィロソフィー」に共感し、志を同じくする自治体や企業・団体との「共創」を推進していくことで、新たな価値（多元的価値^{（注1）}）を創造・提供していきます。

具体的には、「みんなの健活プロジェクト」によって、企業・

団体との共創を進め、魅力的な商品・サービス等を生み出し、届ける価値を上げていきます。

そして、「地元の元気プロジェクト」によって、自治体等との共創を進め、お客さま・地域との接点を増やし、お客さまに提供する価値を届ける場を上げていきます。

それらの価値を、MYリンクコーディネーター（営業職員）等が、デジタルによるサポートを受けながら、お客さまの望むかたちで寄り添う「Shoulder to Shoulder」によってお届けすることで、社会的価値・経済的価値の向上をめざしてまいります。

（注1）「多元的価値」とは、経済的価値にとどまらず、健康増進や地域活性化を中心とした社会的価値を含む多様な価値のことを指しています。

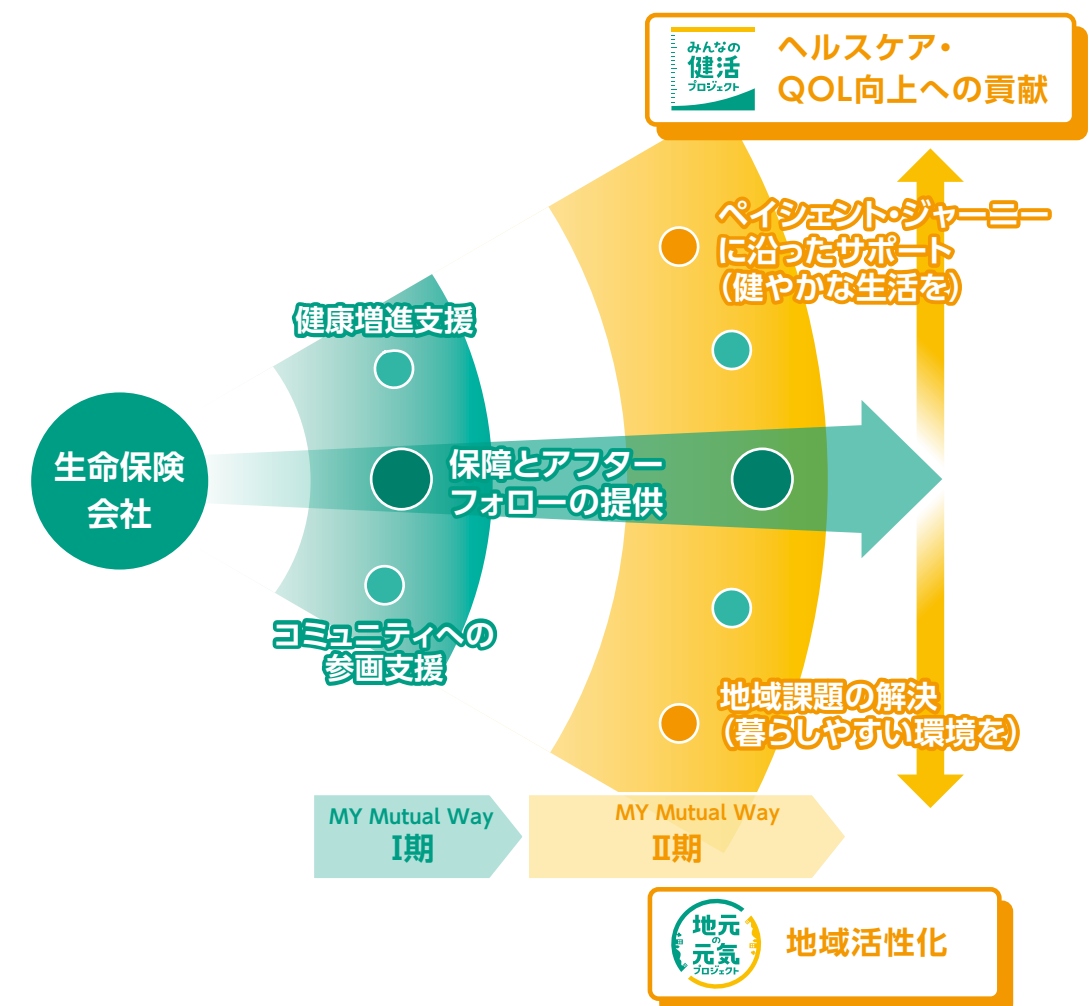
明治安田のShoulder to Shoulder

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、同じ方向を向いて、そっと寄り添い続けます
私たちはその姿勢を“Shoulder to Shoulder”と名付け、活動をしてまいります



- 具体的な提供価値
- お客さまのニーズや課題に寄り添い、最新・最適な情報をお届けします
 - もしものときだけでなく、いつもお客さまに寄り添い、お客さまがのぞむタイミングでご提案やお手続きのサポートをします
 - 対面 (face to face) だけでなく、デジタルを活用するなど、お客さまがのぞむかたちで寄り添います

生命保険会社の役割の拡充



「MY Mutual Way I期」では、お客さまの健康増進を応援する「みんなの健活プロジェクト」、豊かな地域づくりをめざす「地元の元気プロジェクト」の「2『大』プロジェクト」を通じて、「健康増進支援」や「コミュニティへの参画支援」といった新たな価値を提供してきました。

2024年度からスタートした新たな3ヵ年プログラム「MY Mutual Way II期」では、「生命保険会社の役割を超える」をテーマに、「保障とアフターフォローの提供」という生命保険会社の従来の役割を大切にしながら、2「大」プロジェクトの取り組みを強化することで、「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していきます。

「ヘルスケア・QOLの向上」については、ペイシェント・ジャーニー^{（注2）}に沿って、他企業・団体との「共創」により多様なヘルスケアサービスを提供しつつ、MYリンクコーディネーター（営業職員）等やデジタルサポートにより実践を促す働きかけを一体的に提供することで、お客さまのQOL向上に貢献していきます。

「地域活性化」については、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、地域における役割を拡充し、豊かな地域づくりに貢献していきます。

（注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

届ける価値を拡げる

健康をいっしょに育てる

みんなの
健活
プロジェクト

私たちは、一人ひとりの健康づくりに寄り添い、いっしょに取り組むことで、お客さま・地域のみなさまの「健康に向けた前向きな活動」＝「健活」を応援していきます。

「商品」「サービス」「アクション」の提供を通じて、「けんしん」と予防を後押しし、QOL向上・健康寿命延伸への貢献をめざしています。

● 「「けんしん」と予防」の健康改善サイクル



コンセプト

・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）の受診率向上や、疾病予防の支援について「商品」「サービス」「アクション」を通じて取り組みます

商品 定期的な「けんしん」受診を後押しする「「けんしん」応援型」の健康増進保険をご提供しています

サービス 疾病リスクの未来予測結果や、疾病予防や健康増進に役立つ情報・サービスをご提供しています

アクション 疾病予防や健康増進に向けた気付きや行動変容のきっかけとなるイベントなどを全国各地で開催し、ご案内しています

・「「けんしん」と予防」の健康改善サイクルを通して、お客さまのQOL向上と健康寿命延伸への貢献をめざします

取組内容

「ベストスタイル 健康キャッシュバック」をはじめとする「けんしん」応援型商品を通じて、毎年の健康診断結果に応じたキャッシュバック等により定期的な「けんしん」受診を促すとともに、健康改善に向けた継続的な取組みを後押ししています。また、病気の特徴を捉えて「保障」と「サービス」を組み合わせ提供する商品である「循環器病 対策Pro」などを通じて、お客さま一人ひとりの豊かな生活をサポートしています。

さらに、ご提出いただいた健康診断結果をもとに総合的な健康状態を年齢で表す「健活年齢」や、疾病リスク予測等

をまとめた「MY健活レポート」「明治安田血管レポート」を提供し、お客さまご自身による健康状態の把握と、行動変容のきっかけづくりを支援しています。あわせて、研究機関との連携を通じて、がんや循環器病などの疾病予防や健康増進に資する情報提供にも取り組んでいます。

加えて、先進的な健康測定機器を用いて気軽に健康状態をチェックできる「明治安田の健康チェック」や、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」を全国で展開するなど、行動変容のきっかけとなるコンテンツの拡充に取り組んでいます。

プロジェクト実績

健活商品^(注1)
累計販売件数

193.5万件^(注2)

健康サポート・キャッシュ
バック累計お支払い実績

354億円^(注2)

直近1年間で健康意識が
高まった人の割合^(注3)

73.5%

「ベストスタイル 健康キャッシュバック」ご加入者
(当社実施 2025年度 健康に関するアンケート調査)

健康増進イベント
参加者数

250万人^(注4)



道の駅での「健康増進イベント」等の開催

(注1) 対象:「ベストスタイル 健康キャッシュバック」、「いまから認知症保険」、「いまから認知症保険 MCIプラス」、「認知症ケア」、「認知症ケア MCIプラス」、「循環器病 対策Pro」

(注2) 2026年3月末時点の累計実績

(注3) 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

(注4) 2025年4月から2026年3月末までの実績

価値を届ける場を拡げる

つながり、ふれあい、
ささえあう地域社会を。

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、「地域創生の推進」に貢献していきます。

3つの取組みを通じて、豊かな地域づくりへの貢献をめざしています。

地域のみなさまの
心身の健康保持・増進

未来世代の応援を通じた
持続可能な社会の実現

地域を支える企業・団体の
持続的成長

コンセプト

・地域の自治体や企業・団体と連携し、地域のみなさまとその地域の資源・コミュニティを結びつけることで、「地方創生の推進」への貢献をめざす取組みです

・当社が持つ全国47都道府県に広がるネットワークを活かして、「地域のみなさまの心身の健康保持・増進」「未来世代の応援を通じた持続可能な社会の実現」「地域を支える企業・団体の持続的成長」の3つの取組みを行なっています

取組内容

「地域のみなさまの心身の健康保持・増進」としては、「健康」「介護」「子育て」「防災・防犯」の4分野から生活課題の解決に役立つ行政サービス情報のご案内や、健康診断・がん検診の受診勧奨、循環器病・認知症等のセミナーのご案内を行なっています。

また、自治体等との協働による先進健康測定機器を活用した健康測定会「明治安田の健康チェック」、Jリーグ・日本女子プロゴルフ協会(JLPGA)との協働によるスポーツを通じた健康増進イベント、認知症予防等に効果があるとされる「健康マージャン」、塗り絵を活用した「明治安田大人の塗り絵コンクール」等を開催しています。

「未来世代の応援を通じた持続可能な社会の実現」としては、地元で大切に受け継いできたお祭りへの支援・参画、小・中・高生を対象とした「保険」や「お金」に関する出張授業、

地元での職業選択や夢を描ききっかけとなる、こども向けの職業体験ワークショップ「こどもシゴト博[®]」の開催等を行なっています。

さらに、市区町村のサッカー協会やJクラブと協働し、小学3年生以下を対象とした「U-9サッカー大会」を実施しています。

「地域を支える企業・団体の持続的成長」としては、協会けんぽ支部と協働し、地元企業への健康経営のサポートを通じて、従業員のみなさまが心身ともにいつまでも健康で、意欲的に働ける職場づくりに貢献しています。

また、2025年3月に締結したイオングループとの包括的パートナーシップ契約にもとづき、取り組みのさらなる拡大を図ってまいります。

プロジェクト実績

プロジェクト
参加者数^(注5)^(注6)

1,163万人

自治体との
連携協定数^(注7)

1,138自治体

「行政サービス案内」
案内数^(注5)

約730万回

「私の地元応援募金」
寄付金^(注5)

10.4億円

(注5) 2025年4月から2026年3月末までの実績 (注6) 明治安田の健康チェック等の健康増進イベント、サッカー観戦・ゴルフイベントなどへの参加者数

(注7) 2026年3月末時点の累計実績

永島 英器 氏



行政サービス情報をご案内する活動が評価され、2024年度は、消費者庁主催の「消費者志向経営優良事例表彰」で「消費者庁長官表彰」を受賞しました

スポーツ団体

● Jリーグ

2014年からJ3リーグのタイトルパートナー、2015年より全カテゴリーのタイトルパートナーとなり、今年でパートナー 12周年を迎えました。当社従業員とお客さまによるスタジアム観戦や、全国のJクラブ等と協働し、小学生向けサッカー教室、ウォーキングイベントを実施しています。また、日本赤十字社協力のもと、献血の啓発活動の実施や、国立循環器病研究センター協力のもと、循環器病予防の啓発活動をクラブと行っており、各地域課題に応じた社会貢献活動に取り組んでいます。



自治体・団体

● 自治体

地方自治体等と地域経済の活性化支援や健康増進事業を目的とした連携協定を締結しています。協定の締結により、各団体が進める諸施策に、当社が保険事業や社会貢献活動等を通じて培った知見やノウハウを提供し、地域社会の発展に取り組んでいます。2022年10月からは、自治体と協働し、MYリンクコーディネーター等が、地域のみなさまの健康・介護・子育て・防災・防犯等の生活課題を確認し、その解決の一助となる行政サービスをご案内する活動を展開しています。

行政サービス案内		健康	子育て
連携協定を結んでいる自治体と、「健康」「介護」「子育て」「防災・防犯」の4つの分野から生活課題の解決に役立つ行政サービスのご案内を行います。	健康	定期健診、健康診断、がん検診 等	子育てサポート情報 等
	介護	介護施設・サービス 等	防災・防犯 災害対策、防犯対策情報 等

※地域によっては、行政サービス案内を行っていない場合があります

● 一般社団法人 日本健康麻将協会

認知機能の向上や社会参画を促進する効果・効能があるとされ、厚生労働省が主催する「全国健康福祉祭(愛称：ねんりんピック)」や、文化庁主催の「国民文化祭」の種目に採用されるなど、高齢者福祉・介護予防の観点から注目を集めている健康マージャン^(注1)の展開に関する包括パートナーシップ協定を2024年3月に締結しています。本協定の締結に基づき、連携

協定を締結している自治体と協働で、「健康マージャン大会・教室」を2024年4月より全国で開催しています。^(注2)

(注1)「賭けない・飲まない・吸わない」を合言葉に「健康づくり・仲間づくり・生きがいづくり」を目的とした、健全な頭脳スポーツとしてのマージャン
(注2)【2025年度イベント開催実績】
開催数：337回、参加者数：約12,000名



日本健康麻将協会との包括パートナーシップ協定調印式

● 日本赤十字社

2022年4月に包括パートナーシップ協定を締結しました。若い世代の献血協力者が減少傾向であるという社会課題を受け日本赤十字社、Jリーグと連携した献血の普及啓発活動「シャレン!で献血」等の活動を推進しています。

企業

● 日清食品

食を通じた健康づくりへの貢献をめざしております。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」をご紹介するなどの活動を通じて、お客さまの健康づくりおよびQOL向上への貢献をめざします。



● 企業の「健康経営[®]」認定取得の支援

健康増進、健康寿命の延伸を実現するため、健康宣言の普及・推進を図るとともに、健康宣言事業所における健康経営の実践を支援しています。具体的な取組みとして、「健康経営優良法人認定制度^(注3)」の取得等、企業の健康経営[®]^(注4)の導入に向けたサポートに、全国健康保険協会(協会けんぽ)等と連携し、取り組んでいます。

(注3)「健康経営優良法人認定制度」とは、特に優良な健康経営を実践している企業等を見える化することで、社会的な評価を受けることができるよう環境を整備することを目的に、日本健康会議が認定する顕彰制度です
(注4)健康経営[®]は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です

企業

● イオングループ

2025年3月に、イオン・イオンフィナンシャルサービスと、“お客さまを中心とした「元気で豊かな」持続可能な地域社会”の実現に向けて、包括的パートナーシップ契約を締結しました。

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、イオングループが展開する全国の店舗や施設での健康チェックイベント等の開催をはじめとした、さまざまな取組みを展開しています。また、両社の強みを活かした新たな取組みやサービスの創出にも取り組んでまいります。



● アクセンチュア

2024年10月に、アクセンチュアと生成AI等の先端デジタル技術の業務実装とDX・AI関連領域の中核人財育成に係る取組みに関して、包括的パートナーシップ契約を締結しました。

このパートナーシップでは当社内に専担組織「デジタルイノベーションHub」を新設し、アクセンチュアの伴走を受けながら、先端デジタル技術の全社横断的な業務実装に向けた検討・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)に取り組んでまいります。

大学・医療機関等

● 国立研究開発法人 国立循環器病研究センター

2021年に締結した包括連携協定に基づき、循環器病に関するデータ解析や予防・治療に関する共同研究を推進しています。また、2023年から「心血管病予防・QOL推進研究部」を設置し、脳・心血管病の発症リスク予測のモデル構築や保険の引き受け範囲の拡大等を通じ、循環器病に係るお客さまのQOL向上とともに、国民の生命や健康に重大な影響を及ぼす循環器病の制圧に向けた取組みを進めています。



● 地方独立行政法人 東京都立病院機構 都立駒込病院

2025年に包括連携協定を締結した都立駒込病院のがん専門医による監修のもと、対面・電話で相談できる「明治安田のがん相談窓口」や、同病院の専門医が執筆・監修した情報を掲載した「明治安田のがん情報サイト」を提供しています。

これらを通じて、お客さまに対する正しい知識の提供と適切な受診・治療選択を支援するとともに、がんに対する様々な不安の解消およびがん罹患後のQOL向上に貢献してまいります。



● スタートアップ企業への投資

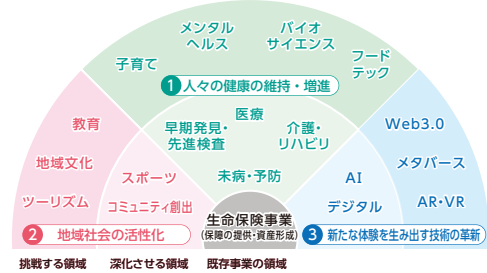
「未来共創投資」について

お客さまに多様な価値を提供していくことをめざし、先進的なスタートアップ企業等との協業を視野に入れた100億円の投資枠「未来共創投資」を2022年9月に創設しています。

CVCファンド「明治安田未来共創ファンド」

「未来共創投資」の取組みの一つとして、2023年2月に創設したCVCファンド^(注5)「明治安田未来共創ファンド」も活用しています。3つの領域(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)で事業展開する有力なスタートアップ企業への投資を行ない、協業につなげていくことで、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をめざしています。2026年3月末までに合計14社への投資を実行しており、2025年度は、介護を必要とする方々と介護士をマッチングするサービスを提供するイチロウや、病院における患者DXを支えるサービスを提供するContrea、日本円建てステーブルコインを発行するJPYC等への出資を実行しました。また、出資先との協業による新たな価値創出に向けて取組みを進めています。

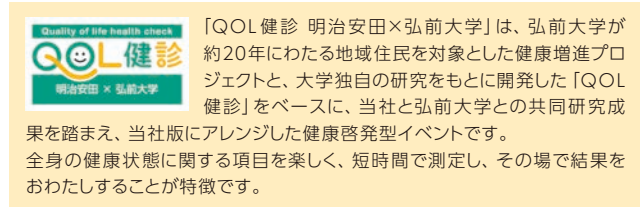
明治安田未来共創ファンドにおける投資領域



(注5) CVCファンドとは、本業との相乗効果を得ることを目的に、自社の事業内容と関連性のあるスタートアップ企業を中心に投資を行なうファンドです

● 国立大学法人 弘前大学

弘前大学が持つ健康ビッグデータを活用した、健康と病気の間である「未病」状態の分析や効果的な介入の研究に取り組み、研究成果を活用した健康啓発型イベント「QOL健診 明治安田 × 弘前大学」を2024年4月から全国で開催しています。また、2025年に設置した「明治安田×弘前大学 QOL共創研究所」では、より個々の健康状態や生活習慣をとらえた健康増進や疾病予防に資する効果的な介入方法の研究と、その社会実装をめざします。





私たちは、SDGsから導き出される社会課題のうち、「こどもの健全育成」「環境保全・気候変動への対応」を優先課題として設定しました。未来を担う「こども」と、こどもたちが育っていく「環境」のために、より良い価値を未来に引き継ぎ、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりをめざします。

未来世代応援活動
紹介動画



学校等における
教育支援

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
環境保全への取組み

学校等における教育支援

● 金融・保険教育

こどもたちの金融リテラシー向上を目的に、「保険」や「お金」に関する出張授業を全国各地で開催し、将来に向けて「自助の備え（保険・貯蓄の必要性）」について学ぶ機会を提供しています。

● SDGs教育

こどもたちのSDGsの理解促進に向けて、自社開発のSDGs教育ゲーム「明治安田のハッピータウンメーカー」を使用した出張授業を開催しています。「まちづくり」をテーマにゲームを通して楽しみながらSDGsへの理解を深めることができます。

● 環境教育

豊かな自然環境を守り、次世代に引き継いでいくこと、および持続可能な社会の創り手を育成していくことが大切であるとの認識のもと、こども向けの環境教育に取り組んでいます。



「ペンギン展 海の健康を教えてくれるいきもの」
(協力：独立行政法人国立科学博物館)

出張授業開催数

2,824^(注1)回

(注1) 2025年4月から2026年3月末までの実績



「サンゴ礁ラボ」
(協力：株式会社イノカ)

スポーツ・文化・地域の交流を通じた健全育成

● 未来世代応援プログラム

スポーツを通じて、未来世代を応援する取組みを推進しています。

with Jリーグ



全国のこどもたちに約5,000個のサッカーボールを寄贈

with 日本女子プロゴルフ協会(JLPGA)



小野伸二氏による「サッカー教室&サステナートーク」に小学生をご招待

with 日本バドミントン協会



ツアー大会にこどもたちを招待する『Hello, Golf!』を応援



大会への協賛や、バドミントン教室を開催

● 若手音楽家への支援

公益財団法人 明治安田クオリティオブライフ文化財団

クラシック音楽文化の向上のために、国際的音楽家をめざして研修中の若手音楽家を支援する「海外音楽研修生費用助成制度」を運営しています。

● あしながチャリティー&ウォーク、あしなが育英会への寄付

当社従業員が親をなくしたこどもたちの「あしながさん」となつて、ウォーキングやチャリティー募金を通じて、こどもたちの進学支援や心のケア支援活動を行なっています。

● ふれあいコンサート

障がいのあるこどもたちに「生の音楽」を届けることを目的とした、ザ・ワイルドワונズの鳥塚しげき氏による「ふれあいコンサート」を開催しています。

結婚・子育て・療育支援

● 自治体の婚活支援サービスの充実化

晩婚化や未婚率上昇、出生数減少等の地域課題解決に向けて、自治体独自の婚活支援サービスの登録者の増加に取り組むほか、マッチングイベントやライフプランセミナー等を開催しています。

● こどもシゴト博[®](注2)

若者の県外流出やそれに伴う人口減少という地域課題解決に向けて、地元企業やJクラブ等と参加型ワークショップを実施し、小学生が地元の「仕事」に触れ、地元愛を感じる機会の創出に取り組んでいます。

(注2) こどもシゴト博[®]は、CHEERS(株)の登録商標です

● 療育支援

公益財団法人 明治安田こころの健康財団

こどもの健やかな成長をサポートするため、発達障害のこどもたちへの療育相談・心理相談や、関連情報を自治体向けにYouTube等で提供しています。

● 伝統文化の後継者育成

公益財団法人 明治安田クオリティオブライフ文化財団

地域の伝統文化（民俗芸能および民俗技術）の継承、特に後継者の育成を支援する「地域の伝統文化保存維持費用助成制度」を運営しています。

● 愛と平和のチャリティーコンサート、未来を奏でる教室

音楽に親しむ機会を提供することで、こどもたちの情操教育に役立ちたいという思いから、全国各地で三枝成彰氏によるコンサートと音楽授業を開催しています。

● 黄色いワッペン[®]の贈呈

新入学児童を対象に交通安全キャンペーンの一環として「黄色いワッペン」の贈呈事業を実施しています。

※この事業は、株式会社みずほフィナンシャルグループ、損害保険ジャパン株式会社、第一生命保険株式会社と共同で実施しています。



地域に根差した環境保全への取組み

● 明治安田×Jリーグの森 ～未来をつむぐ森～

人々の暮らしを支え、豊かな恵みをもたらす日本の森林を未来世代につないでいくため、「明治安田×Jリーグの森～未来をつむぐ森～」として、Jリーグと協働で森林を再生・保全する取組みを行なっています。2023年度から神奈川県で、2024年度から山梨県で活動を開始し、今後、活動地域を広げていく予定です。



そのほかの未来世代応援活動の取組みは当社ホームページに開示しています
<https://www.meijiyasuda.co.jp/profile/society/>



「ひとに健康を、まちに元気を。」

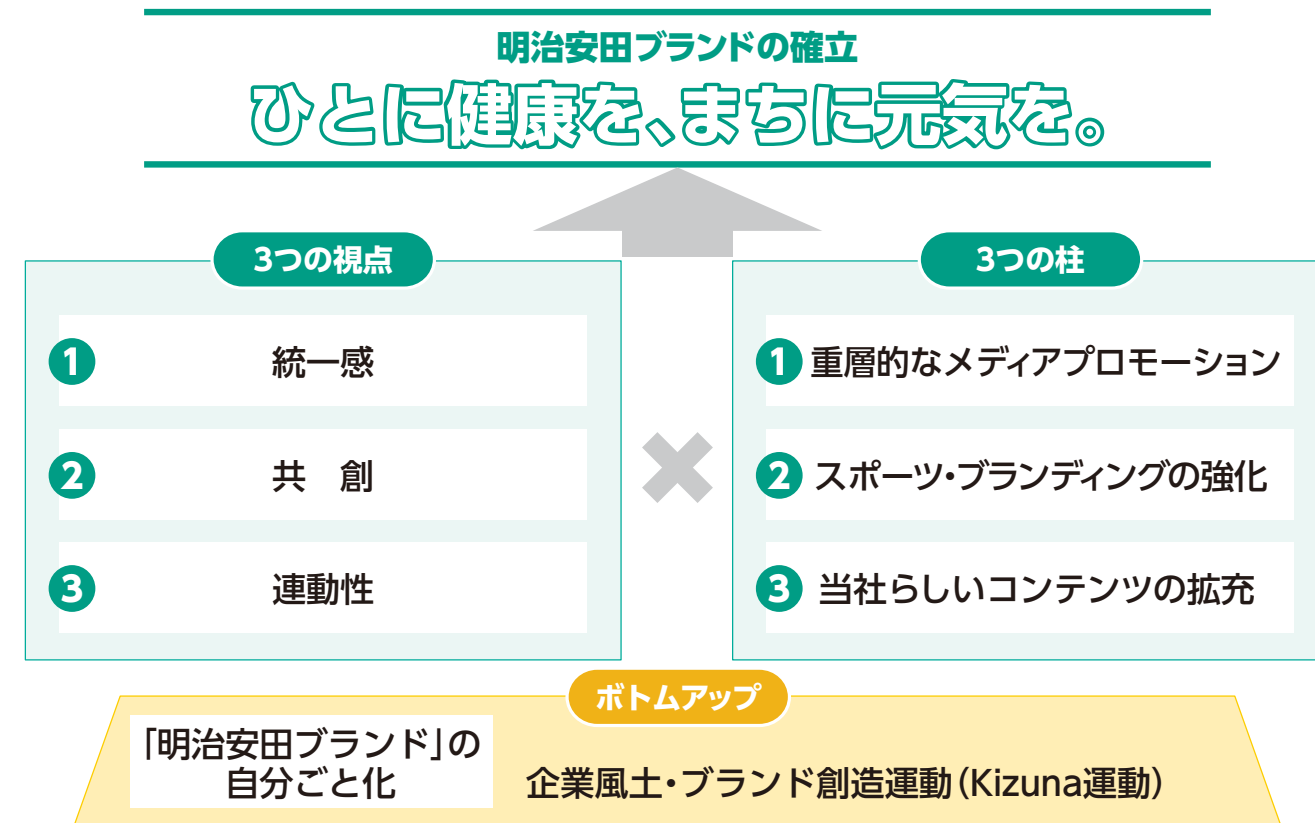
お客さまに選ばれ続けるための強固な企業ブランドを確立します

当社は、「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」と定め、社会に評価されるブランド価値の向上をめざしています。これまで、「2『大』プロジェクト」やJリーグ、日本女子プロゴルフ協会(以下、JLPGA)との協働を中心に、MYリンクコーディネーターの活動など、社会貢献性の高い当社ならではの取り組みを訴求してまいりました。

「MY Mutual Way II期」では、新ブランド通称「明治安田」の浸透に向け、新企業タレント「三浦知良選手」の登用や新企業コピー「超えよう。」の活用など、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してまいりました。その結果、当社が実施する「企業認知度・好感度調査」において、「健康増進イメージ」および「地域貢献イメージ」の浸透度が良好な結果となるなど、これらの取り組みの効果を確認しております。

2026年度も、「ブランドの効果的な認知・浸透を図るための『統一感』」、「社会的価値を高めるための社外団体との『共創』」、「社会的価値から経済的価値への好循環を生み出すためのMYリンクコーディネーターの活動との『連動性』」の視点を引き続き重視し、以下3つの柱に取り組みます。



ブランド戦略の取組みの柱

I. 重層的なメディアプロモーション

ブランド通称「明治安田」には、『生命保険会社の役割を超える』という当社の決意が込められています。引き続き「明治安田」をよりいっそう幅広い年代・幅広いエリアに統一感をもって浸透させていくことが必要だと考えております。

具体的には、従来のテレビCM・SNS・新聞などを通じた

広告に加えて、インフルエンサーやコネクテッドTVの活用など、時流を捉えた新たな広告媒体・手法も取り入れています。今後も、全国の露出力のある地域イベント等への協賛も強化し、さまざまなタッチポイントで「明治安田ブランド」の露出を広げてまいります。

II. スポーツ・ブランディングの強化

「明治安田ブランド」の重要な原動力は、JリーグおよびJLPGAとの共創です。業界に先駆けてスポーツの力に着目してきた当社として、スポーツ領域における圧倒的なプレゼンスの確立をめざしてまいります。

タイトルパートナー12周年を迎えたJリーグについては、共創の原点と位置づける「スタジアム観戦」において、2025年に累計観戦者数が300万人を突破しました。また、「明治安田Jリーグ百年構想リーグ」では、「明治安田のJ活」を展開し、新たなファン・サポーターの創出に取り組んでいます。

さらに、Jリーグウォーキングや小学生向けサッカー教室

III. 当社らしいコンテンツの拡充

「明治安田ブランド」への共感の拡大に向け、MYリンクコーディネーターの活動との連動を意識し、コンテンツのラインアップ拡充に取り組んでまいります。

全国各地で開催する「明治安田ヴィレッジ」においては、「Jリーグ」「地域物産展」「お笑い」など多彩なイベントを開催し、地域のみなさまに「明治安田ブランド」を直接感じていただける機会の拡大を図ってまいります。

「小田和正」さんとは、1999年のCM楽曲起用以来、約27年にわたりともに歩んでまいりました。加えて、「地元の元気プロジェクト」の公式サポーターに「サザエさん一家」が就任し、地域に根差した親しみやすいブランド発信を強化しております。

さらに、2027年3月から横浜市で開催される「GREEN×EXPO 2027」においては、「にぎわい創出プロジェクト プラチナパートナー」として協賛し、明治安田「健活パーク」を

企業風土・ブランド創造運動

「明治安田ブランド」の確立に向けては、社外へのプロモーションに加えて、担い手である従業員一人ひとりの役割発揮が重要となります。これを促すための取組みとして、「企業風土・ブランド創造運動」では当社の経営理念等を示した「明治安田フィロソフィー」を羅針盤に、従業員一人ひとりの行動を促すボトムアップ活動として、組織単位の小集団活動を推進し「明治安田ブランド」の自分ごと化につながる運営をしています。

「明治安田ブランド」を浸透させるための「3つの柱」に

を全国で継続的に開催するほか、日本赤十字社と連携した「シャレン!で献血」の推進などを通じ、社会的価値の創出に取り組んでおります。加えて、2026年度からは地元Jクラブと連携した「明治安田のU-9サッカー大会」を全国展開し、その取り組みを一層加速させてまいります。

JLPGAにおいては、ゴルフ界初となるレギュラー・レジェンズ・ステップアップの全カテゴリーにおける特別大会を開催するとともに、ゴルフ界最多のツアー協賛を通じて全国各地において健康チェックブースを展開しております。これにより、生涯スポーツであるゴルフを通じた健康づくりと地域活性化に貢献してまいります。

設置いたします。同パークでは、全国各地の伝統や文化を紹介する多様なコンテンツを展開してまいります。これらの取り組みについては、MYリンクコーディネーターの活動を通じて広くお客さまへご案内してまいります。



明治安田「健活パーク」イメージ



よる取組みは、一定の効果が出ていると認識しておりますが、今後企業や個人はこれまで以上にその存在意義やあり方が問われる時代です。2030年に向けて、当社が作り出す社会的価値を通じて、お客さまや地域のみなさまに当社にご加入いただく意味をしっかりと感じていただける「明治安田ブランド」を確立できているかを、当社が実施する「企業認知度・好感度調査」の結果などで継続的に確認してまいります。

「企業風土・ブランド創造運動」を通じた企業風土醸成への取組み

運動の目的

「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・主体的に取り組むことで、企業風土を創造することを目的としています。

その取組みが、ひいてはお客さま・地域社会のみなさまに「明治安田ブランド」として受け取っていただけるよう、ボトムアップ型の運動を展開しています。

運営方針・めざす企業風土

運営方針には「明治安田フィロソフィー」の理解・共感を前提とした一人ひとりの意識・行動の変革へのスタンスを定め、めざす企業風土は、全従業員で共有すべき4つの絆への想いや姿勢を風土にまで高める視点で設定しています。

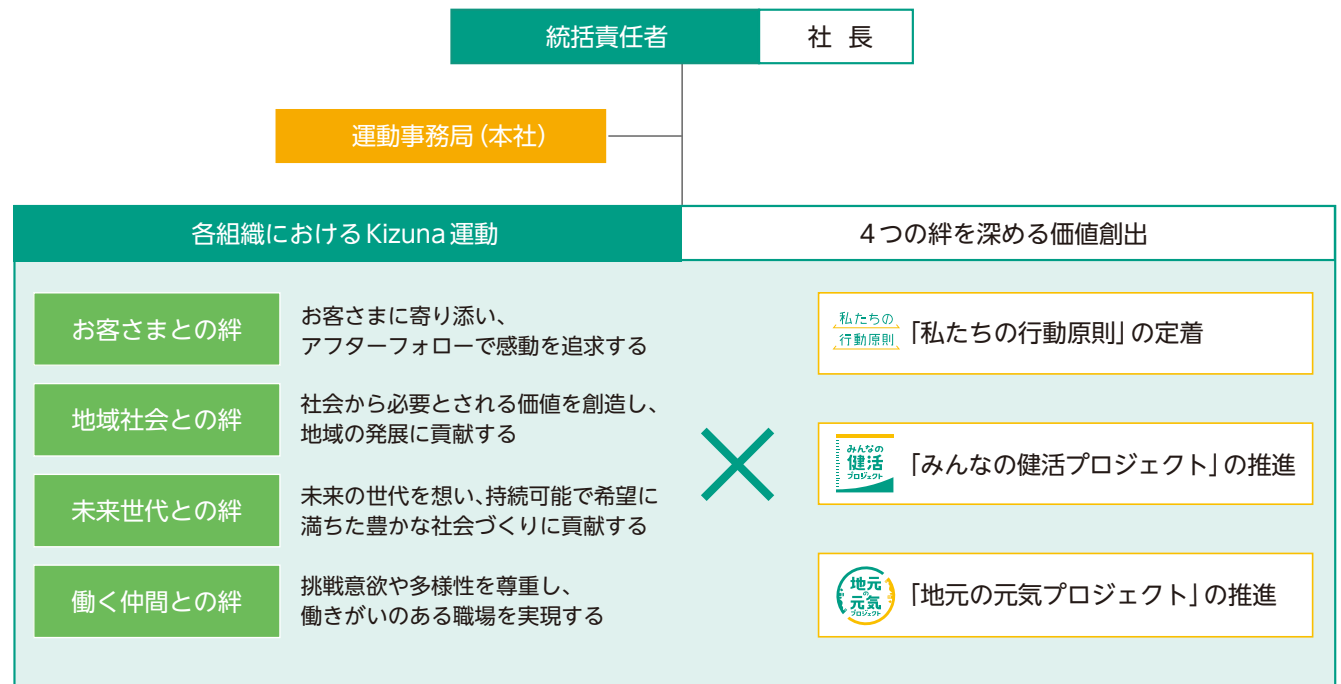
めざす企業風土	●お客さま、地域社会、未来世代、働く仲間との4つの絆を大切にする風土
運営方針	1. 理解・共感 ●役員・従業員一人ひとりが、明治安田フィロソフィーを理解し、共感する
	2. 自分ごと化 ●一人ひとりが明治安田フィロソフィーを常に意識し、判断基準にしている
	3. 行動・継続 ●「私たちの行動原則」に沿って、創造力をもって積極的・主体的に行動し続ける

中心的な原動力となる小集団活動「Kizuna運動」の推進

「Kizuna運動」^(注)とは、「企業風土・ブランド創造運動」運営の中心となる、各組織単位で展開するボトムアップ型の小集団活動です。

全国の各組織で、従業員一人ひとりの具体的かつ自発的な行動を通じて、当社らしい新しい価値の提供と企業風土づくりに向けたさまざまな活動に積極的・主体的に取り組めます。

(注)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であること
また、「(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



「4つの絆」を深める取組事例

全国各地の事業所が、それぞれの地域に根ざした独自の取組みを通じて、「4つの絆」を深める活動を推進しています。各組織の創意工夫と挑戦によって、絆を育む取組みが全国へと広がり続けています。



お客さまとの絆

MYメッセージ活動

お客さまのお誕生日やご契約の節目等に、担当者がお客さまへ“手書き”のメッセージをお届けする「MYメッセージ活動」に取り組んでいます。

2025年度にお客さまへお届けしたMYメッセージカードの総数は約1,693万枚にのぼり、お客さまから多数の「感謝の声」が寄せられました。

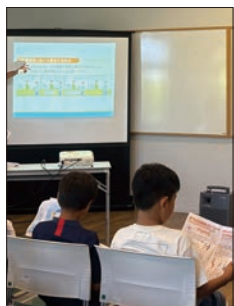


地域社会との絆

Jリーグ スタジアム観戦

「全員がサポーター」を合言葉に、当社従業員が地域のみなさまをお誘いしてスタジアムに足を運び、地元のJクラブを応援しています。

特に2025年シーズンのスタジアムでの試合観戦者数は、単年で過去最高の51.4万人となり、2015年シーズンからの累計観戦者数は300万人を突破しました。



未来世代との絆

こどもの健全育成 環境保全

全国各地の事業所ごとに独自に社会貢献活動を推進し、高齢者施設や児童養護施設等への訪問・寄贈、小学生から高校生向けに「金融・保険教育」の実施、地域清掃、環境保全活動など、地域に根ざしたさまざまな活動を行なっています。



働く仲間との絆

「私たちの行動原則」 特別週間

「明治安田フィロソフィー」を体現するための指針を、従業員一人ひとりが「行動原則」として定め、自分たちの行ないを振り返り、所属内で共有する「『私たちの行動原則』特別週間」を開催しています。

働く仲間との意見交換や討議を通じて、「明治安田フィロソフィー」の理解・浸透に取り組んでいます。



事業活動を通じた社会課題解決に向けた流れ

