

「お客さまの声」白書 2026

お客さま志向の取組みに関するご報告

明治安田



私たちは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています。

「成長と還元の好循環」の実現に向け、 「お客さま志向」の取組みを 推進してまいります

取締役 代表執行役社長
グループ経営責任者
CSuO

永島 英器

「確かな安心を、いつまでも」

平素より、明治安田に格別のお引き立てを賜り、誠にありがとうございます。
当社は、経営理念である「確かな安心を、いつまでも」お届けするという使命を果たすため、お客さま、地域社会、未来世代、働く仲間との絆を大切に、企業ビジョン「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」の実現に向けて、企業理念「明治安田フィロソフィー」を経営の根幹に据えた、いわば、「パーパス経営」を実践しています。

当社は、この企業ビジョンの実現をめざし、「お客さま志向」の取組方針を定めた「お客さま志向の業務運営方針—お客さま志向自主宣言—」に基づく業務運営を行なっています。



東日本大震災から15年

—「人にしかできないこと」の価値を改めて胸に—

本年は、東日本大震災から15年という節目の年にあたります。私は被災地を訪問し、当時の記憶と想いに改めて向き合いました。

あの日、突然の災害によって多くの尊い命が失われ、当たり前だった日常が一瞬で変わりました。震災直後から、当社の従業員は自らが被災しながらも、マニュアルや指示を超えて、一人ひとりが自ら考え、判断し、行動しました。避難所を回り、被災されたすべてのお客さまの安否確認を行ない、速やかな保険金・給付金のお支払いに尽力しました。お客さまに寄り添い、不安な気持ちに耳を傾け、涙を流し、手を差し伸べる。「誰かのために動く」「地域とともに歩む」「涙や笑顔を分かち合う」。この姿勢こそ

が、明治安田のDNAであり、原点です。

今、世の中ではAIやデジタル技術が急速に進化し、仕事や暮らしのありようも大きく変わりつつあります。しかし、そうした時代だからこそ、「人にしかできないこと」が確かに存在します。偶発性・身体性・一回性※から涙・笑顔・感動が生まれる瞬間、こうした「共感」や「物語」こそが、当社の仕事の原点であり、価値そのものです。

あの震災から15年、当時の経験を決して風化させることなく、「絆を未来へ」つないでまいります。

※人には予期せぬ出会いや出来事があり(偶発性)、脳だけでなく身体的感覚でもって物事をとらえ(身体性)、それぞれの体験は一度きりで同じ瞬間は再現できない(一回性)

2025年度の振り返り

—お客さま満足度調査は過去最高値を更新—

2025年度は、世界的に不確実性が高まり、経営環境が大きく変動した1年でしたが、そのようななかにあっても、当社は着実に前進することができました。

経営の最大の通信簿ともいえる「お客さま満足度調査」では、2025年度において、「総合満足度」は69.6%、「MYリンクコーディネーター等(営業職員)満足度」は72.9%、「商品満足度」は70.2%となり、いずれも過去最高値を更新しました。なお、「MYリンクコーディネーター等満足度」は6年連続、「商品満足度」は2年連続で過去最高値を更新しています。

これらの成果は、当社が一貫して大切にしてきた「お客さま志向」の取り組みが、お客さまや社会から評価をいただいた証であると受け止めています。

10年計画「MY Mutual Way 2030」に向けた 現中期経営計画の総仕上げ

2026年度は、現中期経営計画「MY Mutual Way II期」の最終年度として、2030年に向けた歩みを確かなものにする総仕上げの年となります。

2020年4月にスタートした10年計画「MY Mutual Way 2030」では、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、「時代を超えて進化するお客さま志向」を追求してまいりました。

そして2024年度から開始した3カ年プログラム「MY Mutual Way II期」では、「生命保険会社の役割を超える」ことをめざし、「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、「みんなの健活プロジェクト」「地元の元気プロジェクト」の2「大」プロジェクトの取組みを強化し、「ヘルスケア・QOL※の向上」と「地域活性化」への貢献を進めてまいりました。

こうした取組みを最前線で支えているのが、全国約3万7千人の当社営業職員(MYリンクコーディネーター)です。各地域でお客さまに寄り添い、「ひと」と「ひと」、「ひと」と「地域社会」が安心してつながる機会を創り出し、健康増進や地域のつながりをサポートすることで、「社会的価値」の向上に積極的に取り組んでいます。

※QOLはQuality of life(クオリティ・オブ・ライフ)の略称で、「生活の質」を意味しています

おわりに

—「成長と還元の好循環」を通じて、お客さまとともに歩む—

昨今の「格差・分断」や「孤独・孤立」の拡大、そしてデジタル化の急速な進展を背景に、「相互扶助」という生命保険の根源的な考え方や価値、そして「人と人との絆」がより大切にされる時代が訪れつつあると感じています。

生命保険事業は、ご病気やご不幸にあわれた方を、ご契約者全員で経済的に支え合う営みであり、一人ひとりの暮らしに長期にわたる安心をお届けする、社会になくてはならない仕組みです。

当社は、こうした生命保険の本質的な価値を大切にしながら、「社会的価値」と「経済的価値」の双方を向上させ、「成長と還元の好循環」を実現することで、お客さま・地域社会・未来世代へのさらなる貢献をめざしてまいります。そして、明治安田グループ丸となって「お客さま志向」の取組みを深化させてまいります。

今後とも、末永くご愛顧を賜りますよう、お願い申し上げます。

CONTENTS

- 明治安田フィロソフィー
- 「お客さま志向の業務運営方針—お客さま志向自主宣言—」に基づく業務運営
- お客さま志向の取組状況等を確認するKPIの状況について

方針 1 お客さま志向の徹底…………… P.07

- お客さま志向の経営計画への反映と推進態勢
- お客さま志向の価値観の共有とコンプライアンスの徹底
- 従業員主体のボトムアップ活動

方針 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み…………… P.09

- 広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映
- 「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢
- 情報開示の推進
- 「お客さまの声」を業務改善に活かす取組み

方針 3 「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の健康増進を継続的に支援する取組み…………… P.13

- みんなの健活プロジェクト
- 「お客さま」の健康増進を支援する取組み
- 「地域社会」の健康増進を支援する取組み
- みんなの健活プロジェクトの実績
- 「働く仲間」の健康増進を支援する取組み

方針 4 地域社会の豊かな生活に貢献する取組み…………… P.15

- 地元の元気プロジェクト
- 未来世代応援活動
- 「未来世代との絆」表彰

方針 5 お客さまのニーズに対応した最適な商品・サービスの提供…………… P.17

- お客さまの最善の利益に資する商品提供等を確保する態勢
- お客さまの多様なニーズにお応えする商品ラインアップ
- お客さまのニーズやご意向等をふまえたコンサルティングサービス
- 募集代理店への委託

方針 6 ご加入時のお客さまへの情報提供の充実…………… P.20

- お客さま視点に立った情報提供
- プロダクトガバナンス態勢の情報提供
- 重要な情報の開示(手数料等の明確化等)
- 特定保険契約に関する「重要情報シート」の提供

方針 7 お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実…………… P.21

- 非対面による活動も組み合わせたMYリンクコーディネーター等によるアフターフォロー
- お客さまへの有益な情報の提供とオンライン手続きの充実
- MYミューチュアル配当
- 「エピソード・レター」サービスのご提供
- 事務サービス・コンシェルジュによる「訪問型サービス活動」
- マイナンバーカードを活用したお客さま向けサービス
- ご高齢者向けのアフターフォロー
- お客さまとのコミュニケーション手段・窓口の拡充
- 保険金・給付金等の確実なお支払い
- お客さまからいただいた「感謝の声」

方針 8 お客さまに信頼される資産運用…………… P.25

- 資産運用の基本理念
- 安定的な資産運用・高い健全性
- 責任投資に関する基本的な考え方
- ESG投融資の推進
- スチュワードシップ活動の推進
- 脱炭素社会実現への貢献
- 外部評価

方針 9 利益相反の適切な管理…………… P.27

- 利益相反管理態勢と教育
- 機関投資家としての責任の遂行

方針 10 お客さま志向の取組みの確保…………… P.28

- お客さま志向の取組みの評価・処遇への反映
- お客さま志向の取組状況を確認する指標の設定
- お客さま対応力の習得に向けた実践的な教育

寄稿 確かな安心に向けて、人と地域社会との絆を紡ぐ
永沢 裕美子氏
公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 理事(前・代表理事副会長)

明治安田の概要(2026年3月末現在)

正式名称：明治安田生命保険相互会社
Meiji Yasuda Life Insurance Company
創業：1881年7月9日
本社所在地：東京都千代田区丸の内2-1-1
TEL 03-3283-8111(代表)
従業員数：48,656人
(うちMYリンクコーディネーター等(営業職員)37,405人)
営業拠点数：支社・マーケット開発部 105
営業部・営業所等 1,026
法人部 19
代理店推進部 3(2026年4月1日現在)
総資産：48兆217億円
基金総額：9,800億円(基金償却積立金を含む)

明治安田

コーポレートカラーは、お客さまとともに成長する「若葉」の緑と、お客さまの暮らしをあたたく照らすやさしい「陽光」の黄色とし、持続可能で希望に満ちた豊かな未来づくりに貢献したいという意味を込めています。

コーポレートロゴの左右に伸びるフォルムは、「生命保険会社として日本で一番長い当社の歴史」と「お客さまとの末永いお付き合い」を表しています。

コーポレートロゴの「明治安田」は、「一人ひとりのお客さまが、いつまでも、安心してすこやかに暮らせるよう、ずっと寄り添い続ける」生命保険会社ならではの想いに加え、当社ならびにグループ会社からなる明治安田グループ一体となって「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」に向け、お客さま・地域社会の未来に貢献していく決意を込めています。

明治安田の
Shoulder to Shoulder
—お客さまに寄り添う—

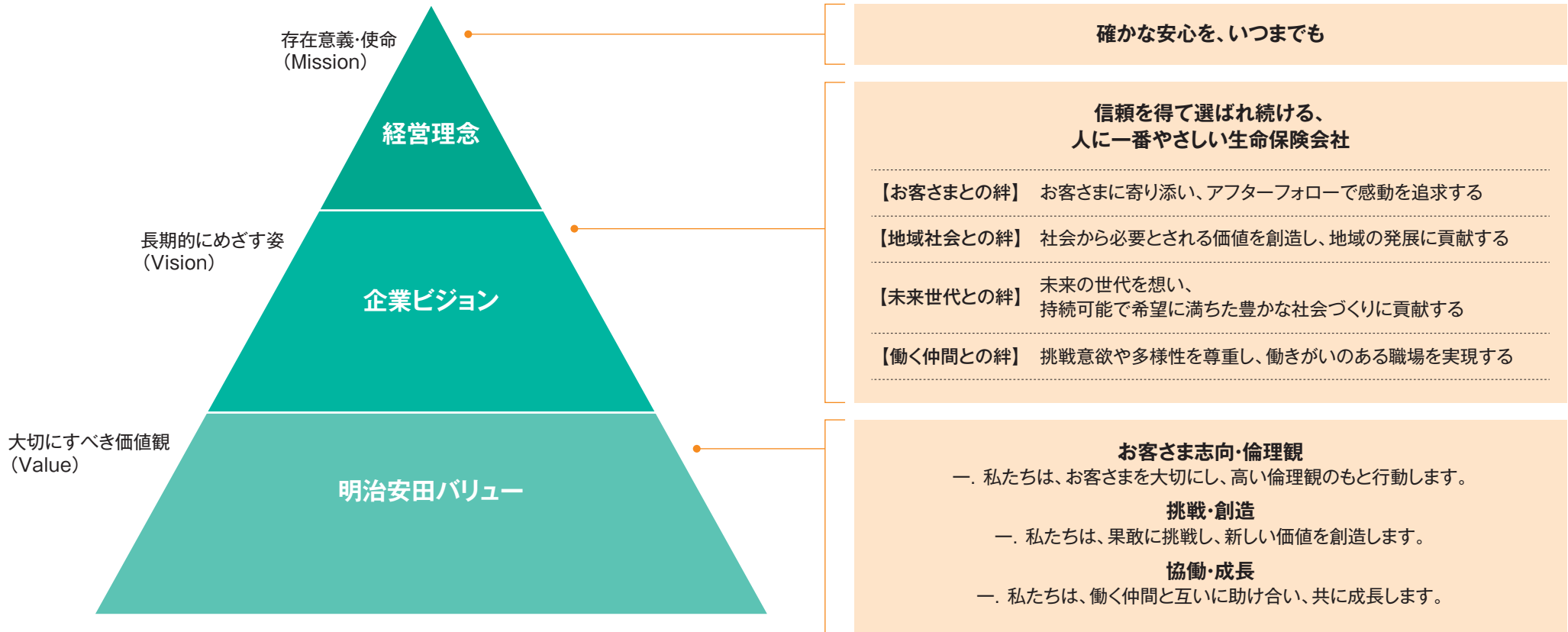
お客さまとの絆を紡ぎ、お客さまの豊かな人生や生活の質の向上を実現するためにいつもお客さまを想い、同じ方向をむいて、そっと寄り添い続けます

明治安田フィロソフィー

当社は、企業理念「明治安田フィロソフィー」に基づき、お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするとともに、「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」となることをめざしています。

明治安田フィロソフィーは、経営理念、企業ビジョン、明治安田バリューで構成しており、このうち、明治安田バリュー（役員・従業員一人ひとりが大切にすべき価値観）に「お客さま志向」を定めています。

明治安田フィロソフィー



明治安田フィロソフィーに沿った行動を従業員の視点から解説する冊子「私たちの行動原則」を作成し、企業理念のいっそうの浸透・定着を図っています。

「私たちの行動原則」について詳しくはこちら



経営トップのコミットメント

「企業風土・ブランド創造運動」の推進を通じて、「私たちの行動原則」に基づく行動事例を繰り返し確認し、実践を積み重ねていくことで、従業員一人ひとりが積極的・主体的に取り組む「明治安田らしい」企業風土の醸成に努めます。

「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」に基づく業務運営

当社は、「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」に基づき、お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするために、ご加入から保険金・給付金等の確実なお支払いはもとより、お客さまに寄り添ったあたたかいアフターフォローに努めること等を通じて、お客さまの最善の利益が図られるよう「お客さま志向の業務運営」に積極的に取り組んでいます。

「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」の全文は、こちらをご参照ください。



「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」 Plan

当方針は、「明治安田フィロソフィー」に基づくお客さま志向の取組みをさらに前進させるためのもので、金融庁の「顧客本位の業務運営に関する原則」、および消費者庁の「消費者志向自主宣言」をふまえて策定しています。

諸取組みの推進にあたっては、お客さま志向統括部が統括し、「お客さま志向取組計画」の推進等を通じてPDCAサイクルを推進しています。

当方針の構成

1	お客さま志向の徹底	6	ご加入時のお客さまへの情報提供の充実
2	「お客さまの声」を経営に活かす取組み	7	お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実
3	「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の健康増進を継続的に支援する取組み	8	お客さまに信頼される資産運用
4	地域社会の豊かな生活に貢献する取組み	9	利益相反の適切な管理
5	お客さまのニーズに対応した最適な商品・サービスの提供	10	お客さま志向の取組みの確保

方針に基づく具体的な取組状況は、P.7以降をご参照ください

「お客さま志向取組計画」 Do Action

各組織におけるお客さま志向の取組みの推進、および所属員への意識浸透を企図し、2017年度から導入しています。

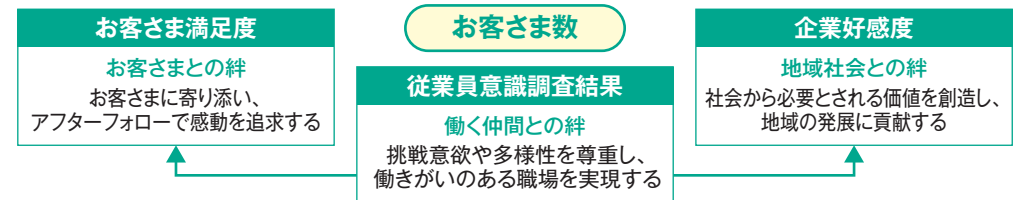
年度始に各組織で取組計画を策定し、年間を通じて取組みを推進するとともに、お客さま志向の意識醸成のための研修等を実施しています。

なお、当取組計画は、当社グループ全体で推進しています。

4つの指標 (KPI) Check

当社のお客さま志向の取組みが、「お客さま」「社会」「従業員」の各ステークホルダーからどのように評価されているのかを確認する指標、ならびに、これらの評価が結果として反映する「お客さま数」をKPI※に設定しています。

※Key Performance Indicator の略で、企業目標の達成度を評価するための重要業績評価指標のことです。



KPIの2025年度実績は、P.6をご参照ください

経営層への報告 / 社外有識者による検証 Check

お客さま志向・コンプライアンス領域会議において、「お客さまの声」に基づく業務改善の取組みを検証・推進するとともに、お客さま志向の取組状況についてモニタリングし、経営層に報告しています。

社外の有識者が参加する「お客さまサービス推進諮問会議」において、第三者の視点から、お客さま志向の取組状況等を検証しています。

「お客さまサービス推進諮問会議」

2005年度に設置した、ご契約者保護とお客さまサービス向上を審議する「お客さまの声推進諮問会議」と、コンプライアンス推進にかかわる重要な事項等を審議する「コンプライアンス推進諮問会議」を2015年度に「お客さまサービス推進諮問会議」として統合・再編しました。社外の専門家からお客さまサービス向上のための改善策やコンプライアンス事項の態勢等に関して積極的にご意見をいただき、経営に反映させています。

お客さま志向の取組状況等を確認するKPIの状況について

当社のお客さま志向の取組状況や定着度合いを確認する4つの指標(KPI)は概ね順調に推移しています。

4つのKPIの状況

お客さま数 (2025年度末時点)

MYリンクコーディネーター
(営業職員)等チャンネル **718万人** ※1

法人営業チャンネル **507万人** ※2

お客さま満足度 (2025年度)

当社についての
総合満足度として、
「満足」「やや満足」
と回答した
お客さま※3

69.6%

企業好感度 (2025年度)

当社について
「好感を持てる」
「やや好感を持てる」
と回答した方※4

26.7%

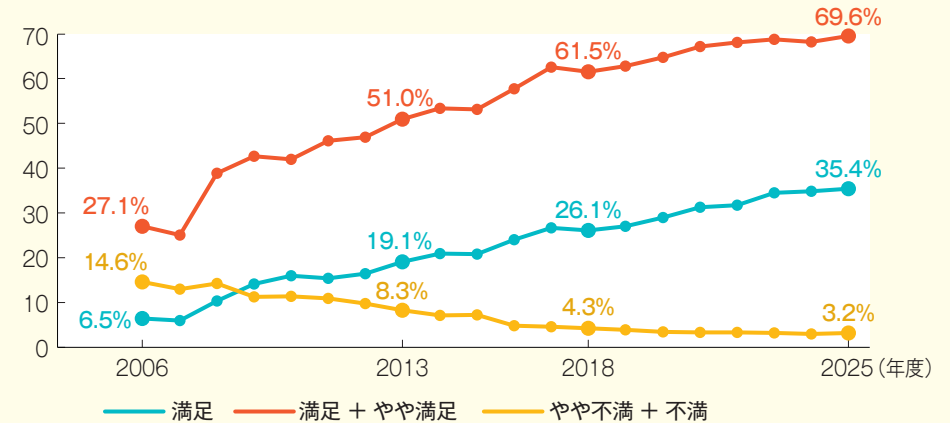
従業員意識 調査結果 (2025年度)

当社に
お客さま志向の
企業風土が
あると肯定的な
回答をした従業員

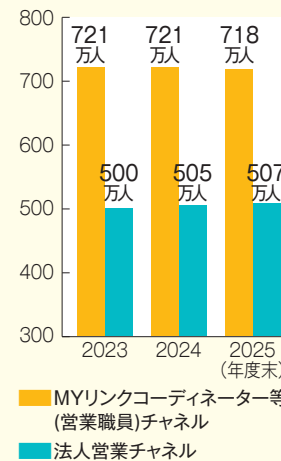
77.4%

お客さま満足度

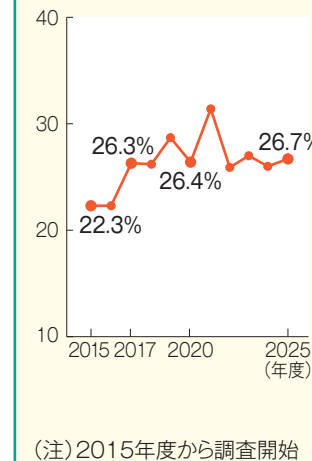
「お客さま満足度・NPS郵送調査」結果をもとに分析を行ない、各種業務改善につなげ、よりいっそうの「満足」層の引き上げに向けて取り組んでまいります



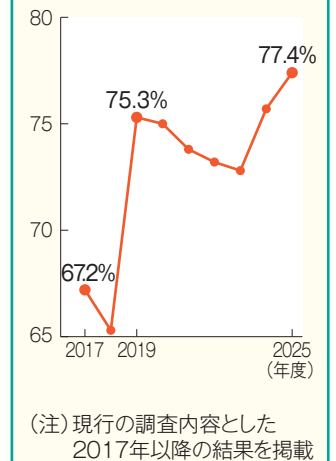
お客さま数



企業好感度



従業員意識調査結果



※1 MYリンクコーディネーター等チャン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(からたの保険)(重複を除く)、団体がん保障保険・無配当総合福祉団体定期保険の被保険者数の合計

※2 法人営業チャンネルにおける(新・)団体定期保険の被保険者数(当社単独・幹事契約の本人・配偶者)

※3 お客さま満足度(総合満足度)の回答の選択肢は、「満足」「やや満足」「ふつう」「やや不満」「不満」の5つ

※4 企業好感度の回答の選択肢は、「好感を持てる」「やや好感を持てる」「どちらともいえない」「あまり好感を持ってない」「好感を持ってない」の5つ

お客さま志向の徹底

「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、「人に一番やさしい生命保険会社」をめざし、お客さまの最善の利益が図られるよう、常にお客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動することをすべての業務運営における基本原則として定め、お客さま志向の徹底に努めます。

お客さま志向の経営計画への反映と推進態勢

「人生100年時代」を迎えるお客さま、そしてお客さまが暮らす地域社会に寄り添い、長期的な環境変化に柔軟に対応しながら、お客さま志向の経営をさらに進化させることで、企業ビジョン

「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」の実現と、持続可能な社会づくりへの貢献をめざし、経営トップ自らが従業員に向けて経営理念等の実現に向けたメッセージを発信しています。

また、お客さま志向の取組状況を統括するお客さま志向統括部を設置し、「お客さま志向取組計画」の推進等を通じてPDCAサイクルを推進しています。



社長と従業員が討議する様子

2020年4月から、10年後にめざす姿を「『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」と定めた10年計画「MY Mutual Way 2030」を開始しています。本計画においては、「契約者を構成員とする相互会社 (Mutual Company) として、時代を超えて進化するお客さま志向」を基本姿勢としています。2024~26年度の中期経営計画では、「期待を超えるお客さま・地域社会価値の提供」を重点方針の一つに掲げ、「みんなの健活プロジェクト」「地元の元気プロジェクト」の取組みを強化し、企業・団体との共創を通じた先進的な商品・サービスの開発・提供や、自治体等との協働による地域課題の解決に向けた取組みを進めるなど、保障とアフターフォローの提供という従来の生命保険の役割を中心におきつつ、その役割をさらに超えること(生命保険の役割の拡充)をめざしています。

「グループサステナビリティ方針」に沿って、2「大」プロジェクトを通じた健康寿命の延伸や地域の活性化、事業者・機関投資家双方の立場からの脱炭素社会への貢献、こどもの健全育成や金融包摂を含む人権の尊重等さまざまな取組みを推進し、持続可能な社会づくりに貢献していきます。

●人権の尊重・推進

当社では、「人権方針」を定め、企業ビジョンの実現に向け、お客さま・地域社会・従業員等のステークホルダーの人権を尊重するとともに、事業を通じた人権課題に対する取組みを推進しています。

●「みんなにやさしい保険アクセス」

社会に暮らす人々の多様性が広がるなか、当社では、「金融サービスへの平等なアクセス確保(金融包摂)」を優先課題に設定し、「ご高齢の方」「障がいのある方」「LGBTQの方」「外国人の方」をはじめとする、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」として推進しています。

●消費生活アドバイザー有資格者数の推移

当社では、「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」を実現するためには「お客さま志向」の価値観を身につけた人財づくりが重要であると考えており、その一環として「消費生活アドバイザー」資格の取得に取り組んでいます。

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
有資格者数*	484名	552名	595名	654名	732名

*各年度の4月1日時点における一般財団法人日本産業協会登録ベース

さらに、社内の消費生活アドバイザー資格保有者からなる「MY消費生活アドバイザーの会」を2024年4月に立ちあげました。消費生活アドバイザー資格保有者の知識や経験を、消費生活関連で一定の知識を持つ従業員からの意見としてお客さま志向経営の推進に活かしています。

お客さま志向の価値観の共有とコンプライアンスの徹底

明治安田フィロソフィーに沿った行動を従業員の視点から解説する冊子「私たちの行動原則」を用いた社内教育を行ない、お客さま志向の意識醸成に努めています。

「お客さま志向の業務運営方針 ーお客さま志向自主宣言ー」の浸透と、当方針に基づく具体的な取組内容を周知するための教育・研修を毎年実施しています。当方針および代表的な取組内容は定期的に見直すとともに、見直しの都度、全職員に周知しています。

法令、社内ルール等の遵守はもとより、社会的良識に基づいて公正・誠実に行動できるよう、コンプライアンス・マニュアル(手順・解説書)を整備・活用し、全役職員を対象に定期的な教育・研修を実施しています。また、お客さまのライフステージや加入目的等、お客さま一人ひとりのご事情や環境をふまえた適切な保険募集を行なうための基本的な経営判断の考え方を定めた「適合性に係る執行ガイドライン」に基づき、お客さまの合理的な期待に沿った保険商品の提案・募集を徹底しています。

従業員主体のボトムアップ活動

「明治安田フィロソフィー」の持続的な浸透を図り、従業員一人ひとりの具体的な行動としてあらわれるよう「企業風土・ブランド創造運動」を推進しています。この運動においては、お客さま、地域社会、未来世代、働く仲間との絆を深める取組みが企業風土として定着するよう、従業員主体のボトムアップの展開を重視しています。

●「企業風土・ブランド創造運動」の目的

全従業員一人ひとりが、「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、創造力をもって積極的・主体的に取り組むことで、企業風土や「明治安田ブランド」を創造することを目的としています。

●運営方針・めざす企業風土

「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運営方針とし、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。

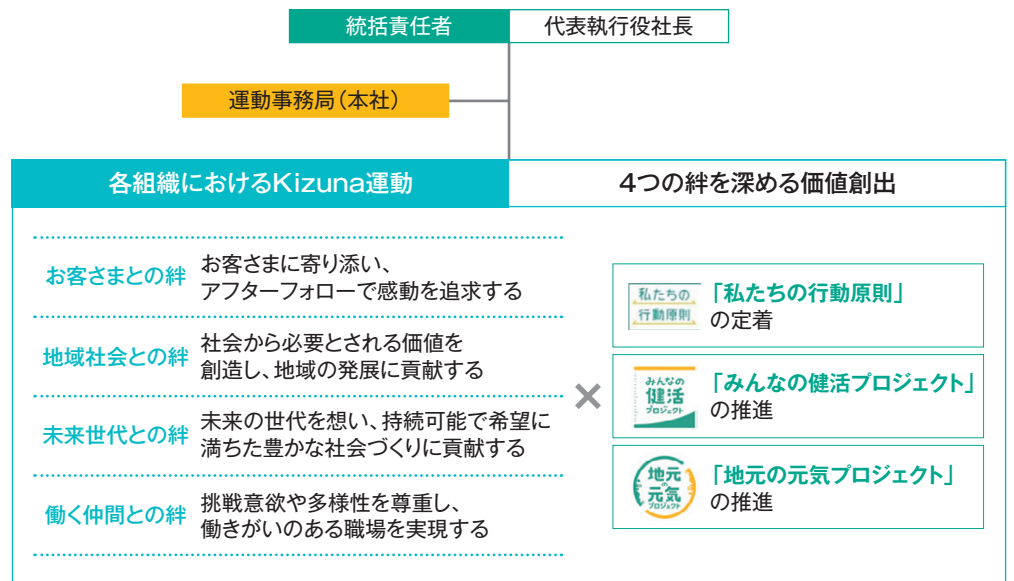
めざす企業風土	お客さま、地域社会、未来世代、働く仲間との4つの絆を大切にする風土
運営方針	1. 理解・共感 ● 役員・従業員一人ひとりが「明治安田フィロソフィー」を理解し、共感する
	2. 自分ごと化 ● 一人ひとりが「明治安田フィロソフィー」を常に意識し、判断基準にしている
	3. 行動・継続 ● 「私たちの行動原則」に沿って、創造力をもって積極的・主体的に行動し続ける

● 中心的な原動力となる小集団活動「Kizuna運動」の推進

「Kizuna運動」※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。



※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す。Kizunaは、「(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ています。



具体的な取組みの一例

Kizuna運動を通じたお客さまとの絆を深めるための自主的な取組みとして、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。

MYメッセージカードお届け枚数(2025年度) ▶ 約1,693万枚

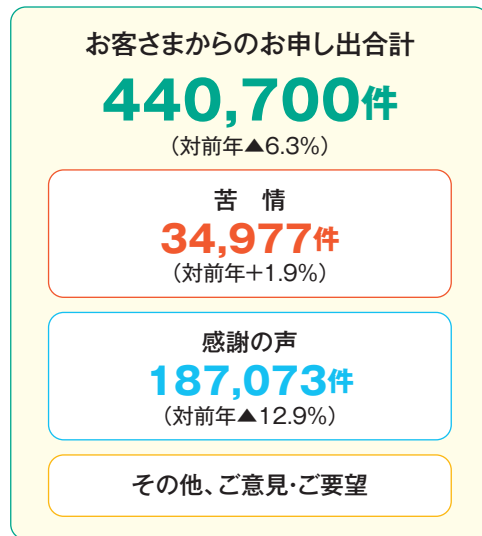
方針 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

お客さまからのご意見やご要望を「お客さまの声」として広くお伺いするとともに、「お客さまの声」を経営に活かす取組みを推進し、お客さま満足度の向上に努めます。また、積極的な情報開示に努めます。

広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映

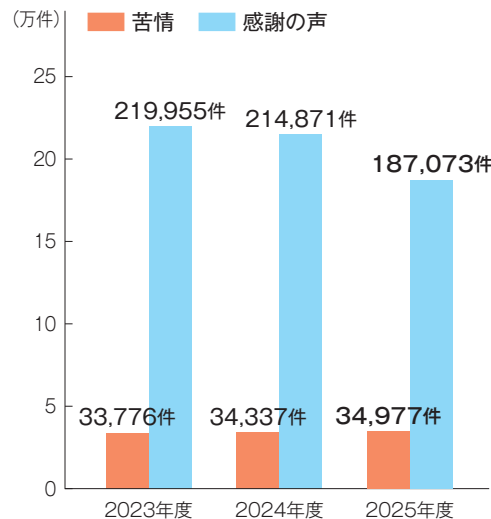
お客さまから当社（営業所、支社、法人部、コミュニケーションセンター等）に寄せられたお申し出は、全国の拠点ネットワークで結ぶ「お客さまの声システム」を通じて集約・一元管理のうえ、商品やサービス等の業務改善に活かしています。

■ お客さまからのお申し出状況（2025年度）



(注)「苦情受付状況」については当社ホームページに掲載しています

■ 苦情および感謝の声の受付状況



「苦情受付状況」について詳しくはこちら



全国の支社で開催するお客さま懇談会や定期的な地域の消費生活センター等への訪問等（2025年度:上期219カ所、下期218カ所）を通じ、当社の商品・サービス等の情報提供を行ない、消費者の立場からご意見・アドバイスをいただき業務改善に活かしています。

「代弁者の声」として、お客さまと身近に接する従業員が、日常業務を通じてお客さまの立場から気付いたことを社内で提案する「Kizuna提案」によって、サービスの改善を行なう活動を実施しています。2025年度は31,791件の提案がありました。

「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢

お客さま志向統括部にてお客さまのご意見やご要望を一元管理するとともに、「お客さまの声」に基づく業務改善の取組みを検証・推進するための機関として、お客さま志向・コンプライアンス領域会議を設置しています。同会議は、「お客さまの声」に基づく業務改善取組みの審議・提言等を行ない、本社部門（業務主管部）に対して業務改善を促しています。

社外の専門家から、お客さまサービス向上のための改善策やコンプライアンス事項の態勢、当社のお客さま志向の業務運営等に関するご意見をいただき、経営に反映させていくための第三者機関として「お客さまサービス推進諮問会議」を設置しています。2025年度は3回実施し、例年諮問している「内部通報制度の第三者検証」に加え、当社のサステナビリティ経営における具体的取組みについてご意見をいただき、施策に反映しました。

消費生活センター等で相談業務に携わる有資格者や消費者関連団体の役職者等に「消費者専門委員」を委嘱し、消費者の立場からお客さまサービスのあり方等をテーマにご意見をいただき業務改善に活かしていく「消費者専門アドバイス制度」を設置しています。2025年度は東京・大阪でそれぞれ3回開催し、「明治安田のメールマーケティングの高度化」や「次期主力商品募集資料（コンセプトパンフレット）」、「団体保険の従業員等向け専用ポータルサイト『みんなのMYポータル』のUX/UI刷新」についてご意見をいただき、特に「わかりやすさ」の観点から内容を改善しました。

情報開示の推進

「お客さま志向」の取組状況を定期的に取締役会に報告し、その結果を「お客さまの声」白書で公表しています。

「お客さまの声」白書は、当社にお寄せいただいた「お客さまの声」と、その「お客さまの声」を反映した業務改善への取組状況のご報告を目的として、2006年度より毎年作成・公表しており、2026年度（当白書）で21回目の発行となります。なお、CO₂排出量削減等、環境への負荷低減への取組みの一環として、2022年度から冊子の作成を廃止し電子化しました。また、2018年度からは、「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」に基づく「お客さま志向」の具体的な取組状況を、当白書のなかで報告しています。

方針 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

「お客さまの声」を業務改善に活かす取組み

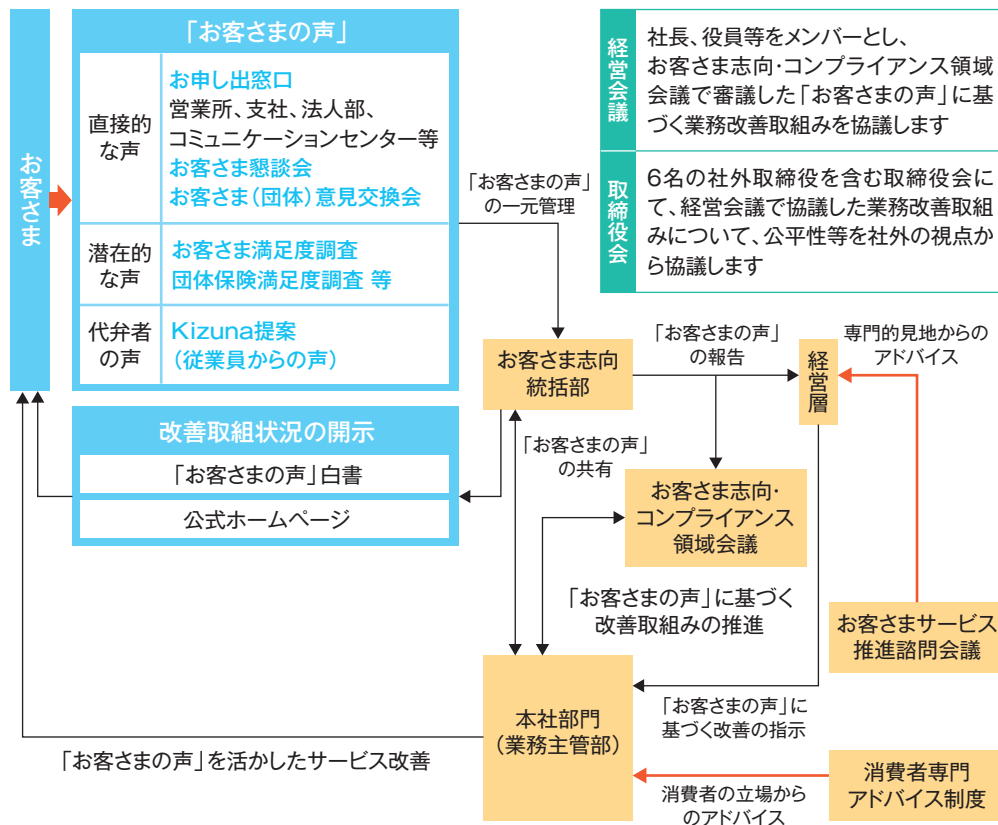
●お客さま懇談会の開催結果(2025年度)

全国の支社等105会場で開催し、合計2,409人のご契約者にご出席いただき、8,217件のご意見・ご要望等をいただきました。

●お客さま(団体)意見交換会(2025年度)

団体窓口のご担当者から、当社の団体事務サービスへのご意見・ご要望を直接伺うとともに、当社の改善取組みへのご理解を深めていただく機会として2006年度から毎年実施しています。2025年度は35団体、累計で1,032団体にご参加いただきました。

■「お客さまの声」を経営に活かす仕組み



2025年度お客さま懇談会で寄せられた代表的なご意見・ご要望

経営全般

- 当社の契約者配当の考え方について教えてほしい
- 不安定な金融環境のなか、当社の資産運用方針について教えてほしい
- 海外保険事業に関する今後の方向性について教えてほしい
- イオングループとの協業に関する今後の方向性について教えてほしい

営業活動関連

- デジタルが進化していくなかでも、対面のアフターフォローなど、「ひと」による丁寧なサービスを継続してほしい
- 担当者変更時の引継指導を含め、MYリンクコーディネーターの知識・対応に差がないように教育してほしい
- 当社のコンプライアンス態勢も含め、MYリンクコーディネーター等の販売・サービス方針について教えてほしい

社会貢献活動関連

- 「みんなの健活プロジェクト」の具体的な取組みや実施状況について教えてほしい
- 「地元の元気プロジェクト」の具体的な取組みや実施状況について教えてほしい
- 地域に密着したイベント等について、事前にわかりやすく周知してほしい

商品関連

- 金利のある世界になるなか、魅力的な貯蓄性商品を充実させてほしい
- 高齢者向けおよび若年層向けなど、世代別のニーズに応じた商品を充実させてほしい

事務手続き関連

- AI・デジタルの活用による、各種手続きのさらなる利便性の向上を進めてほしい
- 高齢者に配慮した対応を拡充してほしい

広報活動関連

- さまざまな広告媒体を通じて各世代に対して効果的なブランドづくりに取り組んでほしい

「お客さま懇談会」について詳しくはこちら



方針 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

● お申し出事例および改善の取組み 直接的な声

事例 1 コミュニケーションセンターへの電話による即時解約手続きの認証方法を追加



電話による解約手続きの際、暗証番号を忘れてしまった場合でも他の方法で本人認証してほしい

お客さま

背景

・従来、外貨建保険をコミュニケーションセンターへの電話により即時解約する際の本人認証方法は、暗証番号（4桁）による方法のみでした。そのため、「暗証番号を思い出せず、電話による解約ができなかった」、「プッシュ音が発信されない電話機を使用しているため、認証できない」といった声をいただいていた。このように、暗証番号を失念した場合等に手続きが完了せず、改めて手続きが必要になるなど、お客さまのご負担につながることがありました

改善内容

・2026年4月1日から、一部の外貨建保険の解約手続きにおいて、コミュニケーションセンターへお電話いただいた際の発信番号（携帯電話番号）と、当社にご登録済みの携帯電話番号を照合して認証する方法を追加しました。これにより、お客さまは、解約対象契約に事前登録された携帯電話番号から発信することで、暗証番号の入力を行なうことなく本人認証が可能になり、よりスムーズに電話でお手続きいただけるようになりました

事例 2 健康キャッシュバック※1支払基準日の自動判定機能を搭載



MYほけんページから健康キャッシュバックの健診結果を提出したが、異なる支払基準日を選択してしまった

お客さま

背景

・従来、お客さまがMYほけんページから健康キャッシュバックの健診結果を提出する際には、健診結果を反映する支払基準日をお客さまご自身で選択していただく必要がありました。そこで、誤った支払基準日を選択してしまうと、差し戻しや再提出が必要となる場合があり、お客さまのご負担となっていました

改善内容

・MYほけんページの健診結果提出手続画面に、支払基準日の自動判定機能を搭載しました。受診年月日を入力するだけで、「未提出」の支払基準日のなかから最適な支払基準日が自動で選択されます。これにより、お客さまご自身の操作による支払基準日の選択ミスを防止し、より迷わずお手続きいただけるようになりました

※1 健康キャッシュバックについては、P.13をご参照ください

● 2025年度「お客さま満足度・NPS郵送調査」 潜在的な声

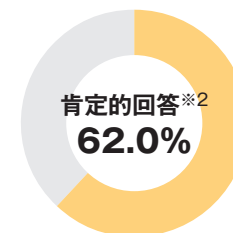
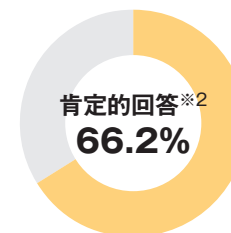
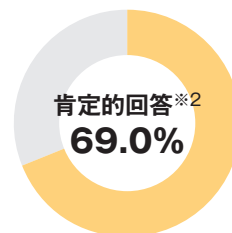
全国の支社等に調査結果を共有し、お客さまへのアフターフォローの充実や営業担当者の応対品質向上に向け、活かしています。

明治安田の企業イメージについて

お客さまを大切にする姿勢

アフターフォローの充実

社会貢献活動



※2 明治安田の企業イメージに関する設問に関して、「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」「わからない」の選択肢のうち、「そう思う」「ややそう思う」の回答割合



お客さま
(30代女性)

こちらから連絡することはあまりありませんが、担当の方がよく連絡をくれて、訪問してくれるため、密にコミュニケーションを取ることができて安心しています

営業担当者のアフターフォローに期待すること(複数回答)

1位	現在ご加入の保険商品・保障内容のご説明(保障額、保障範囲等)
2位	保険金・給付金の請求漏れがないかの確認
3位	現在のお客さまにあわせた生命保険についてのアドバイス、保障内容の見直し
4位	手続きの具体的な進め方についての説明、手続きの実施
5位	社会保障制度や税金など生命保険に関連する情報の提供



お客さま
(30代男性)

生命保険は長期間にわたる大きな買い物なので、相談の際には適切で丁寧な説明をしていただけると助かります

方針 2 「お客様の声」を経営に活かす取組み

● Kizuna提案 代弁者の声

お客さまと身近に接する従業員が、日常業務を通じてお客さまの立場から気付いたことを社内で提案する「Kizuna提案」によって、サービスの改善をする活動を実施しています。

事例 3 「明治安田の長期運用年金」の手続方法等の拡充

提案

- ・「明治安田の長期運用年金」のお申込みに際し、「スマートフォン操作に不慣れで、申込手続きをスムーズに進められない」、「画面が小さくて設計書（見積書）の内容が確認しづらいため、紙（印刷物）で確認したい」というご意見を多くいただいたので、検討してほしい

取組み・改善内容

- ・「明治安田の長期運用年金」は、当初、手続きの効率化によって魅力的な受取率の実現につなげる目的から、お客さまのスマートフォン等で完結するデジタル手続きを基本として販売を開始しました。

一方で、実際にご案内を進めるなかでいただいた上記のご提案をふまえ、より幅広いお客さまに安心してお手続きいただけるよう見直しを行ないました。

具体的には、当社のMYリンクコーディネーター（営業職員）等が設計書（見積書）を紙でもご提示・ご説明できるようにするとともに、当社の携帯端末（マイスタープラス）からのお申込みにも対応できるよう改善しました。これにより、お客さまのご希望や状況に応じた手続方法を選べるようになりました

明治安田の長期運用年金

5年ごと配当付利率変動型個人年金保険

● お客さまサービス推進諮問会議での改善取組み

事例 4 「2025年度『お客さま満足度・NPS郵送調査』の分析結果」への ご意見の反映

当社の取組みに関し、社外の有識者である諮問委員からご意見をいただき運営に活かしています



社外委員

MYリンクコーディネーター等（営業職員）や事務サービス・コンシェルジュによる活動内容などとお客さま満足度をクロス分析することで、お客さま体験価値（CX）向上に有効な示唆が得られるのではないか

当社の対応

- ・ 加入勤奨から保険金・給付金請求にかかる一連の流れのなかで、ご提供しているサービス・体験が、お客さまのお気持ち・ご意向にどのように影響しているかを把握できるように、調査の見直しを検討しています

● 消費者専門アドバイス制度での改善取組み

事例 5 「明治安田のメールマガジン」へのご意見の反映

当社メールマガジン登録者に配信しているメールの内容について、消費者専門委員からいただいたご意見を改善検討に活かしています



消費者
専門委員

メール件名の「★特別なお知らせ★」という見出しは、お客さまに警戒心を与えてしまう。メールの開封は件名で判断するので工夫した方がよい

改善内容

- ・ メールマガジンの件名をより明確にし、お客さまに安心して開封いただけるよう改善

【件名】

★特別なお知らせ★



【件名】

★もうすぐ誕生日を迎えるあなたへ★

メールのイメージ

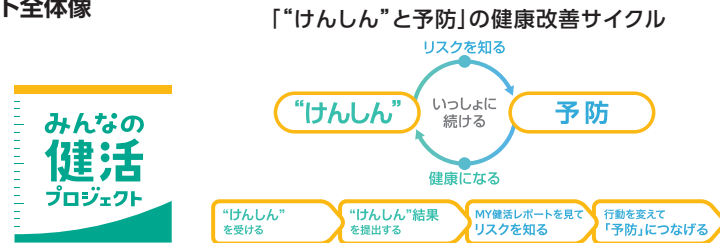


方針 3 「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の健康増進を継続的に支援する取組み

健康を、みんなでもっと楽しく、続けやすいものにしていくため、「みんなの健活プロジェクト」の推進を通じて、一人ひとりの健康づくりを応援するとともに、従業員の健康増進に取り組む企業・団体をサポートしていきます。また、当社従業員も、「健康に向けた前向きな活動」にともに取り組みることによって、この「みんなの健活」の輪を広げ、社会的にも意義のある大きな運動（ムーブメント）にしていきます。

みんなの健活プロジェクト

プロジェクト全体像



健康は大切だけど、ひとりで何かをはじめたり、続けるのは難しいもの。また、健康増進の取組み方は人それぞれです。だから、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。「みんなの健活プロジェクト」では、「けんしん」応援型の健康増進保険をご提供し、より多くのお客さまに定期的に「けんしん」（健康診断・がん検診等）を受けていただくとともに、未来のリスク予測をお届けすることで、疾病「予防」に向けた前向きな取組みを後押ししていきます。

「お客さま」の健康増進を支援する取組み

【商品】 健康診断やがん検診等の受診を後押し

「ベストスタイル 健康キャッシュバック」※1

「ベストスタイル 健康キャッシュバック」では、「病気になる前、万一のときの保障」に加え、「健康増進の取組みを応援する機能」を新たな生命保険の価値として提供しています。「健康増進の取組みを応援する機能」として、健康診断の結果をご提出いただいたお客さまへ、最大で保険料1.1ヵ月相当をキャッシュバックします。

※1 「ベストスタイル 健康キャッシュバック」は「ベストスタイル」に「健康サポート・キャッシュバック特約(2024)」を付加した場合の販売名称です

「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」※2

「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」では、女性特有のがんの早期発見をサポートしつつ、罹患した場合の入院・手術前の治療から再発予防のための長期にわたる治療費に備えることができ、また、当社が女性がん検診の受診率向上に向けた啓発を行ない、女性の健康増進を応援しています。

※2 「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」は「ベストスタイル」に「健康サポート・キャッシュバック特約(2024)」 「がん検診支援給付金付女性がん保障特約(2023)」を付加した場合の販売名称です

個人保険分野

「ベストスタイル 健康キャッシュバック 循環器病 対策Pro」※3

「ベストスタイル 健康キャッシュバック 循環器病 対策Pro」では、「循環器病」の特徴を捉えて、進行（重症化）予防の段階から健康状態の変化に応じて、「保障」と「サービス」を組み合わせ、新たな価値をお客さまにお届けします。また、健康診断結果と生活習慣問診をもとに作成される「明治安田血管レポート」にて、現在の血管の状態や循環器病の発症リスク等の循環器病に特化した健康情報を提供します。

※3 「ベストスタイル 健康キャッシュバック 循環器病 対策Pro」は、「ベストスタイル」に「健康サポート・キャッシュバック特約(2024)」、「循環器病継続保障特約」(または「循環器病重症化予防支援特約」)を付加した場合の販売名称です

「いまから認知症保険 MC I プラス」※4

「いまから認知症保険 MC I プラス」では、認知症の前段階である軽度認知障害（MC I）、認知症に対する保障に加え、ゲーム感覚で認知機能のチェックができるスマートフォンアプリ「かんたんブレインチェック」※5や、健康診断結果の提出で作成される「MY健活レポート認知症保険版」に搭載の「認知機能低下リスク評価」等のサービスで予防・早期発見をサポートします。

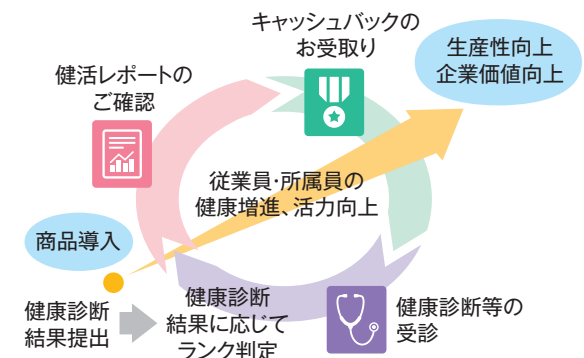
※4 「いまから認知症保険 MC I プラス」は、「いまから認知症保険」に「軽度認知障害終身保障特約」を付加した場合の販売名称です

※5 当アプリは、MYリンクコーディネーター等の社用スマートフォンおよびMYほけんページ経由でお客さまのスマートフォンからご利用いただけます

個人保険分野

従業員等の健康づくりを後押しする商品の提供

福利厚生制度として企業・団体に採用いただいている一部の保険商品に、新たな価値として「健康増進の取組みを応援する機能」を加えた商品を提供します。健康診断の結果に基づくキャッシュバックや健活レポートの提供により、従業員・所属員の継続的な健康づくりを後押しし、企業・団体の健康経営®・データヘルスを応援します。



(注) 健康経営®は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です

企業保険分野

方針 3 「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の健康増進を継続的に支援する取組み

【サービス】 疾病予防や健康増進に役立つサービス・情報を提供

個人
保険
分野

MY健活レポート

ご提出いただいた健康診断結果をもとに、お客さまごとの健康増進に向けたアドバイスや疾病リスク予測、総合的な健康状態を年齢で表す「健活年齢」（特許取得）等を提供し、健康づくりをサポートします。

「循環器病 対策Pro」サービス

循環器病の進行（重症化）予防から、緊急搬送時にご家族へ連絡を行なう予後のサービスまで、健康状態の変化に応じて活用いただけるさまざまなサービスをご用意しています。

がんのサービス

2025年12月にがん専門病院と連携し、がん専門医に無料で相談できるサービス等を拡充しました。がん検診から治療後の生活までの不安に寄り添い、専門機関と連携したサービスをご用意しています。



企業・団体向け健活分析レポート

ご提出いただいた健康診断結果をもとに、従業員・所属員の健康状態を同業種の平均値と比較し評価します。また、健康診断結果を項目ごとに分析し、従業員・所属員の健康増進に向けた企業・団体の取組みのアドバイスや具体的な取組事例を紹介します。2025年1月からはストレスチェックの情報を活用した「心」の健康状態の分析結果を追加しています。

受診勧奨ツール作成サービス

特定健診の受診勧奨、ジェネリック医薬品への切替勧奨、適正な服薬の勧奨等、従業員・所属員向けの各種通知を作成します。

健康診断結果データ化サービス

紙媒体をはじめとしたさまざまな形式の健康診断結果を統一フォームでデータ化します。

レセプト分析・コンサルティングサービス

レセプトや健診データを分析し、各種の検証レポートを提供します。また、健診データ・医療費データ等の分析結果をベースに、企業・団体に対して提携専門事業者がコンサルティングを実施し、データヘルス計画・コラボヘルス※1を応援します。

※1 コラボヘルスとは、健康保険組合等の保険者と事業者が協力して従業員・所属員の健康づくりを効率的・効果的に実行することです



企業
保険
分野

「地域社会」の健康増進を支援する取組み

【アクション】 疾病予防や健康増進に向けた行動変容を後押し

明治安田の健康チェック

健康を「つくる」取組みの一つとして、地域のみなさまに気軽に参加いただき、健康状態等を確認いただく機会を全国で提供しています。



明治安田Jリーグウォーキング

地域のみなさまが地元のJクラブ選手等と楽しみながら一緒に歩くことで、健康づくりを応援するウォーキングイベントを全国で展開しています。



「QOL健診」の開催

楽しく短時間で全身の健康状態を知ることができ、健康改善のきっかけとなる「QOL健診 明治安田×弘前大学」を全国で開催しています。

(注)「QOL健診」は弘前大学の登録商標です



健康経営®セミナーの開催

企業での健康経営推進を支援するため、それぞれのニーズにあわせた健康経営に関するセミナーを対面やリモート形式にて開催しています。

(注)健康経営®は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です



みんなの健活プロジェクトの実績

2025年度に実施した当社お客さま向けアンケート調査結果において、「ベストスタイル 健康キャッシュバック」のご加入者のうち、「直近1年間で健康意識が向上した人」の割合と「従来から健康意識が高く、その水準を維持した人」の割合の合計は73.5%であり、未加入者と比べて12.3pt高いということがわかりました。また、「ベストスタイル 健康キャッシュバック」にご加入のお客さまの「健活年齢」※2と実年齢の差は加入後6年経過時点において-2.0歳※3となり、同性・同年代と比べて入院等の可能性が低いことがわかりました。引き続き、「みんなの健活プロジェクト」の推進を通じて継続的な健康増進の支援に取り組んでまいります。

※2 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

※3 「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

「働く仲間」の健康増進を支援する取組み

従業員一人ひとりの健康づくりや生き生きと働きがいのある職場の実現に向け、取組みにかかる基本方針を明文化した「MY健康宣言」を策定し、「生活習慣病」「メンタルヘルス」「女性の健康」「アンチエイジング」を4本柱として取り組んでいます。

生活習慣病については、従業員一人ひとりの健康課題に応じたきめ細やかな対策を展開していくことで、未病対策を強化しつつ、健康改善効果の引き上げを図っていきます。また、喫煙率の改善に向け、「全営業日・就業時間内禁煙」を導入しているほか、働く仲間と一緒に卒煙に取り組むキャンペーン等を実施しています。

これらの推進にあたっては、所属ごとに「チーフ健活サポーター」を任命し、各所属が主体的に取り組む体制を構築し推進しています。

方針 4 地域社会の豊かな生活に貢献する取り組み

豊かな地域づくりへの貢献をめざす「地元の元気プロジェクト」を全社横断の取り組みとして推進しています。本プロジェクトでは、「つながり、ふれあい、ささえあう地域社会を。」をコンセプトに、地方自治体や各地域の企業、スポーツ団体等と連携のうえ、当社が地域の橋渡し役となり「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」に貢献していきます。また、方針3に掲載の「みんなの健活プロジェクト」と本プロジェクトの取り組みを通じ、ブランドイメージ「ひとに健康を、まちに元気を。」の確立をめざしていきます。

地元の元気プロジェクト



つながり、ふれあい、ささえあう地域社会を。

お客さまや地域のみなさまが、いきいきと毎日を過ごすために、私たちは、地域の橋渡し役として「社会的なつながり」を提供し、より多くの住民と各地域の資源・コミュニティをつなげることで、「地方創生の推進」に貢献していきます

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

● 地域のみなさまの心身の健康保持・増進

- ・「健康増進」「子育て」「介護・認知症」「防災・防犯」の4つの分野から生活課題の解決に役立つ「行政サービス案内」の活動や、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。
- ・自治体を中心に地域包括支援センター、公民館や外部企業との協業を通じ、地域社会の課題解決や地域住民のQOL向上に資するイベント・セミナーを開催しています。
- ・Jリーグとの協働による「Jリーグウォーキング」の開催や、日本女子プロゴルフ協会（JLPGA）との協働による協賛大会等での「健康チェックブース」出展等、スポーツを通じた健康増進に取り組んでいます。
- ・イオングループとの包括的パートナーシップ契約に基づき、全国のイオンモール、総合スーパー、ウェルシアで地域のみなさまの健康増進、子育て支援等の地域貢献に資するイベントを開催しています。
- ・認知症予防に効果が高いとされる塗り絵を活用した「明治安田大人の塗り絵コンクール」、認知機能の向上や社会参画を促進する「健康マージャン教室・健康マージャン大会」を開催しており、健康マージャン大会の上位入賞者は、厚生労働省後援の全国大会へご招待しています。
- ・道の駅等にて、地域のみなさまの健康増進に向け血管年齢や野菜摂取量を測るイベント「明治安田の健康チェック」を開催しています。
- ・日本赤十字社と連携した献血の普及・啓発活動を推進するとともに、Jリーグ全クラブ等とともに「シャレン!で献血」を展開しています。この取り組みを評し、2025年度に、日本赤十字社さまより「献血推進特別賞」を受賞いたしました。



明治安田の健康チェック

(注)シャレン!(社会連携活動)は、Jリーグ・Jクラブが3者以上と協働して社会課題等に取り組む活動です

● 未来世代の応援を通じた持続可能な社会の実現

- ・全国各地のお祭りへの支援を通じて、地域のみなさまとの交流を深めています。
- ・地域のみなさまと一緒に地元の若手アスリートを応援する「地元アスリート応援プログラム」を展開しています。
- ・自治体や地元企業と協働で、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®」を開催しています。

(注)こどもシゴト博®は、CHEERS(株)の登録商標です

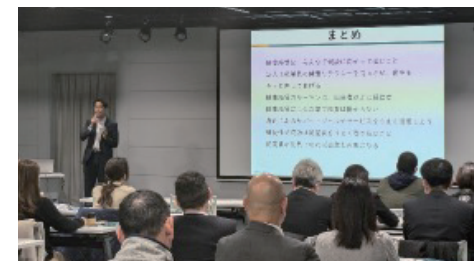


「こどもシゴト博®」の様子

● 地域を支える企業・団体の持続的成長

- ・地元企業の従業員のみなさまが心身ともに健康で意欲的に働ける環境づくりに向け、都道府県の協会けんぽ支部と連携協定を締結し、健康経営セミナーの開催や「健康経営認定支援サービス」の提供等を通じて健康経営®をサポートしています。
- ・建設業を中心に、地元の企業が交流を持てる場を提供する取り組みとして「明治安田協力会」を組成し、交流会等を開催しています。
- ・「ESG評価サービス」の提供等を通じて、中堅・中小企業のSDGsへの取り組みを支援しています。

(注)健康経営®はNPO法人健康経営研究会の登録商標です



企業の健康経営やSDGsに関する取り組みのサポート

こうした取り組みの結果、プロジェクトの参加者数は累計3,120万人を突破し、自治体をはじめ地域のみなさまから高く評価いただいています。2022年度には、内閣官房および内閣府が公表する「地方創生に資する金融機関等の『特徴的な取組事例』」に本プロジェクトが選定され、内閣府特命担当大臣(地方創生担当)による表彰を受賞しました。



また、「行政サービス案内」を通じたお客さま志向の取り組みが評価され、2024年度には、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。



方針 4 地域社会の豊かな生活に貢献する取組み

未来世代応援活動

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。



●金融・保険教育、SDGs教育

学校等における教育支援として、「保険」や「お金」に関する出張授業や、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」を活用した出張授業を全国各地で開催しています。

金融・保険教育の取組みが、文部科学省が所管する「いーたいけんアワード(青少年の体験活動推進企業表彰)」において「優秀賞」を受賞しました



●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展開しています。

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



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 JLPGA



JLPGA トーナメントにこどもたちを招待する「Hello.Golf!」を応援

with 日本バドミントン協会



大会への協賛や、バドミントン教室を開催

●仕事体験アクティビティ「めいじやすだクリニック」

仕事体験テーマパーク「カンドゥー幕張」や全国で開催される出張イベント「出張カンドゥー」において、こどもたちが医療や健康の大切さを学べる体験アクティビティを提供し、未来世代の健やかな成長を支援しています。



●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、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。



「未来世代との絆」表彰

全国各地の事業所ごとに独自の社会貢献活動を推進し、地域に根差したさまざまな活動を行なっています。社内表彰制度を通じて、各組織が地域固有の課題解決に向けて取り組むことを推進しています。

●2025年度 社内表彰受賞取組み

【こどもの健全育成】部門

【「緑化まつり」でBONSAIワークショップ開催(甲府支社)】

- 甲府市主催「緑化まつり」にて、親子20組向けに里山・SDGsを学ぶBONSAIワークショップを開催
- 森林の役割を学んだ後、盆栽づくりを体験し、あわせて来場者の血管年齢測定も実施



【被爆体験講話会を開催(広島支社)】

- “被爆から80年”の節目として、被爆家族伝承者をお招きし、被爆体験講話会を開催
- 社外のお客さまや地元小学生も参加し、全国の職員へはTeamsで配信



【環境保全】部門

【地元の伝統野菜応援に向けた取組み(江東支社 船堀営業所)】

- 食品ロス問題をきっかけに地域農園と連携し、小松菜の収穫体験と本社での即売会を実施
- 規格外野菜の購入等による食品ロス削減、地産地消によるCO2削減を学ぶ。売上金は能登復興支援へ寄付し、野菜は近隣のこども食堂にも寄贈



【湿地植生保全活動「シカ柵設置」(苫小牧支社 苫小牧営業部)】

- 鹿による湿地植生被害の対策について専門機関からのレクチャーを受け、森の中から枯れ木を集めシカ柵を作成
- 「明治安田」の看板も設置し、効果発現まで約10年を要する本取組みの着実な成果を祈願



お客さまのニーズに対応した最適な商品・サービスの提供

社会保障制度を補完し自助努力を支える生命保険事業の社会的責任を認識し、超高齢社会をはじめとする環境変化をふまえて、お客さまの最善の利益に資する商品提供等を確保する態勢の整備等を通じて、多様化・個別化するお客さまニーズを的確に捉えたクオリティの高い商品・サービスの開発・提供・管理に努めます。また、保険商品をおすすめする際には、お客さまのご意向を十分お伺いしたうえで、お客さまのライフステージ、加入目的、財産状況等に照らし、最適な商品・サービスをご提供するよう努めます。

お客さまの最善の利益に資する商品提供等を確保する態勢

●商品開発時

以下の取組みを通じて、お客さまの期待にお応えする商品の開発を行なっています。

商品開発における主な取組事項

- 商品案策定前の市場調査等を通じたお客さまニーズを把握
- 把握したお客さまニーズに基づき、特に利益を享受いただけるお客さま層を想定し、商品案を策定。策定した商品案について、お客さまが将来受け取る金額のシミュレーション結果等も検証のうえ、商品開発を実施
- 銀行等金融機関窓口で当社商品を取り扱う場合、「金融機関代理店向けご提案書」を活用し、想定されるお客さま層や商品のリスク・リターン・コストといった情報を共有するなど、適切な販売態勢の整備に向けた取組みを推進



金融機関代理店向けご提案書

●商品販売時

以下の取組みを通じて、お客さまの期待にお応えするコンサルティングサービスを行なっています。

お客さまのニーズやご意向等をふまえたコンサルティングサービスや募集代理店への委託等について、P.19もご参照ください。

商品販売時における主な取組事項

- お客さまに商品のご案内をするにあたり、人生における夢や希望をお客さまに確認
- 確認の結果をふまえ、計画的な資金準備の必要性和、リスクへの備えを確認いただくことができる「おかねとほけんの参考書」を活用
- 資金準備の状況やリスクに対する備えのご意向を確認いただく「意向把握アンケート」を活用



おかねとほけんの参考書



意向把握アンケート

●商品販売後

商品販売後も、お客さまの期待にお応えし続ける商品であるよう、販売後の検証を行なっています。

商品販売後のお客さまの最善の利益に資する商品提供等を確保する態勢について、具体的な取組事項は、P.19募集代理店への委託もご参照ください。

商品販売後の検証における主な取組事項

- 販売状況や資産運用状況等を検証し、開発時に想定したお客さまニーズやリスク・リターン・コストのバランスが適切かどうかを継続的に検証。外部委託した資産運用状況については、想定した運用結果となっているかも検証し、定期的に確認。確認の結果は、関係部署等と共有のうえ、必要に応じて商品の改善などを実施
- 銀行等金融機関窓口販売で当社商品を取り扱う場合は、検証の結果を金融機関代理店と共有のうえ、必要に応じて販売態勢の見直しを実施

商品販売後の検証結果をふまえて、改善した取組事例

- 外貨建一時払終身保険において、円換算額の運用成果があらかじめ指定した目標値に到達後、自動的に利益を確保することができる仕組みである「円建終身保険移行特則」を付加した契約の大半が、早期に目標値に到達している状況について検証を行ない、当社が想定する「長期の資産形成」というお客さまの期待に応えるべく、同特則を廃止
- 当社では、「長期（10年以上）の資産形成」を目的として、商品を提供しているものの、販売状況を検証した結果、想定している販売手法とは異なる事象（早期での解約後、同種商品の加入）が一定程度発生。改めて、金融機関代理店に求めるアフターフォロー内容の明示化・共有化を通じ、お客さまの期待によりお応えするため、販売態勢の高度化に向けた対話を進め、アフターフォローを重視する当社取組みに賛同いただいた金融機関代理店に支払う手数料について、役務の対価の観点から見直し

「お客さまの最善の利益に資する商品提供等を確保する態勢」の検証

お客さまの最善の利益を確保するために、商品提供に関しては、商品開発の執行部署とは別の部署が定期的に検証を行なう体制を整えています。

また、商品開発管理に関する社内規程等に基づいて、「商品開発時」「商品販売後」等の局面において、必要に応じて社外取締役が出席する取締役会へ報告を実施しています。

検証結果等をもとに、経営層はさらなる品質管理の向上に向けた取組みを適宜指示し、業務執行部署の執行状況を評価するなどPDCAサイクルを通じた品質管理の効果的な運用を実施しています。

方針 5 お客さまのニーズに対応した最適な商品・サービスの提供

お客さまの多様なニーズにお応えする商品ラインアップ

●個人保険分野

保障性商品

ライフステージの変化や医療技術の進歩等に応じ「最適・最新の保障」※1を準備可能な組立総合保障保険「ベストスタイル」をはじめ、一生涯、保険料が変わることなく医療保障を準備できる終身医療保険等を提供しています。

※1 「最適・最新の保障」とは、ベストスタイルでご提供するお客さまのニーズにあった、時代の変化に対応する新しい保障をいいます。

貯蓄性商品

お客さまの資産形成をサポートするため、円貨建ておよび外貨建ての積立タイプ・一時払タイプの商品を提供する等、幅広い商品ラインアップを用意しています。

新規開発商品

「円貨建・明治安田の一時払養老保険」※2,3、「外貨建・明治安田の一時払養老保険」※2,3,4 (2025年4月発売)

お客さまの資産形成ポートフォリオの「長期・安定」部分を担い、充実した将来の資産をご準備いただくことができる円貨建・外貨建の一時払養老保険です。



「円貨建・明治安田の一時払終身保険」※3、「外貨建・明治安田の一時払終身保険」※3,4 (2025年4月発売)

もしものときにご家族に残すための「死亡保障」と、将来のための「資産形成」の機能を兼ね備えた、円貨建・外貨建の一時払終身保険です。



※2 満期保険金額と死亡保険金額が異なる特別養老保険です。

※3 この商品には金利変動リスク(市場価格調整)およびお客さまにご負担いただく諸費用があります。

※4 この商品には為替リスク、金利変動リスク(市場価格調整)、お客さまにご負担いただく諸費用があります。

改定商品

「明治安田の長期運用年金」(2025年6月・10月販売時改定)

市中金利の状況等をふまえ、6月と10月に予定利率を引き上げています。

「明治安田生命じぶんの積立」(2025年8月販売時改定)

さらに多くのお客さまに将来に向けた効率的な資産形成のご準備をいただけるよう、契約年齢範囲を拡大しています。

「明治安田生命つみたて学資」(2025年10月販売時改定)

市中金利の状況等をふまえた予定利率の引き上げにより、将来の教育資金を効率的にご準備いただくことを可能としています。あわせて、契約者年齢範囲を拡大し、契約者の利便性も高めています。

かんたん保険シリーズ ライト! By明治安田生命

「かんたん」「小口」「わかりやすい」をコンセプトとした「かんたん保険シリーズ ライト! By明治安田生命」は、生命保険3商品、損害保険4商品をラインアップしています。2016年10月のシリーズ創設以来、2026年3月末までに380万件を超えるご契約をいただいています。

明治安田のケガほけん	入院・手術・退院後の通院などの保障をケガに限定してご準備いただける保険です
明治安田生命じぶんの積立	手軽に始められ、満期保険金のある積立保険です
明治安田生命つみたて学資	お子さまの成長にあわせ将来の教育費を計画的にご準備いただける、こども保険です
明治安田生命おてがる自転車	自転車運転中の思わぬ事故によるおケガや賠償事故からお客さまをお守りする保険です
明治安田生命おまもり家財	火災や地震をはじめとする多くの自然災害から、お客さまの大切な家財をお守りする保険です
明治安田生命ちよいのり自動車	自動車をお持ちでない方や普段乗らない自動車を臨時に運転する場合に、24時間単位でご加入いただける自動車保険です
明治安田生命えがおのペット	大切なご家族ともいえるペットの通院・入院・手術等に備える保険です

●企業保険分野

改定商品

「団体年金保険(一般勘定)(注)のお引き受け開始」(2025年4月改定)

企業・団体の企業年金制度の運用ニーズに「安心・確実・安定」でお応えするため、固定の予定利率に3年保証の利率を上乗せし、さらに、当社の健全性に応じて配当をお支払いします。

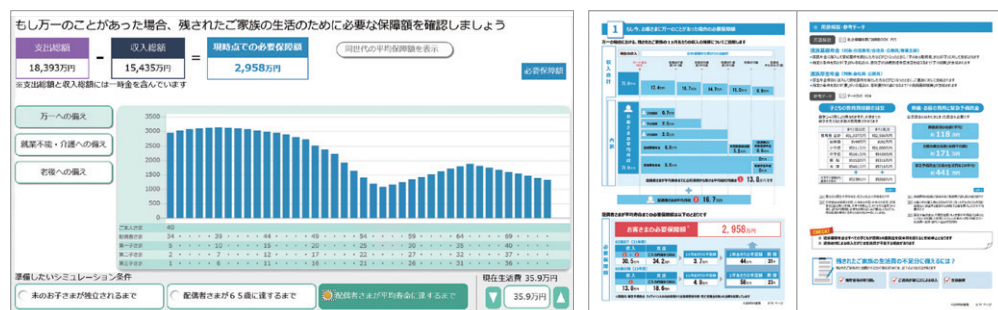
(注) 確定給付企業年金保険、新企業年金保険(02)、厚生年金基金保険(02)

方針 5 お客さまのニーズに対応した最適な商品・サービスの提供

お客さまのニーズやご意向等をふまえたコンサルティングサービス

当社は「販売・サービス方針」に基づき、社会保障制度を含む総合的なアドバイスを通じて、お客さまが思い描く人生設計の実現を支援しています。そのために、必要な保障額を対面・非対面で確認できる「必要保障額シミュレーション※」を活用し、質の高いコンサルティングの充実と、その適切性を確認する態勢の整備に取り組んでいます。

※お客さまのご家族情報や収入・支出情報から「万一のことがあったときのリスク」「就業不能や介護が必要になったときのリスク」「老後資金が不足するリスク」に対する必要保障額を確認できます。



必要保障額シミュレーション

募集代理店への委託

募集代理店がお客さまへ当社商品を販売する際に、お客さまのご意向に沿った商品の提案を行なえる適切な保険募集管理態勢が構築されているかを確認するとともに、当該態勢が維持・高度化されるよう、適切な教育・指導をしています。

代理店自己点検の実施

一般社団法人生命保険協会の「募集代理店共通自己点検表」を活用し、年1回、募集代理店における募集管理状況および契約管理状況等についての現状と課題を把握するとともに、課題がある保険募集代理店に対し当社が適宜適切な指導を実施しています。

定期的な内部管理に関する打合せの実施

金融機関代理店とは、年2回「代理店内部管理打合せ」を実施し、コンプライアンスに関連する取組状況を共有しています。具体的には、苦情、解約、クーリング・オフなどのモニタリング、想定顧客への販売状況、リスク・リターン分析などについて共有し、課題や改善策について協議しています。金融機関代理店の状況に応じて、アフターフォローの充実や高度化、そして販売手法の向上を支援するために、適切な情報を提供しています。

手数料体系の考え方の開示

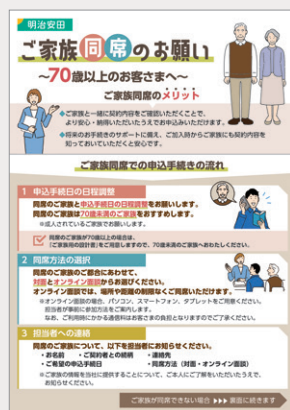
募集代理店に支払う販売手数料については、募集代理店の経営管理態勢や、保険募集管理態勢の状況等を評価し、募集代理店におけるお客さま志向の業務運営に資する手数料体系となるよう構築・整備しており、詳細は当社ホームページにおいて公表しています。なお、「手数料規程」に基づく手数料のほかにも、当社の特定商品の販売量に偏重した上乘せ報酬等の支払いはしていません。



市場リスク(外貨建保険がもつ為替リスクや金利変動リスク等)を有する特定保険契約については、お客さまのニーズやご意向等の確認に加え、お客さまの年齢、知識、投資経験、加入目的、収入・財産の状況等に応じて商品およびリスクの内容について十分ご説明します。

ご高齢の方へは、ご意向の確認のためにきめ細やかな対応を行なうとともに、商品内容等に誤解が生じないよう、より丁寧な説明に努めます。

また、70歳以上のお客さまの生命保険加入にあたっては、原則ご家族同席によるお手続きをお願いし、安心・納得してご加入いただけるよう取り組んでいます。



「ご家族同席のお願い」チラシ

「募集代理店におけるお客さま志向の業務運営に資する手数料体系の考え方」について詳しくはこちら



方針 6 ご加入時のお客さまへの情報提供の充実

お客さまに最適な商品・サービスを選択いただけるよう、お客さまにとって重要な情報をわかりやすく、丁寧に説明するとともに、お客さまにご提供する商品・サービスの特性に応じて、適切かつ十分な情報を提供することに努めます。

お客さま視点に立った情報提供

お客さまにおすすめする保険商品を正しくご理解のうえ、選択いただくために、募集資料(パンフレット)に商品特性を記載するとともにお客さまや社外の専門家のご意見^{*1}をふまえ、お客さまの視点に立ったわかりやすい募集資料(保険設計書・パンフレット等)の作成・改善に努めています。

^{*}1 当社に寄せられた「お客さまの声」や「消費者専門アドバイス制度」等による社外の専門家のご意見等を業務改善に活かす仕組みについては、P.9をご参照ください。

募集資料には、商品の基本的な仕組みや特徴・リスク等に応じ、保険種類ごとの保険料や保障内容、複数の保障を組み合わせる場合や団体保険において生命保険・損害保険をセット販売している場合はその区分等、お客さまがご検討いただくうえで特に重要な情報を強調して記載しています。

組立総合保障保険「ベストスタイル」については、当社が提供する「最適・最新の保障」、「健康なときからしものときまでサポート」、「充実のアフターフォロー」や当社独自の「MYミューチュアル配当」についてご理解いただけるよう、「ベストスタイル コンセプトパンフレット」を作成し、ご説明しています。また、商品コンセプトや保障内容について説明する動画を提供し、お客さまにとってわかりやすい情報提供に努めています。



ベストスタイル
コンセプトパンフレット



円貨建明治安田の一時払養老保険
コンセプトパンフレット

お客さまに最適な商品を選択いただくために、商品ごとの特性に応じた想定されるお客さまの意向を募集資料(コンセプトパンフレット等)に順次明記しています。

「ご契約のしおり 定款・約款」^{*2}等の重要書類については、専門用語の平易な言葉への言い換えやイラストの挿入等、お客さまが内容を正確にご理解いただけるよう努めています。

^{*}2 「ご契約のしおり 定款・約款」は、当社ホームページの「MY Web約款」にてご確認ください。



ご契約のしおり 定款・約款

生命保険のご加入に際して、公的年金・医療保険等の社会保障制度や税金に関する情報提供を行なうため、「社会保障制度ご説明ブック」や「生命保険と税金ご説明ブック」を作成しています。



社会保障制度ご説明ブック



生命保険と税金ご説明ブック

プロダクトガバナンス態勢の情報提供

お客さまの最善の利益に適った商品提供等の品質確保(プロダクトガバナンス)の取組みについて、ホームページにて情報提供しています。お客さまに当社の商品の「開発時」「販売時」「販売後」の各局面での「プロダクトガバナンス態勢構築」に資する取組内容をご理解いただき、安心して商品を選択いただけるよう努めています。

[「プロダクトガバナンス態勢」について詳しくはこちら](#)



なお、当社の資産運用体制等について、ホームページにて情報提供しています。お客さまに当社の資産運用に関する取組みをご理解いただき、安心して商品を選択いただけるよう努めています。

[「明治安田の資産運用」について詳しくはこちら](#)



重要な情報の開示(手数料等の明確化等)

特定保険契約は、お客さまに為替リスク等の市場リスクをご負担いただくことから、特にご加入後に不利益となる可能性のある情報やお客さまにご負担いただく費用について、商品パンフレットおよび「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」でわかりやすいご説明に努めています。

また、銀行等金融機関窓口販売で取り扱う外貨建商品については、お客さまにご負担いただく費用に加えて、当社が銀行等に支払う販売手数料の開示等に対応しています。

特定保険契約以外はお客さまに市場リスクのご負担がなく、原則、ご契約時点で保険金額・給付金額や解約返戻金額が確定していることから、お客さまからお申込みいただく保険料や当社がお支払いする保険金額・給付金額および経過年数別の解約返戻金額をわかりやすく情報提供しています。

特定保険契約に関する「重要情報シート」の提供

金融機関窓口販売で取り扱う特定保険契約(「外貨建・エブリバディプラス」、「えらべる外貨建一時払終身」、「円貨建・エブリバディプラス」)について「重要情報シート」を金融機関代理店に提供しています。「重要情報シート」は、金融機関代理店で取り扱う商品について、お客さまが重要な情報を一目で確認し、比較して選びやすくするための資料です。

例えば「外貨預金+死亡保障商品」のように、組み合わせることで類似の機能が得られる可能性がある場合も含め、記載項目や記載順を他の金融商品と揃えた構成にしています。

方針 7 お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実

超長期にわたる生命保険契約の特性をふまえ、お客さまに「確かな安心を、いつまでも」お届けするために、保険金・給付金等を確実にお支払いすることはもとより、お客さまに寄り添ったあたたかいアフターフォローに努めます。

非対面による活動も組み合わせた MYリンクコーディネーター等によるアフターフォロー

MYリンクコーディネーター等が、ご契約内容や必要なお手続きの有無の確認、お手続きのサポート等、積極的なアフターフォローに取り組んでいるほか、健康増進に向けた取組みに対する継続的な支援にも取り組んでいます。アフターフォローに際しては、対面での対応はもとより、すべてのMYリンクコーディネーター等に配付している営業用スマートフォン「MYフォン」や営業端末「マイスタープラス」を活用した非対面での対応も行なっています。今後も、お客さまのご意向にあわせた「Shoulder to Shoulder (ショルダー トウ ショルダー)」のアフターフォローにより、MYリンクコーディネーター等がお客さま一人ひとりに寄り添ってまいります。

●MYリンクコーディネーター等によるアフターフォロー 【対面 + 非対面(MYフォンのLINE機能等)】

お手続きサポート

保険金・給付金のご請求をはじめ、ご契約にかかわる各種のお手続きを完了までサポートします

給付金のご請求 | ご住所の変更 | 受取人などの変更 | 保険料払込方法の変更 など

将来にわたり、ご安心いただけるようサポート

(MY安心ファミリー登録制度・MY長寿ご契約点検制度・「MYアシスト+(プラス)」制度)

明治安田の定期点検

毎年、ご契約内容を説明し、給付金等のご請求有無を確認するとともに、ご利用いただいていない各種サービスや2「大」プロジェクトのご案内を実施します

毎年点検

節目年齢点検
[60歳]

節目年齢点検
[65歳]

節目年齢点検
[70歳]

節目年齢点検
[75歳]

健活サポート

お客さまにあわせたさまざまなメニューを提供し、健康増進に向けた取組みをサポートします

MYリンクコーディネーター等以外のアフターフォロー

お客さま専用サイト
「MYほけんページ」

「明治安田からのお知らせ」

コミュニケーションセンター

「社外専門家(税理士・看護師等)」によるサービスとして、納税・遺産分割などの相続対策やご自身やご家族の健康に関する相談をオンラインにて無料で行なっています

お客さまへの有益な情報の提供とオンライン手続きの充実

社会保障制度や必要な保障内容・保障額、最新の商品・サービス、お住まいの地域における行政サービスなど、お客さまにとって有益な情報の提供に取り組んでいます。また、お客さまの利便性向上を企図し、「ベストスタイル 健康キャッシュバック」のキャッシュバック手続きにおいて、LINEを活用した健康診断結果の提出を可能にするなど、オンライン手続きの拡充に取り組んでいます。企業保険のお客さまに対しては、「MY法人ポータル」や「みんなのMYポータル」をご提供しています。

●お客さま専用サイト「MYほけんページ」・「MYほけんアプリ」

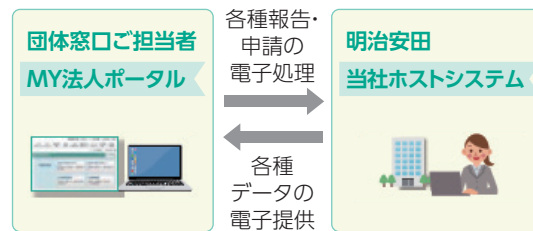
「MYほけんページ」は“いつでもどこでも”ご利用いただけるお客さま専用サイトです。WEB上でご契約内容の確認や給付金請求等の各種お手続きができます。

また、スマートフォンアプリの「MYほけんアプリ」を2025年9月にリニューアルし、生体認証(顔認証等)でより安全に、よりスムーズにご契約内容を確認いただけるほか、トップ画面から担当者へかんたんに連絡できる機能や毎日の健康をサポートする機能等を搭載しています。



●企業保険の窓口ご担当者向けサイト「MY法人ポータル」

当社の企業保険のご契約者の事務を効率化する無料のインターネットサービスです。保険金・給付金請求書等のお手続き書類をダウンロードし、入力・印刷することができます。また、加入者の異動手続きや各種データの送受信を「MY法人ポータル」上で行なうことにより、ペーパーレスでのお手続き等が可能です。



●企業保険の従業員等向けサイト「みんなのMYポータル」

「みんなのMYポータル」は、従業員・所属員さま向けの専用ポータルサイトであり、スマートフォンやタブレットを使って、給付金請求等のさまざまなサービスをご利用いただくことができます。

また、「みんなのMYポータル」はスマートフォンアプリとしても展開し、企業・団体の窓口と従業員・所属員さまをつなぐコミュニケーションツールとして活用いただけるよう、企業・団体ごとにニュースの発信や掲示板機能等を搭載しています。



方針7 お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実

●「明治安田からのお知らせ」の発信

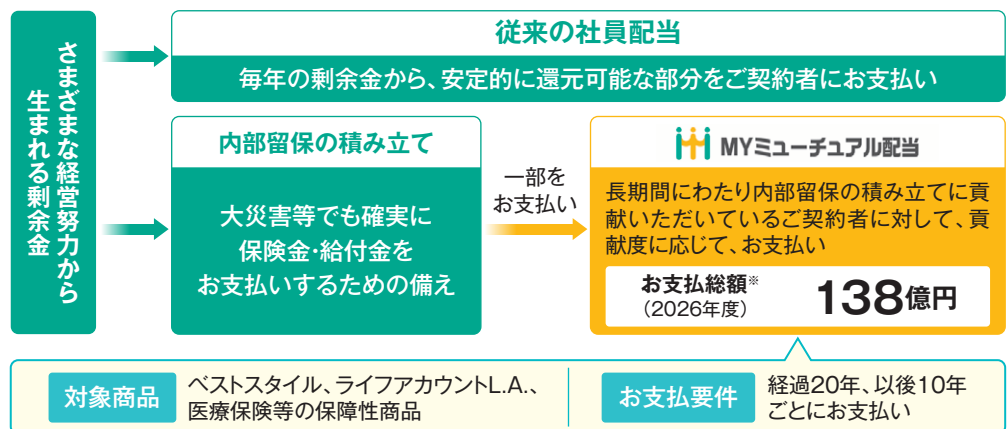
毎年、契約者のみなさまにご契約内容をご確認いただくために、「明治安田からのお知らせ」をお送りしています。



金融機関窓口販売で取り扱う一部商品のご契約については、はがき形式でお送りしています。ご契約内容はお客さま専用サイト「MYほけんページ」からご確認いただけます。なお、当社の元営業職員が、お客さまから金銭を詐取していた事案をふまえ、2026年4月発送分より、「お客さまの注意喚起にかかる通知文書」を同封し、詐欺事例を紹介のうえ、お客さまへの注意喚起を行なっております。

MYミュチュアル配当

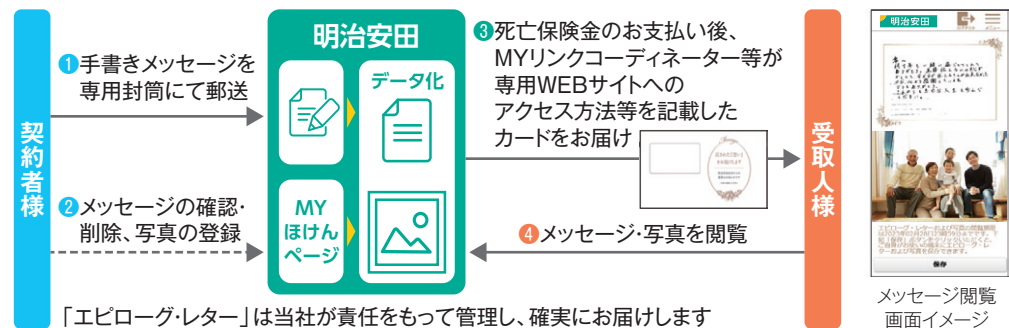
長期間にわたり内部留保の積み立てに貢献いただいているご契約者に対して、内部留保への貢献度に応じて還元する新たな配当を2021年度に創設し、以来毎年、お客さまへのご案内・お支払いをしています。



※2025年度決算における社員配当準備金繰入額 (MYミュチュアル配当分) です

「エピローグ・レター」サービスのご提供

契約者様から、受取人様への「想い」等を記した手書きメッセージを画像データとしてお預かりし、保険金お支払い後、受取人様に画像データへのアクセス方法を記したカードをお届けする「エピローグ・レター」サービスをご提供しています。



「エピローグ・レター」は当社が責任をもって管理し、確実にお届けします

事務サービス・コンシェルジュによる「訪問型サービス活動」

事務サービスに関する専門知識を有し、全国の営業部・営業所等に所属する事務サービス・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・給付金のご請求などの「お手続きサポート」を行ないます。



●「お手続きサポート」

- ・ 保険金・給付金のご請求をはじめ、ご契約にかかわる各種のお手続きを対面で完了までサポートします。また、お客さまのご意向にあわせ、対面のほか、オンラインでのお手続きサポートも実施しています
- ・ ご遺族向けには、死亡保険金のお支払いとあわせて、公的機関へのお届け等、ご逝去に伴い必要となる諸手続きについて、解説冊子「MYライフガイド」を使用しご案内します

マイナンバーカードを活用したお客さま向けサービス

お客さまの同意を前提に、マイナンバーカードを活用することで当社に連携される情報(住民票上の住所・氏名やカードの有効・失効情報等)を用いて、「自動住所変更・氏名変更のご案内」や「年金自動支払」、「保険金の請求案内」などのサービスを提供しています。これらのマイナンバーカードを活用したサービスの提供により、お客さまの事務負担軽減や利便性向上に取り組んでいます。

方針 7 お客さまに寄り添ったアフターフォローの充実

お客さまからいただいた「感謝の声」

お客さまに寄り添った活動を通じて、2025年4月から2026年3月にかけて、187,073件の「感謝の声」をいただきました。

お客さまからいただいた「感謝の声」の一例*をご紹介します。

*当内容は、お客さまからいただいた感想を当社にて抽出して記載しています。

事例 1 健康増進に向けたサービス等のご案内に対するお客さまの声

公民館で健康増進イベントに参加し、自身の地区でも同様のイベントを開きたいと思い、ご協力をお願いしました。わからないことばかりで不安でしたが、打ち合わせや当日の実施まで担当者にサポートいただき、無事に成功しました。好評だったのでまた実施したいです

事例 2 金融・保険教育を実施した自治体からの声

今年はじめ、金融保険教育の授業をお願いしました。急遽当日、取り上げる内容を「消費者トラブル」に変更依頼したにもかかわらず、臨機応変に対応いただき、ありがとうございました。来年もぜひお願いしたいと思います

事例 3 行政サービス等に関する情報提供に対するお客さまの声

孫が保育園に入らず、娘と交互に仕事を調整しながら世話をしています。担当者にその状況を話すと、自治体の子育て支援施設などが一覧になった資料を市役所でもらってきて届けてくださいました。本当に助かりました

事例 4 「エピローグ・レター」を受け取られた受取人様からの声

主人が亡くなりました。最後は話せない状態で亡くなってしまったため、どう思っていたのかが心残りだったけど、エピローグ・レターを見て、「悔いのない人生だった。」との言葉が書いてあってホッとしました。保険会社でこういったサービスをしていただけるのは、とても良いと思います

事例 5 給付金を受け取ったお客さまからの声

脳梗塞に罹患し、緊急入院しました。退院後も通院や治療が必要で不安でしたが、担当者が私の状況を詳しく聞いてくれて、請求をすすめてくれたので、給付金を受け取ることができました。まだまだ治療は続きますが、おかげで安心して治療に専念できます。本当にありがとうございました

事例 6 死亡保険金受取人様からの声

母が亡くなり、担当者の方に連絡し、死亡保険金請求手続きをしてもらいました。手続きの際、母が保険加入にいたった経緯や背景、当時の母の想いを担当者が丁寧に伝えてくれました。生前の母の想いを知ることができ、とても感動しました。本当にありがとうございました

お客さまに信頼される資産運用

将来にわたり保険金・給付金等を確実に支払うため、高い健全性を維持しつつ、安定した資産運用収益の確保に努めています。また、責任ある機関投資家として、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりに向け、ESG投融資やスチュワードシップ活動等の責任投資を推進しています。

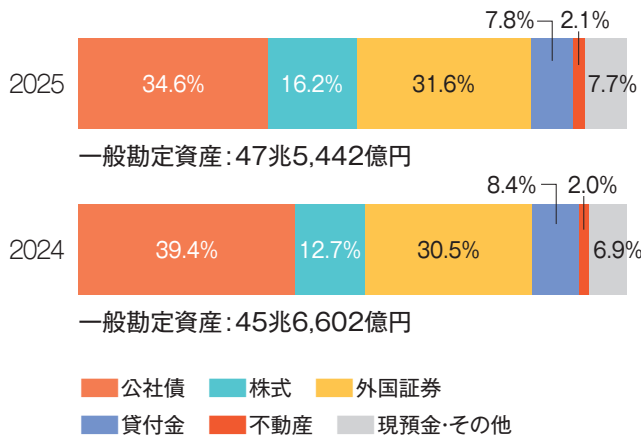
資産運用の基本理念

生命保険会社の資産運用は、お客さまからお預かりした保険料を原資としており、長期安定運用を使命としています。そのため、当社では、「ALMの考え方に基づき、良好な運用成果を長期にわたり安定的に確保する資産運用をめざすとともに、高度なリスク管理による資産健全性の維持・向上を図ること」を基本理念としています。

安定的な資産運用・高い健全性

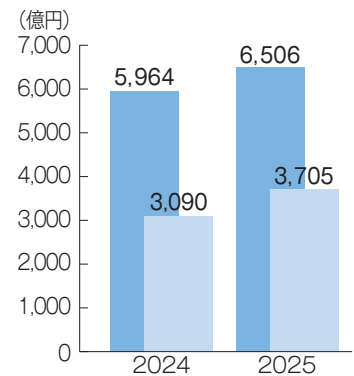
資産構成の推移（一般勘定）

公社債等を中心に、長期・安定的な資産運用を実施しています。



業務利益*（単体）の推移

不安定な市場環境のなか、安定的な資産運用収益を確保しています。



*基礎利益から標準責任準備金積み増し・戻し入れの影響を除いたもの

5兆6,034億円

資産全体の含み損益の状況（一般勘定）

「含み損益」とは、保有している資産の時価と帳簿価額との差額を指し、保険会社の企業体力をあらわすものの一つです。当社は、2026年3月末において、5兆円を上回る含み益を確保しています。



用語解説

【ALM（アセット・ライアビリティ・マネジメント）】資産と負債の総合的な管理の略称。ALMの基本的な役割は、保険契約に基づく保険金・給付金等（保険会社にとっての負債）の特性に応じた資産運用を行なうこと、また資産運用の環境を商品設計・販売戦略等に適切に反映させていくこと

責任投資に関する基本的な考え方

当社は、「確かな安心を、いつまでも」という経営理念のもと、ご契約者へ還元するための収益性を確保しつつ、責任ある機関投資家として、ESG投融資やスチュワードシップ活動等の責任投資を通じ、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりをめざしています。

ESG投融資

ESG投融資とは、財務情報に加えて、環境(Environment)、社会(Social)、ガバナンス(Governance)の3つの要素を考慮する投融資です。当社は、ESG投融資のなかでも特に、ESGテーマ型投融資を通じて投融資先企業のサステナビリティへの取組みを金融面から支援するとともに、長期安定的な収益の確保と社会課題の解決をめざしています。

スチュワードシップ活動

スチュワードシップ活動とは、受託者責任をふまえ、機関投資家が議決権行使や目的を持った対話(エンゲージメント)などを通じて、投資先企業の企業価値向上や持続的な成長を促すことにより、お客さま(受益者)の中長期的な投資リターンの拡大を図る活動です。



ESG投融資およびスチュワードシップ活動の推進については、26ページをご覧ください。

●責任投資における重要取組テーマ

責任投資の推進にあたっては、「ステークホルダーへの影響度」「事業との関連性」をふまえて、5つの重要取組テーマを設定し、重点的に取り組んでいます。

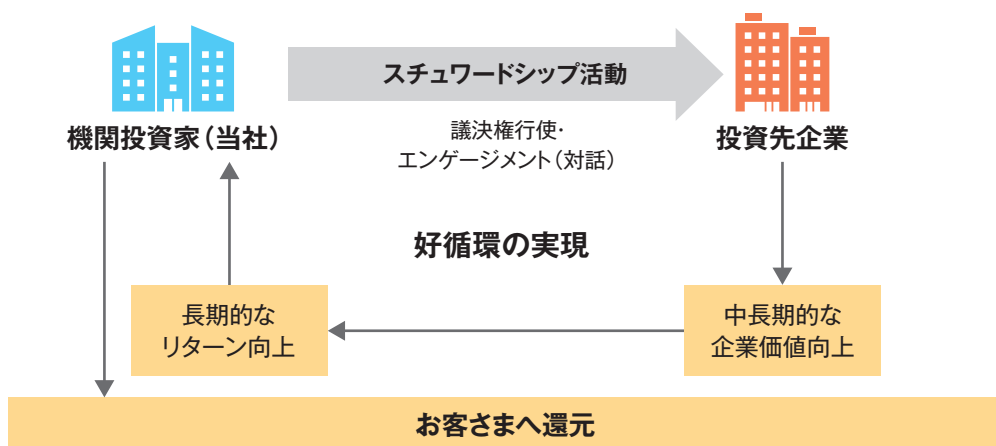
ESG投融資の推進

当社は、5つの重要取組テーマを中心にESG投融資を推進しています。なかでも、社会や環境に対してポジティブなインパクトをもたらすことを目的としたインパクトファイナンスおよび脱炭素社会への着実な移行に資するトランジション・ファイナンスに注力しています。また、ESG投融資の効果にも着目し、資産運用を通じて創出される社会的インパクトの計測・開示の高度化にも取り組んでいます。

	2024-2026年度 「中期経営計画」目標	2024年度実績	2025年度実績
ESG投融資額	8,000億円	約6,000億円	約4,860億円
うちインパクトファイナンス	1,700億円	約840億円	約640億円

スチュワードシップ活動の推進

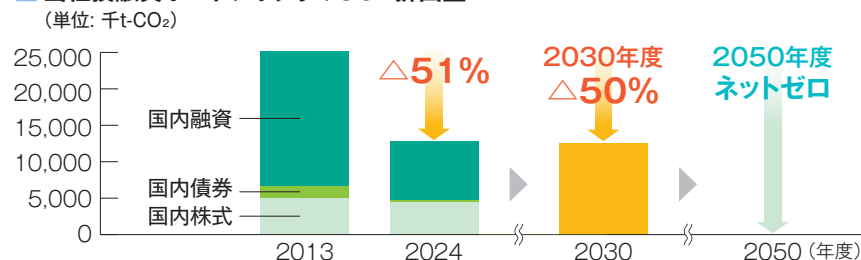
お客さまの長期安定的な利益確保をめざし、中長期的な視点で投資先企業との対話(エンゲージメント)や議決権行使を行ない、スチュワードシップ活動を推進しています。なかでも、対話テーマの拡充や、社会課題解決等のインパクト創出を企図した対話を通じて、活動の高度化に努めています。



脱炭素社会実現への貢献

当社は、2030年度に投融資ポートフォリオのCO₂排出量を50%削減、2050年度にカーボンニュートラルの実現をめざしています。2030年度のCO₂排出量削減目標は2024年度時点ですでに達成していますが、今後、トランジション・ファイナンスの推進に伴い、CO₂排出量の多い企業への投融資が増加する可能性があることから、2030年度目標はすえ置きとしています。引き続き、脱炭素に資する投融資や、CO₂排出量の多い企業を中心とした投融資先企業との対話(エンゲージメント)などを通じて、脱炭素社会の実現に向けて貢献していきます。

■ 当社投融資ポートフォリオのCO₂ 排出量



※2013年度対比。対象は国内上場企業の株式・社債・融資

外部評価

■ 環境省主催「第7回ESGファイナンス・アワード・ジャパン」



投資家部門(アセットオーナー部門)において、「銅賞」を受賞しました(第4回「特別賞」、第5回「銅賞」に続き、3回目の受賞)。

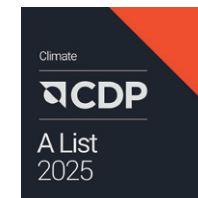
■ PRI年次評価結果 (評価期間:2024年1月~12月)



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)

評価項目の2項目について、3年連続で最高評価の「5つ星」を獲得しました。

■ CDPによる気候変動調査 (2025年調査)



3年連続で最高評価の「Aリスト企業」に選定されました。



用語解説

【ESGファイナンス・アワード・ジャパン】 ESG金融や環境・社会事業に積極的に取り組み、インパクトを与えた機関投資家・金融機関等について、その先進的取組を表彰するもの。環境省が主催
【PRI (Principles for Responsible Investment)】 持続可能な社会を実現させるため、機関投資家に対しESG課題を投資の意思決定プロセスに組み込むことを提唱する国連責任投資原則
【CDP (Carbon Disclosure Project)】 企業に対して環境問題への取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

利益相反の適切な管理

利益相反の適切な管理を行なうために、グループ利益相反管理基本方針等を定め、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、取引におけるお客さまとの利益相反の可能性について正確に把握し、適切に管理・対応するよう努めます。

利益相反管理態勢と教育

当社はコンプライアンス統括部を利益相反管理全体統括部署（同部の担当執行役を利益相反管理統括責任者）とし、対象取引の特定および利益相反管理に関する全社的な態勢を整備・検証しています。

対象取引を特定するにあたっては、「お客さまの利益を最優先に行動しているかどうか」「お客さまの情報を利用して、不当に利益を得るおそれがあるかどうか」等の視点から取引を検証し、特定・類型化を行なったうえで管理しています。また、新規業務の開発や法令等改正といった環境の変化にも的確に対応し、対象取引の特定・類型化を行なっています。

当社の役職員は、お客さまとの取引において、対象取引の類型に該当するおそれがあると判断した場合は、速やかに各所属の利益相反管理責任者・担当者に報告し、対象取引の内容に応じた管理を実施しています。各所属での判断が困難な場合には、全体統括部署であるコンプライアンス統括部に報告し、その指示のもとで適切な管理を実施しています。

機関投資家としての責任の遂行

資産運用部門と営業推進部門の業務執行を分離するなど、機関投資家としての業務上の地位が営業活動において不当に利用されないための態勢を構築しています。

投資先企業への議決権行使においては、社外取締役が過半数を占める監査委員会において、議決権行使結果の検証を行ない、利益相反の防止に努めています。

取引の種類		主な取引例	管理方法 [以下の方法を適切に組み合わせること等により管理]
お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引	地位濫用型	<ul style="list-style-type: none"> ●融資を条件に保険購入や保険契約（引受割合）を維持・増加させる場合、または保険購入や保険契約（引受割合）の維持・増加を条件に融資を行なう場合 ●議決権行使内容の決定を条件に保険購入や保険契約（引受割合）を維持・増加させる場合、または、営業部門の意向を優先し、保険購入や保険契約（引受割合）の維持・増加を条件に議決権行使内容を決定する場合 	<ul style="list-style-type: none"> ●情報隔壁措置 ●一方または双方の取引の中止 ●取引の適切性の検証
	情報利用型	<ul style="list-style-type: none"> ●お客さまが上場会社であるA社の株式を大量に取引しようとしている事実を知りながら、当該有価証券の取引を行なう場合 	<ul style="list-style-type: none"> ●情報隔壁措置 ●一方または双方の取引の中止
	上記以外	<ul style="list-style-type: none"> ●当社が協調融資の幹事を受託しており、かつ相対での貸付を有している状況で、協調融資に比し、優位な条件で貸付の保全・回収等を行なう場合 	<ul style="list-style-type: none"> ●情報隔壁措置 ●取引条件・方法の変更 ●一方または双方の取引の中止 ●取引の適切性の検証
お客さま間の利益が相反する可能性のある取引		<ul style="list-style-type: none"> ●敵対的買収等で、買収をしようとしている会社が複数競合している場合に、競合する複数社に対し、それぞれ買収資金の融資を行なう場合 	<ul style="list-style-type: none"> ●一方または双方の取引の中止 ●取引の適切性の検証

10 お客さま志向の取組みの確保

お客さま志向を基軸とした各種取組みを確保するため、組織・個人の業績評価等に取り組結果を反映するとともに、取組内容の進捗状況を確認する指標を設定し、定期的な検証・改善に努めます。
また、お客さま志向のコンサルティングを行なうために必要な知識・スキルを従業員が習得できるよう、充実した教育・研修に努めます。

お客さま志向の取組みの評価・処遇への反映

「お客さま志向取組計画」の取組結果を各組織の評価に反映しています。

お客さま満足度を支社等の営業拠点の評価に反映しています。また、役職員の個人評価制度にお客さま志向の取組状況を反映しています（「お客さま志向取組計画」については、P.5、P.7を、「お客さま満足度」については、P.6をご参照ください）。

MYリンクコーディネーター等の基本業務に、お客さまや地域のみなさまの「健康づくり」や「地域のつながり」をサポートする役割を設定し、取組状況を処遇に反映しています。

当社がめざす姿である「『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、これまで以上に地域社会のお客さまに評価、支持される存在となるべく、引き続き取り組めます。

ひとに健康を、まちに元気を。

お客さま志向の取組状況を確認する指標の設定

お客さま志向の取組状況や定着度合いを確認・検証するための指標（KPI）※として、「お客さま数」「お客さま満足度」「企業好感度」「従業員意識調査結果」を設定し、定期的に結果を確認のうえ、公表しています。

※KPI設定の考え方についてはP.5を、2025年度のKPIの状況についてはP.6を、それぞれご参照ください

お客さま対応力の習得に向けた実践的な教育

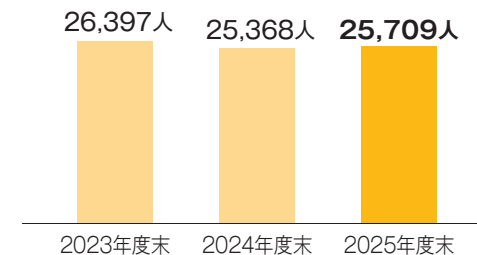
お客さま一人ひとりに寄り添ったアフターフォローを通じた、適切な情報提供やご案内および要望に応じたお手続きのサポートなどにより、確かな安心をお届けするMYリンクコーディネーター等の育成に取り組んでいます。

教育・研修体系図

対象	入社初期 (4ヵ月)	育成期間		(準)自立期間 (6年目～)	管理者層
		(5ヵ月～2年目)	(3～5年目)		
全層	全層一律教育				
	お客さま対応品質検定				
層別	管理者教育 ↓ 指導者検定				
	層別実践型教育				
	本社ダイレクト教育				
	初期研修 ↓ 昇格試験				

より充実したアフターフォローや高度なコンサルティングをお客さまに提供するために、国家資格である「ファイナンシャル・プランニング技能士」の資格取得を推進し、生命保険会社の知識だけでなく、金融商品知識や社会保障・税務知識等も備えたMYリンクコーディネーター等の育成に力を入れています。2025年度末時点現在で25,709名のMYリンクコーディネーター等がFP資格を保有しています。

FP資格保有者数※



※各年度末時点において、ファイナンシャル・プランニング技能士資格（CFP・AFP資格を含む）を保有するMYリンクコーディネーター等の人数です

デジタルと対面が紡ぐ確かな安心をめざして

DXや生成AIをはじめとする先端テクノロジーの進展は、暮らしを格段に便利に豊かにする一方で、デジタル環境に不慣れな人々が社会から孤立してしまう「デジタルデバイド」のリスクを浮き彫りにしています。とりわけ、商品内容が複雑で「いざというときの安心」に直結する生命保険分野においては、単なる手続きの効率性やスピードの追求にとどまるべきではありません。デジタル化が進む今だからこそ、利用者が取り残されることなく、自分で納得して手続きを選べる「包摂性」が求められています。このような時代だからこそ、貴社が明確に掲げる「人に一番やさしい」という理念は、大きな社会的意義を持つと考えます。

貴社は「確かな安心を、いつまでも」という使命のもと、「明治安田フィロソフィー」を基盤として、業務の効率化だけでなく、手続きの円滑化と丁寧な配慮を高い次元で両立することを追求してこられました。各種アプリやWebサイトの整備による手続きの迅速化に加え、「コンタクトセンター・アワード2025」における「最優秀オペレーション部門賞」の受賞実績からも、その取り組みの実効性とお客さま対応品質の高さをうかがい知ることができます。単にデジタル化の先進性を競うのではなく、すべての契約者が迷わず安心して利用できる環境づくりへと確実に結びつけておられる点に、貴社の一貫した誠実な姿勢が表れています。

最近の取組みのなかでも私が特に評価しているのは、多くの企業が非対面化によるコスト削減を主眼にデジタル化を進めるなかで、貴社が「人」による対面価値をさらに高めるためにこそ最先端技術を導入しておられる点です。MYリンクコーディネーターの高機能端末の携帯は、単なる社内効率化の道具ではなく、対面でのわかりやすい丁寧な対応を支えるために活かされています。さらに、高齢者や障がいのある方々への細やかな配慮、多言語通訳サービスの活用といった取り組みからは、誰もが等しく安心を享受できる環境づくりへの深いコミットメントがうかがえます。この「ITと人」の融合によるシナジーこそが、他社の一步先を行く貴社の最大の強みと言えます。

一方で、この独自の強みを今後さらに確固たるものにするためには、人財育成の高度化と、全国一律で均質な質の高いサービスを提供できる体制づくりが欠かせないと考えます。たとえば貴社の「感謝の声」読本では、自転車事故に遭って困惑する高齢の契約者に対し、担当者が加入中の個人賠償責任特約の適用に気付き、損害保険会社への連絡まで親身になって支援した事例が紹介されていました。こうした、従来の生命保険の枠組みを超えて契約者の生活全体に寄り添う実践を、個人の好事例にとどめず、組織全体の共通の行動規範として広く波及させていくことが重要です。また、これからの時代を担う若い世代に対しても専門性に基づく付加

価値をいかに示していくかが、今後の持続的な発展への大きな鍵となると考えます。

生命保険とは、予期せぬ事態において確かな支えとなる商品であり、その経営には極めて高い倫理観と誠実さが求められます。昨今、業界全体で信頼を揺るがす不祥事が相次ぐ厳しい環境下だからこそ、貴社には「誠実なコンプライアンス態勢」と「わかりやすい情報開示」を徹底していくことが不可欠です。これまでに裏付けられた品質や素晴らしい実践を礎とし、最先端テクノロジーによる高度な利便性と、「人」による確かな安心感を高次元で融合し続けることこそが、多様なお客さまの信頼に真に応える道であり、これからの時代に選ばれ続ける企業の姿であると考えます。



公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
理事(前・代表理事副会長)

永沢 裕美子氏

お問い合わせ窓口



チャットサービス等のご案内

- ・ホームページから「チャットボット」や「デジタルヒューマン」※、フォーム入力の「かんたんお手続きフォーム」を24時間365日、いつでもご利用いただけます
- ・また、専門オペレーターとの「チャット」もご利用いただけます

※お客様の発話（音声）を認識することでお問い合わせに対応できる対話型自動応答サービスです。なお、個人情報を含むお問い合わせにはお答えできませんのでご注意ください

チャットサービス等のご利用はこちら▶



コミュニケーションセンター（お電話によるご相談窓口）



0120-662-332

ご相談窓口一覧はこちら▶



ご高齢のお客さま専用のお問い合わせ窓口

担当者に直接つながり、ゆっくり丁寧に対応いたします。



0120-809-127

外貨建保険・金融機関窓口販売商品のお問い合わせ窓口



0120-453-860

外国語でのお問い合わせ窓口

contact phone number

电话号码 전화 번호

Số điện thoại หมายเลขโทรศัพท์



0120-701-722

※海外からはフリーダイヤルがご利用できません。以下におかけください。

reachable from overseas 如果从国外打电话时 해외에서 전화하시는 경우

Đối với trường hợp gọi điện ngoài nội địa Nhật Bản เมื่อโทรจากต่างประเทศ

日本語：通訳不要の場合 81-3-5954-8840

英語：English 81-3-6630-9062

中国語：中文 81-3-6630-9063

韓国語：한국어

ベトナム語：Tiếng Việt

タイ語：ภาษาไทย

81-3-6630-9064

81-3-6630-9065

81-3-6630-9066

月曜～金曜9:00～18:00/土曜9:00～17:00（いずれも祝日・年末年始を除く）

当社コミュニケーションセンターは、

「2025年度カスタマーサポート表彰制度」（主催：公益社団法人企業情報化協会）において「奨励賞」を受賞、

「コンタクトセンター・アワード2025」（主催：株式会社リックテレコム）において

「最優秀オペレーション部門賞」を受賞いたしました



コンタクトセンター
アワード 2025
Center of Excellence

- この資料は商品の支払事由や制限事項のすべてを記載したものではありません。保険商品をご検討いただく際には、「保険設計書(契約概要)」、「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」、「ご案内ブックレット」を必ずご確認ください。なお、ご契約の際には、「保険設計書(契約概要)」、「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」、「特に重要なお知らせ(注意喚起情報)」、「ご案内ブックレット」、「ご契約のしおり定款・約款」を必ずご確認ください。
- 掲載のサービス・イベント等は一例です（一部明治安田にご契約のお客さまのみご利用いただけるなど条件等があります）。また、各サービス・イベントの画像の一部はイメージです。

明治安田