

目 次

ページ

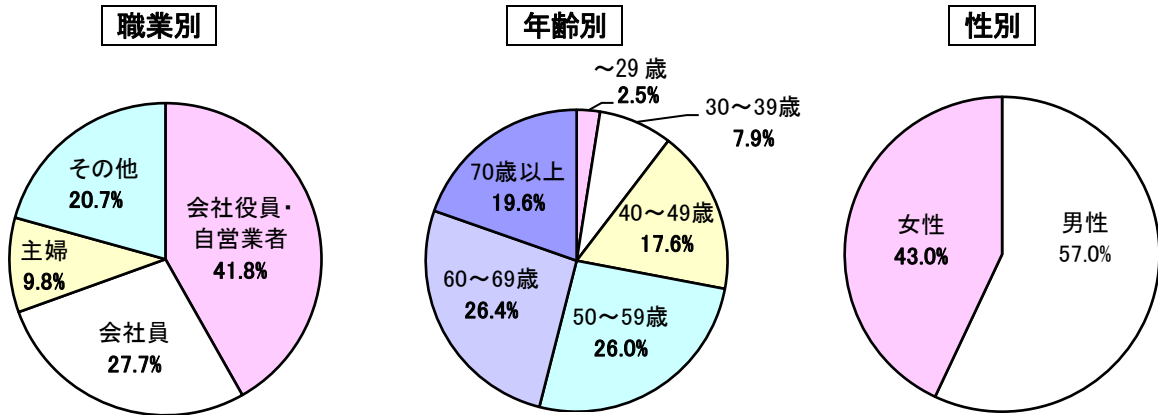
2024 年度「お客さま懇談会」の開催状況	1
「お客さま懇談会」で寄せられた代表的なご意見・ご要望等と当社の対応状況	
【経営全般】	2
1. 当社の契約者配当の考え方について教えてほしい	
2. 金融・保険教育をはじめ、持続可能な社会づくりへの貢献に向けた取組みをさらに強化してほしい	
3. 海外保険事業に関する今後の方向性について教えてほしい	
【営業活動関連】	5
4. MYリンクコーディネーターが行政サービス情報等を案内する取組みについて、詳しく教えてほしい	
5. 契約後の丁寧なアフターフォローなど、お客さまに寄り添った活動を続けてほしい	
6. 担当者変更時の引継指導を含め、MYリンクコーディネーターの知識・対応に差がでないように教育してほしい	
【社会貢献活動関連】	8
7. 「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	
8. 「地域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	
9. 地域に密着したイベント等について、契約者に対してもっと積極的に周知してほしい	
【商品関連】	11
10. 医療技術の進展をふまえたニーズに沿った商品・サービスを充実させてほしい	
11. 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	
12. 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】	14
13. MYほけんページの機能拡充など、WEB手続きの拡充や事務手続きの簡素化をさらに進めてほしい	
14. 高齢者に配慮した対応を拡充してほしい	
【広報活動関連】	16
15. さまざまな広告媒体を通じて効果的なブランドづくりに取り組んでほしい	

2024 年度「お客さま懇談会」の開催状況

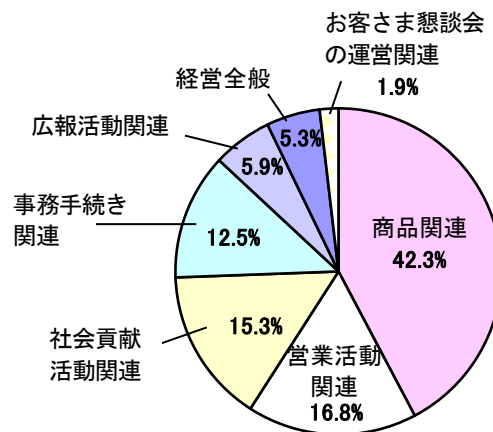
1. 開催状況

開催会場数	出席者数	うち総代	1 会場あたり 平均出席者数	消費生活センター 出席者数
105 会場	2,352 名	108 名	22.4 名	29 名

2. 出席者（2,352 名）の構成



3. 出席者のご意見・ご要望等（7,661 件）の内訳



（単位：件）

内訳	合計
商品関連 商品開発に関するご意見など	3,237
営業活動関連 MYリンクコーディネーターの活動や知識・教育に関するご意見など	1,290
社会貢献活動関連 社会貢献活動や2「大」プロジェクトに関するご意見など	1,174
事務手続き関連 デジタル化や保険金・給付金等の各種お手続きに関するご意見など	959
広報活動関連 CMIに関するご意見など	452
経営全般 健全性や資産運用等の経営全般に関するご意見など	407
お客さま懇談会の運営関連 お客さま懇談会に出席した際のご感想、運営に関するご意見など	142
合 計	7,661

**「お客さま懇談会」で寄せられた
代表的なご意見・ご要望等と当社の対応状況**

【経営全般】

1. 当社の契約者配当の考え方について教えてほしい

当社は相互会社であり、株主が存在せず、ご契約者（無配当保険のみにご加入のご契約者を除く）お一人おひとりが社員（会社の構成員）となります。そのため、事業活動から生じた剰余金は、社員であるご契約者に対して、「社員配当金」としてお支払いしています。

ご契約者のみなさまにご負担いただく保険料は、将来の保険金等のお支払いに加えて、経費等の支出やお預かりした保険料の運用収益を予測したうえで、経済環境の悪化等といったリスクへの備えも考慮して設定していますが、これらの予測に対して、長寿化の進展や経済・金融の動向等といった外部環境の変化のほか、事務の効率化や経費削減といった経営努力により、実績との間に差益が生じる場合があります。これが生命保険事業における主な剰余金であり、利源別に、危険差・費差・利差の3つの要素により構成されています。この剰余金を「社員配当金」としてご契約者にお支払いすることで、ご契約者の保険料負担が実質的に軽減されることになります。また、剰余金の一部は、今後の会社の成長に向けた投資財源や、通常の予測を超えて発生するリスクへの備えのために、内部留保として積み立てています。

当社は、「ご契約者配当に関する方針」を定めており、同方針に基づき、経済価値ベースの健全性指標であるE S Rに応じたご契約者配当のお支払いを行なっています。また、ご契約者のうち、長期間にわたり内部留保の積み立てに特に貢献いただいている保障性商品のご契約者に対して、内部留保の一部から、その貢献度に応じてMYミューチュアル配当をお支払いしています。

2. 金融・保険教育をはじめ、持続可能な社会づくりへの貢献に向けた取組みをさらに強化してほしい

当社は、グループサステナビリティ方針のもと、2「大」プロジェクト等を通じて注力する「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」のほか、「環境保全・気候変動への対応」「こどもの健全育成」「金融サービスへの平等なアクセス確保」「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」等をサステナビリティ経営における優先課題として、取組みを推進・強化しています。

「環境保全・気候変動への対応」では、2024年度から事業者としてのCO₂排出量の削減目標を引き上げるとともに、ネットゼロに向けたロードマップ（移行計画）に沿った取組みを推進しています。また、ポジティブインパクト創出に向けて、Jリーグと「Jリーグ気候アクションパートナー」契約を締結し、森林の再生・保全に係る協働取組みを実施しており、2024年度は山梨県および神奈川県で植樹イベント等を実施いたしました。こうした取組みの結果、CO₂排出量の削減が目標を上回るペースで進捗するとともに、CDP（注）による気候変動調査において、2年連続で最高評価の「Aリスト」企業に選定されています。

「こどもの健全育成」では、金融・保険教育やサッカー教室・バドミントン教室の開催等、次世代を担う子どもたちの健やかな成長とその環境づくりに資するさまざまな取組みを「未来世代応援活動」として推進しています。特に、金融・保険教育については、子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で開催しており、2024年度はのべ2,629校で実施しました。また、まちづくりをテーマにゲームを通して楽しく学ぶ独自のSDGs教育教材「明治安田のハッピータウンメーカー」を開発し、出張授業において活用しています。

「金融サービスへの平等なアクセス確保」では、「ご高齢の方」「障がいのある方」「LGBTQの方」「外国人の方」など、さまざまな特性を持つお客さまのお手続き時の不便を解消する取組みを「みんなにやさしい保険アクセス」として推進しています。2024年度は、LGBTQの方への取組みとして、アウティングの不安により保険会社への接触を躊躇してしまう等の当事者の声をふまえ、安心してお問い合わせいただけるよう、外部の研修を受けた専任担当者が対応する「LGBTQのお客さま向けお問い合わせ窓口」をコミュニケーションセンターに開設しました。

「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」では、重要取組テーマに「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」を設定し、ESG投融資とスチュワードシップ活動を両輪とする責任投資を推進しています。ESG投融資については、特に「インパクトファイナンス拡大」を推進しており、2024年度から2026年度のESG投融資目標額8,000億円に対して、2024年度は約6,000億円（うちインパクトファイナンス約840億円）を実行しています。スチュワードシップ活動においては、重要取組テーマを反映した当社独自の「社内ESG格付」の活用により、対話先企業の選定やESG課題の特定を効率的に行ない、企業価値向上にかかる取組みを後押しする提案型対話に注力しています。

引き続き、こうした取組みを推進し、事業活動を通じて社会的効果（インパクト）を創出することにより、社会課題の解決に貢献してまいります。

（注）CDPは、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

3. 海外保険事業に関する今後の方向性について教えてください

当社は、2024 年 4 月から開始した「MY Mutual Way II 期」において、海外保険事業を「成長ドライバー（成長戦略）」の 1 つと位置づけ、既存事業の強化・安定化とともに先進国を中心とした新規投資に取り組むことで、海外の成長を積極的に取り込み、2026 年度までに海外保険事業によるグループ基礎利益への貢献額を 1,000 億円以上に拡大することをめざしています。

既存事業においては、モニタリング機能の強化や持続的な成長と収益の拡大に向けた各種支援等により、出資先各社の収益力向上・競争力強化を図り、2024 年度の海外保険事業におけるグループ保険料およびグループ基礎利益への貢献額はともに過去最高額となりました。

新規投資においては、2025 年 2 月に英国大手金融サービスグループであるリーガル&ジェネラル社と戦略的業務提携を締結し、同社の米国子会社であるバナーライフ社等の買収に合意しました。また、主要子会社である米国のスタンコープ社を通じて、米国生命保険大手エレバンス・ヘルス社傘下の団体保険事業を営む保険子会社と、米国損害保険大手オールステート社傘下の任意加入型団体保険事業を営む保険子会社等を買収しました（2024 年 4 月、2025 年 4 月にそれぞれ手続き完了）。

今後も、既存事業について安定的かつ高水準な内部成長を図ります。また、新たに買収した事業の統合プロセスを着実に進めるとともに、グループ経営管理態勢のさらなる強化に取り組み、今後も進展が見込める海外の成長を積極的に取り込む予定です。

【営業活動関連】

4. MYリンクコーディネーターが行政サービス情報等を案内する取組みについて、詳しく教えてほしい

当社は、「MYリンクコーディネーター（以下、LC）制度」を2022年4月に創設し、「ひと」と「まち」、「ひと」と「ひと」がつながる機会を提供するコミュニティワーカー活動等を通じて、生命保険会社の役割を超える新たな価値の提供に取り組んでいます。

自治体との連携協定に基づいて取り組んでいる「行政サービス案内」は、コミュニティワーカー活動の中心的な活動であり、お客さま接点の拡大等に繋がる「社会貢献型営業モデル」として位置付けて積極的に取り組んでいます。

具体的には、自治体の了承のもと、生命保険と親和性の高い「健康増進」「子育て」「介護・認知症」「防災・防犯」の4つの分野に関する生活課題をLCがお客さまに確認し、関連する行政サービスをご案内するとともに、がん検診の受診勧奨等を行なっています。また、行政サービスをご案内した後は、自治体に対するお客さまのご意見をヒアリングし、その結果を自治体へフィードバックするなど、地域住民のみなさまの声を自治体に届ける活動も行なっています。

お客さまにご案内する行政サービスは自治体によって異なり、例えば「自治体の健康診断やがん検診の実施情報」「公民館における認知症予防や子育て等をテーマとした定期講座」「地域防災計画や避難場所情報一覧」等があげられます。

2024年度末時点において、637自治体で「行政サービス案内」を展開しており、全社で延べ約380万回実施するとともに、約53万人の方から自治体へのご意見をいただきました。

これらの取組みの結果、自治体に対して行なった当社の取組みに関する満足度調査の総合満足度は約93%となり高い評価をいただくとともに、消費者庁が主催する「消費者志向経営優良事例表彰」において2024年度の「消費者庁長官表彰」（注）を受賞いたしました。

（注）「消費者庁長官表彰」は、2018年度・2022年度の受賞とあわせて、金融機関としては初の三度目の受賞となりました。

5. 契約後の丁寧なアフターフォローなど、お客さまに寄り添った活動を続けてほしい

当社は、「生命保険の真の価値は、保障内容だけではなく、ご加入後の『アフターフォロー』によって生み出される」と考えており、MYリンクコーディネーター（以下、LC）によるコンサルティング販売とアフターフォローに取り組んでいます。

具体的には、お客さまに対して均質なアフターフォローを提供することを目的として、担当のLCがご契約内容の定期点検を毎年実施する活動を「契約応当日活動」として標準化し、主力商品にご加入のお客さまにとって必要な保障の最新化・最適化にかかるご案内や、社会保障制度のご案内等を行っています。

また、「契約応当日活動」の実効性を高めるため、「明治安田のアフターフォローパンフレット」によるお客さまへの本活動の周知や、LCに対する本活動の意義・必要性の教育等を繰り返し行なっています。

そのほか、お客さまへの年複数回のアクセスを通じた信頼関係の強化を企図し、誕生日等の節目に応じた活動も強化しています。

今後も、お客さま一人ひとりに寄り添ったアフターフォローのご提供に取り組んでまいります。

6. 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

当社では、MYリンクコーディネーター（以下、LC）がお客さまに均質なサービスを提供できるよう、さまざまな取組みを行なっています。

LCに対する教育については、全層教育と層別教育を行っており、全LCを対象に社内検定試験を毎年実施することで知識・スキルの理解・習得度の確認を行ない、その結果を処遇に反映させています。

全層教育では、お客さまへの応対に最低限必要な知識・スキルの習得を目的として、全LCを対象に、本社から配信する動画教材と機関誌による教育を実施しています。また、層別教育では、お客さまにわかりやすいご説明ができるよう、主に入社後5年以内のLCを資格別に区分のうえ教育を実施しています。なお、2024年10月から、LC一人ひとりが学習すべきカリキュラムを個別に表示するとともに、受講状況が一目でわかる、新たな教育基盤「まなびシステム」を展開しております。

LCの退社等に伴い、お客さまの担当者が変更となる場合には、後任を速やかに設定し、新担当者からの突然の連絡・訪問とならないよう、本社から担当引継のご挨拶状を事前に送付させていただいております。また、新担当者に対しても、お客さまのご意向に沿って事前にアポイントを取得のうえ、担当引継のご挨拶を行なうよう、継続的に教育・指導を行なっています。

LCの知識・対応に差が出ないよう、お客さま応対品質の確保に向けた教育等に引き続き取り組んでまいります。

7. 「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ください

「みんなの健活プロジェクト」では、定期的な“けんしん”（注1）受診を後押しする「商品」、疾病予防や健康増進に役立つ「サービス」、行動変容のきっかけとなる「アクション」のご提供を通じて、“けんしん”と予防の健康改善サイクルの継続を後押ししています。

「商品」については、2024年4月から毎年の健康診断結果に応じて保険料相当額をキャッシュバックする「ベストスタイル 健康キャッシュバック」において、お客さまが健康改善の取組みの効果をより実感しやすくするため、キャッシュバックランクを3段階から5段階に細分化し、キャッシュバック金額を最大1.1ヵ月分に増額しました。

「サービス」については、ご提出いただいた健康診断データをもとに「健活年齢」（注2）（2023年度までは、「健康年齢®」（注3））や疾病リスク予測等をまとめた「MY健活レポート」により、一人ひとりのお客さまのリスク等を可視化し、提供しています。また、MYリンクコーディネーターが、お客さまに対し、健康診断・がん検診の受診勧奨や健康診断結果の提出案内、「MY健活レポート」の閲覧案内を行なう「健活サポート活動」を実施しています。加えて、2025年1月から「ベストスタイル 健康キャッシュバック 循環器病 対策Pro」（注4）を販売し、「循環器病」の進行（重症化）予防段階における「明治安田血管レポート」のご提供や、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。

「アクション」については、地元のJクラブ選手などと楽しみながら一緒に歩く「Jリーグウォーキング」や、お客さまが先進健康測定機器を使って気軽にご自身の健康状態等をチェックできる「明治安田の健康チェック」等を全国で開催しています。加えて、2024年4月から、お客さまごとの特性にあわせ、興味を持ちやすく継続しやすい最適な生活習慣の目標をAIが提案する機能の提供や、楽しく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」（注5）の全国展開など、コンテンツを拡充しています。

そのほか、企業・団体のお客さまの健康経営支援にも取り組んでおり、がんの予防・早期発見およびがん罹患後の復職支援に対応した商品・サービス等を提供しています。

これらの取組みにより、2024年度末時点では、健活商品（注6）の累計販売件数は171.1万件に達しているほか、「健康年齢®」と実年齢の差である「健康年齢差」は、加入5年目で1.4歳改善しており、加入期間が長いほど改善するという効果が現れています。

今後も、生命保険会社の従来の役割である「保障とアフターフォローの提供」を大切にしながら、さらに役割を拡大するため、お客さまのQOL向上に資する新しい保険商品・サービス等の開発・提供に取り組んでまいります。

（注1）「けんしん」には、定期健康診断・特定健診等の「健診」のほか、がん検診等の「検診」を含む

（注2）長年にわたり蓄積してきた当社商品にご加入のお客さまの医療ビッグデータに基づいて開発したAI予測モデルによる、一人ひとりの総合的な健康状態を年齢で表した、当社オリジナルの指標

（注3）健康診断結果をもとに算出する総合的な健康状態の指標。「健康年齢®」は株式会社JMDの登録商標

（注4）「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

（注5）国立大学法人弘前大学が約20年にわたる地域住民を対象とした健康増進プロジェクトと、独自の研究をもとに開発した「QOL健診」をベースに、当社版にアレンジした健康啓発型イベント。なお、「QOL健診」は弘前大学の登録商標

（注6）「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 MC I プラス」、「認知症ケア」、「認知症ケア MC I プラス」、「循環器病 対策Pro」

8. 「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

当社は、「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」への貢献をめざす「地元の元気プロジェクト」を2020年度から展開しており、「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点に資するコンテンツを提供しています。

「地域のみなさまの心身の健康保持・増進」については、自治体等との協働による血管年齢や野菜摂取量を測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」の開催、Jリーグ・日本女子プロゴルフ協会（以下、JLPGA）との協働を通じた、地域のみなさまと一緒にスポーツを観て、応援して、楽しむコミュニティづくり、認知症予防等に効果があるとされる「健康マージャン」や、塗り絵を活用した「明治安田大人の塗り絵コンクール」の開催、公民館等における健康・介護等をテーマとした定期学習講座の提供等を実施しています。

「未来世代の応援を通じた持続可能な社会の実現」については、「未来世代応援活動」を展開し、当社企業タレントの三浦知良選手や、パートナー契約を締結しているJリーグ・JLPGA、日本バドミントン協会との協働により、スポーツイベント等を開催し、未来世代を担うこどもたちの健全育成に取り組んでいます。また、地元での職業選択や夢を描くきっかけとなる「こどもシゴト博」の開催、地域のお祭りへの協賛金の拠出や準備部会・当日の運営ボランティアへの参加、アスリートを紹介するテレビ番組の提供等により地元の若手アスリートと一緒に応援する「地元アスリート応援プログラム」の推進、小・中・高校生を対象とした「保険」や「お金」に関する出張授業の開催等も実施しています。

「地域を支える企業・団体の持続的成長」については、協会けんぽ支部との協働等を通じた地元企業の健康経営のサポートのほか、法人営業分野では、SDGsの達成に向けた企業の取組みのサポートを目的に、企業のESGの取組状況をスコア化する「ESG評価サービス」を提供しています。

また、これらの取組みを支える4つの活動として、自治体との連携協定に基づいた「地域のみなさま向けのイベント開催や情報提供活動」、自治体と協働したMYリンクコーディネーターによる「行政サービス案内」、従業員がゆかりのある地域を選んで行なう募金に会社が上乗せして寄付を実施する「私の地元応援募金」、個別の地域における「産官学との協業」も行なっています。

なお、本プロジェクトの本格展開から2024年度で5年間が経過し、健康増進など地域課題の解決を目的とした自治体との連携協定の締結数は1,079自治体まで拡大しました。さらに、本プロジェクトへの累計参加者数は1,900万人を超えています。

2025年度からは、本プロジェクトの取組みを通じて、日本人口の約10人に1人（約1,000万人）と継続的に接点を持てるよう取り組むとともに、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等にもとづき、さらなる取組みの拡大を図ってまいります。

9. 地域に密着したイベント等について、契約者に対してもっと積極的に周知してほしい

当社が自治体等と協働して実施する各種イベントは、各支社単位で自治体等に働きかけを行ない、ホームページ・広報誌等へ掲載いただくことで広くお知らせを行なっているほか、自治体の了承のもと、当社作成のチラシを活用して、MYリンクコーディネーター（以下、LC）が地域のみなさまにご案内する取組みも行なっています。

イベントの案内はLCによるアフターフォローの活動として行っており、その開催結果等は支社ごとに年2回作成する「わがまちインフォ」をお届けし、ご報告しています。

そのほか、テレビ・新聞・ラジオ等の各種メディアでイベントを積極的に取りあげていただけるよう、本社・地域本部・地域リレーション本部・支社が連携を取りながら働きかけを行なっています。こうした取組みの結果、地方紙の「当社に対する好意的な報道」は、5年連続で大手生保4社中トップの報道件数（注）となっています。

地域に密着したイベント情報等をより多くの地域のみなさまにお届けできるよう、引き続き自治体等と連携を取りながら取り組んでまいります。

（注）デスクワン社のデータに基づいた当社による集計結果（2024年度累計の当社報道件数2,751件）

【商品関連】

10. 医療技術の進展をふまえたニーズに沿った商品・サービスを充実させてほしい

「人生100年時代」において、社会全体の「健康」に関する意識・意欲が高まっているなか、お客さまの健康増進やQOL向上に貢献できるよう、商品・サービスの充実に努めています。

具体的には、総合保障型商品「ベストスタイル」では、医療技術の進展をふまえた新たな治療方法等による先進医療を保障する「先進医療保障特約」や、がんの自費診療による薬物治療を保障する「特定自費診療がん薬物治療保障特約」等の特約をラインアップしています。

また、「ベストスタイル」では、お客さまの健康増進に向けた取組みをサポートする「健康サポート・キャッシュバック」を行っており、お客さまの取組意識をいっそう高め、健康改善効果を実感いただくため、キャッシュバックランクを3段階から5段階に細分化し、魅力度を向上させた「健康サポート・キャッシュバック特約（2024）」（注1）を2024年4月に発売しました。

加えて、お客さまのQOL向上のため、2025年1月には、「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た「保障」と「サービス」を組み合わせ提供する新特約「ベストスタイル 健康キャッシュバック 循環器病 対策Pro」（注2）を発売しました。

今後も医療環境・社会環境の動向を注視するとともにお客さまのニーズを的確に把握しつつ、商品ラインアップおよびサービスの維持・拡充を図り、社会的価値の提供に努めてまいります。

（注1）保険料のキャッシュバック金額の改定

改定前			改定後	
健康サポート・キャッシュバック特約（2021）以前			健康サポート・キャッシュバック特約（2024）	
ランク	キャッシュバック金額		ランク	キャッシュバック金額
ランク 1	保険料（※）	UP	ランク 1	1.1 カ月分相当
	1.0 カ月分相当	→	ランク 2	1.0 カ月分相当
ランク 2	0.5 カ月分相当	→	ランク 3	0.5 カ月分相当
ランク 3	0.1 カ月分相当	UP	ランク 4	0.3 カ月分相当
		→	ランク 5	0.1 カ月分相当

（※）保険年度末におけるキャッシュバック対象特約の月掛保険料の合計額

（注2）「循環器病 対策Pro」サービスは、循環器病の進行（重症化）予防から健康状態の変化に応じて活用いただけるサービスです。詳細は以下のリンク先から参照ください。

循環器病 対策
Pro サービス



11. 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

日本銀行が 2024 年 3 月にマイナス金利を解除して以降、国内金利が上昇傾向にあるなか、当社では、お客さまの長期の資産形成ニーズにお応えするため、貯蓄性商品について、ラインアップの拡充、および既存商品の予定利率の見直しにより魅力度向上を図っています。

MYリンクコーディネーターチャンネルにおいては、2024 年 10 月に、将来の金利上昇を受取率に反映できる「明治安田の長期運用年金」を発売しました。本商品は、契約日から 15 年経過後の市場金利の情勢をふまえた「予定利率の更新」や、市場金利の上昇分を還元する「金利キャッチアップ配当」により、金利上昇局面において年金受取額の増加を期待いただける仕組みとしました。

2025 年 4 月には、保険期間中にお受け取りいただく死亡保険金・解約返戻金の額を抑え、あらかじめ「満期保険金」のお受取額を大きくする仕組みとした「円貨建・明治安田の一時払養老保険」「外貨建・明治安田の一時払養老保険」を発売しました。また、ご契約当初から充実した「死亡保障」をご準備いただくことができる「円貨建・明治安田の一時払終身保険」「外貨建・明治安田の一時払終身保険」も発売しました。

加えて、国内金利の上昇をふまえ、2025 年 1 月に、「明治安田生命つみたて学資」、「明治安田生命じぶんの積立」の予定利率を引き上げました。「明治安田生命つみたて学資」については、2025 年 3 月に予定利率をさらに引き上げています。

金融機関窓口販売チャンネルにおいては、2024 年 10 月に、契約日から 2 年間死亡保険金を抑えることで、2 年経過後の死亡保障が大きく増加する一時払終身保険「円貨建・エブリバディプラス」(注)を発売しました。

2025 年 4 月には、まとまった資金を長期（10 年目安）にわたり増やすことができる一時払終身保険「円貨建・エブリバディプラス（ふやすタイプ）」を発売しました。

これからも金利動向をふまえつつ、よりいっそう魅力的な商品のご提供に努めてまいります。

(注) 2025 年 4 月から「円貨建・エブリバディプラス（そなえるタイプ）」に販売名称を変更しています。

商品一覧



12. 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

当社では、ライフステージ、加入目的、財産状況等に応じて、お客さまにあった保障をお選びいただけるよう、様々なニーズに対応した商品を提供しています。

具体的には、公的年金など収入が一定で、ライフステージの変化が一般的に小さいセカンドライフ世代の方には、保険料が変わらずに保障が一生継続する「終身型」商品を提供しています。

また、結婚やお子さまの誕生など、ライフステージの変化が一般的に大きい若年層・保障中核層の方には、アフターフォローを通じて変化に対応した「最適・最新の保障」に見直しを行なうことができるよう、「更新型」商品を提供しています。

「終身型」商品については、がんの様々な治療を幅広く保障する「明治安田のしっかりそなえるがん終身保険」、認知症と軽度認知障害に備える「いまから認知症保険MC I プラス」に加え、「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た「保障」と「サービス」を組み合わせ提供する「循環器病 対策 P r o」を発売しました。

「更新型」商品については、「病気・ケガ」「重い病気」「就業不能」「万一の場合」への備えとして豊富な特約をラインアップしている総合保障型商品「ベストスタイル」を提供しています。本商品においては、お客さまの健康増進をサポートする「ベストスタイル 健康キャッシュバック」を行っており、お客さまの取組み意識をいっそう高め、健康改善効果を実感いただくため、キャッシュバックランクを3段階から5段階に細分化し、魅力度を向上させた「健康サポート・キャッシュバック特約（2024）」を2024年4月に発売しました。

加えて、若年層向け商品として、保険未加入者の増加や保険加入ニーズの多様化等をふまえ、2016年10月に「かんたん」「小口」「わかりやすい」を特長とする「ライト！シリーズ」を創設し、1口5,000円から加入できる積立保険「明治安田生命じぶんの積立」や、保障をケガに限定した「明治安田のケガほけん」等、お客さまのライフスタイルに寄り添った商品を順次投入し、現在8商品をラインアップしています。

今後も、世代別のニーズや保険加入ニーズの多様化等をふまえた商品の充実に努めてまいります。

【事務手続き関連】

13. MYほけんページの機能拡充など、WEB手続きの拡充や事務手続きの簡素化をさらに進めてほしい

当社は、タブレット型営業端末「マイスタープラス」や営業用スマートフォン「MYフォン」およびお客さま専用WEBサイト「MYほけんページ」を活用したお手続きのデジタル化・WEB化等を進め、ペーパーレス化とあわせて、お客さまのさらなる利便性向上に努めています。

「対面」でのご契約等のお申込み、保険金や給付金のお支払い等の各種お手続きにおいては、「マイスタープラス」「MYフォン」の活用によって、お手続き完了までの時間短縮や必要項目の記入漏れ防止、提出書類のカメラ撮影による提出等を実現しています。2023年度からは、ご契約の更新手続きや生活サポート終身年金・終身サポート年金のお支払い開始後の現況確認についても「マイスタープラス」による電子手続きを開始しています。

あわせて、コロナ禍を契機とした「非対面」ニーズの高まりにもお応えするため、「MYほけんページ」にて完結可能なお手続き範囲を拡大しています。2023年度に「保険金受取人等の変更」「営業職員扱いの解約」を追加したほか、2024年度からは保障性商品の2回目以降の保険料のクレジットカード払いへの変更手続きも開始しました。

また、お客さまご自身による「MYほけんページ」上のお手続きを円滑化する観点から、当社担当がお手続きに必要な情報を事前に「マイスタープラス」に入力し、お客さまの「MYほけんページ」へ転送する「“自分で”MY簡単サポート～かんサポ～」を展開しています。これにより、お客さまは「MYほけんページ」を通じてご請求内容を確認し、提出書類の撮影およびアップロードを行なうだけで、お手続きを簡便に完了できます。

そのほか、お手続きに係る提出書類・経路の簡素化にも継続して取り組んでいます。特に給付金の請求手続きにおいては、診断書をご準備いただくことなく請求ができる「簡易請求手続き」の割合を9割まで拡大しています。総合保障商品「ベストスタイル」の健康キャッシュバックに必要な健康診断結果のご提出についても、お客さまのご要望に応じて提出経路を選択いただけるよう、LINEで提出する機能を追加しています。

加えて、事務手続きの簡素化を超えたデジタル化による「事務（請求・手続き）レス」の実現を企図し、マイナンバー制度（公的個人認証サービス）を活用した新たなサービスの開発・提供にも取り組んでいます。具体的には、公的個人認証サービスを通じて得られるマイナンバーカードの有効情報から対象者の生存を判断し、年金の受け取りに係る毎年の生存確認手続きを省略する「年金自動支払サービス」や、マイナンバーカードの有効・失効情報を活用した「死亡保険金の請求案内」に加え、2024年6月からは、マイナンバーカードにおける住所・氏名等の情報を活用した「自動住所変更・氏名変更のご案内サービス」や、マイナポータルに収録された健診結果情報により健康サポート・キャッシュバックの判定等を行なう「マイナで“けんしん”提出サービス」も展開しています。

今後も引き続き「事務（請求・手続き）レス」の実現によるお客さまのさらなる利便性向上に取り組んでまいります。

14. 高齢者に配慮した対応を拡充してほしい

当社は、超高齢社会の進展をはじめとする社会環境の変化を的確にとらえ、お客さま一人ひとりのご意向にあわせたサポート態勢の構築をめざし、ご高齢の方をはじめ、さまざまな特性をお持ちのお客さまのご不便を解消する取組みを「みんなにやさしい保険アクセス」（金融包摂の取組み）として推進しています。そのなかでも、ご高齢のお客さまに配慮した具体的な対応として、「3 つのアフターフォロー」およびその持続的な向上に取り組んでいます。

1 つ目の取組みとして、当社からの通知物が到着しない場合や大規模災害時など、ご契約者と連絡が取れない場合に、あらかじめ登録いただいたご家族等の連絡先（第二連絡先）を通じてご契約者の最新の連絡先を確認する「MY安心ファミリー登録制度」を実施しています。また、2023 年 6 月からは、ご契約者が認知症等によってご自身でご契約に関する手続きができなくなる場合に備え、ご契約者があらかじめ指定した「保険契約者代理人」に契約情報の開示を行なうとともに、ご契約者がお手続きできない場合に、ご契約者に代わって所定のお手続きを行なうことを可能とする「契約者手続きサポート制度」をご提供しています。

2 つ目の取組みとして、お客さまからのお申し出がなくても、お忘れのご請求がないか能動的に確認する「請求確認」と、その前提となる「連絡先確認」について、77 歳（喜寿）や 90 歳（卒寿）等の長寿の節目を迎えられるお客さまにご案内し、その後のお手続きまでサポートする「MY長寿ご契約点検制度」に取り組んでいます。

3 つ目の取組みとして、加齢等に伴う視力・聴力の低下等によりご自身によるお手続きが難しいお客さまを当社職員による代筆等でサポートする「MYアシスト+（プラス）」制度を展開しています。当制度の登録者は専任担当がお電話や専用メールでサポートする「アシスト・デスク」も利用可能であり、2024 年度末時点で 3,200 名を超えるお客さまにご登録いただいています。

加えて、当社職員が地域貢献活動で伺った「聴こえにくさに悩む方は電話にも出ず、社会との交流がなくなる傾向にある」との声に着想を得て発案・製品化された、聴こえにくさに悩む方との“声の架け橋”となる電話音声明瞭器「サウンドアーチ」約 100 台を、コミュニケーションセンターに設置しています。また、聴こえにくさ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自治体への順次寄贈（2024 年度末現在：902 自治体）を行なってまいりましたが、全国の「地域包括支援センター」にも寄贈先を拡大してまいります（2025 年度末までに約 450 ヶ所に設置予定）。

全国すべての営業所等に配置している「事務サービス・コンシェルジュ」による訪問型のお手続きのサポートを通じた丁寧な対応も含め、今後も引き続きご高齢のお客さまに寄り添ったサービスの提供に努めてまいります。

15. さまざまな広告媒体を通じて効果的なブランドづくりに取り組んでほしい

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。これまでに、2「大」プロジェクトやJリーグ・JLPGAとの取組みを中心に、環境保全やこどもの健全育成等の持続可能な社会づくりへの貢献、MYリンクコーディネーター（以下、LC）の活動等、当社ならではの社会貢献性の高い取組みを訴求してまいりました。

2024年1月には、「保障とアフターフォローの提供」という役割を大切にしながら、従来の生命保険会社の役割を超えて、「健康寿命の延伸」と「地方創生の推進」に向けた新たな役割発揮をしていくことへの決意を込めて、ブランド通称を「明治安田生命」から「明治安田」としました。あわせて、当社がめざす姿「ひとに健康を、まちに元気を。」の世界を端的な物語にまとめた「明治安田ブランドステートメント」を制定するとともに、コーポレートロゴの改正や、企業タレントの新起用および企業キャラクターの新設を行ないました。

また、ブランド体験の場として、「地元のひとが元気になる空間」をコンセプトに、全国各地の当社主要ビル（自社ビル）を活用し、「明治安田ヴィレッジ」を展開しています。Jリーグ・JLPGAとの協働では、Jリーグ全クラブ等とともに取り組む社会連携活動「シャレン！で献血」「シャレン！でかるしお」の展開や、「明治安田×JLPGA」健康チェックブースの出展等、いっそう連携を強化し、さらなる社会的価値の創出をめざしています。

こうした取組みを訴求していくにあたり、LCによる情報提供や、テレビCM・全国紙広告・地方メディア（ローカル局や地方紙広告等）などのマスメディアの活用に加えて、当社ホームページやブランドサイト、SNSのオウンドメディアを活用した重層的な情報発信に取り組んでいます。SNSでは、共感と拡散機能が高いと期待されるX・Instagram・LINEを活用し、当社ブランドを重点的に伝達する対象層としている女性層のアクセス数拡大をめざしてまいります。

このようなブランドイメージ浸透に向けた取組みの効果は、当社実施の「企業認知度・好感度調査」により確認しています。調査結果からは、当社の企業認知度が高い水準を維持していることや、企業好感度が長期的に見て着実に向上していること、健康増進や地域貢献に取り組んでいるというイメージの浸透が着実に図られていることが確認されており、当社のブランドイメージ浸透に向けたこれまでの取組みは、みなさまから一定程度評価いただいているものと認識しています。

これからも、当社ブランドイメージ「ひとに健康を、まちに元気を。」のさらなる訴求を図り、お客さまに選ばれ続ける強固な明治安田ブランドを確立してまいります。