

目 次

ページ

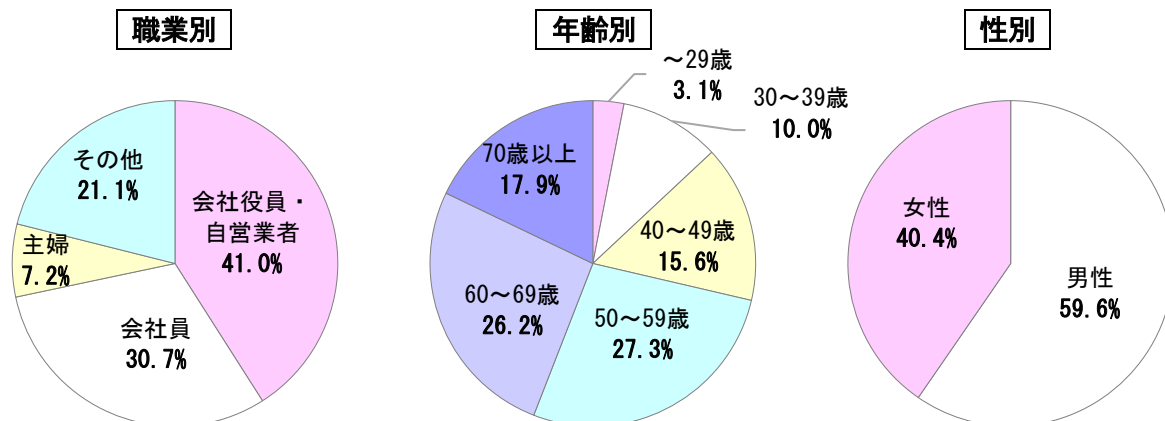
2025 年度「お客さま懇談会」の開催状況	1
「お客さま懇談会」で寄せられた代表的なご意見・ご要望等と当社の対応状況	
【経営全般】	2
1. 当社の契約者配当の考え方について教えてほしい	
2. 不安定な金融環境のなか、当社の資産運用方針について教えてほしい	
3. 海外保険事業に関する今後の方向性について教えてほしい	
4. イオングループとの協業に関する今後の方向性について教えてほしい	
【営業活動関連】	6
5. デジタルが進化していくなかでも、対面のアフターフォローなど、「ひと」による丁寧なサービスを継続してほしい	
6. 担当者変更時の引継指導を含め、MYリンクコーディネーターの知識・対応に差がでないように教育してほしい	
7. 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】	9
8. 「みんなの健活プロジェクト」の具体的な取り組みや実施状況について教えてほしい	
9. 「地元の元気プロジェクト」の具体的な取り組みや実施状況について教えてほしい	
10. 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】	12
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. 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	
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	

2025 年度「お客さま懇談会」の開催状況

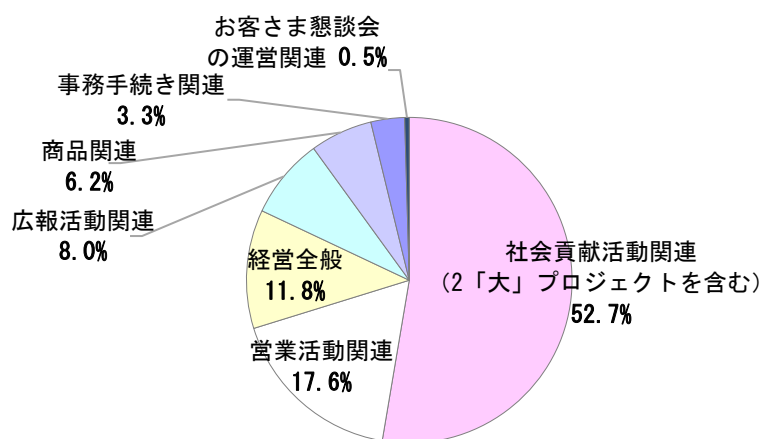
1. 開催状況

開催会場数	出席者数	1会場あたり 平均出席者数		消費生活センター 出席者数
		うち総代		
105 会場	2,409 名	120 名	22.9 名	27 名

2. 出席者（2,409名）の構成



3. 出席者のご意見・ご要望等（8,217件）の内訳



(単位：件)

内訳	合計
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	4,327
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	1,443
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	969
広報活動関連 CMIに関するご意見など	657
商品関連 商品開発に関するご意見など	509
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	275
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	37
合 計	8,217

**「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となります。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、通常の前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ESR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。

今後もグループベースでの持続的な成長を実現し、「成長と還元の好循環」を進めてまいります。

2. 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

当社は、2024年4月から開始した「MY Mutual Way II期」において、資産運用を「成長ドライバー（成長戦略）」の一つと位置づけ、「経済的価値の向上」と「社会的価値の創出」の両立に向けて、「総合収益力の強化」と「責任投資の強化」、およびこれらを支える「資産運用基盤の高度化」「資産運用事務サービス態勢の強化」を推進しています。

足元では、中東における軍事衝突による世界経済への影響が懸念されるなか、主要国の金融政策は方向性が見極めが必要な段階にあるなど、金融環境は不確実性の高い状況が継続しています。このような環境下、総合収益力の強化に向けては、健全性の確保を前提として、マーケットの変化を捉えた機動的なアロケーションと為替ヘッジポジションのコントロールを実施しています。特に、昨今の国内金利の上昇をうけ、円建債券ポートフォリオの収益力向上と健全化を推進しています。

加えて、過度なリスクを取らないよう、健全性の確保を前提として、適切なリスクモニタリングのもと、プライベートアセットやストラクチャードファイナンス等の海外投融資を拡大するほか、米国運用拠点の投資機能の拡充や態勢の強化等を通じ、海外資産のインハウス運用を強化することで海外の成長力を積極的に取り込む予定です。

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

海外保険事業は、海外の高い成長を取り込み、その収益をお客さまへ持続的・安定的に還元することをめざしています。

2024年4月に開始した「MY Mutual Way II期」において、海外保険事業を当社の「成長ドライバー（成長戦略）」の一つに位置づけました。

2025年度は、米国において、スタンコープ社を通じた買収で拡充した団体保険事業に、2026年2月に買収完了したバナーライフ社の個人保険事業が加わり、団体保険・個人保険両軸による強固な事業基盤が確立しました。保険料等収入および業務利益相当額は、いずれも過去最高を更新し、海外保険事業の当社収益の中核化に向けて大きく前進した年になりました。

2026年度は、既存事業の拡充と新規投資の推進により、さらなる成長を実現していきます。

既存事業については、米国では収入保険料拡大に向け、スタンコープ社における新営業組織による販売強化、バナーライフ社における販売チャネル拡大に重点的に取り組みます。また、アジアのタイライフ社においては収益力向上を企図し、当社知見を活用した保障性新商品の拡販に注力していきます。

新規投資については、米国における事業基盤強化に向け、バナーライフ社においてもM&A推進態勢を整備し、スタンコープ社・バナーライフ社の両社を通じた買収検討を推進します。同時に、アジアにおいても新規投資調査を加速させていきます。

また、海外保険事業の拡充に伴い、国際的な金融システムの安定化等に資するより高い規制・管理が求められるIAIG（国際的に活動する保険グループ）への指定も想定し、海外保険グループ経営管理態勢のさらなる高度化に向けた取組みを加速してまいります。

4. 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ください

当社は、2030年にめざす姿を『ひとに健康を、まちに元気を。』最も身近なリーディング生保へ」とし、お客さまの健康づくりや地域活性化に向けた取組みを進めております。イオングループも同様に、健康と地域をテーマとした取組みを展開していることから、両社のめざす方向性には高い親和性があると考え、2025年3月21日に包括的パートナーシップ契約を締結いたしました。本提携により、当社とイオングループがそれぞれ有する強みを活かし、健康増進・地域活性化に資する多様な提供価値を共創することで、「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」の実現をめざしています。

包括的パートナーシップ契約の初年度である2025年度は、イオングループの各店舗（イオンモール、総合スーパー、ウエルシア等）での健康増進イベントを中心に協業施策を展開しました。2025年度は約30店舗で先行的に展開してまいりましたが、2026年度は全国約220店舗へ拡大し、より多くのお客さまにご参加いただけるよう取り組んでまいります。

また、イオンフィナンシャルサービスと当社による提携クレジットカードの発行を2027年上期に計画しております。イオングループや当社のお客さまにメリットのある特典等を付帯できるよう両社で検討を進めており、発行開始後は当社の全国約3.7万人のMYリンクコーディネーターが、当社のお客さまを中心にご案内する予定です。

今後は、これらの取組みにとどまらず、両社でめざす協業の姿の実現に向けて、引き続き幅広い分野で連携を検討・推進してまいります。

【営業活動関連】

5. 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

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なっています。

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、お客さまへの対応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」を展開しています。

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に、お客さま対応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. 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

当社は「金融サービス提供法」に基づき、勧誘方針として「販売・サービス方針」を制定し、社外公表しています。

当該方針では「最適な商品の提供と適切な商品説明」を掲げており、お客さまのライフステージや加入目的、財産状況等に応じた最適な商品をご提案するコンサルティングサービスに努め、商品およびリスクの内容について十分ご説明する等、適切な募集に努めることを定めています。

また、「お客さま本位の販売」、「ご加入後のお客さまサービスの充実」について定めているほか、教育の実施や情報管理、法令遵守や犯罪への対応等、当該方針に基づき、保険募集を始めとする業務の適正を確保することにより、お客さまの信頼にお応えできるよう努めます。

当社は募集コンプライアンス違反の根絶に向けて、明治安田フィロソフィーの浸透やコンプライアンス教育による組織風土の醸成をめざし、不適正が発生した際には「未然防止」「検知」「対処」の各局面における再発防止策を策定し、実効性の検証を図ることでPDCA運営を強化してきました。

しかしながら、2025年12月に公表しました重大な金銭詐取事案が発覚し、悪質性の高い事案への対策のよりいっそうの強化が必要であると認識しており、再発防止策を講じることでコンプライアンス態勢を強化いたします。また、MYリンクコーディネーター（以下、LC）は現金を取り扱わないことや具体的な金銭詐取事例を掲載した文書を「明治安田からのお知らせ」に同封することに加えてLCがその文書を持参して対面でご説明することで、お客さまへの注意喚起を強化してまいります。

8. 「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

「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、2025年1月から「循環器病 対策Pro」を販売し、「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ています。

「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）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、「循環器病 対策Pro」にご加入のお客さま専用のサービスとして、ご提出いただいた健康診断結果をもとに、血管の状態や循環器病の発症リスクを予測する「明治安田血管レポート」など、さまざまなサービスをご提供しています。加えて、2025年8月に都立駒込病院と包括連携協定を締結し、同病院のがんの専門医と対面または電話で相談できる「明治安田のがん相談窓口」や、同病院のがん専門医が執筆したがんの基礎知識や先進的な取組み等を掲載した「明治安田のがん情報サイト」のご提供を2025年12月から開始しました。

「アクション」については、お客さまが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」の一環として、2024年4月から「QOL健診 明治安田×弘前大学」（注3）を全国で開催しています。また、脳の活性化を通じた健康づくりを支援する取組みとして、河出書房新社の「大人の塗り絵」コンテンツを使用した「明治安田大人の塗り絵コンクール」や、一般社団法人日本健康麻将協会との協働のもと、認知症・フレイル予防への効果や地域コミュニティの活性化が期待される「健康マーじゃん」イベントを2024年度から開催するなど、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、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する「健活分析レポート」を提供するなど、企業・団体の健康経営®（注4）・データヘルスを支援しています。

これらの取組みにより、2025年度末時点では、健活商品（注5）の累計販売件数は約193万件に達しているほか、「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」と実年齢の差は、加入後6年経過時点において-2.0歳となり、同性・同年代と比べて入院等の可能性が低いことが分かりました。

今後も、生命保険会社の従来役割である「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）国立大学法人弘前大学が独自の研究をもとに開発した「QOL健診」をベースに、明治安田と弘前大学の共同研究成果をふまえ、明治安田版にアレンジした健康啓発型イベント

（注4）健康経営®は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です

（注5）「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」

9. 「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。その結果、当社が実施した「企業認知度・好感度調査」において「地域貢献イメージ浸透度」が良好な結果となるなど、地域貢献に関する効果を確認できました。

「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、未来世代を担うこどもたちの健全育成に向けて、「未来世代応援活動」を展開し、Jリーグ・JLPGA、日本バドミントン協会等との協働によるスポーツイベント等の開催、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、地元の若手アスリートを一緒に応援する「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を実施しています。さらに、試合に出る機会の少ない小学3年生以下向けのU-9サッカー大会を市区町村のサッカー協会やJクラブと協働で組成しています。

「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をしているほか、明治安田協力会を通じて地域に所在する同業の企業・団体との交流を促進しており、2025年度で約2,200企業が会員企業となっています。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、地元企業との関係を深めていくため、商工会議所への入会支援制度を拡大しています。

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乘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2025年度で6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1,138自治体まで拡大しました。さらに、本プロジェクトへの2025年度の累計参加者数は1,000万人を超えています。

2026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1,200万人）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。

10. 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

自治体やJクラブ等と協働して実施する各種イベントにおいては、各協働先の下承を得たうえで、MYリンクコーディネーター（以下、LC）が当社作成のチラシを既契約者のみなさまや地域のみなさまにご案内しています。

また、各支社単位で協働先と協議し、ホームページや広報誌等に掲載いただくことで、当社と接点をお持ちでないみなさまも含め、イベントを幅広く周知しています。

加えて、お客さまへのご案内活動の高度化に向けて、2025年12月には、AIがお客さまの趣味や関心ごとに紐づくおすすめイベントをLCに提示する機能を展開しています。

地域に密着したイベント等について、事前に分かりやすく周知できるよう、自治体やJクラブ等の協働先との連携をよりいっそう緊密化してまいります。

【商品関連】

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

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の取扱いにおいては、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11月に「明治安田のつみたて学資」「明治安田の長期運用年金」、2026年5月に「明治安田生命じぶんの積立」「明治安田の長期運用年金」の予定利率を引き上げています。

金融機関窓口販売の取扱いにおいては、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。

現在は、お客さまの資産形成ポートフォリオにおける長期的・安定的な部分を担う商品の開発に力を入れています。

今後、「貯蓄から投資へ」の流れのなか、一般の商品と比べてハイリスク・ハイリターンとなる商品のほか、短期的に運用できる商品などを含め、幅広く調査・研究に努め、よりいっそう魅力的な商品の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

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、ライフステージや加入目的等に応じて、お客さまにあった保障をお選びいただけるよう、さまざまなニーズに対応した商品を提供しています。

具体的には、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。

また、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。

若年層・保障中核層の方向けの「更新型」商品としては、「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「健康サポート・キャッシュバック特約」を搭載しており、健康診断結果により毎年判定する「キャッシュバックランク」に応じて、保険料の一部をお返しする仕組みを通じ、お客さまの健康増進の取組みをサポートしています。2024年4月には、健康改善効果をより実感いただけるよう、従来3段階であったキャッシュバックランクを5段階に細分化しました。

セカンドライフ世代の方向けの「終身型」商品としては、例えば、がんのさまざま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」や、がんと並ぶ国民病である循環器病を保障する「循環器病 対策Pro」を発売しています。

これらの商品は病気の特徴を捉えて、いざというときの保険給付はもちろん、病気の予防から罹患後の生活のサポートまで、「保障」と「サービス」を組み合わせ提供しています。

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、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. 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

当社では、MYリンクコーディネーター等による、お客さまに寄り添った“Shoulder to Shoulder”での事務サービスの提供を原則としたうえで、タブレット型営業端末「マイスター」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、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」「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、必要書類のカメラ撮影による提出等を実現しています。

「非対面」でのお手続きについては、お客さまご自身がいつでもどこでも簡単にお手続きができるよう、「MYほけんページ」で完結可能なお手続きの範囲拡大に取り組んでいることに加え、当社担当がお手続きに必要な情報を事前に「マイスター」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。

また、提出書類の読み取りや電子署名の整合性確認等にAIを導入し、後続の点検作業を効率化することで、健康キャッシュバックのお支払い等のお手続きが迅速に完了できるようにしています。

加えて、事務手続きのデジタル化による「事務（請求・手続き）レス」の実現に向け、業界のトップランナーとして、マイナンバー制度（公的個人認証サービス）を活用したサービスを提供しています。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、対象者の現況を確認することで、年金の受け取りに係る毎年の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」、マイナポータルに収録された健診結果情報を基に健康サポート・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」を展開しています。

今後は、新たなサービスとして、マイナポータルから連携されるデータを活用することで、保険契約申込時の健診結果提出や給付金支払局面でのお手続きを簡略化する等、国の取組状況等を注視しつつ検討を進めてまいります。

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。

ご高齢のお客さまや障がいがあるお客さまに配慮した代表的な取組みとして、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て「保険契約者代理人」をあらかじめご指定いただく「契約者サポート制度」のご案内を進めています。「保険契約者代理人」はご契約者に代わって所定のお手続きを行なうことができるほか、いつでも契約内容を確認することができます。また、当社からの通知物をご契約者に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は、緊急連絡先（第二連絡先）として当社から「保険契約者代理人」にご連絡し、ご契約者の最新の連絡先を確認させていただくことで円滑な手続きにつなげています。実際に制度を利用したお客さまからは、「事前に制度を案内してくれたおかげで、保険金の請求手続きがスムーズに行なえた」といった声をいただいております。

そのほか、ご高齢のお客さまに配慮した取組みとして、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を能動的に確認する「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」や、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。

さらに、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“声の架け橋”として発案・製品化された電話音声明瞭器「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。同様の悩みを持つ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や、自治体の外郭団体である全国の「地域包括支援センター」にも順次寄贈しています（2025年度末現在：1005自治体、447センター）。

上記の取組みに加え、当社では、事務手続きの簡素化・利便性向上にも継続して取り組んでいるほか、電子手続きに不慣れなお客さまには、必要に応じて書面での手続きをご案内する等、ニーズにあわせてお手続き方法を選択できる環境を整備しています。今後も全国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、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。

【広報活動関連】

15. 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

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、社会から評価されるブランド価値の向上に取り組んでいます。これまで、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といった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）の活動など、当社ならではの社会貢献性の高い取組みを継続的に発信してきました。

2024年1月には、「保障とアフターフォローの提供」という生命保険会社としての役割を大切にしながら、従来の役割を超え、「健康寿命の延伸」と「地方創生の推進」に向けた新たな役割を担っていく決意を込めて、ブランド通称を「明治安田生命」から「明治安田」へと変更しました。あわせて、当社がめざす姿である「ひとに健康を、まちに元気を。」の世界観を物語として明確化した「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、企業タレントの新起用、企業キャラクターの新設などを行ないました。

また、当社の強みであるスポーツを起点としたブランディングについても、さらなる強化を図っています。Jリーグとの協働においては、社会連携活動「シャレン！で献血」をはじめ、百年構想リーグの枠組みのもと、新たなファン層の拡大を企図した「明治安田のJ活」など、地域に根差した取組みを推進するとともに、地方局のサッカー番組を通じた露出の強化に取り組んでいます。JLPGAとの協働においては、「明治安田×JLPGA」の取組みとして、トーナメント会場等における健康チェックブースの出展に加え、JLPGAオフィシャル情報番組での取り上げが拡大するなど、情報発信を強化しています。

さらに、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）等を活用した「明治安田ヴィレッジ」の展開を進めているほか、2027年3月に開幕する「GREEN×EXPO 2027」への協賛を通じ、2「大」プロジェクトを体現する場として、明治安田「健活パーク」を展開し、健康寿命の延伸と地域の活性化に資する体験価値の提供をめざしてまいります。

これらの取組みを広く訴求するにあたっては、LCによる情報提供や、テレビCM・全国紙広告・地方メディアといったマスメディアに加え、当社ホームページ、ブランドサイト、SNSなどのオウンドメディアを活用した重層的な情報発信を行なっています。

さらに、ブランド接点の変化をとらえ、「未来世代」や「女性」などの層に対しては、CTV広告や、共感・拡散力の高いX・Instagram・LINEといったSNSを活用するなど、時代や世代に応じた手法の拡充を進めています。

こうしたブランドイメージ浸透に向けた取組みの効果については、当社が実施する「企業認知度・好感度調査」により確認しています。同調査では、企業認知度が引き続き高い水準を維持していることに加え、企業好感度が長期的に着実な向上を示していること、また、健康増進や地域貢献に取り組む企業としてのイメージが着実に浸透していることが確認されています。特に「地域貢献イメージ浸透度」については、一定の評価をいただいているものと認識しています。

今後も、当社ブランドイメージである「ひとに健康を、まちに元気を。」のさらなる訴求を図り、お客さまから選ばれ続ける、強固な明治安田ブランドの確立に取り組んでまいります。