



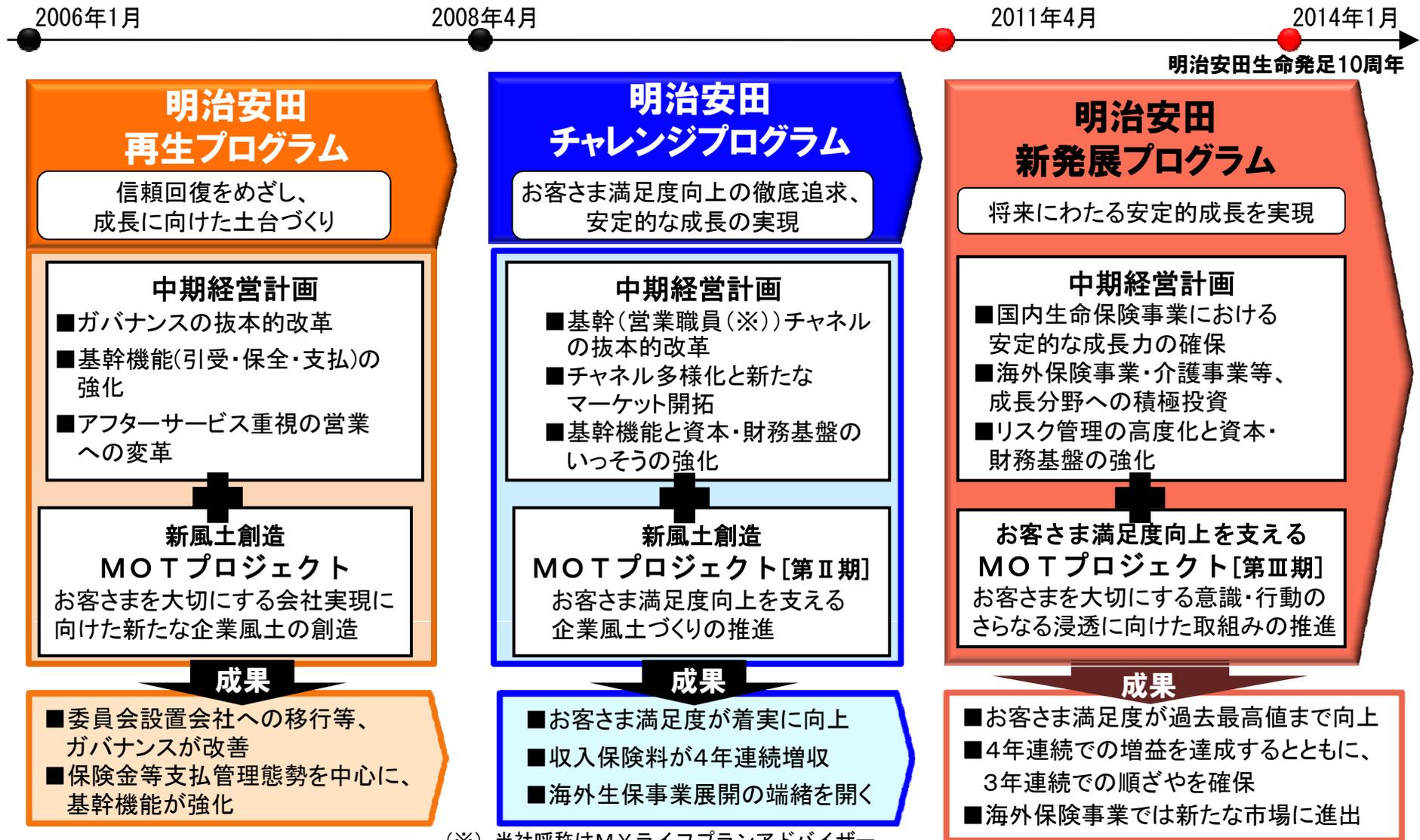
2011年4月～2014年3月 実施状況のご報告

2014年6月

 明治安田生命

# 1. 明治安田新発展プログラムの位置づけ

「明治安田チャレンジプログラム」での契約クオリティの向上と業績伸展の基調を発展させ、経営環境変化への的確な対応を通じ、将来にわたる安定的成長の実現を企図



(※) 当社呼称はMYライフプランアドバイザー

## 2. 明治安田新発展プログラムの枠組み

具体的には、「国内生命保険事業の成長力確保」と「成長分野への進出」および「資本・財務基盤の強化」を通じ、将来にわたる安定的成長への実現を企図

### プログラムの基本的考え方

CSR経営の推進  
お客さま満足度向上の徹底追求

### 中期経営計画

- 国内生命保険事業における安定的成長力の確保
- 海外保険事業・介護事業等、成長分野への積極投資
- リスク管理の高度化と資本・財務基盤の強化

### MOTプロジェクト[第Ⅲ期]

お客さまを大切にする意識・行動のさらなる浸透に向けた取組みの推進

### 経営目標

[個人営業分野] 保有契約 年換算保険料	2013年度 <b>19,600億円</b> (2010年度比+9.3%)
[法人営業分野] 収入保険料	2013年度 <b>10,500億円</b> (2010年度比+5.2%)
企業価値(EEV)※	2013年度 <b>29,000億円</b> (2011年3月末比+30%)

※企業価値(EEV)の目標水準は2010年度末の運用環境に基づき設定

将来にわたる安定的成長を実現

### 3. 中期経営計画の達成状況

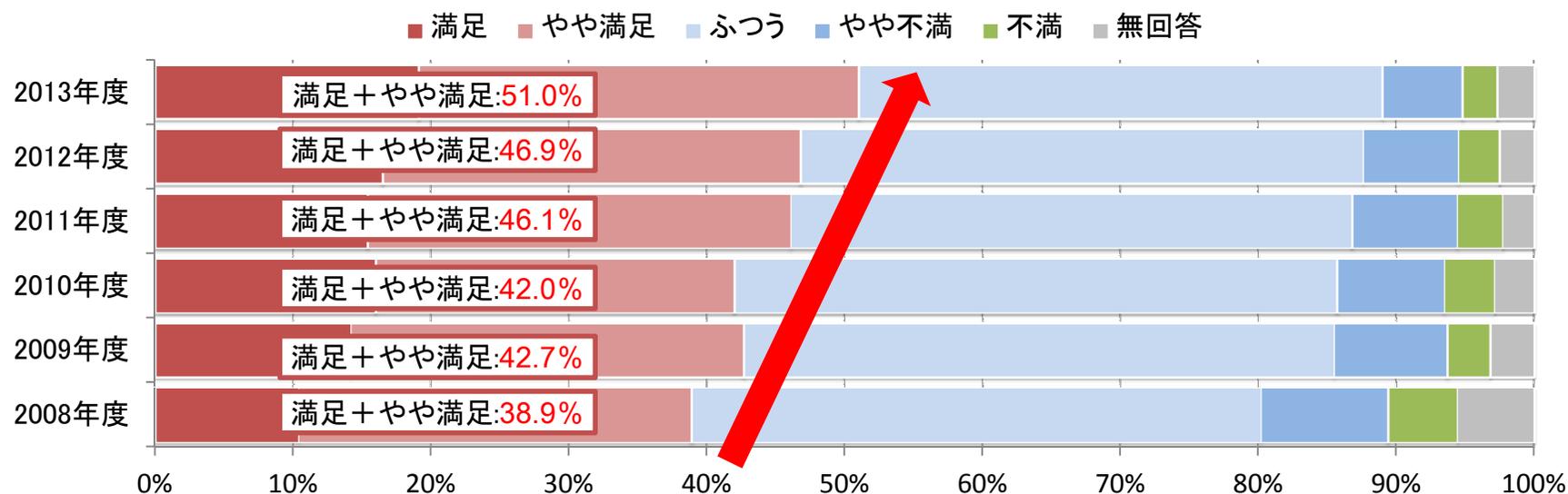
#### 経営目標の状況

目標項目	2010年度実績	2013年度実績	中期経営計画の目標
[個人営業分野] 保有契約年換算保険料	17,939 億円	20,838 億円	19,600 億円
[法人営業分野] 収入保険料	9,979 億円	12,436 億円	10,500 億円
企業価値(EEV)※	22,382 億円	34,194 億円	29,000 億円

(※) 目標設定時点である2010年度末の運用環境に基づく値  
 (実績値の詳細については、2014年5月30日付ニュースリリース「2014年3月末ヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示について」ご参照)

#### 【お客さま満足度調査の総合満足度】

■ 2013年度総合満足度(「満足」+「やや満足」の占率)は、前年から4.1ポイント上昇し51.0%と、2006年度の調査開始以来、過去最高値まで上昇

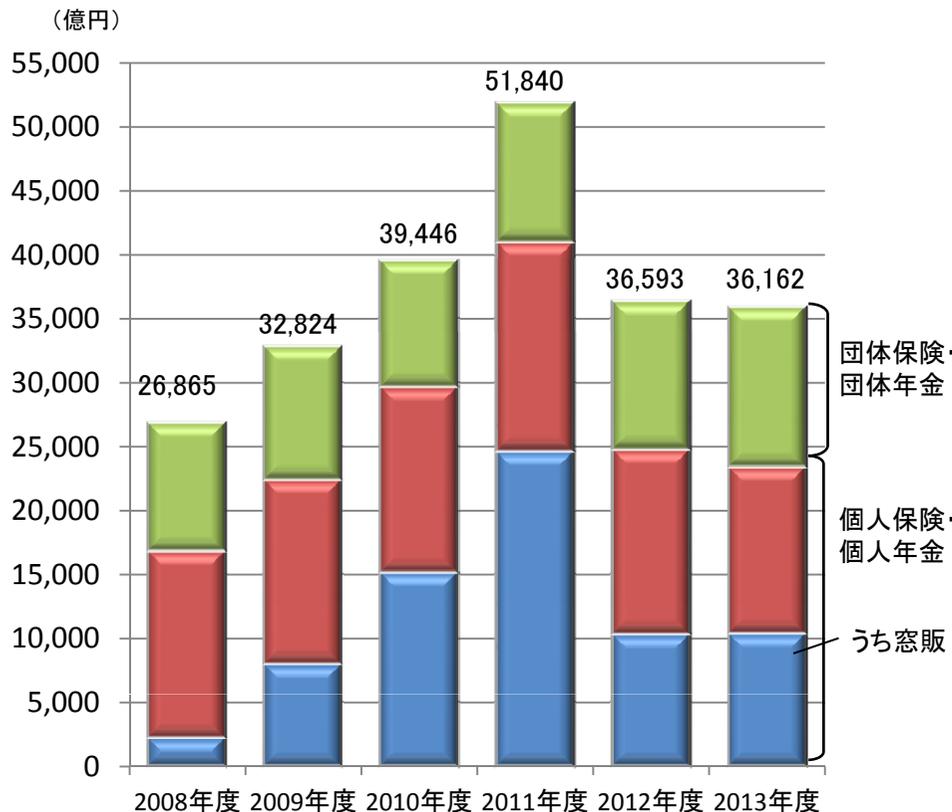


# 4. 中期経営計画の実施状況(1)

## 国内生命保険事業における安定的成長力確保

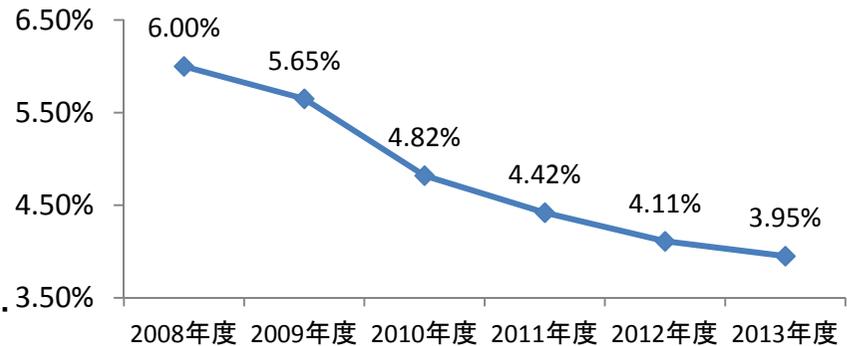
- 保険料等収入は、前年度に引き続き金利リスク対応の観点等から窓販チャネルの販売量を抑制する計画に対し、的確な販売量コントロールにより、計画どおりに進捗
- お客さまへのアフターフォローの徹底により、契約クオリティが着実に改善

【保険料等収入】

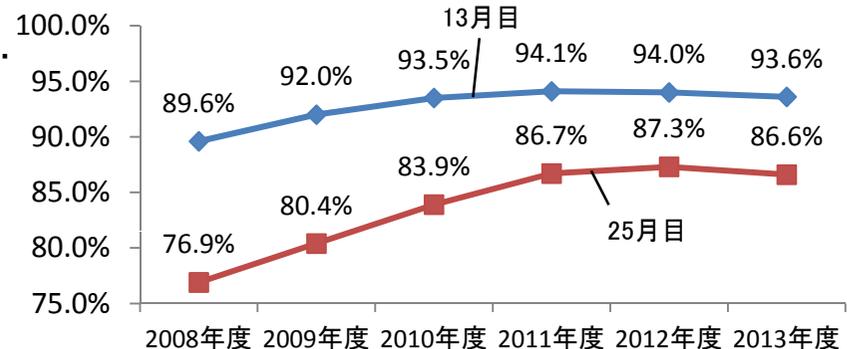


【クオリティ関連指標(個人保険・個人年金)】

◆ 解約・失効・減額率 (年度始保有契約年換算保険料に対する比率)



◆ 総合継続率 (契約高ベース)



## 4. 中期経営計画の実施状況(1)

位置づけ

枠組み

達成状況

国内生保

成長分野

資本・財務

MOT

### 国内生命保険事業における安定的成長力確保

- お客さまへのコンサルティングサービスの高度化や、営業職員の販売力に応じた教育・育成態勢を強化
- 「生活サポート終身年金特約」等4つの新特約を発売し、お客さまのニーズに応じ、重い病気やケガに備える生活保障と万一の保障を別々にご準備いただける新たな保障体系を導入
- 公的介護保険制度に連動し所定の要介護状態に該当したときに終身年金等をお受け取りいただける「介護のささえ」、効率的に教育資金をご準備いただける「明治安田の学資のほけん」、入院保障等を備えたお子さま向けの「医療のほけん」を発売
- 当社と委託契約を締結する東京海上日動火災保険株式会社による、当社オリジナル自転車保険「MYサイクルプラス」の取扱いを開始
- 銀行窓販では、平準払介護終身保険を発売。一時払商品のみならず平準払商品・保障商品にも注力し、フルラインの商品供給と銀行ごとのきめ細かな販売支援等により、取引規模の安定化に取組み。なお、金利リスク対応の観点等から一時払終身保険においては、販売量を計画的に抑制
- 官公庁市場を中心に、成長分野である医療等の第三分野商品に注力
- お客さま接点の拡充等に向け、ご契約者専用WEBサイト「MYほけんページ」を開設するとともに、新たなマーケット開拓をめざし、来店型店舗を展開(直営型10店、乗合型4店の計14店舗)
- 「お客さまの声」に基づくサービス品質の向上、およびICTの活用等を通じたいっそうの基幹機能(引受・保全・支払業務)の強化に向け、「事務サービス改革」に取組み
- モバイル通信機能を標準搭載したタブレット型の新営業端末「マイスターモバイル」を導入

## 4. 中期経営計画の実施状況(2)

### 海外保険事業・介護事業等、成長分野への積極投資

- 海外保険事業では、高い成長が期待される地域を中心に事業を展開。今後も既存投資先の事業の軌道乗せに注力するとともに、さらなる収益機会の確保に向けた新たな市場への展開を推進

<p>欧州</p>	<p>○ドイツのタランクス社と共同でポーランドの大手保険グループであるオイロパ社・ワルタ社の株式を取得し、日本の保険会社としてはじめてポーランドにおける保険事業に進出 (当社出資比率は、オイロパ社33.46%、ワルタ社24.26%(2014年3月末時点))</p>
<p>アジア</p>	<p>○中国では、北大方正グループを新たな出資者として迎え、合併会社の社名を「北大方正人壽保険」に変更 (当社出資比率は、29.24%(2014年3月末時点)) ○インドネシアでは、アプリスト社への出資比率を引き上げ、持分法適用関連会社化 (当社出資比率は、23%(2014年3月末時点)) ○タイでは、大手生命保険会社タイライフ社へ資本参加し、持分法適用関連会社化 (当社出資比率は、15%(2014年3月末時点))</p>

- 介護事業では、介護付有料老人ホームの経営を通じ、介護施設運営事業のノウハウ蓄積を推進。また、介護情報提供サービスでは、新商品「介護のささえ」発売にあわせ、介護総合情報サイトのコンテンツを追加・更新し、提供する情報の内容を充実

#### ①介護保障商品の開発

公的介護保険制度に連動し、所定の要介護状態に該当したときに終身年金等をお受け取りいただける「介護のささえ」の発売  
(2012年9月)



#### ②介護関連情報の提供

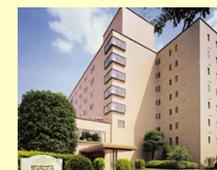
介護総合情報サイト「MY介護の広場」を開設(2011年11月)。コンテンツをさらに充実  
(2012年4月、8月)



<http://www.my-kaigo.com>  
(運営主体: 明治安田システム・テクノロジー)

#### ③介護施設運営事業への進出

介護付有料老人ホーム運営会社「サンビナス立川」を買収・子会社化  
(2012年3月)。介護専用棟をオープン  
(2013年3月)



## 4. 中期経営計画の実施状況(3)

### リスク管理の高度化と資本・財務基盤の強化

- 統合リスク管理態勢の段階的整備と自己資本の積み増し(※)等を通じ、高い財務健全性を維持
- 公社債、貸付金等、安定収益資産を中心に据えた安定的な資産運用という基本方針のもと、市場環境の変化にあわせ、機動的な対応を実施

(※)基金の再募集(2011年度500億円、2012年度1,000億円、2013年度500億円)および諸準備金の積み増し等により、自己資本をいっそう充実

#### 【健全性指標の状況】

	2010年度末	2013年度末
ソルベンシー・マージン比率(※1)	663.6 %	945.5 %
実質純資産額	34,223 億円	64,380 億円
一般勘定資産に対する比率	13.0 %	19.2 %
一般勘定資産全体の含み損益	12,768 億円	34,545 億円
うち時価のある有価証券の含み損益(※2)	10,176 億円	31,704 億円

(※1) 2010年度末の数値は、2011年度末以降に適用された基準を2010年度末に適用したと仮定し、算出

(※2) 有価証券には、金融商品取引法上の有価証券として取り扱うことが適当と認められるもの等を含む

### お客さま満足度向上を支えるMOT(※)プロジェクト[第Ⅲ期] ～お客さまを大切にする意識・行動のさらなる浸透に向けた取組みの推進～

(※) MOT: 「M: もっと、O: お客さまを、T: 大切に」する取組みを総称した社内呼称

#### お客さまへのホスピタリティの実践

- 「ありがとうボックス」を通じたお客さまからの「感謝の声」共有化と、冊子等による好事例の紹介等を推進
- サービスの改善・向上を目的に従業員から寄せられた「MOT提案」(2013年度4,875件)を業務改善等に有効に活用

#### 社内のコミュニケーション促進

- 経営層と従業員が直接対話する場としての「本社MOTミーティング」や、職場単位での「語り合い」の場としての「職場MOTミーティング」を開催
- 働く仲間同士で「感謝」の気持ちを伝え合う「サンクスカード」の運営に加え、本社と営業組織等を組み合わせた「姉妹組織」を組成して相互交流を推進