

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、経営会議の諮問機関として、リスク管理検証委員会を

設置し、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」および「サステナビリティ経営への社会的要請」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 P98

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	主な取り組み	指標と目標	関連するSDGs																				
健康寿命の延伸	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>みんなの健活プロジェクト</p> <ul style="list-style-type: none"> 定期的な“けんしん”(健康診断・がん検診等)受診を後押しする“けんしん”応援型の健康増進保険を提供 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・サービスを提供 疾病予防や健康増進に向けた気付き、行動変容のきっかけとなるイベント等を全国各地で開催 	<p>QOL向上・健康寿命の延伸への貢献</p> <p>[指標]</p> <ul style="list-style-type: none"> 健活商品加入者数:147万人(2024年3月末時点) 健活商品加入者の「健康年齢[®]差」の改善状況^(注1):平均約1.3歳マイナス(2023年度調査) 直近1年間で健康意識が高まった人の割合^(注2):75.3%(2024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人数:189万人(2023年度実績) 																					
	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 人々の社会的なつながりの希薄化によるお客さま接点の減少 	<p>地元の元気プロジェクト</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体や公民館等との協働を通じたイベント・セミナーの開催や生活課題の解決に役立つ行政サービスのご案内 道の駅での健康増進イベントの開催や献血の啓発活動、Jリーグ・日本女子プロゴルフ協会等と連携したスポーツイベントの開催 協会けんぽ支部との協働による地元企業の健康経営サポート 	<p>地域の橋渡し役として「社会的なつながり」を提供</p> <p>[指標]</p> <ul style="list-style-type: none"> 連携協定締結数:988自治体(2024年3月末) 自治体との協働取組数:10,271回(2021~23年度累計) プロジェクト参加者数のべ1,130万人(同上) 																					
	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 CO₂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 	<p>事業者・機関投資家双方の立場から、2050年度CO₂排出量ネットゼロに向けた取り組みを強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 ESG投融資の積極的な実行と、投融資先のCO₂排出量削減に向けたエンゲージメントの強化 	<p>[指標・目標]</p> <ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量(いずれも2013年度比) <p>[事業者として] (Scope1・2は当社グループ、Scope3は明治安田単体)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2023年度実績</th> <th>2030年度目標</th> <th>2050年度目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Scope1+2</td> <td>△52%</td> <td>△67%</td> <td>△100%</td> </tr> <tr> <td>Scope3</td> <td>△27%</td> <td>△40%</td> <td>排出量ネットゼロ</td> </tr> </tbody> </table> <p>[機関投資家として](明治安田単体)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2022年度実績</th> <th>2030年度目標</th> <th>2050年度目標</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>投融資先からの排出(Scope1+2)</td> <td>△46%</td> <td>△50%</td> <td>△100%排出量ネットゼロ</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> 再生可能エネルギー導入比率:2040年度までに100%(2023年度実績:28%) 		2023年度実績	2030年度目標	2050年度目標	Scope1+2	△52%	△67%	△100%	Scope3	△27%	△40%	排出量ネットゼロ		2022年度実績	2030年度目標	2050年度目標	投融資先からの排出(Scope1+2)	△46%	△50%	△100%排出量ネットゼロ	
				2023年度実績	2030年度目標	2050年度目標																		
Scope1+2	△52%	△67%	△100%																					
Scope3	△27%	△40%	排出量ネットゼロ																					
	2022年度実績	2030年度目標	2050年度目標																					
投融資先からの排出(Scope1+2)	△46%	△50%	△100%排出量ネットゼロ																					
<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 風水害や熱中症、感染症等に対する新しい保険商品やサービスへのニーズの拡大 低炭素化に向けた研究開発や設備投資を行なう企業・プロジェクトに対する投融資機会の拡大 																								

(注1)「ベストスタイル 健康キャッシュバック」ご加入者における健康年齢[®]の改善状況(「健康年齢[®]」は(株)JMDC社の登録商標)。「健康年齢差(健康年齢-実年齢)」の平均値を加入期間別に算出し、「加入4年目」の結果と「加入1年目」との差を分析(健康診断結果提出者の加入期間別の集団を分析。毎年定期的に健康診断結果を提出していない人を除く)
 (注2)「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	主な取り組み	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	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 「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 	<p>[指標・目標]</p> <ul style="list-style-type: none"> ESG投融資額:2024年度から3年間で8,000億円 うち、インパクトファイナンス:1,200億円 エンゲージメントの量・質の向上 <p>[対話件数] :年間100件程度(2026年度末)</p> <p>[対話内容] :インパクト創出を促す「提言」の実施</p>	
	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 			
子どもの健全育成	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 子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 	<ul style="list-style-type: none"> 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、財団の取組を通じた発達障がいのある子ども等の療育支援 	<p>[指標]</p> <ul style="list-style-type: none"> 金融・保険教育開催数: :のべ1,341校(2023年度) 「未来世代」への貢献イメージ浸透度 	
	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 金融・保険教育等を通じた、子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 			
金融サービスへの平等なアクセス確保	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 社会に暮らす人々の多様性が広がるなか、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 	<ul style="list-style-type: none"> 「ご高齢の方」「障がいをお持ちの方」「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を「みんなにやさしい保険アクセス」として推進 	<p>[指標]</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	
	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 			
DE&Iの推進	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>[指標・目標](実績:2023年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> 会社の総合的魅力度^(注3):68.9%(2024年度目標:2023年度比向上) 女性管理職比率:35.4%(同上:35.0%以上) 男性育休取得率:100%(同上:100%) 専門人材数:471人(同上:500人) 	
	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 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材の確保、エンゲージメント向上の好循環の実現 			
人権の尊重	<p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 「人権方針」に基づいた、人権デューデリジェンスの実施、「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の人権尊重への取組推進を働きかけ 特定の外部委託先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 	<p>[指標]</p> <ul style="list-style-type: none"> 人権研修の実施状況(2023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 	
	<p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 			

(注3) 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