

明治安田生命

3カ年プログラム「MY Mutual Way I期」



2022年度 実施状況のご報告

(2021年4月～2023年3月)

2023年6月23日

<参考> 長期的な経営の基本方向「MY Mutual Way 2030」

- 1. 企業理念「明治安田フィロソフィー」 … P.4
- 2. 10年計画「MY Mutual Way 2030」 … P.5
- 3. 10年後（2030年）にめざす姿 … P.6
- 4. 10年計画「MY Mutual Way 2030」の重点方針 … P.7

2021-23年度 3ヵ年プログラム「MY Mutual Way I 期」

- 1. 「MY Mutual Way I 期」の位置づけ … P.9
- 2. 「MY Mutual Way I 期」の全体像 … P.10
- 3. 経営目標 … P.11
- 4. 成長戦略 … P.12
- 5. 経営基盤戦略 … P.17
- 6. デジタルトランスフォーメーション戦略 … P.19
- 7. ブランド戦略 … P.20
- 8. 2「大」プロジェクト … P.21
- 9. 持続可能な社会づくりへの貢献 … P.23
- 10. 企業風土・ブランド創造運動 … P.28

<参考> 長期的な経営の基本方向「MY Mutual Way 2030」

1. 企業理念「明治安田フィロソフィー」

- 企業理念「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」から構成されています

経営理念

「私たちは何者か」

【 当社の存在意義・使命 】

「確かな安心を、いつまでも」

« 経営理念に込めた想い »

私たちは創業以来、相互扶助の精神のもと、生命保険事業のパイオニアとして、お客さまそして地域社会を支えてきました。いつの時代も変わることのない「人の想い」が込められている生命保険。託された一人ひとりの想いに応え、お客さまが健康で安心してくださるよう、生涯にわたって支え続けることが、私たちの使命です。

「確かな安心を、いつまでも」

私たちは、この言葉を胸に、これからもお客さまを大切にする会社に徹し、いつまでも変わらない安心をお届けします。あわせて、一人ひとりの健康づくり、地域社会の発展を応援し、相互扶助の輪を広げることを通じ、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりに貢献します。

企業ビジョン

「私たちは何をめざすのか」

【 当社が長期的にめざす姿 】

「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」

お客さまとの絆	お客さまに寄り添い、アフターフォローで感動を追求する
地域社会との絆	社会から必要とされる価値を創造し、地域の発展に貢献する
未来世代との絆	未来の世代を想い、持続可能で希望に満ちた豊かな社会づくりに貢献する
働く仲間との絆	挑戦意欲や多様性を尊重し、働きがいのある職場を実現する

明治安田バリュー

「私たちは何を大切に していくのか」

【 役員・従業員一人ひとりが
大切にすべき価値観 】

お客さま志向・倫理観

一、私たちは、お客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動します。

挑戦・創造

一、私たちは、果敢に挑戦し、新しい価値を創造します。

協働・成長

一、私たちは、働く仲間と互いに助け合い、共に成長します。

2. 10年計画「MY Mutual Way 2030」

10年計画

MY Mutual Way 2030

新たな経営計画は、「ディスラプティブな経営環境の変化」(注1)への危機感から、今後30年間で予想される環境分析をふまえ、「バックカasting方式」(注2)にて検討しました。

その結果、当社は契約者を構成員とする**相互会社 (Mutual Company)**の強みをいかに発揮して、長期的な環境変化に柔軟に対応しながら、時代を超えたお客さま志向の経営を追求していく、10年計画「**MY Mutual Way 2030**」(マイ・ミューチュアル・ウェイ・ニーゼロサンゼロ)を策定し、2020年4月から開始しました。

本計画では、お客さま志向のさらなる進化をベースに、「地域社会のお客さまに最も支持される生命保険会社になること」、「業界のリーディングカンパニーになること」にチャレンジします。

その2つの大きなチャレンジを成し遂げ、「10年後 (2030年) にめざす姿」を以下のとおり設定しました。

「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



(注1) 既存のビジネスモデルの変革を余儀なくされる破壊的な環境変化 (注2) 予想される将来を起点に現在を振り返り、現在何を実行すべきか考える未来起点の発想法

3. 10年後(2030年)にめざす姿

- 長期的な環境変化に柔軟に対応しながら、時代を超えたお客さま志向の経営を追求していく10年計画「MY Mutual Way 2030」では、お客さま志向のさらなる進化をベースに、お客さま一人ひとりに寄り添ったアフターフォローと地域に密着した活動を通じた「社会的価値」の向上と、100年先も続く安定した経営による「経済的価値」の向上をめざします

10年後(2030年)にめざす姿 「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

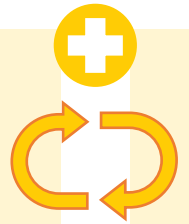
〔経営の基本姿勢〕

時代を超えて進化するお客さま志向

〔社会的価値の向上〕

地域社会のお客さまに最も支持される生命保険会社

- お客さま一人ひとりに寄り添った究極のアフターフォローと、お客さまが暮らす地域に密着した活動で、**地域に密着した最も身近な生命保険会社**をめざします。
- 地域のみなさまの暮らし・健康を豊かにするためのさまざまな取組みを全国各地で展開します。



〔経済的価値の向上〕

業界のリーディングカンパニー

- 将来のいかなる環境変化のなかでも、100年先も続く安定した経営をベースに、つねに国内トップクラスと評価されるような**生命保険会社**をめざします。
- 国内生保分野での各地域のシェア拡大とともに、資産運用や海外保険分野でもさらなる収益の向上、そしてトップクラスの健全性を堅持します。

〔社会的価値を検証する指標〕

お客さま満足度・NPS[®] / 会社の総合的魅力度 / 健康増進・地域貢献イメージ浸透度 / CO₂排出量 等

〔経済的価値を検証する指標〕

グループサープラス / グループESR

(注) NPSは「Net Promoter Score」の略であり、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標。現状のお客さま満足度調査では把握しきれない、お客さまの潜在ニーズを調査・分析することにより、ロイヤルカスタマー創出に向けた全社的な対策の立案および営業活動における改善への活用を企図し、顧客評価の指標として導入

4. 10年計画「MY Mutual Way 2030」の重点方針

1

期待を超える
お客さま・
地域社会価値の
提供

- 商品・サービス
- 基幹チャネル
- 地域社会への貢献

「人生100年時代」のQOL向上に資する社会的価値の高い先進的な商品・サービスの開発

高齢のお客さまを念頭においた、お客さま一人ひとりに寄り添った対面のサービスの強化

「地域に根差した生命保険会社」の実現に向けた、地域社会の豊かさに貢献する取組みの強化

2

人とデジタルの
効果的な融合

- お客さまの負担軽減
- 業務プロセス変革
- 経営資源配賦

アナログとデジタルの融合を通じた諸手続きなど、お客さまのさまざまな負担感の軽減

デジタル技術を活用した業務プロセス変革や、従業員の役割の高度化

コストセンターからの経営資源の効果的・効率的なシフト

3

資産運用・
海外収益の中核化

- 収益・事業ポートフォリオ
- 資産運用手法の高度化
- 海外保険事業等の
収益向上

資産運用と海外保険事業を「成長領域」として位置づけ（収益・事業ポートフォリオの変革）

資産運用総合収益（トータルリターン）の向上に資する資産運用手法の多様化・高度化

2027年度における海外保険事業等の基礎利益相当額800億円の実現

4

弾力的な
「規律ある
相互会社運営」

- グループ経営管理
- ERM経営
- 調査・研究

海外保険事業の拡大等を見据えたグループ経営管理態勢のさらなる高度化

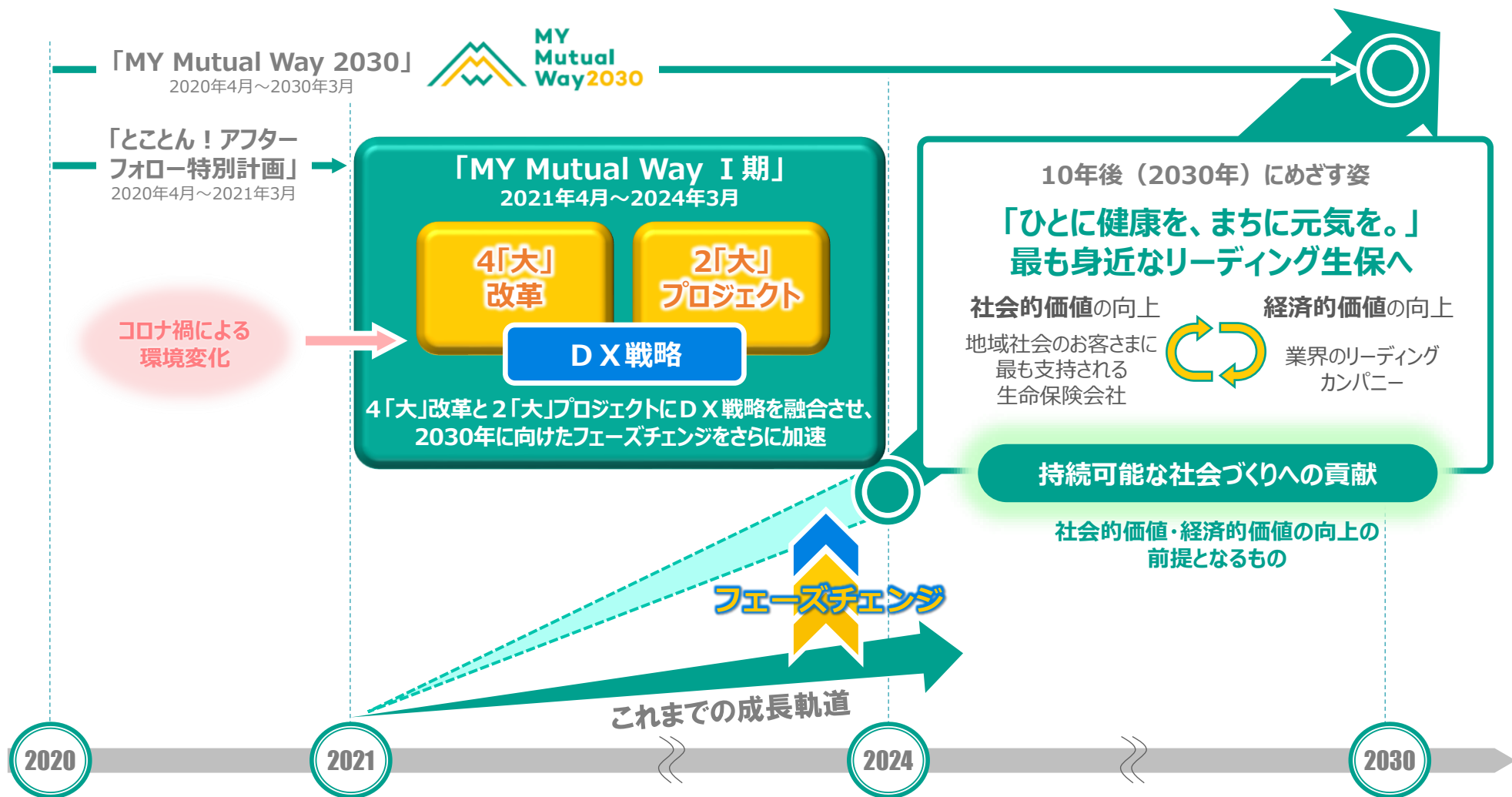
経済価値ベースの経営への移行や経済環境の変化に柔軟に適應するERM経営の高度化

環境変化に柔軟に対応し、時代を超えたお客さま志向を実現するための調査・研究態勢の強化

2021-23年度 3ヵ年プログラム「MY Mutual Way Ⅰ期」

1. 「MY Mutual Way I 期」の位置づけ

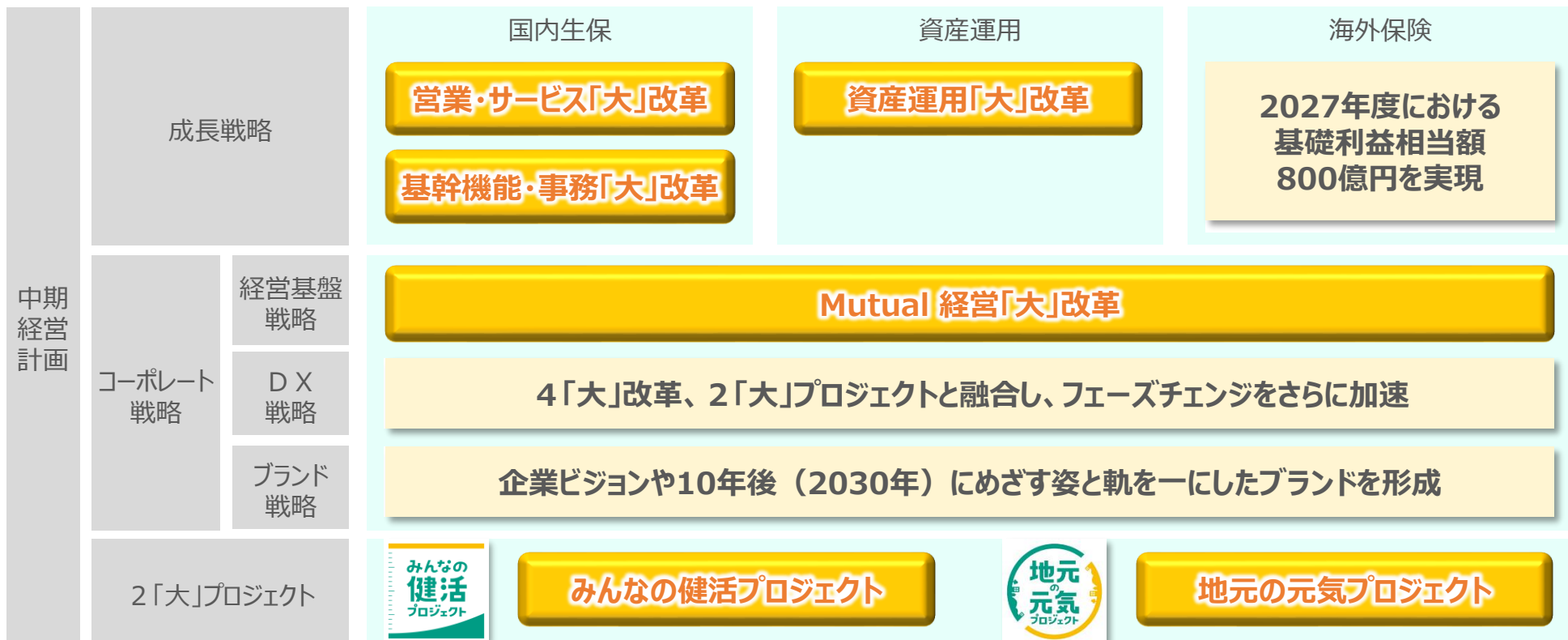
- 3カ年プログラム「MY Mutual Way I 期」では、4「大」改革と2「大」プロジェクトの取組みに、「DX戦略」を融合させることで、「10年後（2030年）にめざす姿」への軌道を確保することをめざしています



2. 「MY Mutual Way I 期」の全体像

- 「営業・サービス」「基幹機能・事務」「資産運用」「相互会社経営」の各分野において制度・インフラ等を抜本的に見直す「4『大』改革」と、お客さまの健康づくりと豊かな地域づくりに貢献する「2『大』プロジェクト」等に取り組んでいます

「MY Mutual Way I 期」



企業風土・ブランド
創造運動

「明治安田フィロソフィー」の実現に向けて、従業員一人ひとりが積極的・主体的に行動する風土を醸成し、ボトムアップ中心の運動を推進

3. 「中期経営計画」の経営目標

- 経営計画の目標達成に向けて、概ね順調に進捗しています

		2022年度 実績	中期経営計画 目標
企業価値	グループサープラス	2020年度末比 8.1% 成長	13% 成長 (年平均 4%成長)
健全性	グループESR	207%	安定的に 165% 以上 (当面は220%をめざす)
	オンバランス自己資本	4.2兆円	4.4兆円
収益性	グループ基礎利益	4,018億円	4,500億円程度を安定的に確保
	グループ修正剰余 (注1)	3,712億円	現行の契約者配当・地域還元を維持するために必要な財源を確保
成長性	保有契約年換算保険料〔保障性商品〕 (注2)	6,150億円 (2020年度末比+1.8%)	6,200億円 (2020年度末比+2.6%)
	団体保険保有契約高	国内シェアNo.1	国内シェアNo.1
	お客さま数	1,218万人 (2020年度末差+8.8万人)	1,235万人 (2020年度末差+25万人)
	うち個人営業 (注3)	722万人 (2020年度末差+14.0万人)	723万人 (2020年度末差+14万人)
	うち法人営業 (注4)	495万人 (2020年度末差▲5.2万人)	513万人 (2020年度末差+12万人)
	MYリンクコーディネーター等在籍者数 (注5)	36,649人 (2020年度末差▲87人)	38,000人 (2020年度末差+1,200人)

(注1) 「グループ基礎利益」+「グループキャピタル損益」 (注2) MYリンクコーディネーター等 (営業職員) チャネル・法人営業チャネルで取り扱う保障性商品の保有契約年換算保険料

(注3) MYリンクコーディネーター等チャネルの生命保険契約者 (すえ置・年金受取中を含む) + 生命保険被保険者 + 損害保険契約者 (重複を除く)

(注4) 任意加入の (新・) 団体定期保険加入者 (当社単独・幹事契約の本人・配偶者被保険者) (注5) 各年度の数値は、翌年度の4月1日時点

4. 成長戦略 (1) 営業・サービス「大」改革 (個人営業①)

- **お客さま・地域社会から最も評価される営業チャネルの確立**に向け、対面の強みとデジタル技術を融合したお客さま接点の革新と、2「大」プロジェクトを通じた新たなお客さま価値・地域社会価値の創造に取り組んでいます

「MYリンクコーディネーター制度」の創設

- 2022年4月、これまでの「MYライフプランアドバイザー制度」を改正し「MYリンクコーディネーター制度」を創設しました。営業職員に新たな役割を設定するとともに、その役割にふさわしい名称として営業職員の名称を「MYリンクコーディネーター」に変更しています

新名称に
込めた想い



新たな
役割

・「MYリンクコーディネーター」は「絆を紡ぐ人」として、その役割の発揮に取り組んでいます

みんなの健活プロジェクト

健康増進型商品・サービスや運動機会の提供等を通じ、**お客さまの健康増進をサポート**

地元の元気プロジェクト

自治体や地域の団体等との協働取り組みや情報提供等を通じ、**地域のつながりをサポート**



従来の役割

お客さまに寄り添ったライフプランニング、定期的なアフターフォロー

4. 成長戦略 (1) 営業・サービス「大」改革 (個人営業②)

- 新たなお客さまとの接点の創出に向けて、地方自治体等との連携を起点としたマーケット開拓を推進するとともに、お客さまの健康増進等に資する先進的な商品・サービスの開発、およびその提供に取り組んでいます

会社力を活用したマーケット開拓体制の整備・強化

● 地方自治体等との連携による顧客基盤の拡充

- 自治体や全国の道の駅、公民館、協会けんぽ支部等との連携協定に基づく全国各地での協働取り組みをはじめ、地域におけるさまざまなコミュニティを通じて、新たなお客さまとの接点の創出に努めています
- 2022年10月から、自治体との連携協定に基づく新たな取り組みとして、MYリンクコーディネーターが地域のみなさまの健康、介護、子育て等にかかる生活課題をお伺いし、その課題解決の一助となる行政サービスを案内する活動を全国各地で順次展開しています

新たなお客さまとの接点となるコミュニティ

自治体

道の駅

公民館

協会けんぽ

祭り

Jリーグ

日本女子プロゴルフ協会

日本赤十字社

先進的な商品・サービスの提供

● 健康増進型商品を軸とした商品・サービスの開発

- 主力商品「ベストスタイル」の新たな特約として「早期発見・治療支援特約」「重症化予防支援特約」(2021年6月)に加え、「がん検診支援給付金付女性がん保障特約」(2022年6月)、および「特定自費診療がん薬物治療保障特約」(2023年4月)を発売しました。また、持病がある方でも簡単な告知でお申込みいただける「かんたん告知終身医療保険」(2022年4月)や、「明治安田のしっかりそなえるがん終身保険」(2022年11月)を発売するなど、お客さまニーズに対応した商品ラインアップの拡充に取り組んでいます
- 約160万人分の医療ビッグデータをもとに分析したお客さまごとの「健康年齢」や「疾病リスク予測」、「健康アドバイス」等を掲載した「MY健活レポート」等、健康増進型商品にあわせたサービスの提供に取り組んでいます

4. 成長戦略 (1) 営業・サービス「大」改革 (法人営業)

- 法人営業では、**団体保険保有契約高で「国内シェアNo.1」の地位を確保する**ため、対面とデジタル技術を融合した新たな営業モデルの構築や、健康経営を支援する商品・サービスの提供に取り組んでいます

デジタル技術の活用を通じた営業モデルの確立

● 福利厚生制度の利便性向上に資するデジタルサービスの提供

- 団体保険にご加入いただくプロセスにおいて、団体所属員のみなさま向けの専用WEBシステム「みんなのMYポータル」等のデジタルインフラを活用いただくことにより、いつでも、どこでも、簡単に団体の福利厚生制度をご利用いただけるサービス態勢の構築をめざしています。2022年4月からは、利用者のさらなる利便性向上を目的にアプリ版のサービスを開始しました
- また、2023年度からは団体保険のリード喚起を行なう加入勧奨サイト「TSUNAGU (つなぐ)」の活用を推進しており、サイトへの訪問者を増やすための施策をパッケージ化して展開し、閲覧率や手続き率を高めることで、加入率向上をめざします

会社力を活用したマーケット開拓態勢の整備・強化

● 団体保険ご加入者の退職後保障とアフターフォローの提供

- 団体保険（医療保障）にご加入のお客さまが退職された後、MYリンクコーディネーター等によるアフターフォローを受けながら、在職中の商品と同タイプの保障を継続いただける個人保険商品（終身医療保険）を開発し、2022年4月から引受を開始しています

先進的な商品・サービスの提供

● 健康増進型商品を軸とした商品・サービスの提供

- がんの予防から罹患した後の復職までをカバーし、企業・団体のがん対策や職場環境整備の取組みをサポートする「団体がん保障保険」を開発し、2022年4月から引受を開始しています
- 手続きのデジタル化、ペーパーレス化により地球環境に配慮した「eco シリーズ」を新設し、第1弾商品として2023年4月から「外貨建・エブリバディプラス（運用重視タイプ）」を提携金融機関で発売しました。
なお、本商品の開発にあたっては、パブリッククラウド上に新たな商品開発ラインを新設することで、複数の商品を並行開発できる態勢を構築しました



4. 成長戦略 (2) 基幹機能・事務「大」改革

- **お客さまの期待を超えるハイエンドサービスの提供**に向け、「訪問型サービス・チャンネル」を構築するとともに、デジタル技術の活用を通じたお客さまの利便性向上に取り組んでいます

訪問型サービス・チャンネルの構築

- 「**事務サービス・コンシェルジュ**」によるハイエンドサービスの提供

- 個人保険のお客さま向けには、「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・給付金のご請求やご高齢のお客さまの各種手続きなどのサポートに取り組んでいます
- 団体保険のお客さま向けには、「法人事務サービス・コンシェルジュ」が団体窓口を訪問し、各種手続きのサポートを開始するなど、丁寧なアフターフォローに取り組んでいます

事務サービス・コンシェルジュ

お客さま訪問数

31.4万件 (注1)

事後アンケートの肯定的意見

97.1%

(注1) 2022年度までの累計

デジタル化のさらなる推進

- 「**ストレスフリーな手続き**」と「**スムーズなコミュニケーション**」の実現

- 個人保険のお客さま専用サイト「MYほけんページ」では、給付金請求画面を改訂し入力項目を半減させること等により、入力時間を大幅に短縮しました。
また、公的個人認証サービスを活用した年金の自動支払のサービスを開始し、今後、住所変更の自動手続き等も展開する予定です
- 団体所属員のみなさま向け専用WEBシステム「みんなのMYポータル」では、非対面で行なうことのできるお手続き範囲の拡充等に取り組み、その結果、同システムの導入団体・登録者数は2020年度から増加しました

給付金請求手続き

5分程度に短縮 (従来の約1/3)

みんなのMYポータル導入団体数

896団体

みんなのMYポータル登録者数

83.2万人

4. 成長戦略 (3) 資産運用「大」改革・海外保険事業の取組み

- 資産運用「大」改革では、**資産運用総合収益の持続的拡大と健全性の確保**に向け、資産運用の中核機能である「アセットアロケーション機能」「個別資産運用力」の強化と、「資産運用プラットフォームの再構築」に取り組んでいます
- 海外保険事業では、**2027年度における基礎利益貢献額800億円**をめざし、収益力の強化に取り組んでいます

資産運用「大」改革

● 金融環境の変化に柔軟に適應するアセットアロケーション機能の強化

- 資産別の配分額に一定の幅を持たせる運営を導入し、金融環境に応じた投融资の機動性を確保する態勢を整備しました。2022年度は、為替ヘッジコストの急上昇に対応し、中長期的な資産運用収益の向上に資するアセットアロケーションを実施しました

● 個別資産運用力の強化

- AIモデル運用の研究・実装等の資産運用手法の多様化・高度化に取り組んでいます。また、国際的イニシアティブへの参画やSDGインパクトジャパンとの提携を通じた責任投資の強化に取り組み、その結果、環境省 第4回「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」特別賞を受賞しました

● 資産運用プラットフォームの再構築

- 海外投融资態勢の段階的整備・強化や、資産運用専門人材の計画的育成、生産性向上に向けたIT・デジタルの積極的活用、業務プロセスの改善等に取り組んでいます

● 経済価値ベースのソルベンシー規制の導入を見据えた機動性・透明性の確保

- 金利・株式リスクの削減に加え、為替リスクを機動的にコントロールする運営の高度化等に取り組んでいます

「ESGファイナンス・アワード・
ジャパン」特別賞受賞



海外保険事業の取組み

● 既存投資先の業績回復と、新たな収益基盤の構築に向けた取組み

- オイロパ社やタイライフ社に追加出資するとともに、アプリスト社の全株式譲渡に合意するなど、既存事業の強化・見直しを進めています
- また、さらなる成長に向け、米国子会社スタンコープ社を通じ、セキュリアン社のレコード・キーピング事業を買収したほか、エレバンス社の団体保険事業を営む子会社3社の買収に合意する等、新規投資の調査・案件発掘に取り組んでいます

● 海外保険事業における収益の安定拡大に向けたグループ運営の一体化の促進

- 海外グループ会社各社（4か国・6社）の課題認識や取組み事例を共有する等、グループ経営管理態勢の高度化に取り組んでいます

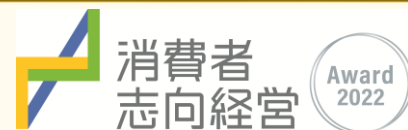
5. 経営基盤戦略 Mutual 経営「大」改革①（ガバナンス）

- 「10年後（2030年）にめざす姿」の実現を支える経営態勢の確立に向け、規律ある経営を推進する「ガバナンス態勢」、迅速な意思決定と最適な資源配賦を行なう「経営資源管理態勢」、当社独自の価値を継続的に生み出す「イノベーション推進態勢」の変革に取り組んでいます

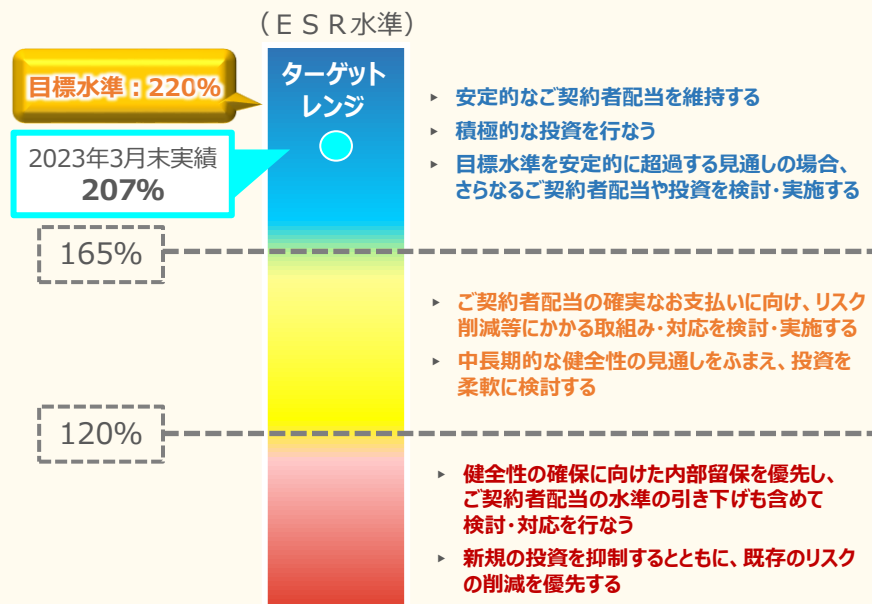
ガバナンス態勢の「変革」

- 「明治安田フィロソフィー」の“浸透”から
お客さま志向の“行動の発現”へ
 - 「明治安田フィロソフィー」に即した“行動の発現”に向けて、「取組姿勢」と「求められる行動」をまとめたガイドラインを策定しました
 - 2「大」プロジェクトを通じた取組みが評価され、消費者志向経営優良事例表彰「消費者庁長官表彰」を受賞しました。また、「エピローグ・レター」の取組みが評価され、公益社団法人消費者関連専門家会議の「消費者志向活動章」を受賞しました
- 経済価値ベースの経営への転換の加速
 - 「健全性水準に応じた経営の方針」に則り、E S R水準に応じてリスクテイクや配当還元の水準を検討・実施するとともに、金融環境やE S Rの見通しを経営層が毎月確認し、必要な対応を機動的に実施するための体制を整備しています
 - 2022年度は、急激な金利上昇に速やかに対応できるよう、商品・資産運用での対応やリスクの分析など、分野横断的に対応策を検討し、経営計画等を一部見直しました
- 規律ある相互会社経営のいっそうの高度化
 - 新たな経営体制に移行するにあたり、監督と執行を明確に分離し、ガバナンスをいっそう強化しています
 - 「ご契約者配当に関する方針を策定・公表するとともに、新たな配当「MYミューチュアル配当」を創設し、2021年10月からお支払いを開始しています

お客さま志向経営にかかる外部評価



健全性水準に応じた経営の方針



5. 経営基盤戦略 Mutual 経営「大」改革②（経営資源管理・イノベーション）

経営資源管理態勢の「変革」

● 自己変革・自己成長を促す人財マネジメントの強化

- 「メンバーシップ型雇用」のもと、経営環境の変化に適應できる強い人財集団の形成をめざして、長期的視点で一人ひとりに寄り添った人財育成に取り組んでいます。

自己変革・自己成長をいっそう促すため、2022年度には、異動や転居を伴うことなく社外の教育機関に通うことが可能な公募留学制度

「アップスキリング留学」を新設したほか、2023年度からは本業以外の業務に参画する社内「複」業制度「ワークプラス」や、お客さま・地域社会の課題に対する解決策を提案する社内提言制度「チャレンジレポート」を新設しました

- ダイバーシティ&インクルージョンに関しては、特に女性活躍促進に力を入れており、管理職候補者向け研修等を通じた能力開発支援等に取り組んでいます

女性管理職比率

34.9%

● デジタル活用を加速するシステム開発態勢への転換

- DX戦略の推進等に向けたクラウド・オープン系システムの活用拡大をふまえ、所定の研修プログラム等を通じた人財のマルチスキル化を推進しています
- 職員等に配付するスマートフォン型デバイスの機能を拡充（アプリの追加等）することで、業務効率化や場所を選ばない働き方を推進しました

● 全体・分野別最適を実現する分権型資源管理態勢への転換

- 企画担当部等への権限移譲と、コーポレート部門の統括機能の強化に取り組みました

イノベーション推進態勢の「変革」

● DX戦略、ヘルスケア分野等における新たなサービスの検討・開発にかかる態勢の構築

- 2021年4月、DX戦略の推進や新たなサービスの検討・開発にかかる専担組織を設置し、これらの取組みのPDCA運営態勢を構築したほか、2022年4月には新規事業等の企画・統括にかかる専担組織を設置し、調査・研究機能を強化しました
- 当社の商品・サービスのさらなる魅力向上等に向けて、スタートアップ企業等との協業を視野に入れた投資枠として、「未来共創投資」を新たに設定するとともに、同投資枠を活用してコーポレート・ベンチャー・キャピタルファンド「明治安田未来共創ファンド」を設立しました

● 新たな役割の発揮に向けた態勢の確立

- 従業員の余力を創出し、新たな役割を発揮できるよう、ビジネス・プロセス・リエンジニアリング（BPR）に取り組んでいます

● 変化に対して柔軟な経営やイノベーションの実現に向けた調査・研究態勢の高度化

- グループ会社の明治安田総合研究所や、外部の企業、研究・医療機関等と連携し、先端技術の調査・研究やPOC（概念実証）に取り組んでいます

6. デジタルトランスフォーメーション戦略

- DX戦略では「デザイン」「デジタル」「データ」にかかる取組みの強化に向け、四つの取組方針を設定のうえ、戦略を推進しています
- あわせて、従業員のデジタルリテラシーの向上、DX人財の確保・育成に向けた取組みを強化しています

お客さま体験(CX)と従業員体験(EX)の向上

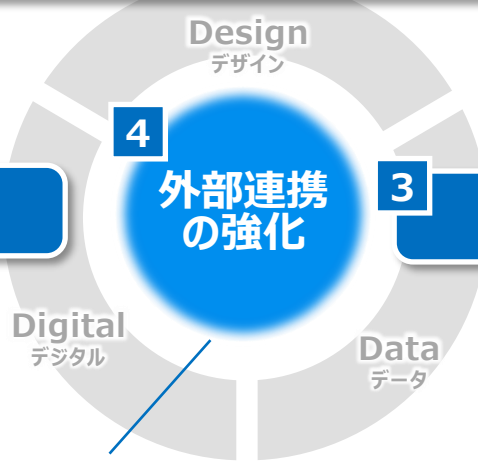


1 体験価値の徹底追求

- お客さまや従業員の、日常生活や仕事での不便・不満を解消し、体験価値の向上を図ります
- MYほけんページを対象にUI（ユーザー・インターフェース）のデザイン開発に取り組んでいます

2 先進技術による効率化・高度化

- AI等のデジタル技術や先進サービスを活用し、人とデジタルを融合した効率的・効果的な営業・サービス態勢を構築します
- AIを活用したQA検索ツールの導入により、迅速なお客さま対応と業務効率化に取り組み、公益社団法人企業情報化協会「IT賞（マネジメント領域）」を受賞しました



3 データに基づく業務運営の高度化

- 「収益力向上」「コスト削減」「経営管理の高度化」に向け、あらゆる局面でデータを活用する経営を推進します
- さまざまなソースから収集したデータをデータレイクに順次収録し、それを活用したデータ分析に取り組んでいます

- 産官学連携を強化します
- 外部の専門人財との協働や、外部データの活用を通じ、社内外の知見を活かしたイノベーションを推進します
- スタートアップをはじめとした他企業のサービスの導入に取り組む等、外部との協業・連携による価値共創を推進しています

D X 戦略にかかる推進態勢の強化

D X 戦略のPDCA運営、DX人財の育成・確保、先進技術・サービスの調査・研究



7. ブランド戦略

- **企業ビジョンや10年後（2030年）にめざす姿と軌を一にする「明治安田ブランド」の形成**に向け、「みんなの健活プロジェクト」「地元の元気プロジェクト」を通じたブランドイメージ「ひとに健康を、まちに元気を。」の浸透・定着に取り組んでいます

めざすブランドイメージ

ひとに健康を、まちに元気を。



健康増進型商品・サービスや運動機会の提供等を通じ、お客さまの健康増進をサポート



地域と連携した取り組みやスポーツ応援等を通じ、地域のみなさまの交流機会をサポート

＜「明治安田ブランド」を表現する重点的な取り組み＞

スポーツ支援を通じた健康増進・地域貢献の取り組みにより、当社らしい社会的価値を創出します



©J.LEAGUE

■ Jリーグとの協働

- 全国の支社等が全 Jクラブ等と締結する個別の スポンサー契約に基づく地域貢献活動の展開
- 全世代のお客さまが気軽にご参加いただける「Jリーグウォーキング」の開催
- お客さまと当社従業員が地元のJクラブと一緒に応援する観戦イベントの開催



■ 日本女子プロゴルフ協会との協働

- オフィシャルパートナー契約に基づく、生涯スポーツであるゴルフを通じた協働取り組みの展開
 - ティーチングプロによる当社主催イベントでのティーチング活動や、レッスンプログラム「スナッグゴルフ教室」の開催
- 「明治安田生命レディス」への特別協賛

8. 2「大」プロジェクト (1) みんなの健活プロジェクト

- **お客さまの健康づくりに対する継続的な支援や、お客さまとの接点拡大**に向け、より付加価値の高い商品・サービスの提供や、健康増進イベント・コンテンツの拡充等を推進するほか、従業員の健康増進に取り組んでいます

健活商品・サービスの提供

● 早期発見・重症化予防等の新たな保障領域の検討

- ベストスタイルの新たな特約として、2021年6月に「早期発見・治療支援特約」「重症化予防支援特約」、2022年6月に「がん検診支援給付金付女性がん保障特約」を発売する等、お客さまの健康増進を応援する健康増進型商品の拡充に取り組んでいます

2021年6月発売



2022年6月発売



ベストスタイル 健康キャッシュバック
累計販売件数

120万件 (注1)

(注1) 2023年3月時点

健康増進イベントの拡充

● 地域ごとの健康課題の解消に向けたきかけの提供

- 最先端の健康チェック機器を気軽に体験できる「明治安田生命の健康チェック」や、認知症予防に効果が高いとされる「明治安田生命大人の塗り絵コンクール」等、全国各地で健康増進イベントを開催し、お客さまや地域のみなさまの健康づくりを応援する取組みを実施しています

健活プロジェクト参加者数

460万人 (注2)

(注2) 健活商品累計販売件数+健康増進イベント等への参加者数 (2022年度までの累計)

従業員の健活推進等、健康増進経営の推進

- ウォーキングの推進や、健活ダッシュボードによる取組状況等の可視化を通じ、従業員の健活の習慣化に取り組んでいます
- これらの健康増進等にかかる取組みが評価され、「健康経営優良法人(大規模法人部門)」に7年連続で認定されました。また、調査に回答した法人のなかで上位10%以内の評価を獲得し、「ホワイト500」にも認定されています。
- スポーツ庁の「スポーツエールカンパニー」、東京都の「東京都 スポーツ推進企業」に、それぞれ6年連続で認定されました



8. 2「大」プロジェクト (2) 地元の元気プロジェクト

- **地域の橋渡し役として「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」への貢献をめざします

「社会的なつながり」の提供に向けた取り組み

- 自治体情報の発信や地域住民の健康増進支援等に関する自治体との連携協定の拡充に取り組んでいます
- 従業員一人ひとりが“地元”に想いを届ける「私の地元応援募金」を通じた協働態勢を強化しています
- Jリーグとのタイトルパートナー契約の更新等、Jリーグ・日本女子プロゴルフ協会とのパートナーシップを強化しました



「地方創生の推進」への貢献

地域のみなさまの心身の健康保持・増進

- ・道の駅（健康増進イベント）
- ・Jリーグ・JLPGA（スポーツイベント）
- ・「大人の塗り絵コンクール」
- ・日本赤十字社（献血）

地元への愛着と暮らしやすさの向上

- ・公民館（MY定期講座）
- ・祭事
- ・地元アスリート応援プログラム
- ・金融・保険教育
- ・行政サービス案内

地域を支える企業・団体の持続的成長

- ・協会けんぽ（健康経営サポート）
- ・外部提携企業等との連携（サステナビリティ分野の取り組みサポート）
- ・私の地元応援ファンド



(注1) 地方自治体との協働取り組みの参加者等、顧客アクセス数（2022年度までの累計）

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (1) 15の優先課題(マテリアリティ)

- SDGsにおける17のゴールおよび169のターゲットから導き出される社会課題について、当社のステークホルダーへの影響度と事業との関連性の観点から、15項目を「優先課題（マテリアリティ）」に設定しています

15の優先課題（マテリアリティ）

	「3 すべての人に健康と福祉を」		「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」
健康寿命の延伸		イノベーション、調査・研究・開発の推進	
	「11 住み続けられるまちづくりを」		「8 働きがいも経済成長も」
地方創生の推進		雇用機会の創出	
	「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」		「5 ジェンダー平等を実現しよう」
	「13 気候変動に具体的な対策を」	「5 ジェンダー平等を実現しよう」	
	「14 海の豊かさを守ろう」	ダイバーシティの推進	
	「15 陸の豊かさを守ろう」	「8 働きがいも経済成長も」	
環境保全・気候変動への対応		働き方改革の推進	
	「8 働きがいも経済成長も」		「10 人や国の不平等をなくそう」
金融包摂（金融アクセスの確保等）			「16 平和と公正をすべての人に」
	「1 貧困をなくそう」	「10 人や国の不平等をなくそう」	
	「10 人や国の不平等をなくそう」	人権の尊重・推進	
こどもの健全育成、伝統芸能・技術の継承		「16 平和と公正をすべての人に」	
	「3 すべての人に健康と福祉を」	ガバナンス強化と経営の透明性確保	
	「4 質の高い教育をみんなに」	「16 平和と公正をすべての人に」	
健康・金融リテラシーの向上		コンプライアンスの推進	
	「1 貧困をなくそう」		「5 ジェンダー平等を実現しよう」
	「3 すべての人に健康と福祉を」		「11 住み続けられるまちづくりを」
多様な保険商品・サービスの提供		防犯・防災対策の整備	

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (2) 特に注力する優先課題等

- 当社の15の「優先課題（マテリアリティ）」のうち「健康寿命の延伸」「地方創生の推進」は、「特に注力する優先課題」として2「大」プロジェクト等に取り組んでいます
- また、「環境保全・気候変動への対応」を「さらなる取組みが必要な優先課題」と位置付け、取組みを強化しています

特に注力する
優先課題

2「大」プロジェクト等を通じ、引き続き注力



「3 すべての人に健康と福祉を」

健康寿命の延伸



- 健康増進型商品・サービスや運動機会の提供等を通じ、お客さまの健康増進をサポート



「11 住み続けられるまちづくりを」

地方創生の推進



- 地域と連携した取組みやスポーツ応援等を通じ、地域のみなさまの交流機会をサポート

さらなる取組みが
必要な優先課題

位置付けを引き上げ、取組みを強化



「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「13 気候変動に具体的な対策を」
「14 海の豊かさを守ろう」「15 陸の豊かさを守ろう」

環境保全・気候変動への対応

- 事業者として、燃料・電力等の使用抑制をはじめ、広くサプライチェーンから生じるCO₂排出量の削減に取り組み
- 機関投資家として、ESG投融資を通じ、脱炭素社会の実現に向けた技術・商品開発や事業転換等を後押し

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (3) 事業者としての取り組み

- 「2050年度におけるCO₂排出量ネットゼロ」の目標を設定し、その達成に向け取り組んでおり、着実に進捗しています
- また、推進態勢を整備・強化し、その取り組みを加速させていきます

	目標／態勢			主な取組み												
CO ₂ 排出量削減に向けた取組み	CO₂排出量 (いずれも2013年度比) <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2021年度</th> <th>2030年度</th> <th>2050年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>スコープ1・2 (注1)</td> <td>△31%</td> <td>△50%</td> <td>△100%</td> </tr> <tr> <td>スコープ3 (注2)</td> <td>△19%</td> <td>△40%</td> <td>排出量 ネットゼロを実現</td> </tr> </tbody> </table>				2021年度	2030年度	2050年度	スコープ1・2 (注1)	△31%	△50%	△100%	スコープ3 (注2)	△19%	△40%	排出量 ネットゼロを実現	<p>2050年度までにCO₂排出量ネットゼロとするロードマップを策定しています</p> <p>【スコープ1・2】</p> <ul style="list-style-type: none"> 保有不動産における照明のLED化等、省エネ・省電力に取り組んでいます 再生可能エネルギーの導入に取り組んでいます (主要な本社機能が入居するビル3棟に導入済) <p>【スコープ3】</p> <ul style="list-style-type: none"> 抜本的なペーパーレス・デジタル化と、それに伴う物流・移動の効率化等に取り組んでいます
		2021年度	2030年度	2050年度												
スコープ1・2 (注1)	△31%	△50%	△100%													
スコープ3 (注2)	△19%	△40%	排出量 ネットゼロを実現													
推進態勢	<pre> graph TD A[取締役会] --> B[代表執行役社長] B --> C[サステナビリティ経営推進担当執行役] B --> D[経営会議] C --> E[サステナビリティ経営推進部長] D --> F[サステナビリティ経営検討委員会] F --> G[環境保全・気候変動対応検討小委員会] </pre>			<ul style="list-style-type: none"> サステナビリティ経営にかかる取組みを強化するため、経営会議の諮問機関として「サステナビリティ経営検討委員会」を設置するとともに、その傘下に「環境保全・気候変動対応検討小委員会」を設置し、取組みを推進しています 												

(注1) スコープ1は、当社での燃料の使用等による直接排出。スコープ2は、当社で購入した電気の使用等による間接排出
 (注2) スコープ3は、サプライチェーンにおける当社以外の間接排出。重要性等に鑑み、6つのカテゴリー（1,3,4,5,6,7）に限定して算出しており、カテゴリー15（投資）は機関投資家としての「投融資先からの排出」として、別途管理

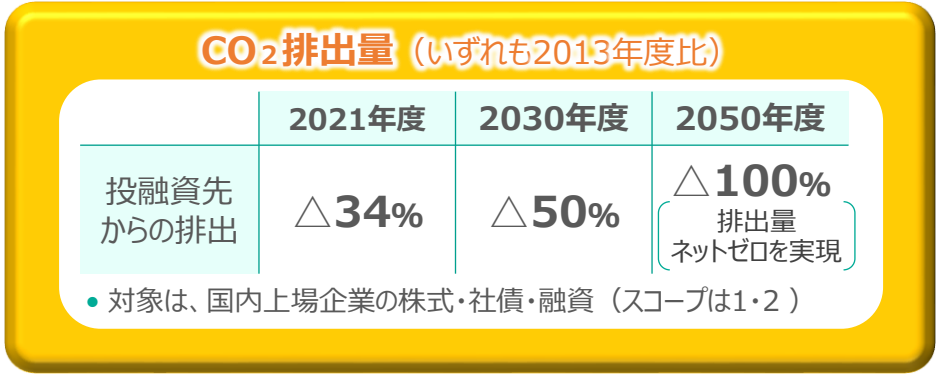
9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (4) 機関投資家としての取組み

- 機関投資家として、エンゲージメント（対話）やESG投融資を通じ、投融資先のCO₂排出量削減に向けた取組みを推進し、脱炭素社会の実現に貢献しています
- また、国際的なイニシアティブへの参画や外部知見等の積極活用により、責任投資の高度化を推進しています

目標／態勢

主な取組み

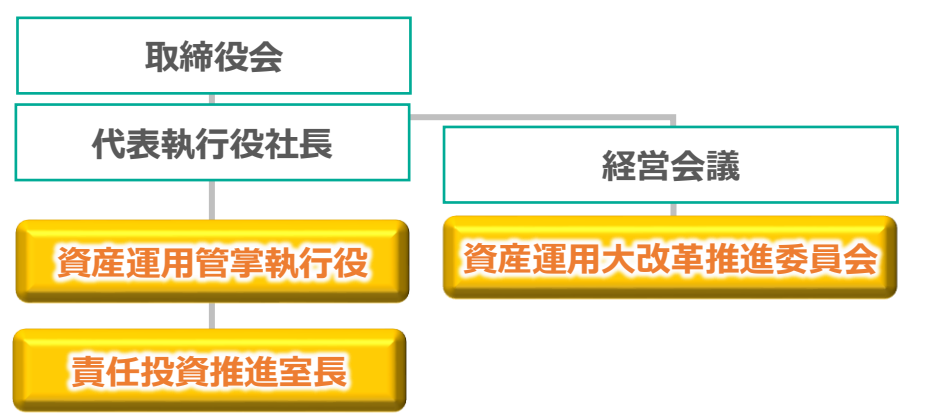
CO₂排出量削減に向けた取組み



ESGの取組み



推進態勢



- 投融資先のCO₂排出量削減計画を把握し、エンゲージメントを通じ、投融資先の脱炭素（CO₂排出量削減）に向けて働きかけをしています
- 経済的価値と社会的価値の創出をめざすESG投融資を推進しています
- 全運用資産にESG観点を組み入れ、資産特性に応じたESG投融資手法を確立しています
- 投融資を行なった案件の情報を発信する等、ESG投融資にかかる開示を拡充しています

- 専担組織である「責任投資推進室」を設置し、取組状況や課題等を委員会や経営会議で審議・報告する等、全社的な推進態勢を構築しています
- 気候変動関連の国際的イニシアティブに新たに参画、サステナビリティ領域で高度な知見を有するSDGインパクトジャパンとの提携等を通じて、社会的インパクト創出に向けた推進態勢の高度化に取り組んでいます

9. 持続可能な社会づくりへの貢献 (5) 金融包摂(金融アクセスの確保等)の取組み

- 当社は、「高齢者の方」「障がい者の方」「性的マイノリティ(LGBTQ)の方」「外国人の方」など、**さまざまな特性をおもちのお客さまのお手続き上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」として推進**しています

「みんなにやさしい保険アクセス」の取組み（一部）

【ご高齢の方への取組み】

- M Y 長寿ご契約点検制度
- M Y 安心ファミリー登録制度
- 「M Y アシスト+」制度
- 契約者手続サポート制度
- 電話音声明瞭器「サウンドアーチ」の設置

【障がいをおもちの方への取組み】

- 耳や言葉がご不自由なお客さま専用窓口
- 手話リレーサービス
- チャットボットサービス
- 音声約款等

【性的マイノリティ (LGBTQ) の方への取組み】

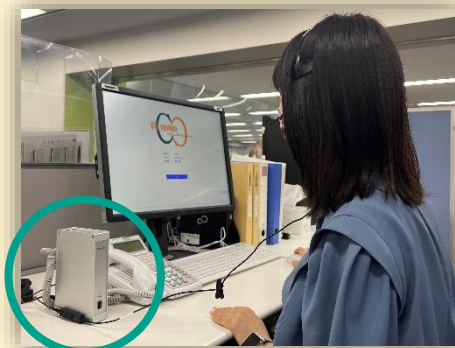
- 同性パートナーの死亡保険金受取人等指定
- 同性パートナーによる代理人請求
- 同性パートナーの第二連絡先登録

【外国人の方への取組み】

- 5か国語によるお問い合わせ窓口
- 5か国語による通訳サービス
- ご説明資料の英語・中国語等でのご提供

明治安田生命が発案したサウンドアーチ – 声の架け橋 –

- 当社シニア職員の発案により誕生した、電話の声を、「聴こえ」に悩む方にとって聴きやすい音声に変換する機器を、ご高齢のお客さま専用のお問い合わせ窓口などに設置し、実際のお客さまとの通話において活用しています
- また、「聴こえ」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全国の地方自治体に、順次寄贈していきます



コミュニケーションセンターにおける設置例

10. 企業風土・ブランド創造運動

- 「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て、全従業員一人ひとりが創造力をもって積極的・主体的に取り組み、**企業風土を創造することを目的**に、ボトムアップ活動に取り組んでいます

めざす
ブランドイメージ

めざす企業風土

各組織における
Kizuna運動
(注1)

ひとに健康を、まちに元気を。

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

4つの絆を深める価値創出

お客さまとの絆

お客さまに寄り添い、
アフターフォローで感動を追求する

地域社会との絆

社会から必要とされる価値を
創造し、地域の発展に貢献する

未来世代との絆

未来の世代を思い、持続可能で
希望に満ちた豊かな社会づくりに
貢献する

働く仲間との絆

挑戦意欲や多様性を尊重し、
働きがいのある職場を実現する

私たちの
行動原則

「私たちの行動原則」(注2)の定着

みんなの
健活
プロジェクト

「みんなの健活プロジェクト」の推進

地元
の
元気
プロジェクト

「地元の元気プロジェクト」の推進

(注1) 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。「(Ki) きっと届く、(zu) ずっとつながる、(na) なかまの思い」という活動意義を表現した運動名称

(注2) 「明治安田フィロソフィー」にそった行動を従業員の視点から具体的に解説したもの

10. 企業風土・ブランド創造運動

- 「企業風土・ブランド創造運動」において中心となる小集団活動「Kizuna運動」を全国の各組織で推進しています

小集団活動「Kizuna運動」の推進

各組織のKizuna運動の主な取組み

「お客さまとの絆」を深める取組み

多くのお客さまにやさしさを届けられるよう、さまざまな取組みを実施しています。お客さまに手書きのメッセージカードをお届けする「MYメッセージ活動」では約1,617万枚（2022年度活動実績）のカードをお届けしました。

<MYメッセージ活動>



「地域社会との絆」を深める取組み

「全員がサポーター」を合言葉に、Jリーグ・Jクラブ等を応援しています。お客さま・当社従業員のスタジアムにおける2015シーズンから2022シーズンまでの累計観戦者数は、174万人を突破しました。

<スタジアム観戦の様子>



「未来世代との絆」を深める取組み

全国各地でさまざまな地域貢献活動に取り組んでいます。持続可能な社会づくりへの貢献をめざし、金融・保険教育（2022年度活動実績819校）等、「環境保全」・「こどもの健全育成」を中心とした取組みを推進しています。

<外来種駆除活動（上） 金融・保険教育（下）>



「働く仲間との絆」を深める取組み

「明治安田フィロソフィー」の定着を目的に、各組織ごとに、「私たちの行動原則」に沿った行動事例を約13万件（2022年度活動実績）収集し、優れた事例を顕彰することで、企業風土の醸成に努めました。

<行動事例の収集>

