



明治安田 3 年プログラム (2024-2026年度)
「MY Mutual Way Ⅱ期」

2024年3月



明治安田

目次

1. 10年計画「MY Mutual Way 2030」について

2. 3か年プログラム「MY Mutual Way I期」(2021-23年度)の振り返り

3. 3か年プログラム「MY Mutual Way II期」(2024-26年度)について

10年計画「MY Mutual Way 2030」について

10年計画

MY Mutual Way 2030

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。

この10年計画においては、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」にチャレンジしています。その2つの大きなチャレンジによる「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

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

経済的価値の向上

業界の
リーディングカンパニー

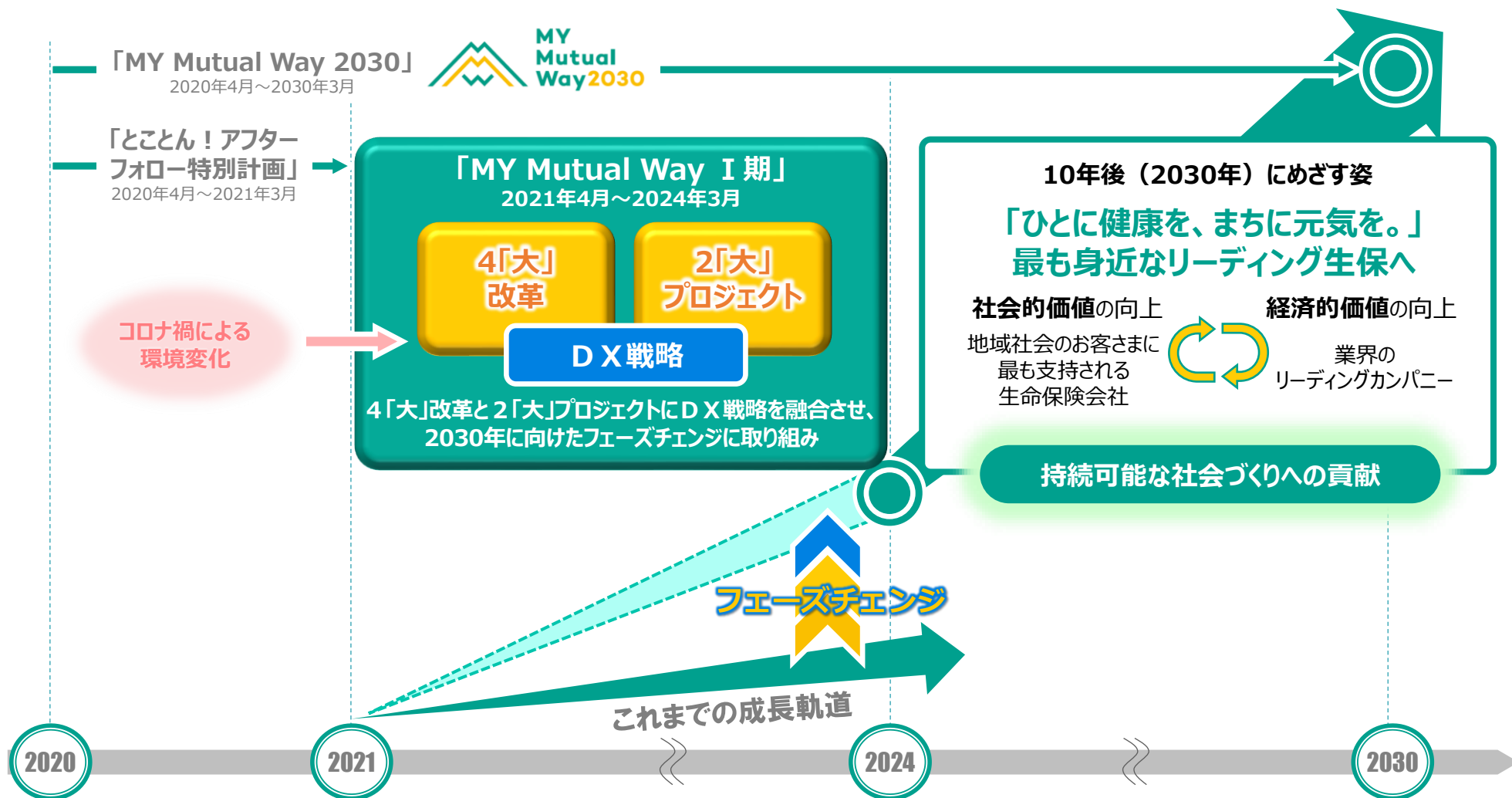


目次

1. 10年計画「MY Mutual Way 2030」について
- 2. 3年プログラム「MY Mutual Way I期」(2021-23年度)の振り返り**
3. 3年プログラム「MY Mutual Way II期」(2024-26年度)について

「MY Mutual Way I 期」(2021-23年度) について

- 3カ年プログラム「MY Mutual Way I 期」(2021-23年度)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」への成長軌道の確保に取り組み



「MY Mutual Way I 期」(2021-23年度)の振り返り

- 4「大」改革・2「大」プロジェクトおよび「DX戦略」等の取組みにより、各分野における態勢を抜本的に強化・高度化

4「大」改革等の主な取組成果

制度・インフラ等を抜本的に見直し、態勢を高度化・強化

営業・サービス 「大」改革

- 「MYリンクコーディネーター（営業職員）制度」の創設と社会貢献型営業モデル（行政サービス案内等）の展開
- 法人営業におけるデジタル技術の活用を通じた営業モデルの確立

基幹機能・事務 「大」改革

- 事務サービス・コンシェルジュによる訪問型サービス活動の開始
- 業界に先駆けたマイナンバー制度を活用した事務サービスの開始

資産運用 「大」改革・ 海外保険事業

- アセットアロケーション機能の強化と資産運用手法の多様化・高度化
- ESG投融資、スチュワードシップ活動等の責任投資の強化
- 海外保険事業における既存出資先のポートフォリオの強化
- スタンコープ社を通じたボルトオン投資（2件）

Mutual 経営 「大」改革

- ERM運営の実効性向上（「MYミューチュアル配当」の創設と「健全性水準に応じた経営の方針」の公表等）
- 規律ある相互会社経営のいっそうの高度化
- グループレベルでの事業横断的な取組範囲の拡充
- サステナビリティ経営の推進態勢の構築と取組強化

2「大」プロジェクトの主な取組成果

お客さまの健康づくりと豊かな地域づくりに貢献



- 健康診断・がん検診の受診を後押しする健活商品ラインアップの拡充
- 「MY健活レポート」の提供、JリーグやJLPGAとの協働による運動機会の提供など、お客さまの健康増進のサポート



- 企業・自治体、道の駅、公民館、日本赤十字社等を通じた地域とのつながりの強化
-950を超える自治体との連携協定
-公共セクターとの提携に基づく協働取組みの展開

DX戦略の主な取組成果

お客さま体験(CX)と従業員体験(EX)を向上

- 「お客さま専用WEBページ（MYほけんページ）」等のUX・UIの改善
- AI等を活用したサービスの高度化、業務効率化の実現
- 機動的かつローコストで商品投入が可能な新たな商品開発ラインの導入



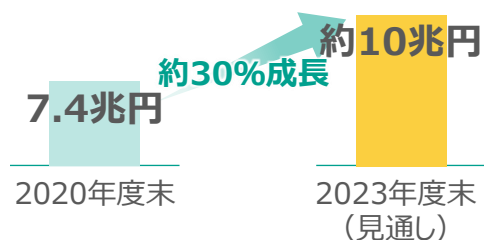
「MY Mutual Way I 期」(2021-23年度)の振り返り

- 企業価値を示すグループサープラスや健全性・収益性・成長性を示す経営目標は、中期経営計画の目標を概ね達成予定
- また、2023年度のお客さま満足度(総合満足度)は5年連続で過去最高値を更新

企業価値

グループサープラス

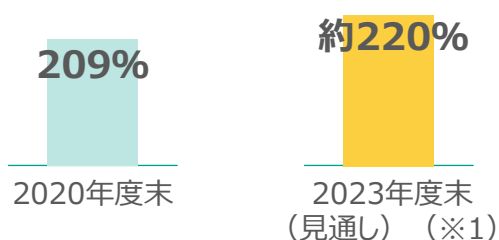
目標 **13%成長**



健全性

グループESR

目標 **安定的に165%以上
(当面は220%をめざす)**

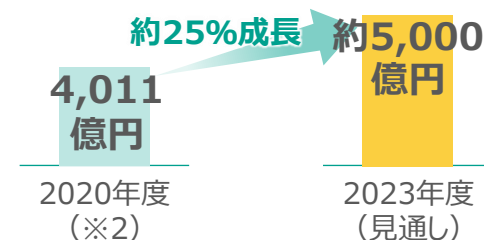


(※1) 新たな資本規制の導入を見据え2024年4月以降に計測モデルを改定予定(▲15pt程度低下見込み)

収益性

グループ基礎利益

目標 **安定的に約4,500億円を確保**

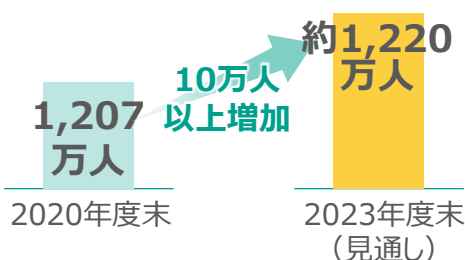


(※2) 2021年度の定義変更を反映した水準

成長性

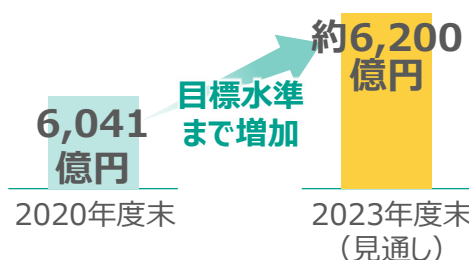
お客さま数

目標 **2023年度に1,235万人**



保有契約年換算保険料 〔保障性商品〕

目標 **2023年度に6,200億円**



団体保険 保有契約高

**国内シェア
No.1
を堅持**

お客さま満足度

総合満足度 (※3)



2019 2020 2021 2022 2023
(※3) 「満足」+「やや満足」の割合。選択肢は、「満足」「やや満足」「ふつう」「やや不満」「不満」の5段階

目次

1. 10年計画「MY Mutual Way 2030」について
2. 3か年プログラム「MY Mutual Way I期」（2021-23年度）の振り返り
- 3. 3か年プログラム「MY Mutual Way II期」（2024-26年度）について**

明治安田ブランドステートメント

ひとに健康を、まちに元気を。

大切な人と笑顔で、長く幸せな毎日を送っていただきたい。

明治安田生命は、日本で一番最初に生まれた生命保険会社として、約150年ものあいだ、人の命に、人生に、寄り添ってきました。

「確かな安心を、いつまでも」

目まぐるしく変化する世の中でも相互会社らしくお客さまを想い、その使命を追い求め続けたからこそ、見えてきたものがあります。

もっと、健やかになっていただくために

いざという時はもちろん、“その後”も、さらには“そのずっと前”から、サポートする。

もっと、誰もが暮らしやすい地域にするために

まちを駆けまわり、人と人を、人と地域を、つないでいく。

もっと、大きなチカラにするために

Jリーグ、JLPGAなど、同じ志を持った仲間たちと手をつなぎ、パスをつなぎながら地域独自の課題をも解決していく。

もっと、もっと。

笑顔あふれるやさしい世界を、つくりたい。

希望に満ちた社会を、未来のこどもたちへつないでいきたい。

日本で一番長く、相互扶助の絆を育んできた私たちならあなたと一緒に、そんな未来をつくることができると信じて。

だから明治安田生命は、生命保険会社の役割を超えていく。

明治安田生命から、**明治安田**へ。



10年後（2030年）にめざす姿と2024-26年度の位置づけ

- 当社が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」の実現に向け、「MY Mutual Way II期」では「生命保険会社の役割を超える」ことをめざす



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

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



経済的価値の向上
業界の
リーディングカンパニー

持続可能な社会づくりへの貢献



「MY Mutual Way Ⅱ期」でめざす姿

- 「MY Mutual Way Ⅱ期」では、事業活動を通じた社会課題の解決への貢献と、グループベースの持続的な成長をめざすとともに、お客さま・社会への還元の拡充に向けて取り組み

「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

社会的価値
の向上



経済的価値
の向上

社会課題の解決への貢献

優先課題の解決に向け、社会的価値の創出に取り組みます
当社の優先課題（マテリアリティ）

健康寿命の延伸	3 社会的価値の向上	みんなの健活プロジェクト			
地方創生の推進	11 持続可能な社会づくり	地元元気プロジェクト			
環境保全・気候変動への対応	7 環境問題の解決	13 気候変動の緩和	14 気候変動の適応	15 持続可能な消費	
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	3 社会的価値の向上	7 環境問題の解決	11 持続可能な社会づくり	13 気候変動の緩和	等
こどもの健全育成	1 多様な人々の共生	3 社会的価値の向上	4 質の高い教育をみんなに	10 人や国々の豊かさを増進させる	
金融サービスへの平等なアクセス確保	8 質の高い雇用を創出	10 人や国々の豊かさを増進させる			
DE&Iの推進	5 公正な社会づくり	8 質の高い雇用を創出			
人権の尊重	10 人や国々の豊かさを増進させる	16 平和と正義を推進			

グループベースの持続的な成長

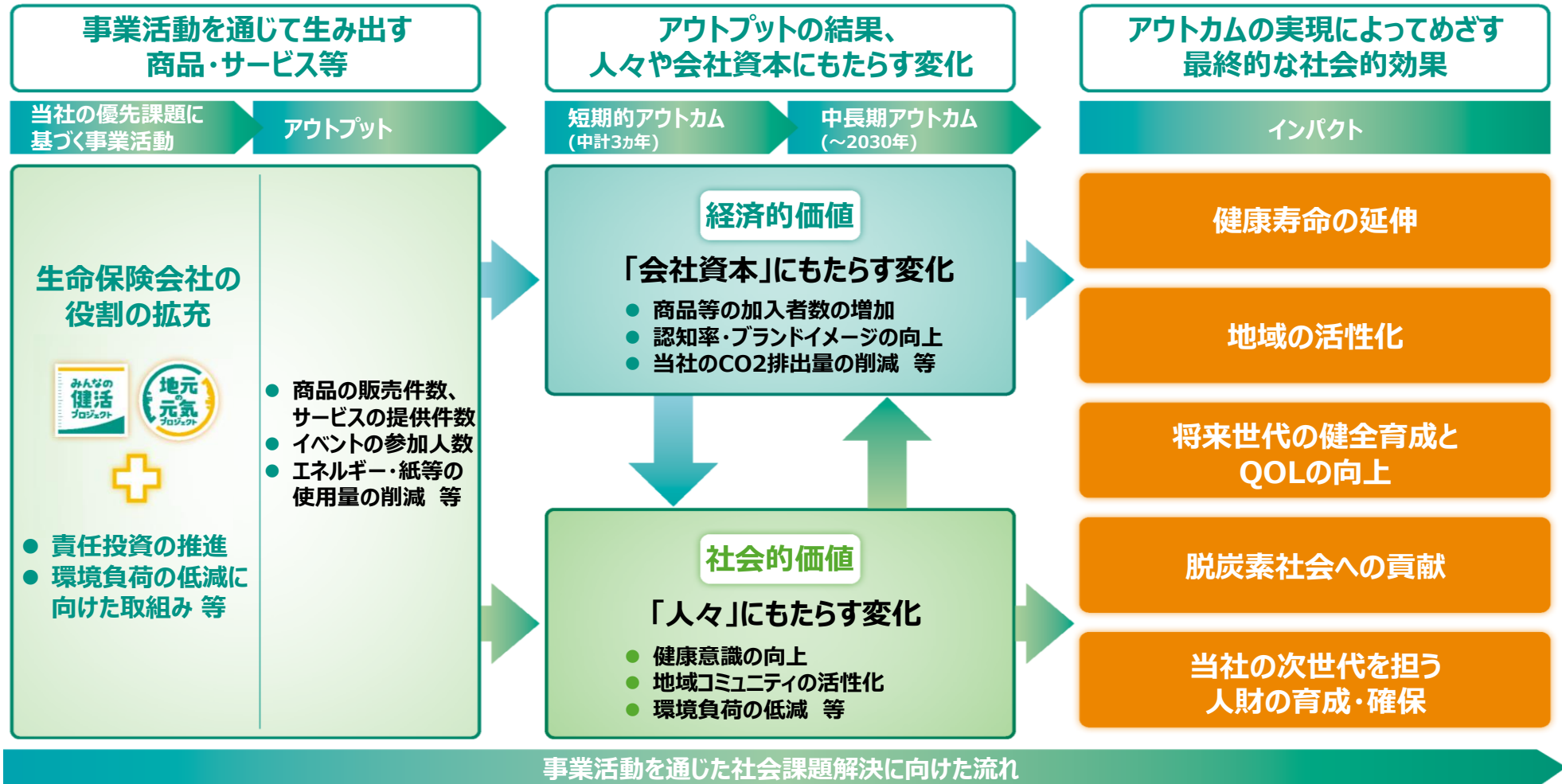
トップクラスの健全性を堅持しつつ、収益性・成長性とのバランスを重視したグループベースの持続的な成長をめざします



MY Mutual Way Ⅱ期

社会課題の解決への貢献①

- 事業活動を通じて経済的価値・社会的価値をともに向上させていく好循環を作り出すことで、「健康寿命の延伸」「地域の活性化」をはじめとした社会的効果（インパクト）を創出し、社会課題の解決に貢献



社会課題の解決への貢献②

- 事業活動のアウトプット、社会や会社にもたらす変化であるアウトカム、最終的な社会的効果であるインパクトまでの道筋を整理
- 全従業員が一丸となって社会課題の解決に向けて取り組み

当社が事業として取り組んでいる一つひとつの活動を、

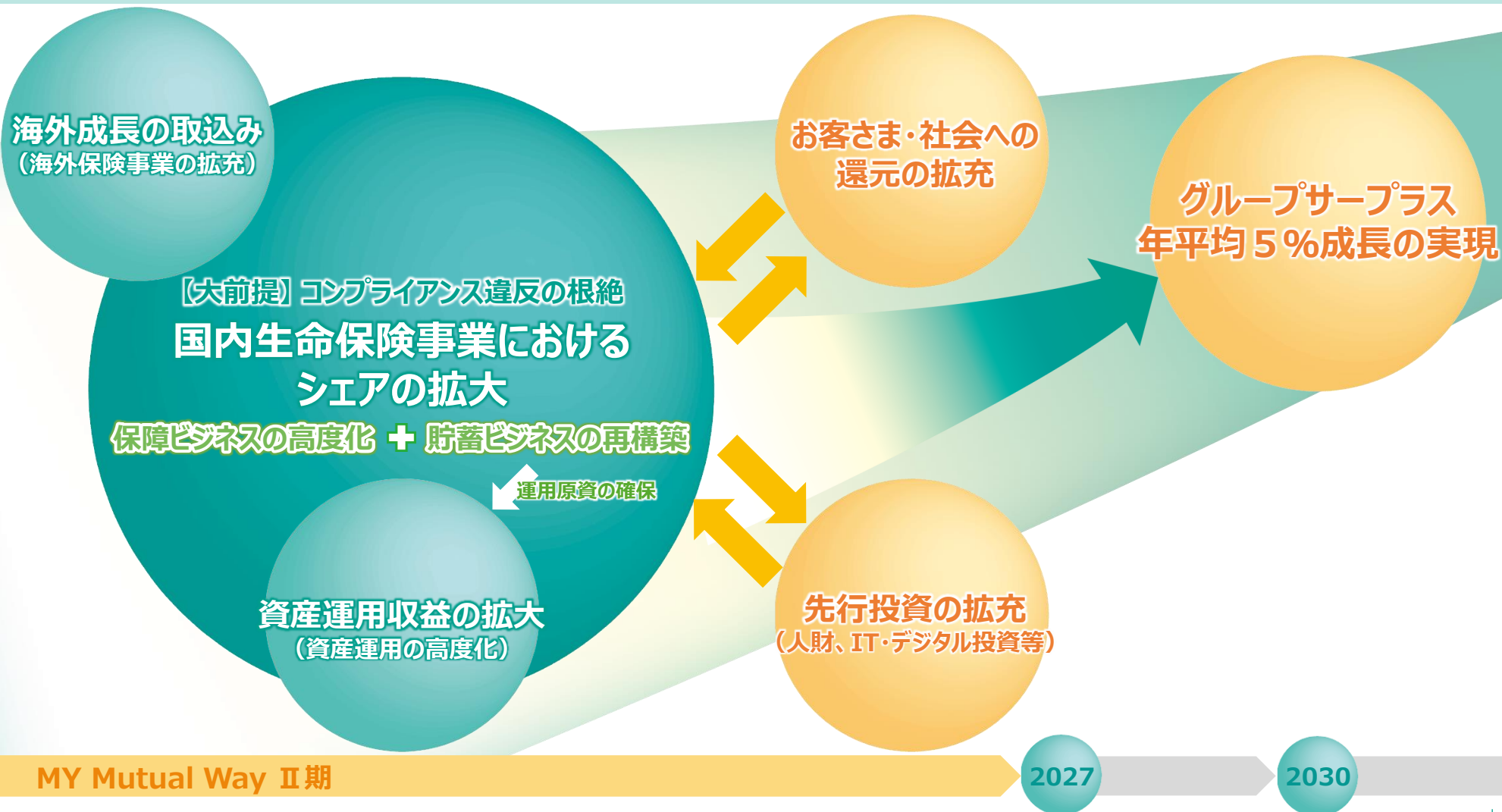
長期間にわたり継続していくことで社会や会社に好影響をもたらし、

社会課題の解決につながる効果を生み出していきます



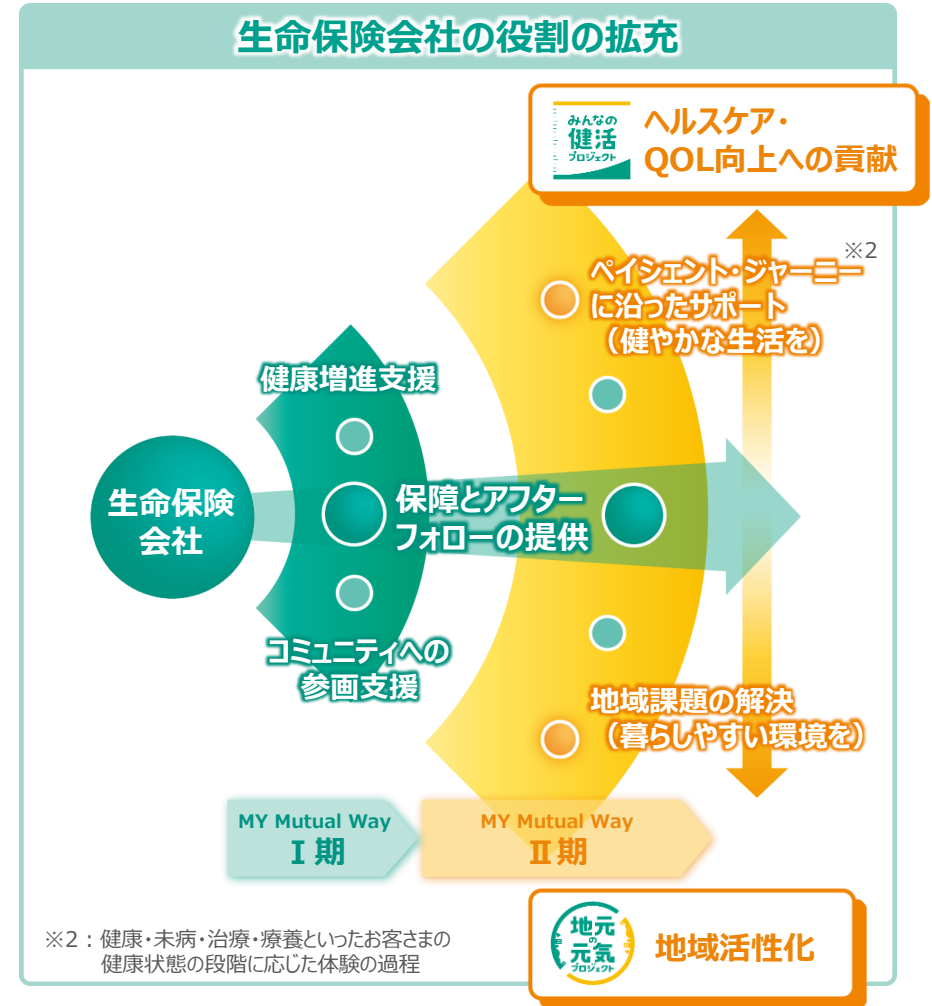
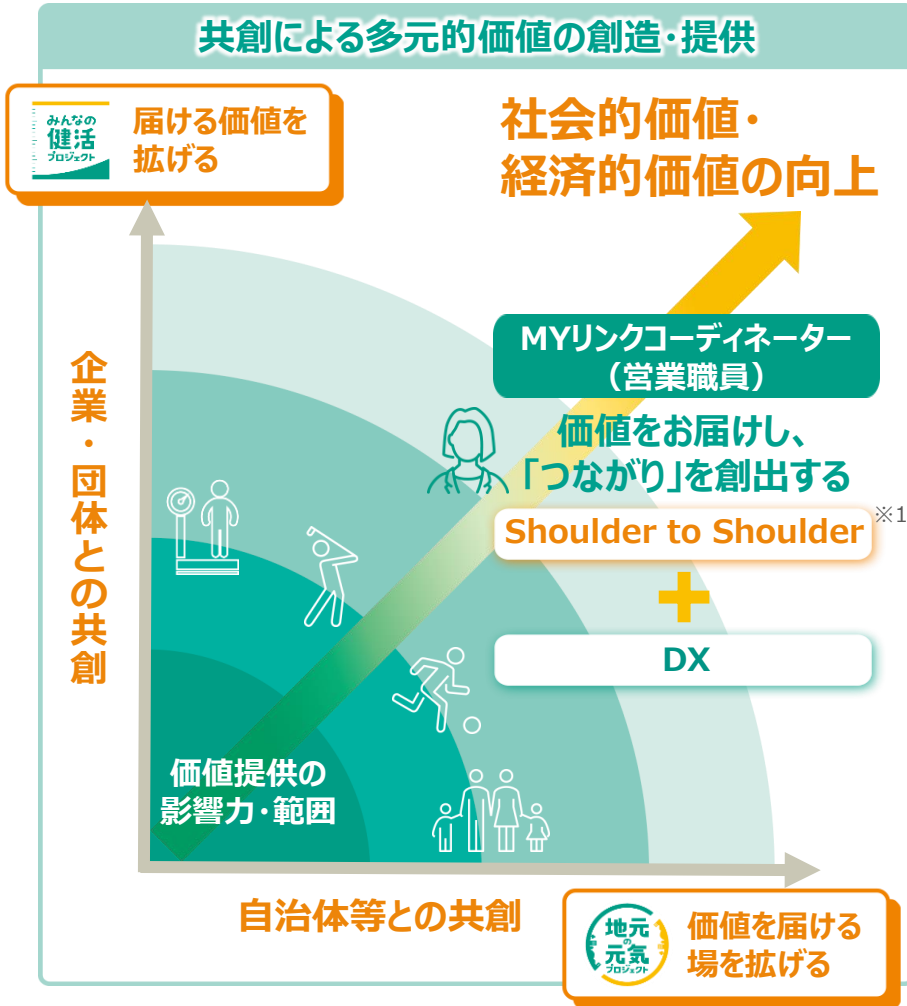
「MY Mutual Way Ⅱ期」の戦略のフレームワーク

- 国内生命保険事業では、「保障ビジネスの高度化」と「貯蓄ビジネスの再構築」に取り組み、シェアの拡大をめざす
- また、資産運用収益のさらなる拡大、海外成長の取込みを進めることで、グループベースの持続的な成長を実現



生命保険会社の役割の拡充

- 自治体や他企業・団体との共創を進めていくことで、新たな価値（多元的価値）を創出
- 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、「ヘルスケア・QOLの向上」と「地域活性化」という2つの方向にさらに役割を拡充



「MY Mutual Way Ⅱ期」の全体像

- 「成長ドライバー（成長戦略）」と、これを支える「経営基盤拡充戦略」を推進することで、2「大」プロジェクトを強化し、保障とアフターフォローの提供という従来の役割を大切にしながら、「生命保険会社の役割を超える」ことをめざす

社会課題の解決への貢献



グループベースの持続的な成長

ヘルスケア・
QOL向上への貢献

MY Mutual Way Ⅱ期 ～生命保険会社の役割を超える～
(生命保険会社の役割の拡充)

地域活性化

みんなの
健活
プロジェクト
届ける価値を
広げる

2「大」プロジェクトの強化

地元の
元気
プロジェクト
価値を届ける
場を広げる

スポーツの支援・イベント、自治体との連携等を通じた両プロジェクトのシナジーの拡大

成長ドライバー（成長戦略） 国内生命保険事業、資産運用、海外保険事業を成長領域とした3つの戦略を推進

営業サービス・フロントのさらなる強化
(人の役割の高度化)

生命保険の機能の拡張

資産運用の高度化と
海外保険事業の拡充

経営基盤拡充戦略 成長ドライバーを支える3つの戦略を推進

ひと中心経営の推進と
働きがいの向上

IT・デジタル投資のさらなる推進
(DX戦略2.0)

ガバナンスの高度化と
サステナビリティ経営の推進

ブランド戦略 企業ブランド創造の取組みを強化

企業風土・ブランド創造運動【第Ⅱ期】

ボトムアップ中心の運動で明治安田フィロソフィーの浸透に取り組み、
多様なステークホルダーとのつながりを創出



営業サービス・フロントのさらなる強化（人の役割の高度化）①

- 「コンプライアンス違反の根絶」を大前提として、MYリンクコーディネーター（営業職員）チャンネルの品質・生産性を飛躍的に向上
- 団体保険分野におけるリーディングカンパニーとしてのポジションを堅持

「社会貢献型営業モデル」の定着

- お客様の生活課題の解決や健康増進に資する活動を拡充・強化

行政サービス案内
（自治体のがん検診や
子育て情報等の提供）

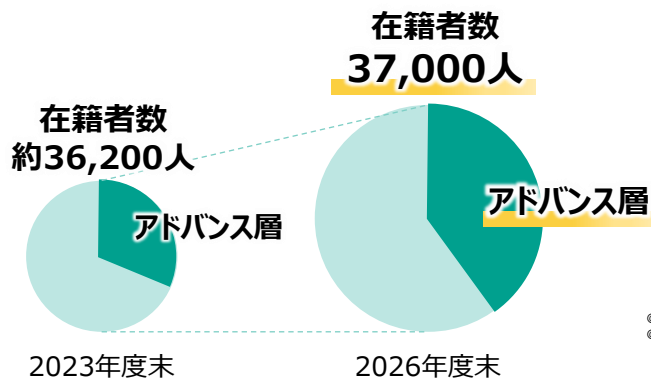


健活サポート活動
（“けんしん”受診勧奨・
予防に役立つ情報提供等）



MYリンクコーディネーター（営業職員）チャンネルの生産性向上

- 一定水準以上の生産性等を備えた「アドバンス」層を拡大



©スタジオ地図
©J.LEAGUE

団体保険分野における国内シェアNo.1の堅持

- 団体保険分野において、競争他社とのいっそうの差別化に取り組む

お客さま
接点拡大

デジタルを活用したお客さま接点の拡大
（お客さま用サイトのUX・UI改善）



マーケット
開拓

地域を中心に新たなマーケット開拓を行なう
営業体制の強化



商品・
サービス

お客さまのニーズにこたえる医療系商品の拡充と
サービスの開発



銀行窓販における競争力向上

- コンプライアンス態勢・お客さまサービス態勢を強化
- 市場環境の変化を捉え、商品ラインアップを拡充

営業サービス・フロントのさらなる強化（人の役割の高度化）②

- 地域マーケット開拓体制の強化を通じ、地域の企業等との接点の拡充と取引の拡大に取り組み、地域における存在感を向上
- 事務職員の役割の高度化や、新たな技術の利活用を通じ、お客さまの利便性を飛躍的に向上

地域マーケット開拓体制の強化

- 組織を新設し、地域の企業・自治体・金融機関等との接点を拡充



事務職員の役割の高度化

- 事務職員の活躍領域をさらに拡大

事務サービス・コンシェルジュ/法人事務サービス・コンシェルジュ創設

2021年度～ 訪問型サービス活動の展開

役割・職務を拡大

役割を拡大

個人事務

- ・自治体との窓口担当等
- ・健活サポート活動のフォロー
- ・内部管理を中心とした営業拠点マネジメントのサポート（新職務）

法人事務

- ・団体窓口への直接訪問等によるお客さまサービス業務の拡大

個人営業と法人営業の連携強化

- 両チャンネルの営業活動の連携を強化し、シナジーを拡大

個人営業

- ・MYリンクコーディネーター（営業職員）による団体保険販売の拡大

連携強化

法人営業

- ・退職時に個人保険への移行が可能な制度の導入団体の拡大
- ・企業との関係強化によるお客さまとの接点の拡大

マイナンバー制度の利活用による利便性の向上

健康サポート・キャッシュバック※のお手続きイメージ

今後展開予定

お客さま専用サイト等で
マイナンバーカードを読み取り



（データの提供同意）

健診結果データが
当社に連携

明治安田

マイナポータル

健康サポート・キャッシュバック
の引き出しが可能



【従来との比較】
健診結果を1枚
ずつ撮影が必要

※提出いただく健康診断の結果に応じてキャッシュバックする仕組み

生命保険の機能の拡張

- “保険給付・ヘルスケアサービス・働きかけ（介入）”を一体的に提供する「QOL保障プログラム」を開発・提供
- 相互会社らしい魅力的な受取率の貯蓄性商品を拡充し、お客さまの資産形成をサポート

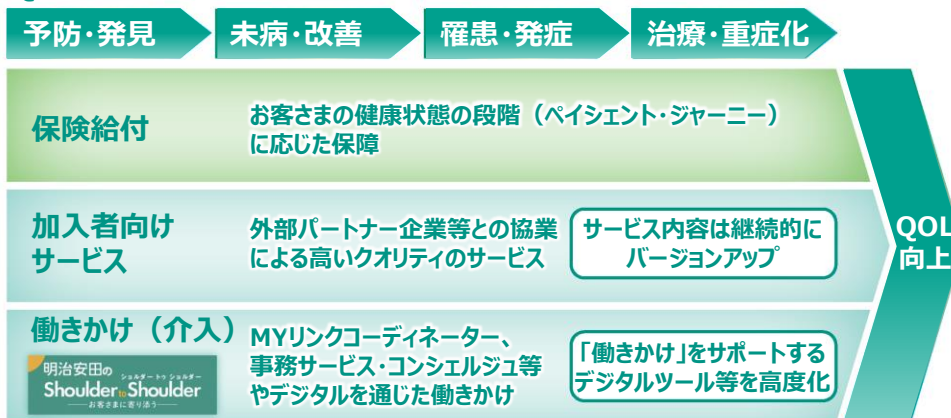
保障とサービスの一体的な提供

- 生命保険の機能を拡張した「QOL保障プログラム」を開発・提供

生命保険の機能の拡張

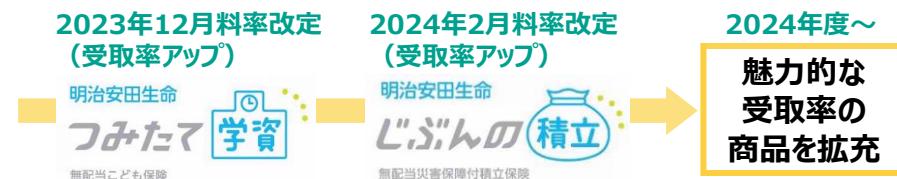


QOL保障プログラム



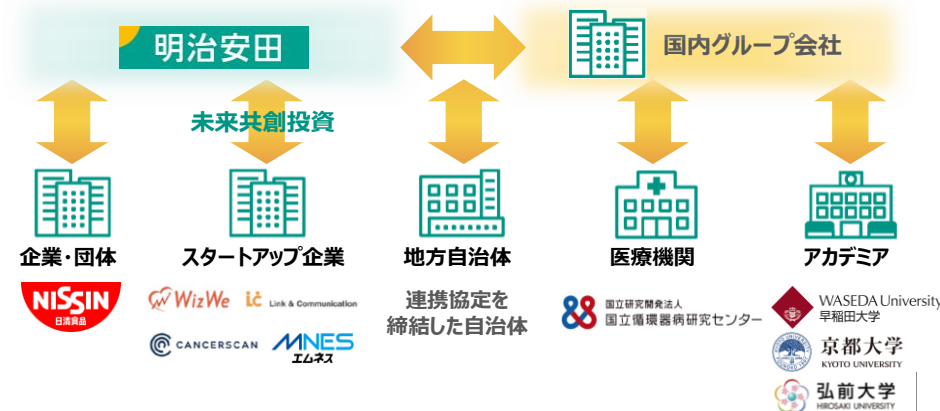
貯蓄性商品のラインアップ拡充

- 相互会社らしい魅力的な受取率の貯蓄性商品を拡充



自治体や他企業・団体・国内グループ会社との共創の推進

- 共創を通じ、イノベーションの創出に取り組む



協業・提携先等をさらに拡大

資産運用の高度化と海外保険事業の拡充①

- 総合収益力と責任投資のさらなる強化に取り組み、資産運用の高度化を実現

総合収益力の強化

- アセットアロケーション機能を強化



金融環境シナリオの精緻化

市場の変化に機動的に対応した
資産配分・ヘッジ戦略の実行

- 海外投融資の拡大や、運用手法の高度化に取り組む



海外プライベートアセット投資の拡大

海外資産の現地運用の拡大

運用手法の多様化・高度化
(含む新興運用業者（EMP）の活用)

責任投資の強化

- インパクトファイナンス※を拡大するとともに、エンゲージメントを充実
- 外部評価機関等の評価の向上に取り組む



2024～26年度のESG投融資額

8,000億円

上記のうちインパクトファイナンス

1,200億円

※環境・社会・経済の課題解決へ取り組むプロジェクトへの資金供給

資産運用基盤の高度化

- 総合収益力の強化と責任投資の強化を支える態勢を整備・高度化



資産運用の高度化と海外保険事業の拡充②

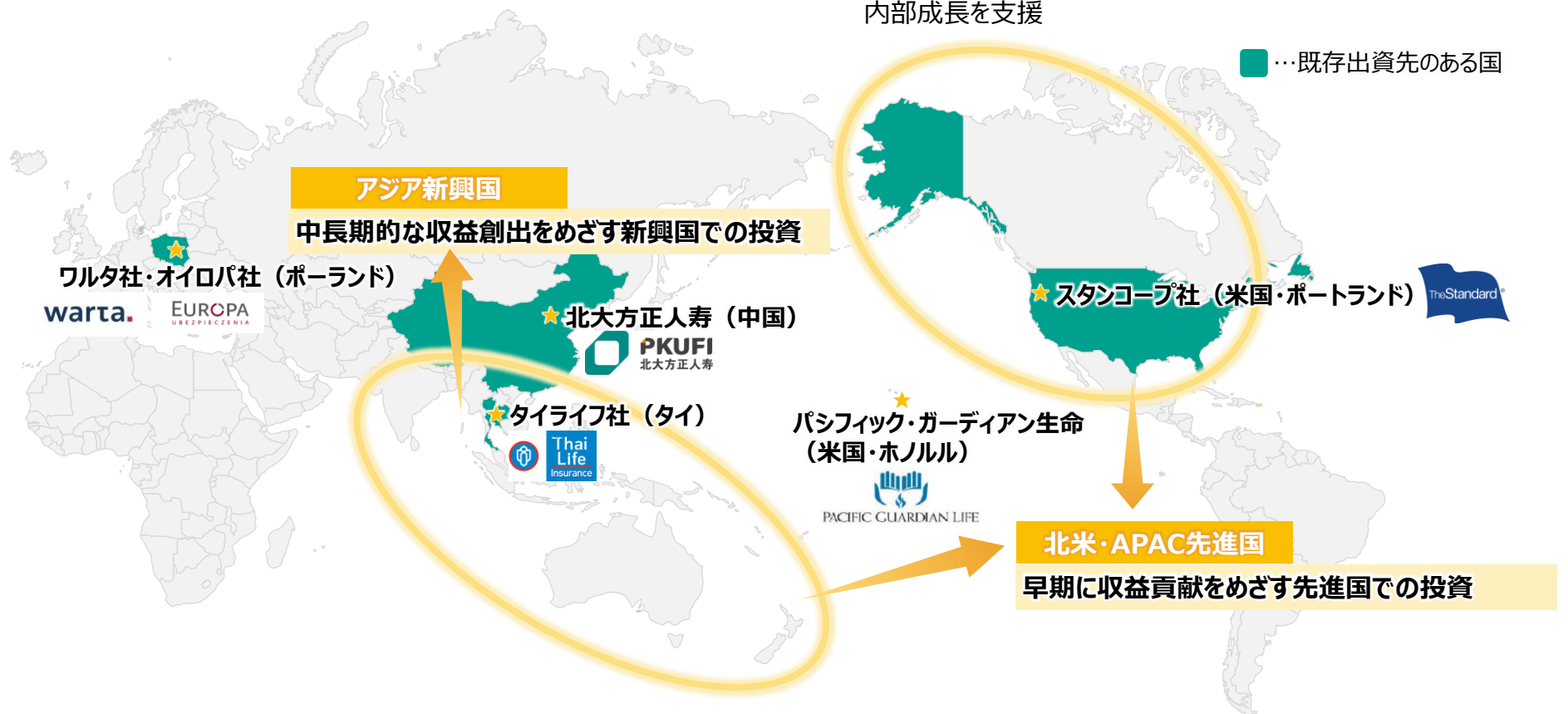
- 新規投資と既存事業の強化を通じて海外成長を取り込み、グループベースの収益を拡大
- 海外保険事業等の基礎利益を2027年度に800億円以上に拡大

新規投資の推進

- 米国等を中心に、先進国や将来の成長が見込める新興国において新規投資の取組みを推進

既存事業の強化・安定化

- スタンコープ社の買収事業の計画的な統合プロセス（PMI）を完遂
- 既存出資先（海外保険グループ会社）の安定的かつ高水準な内部成長を支援



ひと中心経営の推進と働きがいの向上

- 「ひと中心経営」の推進を通じた従業員一人ひとりの意欲向上と能力発揮によって、事業競争力を向上

処遇制度の見直し

- 従業員の処遇をさらに魅力化し、働く意欲を向上

処遇の引き上げ

MYリンクコーディネーター (営業職員)

2022・23年度

2024年度～

約7%
引き上げ

さらに

約4%
引き上げ

- 処遇の引き上げ・安定化等により
職業魅力度を向上

職員

2024年度

約7%
引き上げ

- 価値創造特別手当の創設
- 役割・実績の処遇反映の強化

人財の層の拡充

- 中長期的な要員減少をふまえ、職員の人財の層を広げる取組みを強化

採用

- 新卒採用の取組強化
- 経験者採用の拡大

スカウト型採用

リライト採用（再雇用）

人財活用

- 70歳定年制の導入に向けた検討
- グループ横断の人財活用の推進

人財の活躍促進

- 働きがいのある制度・環境を整備し、意欲ある人財の活躍を促進

職務登用における年功要素の撤廃

社内複業制度の本格展開

柔軟な働き方の推進、福利厚生制度の拡充

転勤支援の拡充

選択的週休3日制

マルチステージ休職

DE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）の推進

- 一律の支援ではなく、一人ひとりの状況に応じた経験・情報提供により、公平な（エクイティ）機会を提供

女性活躍

- 新たな職務経験の付与
- 多様なプロモーションルートの提示

シニア活躍

- リスキリングの推進
- 健康増進・両立のサポート



健康経営の推進

- 従業員の心身の健康づくりに取り組む

生活習慣病への取組み

メンタルヘルスへの取組み

女性の健康への取組み
(がん検診、HPVワクチン等)

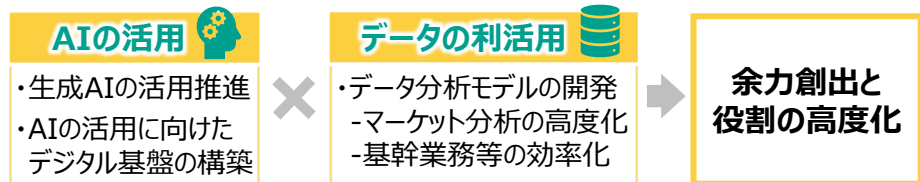
アンチエイジングの取組み
(口腔、ロコモ・フレイル)

IT・デジタル投資のさらなる推進（DX戦略2.0）

- IT・デジタル投資のさらなる推進と最先端の技術の活用を通じて、人の役割を高度化し、生産性の飛躍的な向上を実現

業務のさらなる効率化・高度化

- AIの活用とデータの利活用を推進し、人の役割を高度化



営業端末等の開発推進

- よりユーザー目線に立った画面改修やデバイスの導入に取り組む

- 営業端末、営業用スマホ、本社PC等の利便性向上
- 営業活動等の生産性・効率性を向上するシステム開発



【取組事例】

「デジタル秘書 MYパレット」の展開（2024年10月～段階的に展開）

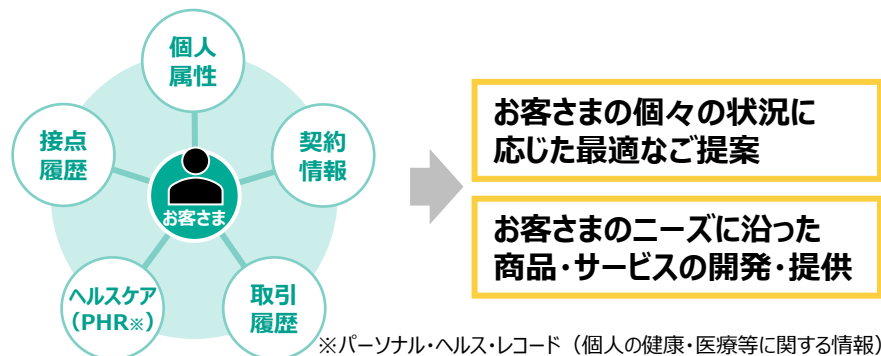
- 多様化するお客様のニーズや情報を「簡単」かつ「タイムリー」に入力・参照できるアプリを導入
- 2025年度以降、AIが入力データを分析し、MYリンクコーディネーター（営業職員）の活動・提案をサポート



お客さま情報の集約・分析と活用

- あらゆる情報をお客さま単位で集約・蓄積する情報管理に刷新

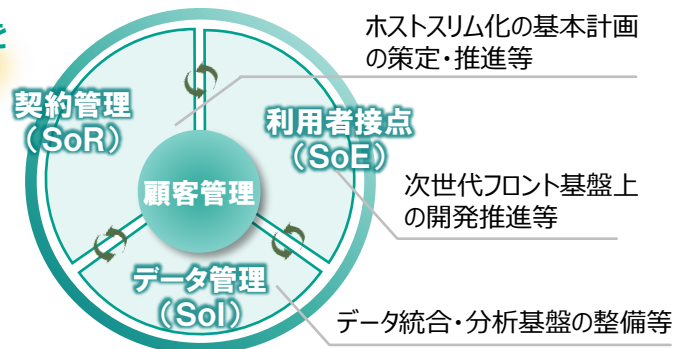
【新たな顧客管理基盤のイメージ】



システムアーキテクチャーの刷新

- 環境変化への適応力が高く、持続可能なシステム開発態勢を構築

領域別の特性を
ふまえた
インフラ整備



ガバナンスの高度化とサステナビリティ経営の推進①

- ご契約者視点に立った相互会社運営の高度化と、グループ経営管理態勢のさらなる強化を推進

相互会社運営の高度化

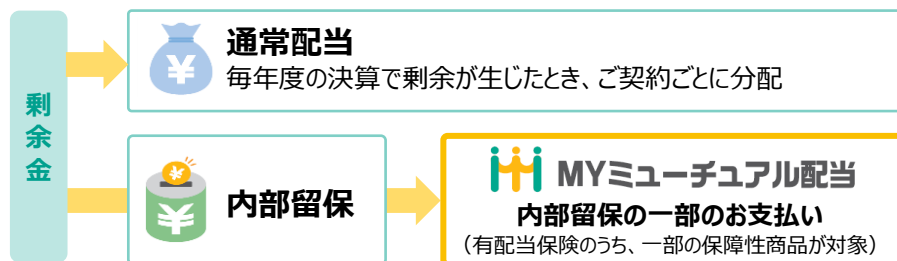
相互会社経営の理解度・魅力度の向上

- ご契約者との対話を充実
- 相互会社の魅力を伝えるコンテンツを拡充

お客さまへの還元手法の高度化と地域還元の拡充

- MYミューチュアル配当等の仕組みの高度化等に取り組む

【MYミューチュアル配当の仕組み】



- 地域活性化に資する取組みや還元を拡充

スポーツ協賛（Jリーグ・JLPGA等との協働）

祭事への助成

私の地元応援募金

など

ERM運営の実効性向上

- 経済価値ベースの国内資本規制をふまえ、計測・検証態勢を整備
- ERM運営に基づく経営管理の高度化と実効性向上に取り組む

グループ経営管理態勢の強化

- グループアイデンティティの浸透・定着を図る
- グループ会社のモニタリング態勢等を高度化

3つのディフェンスラインの強化・高度化

- 不適正懸念事象等の検知・分析機能と経営および第1線組織への提言を強化

コンプライアンス

- 不正を生み出さない組織文化の確立
- コンプライアンス対応態勢の強化と実効性確保

リスク管理

- リスク管理手法の高度化と管理態勢の整備
- サイバーセキュリティ等への対応態勢の強化

お客さま志向

- 従業員の「お客さま志向」のさらなる浸透
- お客さまの声の収集・分析範囲の拡大
- 事務・サービス品質管理の強化

監査態勢の強化・経営の監督機能の高度化

- 監査委員会の態勢強化
- 「IT・デジタル委員会」の本格展開
(取締役会内に設置した任意の委員会)

ガバナンスの高度化とサステナビリティ経営の推進②

- 持続可能な社会づくりへの貢献に向け、ネガティブインパクトの抑止に加え、当社らしいポジティブインパクトの促進に積極的に取り組み

環境保全・気候変動対応の高度化

- 新たな削減目標に基づき、CO2排出量を削減

CO2排出量削減目標（2013年度対比）

事業者としてのScope1・2の削減目標水準をグループベースに見直し、2030年度の中間目標を△50%から△67%に引き上げ

	事業者として		機関投資家として
	Scope1・2	Scope3	Scope1・2
2030年度	△67%	△40%	△50%
2050年度	△100%		△100%



再生可能エネルギーの導入

2040年度までに100%導入

- 森林保全活動、環境教育を推進



明治安田 × Jリーグの森～未来をつむぐ森～



こども向け環境教育

- 情報開示を高度化

TNFDフレームワークに準拠した
自然資本に関する開示情報の拡充



「未来世代応援活動」の推進

学校教育やスポーツの支援等を通じて
「未来世代」の育成に貢献



金融・保険教育等による
学校教育の支援

結婚・子育て・療育支援

スポーツ・文化・地域の
交流を通じた健全育成

地域に根差した
環境保全への取組み



金融・保険教育



「みんなにやさしい保険アクセス」の取組強化

- 誰ひとり取り残されることなく安心して契約の締結・維持管理を行っていただくため、金融包摂の取組みを強化

ご高齢の方



外国人の方

みんなにやさしい
保険アクセス

障がいをお持ちの方

LGBTQの方

ブランド戦略の取組み

- 当社のブランドイメージ「ひとに健康を、まちに元気を。」に基づく明治安田の世界観を構築し、ブランド体験を軸としたメディアプロモーションを展開

共感をあつめる物語づくり

- ブランド通称を新設し、「明治安田」と呼称

明治安田生命から、**明治安田**へ。

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」に資する新たな役割発揮をしていくという決意を表現

明治安田ブランドステートメント

- 明治安田の企業ビジョンとしての「やさしさ」およびブランドメッセージ「ひとに健康を、まちに元気を。」を、共感をあつめる物語（ステートメント）として新設



新企業タレント・キャラクター

- 新たな企業タレント・キャラクターを統一起用



三浦知良選手

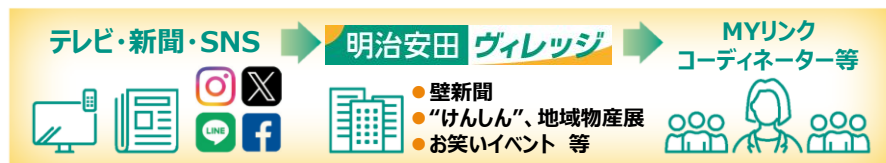


めいやす ペンタン

共に歩む “新たなパートナー”
として、また視覚的に一貫した
メッセージ訴求を企図

ブランドコミュニケーションの深化

- 明治安田ヴィレッジ※をベースに、各地域でひととひとがつながる空間を提供
- メディアを通じたプロモーションと、MYリンクコーディネーター等を通じたプロモーションを重層的に展開



※「地元のひとが元気になる空間」をコンセプトとした、当社保有不動産を活用したブランド発信空間の総称

ブランドコンテンツの進化

- 「健康」「地域貢献」イメージをさらに強化
- Jリーグ・JLPGA等との共創を通じ、スポーツ協賛を強化



- 「シャレン！で献血」の継続と新たなシャレン！の検討・展開
- Jリーグ選手OB会との全面タイアップ
- J3・JFL・地域リーグへの追加支援の実施



- 「こどもゴルフ体験教室」の展開
- オフィシャルパートナーとしての存在感の発揮
-当社協賛大会および他大会での露出の拡大
-「明治安田ステップ・ランキング」の新設 等

2「大」プロジェクトの取組み

- 「もっと、健やかになっていただくために。もっと、誰もが暮らしやすい地域にするために。」
この想いを胸に、当社は2「大」プロジェクトの取組みを強化し、生命保険会社の役割をさらに超えていく



つながり、ふれあい、
ささえあう地域社会づくり



健康をいっしょに育てる

価値を届ける場を拡げる

自治体等との
連携協定締結の推進



「行政サービス案内」の
全国展開



産官学連携による
地域ごとの課題解決



※結婚支援
イベントの様子

健康経営サポート・
SDGs支援等の拡充



未来世代の応援
(金融・保険、SDGs教育等)



届ける価値を拡げる

“けんしん”※“受診率の引き上げ

LINEやマイナポータルでの
健診結果の受け付け

自治体の“けんしん”情報のご案内

先進健康測定機器による
「健康チェック」の開催



※健康診断とがん検診を
包含して“けんしん”と呼称

疾病「予防」に資する価値の提供

「MY健活レポート」の進化

健活年齢の掲載※ 紙・LINE版レポート

健活イベントの拡充

笑い 食 口腔 美容 等

企業・団体向けの「健活分析レポート」
の高度化

※特許出願中



スポーツの支援・イベント、自治体との連携等を通じた両プロジェクトのシナジーを拡大

企業風土・ブランド創造運動【第Ⅱ期】

- ボトムアップ中心の運動を行なうことで、明治安田フィロソフィーの浸透・体現に不断に取り組み、多様なステークホルダーとのつながりを創出

【お客さまや地域社会のみなさま】

めざす
ブランド
イメージ

ひとに健康を、まちに元気を。

お客さま
との接点

みんなの健活プロジェクト



地元の元気プロジェクト

私たちの
取組み

「企業風土・ブランド創造運動」=「明治安田」の風土とブランドをボトムアップで創造

私たちの行動原則



お客さま志向

人に一番やさしい行動ですか

倫理観

フェアプレーを貫いていますか

挑戦・創造

夢に向かってチャレンジしていますか

協働・成長

チーム明治安田を大切にしていますか



めざす姿

明治安田フィロソフィーの浸透・体現に不断に取り組み、多様なステークホルダーとのつながりを創出するKizuna運動



経営目標（2024-26年度）

- ・ トップクラスの健全性を堅持しつつ、収益性・成長性とのバランスを重視したグループベースの持続的な成長を実現

2030年に向けた企業価値（グループサープラス）の向上 年平均5%成長の実現 ※1

※1：10年計画をスタート
した2020年度始比

健全性	収益性	成長性	
グループESR 安定的に 165%以上 (当面は220%をめざす)	グループ基礎利益 安定的に 5,000億円 程度を確保	グループ保険料 2026年度 3.5兆円以上	お客さま数 2026年度末 1,235万人
オンバランス自己資本 2026年度末 4.5兆円		保有契約年換算保険料 〔保障性商品〕※2 2026年度末 6,150億円	団体保険保有契約高 国内シェアNo.1
		MYリンクコーディネーター等 (営業職員) 在籍者数 2026年度末 37,000人	うち「アドバンス」層の人数 MY Mutual Way II期 を通じて拡大

(注) いずれの数値も暫定の水準であり、2023年度決算後、確定値を公表予定

※2：2024年度以降対象商品の一部変更。その影響を除けば、2024年度始と同水準