



MYイノベーション 2020

明治安田生命
3カ年プログラム

2017～2019年度 達成状況のご報告

2020年6月26日



明治安田生命

■ 目次

I. 「M Y イノベーション2020」の位置づけ	・ ・ ・	3
II. 企業理念「明治安田フィロソフィー」	・ ・ ・	4
III. 「M Y イノベーション2020」の枠組み	・ ・ ・	5
IV. 「M Y イノベーション2020」の総括	・ ・ ・	6
V. 「中期経営計画」の達成状況	・ ・ ・	7
VI. 「みんなの健活プロジェクト」について	・ ・ ・	13
VII. 「中期経営計画」の実施状況	・ ・ ・	15
VIII. 「企業ビジョン実現プロジェクト」の実施状況	・ ・ ・	23
IX. S D G s 達成への貢献	・ ・ ・	25

I.「MYイノベーション2020」の位置づけ

これまで守り続けてきた「お客さまを大切にする想い」を土台に、新たな成長ステージに飛躍するため、2017年4月から新たな3カ年プログラム「MYイノベーション2020（※1）」に取り組みました。

MYイノベーション2020

明治安田 チャレンジプログラム

中期経営計画

- 基幹（営業職員（※2））
チャンネルの抜本的改革
- チャンネル多様化と新たな
マーケット開拓
- 基幹機能と資本・財務基盤の
いっそうの強化

新風土創造

MOTプロジェクト【第Ⅱ期】

お客さま満足度向上を支える
企業風土づくりの推進

2008

明治安田 新発展プログラム

中期経営計画

- 国内生命保険事業における
安定的な成長力の確保
- 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

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

2011

明治安田NEXT チャレンジプログラム

中期経営計画

- 対面のアフターフォローを
中心としたブランド戦略
- 医療等の第三分野商品への
取組みや海外保険事業への
積極展開等による成長戦略
- 資本政策・リスク管理等に
よる経営基盤の強化

感動実現プロジェクト

M o T運動（小集団活動）を
軸に、一人ひとりの果敢な
挑戦とチーム力発揮を後押し
し、新たな企業風土を構築

2014

MYイノベーション 2020

明治安田生命
3カ年プログラム

2017

イノベーションによる
新たな成長ステージへ

お客さま満足度向上の追求と
安定成長の基盤づくり

（※1）2020（ニーゼロニーゼロ）

（※2）当社呼称は「MYライフプランアドバイザー」（以下、アドバイザー）

Ⅱ. 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

mission

当社の存在意義や使命を示す普遍性の高いもの

確かな安心を、いつまでも

企業ビジョン

vision

経営理念に基づき、当社が長期的にめざす姿を示すもの

**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

【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

value

経営理念と企業ビジョンの実現に向けて、役職員一人ひとりが大切にすべき価値観を示すもの

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。

Ⅲ.「MYイノベーション2020」の枠組み

企業理念「明治安田フィロソフィー」の実現に向けて「イノベーション」(※)を興すべく、「中期経営計画」および2つのプロジェクトを推進しました。

企業価値の安定的かつ着実な向上を果たし、企業理念「明治安田フィロソフィー」を実現

「MYイノベーション2020」

◇「MYイノベーション2020」は、中期経営計画と2つのプロジェクトで推進

中期経営計画

- ◇お客さま志向とコンプライアンスの徹底を前提に、成長戦略・経営基盤戦略・ブランド戦略を推進
- ◇重点方針ごとにイノベティブな取組みを織り込むとともに、先端技術等によるさらなるイノベーションを実現

成長戦略	重点方針① お客さま数の拡大	重点方針② 新たなマーケットへの取組み
	重点方針③ 資産運用の高度化	重点方針④ 先端技術等によるイノベーション
経営基盤戦略	重点方針⑤ ガバナンスの高度化	重点方針⑥ ワーク・エンゲイジメントの向上
ブランド戦略	重点方針⑦ 新たな企業理念の浸透	

企業ビジョン実現プロジェクト	◇企業理念、とりわけ企業ビジョン「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」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
みんなの健活プロジェクト	◇日常的な「運動」と「けんしん（健診・検診）」で「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の継続的な健康増進をサポート

(※)「イノベーション」=新たな価値を生み出す変革・創造には、従来からの改良・改善によるものと、全く新しい価値を生み出すものがあるとされるが、当社ではこの両者について取組みを推進

IV. 「MYイノベーション2020」の総括

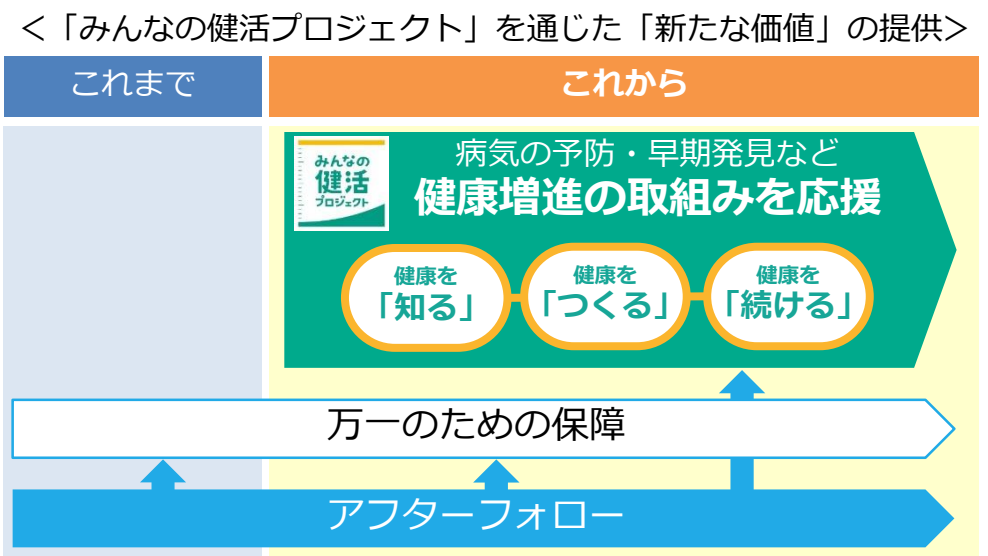
「MYイノベーション2020」では、「みんなの健活プロジェクト」を本格展開し、従来の生命保険の枠を超えた「新たな価値」の創造・提供に取り組みました。また、「お客さま数」の拡大を目的とした商品の開発・インフラ整備、アフターフォローの高度化に資するサービスの創設等、多くのイノベティブな取組みを推進しました。

「MYイノベーション2020」におけるイノベティブな取組みの例

みんなの健活プロジェクト

- ・本プロジェクトは、「お客さま」「地域社会」「働く仲間（自社従業員）」の健康増進の取組みを継続的に支援するプロジェクトとして始動
- ・「日常的な運動の支援」と「定期的なけんしん（健診・検診）の促進」を柱に、
 - ①毎年の健康診断結果に応じたインセンティブを提供する「商品」
 - ②病気の予防・早期発見に資する「サービス」
 - ③地域社会の健康増進を支援する「アクション」

の3つの分野で展開。従来の生命保険の枠を超えた「新たな価値」の創造・提供に取り組み



その他の取組み

－かんたん・小口・わかりやすい－
「ライト！シリーズ」の提供

「お客さま数」拡大を目的として「ライト！シリーズ」のラインアップを3商品から6商品（注）へと拡充。2020年3月末までの累計販売件数は130万人を突破

（注） 1商品については販売停止中（2020年6月時点）

法人営業における「B to E ビジネス」の推進

非対面によるお客さまアプローチを強化すべく、専用WEBシステム「みんなのMYポータル」の展開を通じ、新たなビジネスモデル（B to Eビジネス）への変革を推進

「MYアシスト+」制度等事務サービス価値の向上

自力でのお手続きが難しいお客さまに対し、職員による代筆手続き、専用組織「アシストデスク」によるサポート等を提供する「MYアシスト+」制度を創設するなど、アフターフォロー態勢の高度化を推進

V.「中期経営計画」の達成状況

1. 経営目標

成長性・収益性・健全性のバランスを取りつつ、企業価値の向上をめざす経営を推進し、外部環境の変化を主因に未達成となった2項目を除き、「企業価値（E E V）」をはじめ、達成しました。

経営目標		中期経営計画目標値 (増加率・増加数は2016年度実績値との比/差)	2019年度 実績	達成/未達成	2016年度 実績比/差
企業価値（E E V）（※1）		+ 20%	57,948 億円	達成	+20.0 %
保有契約年換算保険料〔個人営業〕		22,470億円	21,807 億円	未達成	▲1.1 %
団体保険保有契約高〔法人営業〕		国内シェアNo.1	116.3 兆円	達成	+3.0 %
第三分野新契約年換算保険料（※2）		+ 40%（560億円）	449 億円	未達成	+9.4 %
お客さま数	アドバイザー等チャネル（※3）	700万人	707 万人	達成	+ 26 万人
	法人営業チャネル（※4）	494万人	500 万人	達成	+ 21 万人
アドバイザー数		3.3万人	33,467 人	達成	+ 2,212 人
資本効率指標（R o E E V）（※5）		年平均6%程度を安定的に確保	6.8 %	達成	－
経済価値ベースのソルベンシー比率（E S R）（※6,7）		「150～160%」以上	155 %	達成	－
オンバランス自己資本（※8）		30,000億円	31,053 億円	達成	+26.0 %

（※1）経済環境の前提を2016年度末で固定しているほか、貯蓄性商品の解約率などコントロールすることが困難な前提の変動による影響分を除外した額

（※2）個人営業の第三分野新契約年換算保険料に、法人営業におけるマス販、団体医療、団体就業および団体信用の第三分野保障部分と、明治安田損害保険の普通傷害、所得補償、医療および一時払退職者傷害保険の新契約年換算保険料相当額を加えた額

（※3）アドバイザー等チャネルの生保契約者（すえ置・年金受取中を含む）+ 生保被保険者 + 損保契約者（重複を除く）

（※4）任意加入型団体保険の被保険者数（当社単独・幹事契約の本人・配偶者被保険者）

（※5）自己資本に対する収益効率を示す指標（2016年度末の運用環境に基づく数値）。企業価値（E E V）の増加額を期首の企業価値（E E V）で除して算出

（※6）当社のリスク量全体（信頼水準99.5%）に対して十分な自己資本が確保できているかを示す経済価値ベースの指標。なお、2020年度より、国際資本基準（I C S）や国内での経済価値ベース規制の検討状況をふまえ、計測方法を高度化し、あわせてグループベースの管理に変更。当該手法に基づく2019年度末のE S Rは183%（暫定値）

（※7）中計策定時点の算出手法に基づく2016年度末のESRは123%

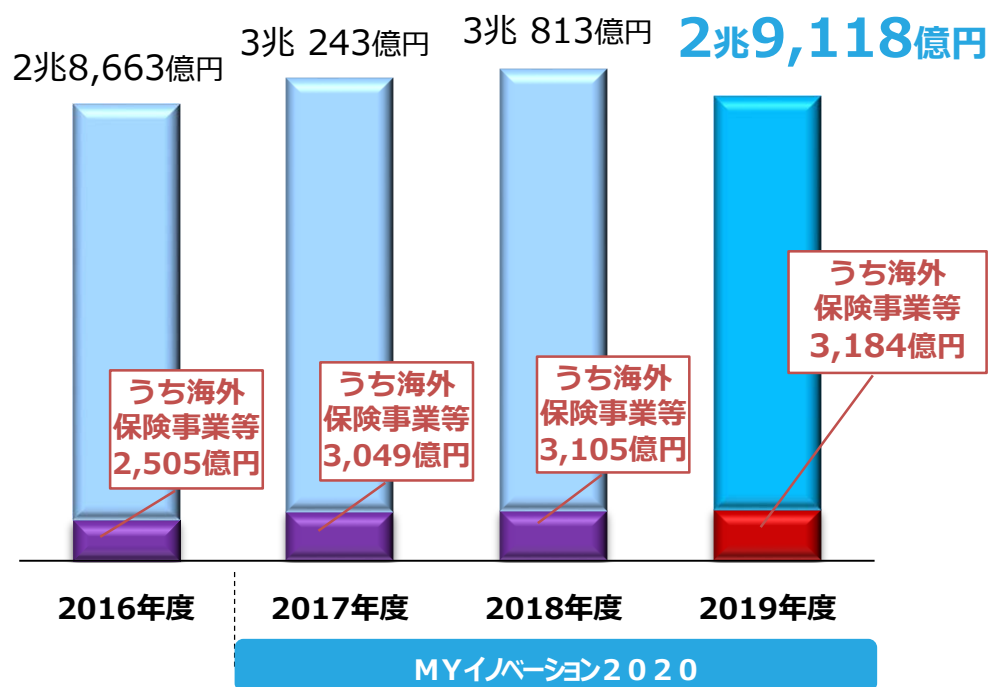
（※8）所定の内部留保と外部調達資本の合計額

V.「中期経営計画」の達成状況

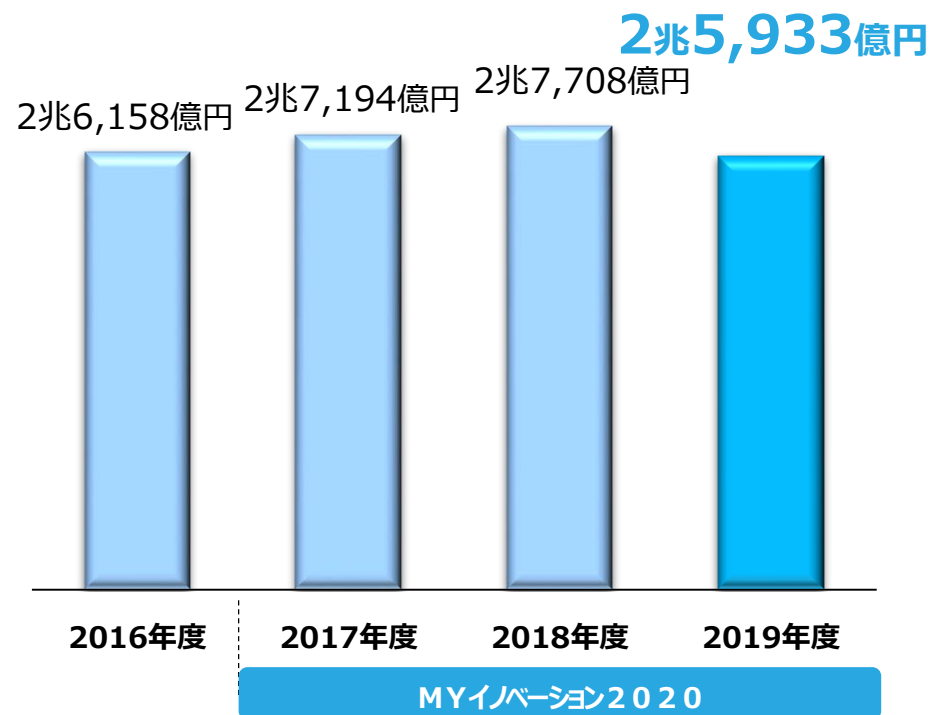
2. 業績【①成長性】

「グループ保険料」は順調に成長したものの、2019年度は海外金利の低下により外貨建て一時払商品の販売量が減少し、2016年度比+1.6%の増加にとどまりました。

グループ保険料（※1）



単体保険料等収入（※2）



（※1）連結損益計算書上の保険料等収入

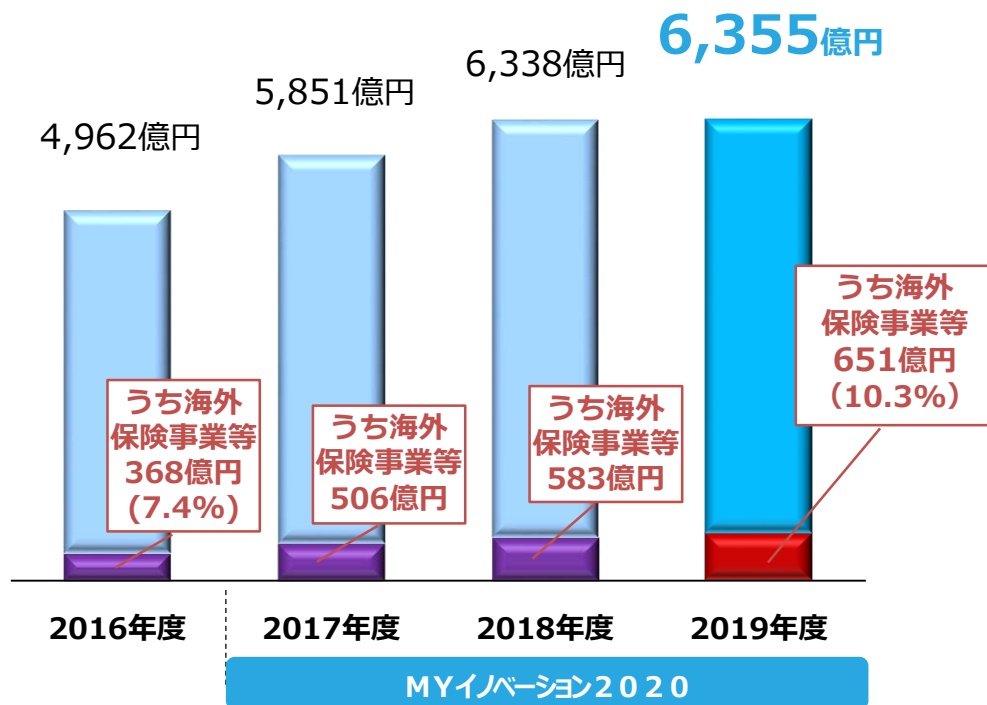
（※2）ご契約者から実際にお払い込みいただいた収入保険料（および再保険収入）による収益

V.「中期経営計画」の達成状況

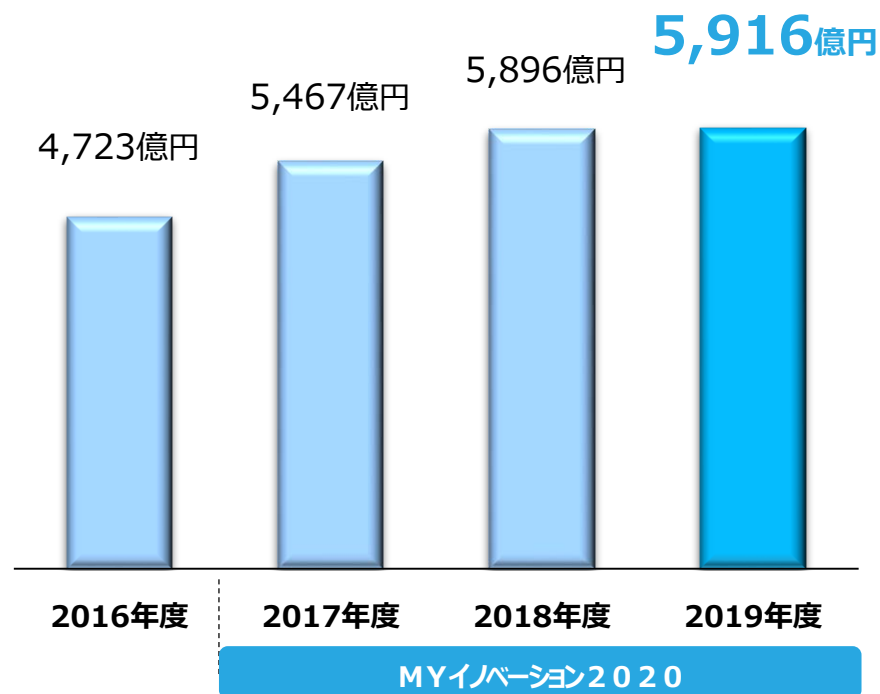
2. 業績【②収益性】

「グループ基礎利益」は利差益の拡大により2016年度比+28.1%増加し、明治安田生命発足以来の最高益を3期連続で更新しました。

グループ基礎利益 (※1) (※2)



単体基礎利益 (※3)



(※1) 明治安田生命単体の基礎利益(※2参照)に、連結される子会社および子法人等ならびに持分法適用の関連法人等のキャピタル損益等を控除した税引前利益のうち明治安田生命単体の持分相当額を合算し、明治安田生命グループ内の内部取引の一部を相殺した数値

(※2) 「うち海外保険事業等」の括弧内の数値は、海外保険事業等がグループ基礎利益に占める割合

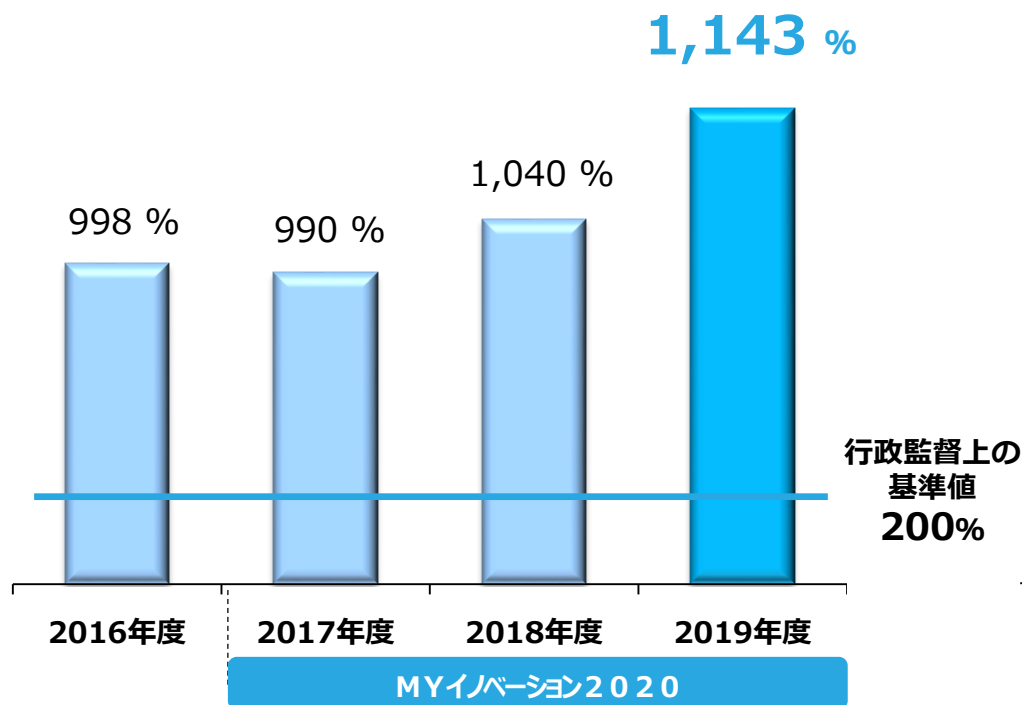
(※3) 保険料等収入や保険金・事業費支払等の保険関係の収支と、利息及び配当金等収入を中心とした運用関係の収支からなる、生命保険会社の基礎的な期間損益の状況を表す指標

V.「中期経営計画」の達成状況

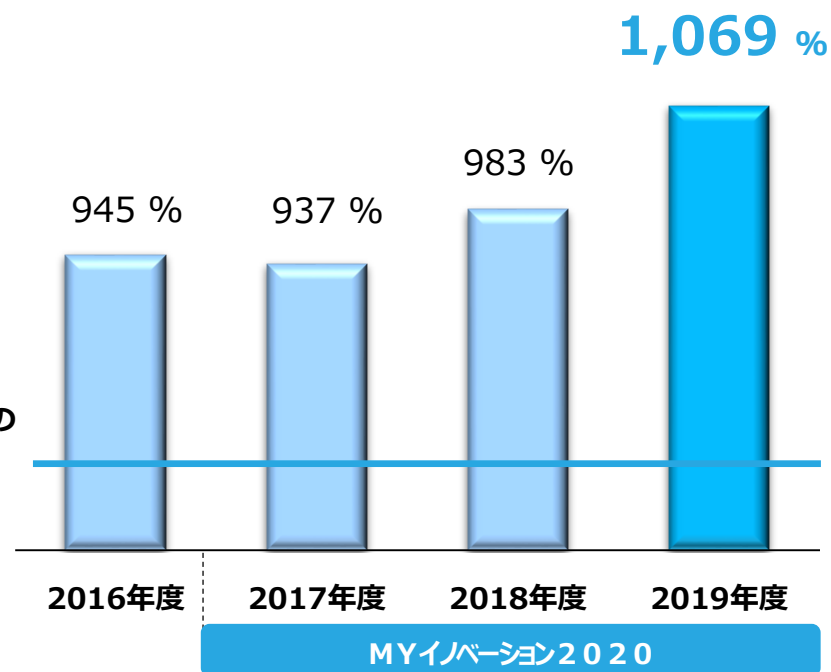
2. 業績【③健全性】

自己資本の着実な積み増しを通じて、引き続き業界トップレベルの高い財務健全性を維持することができました。

連結ソルベンシー・マージン比率（※）



単体ソルベンシー・マージン比率（※）



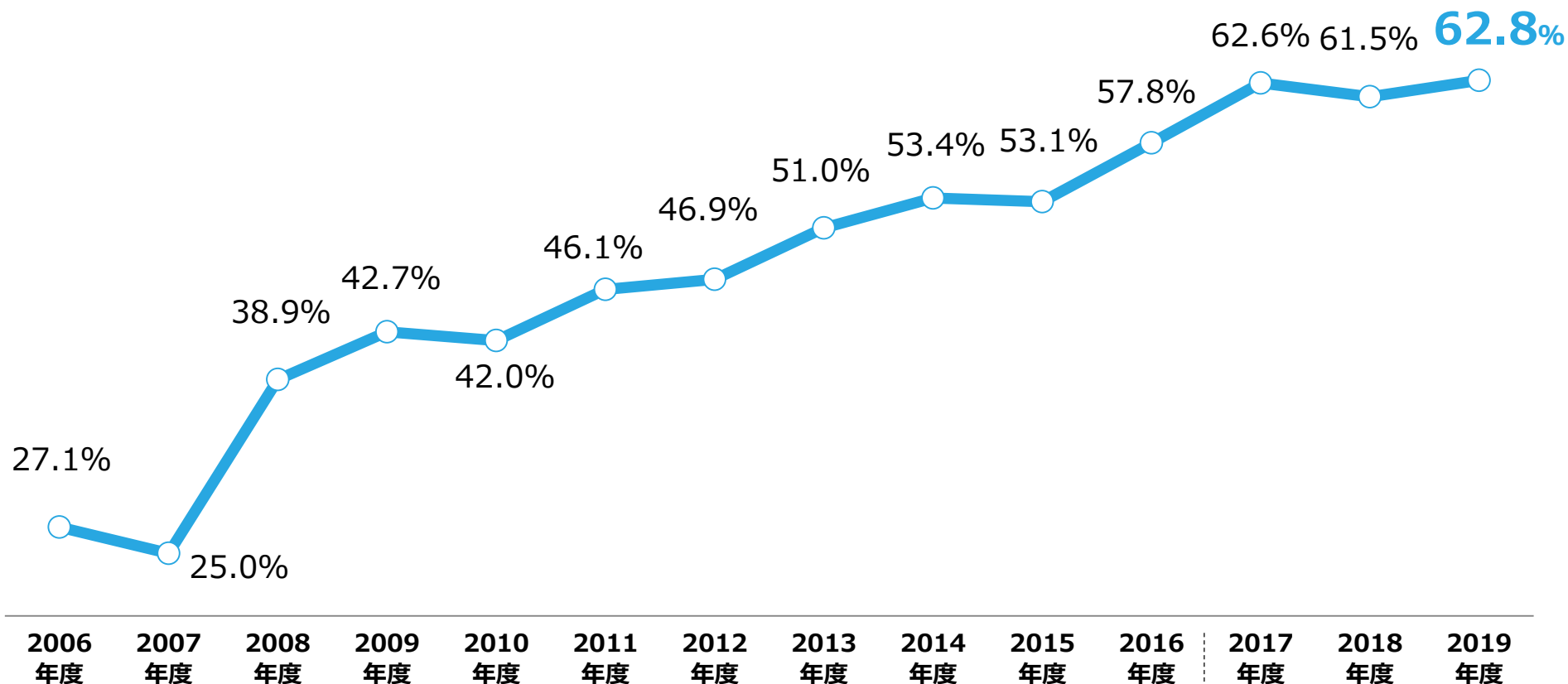
（※）株価の暴落など通常の予測を超えて発生するリスクに対応できる「支払余力」を有しているかを判断するための行政監督上の指標の一つ

V.「中期経営計画」の達成状況

3. お客さま満足度

お客さま満足度調査における「総合満足度（「満足」＋「やや満足」の合計）」は、過去最高値を記録しました。

総合満足度（満足＋やや満足の合計）

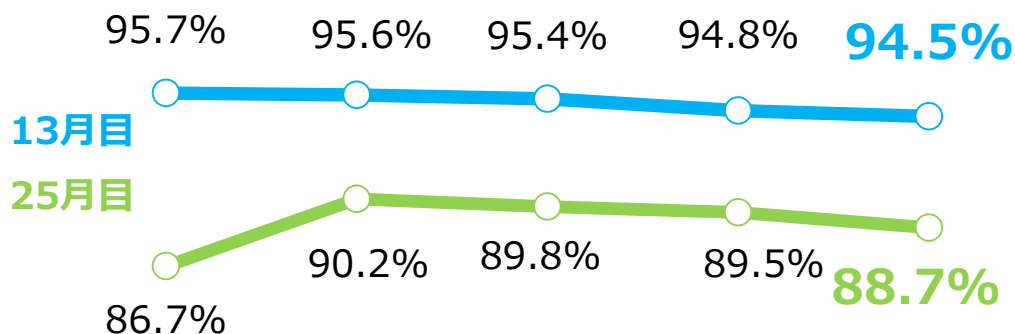


V.「中期経営計画」の達成状況

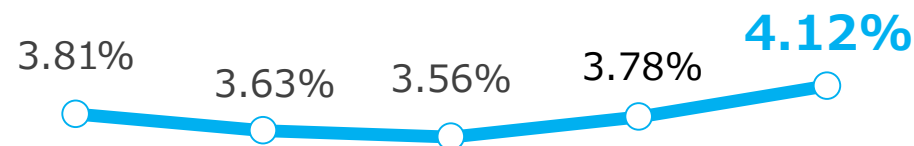
4. 経営品質

契約クオリティを示す「総合継続率」は良好な水準を維持しました。「解約・失効・減額率」は、円安・海外金利の低下により外貨建て保険の解約率が上昇したことで、悪化しました。

総合継続率（※1）



解約・失効・減額率（※2）



2015年度 2016年度 2017年度 2018年度 2019年度

MYイノベーション2020

2015年度 2016年度 2017年度 2018年度 2019年度

MYイノベーション2020

（※1）総合継続率は契約高ベース

（※2）解約・失効・減額率は、年度始保有年換算保険料に対する解約・失効・減額年換算保険料の割合

VI-①. 「みんなの健活プロジェクト」の全体像について

「MYイノベーション2020」の中核となる取組みとして、「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の継続的な健康増進を応援する「みんなの健活プロジェクト」を推進しました。本プロジェクトでは、病気の予防・早期発見を支援することで、「病気になったときの保障」にとどまらない「新たな価値」を創造・提供していきます。

お客さま（個人、企業・団体）

健康を、いっしょに育てよう。

地域社会（未加入者を含む）



働く仲間（自社従業員）

明治安田生命

健康を
「知る」

健康を
「つくる」

健康を
「続ける」

健康を「知る」「つくる」「続ける」という3つのステップで「お客さま」「地域社会」「働く仲間」の継続的な健康増進を応援

VI-②. 「みんなの健活プロジェクト」の展開メニューについて

健康を「知る」「つくる」「続ける」という3つのステップで、お客さまの健康の維持・増進をサポートするメニューを順次拡大しました。

■ 「MY健活レポート」 2019年11月よりスタート

健康を
「知る」

約100万人の医療ビッグデータを活用し、お客さまの健康診断結果から、将来入院する可能性や、総合的な健康状態を年齢で表す「健康年齢®」※等を統計的に算出します。

また、健康診断結果の数値が変動した場合の、生活習慣病になる可能性や、キャッシュバックランクが試算できます。

※「健康年齢®」は株式会社J MDCの登録商標です



■ 「セルフ健康チェック for みんなの健活」

“けんしん（健診・検診）”を促進するため、ケアプロ株式会社と提携し、支社等を簡易な血液検査等を行なう場所（機会）として提供するとともに、医療機関等での受診勧奨に取り組み、2019年度は全国各地で180回開催しました。



■ 全国各地で健康増進イベントを開催

健康を
「つくる」

みなさまの健康をサポートするため、誰でも気軽にご参加いただける健康増進イベントを、全国各地で開催しました。

■ Jリーグウォーキングに約18,000人参加



■ フットサルフェスタに約14,000人参加



■ 健康の維持・増進をサポートする新商品を発売

健康を
「続ける」

2019年4月発売の「ベストスタイル 健康キャッシュバック」では、健康増進の取組みを応援するため、健康診断結果をご提出いただいたお客さまに、健康状態に応じて最大で保険料1カ月分相当額を毎年キャッシュバックします。

また、2020年2月発売の「認知症ケア MCIプラス」では、認知症発症時の保障に加え、認知症の予防・早期発見に役立つ保障やサービスを一体的に提供します。



VII.「中期経営計画」の実施状況

1. 重点方針① お客さま数の拡大（1）

お客さま数の拡大に向けて、マーケットアクセスの拡充に努めるとともに、商品を積極的に投入しました。

お客さま数拡大に向けた取組み（アドバイザー等チャネル）

マーケット アクセス の拡充

- 新たなお客さまとの接点拡充に向けて、WEBプロモーションの拡充や、法人営業部門との協働による団体従業員へのアプローチ強化に引き続き取り組むとともに、さまざまな健康増進イベントを全国規模で開催しました。
- 2019年9月からタブレット型営業端末「マイスタープラス」、社用スマートフォン「MYフォン」を導入し、アドバイザーのコンサルティング力を強化するとともに、お客さまとのコミュニケーションを拡充しました。

積極的な 商品供給

- 若年層のお客さまにも手軽にご加入いただけるよう、2016年10月に「ライト！シリーズ」を創設しました。大変ご好評いただき、2020年3月末までの累計販売件数が130万件を突破しました。
- 2019年2月に発売した「つみたてドル建終身」も、幅広い年代層の資産形成ニーズにお応えする商品として、大変ご好評いただいています。

ライト！



Ⅶ.「中期経営計画」の実施状況

1. 重点方針① お客さま数の拡大（2）

お客さま対応力の向上に向けて、I C Tを活用した事務サービス基盤の整備に取り組み、法人営業においては、専用W E Bシステムの展開を通じ、B t o Eビジネス(※1)を推進しました。

(※1)Business to Employee の略。企業・団体に所属するお客さまへのアプローチを意味する当社用語

事務サービス品質の向上

対面・非対面
における
手続きの
利便性向上

- 対面については、「マイスタープラス」を活用した保全・お支払いにおける電子手続きの拡大、「M Yフォン」のカメラ機能を活用した書類の提出、「決済端末」による保険料のお払込みなどを開始するなど、ペーパーレス・キャッシュレス化により、利便性の向上に取り組みました。
- 非対面については、ご契約者専用W E Bサイト「M Yほけんページ」の機能拡充（給付金請求手続き、L I N Eによるログイン機能の搭載）等に取り組みました。

ご高齢者向け
サービスの
向上

- ご高齢者に対するアフターフォローの強化を目的として、3つの制度(※2)を推進しました。また、コミュニケーションセンターでの積極的な取組みが評価され、「2019年度カスタマーサポート表彰制度」において、生命保険会社として初めて「最優秀賞」を受賞しました。

(※2)「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」



法人営業における取組み

B t o E
ビジネスの推進

- 企業・団体所属員へのサービスおよび提案機会の拡大に向けて、業界初の専用W E Bシステム「みんなのM Yポータル」の提供を開始し、B t o Eビジネスを推進しました。当該システムのうち、団体内の保険ご担当者が利用する機能について、ビジネスモデル特許を取得しました。

健康増進に
向けた取組み

- 企業・団体における健康増進に向けた取組み、健康経営®(※3)の実践を応援するため、従来の保障機能に、新たに「健康増進の取組みをサポートする機能」を付加した「企業・団体向け健康情報活用商品・サービス」の提供を開始しました。

(※3)健康経営®はN P O法人健康経営研究会の登録商標

VII. 「中期経営計画」の実施状況

2. 重点方針② 新たなマーケットへの取組み

国内保険マーケットにおいて、重点マーケット（※）に積極的に商品を提供する一方、海外保険マーケットでは既存投資先の収益力強化に取り組みました。

重点マーケットへの商品供給（国内生保）

（※）今後、成長が見込まれる「高齢者・退職者」「女性」「第三分野（医療・介護等）」「投資型商品」の4マーケット

高齢者
・
退職者

- 「保険期間は一生涯」「入院時にはまとまった一時金をお受け取りいただける」ことなどを特徴とした「一時金給付型終身医療保険」を、2019年8月に発売しました。「人生100年時代」に備える医療保険として、ご好評いただいています。

短期入院も、日帰り手術も、放射線治療も、安心の一時金

**一時金給付型
終身医療保険**

5年ごと配当付終身医療保険（解約返戻金抑制型）[II型]

投資型
商品

- 銀行窓販チャネルにおいて、金利の高い外貨を活用しつつ、1つの商品で「増やす」「受け取る」「贈る」といったさまざまなニーズにお応えする「えらべる外貨建一時払終身」の販売を、2019年12月に開始しました。今後も、充実した外貨建商品ラインアップで、「人生100年時代」を応援していきます。

増やすタイプ 受け取るタイプ 贈るタイプ
えらべる 外貨建 一時払終身 市場価格調整機能あり

海外保険マーケットへの取組み

海外保険
事業の
強化

- グローバルな成長機会を取り込むことで、安定的かつ持続的な利益成長を実現し、ご契約者利益に貢献するため、スタンコープ社を中心とした既存投資先とのシナジーの創出や収益力の強化に取り組みました。また、海外保険事業の発展を支えるグローバル人財の育成に取り組むとともに、海外拠点を活用した新規投資の調査・研究を推進しました。

収益貢献
の拡大

- 既存投資先5カ国7社の2019年度におけるグループ基礎利益への貢献額は、603億円と2016年度から290億円増加し、その割合は約10%と2016年度から3.2pt上昇しました。

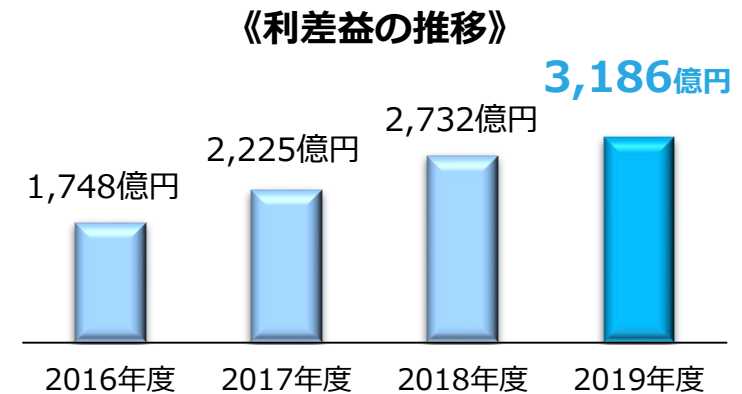
VII. 「中期経営計画」の実施状況

3. 重点方針③ 資産運用の高度化

クレジット投融資を強化するとともに、「サステナビリティ」をキーワードとした投融資の推進とスチュワードシップ活動の高度化を進めました。

「クレジット投融資」の強化

- 超低金利環境や市場動向に対応した効果的な投融資を推進するとともに、資産運用手法の高度化・多様化の一環として、クレジット投融資を強化し、資産運用収益力の向上に努めました。
- 利差益は、2016年度から82.3%増加し、3,186億円となりました。



「サステナビリティ投融資」の推進

- 社会・経済のサステナビリティ（持続可能性）の向上に貢献するため、いわゆるE S G分野に加え、地方創生・インフラ・イノベーション関連分野等を対象とした「サステナビリティ投融資」を推進しました。中期経営計画期間で累計5,000億円の目標に対し、実績は約6,970億円と目標を大きく超過しました。

スチュワードシップ活動の実施

- 「スチュワードシップ責任を果たすための方針」に基づき、投資先企業との対話や議決権行使等を通じて、投資先企業の企業価値の向上を促しています。保有株式について、個別の企業・議案ごとの議決権行使結果およびその理由を開示するなど、スチュワードシップ活動の高度化を進めました。

VII. 「中期経営計画」の実施状況

4. 重点方針④ 先端技術等によるイノベーション

「人工知能・ICT等」および「ヘルスケア」の分野を中心に、イノベーションの創出に資する取組みを推進しました。

人工知能・ICT等

- 生命保険会社の基幹業務である保険引受、保険金支払査定、営業活動、資産運用およびお客さまからの照会対応業務等において、人工知能（AI）やRPA（※）の活用に取り組み、最新ICTの適用範囲を順次拡大しています。（※）ロボットによるPC作業の自動化（Robotic Process Automation）
- テキストデータの内容を解析・分類するツールを展開し、本社事務の効率化を進めています。

ヘルスケア

- 疾病予防・早期発見の促進を通じた健康寿命の延伸を目的として、2018年12月に弘前大学・株式会社ミルテルと未病に関する共同研究の契約を締結しました。
- 弘前大学が蓄積する健康ビッグデータと、株式会社ミルテルが持つ世界唯一の技術を用いた未病検査（テロメアテスト）を活用して、未病の定量化および改善・予防を目的とした教育に関する研究を行なっています。
- 筑波大学・日本IBM社と共同して、認知機能チェックアプリ「かんたんブレインチェック」（※）を開発し、2020年2月から提供しています。

研究テーマ

① 未病予測モデル

弘前大学 健康ビッグデータ
ミルテル社 テロメアテスト

- ・健康診断結果から未病を予測する指標を開発
- ・未病指標を用いた商品・サービスの開発を検討

② 未病教育

- ・未病改善・予防に関する教育プログラムを具体化



（※）「認知症ケア」「認知症ケアMCIプラス」のご加入者専用サービス

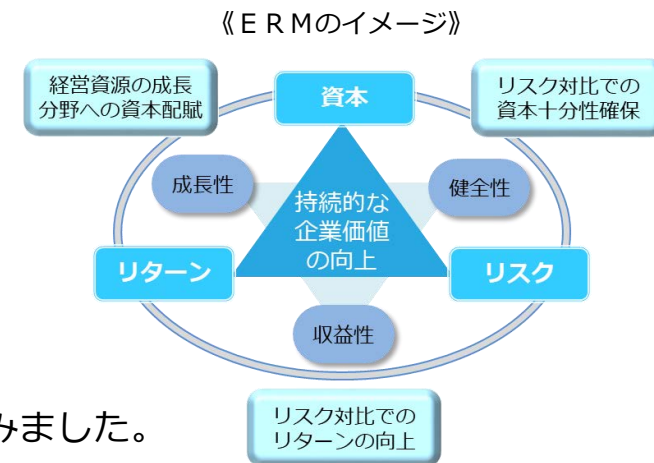
5. 重点方針⑤ ガバナンスの高度化

ERM（統合的リスク管理）に基づく先進的な経営管理の浸透・定着を図るとともに、コーポレートガバナンスとグループ経営管理態勢の高度化に取り組みました。

ERM（統合的リスク管理）経営の浸透・定着（※）

- ERM（統合的リスク管理）を経営管理の中核的手法と位置づけ、サーパス・マネジメント型ALMの推進、自己資本の着実な積み増し等に取り組んだほか、「成長性」「収益性」「健全性」のバランスを取りつつ、企業価値を持続的に向上させていくことを目的に、リスクに見合った収益の確保、将来における成長性の確保に向けたリスクテイクに取り組みました。
- 「MYイノベーション2020」は、ERMの枠組みを活用して策定し、経営目標に企業価値（EEV）やESRを掲げ、企業価値の向上に取り組みました。

（※）統合的リスク管理とは、会社全体のリスク・リターン・資本を経済価値ベースで定量的にコントロールし、リスク回避の基本方針を策定する一方、取るべきリスクを取りつつ、企業価値の最大化をめざす経営管理手法



ガバナンス態勢の高度化

- 株式会社を標準とした情報開示をめざし統合報告書の掲載内容を充実したほか、総代とのコミュニケーション機会の拡充等を目的とした「総代情報サイト」の新設、取締役会および指名・監査・報酬の3委員会の実効性評価における第三者サポートの導入などを通じ、コーポレートガバナンスの高度化に取り組みました。
- グループ整合的な内部統制を確保することを目的に「グループ方針」を制定するとともに、各領域の「グループ会議」を設置・開催しました。また、グループ会社と経営の方向性を共有するためのグループメッセージ「Creating peace of mind, together」を制定するなど、グループ経営管理の高度化に取り組みました。

VII. 「中期経営計画」の実施状況

6. 重点方針⑥ ワーク・エンゲイジメントの向上

職員一人ひとりの「ワーク・エンゲイジメント（※）」の向上をめざし、「働きがい」と「働きやすさ」の双方を追求する取組みを進めました。（※）一人ひとりが誇りとやりがいを感じながら生き活きとチャレンジングに働く状態

人財力の持続的向上

- 「明治安田フィロソフィー」をふまえて設定した「求める人財像」への人財育成プログラムを用意するとともに、経営人財の選抜・育成、上司層のスキルアップ、専門人財の育成等、全社的な人財力向上に取り組みました。

求める人財像

- ①お客さまを大切にし、高い倫理観のもと行動する人財
- ②果敢に挑戦し、新しい価値を創造する人財
- ③働く仲間と互いに助け合い、共に成長する人財

心身の健康増進

- 「みんなの健活プロジェクト」の一環として、当社独自のスマートフォンアプリを活用した健康づくりや、健康リテラシーの向上に向けたセミナーの開催など、従業員の健康増進に向けた機会の提供と環境づくりを推進しました。
- これまでの取組みが評価され、経済産業省の「健康経営優良法人」に4年連続、スポーツ庁の「スポーツエールカンパニー」に3年連続、東京都の「東京都スポーツ推進モデル企業」に2年連続で認定されました。

多様性受容と活躍支援

- 女性層や中高年齢層、障がい者の活躍を支援するとともに、多様な人財を受け容れる風土づくりを推進しました。
- 女性管理職の登用においては、2020年4月までに30%程度まで引き上げることを目標に取組みを進め、30.1%と目標を達成しました。

働き方改革

- 「イノベーション」につなげる「余力」の創出に向け、会社・所属・個人単位で業務効率化を進めました。
- 適切な勤務管理や生産性の向上に資する取組みを推進するとともに、年次有給休暇を時間単位で付与するなど、働きやすい環境の整備に取り組みました。

VII.「中期経営計画」の実施状況

7. 重点方針⑦ 新たな企業理念の浸透

明治安田ブランドの構築に向けて、企業ビジョンに定める3つの絆を大切にするとともに、統一的・効果的なプロモーションを推進しました。

企業理念の実現＝明治安田ブランドの構築

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

- ・対面によるアフターフォローのさらなる充実
- ・高齢者対応態勢の高度化 等

対面によるアフターフォローの価値を訴求するため、TV・WEB・新聞等のさまざまな媒体において、多様なプロモーションを展開しました。



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

- ・Jリーグへの協賛等を通じた地域社会の活性化
- ・地方創生を支援する取り組み 等

2015年1月に「Jリーグ」とタイトルパートナー契約を締結し、Jリーグ、そして全国のJクラブ等を応援しています。



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

- ・ワーク・エンゲイジメントの向上への取り組み 等

人財力の持続的な向上、心身の健康増進、人財の多様性を受容する風土の醸成、余力の創出に向けて、働き方の見直しに取り組みました。



VIII. 「企業ビジョン実現プロジェクト」の実施状況

「企業ビジョン」の実現に向けて、創造力をもって積極的・主体的に取り組む企業風土を醸成する「企業ビジョン実現プロジェクト」を展開しました。

プロジェクト運営の基本方針・めざす企業風土

- 企業理念「明治安田フィロソフィー」の理解・共感を前提に、一人ひとりの意識・行動の変革を基本方針とし、全従業員が「企業ビジョン」の実現に向けて、3つの絆を大切にする風土づくりをめざしています。

企業ビジョンの
実現

めざす企業風土

- ・お客さまとの絆を大切にし、「思いやり」の気持ちを高めあう風土
- ・地域社会との絆を大切にし、「地域愛」にあふれる風土
- ・働く仲間との絆を大切にし、「多様な発想」を支え励ましあえる風土

プロジェクト運営の基本方針

理解・共感

全従業員が企業理念「明治安田フィロソフィー」を理解し共感する

自分ごと化

一人ひとりの行動が「企業ブランド」の形成につながっていることを常に意識する

行動・継続

「企業ビジョン」の実現に向け、創造力をもって積極的・主体的に行動し続ける

VIII. 「企業ビジョン実現プロジェクト」の実施状況

「企業ビジョン実現プロジェクト」の中心となる小集団活動「K i z u n a 運動」を全国の各組織で推進しました。

小集団活動「K i z u n a 運動」の推進

- 全組織において、全員参加のもと「企業ビジョン」の実現に向けた意識変革・行動促進、そして組織のコミュニケーション向上・一体感醸成につながるさまざまな活動に積極的・主体的に取り組みました。

プロジェクトリーダー

社長

プロジェクト事務局（本社）

各組織のK i z u n a 運動推進会議

「お客さまとの絆」を深める取り組み

お客さまに手書きのメッセージカードをお届けするなど、従業員のさまざまな自発的取り組みを全国の仲間でも共有し、多くのお客さまにやさしさを感じていただけるよう、日々取り組んでいます。

《手書きのメッセージカード》



「地域社会との絆」を深める取り組み

「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2019シーズンまでの累計観戦者数は、135万人を突破しました。

また、女性ファンの拡大等を企図し、各組織で「明治安田生命Jリーグ女子倶楽部」を結成しています。

《Jリーグ女子倶楽部の活動の様子》



「働く仲間との絆」を深める取り組み

明治安田フィロソフィーの理解・共感、自分ごと化に向けた取り組み等をテーマに、2019年6月、会長・社長をはじめとする全役員・本社部長等と全国の従業員代表者がバズセッションを実施しました。

《バズセッションの様子》



IX. S D G s 達成への貢献（優先課題をふまえた主要な取組み）

S D G s 優先課題をふまえ、事業活動を通じてステークホルダーとの絆を深めることで、さまざまな社会課題の解決に貢献していきます。

	お客さまとの絆	地域社会との絆	働く仲間との絆
SDGs 優先課題	- 健康寿命の延伸 - 健康・金融リテラシーの向上 - 多様な保険商品・サービスの提供 - イノベーション、調査・研究・開発の推進 - ガバナンス強化と経営の透明性確保 - コンプライアンスの推進	- 健康寿命の延伸 - 健康・金融リテラシーの向上 - 地方創生の推進 - 雇用機会の創出 - 環境保護・気候変動への対応 - 防犯・防災対策の整備 - コンプライアンスの推進	- 健康寿命の延伸 - 健康・金融リテラシーの向上 - ダイバーシティの推進 - 働き方改革の推進 - 人権の尊重・推進 - 防犯・防災対策の整備 - コンプライアンスの推進
主要な取組み	「みんなの健活プロジェクト」の推進		
	○アフターフォロー態勢の高度化 ○重点マーケットに対する商品の供給 ○先端技術の活用	○「明治安田生命」リーグ」の応援 ○地方創生にかかる連携協定の締結 ○サステナビリティ投融資の推進 ○環境問題への取組み	○女性の活躍支援 ○ワーク・ライフ・バランスの向上 ○ダイバーシティ&インクルージョンの推進
対応するSDGs	1貧困をなくそう 3すべての人に健康と福祉を 4質の高い教育をみんなに 9産業と技術革新の基盤をつくろう 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 7エネルギーをみんなにそしてクリーンに 8働きがいも経済成長も 11住み続けられるまちづくりを 13気候変動に具体的な対策を 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 5ジェンダー平等を実現しよう 8働きがいも経済成長も 10人や国の不平等をなくそう 16平和と公正をすべての人に