

# 優先課題(マテリアリティ)への取組み(戦略・指標と目標)

★ 特に注力する優先課題 ● さらなる取組みが必要な優先課題

| 優先課題                | リスクと機会   | 主な取組み  | 指標と目標  | 関連するSDGs |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
|---------------------|--|--|--|----------|----------|--------|--------|----------|------|------|-------|--------|------|------|---------------|--|----------|--------|--------|---------------------|------|------|-------|--|--|--|---------------|--------------|
| 健康寿命の延伸★            | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>超高齢社会の進展に伴い、平均寿命と健康寿命のギャップが拡大</li> <li>自助努力の備えにおける死亡保障ニーズの減少と入院・手術等給付金の支払いの増加</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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・サービスの開発・提供、それを通じた市場の拡大</li> </ul>   | <p><b>「みんなの健活プロジェクト」</b></p> <p><b>【商品】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>お客さまを健康なときからしものときまで健康ステージに応じてサポートする“健康増進型商品”を提供</li> </ul> <p><b>【サービス】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>健康を支え、応援するために健康に関する情報・アドバイスを提供</li> </ul> <p><b>【アクション】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>お客さまや地域のみなさまの健康づくりをサポートするイベント機会を提供</li> </ul>   | <p>一人ひとりの健康づくりに寄り添い、いっしょに取り組むことで、お客さま・地域のみなさまの「健康に向けた前向きな活動」=「健活」を応援</p> <p><b>【指標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プロジェクト参加者数:のべ460万人(2019~22年度累計)</li> <li>健活商品加入者数:121万人(同上)</li> <li>直近1年間で健康意識が高まった人の割合<sup>(注1)</sup>:72.2%(2023年度健康に関するアンケート調査)</li> <li>健活商品加入者の「健康年齢<sup>®</sup>差」の改善状況<sup>(注2)</sup>:平均約1歳マイナス(2022年度調査)</li> </ul>  |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
| 地方創生の推進★            | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地方の過疎化・経済の衰退等による地域活力の低下</li> <li>人びとの社会的なつながりの希薄化が進み、社会的孤立者が増加</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul> | <p><b>「地元の元気プロジェクト」</b></p> <p><b>【地域のみなさまの健康保持・増進】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅での健康増進イベントの開催や献血の啓発活動等を推進</li> <li>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を実施</li> </ul> <p><b>【地元への愛着と暮らしやすさの向上】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>地域の活性化に向け、地元のお祭りや若手アスリートを支援</li> </ul> <p><b>【地域を支える企業・団体の持続的な成長】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>従業員のみなさまが健康で意欲的に働ける職場づくりに向け、地元企業の健康経営をサポート</li> </ul> | <p>地域の橋渡し役として「社会的なつながり」を提供し、より多くの住民と各地域の資源・コミュニティをつなげることで、「地方創生の推進」に貢献</p> <p><b>【指標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>連携協定締結数:911自治体(2023年3月末)</li> <li>自治体との協働取組数:10,855回(2021~22年度累計)</li> <li>プロジェクト参加者数:のべ660万人(同上)</li> <li>健康経営サポート企業数:20,962企業(同上)</li> </ul>  |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
| 環境保全・気候変動への対応●      | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>風水害の激甚化、熱中症患者の増加等に伴う保険金等支払いの増加</li> <li>CO<sub>2</sub>排出量の多い投融資先企業の業績悪化による投融資の価値毀損</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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増大</li> <li>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増大</li> </ul>                   | <p>事業者・機関投資家双方の立場から、2050年度CO<sub>2</sub>排出量ネットゼロに向けた取組みを強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自社のCO<sub>2</sub>排出量削減に向け、消費エネルギー不足のさらなる抑制、再生可能エネルギーの段階的な導入の推進</li> <li>ESG投融資の積極的な実行と、投融資先のCO<sub>2</sub>排出量削減に向けたエンゲージメントの強化</li> </ul>  | <p>事業活動のあらゆる面において地球環境との調和を図るとともに、従業員一人ひとりが、環境保全に積極的に参画することで、持続可能な社会の実現に貢献</p> <p><b>【指標・目標】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CO<sub>2</sub>排出量</li> <li>事業者としてのCO<sub>2</sub>排出量(いずれも2013年度比)</li> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2021年度実績</th> <th>2030年度</th> <th>2050年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Scope1-2</td> <td>△31%</td> <td>△50%</td> <td>△100%</td> </tr> <tr> <td>Scope3</td> <td>△19%</td> <td>△40%</td> <td>【排出量ネットゼロを実現】</td> </tr> </tbody> </table> <li>機関投資家としてのCO<sub>2</sub>排出量(いずれも2013年度比)</li> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2021年度実績</th> <th>2030年度</th> <th>2050年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>投融資先からの排出(Scope1-2)</td> <td>△34%</td> <td>△50%</td> <td>△100%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>【排出量ネットゼロを實現】</td> </tr> </tbody> </table> <li>ESG投融資額:2022年度末時点累計約7,000億円、2021年度から3年間で8,000億円以上を目標</li> </ul> |          | 2021年度実績 | 2030年度 | 2050年度 | Scope1-2 | △31% | △50% | △100% | Scope3 | △19% | △40% | 【排出量ネットゼロを実現】 |  | 2021年度実績 | 2030年度 | 2050年度 | 投融資先からの排出(Scope1-2) | △34% | △50% | △100% |  |  |  | 【排出量ネットゼロを實現】 | <br><br><br> |
|                     | 2021年度実績   | 2030年度   | 2050年度   |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
| Scope1-2            | △31%   | △50%   | △100%  |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
| Scope3              | △19%   | △40%   | 【排出量ネットゼロを実現】  |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
|                     | 2021年度実績   | 2030年度   | 2050年度   |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
| 投融資先からの排出(Scope1-2) | △34%   | △50%   | △100%  |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
|                     |  |  | 【排出量ネットゼロを實現】  |          |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
| 金融包摂(金融アクセスの確保等)    | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>「ご高齢の方」「障がいをお持ちの方」「性的マイノリティ(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みを「みんなにやさしい保険アクセス」として推進</li> </ul>   | <p>誰ひとり取り残されることなく、安心して金融サービスへアクセスできる機会の提供</p>  | <br>     |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |
| こどもの健全育成、伝統芸能・技術の継承 | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>経済的事情による教育の制約、発達や心理面に不安を持つ子どもやそのご家族への支援不足による格差の拡大</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>こどもの貧困や教育格差等の解消、時代を超えて受け継がれてきた豊かな伝統文化の継承支援を通じた、未来世代への貢献</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ウォーキングやチャリティー募金を通じ、遺児の進学支援や心のケア支援活動を実施</li> <li>「ふれあいコンサート」や「愛と平和のチャリティーコンサート」など子どもたちが音楽に触れ親しみ機会を提供</li> <li>財団を通じたこどものころの健康に関わる相談事業や、地域の伝統文化の継承・後継者の育成支援等の推進</li> </ul>  | <p>次世代を担うこどもの健やかな成長・豊かな社会の礎となる伝統芸能・技術の継承</p>   | <br>     |          |        |        |          |      |      |       |        |      |      |               |  |          |        |        |                     |      |      |       |  |  |  |               |              |

(注1) 健康増進型保険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み、コロナ禍による意識の向上を除く  
 (注2) 「健康年齢差(健康年齢-実年齢)」の平均値を加入期間別に分析し、「加入2年目」「加入3年目」の結果と「加入1年目」との差を算出(毎年定期的に健診結果を提出していない人を除く)。  
 「健康年齢<sup>®</sup>」は(株)JMDCの登録商標

| 優先課題                                | リスクと機会   | 主な取組み   | 指標と目標  | 関連するSDGs  |
|-------------------------------------|--|---|--|---|
| 健康・金融<br>リテラシーの向上                   | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「人生100年時代」において、心身の健康の維持や自助努力による老後の資産形成が社会課題化</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>健康増進に関する情報提供や金融・保険教育等を通じた、社会保障制度を補完する役割を持つ生命保険会社としての役割発揮</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>介護総合情報サイト「MY介護の広場」を通じて、健康・老後・介護等に関する情報を提供</li> <li>小学校高学年から高校生を対象とした「金融・保険教育」を開催し、「自助の備え(保険・貯金の必要性)」について学ぶ機会を提供</li> </ul>   | <p>人生100年時代を豊かなものとするための健康・金融リテラシーの向上</p> <p><b>[指標]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>金融・保険教育開催数: のべ859校(2022年度)</li> </ul>   |       |
| 多様な保険商品・サービスの提供                     | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>お客さまのニーズおよび社会環境の変容を捉えられていない商品・サービスの提供によるお客さま満足度・市場競争力の低下</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>お客さまの多様なニーズや、社会課題の解決に応える商品・サービスの提供によるお客さま満足度・企業価値の向上</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>「お客さまの声」の分析・市場調査等を通じてニーズを的確に捉えるとともに、「ベストスタイル 健康キャッシュバック」等の健康増進を中心とした保障の充実や、各種お手続きをWEB上にて実施いただける「MYほけんページ」の機能を順次拡充する等、環境変化に対応した商品・サービスを提供</li> </ul>                      | <p>すべての人々に安心をお届けする最適な商品・サービスの提供により、持続可能な社会の実現に貢献</p>   |       |
| イノベーション、調査・研究・開発の推進                 | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>非保険領域を含むイノベーションが十分に創出されないことによる市場競争力の低下</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社外との連携強化を通じたデジタル・ヘルスケア領域における新たな顧客体験の創出・事業領域の拡大</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>外部の専門人材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の推進</li> <li>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</li> </ul>  | <p>外部連携の強化を通じたお客さま体験(CX)と従業員体験(EX)の向上</p>  |    |
| 雇用機会の創出/<br>ダイバーシティの推進/<br>働き方改革の推進 | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>採用や育成の遅れ等による人材の量的・質的不足に起因する競争力の低下</li> <li>人材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</li> <li>従業員のメンタルヘルスや勤務管理等にかかる安全配慮の不足による生産性低下</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様な人材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とエンゲージメント向上の好循環の実現</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>女性の管理職登用にかかる目標設定や育成態勢の整備、LGBT従業員への環境整備・理解促進</li> </ul>                 | <p>多様な人材が意欲を高め、能力を最大限に発揮できる環境の創出</p> <p><b>[指標・目標]</b> (実績:2022年度)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>会社で働くことの誇り<sup>(注3)</sup>:3.81pt(2023年度目標:3.80pt以上)</li> <li>女性管理職比率:34.9%(同上:34.0%以上)</li> <li>男性育休取得率:100%(同上:100%)</li> </ul> |   |
| 人権の尊重・推進                            | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「人権研修」等啓発活動を通じた従業員の人権意識向上と、お客さまへの人権配慮、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</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>「人権方針」に基づき、人権デュー・ディリジェンスを通じて従業員の人権尊重、お客さまの人権配慮、投融資先・取引先への人権尊重の働きかけを推進</li> </ul>   | <p>人権デュー・ディリジェンスの高度化に常に取り組みることにより、社会情勢に沿った人権の尊重を実践</p>   |   |
| ガバナンス強化と経営の透明性確保                    | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>不適切なガバナンスによる社会的信用失墜や事業活動の中断、企業価値の毀損</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実効性の高いガバナンスの実現と継続的な改善を通じた会社の持続的な成長および永続的な企業価値の向上</li> <li>適切な情報開示を通じたステークホルダーとのコミュニケーションの充実および信頼の獲得</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>取締役会のモニタリング機能強化や情報開示の高度化等上場会社標準に基づく経営監督機能(コーポレートガバナンス)の強化</li> <li>総代会・お客さま懇談会の一部オンライン化や社員投票の電子化等による相互会社制度運営の高度化</li> <li>国際監督規制に対応したグループ経営管理態勢(グループガバナンス)の強化</li> </ul> | <p>相互会社制度運営の高度化および明治安田生命グループとしての「規律ある経営」の実現</p>  |    |
| コンプライアンスの推進                         | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>法令違反や社会的規範を逸脱した企業行動による社会的信用失墜・企業価値の毀損</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「私たちの行動原則」の浸透等を通じた、お客さま志向の業務運営によるサービス品質の向上および信頼の獲得</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>お客さまへの最適な商品と質の高いサービスの提供の前提として、業務遂行のあらゆる面においてコンプライアンスが最優先されるとの認識のもと、「グループコンプライアンス基本方針」に基づく態勢整備を推進</li> </ul>  | <p>コンプライアンス違反の根絶</p>   |    |
| 防犯・防災対策の整備                          | <p><b>リスク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>社外からの各種犯罪行為やハラスメント行為による、職員・MYリンクコーディネーターの生命・健康(メンタル面を含む)や人権の侵害</li> <li>災害等危機発生時における対応態勢の整備が不十分なことによる、保険金支払い等お客さまサービス機能の中断</li> </ul> <p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平常時からの防犯・防災対策の高度化等を通じた安定的な経営基盤の確立</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>危機発生時における事業の継続を確保することを目的として事業継続計画(BCP)の整備</li> <li>営業活動の特性をふまえた防犯にかかる取組みの実施</li> </ul>   | <p>危機発生時の態勢整備を通じた社会的インフラである生命保険の役割の発揮</p>  |   |

(注3) 当社で働くことについて誇りを感じるかどうかを5段階で回答してもらい、その平均をとったもの