

## コーポレートブランドマーク



ブランドシンボルは、「常に身近で頼れる存在としてすべてのお客さまや地域、そして社会の利便性と安心のために質の高いサービスを提供する」という企業姿勢から生まれました。

## かんぽ生命の概要

● 名称	株式会社かんぽ生命保険 JAPAN POST INSURANCE Co., Ltd.
● 事業開始日	2007年10月1日
● 本社所在地	〒100-8798 東京都千代田区霞が関一丁目3番2号 TEL 03-3504-4411 (日本郵政グループ代表番号)
● 取締役兼代表執行役社長	石井 雅実
● 従業員数	6,948名(2014年3月31日現在)
● 主な事業所	エリア本部13、支店79、サービスセンター 5
● 資本金	5,000億円
● 株主	日本郵政株式会社 100%



株式会社かんぽ生命保険  
本社(東京都千代田区)

(注1)本誌は保険業法第111条に基づいて作成したディスクロージャー資料です。

(注2)本誌は、業績データ編「5.保険会社及びその子会社等の状況」を除き、当社(単体)について記載しております。

(注3)本誌は、一般公衆への情報提供を目的とするものであり、当社またはその子会社の株式その他の有価証券の勧誘を構成するものではありません。また、本誌には、当社グループおよびグループ各社の見通し・目標等の将来に関する記述がなされています。これらは、本誌の作成時点において入手可能な情報、予測や作成時点における仮定に基づいた当社の判断等によって記述されたものであります。そのため、今後、経済情勢や景気動向、法令規制の変化、大規模災害の発生、保有資産等の価値変動、風評・風説等、その他の幅広いリスク・要因の影響を受け、実際の経営成績等が本誌に記載された内容と異なる可能性があることにご留意ください。

## INDEX

トップメッセージ	4
日本郵政グループ中期経営計画	8
<b>かんぽ生命について</b>	
1 経営理念	16
2 経営の基本方針	17
3 経営課題への取り組み	17
4 ビジネス展開	23
5 CSR重要課題への取り組み	26
<b>事業の概況・業績</b>	
1 平成25年度決算の総括	32
2 健全性の状況	33
3 契約者配当の状況	35
4 契約の状況	36
5 損益の状況	38
6 資産・負債の状況	40
7 エンベディッド・バリュー (EV)	42
8 資産運用の概況(一般勘定)	43
<b>保険会社の運営</b>	
1 内部管理体制	48
2 コンプライアンス(法令等の遵守)の徹底	52
3 利益相反管理への対応	54
4 個人情報保護	55
5 反社会的勢力への対応	57
6 リスク管理体制	58
7 「お客さまの声」を経営に活かす取り組み	64
8 保険契約者等の保護の取り組み	67
9 お客さまサービスを支える情報システム	68
10 ディスクロージャーの充実	69
<b>商品・サービスの紹介</b>	
1 かんぽ生命の保険商品および特徴	72
2 ご契約のお申し込みから成立まで	80
3 企業経営者の方へ	82
4 教育・研修制度	84
5 契約期間中の情報提供	87
6 保険金のお支払いについて	88
7 引受・支払体制の強化	92
8 お客さまのご相談窓口	94
9 生命保険契約者保護機構	95
会社情報	97
業績データ	105
生命保険協会統一開示項目索引	220
五十音順索引	222



「お客さまから選ばれる真に日本一の保険会社」  
を目指して

平素より株式会社かんぽ生命保険をご愛顧、お引き立ていただき、誠にありがとうございます。

ここに2013年度決算に基づきますディスクロージャー誌を発行し、当社の業績や取り組みについて、ご紹介させていただきます。

本誌を通じて、当社に対するご理解を一層深めていただきますとともに、引き続き当社をご支援いただきますようお願い申し上げます。

---

---

## 2013年度の総括

---

2013年度を振り返りますと、わが国の経済は、日本銀行の金融緩和や政府の各種経済対策等により、緩やかな回復基調が続きました。世界経済については、一部になお緩慢さを残しているものの、米国等先進国を中心に回復しつつあります。国内では雇用・所得環境が改善するなか、個人消費が底堅く推移しており、年度末にかけては消費税引き上げに伴う駆け込み需要も見られました。今後は、当該駆け込み需要の反動の影響や、新興国・資源国経済の動向等の影響を受けつつも、基調としては緩やかな回復が続くと見込んでおります。

生命保険業界におきましては、少子高齢化や単身世帯化の進展、ライフスタイルの変化等を背景としたお客様のニーズの多様化、選別志向の高まりなどに対応する販売チャネルの強化、商品の開発等により、各社間の競争が激化しております。

2013年度における当社の取り組みとして、まず改定学資保険について、2014年1月に、郵政民営化法上の承認および保険業法上の認可を取得いたしました。本年4月からは「はじめのかんぽ」の愛称で販売を

開始し、キャンペーンを展開してまいりました。従来の商品に比べ貯蓄性が高く、お子さまが生まれる前から加入できる「出生前加入」の取り扱いを可能にするなど、お客さまに効率的に学資金を準備いただけるよう、商品性を改善しております。

また、より良いお客さまサービスの実現に向けた取り組みとして、より丁寧に請求案内すべき事案等について、当社営業の開始(2007年10月1日)以降のご請求分を検証し、お客さまへのご案内、お支払対応等を2012年度から進めてまいりました。お客さまにお約束した保険金等のお支払いを確実にすることは、保険会社の最大の使命であり、今後ともさらなるサービス向上のため、PDCAサイクルを着実に実施しつつ、支払事務等のサービス水準の向上を目指してまいります。

さらに、2013年7月に当社の親会社である日本郵政株式会社は、アフラック(アメリカンファミリー生命保険会社)と、がん保険分野において業務提携を行うことに基本合意いたしました。

この合意に基づき、当社では直営店全店でアフラックのがん保険を受託販売すること、がん保険取扱郵便局に対する教育・指導を行うことについて、本年6月に郵政民営化法および保険業法上の認可を取得いたしました。

本提携を最大限活用し、郵便局や当社支店での商品ラインナップを充実させることにより、お客さまサービスの向上を図り、同時に当社と郵便局との連携を一層強化してまいります。

加えて、当社では、本年2月から新イメージキャラクターを起用した企業CM「人生は、夢だらけ。」を展開いたしました。この新企業CMでは、お客さま、社会、地域の皆さまの人生を今後より一層厚く支えていきたいという、当社の新たな決意をお伝えしております。

このような状況のなか、当社の個人保険の新契約は、日本郵便株式会社との連携強化により、件数、金額ともに民営化後最高となる223万件(前年度比+1.2%)、金額6兆5,598億円(同+0.7%)を確保いたしました。

損益面では、生命保険会社の基礎的な期間損益を示す基礎利益は、標準利率の引下げ(1.5→1.0%)の影響で前年度を下回ったものの、4,820億円を確保、経常利益は4,635億円、当期純利益は634億円を計上しました。

また、健全性の指標であるソルベンシー・マージン比率は1,623.4%となり、前年度末からさらに上昇し(前年度末1,467.9%)、負債中の内部留保も、危険準備金および価格変動準備金を合わせて3兆2,030億円(前年度末3兆2,064億円)を積立てており、引き続き強固な財務基盤を確保しております。

これもひとえに皆さまのご支援の賜物と深く感謝申し上げます。

---

---

## 今後の課題

---

当社は、日本郵政公社の業務・機能の一部を引き継ぎ、2007年10月に生命保険業を開始して以来、簡易・小口な商品を、全国津々浦々の郵便局および当社直営店を通じて提供してまいりました。

業界の垣根を越えた生命保険業への国内外からの参入等により、生命保険会社が供給する商品・サービスに対するお客さまからの期待の高まり、ニーズの多様化は年々進展しており、当社を取り巻く競争環境は厳しくなっていくものと認識しております。

そのようななか、日本郵政グループでは、2014年

度から2016年度までの3年間を対象とした中期経営計画「新郵政ネットワーク創造プラン2016」を公表いたしました。本中期経営計画では、以下の主要施策に取り組むこととしております。

### 1. 成長のための投資

将来の成長戦略を描くため、競争の基盤となる事務・システムインフラへの投資を行います。保険契約の引受から支払まで、簡易・迅速・正確な事務・システムを構築し、質の高いサービスを提供することにより、「お客さまから選ばれる真に日本一の保険会社」となることを目指します。

併せて、ITガバナンスの強化に取り組みつつ、生命保険の業務処理の基盤となる基幹系システムの更改プロジェクトを推進いたします。また、システム開発態勢・運用管理態勢を改革し、システム品質・開発生産性の向上を図ります。

### 2. 収益力の強化

ご高齢のお客さまが安心してご加入いただけるよう、募集品質を確保しつつ、各チャネルにおける営業力を強化いたします。当社の新契約販売実績の大部分を占める郵便局チャネルにおいては、日本郵便株式会社が渉外社員2万人体制を目指していくなか、当社は引き続き同社と連携し、営業人材育成のための研修・育成施策の拡充など営業力の強化に取り組んでまいります。

### 3. 郵便局ネットワークの活用と新サービスの展開

本年4月から、改定学資保険の販売を開始いたしましたが、既存商品の見直しを中心に、お客さまニーズに対応した商品改定に引き続き取り組んでまいります。

また、日本郵政株式会社とアフラックとの業務提携に基づき、当社の直営店でアフラックのがん保険を受託販売するとともに、郵便局におけるアフラックのがん保険販売を支援しております。

#### 4. マネジメントの刷新・事業継続のための環境整備

ERM(統合的リスク管理)により、経営の健全性の維持と資本効率(収益性)の向上のバランスを図りつつ、安定的かつ持続的な利益・企業価値の向上を目指します。

資産運用につきましては、資産と負債のマッチングを推進するとともに、適切なリスク管理を行いつつリスク性資産への投資を行い、資産ポートフォリオの改善、運用収益の向上を目指します。

加えて、お客さまの声を経営に活かす取り組みを推進するとともに、経営の根幹となる募集品質やコンプライアンスを徹底するなど、内部管理態勢の強化に取り組んでまいります。

この中期経営計画の最終年度である2016年度には、簡易生命保険創業100周年を迎えます。これら主要施策を着実に実行し、成長軌道への転換を目指してまいります。

## 最後に

当社は、生命保険業および独立行政法人郵便貯金・簡易生命保険管理機構の委託を受けて行う簡易生命保険管理業務を主要な業務とする生命保険会社として、1916年に創設された簡易生命保険の「簡易な手続きで、国民の基礎的生活手段を保障する。」という社会的使命を引き継ぎつつ、「お客さまから選ばれる真に日本一の保険会社を目指す」という方針の下、募集品質の確保や確実な保険金のお支払いなど、より良いお客さまサービスの向上に向けた取り組みを行い、経営基盤の強化を図ってまいります。

引き続き、お客さまの生活を総合的にお支える「トータル生活サポート企業」として、企業価値を高めていくためにも、全社員の心をひとつに持てる力を結集してあらゆる課題を克服し、さらなる経営基盤の強化を図ってまいります所存です。

今後とも、ご支援・ご愛顧のほど、よろしくお願い申し上げます。

2014年7月  
取締役兼代表執行役社長

石井 雅実

## いし い まさ み 石井 雅実

Profile (1952年9月4日生、東京都出身)

- 1976年 3月 東京大学経済学部卒業
- 1976年 4月 安田火災海上保険株式会社(現株式会社損害保険ジャパン)入社
- 2005年 4月 同社執行役員企画開発部長兼団体組織開発部長
- 2007年 4月 同社常務執行役員企業営業企画部長
- 2010年 6月 同社代表取締役専務執行役員関西第一本部長
- 2011年 4月 同社代表取締役副社長執行役員関西第一本部長
- 2012年 6月 当社取締役兼代表執行役社長(現任)
- 2013年 6月 日本郵政株式会社取締役(兼務)

