

# 価値創造の軌跡

**1885年 遅信省**  
(明治18年)

**1949年 郵政省**  
(昭和24年)

**2001年 郵政事業庁**  
(平成13年)  
**2003年 日本郵政公社**  
(平成15年)

**1885-1949**

**1949-2001**

**2001-2007**

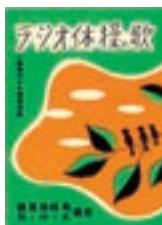
- 1916 簡易生命保険事業創業



- 1926 郵便年金事業創業
- 1928 国民保健体操(旧ラジオ体操)の制定



- 1949 郵政省発足
- 保険金の倍額支払制度の実施
- 1951 現行のラジオ体操第一の放送開始



- 1953 夏期巡回ラジオ体操会の開始



- 1962 1000万人ラジオ体操祭の開始
- 1999 歳満期特別養老保険の創設
- みんなの体操の制定

- 2001 郵政事業庁発足
- 2003 日本郵政公社発足
- 2006 株式会社かんぽ設立



## ■ 遅信省～日本郵政公社（民営化前）

当社の前身である簡易生命保険の創業は1916年。「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持って誕生し、比較的低廉な料金で、無診査かつ簡単な手続きにより加入できる保険制度の提供を通じて、国民生活の安定を図る役割を果たしてきました。

▶お客様に対する保障の金額（簡易生命保険契約の保有契約高（保険））

2,450万円

1916年度  
創業

100億円

1941年度

1兆円

1954年度

100兆円

1987年度

## 2007年 かんぽ生命 (平成19年)

### 2007-2022

**2007**

- 日本郵政グループ発足
- 新規業務（運用対象の自由化）の認可取得
- 2008**
- 法人向け商品の受託販売開始
- 「かんぽ生命 入院特約 その日から」販売開始
- 2011**
- かんぽシステムソリューションズ株式会社（現 連結子会社）を子会社化
- 2014**
- 学資保険「はじめのかんぽ」販売開始



**2015**

- 養老保険「新フリープラン（短期払込型）」販売開始
- 東京証券取引所市場第一部へ上場
- 法人向け商品（総合福祉団体定期保険など）の受託販売開始



**2016**

- 簡易生命保険誕生100周年
- 新規業務（再保険の引受け・付帯サービス）の認可取得
- 第一生命保険株式会社<sup>\*</sup>との業務提携  
※現 第一生命ホールディングス株式会社

**2017**

- 特約「医療特約 その日からプラス」、終身保険「新ながいきくん」低解約返戻金プラン、「長寿支援保険」「長寿のしあわせ」販売開始



**2019**

- 健康応援アプリ「すこやかんぽ」の提供開始
- 引受基準緩和型商品「かんぽにおまかせ」、先進医療特約の販売開始
- 株式の第2次売出し



**2021**

- 中期経営計画（2021年度～2025年度）発表

**2022**

- 特約「医療特約 もっとその日からプラス」販売開始
- 東京証券取引所市場第一部からプライム市場へ移行



### ■ かんぽ生命（民営化後）

2007年10月の郵政民営化により、「株式会社かんぽ生命保険」として、生命保険事業を開始しました。国営事業から民間企業へ形を変えてきましたが、保険を通して人々の生活を支えるという使命は変わりません。かんぽ生命は、これからも、地域に根差した郵便局ネットワークを通じて、全国のお客さまに「保険」という安心をお届けし、お客さま一人ひとりの人生を保険の力で支え、守り続けていきます。

▶ お客様に対する保障の金額（かんぽ生命保険契約の保有契約高（個人保険））

1.6兆円

2007年度  
郵政民営化

10兆円

2009年度

50兆円

2016年度

42兆円

2021年度

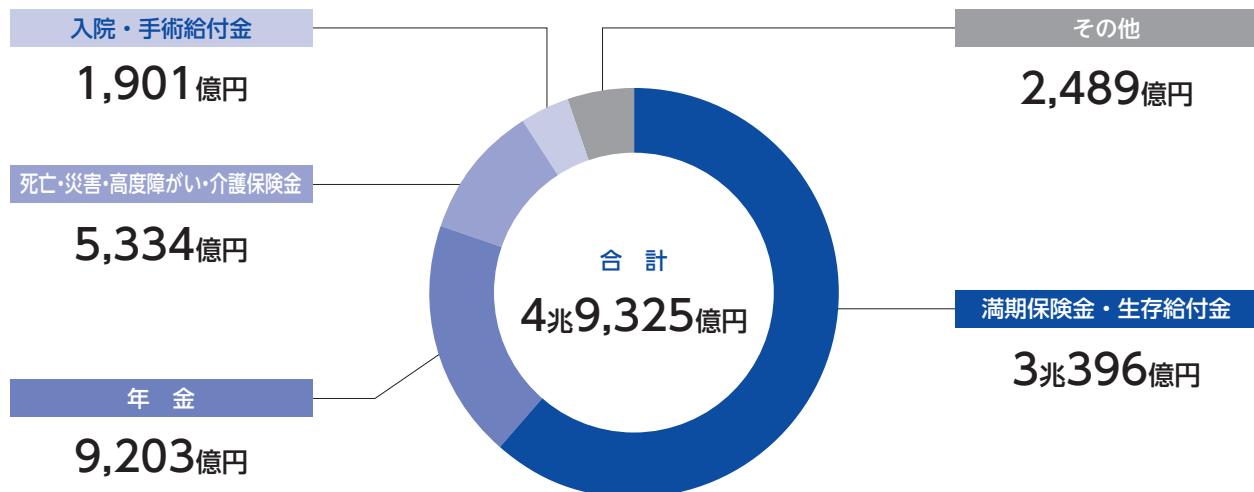
(注1) 2007年9月以前にご加入いただいた簡易生命保険契約については、別途、当社が郵政管理・支援機構から管理業務を受託しています。なお、2021年度末の簡易生命保険契約の保有契約高（保険）は、21兆円となっています。

(注2) 簡易生命保険契約とかんぽ生命保険契約では、保有契約高の計上基準が異なります。

# 生命保険事業を通じた社会貢献

当社は、生命保険事業を通じて、全国のお客さまに保険金をお支払いすることで、お客さまの人生をお守りしています。

## ▶ 保険金・年金・給付金のお支払い状況（2021年度）



(注1) 当社が郵政管理・支援機構から受再している簡易生命保険契約の支払いを含みます。

(注2) 簡易生命保険契約の支払いについては、財務諸表上の計上区分とは異なり、便宜的にお客さまとの契約上の支払事由ごとに計上したものです。

## ▶ 非常に大きな顧客基盤



(注1) 「お客さま数」は、契約者および被保険者を合わせた人数です（個人保険および個人年金保険を含み、当社が受再している簡易生命保険契約を含みます。）。

(注2) 保有契約件数は、当社が受再している簡易生命保険契約を含みます。

## ▶ 全国津々浦々に広がる郵便局ネットワークとかんぽ生命の拠点



(注1) 郵便局は生命保険募集を行う郵便局の数、簡易郵便局は生命保険募集委託契約を締結している簡易郵便局の数です。

(注2) 営業社員は、2022年4月1日現在、支店法人営業部、本社法人営業開発部総合法人部に所属している者（生命保険募集人に限る。）、ならびに支店かんぽサービス部に所属している管理者およびコンサルタント（主にお客さまのお宅などを訪問して活動する社員）の人数です。

## ▶ 簡易・小口な商品

全国の郵便局を通じて、養老保険・終身保険を中心とした簡易で分かりやすい商品（簡易・小口）・サービスをお客さまにご提供しています。

加入申し込みの際に  
医師による  
診査が不要（無診査）

健康状態などの告知で  
お申し込みが可能  
(告知書扱)

職業による  
加入制限なし

## ▶ お客さまからの声



20年前、自分が社会人になりたての頃、郵便局員の方に相談して加入した保険が今度満期を迎えます。満期保険金を受け取るのが楽しみです。



新型コロナウイルスに感染し仕事を休んでいる間、収入が無く生活が厳しかったのですが、かんぽ生命は自宅療養でも保険金をもらうことができたかったです。

## ▶ 新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

このたびの新型コロナウイルス感染症の発生により影響を受けられた皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。  
当社は、コロナ禍のもとにおいても、生命保険会社の社会的使命・機能を果たすため、以下の取り組みを実施しています。

- 新型コロナウイルス感染症の影響等による医療機関等の事情により、自宅療養や宿泊療養をされた場合も、入院保険金をお支払い
- 新型コロナウイルス感染症により亡くなられた場合に、死亡保険金に加えて「保険金の倍額支払」の対象として保険金をお支払い<sup>(注)</sup>
- 必要書類を一部省略するなどの簡易迅速なお取り扱い

(注) ご契約いただいている保険種類によっては、「保険金の倍額支払」の対象とならない場合がございます。また、ご加入（契約日）から1年6ヶ月を経過前にお亡くなりになった場合も「保険金の倍額支払」のお支払い対象とはなりません。

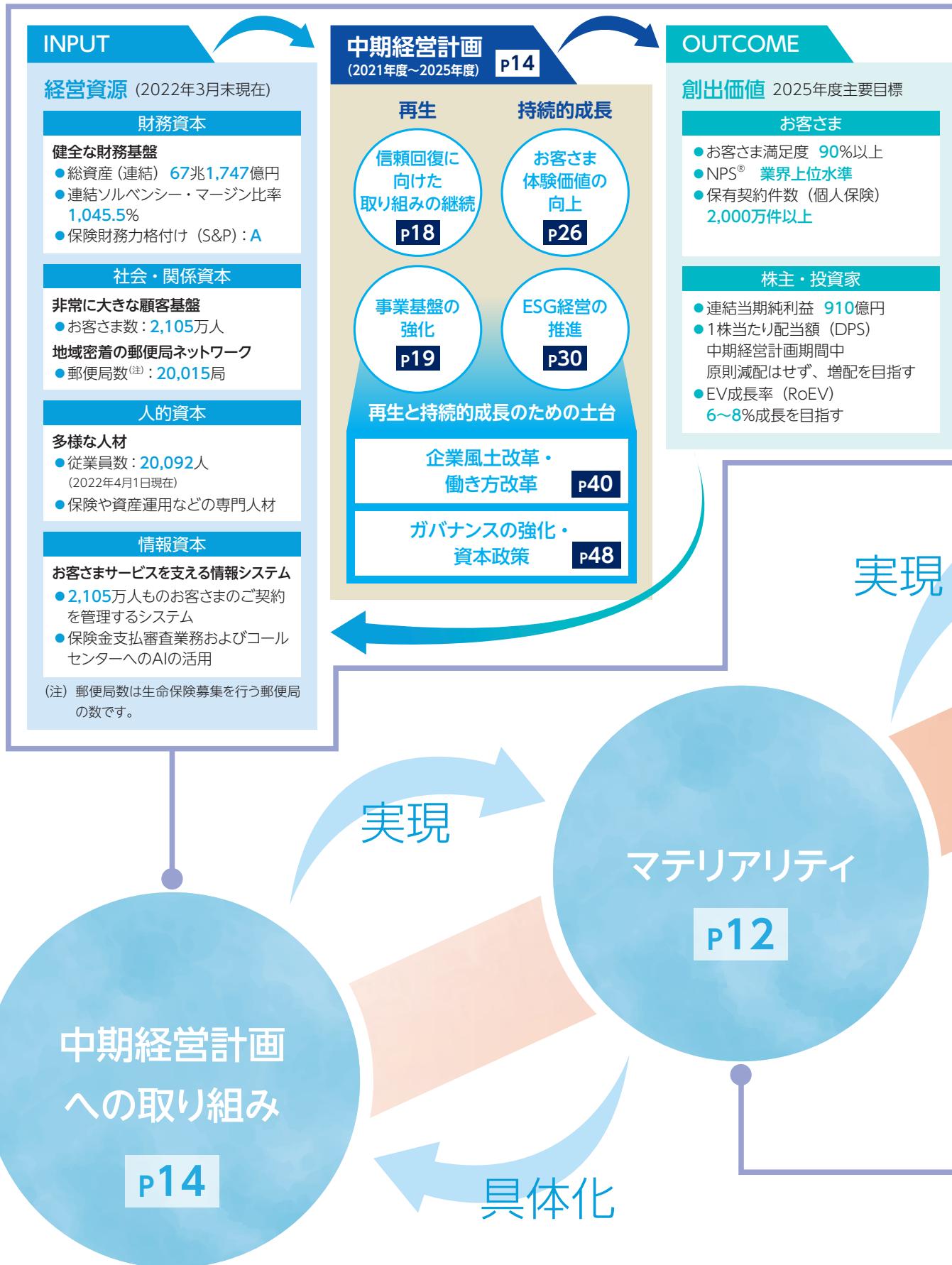
(\*) 最新の取扱状況は、かんぽ生命Webサイトに掲載していますので、ご確認のうえ、お手続き・お問い合わせください。

## ▶ 新型コロナウイルス感染症に対するお支払い状況

	2019年度	2020年度	2021年度	累計
死亡保険金 (金額は保険金の倍額支払含む)	—	49億8,981万円 (1,456件)	133億1,457万円 (3,807件)	183億438万円 (5,263件)
入院保険金	74万円 (15件)	8億2,457万円 (14,023件)	54億6,951万円 (110,562件)	62億9,482万円 (124,600件)

# 価値創造プロセス

当社は、「お客さまから信頼され、選ばれ続けることで、お客さまの人生を保険の力でお守りする」という社会的使命のもと、



生命保険事業を通じて、ステークホルダーの皆さまへの持続的な価値創出を目指します。

### 地域・社会

- 温室効果ガス排出量（2030年度／2019年度比）**46%**削減
- ESG投資（投融資先再生可能エネルギー施設の総発電出力）  
中計期間中に**150万kW**

### 従業員

- 本社における女性管理者比率  
(2030年度) **30%**
- 育児休業取得率 男女とも**100%**
- 障がい者雇用率 **2.5%**

## 経営理念

いつでもそばにいる。

どこにいても支える。

すべての人生を、守り続けたい。

## 社会的使命（パーカス）

お客さまから信頼され、  
選ばれ続けることで、

お客さまの人生を  
保険の力でお守りする

具体化

## 当社の優先的に取り組む社会課題（マテリアリティ）

### 1

郵便局ネットワーク等を通じた保険サービスの提供



### 2

地域と社会の  
発展・環境保護への貢献



### 3

健康増進等による健康寿命の  
延伸・Well-being向上



### 4

社員一人ひとりが生き生きと  
活躍できる環境の確立



### 5

社会的使命を支える  
コーポレートガバナンス



# 優先的に取り組む社会課題（マテリアリティ）

当社は、生命保険という事業を通じて社会的使命を果たし、サステナビリティをめぐる社会課題の解決に貢献するため、5つの「優先的に取り組む社会課題（マテリアリティ）」を定めました。

このマテリアリティの特定にあたっては、SDGsをベースにしています。また、中期経営計画（2021年度～2025年度）における主な取り組みは、このマテリアリティとも深く紐づいており、中期経営計画の取り組みを進めることによって、当社の持続的な成長とSDGsの実現を目指しています。

## 【特定プロセス】

### STEP 1 社会課題の抽出

SDGsの17の目標を達成するための具体的な169のターゲットから、生命保険業を営む当社にとっての社会課題を抽出しました。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



### STEP 2 マテリアリティの特定

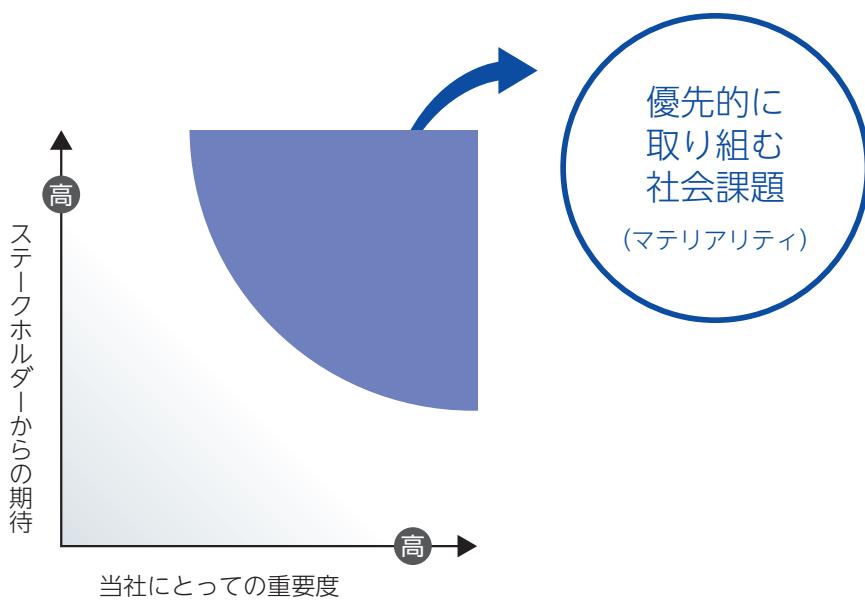
抽出した社会課題を「ステークホルダーからの期待」と「当社にとっての重要度（戦略的重要性）」の2軸で優先順位をつけて、マテリアリティを特定しました。

ステークホルダーからの期待

お客さま、投資家、社員、地域社会、国際社会のステークホルダーから、それぞれ期待される社会的要請

当社にとっての重要度  
(戦略的重要性)

当社の経営理念、経営方針、社会的使命（パーソンズ）との関連性



## STEP3

## 重要課題の検証・決定

特定したマテリアリティの内容について、サステナビリティ委員会および経営会議で協議・決定し、取締役会へ報告しました。

## 【優先的に取り組む社会課題（マテリアリティ）】

優先的に取り組む社会課題 (マテリアリティ)	実現を目指す SDGsのゴール	主な取り組み
郵便局ネットワーク等を通じた保険サービスの提供	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域密着の郵便局ネットワークを通じた基礎的な保障の提供</li> <li>● 郵便局ネットワークとDX推進によるデジタル接点との融合</li> <li>● あらゆる世代の保障ニーズに応える商品開発</li> </ul>
地域と社会の発展・環境保護への貢献	   	<ul style="list-style-type: none"> <li>● カーボンニュートラルに向けた取り組み</li> <li>● TCFD提言に沿った取り組みの実施</li> <li>● ESG投資の推進</li> </ul>
健康増進等による健康寿命の延伸・Well-being向上	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ラジオ体操の普及促進</li> <li>● 健康応援アプリ「すこやかんぽ」を活用したサービスの提供</li> <li>● 健康増進への関心や社会的ニーズを踏まえた保険サービスの提供</li> <li>● ESG投資の推進</li> <li>● 新型コロナウイルス感染症の感染拡大への対応</li> </ul>
社員一人ひとりが生き生きと活躍できる環境の確立	   	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業風土改革・働き方改革</li> <li>● 人財育成、人財活用の強化</li> <li>● ダイバーシティの推進（女性活躍推進、育児や介護等と仕事の両立支援、障がい者雇用促進、性の多様性への対応）</li> </ul>
社会的使命を支えるコーポレートガバナンス		<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様からの信頼回復</li> <li>● コンプライアンスの徹底</li> <li>● コーポレートガバナンスの強化</li> </ul>

(注) 17色のカラーhoイルは、ESG投資の推進がSDGsの17のゴールすべてに関連することを意味しています。

# 中期経営計画（2021年度～2025年度）

## ▶ 中期経営計画（2021年度～2025年度）の基本方針

- かんぽ生命では、「お客さまから信頼され、選ばれ続けることで、お客さまの人生を保険の力でお守りする」ことを私たちの社会的使命と位置づけた「中期経営計画（2021年度～2025年度）」を2021年5月に公表しました。
- 当社では、「お客さまから真に信頼される企業への再生」、「お客さまに感動いただける保険サービスのご提供を通じた持続的な成長」、「これらの実現に向けた社員一人ひとりがやりがい（ES<sup>(注1)</sup>）を感じ、会社とともに成長できる企業風土への改革、ガバナンスの強化」を基本方針として、各取り組みを実行しています。

(注1) Employee Satisfaction (エンプロイーサティスファクション) の略

		基本方針	参照ページ
再 生	信頼回復に向けた取り組みの継続	・お客さま本位の業務運営を徹底し、お客さまとの信頼を回復する	P.18
	事業基盤の強化	・あらゆる世代のお客さまの保障ニーズにお応えしながら、効率的な業務運営により収益力を向上させる	P.19～P.25
持 続 的 な 成 長	お客さま体験価値の向上	・お客さま体験価値(CX <sup>(注2)</sup> )を最優先とするサービス提供体制を構築する	P.26～P.29
	ESG経営の推進 (社会課題の解決への貢献)	・サステナビリティ(持続可能性)を巡る社会課題の解決に貢献し、SDGsと持続的な成長を実現する	P.30～P.39

## 再生と持続的成長のための土台

企業風土改革・働き方改革	・社員一人ひとりがやりがい(ES)を感じながら、会社とともに成長できる企業風土に改革する	P.40～P.47
ガバナンスの強化・資本政策	・リスク感度の高度化等により、事業運営における健全性を確保し、持続的な成長を実現する	P.48～P.67

(注2) Customer Experience (カスタマーエクスペリエンス) の略

## ▶ 中期経営計画（2021年度～2025年度）の主要目標

お客さまのご評価を第一の目標として、「お客さま満足度」や「ネットプロモータースコア（NPS）」の向上を目指すとともに、ご契約の継続を重視したストックベースの目標として、「保有契約件数」を設定するなど、各種目標の達成を目指しています。

財務目標等		2025年度目標	ESG目標
お客さま満足度 NPS® <sup>(注2)</sup>		お客さま満足度 90%以上を目指す NPS® 業界上位 水準を目指す	温室効果ガス排出量
保有契約件数 (個人保険)		2,000万件以上	2030年度(対2019年度比) 46%削減 <sup>(注4, 5)</sup> 2050年 カーボンニュートラルの 実現を目指す <sup>(注5)</sup>
連結当期純利益		910億円 (2023年度780億円)	女性管理者比率
1株当たり配当額(DPS)		中期経営計画期間中 原則減配はせず、 増配を目指す	2030年度 本社における 女性管理者比率30% <sup>(注6)</sup> 本社以外においても、女性管理者増 加に向けて、管理者・役職者を目指 す社員を増やすための環境整備・意 識改革・人財育成に取り組む。
EV成長率(RoEV)		6～8%成長を目指す <sup>(注3)</sup>	

(注1) お客さま満足度を5段階評価として、「満足」「やや満足」として回答いただいた合計割合。

(注2) 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です。

(注3) EVの変動要因から「経済前提と実績の差異」を除いた値。

(注4) Scope1（自社が直接排出する排出量）およびScope2（他社から供給された電気などの使用に伴う排出量）が対象。新規事業による増加分を除く。

(注5) 目標達成のためにはわが国における再生可能エネルギーの普及などカーボンニュートラル化が相当程度進むことが必要。日本郵政グループも、わが国および世界のカーボンニュートラル化を後押しする。当社としても、パリ協定を支持するとともに、カーボンニュートラルの実現に向けた取り組みを推進していく。

(注6) グループ主要4社の本社における女性管理者比率。2030年度までの取り組みの結果である2031年4月1日における比率。

## ▶ 2021年度実績

中期経営計画（2021年度～2025年度）における主要計数目標の実績は以下のとおりです。

2021年度実績	
お客さま満足度	78%
保有契約件数(個人保険)	2,280万件
連結当期純利益	1,580億円
1株当たり配当額(DPS)	90円
EV成長率(RoEV)	4.0%

# 中期経営計画（2021年度～2025年度）とマテリアリティの関係性

中期経営計画（2021年度～2025年度）は、当社の優先的に取り組む社会課題（マテリアリティ）とも深く紐づいており、

中期経営計画 (2021年度～2025年度) の基本方針		主な取り組み	郵便局ネットワーク等を通じた保険サービスの提供	地域と社会の発展・環境保護への貢献
			  	 
再生	信頼回復に向けた取り組みの継続	お客さま本位の業務運営	●	
		業務改善計画への取り組み	●	
持続的成長	事業基盤の強化	お客さまへのサービス提供体制の強化	●	
		保険サービスの充実	●	
再生と持続的成長のための土台	資産運用の深化・高度化		●	
	お客さま体験価値の向上	お客さま体験価値の向上	●	
持続的成長	お客さまとの対話		●	
	ESG経営の推進	サステナビリティ活動の推進	●	●
		ESG投資	●	●
		環境保護		●
再生と持続的成長のための土台		健康増進・Well-being向上		○
	企業風土改革・働き方改革	企業風土改革	○	
		人財育成	○	
		働き方改革	○	
ガバナンスの強化・資本政策	ダイバーシティの推進		○	
	ガバナンスの強化・資本政策	コーポレートガバナンス		
		ERM・資本政策	○	

中期経営計画の取り組みを進めることによって、当社の持続的な成長とSDGsの実現を目指しています。

### 取り組む社会課題（マテリアリティ）

健康増進等による健康寿命の延伸・Well-being向上	社員一人ひとりが生き生きと活躍できる環境の確立	社会的使命を支えるコーポレートガバナンス	参照ページ
 			
○	●	P18～	
○	●	P18～	
○	○	P19～	
		P22～	
	○	○	P24～
	○	○	P26～
	○	○	P28～
●	●	●	P30～
●			P31～
			P34～
●	○		P38～
	●	○	P40～
	●		P42～
	●		P46～
	●		P47～
		●	P48～
		●	P64～

(注) ●は直接的に関係のある項目、○は広い意味で関係のある項目を意味しています。