

長期ビジョンとその実現までのロードマップ



ビジネスモデルと価値創造プロセス

主な経営資源

well-beingに関わる人財(人的資本)

- お客さまにwell-beingを届ける豊富な人財
- 専属の生涯設計デザイナー(国内):約3.7万名
 - 代理店(国内):4,520店
- 高度な専門性と経験
- CFP資格取得者数:403名
 - AFP資格取得者数:2,272名
 - MDRT会員:国内170名、海外225名
 - アクチュアリー資格取得者数:116名
- グループ従業員
- 事業・拠点駐在グループ従業員:約6.2万名
 - うち海外グループ従業員:約8,000名(13%)
 - 海外経験者数:502名

well-beingをつくるノウハウ(知的資本)

- 時代のニーズを捉えた保険商品開発力(過去・現在)
- 国内外のグループネットワークを活かしたシナジー創出力
- 子会社110社および関連会社29社
- アメリカ市場における保険会社M&Aの知見・経験
- プロテクティブによる買収事業:59件
- 医療ビッグデータ
- 約12億レコード以上(匿名化済)
- 産学連携によるイノベーション、well-being研究
- 7大学・機関との産学連携、共同研究

well-beingを協創する力(社会関係資本)

- 日本を含む9カ国のお客さま基盤
- お客さま数(国内):約1,153万名
 - 法人取引社数(国内):約16万社
 - 保有契約件数(米国):約1,280万件
 - お客さま数(オーストラリア):約450万名
 - 保有契約件数(ベトナム):約136万件
- 多様なビジネスパートナーとの強力なアライアンス
- 金融商品の相互供給等によるお客さまへの提供価値の充実
 - ヘルスケアなど非保険領域に強みを持つパートナーとの協力体制構築

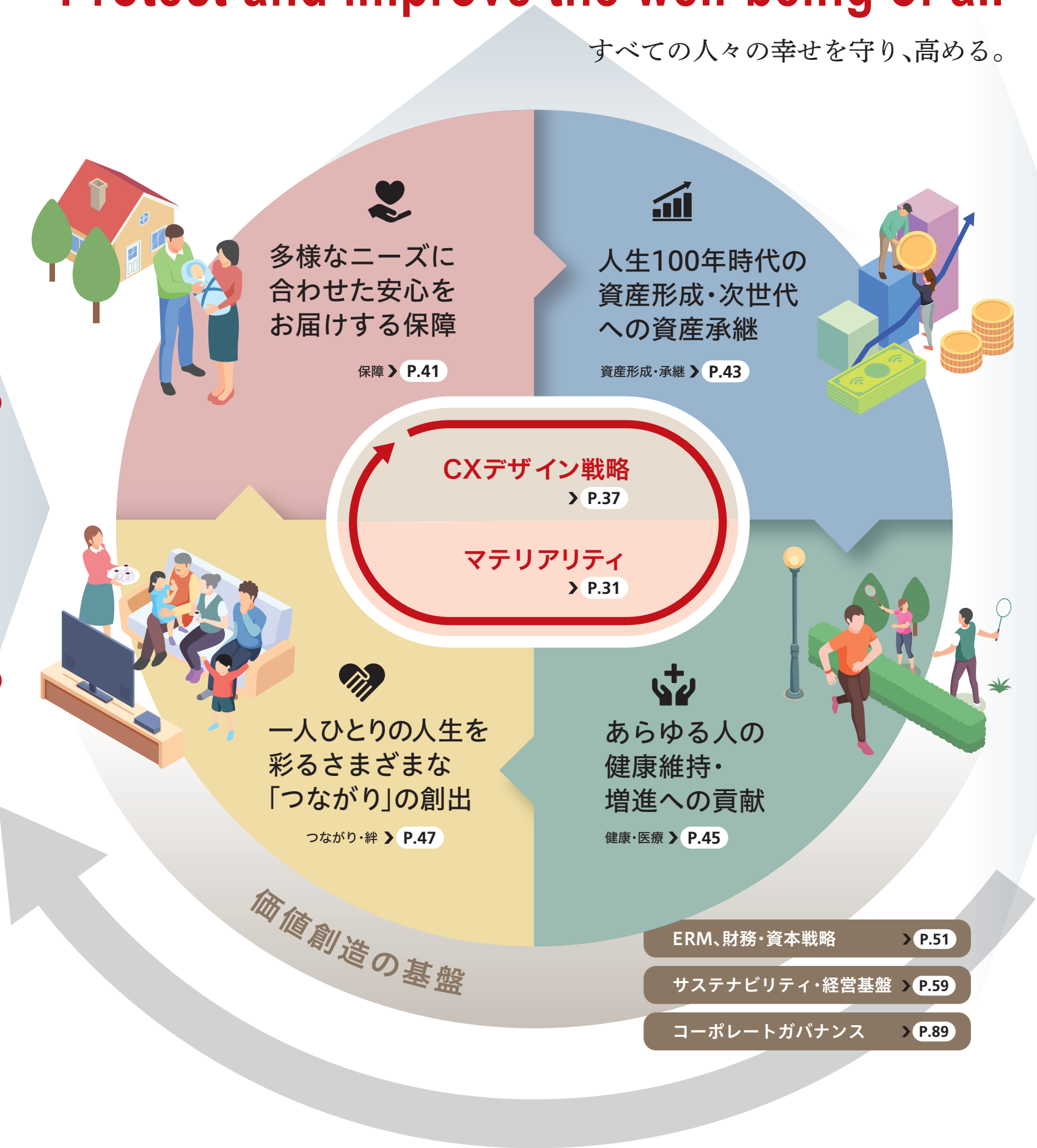
well-beingを支える力(財務資本)

- 資産の部:約65.8兆円
- 盤石な資本・財務基盤:グループEEV 7.1兆円
資本充足率 227%
- 新たな価値創造に向けた資本投下:戦略投資累計 約1.2兆円

第一生命グループ グループビジョン

Protect and improve the well-being of all

すべての人々の幸せを守り、高める。



ステークホルダーとの協創価値

お客さまのwell-being 価値協創ストーリー > P.25

- 保障
- 社会やお客さまのニーズを踏まえた多様な商品・サービスのご提供
 - 国内におけるマルチブランドや新興国を含む海外8カ国への展開
 - お客さまの細分化ニーズにデジタル活用を通じて、デジホブランド全体で約20万件のご契約
- 資産形成・承継
- お客さまニーズや資金の属性に応じた長期視点の資産運用
 - 団体年金受託残高:約6.7兆円(第一生命)
 - 責任準備金残高:約8.4兆円(第一フロンティア生命)
- 健康・医療
- 健康保険組合向けの医療費適正化支援サービスの展開
 - Healstep®契約数・ユーザーID数(累計):33件・約17万名
- つながり・絆
- 当社グループが寄り添う各地域の企業・住民間の「つながり」や「つながりの場」のご提供
 - well-beingに資するプログラムの開催・参加者数:約730回・約3.5万名(第一生命)
- お客さまの人生の経済的なサポート
 - 保険金等のお支払い:約5.8兆円(グループ全体)

社員のwell-being

- 多様な人財の活躍
- 女性組織長比率:17%
 - キャリア採用者割合(全採用者数対比):34%
- エンゲージメントの向上
- エンゲージメント調査総合スコア:63
 - 男性育児休業取得率:92.3%
- ※当社、第一生命、第一フロンティア生命およびネオファースト生命の合計

社会・環境のwell-being 価値協創ストーリー > P.29

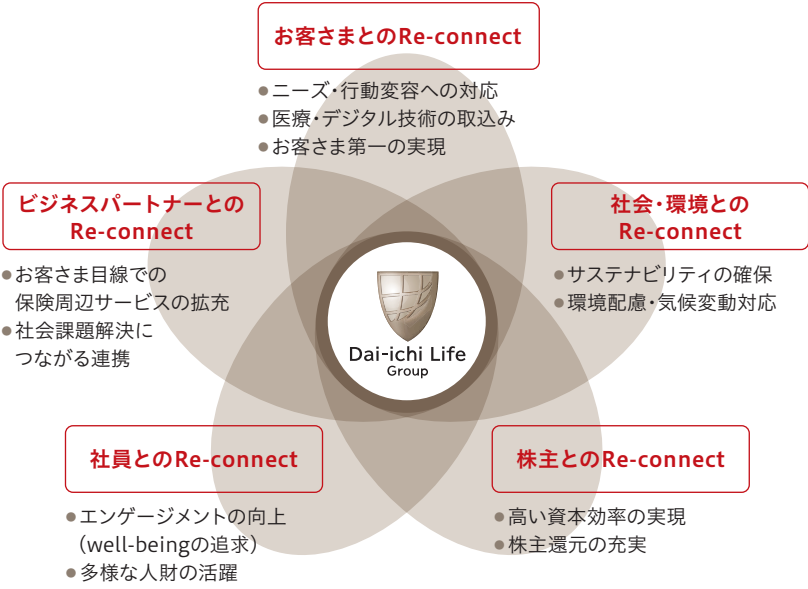
- カーボンニュートラルの実現
- 事業活動によるCO₂排出量(スコープ1+2)の削減:
 - ▲28.8%(グループ全体、2019年度対比)
 - 運用ポートフォリオの温室効果ガス排出量の削減:
 - ▲18%(第一生命、2020年対比)
- ESG投融資の推進
- ESGテーマ型投融資実績(累計):約1.3兆円(第一生命)

ステークホルダーとの協創による財務基盤の構築

- グループ修正利益:2,961億円・修正ROE:8.0%
- グループ新契約価値:1,266億円・ROEV:4.9%
- HDキャッシュ創出:約4,700億円
- 株主総利回り(TSR):+36%

ステークホルダーとのつながり

当社グループは、次世代を含むお客さま、ビジネスパートナー、社会・環境、社員、株主の皆さまを事業活動に深い関わりを持つステークホルダーと捉えています。中期経営計画「Re-connect2023」では、すべてのステークホルダーからの負託に応えるために、従来の向き合い方を見直し、「再度、より良い形でつながり直す」ことを目指しています。さまざまなステークホルダーとの活発なコミュニケーションを通じて得られた意見や評価などをもとに、課題を把握し事業活動に反映することで、より質の高い活動を推進し、企業価値の向上につなげていきます。



	ステークホルダーに対する責任・期待されること	ステークホルダーへの責任を果たし、期待に応えるための取組み
お客さま	当社グループは、お客さまに万が一の事があった時、ご加入された商品の保険金・給付金を迅速かつ適切にお支払いすることを通じて経済的にお支えするとともに、お客さま自身やご家族の方々のご不安を少しでも和らげ、落ち着いた生活を取り戻すことができるよう、全力で支援いたします。 また、このような保険会社の中核となる保障機能の提供に加え、資産形成や健康増進など、当社の強みを活かせる幅広い領域に亘って、お客さまのwell-being向上の実現を目指します。	- 日々変化するお客さまのニーズに応える商品の開発や、サービス領域の拡大 - お客さまの望まれる人生をともに考え、必要な安心を備えるための、お客さまに寄り添ったコンサルティングの実施 - お客さまの嗜好や生活様式の多様化に応じた、お客さまの望むタイミング・望む方法でのお手続きを可能とするインフラ面の整備 - 迅速かつ適切に保険金・給付金をお支払いするオペレーションの構築と体制の整備 - 当社のサービス提供にかかるNPS®の測定を通じた、お客さま満足度の分析と向上に向けた施策の立案・実行
ビジネスパートナー	外部パートナーとの協力体制を構築することで、上記のような当社グループが強みを持つ領域を超えて、お客さまの日々の生活をあらゆる側面から寄り添い支えるサービスを協創します。 また、多様化・細分化したニーズにお応えすべく、共通した趣味・嗜好や生活様式に基づく特定のコミュニティの運営母体と提携し、画一的でない機動的な商品の開発と提供を実現します。	- 資産運用や商品開発・供給における国内大手金融グループとの提携関係の構築 - フリーランスやエッセンシャルワーカーとして働く方々向けに、当該コミュニティの運営者との提携を通じて「デジホ」ブランドの保険商品を提供 MIZUHO 損保ジャパン RESONA かんぽ生命 Aflac ALSOK FORVAL iYell IBJ DeNA HEALTHCARE SOMPOケア 鎌倉新書 amada など

	ステークホルダーに対する責任・期待されること	ステークホルダーへの責任を果たし、期待に応えるための取組み
社会・環境	全国に広がる当社グループのネットワークを活かし、地域住民のwell-being向上や地域コミュニティの形成を通じた地域課題の解決に取り組めます。 また、気候変動や社会課題の解決に向けて、カーボンニュートラルへの取り組みやESG投融資、スチュワードシップ活動を推進します。	- 全国の自治体と連携・協働し、地域住民の防犯、防災や女性活躍推進、地域活性化に向けた取り組みを実施 - 支社・営業オフィスの独自プログラムとしても、健康増進や子育て、スポーツ振興といった地域住民のwell-being向上に向けたプログラムを開催 - 当社グループ全体における事業活動から排出されるCO₂排出量のネットゼロ達成に向けた取り組みの推進 - 第一生命の運用ポートフォリオにおける、ESGインテグレーションの高度化やESGテーマ型投融資、投融資先へのエンゲージメントの拡大を通じた責任投資取組みの推進 - 第一生命やグループ不動産関連会社における、事業活動で消費する電力の100%再生可能エネルギー化に向けた取り組みの推進 健康増進 高齢者支援 地域活性化 安全・防災 子ども・教育 女性の活躍推進 スポーツ振興 全47都道府県と連携
社員	お客さまニーズや社会の多様化に対応するために、当社社員についてもダイバーシティ＆インクルージョンを推進し、多様な人財が活躍できる土壌を構築します。 また、社員がさまざまな望むキャリアを描き、生き生きと働くとともに個々のスキルアップを実現するために、多様で柔軟な働き方の整備と働きがいの向上を推進します。	- 女性組織長比率や男性育児休業取得率にかかる目標などを設定し、引き上げに向けた取り組みを推進 - 障がい者雇用の推進や育児・介護などを抱える社員の働き方を支援するために、個々の社員が置かれた環境で仕事を両立するための制度設計や職場環境の改善など、働き方の選択肢を拡充する取り組みを実施 - 社員の専門性を磨く研修プログラムの拡充や、キャリアローテーションの推進、および自律的なキャリア選択や副業を可能とする人事制度を設計 - エンゲージメント調査やタウンホールミーティングの実施を通じて、社員の働きがい向上に向けたPDCAサイクルの実行
株主・投資家	当社グループの事業戦略や財務業績に関し説明責任を遂行するとともに、当社グループの経営のさらなる高度化に資するご意見・ご要望を得べく、株主・投資家の方々との双方向の対話を充実させていきます。 また、定量的な財務情報とともに、ガバナンスや中長期的な経営戦略などの非財務情報について、法令に基づく開示に加え、透明性の高い自主的な情報発信を行っていきます。	- 経営トップによる機関投資家・アナリスト向け決算経営説明会（2回）や、個人投資家向けオンライン説明会（3回）*の実施 - 決算電話会議（4回）や、国内外の投資家に対する個別面談（国内：88件、海外：120件）*の実施 - 株主総会における株主との対話や、議決権行使に向けた働きかけ - WEBサイトやディスクロージャー資料による適切な情報開示 - IR活動を通じて得られた有用なご意見・ご要望について、経営会議や取締役会での共有を通じた当社グループの経営への反映 ※いずれも2021年度実績

“つながり”を通じた お客さまの幸せの実現

仲の良い友人との食事、仕事で得られた達成感、新しい家族の誕生 ―。

人生には、「コト」や「モノ」を通じて幸せを感じる瞬間があります。

その一方で、普段はあまり意識しないけれど、目に見えない形で私たちの幸せを支えているもの。

それが“つながり”です。

私たち第一生命グループは、お客さまの“一生涯のパートナー”として、お客さまの幸せの実現をお手伝いしています。

対面やデジタルの接点を通じてお客さまと日常的につながり、お困りごとや不安を解消するお手伝いをするほか、

外部のパートナーとも連携しお客さまのwell-being実現に取り組んでいます。

こちらでは、さまざまな“つながり”を通じて、お客さまの幸せをどのようにお支えしているのかをご紹介します。

生涯設計デザイナー

37,515名

デジタルタッチポイント数※

2,425万

価値協創
ストーリー

※2022年4月時点。デジタルタッチポイント数とは、当社が独自に算出した、お客さまとのデジタル上での情報提供・コミュニケーションの数を集計したものです

毎日を
支える

「万が一」だけでなく
「いつも」寄り添うパートナーになる

子育て中の30代共働き世帯のお悩み

朝はゴミ出しをした後、保育園に子どもを預けてから出社。夕方の保育園へのお迎えは妻がしてくれるけれど、今夜は自分が子どものお風呂と寝かしつけの当番だ。本当は子どもの将来の学費のことや、自分たち家族に万が一のことがあった時など、ライフプランについてもじっくり考えたいけれど、なかなか時間がとれない…。そういえば前に生命保険に加入した時、第一生命の人が、保険以外にも相談してくれれば、と言ってくれていたな。確か契約者向けの情報サイトの案内もきていた気がする。来週は出張も入っているし、直接会う時間も今月はとれそうにないけれど、情報サイトから連絡を取ってみようかな。

デジタルでも対面でも、お客さまを常にサポートします

お客さまが保険会社の存在を意識するタイミングは、これまで、就職や結婚といったライフイベントの時や、病気やケガなどの万が一の時に限られていたのではないのでしょうか。私たちが目指すのは、さらにその先、お客さまが必要とする商品・サービスに「いつでも」「どこでも」アクセスすることのできる、新しいつながり方です。私たちとお客さまとの出会いが、デジタル上でも対面形式でも、ひとたびつながりを持ったお客さまとは、情報サイト「ミラシル」を通じて、いつでもどこでもつながることができます。そして、お客さまが日々直面するさまざまなお困りごとや不安についても、さまざまな解決策をご提案し、“一生涯のパートナー”としてお客さまの毎日をお支えしていきます。

さまざまなお悩みも「ミラシル」で解決の糸口が見つかります

新しいつながり方の一つである情報サイト「ミラシル」では、保険商品はもちろん、暮らしや健康、お金などに関するさまざまな情報コンテンツを発信しています。例えば、お客さまが未病の段階から自然と健康的な生活習慣を身につけられる健康増進メニューや、お客さまのお住まいの地域で開催される各種セミナーや地域交流会などの情報もお届けしています。また、お客さまがご相談したい時には、チャットやオンライン面談などの機能を通じて、手軽に私たちとつながることができます。忙しい日々の隙間時間でのご相談や、ちょっとしたお悩み・不安の解決などから、保険についてももっと身近に感じていただけるはず。もちろん、こうした接点をきっかけに、時間をかけて検討したいというお客さまには、ミラシルを通じて対面でのご相談やコンサルティングを予約することもできます。

私たちの価値協創とは

.....

“人生100年時代”と言われるなかで、従来の死亡保障だけでなく、年金や医療・介護保障など、長生きしていくうえで必要なリビングニーズが高まっています。私たちは「保障」や「資産形成・承継」の領域において生活基盤の安定化や資産寿命の延伸など、経済的な側面からお客さまの人生をお支えするだけでなく、「健康・医療」や「つながり・絆」といった領域において健康寿命の延伸や地域・コミュニティでの人とのつながりの創出など、お客さまの幸せな人生に不可欠な心と体の健康を人々とともにつくっていくことで、豊かで安心感あふれる生活・社会づくりを目指しています。

一人ひとりに
寄り添う

人生は十人十色だから、 一人ひとりのありたい姿の実現に向けて 伴走する

遠方の両親のことも気になる一人暮らし30代のお悩み

友人が、子どもの誕生をきっかけに生命保険に入ったと言っていた。第一生命の人が親身に相談に乗ってくれたらしいけど、万が一の時の保険金の話は、自分にはどうもしっくりこない。それよりも、今もし病気になって働けなくなったら、生活を続けていけるのだろうか。その不安の方が大きい。離れて暮らす両親にはいつまでも元気でいてほしいけれど、いずれ介護が必要になったらという不安もある。テレワークが浸透したとはいえ、今の仕事を続けている限り、実家のそばに引っ越すのは現実的ではない。自分と親の健康、将来に向けた貯蓄や資産運用、何かあった時の保障など、親身になって話を聞いてくれる人はいないだろうか。

お客さまに合わせたスタイルで、つながっていきます

私たちは、お客さまの生活スタイルやご要望に合わせて、さまざまな形で最初の“つながり”の場をご用意しています。自分に合った保障について対面でじっくりご相談したいお客さまには、きめ細かな対応を強みとする第一生命の生涯設計デザイナーが、比較志向の高いお客さまには乗合代理店チャネルを通じてネオファースト生命が、また、非対面でデジタル完結を好むお客さまには、第一スマートのダイレクト販売チャネルが、お客さまとの最初の窓口となって、多様なニーズにお応えします。また、お勤め先などを通じて、私たちの団体保険や健康保険組合員向けのサービスのご案内もしています。なお、資産形成の一つとして貯蓄性保険商品をお考えのお客さまには、金融機関と連携しながら第一フロンティア生命が、ご要望に合った商品・サービスをご提案します。

コンサルティングで、一人ひとりのニーズに対応します

お客さまによって、家族の形やライフプラン、資産状況は異なります。私たちは、保障や資産形成・承継、健康・医療に関するご相談も、コンサルティングを通じてお客さまに寄り添うかたちでお応えしていきます。対面でお客さまと接する生涯設計デザイナーは、お客さま一人ひとりのニーズをきめ細かに汲み取る従来の強みはそのままに、人財育成プログラムや報酬体系の見直しなどによって、コンサルティング能力をさらに強化しています。また、健康増進や発病・重症化予防といった非医療サービスと、発病後の医療サービスとをシームレスに提供できるのも、全国のネットワークを通じて遠方のご両親にふさわしいサービスをご提案できるのも、私たちの大きな特徴です。さらに、国内最大級の機関投資家として蓄積してきた資産運用ノウハウをグループ内で結集することで、お客さまのさまざまな資産形成ニーズに対応したコンサルティングも提供します。お客さまの一生涯を通じて伴走し、必要に応じてお客さまの子ども・孫世代まで資産承継をサポートしながら、お客さまとのつながりの連鎖を、長く、太く紡いでいきます。

「ミラシル」がお客さまとの距離を近づける

私が生涯設計デザイナーの仕事始めたのは、高校時代に父を亡くした経験から保険の大切さを身を以て感じたからです。お客さまにも、私にとっての「保険の原点」をお伝えしたいと思う一方、対面ではなかなかお話しする機会がありませんでした。そんななか「ミラシル」を使うことで、オンラインでお客さまに情報をお届けできることを知りました。思い切って、父とのエピソードとともに自身の言葉で保険に対する想いを発信したところ、想像以上に多くのお客さまから温かい反応をいただくことができました。お客さまが私のページをお知り合いにシェアされ、それがきっかけでお付き合いが始まったケースもあります。「ミラシル」を通じて直接自分の言葉でお客さまに想いを届けることができ、心の距離が近づいたと感じています。

生涯設計デザイナー
山田 章記子

パートナーと
つなぐ

多様なパートナーとの連携で、 保険の枠を超えた価値を提供する

自分の健康を後回しにしていまいがちな働き盛りのお悩み

忙しさを言い訳に、ついつい不摂生になりがちな毎日。最近では、テレワークもあって毎日会社に通勤するわけではないから、以前に比べると運動量が随分と落ちた。スマホを見てみたら、2,000歩も歩かない日が週に3日もある…これはさすがにまずい。再来週には健康診断も控えている。去年より5キロは太ったし、運動不足を指摘されるんだろうな。でも運動するにしても、どうもモチベーションがあがらない。母からは、「健康が一番大事だよ」なんて言われるけれど、運動を続けられる自信もないし…。そういえば、ポイントがたまってゲーム感覚でおもしろいと同僚に紹介された健康増進アプリがあったな。まずはダウンロードしてみるか。

保険の枠を超え、お客さまの心と体の健康に貢献します

私たちは、事業を通じて得られるさまざまなデータの利活用や、新たなお客さまの体験価値につながるサービスなどを生み出すために、グローバルなイノベーション拠点やスタートアップとの協業、大学との産学連携などを進めています。また、デジタル領域に強みを持つディー・エヌ・エー (DeNA) との業務提携によって、女性の暮らしを豊かにするコミュニティサービス「ハレトケ」と、健康的なダイエットをサポートするアプリ「カラダモ」の提供を2021年秋から開始しています。他方では、全国47都道府県や267自治体と連携協定を結び、青少年育成・教育や高齢者支援、健康増進、女性活躍推進、地域活性化、スポーツ振興などの地域課題の解決に向けた取組みを通じて、お客さまのお住まいの地域コミュニティとの関わりも大切にしています。

「Healstep®」で健康保険組合の保健事業をサポートします

健康・医療領域の取組みについては、当社グループとみずほフィナンシャルグループがタッグを組み、2021年4月より健康保険組合向け医療費適正化支援サービス「Healstep® (ヘルステップ)」の提供を開始しました。AIを活用した将来医療費予測などの分析によるリスク・成果の可視化、分析を踏まえた対応方針の策定、保健指導サービス事業者とのマッチング、生活習慣改善などの行動変容を促す健康増進アプリ「QOLism」。これらをパッケージで提供することで、お客さまに新しい体験価値をお届けしています。

私たちの存在意義は一生涯のパートナー。

いまを生きるあなたの不安を和らげ、毎日をより豊かに生きることができる。
そんな“価値”をこれからもお届けします。



「QOLism」を導入いただいた
健康保険組合さまからの声

アナログだった保健事業を
変える新しい時代のアプリ
医療費適正化、
健康経営にも効果的

.....

「QOLism」は、スマホで写真を2枚撮るだけで腹囲など20カ所以上の身体採寸ができたり、目標体重に向けて自分に合ったパーソナルメニューの運動動画が配信されたり、食事の写真からカロリー計算や摂取栄養素が表示されたりと、これまでのアナログな保健事業とは一線を画した目新しいアプリです。リスクの高い層へのアプローチだけでなく、健康無関心層も含めた加入者の行動変容にもつながると期待して導入しました。また「QOLism」には、経済産業省の認定する健康経営優良法人の指標に準拠したプログラムが備わっていることも大きな魅力です。

大東建託健康保険組合 常務理事
横村 博之 様

社会・環境との調和による 持続的な社会の実現

持続可能な社会を未来につなぐことは、次世代に対する責任であり、すべての人々のWell-beingに貢献していくための大前提です。将来をサステナブルなものにしていくことを使命であると認識し、気候変動問題をはじめとした地域や社会の重要課題の解決に向けた取組みを加速していきます。

生命保険会社、 そして機関投資家として、 環境課題に向き合う

価値協創 ストーリー

投融資を通じてカーボンニュートラルを加速していく

生命保険事業は、現在と将来の懸け橋として将来世代を守る大切な仕事です。私たちは「一生涯のパートナー」として、今の世代と将来世代をコネクトするというミッションのもと、機関投資家としてのお預かりした保険料の運用を通じて、持続可能かつレジリエントな社会の実現に貢献していきます。

第一生命は日本全国のご契約者からお預かりした約38兆円の資金を長期にわたり幅広い資産で運用する機関投資家として、中長期・安定的な運用収益を確保しつつ、すべての人々のWell-beingの前提となる持続可能な社会の実現に向けて、地域や社会の重要課題の解決に資することを目的に、責任投資へ取り組んでいます。

2024年度
ESGテーマ型投融資目標
2兆円

気候変動問題
ソリューション投融資目標
9,500億円

責任投資と第一生命における最重要テーマ

第一生命の責任投資については責任投資原則(PRI)や「責任ある機関投資家」の諸原則(日本版スチュワードシップ・コード)に基づき、すべての資産の運用方針・運用プロセスにおけるESGインテグレーションを実施するとともに、生命保険事業の使命・特性に照らし、将来にわたる持続可能な社会の実現に向けて、ポジティブなインパクトの創出を目指して取り組みます。

現在、社会を取り巻くさまざまな課題のなかでも、特に気候変動問題への対応を責任投資の最重要テーマとして位置付けています。機関投資家としての資産運用を通じて気候変動問題の解決に貢献するべく、投融資を通じた温室効果ガス(GHG)排出量削減や脱炭素社会の実現に向けたトランジションに貢献するとともに、エンゲージメントを基軸としたスチュワードシップ活動により、投融資先企業の脱炭素化取組みを促進していきます。

●ポジティブ・インパクトの創出

第一生命では、社会課題の解決に資する投融資を通じて、社会へのポジティブ・インパクトの創出に取り組んでいます。投融資を実行するだけでなく、投融資の実施後に社会にどれだけのポジティブ・インパクトを与えられたかを計測し、把握することが重要と考えています。これまでに実施した再エネ発電事業・グリーンボンドなどへの投融資を通じた年間のGHG削減貢献量は80万トンとなっており、これは当社ポートフォリオ(上場株式・社債・不動産)のGHG排出量の約12%に相当します。

●運用ポートフォリオのGHG排出量削減

第一生命は、2021年2月に国内で初めて「ネットゼロ・アセットオーナー・アライアンス(NZAOA)」に加盟し、2050年までに運用ポートフォリオのネットゼロを目指すことを対外的にコミットしました。2050年までの運用ポートフォリオのネットゼロ達成に向けて、5年ごとの中間削減目標を策定し、進捗をモニタリングしています。具体的には上場株式・社債・不動産ポートフォリオにおけるGHG排出量を2025年までに25%削減(2020年比)する目標を設定し、達成に向けて取り組んでいます。

●気候変動問題の解決に資する投融資の推進

第一生命は、気候変動問題の解決に資する投融資の拡大を通じて、低炭素社会への移行・環境イノベーション創出の後押しを進めていきます。具体的には、グリーンボンド・再エネ発電事業に加えて、トランジション・ファイナンスやインパクト投資などを通じた低炭素社会移行に向けた資金供給拡大に取り組んでいます。気候変動問題の解決に資する投融資については、2021年度末までに累計5,100億円を実行してきましたが、2024年度末までに累計9,500億円まで拡大することを目標としています。

協創によるインパクトの拡大

投融資先へのエンゲージメントの実施

第一生命ではスチュワードシップコードおよびコーポレートガバナンス・コードの両コードを踏まえ、投融資先企業とのエンゲージメント活動に取り組んでいます。企業ごとに異なる経営課題に寄り添い、中長期的な企業価値向上を支援することを目的としています。気候変動問題の解決に向けては、投融資先企業のうちGHG排出量の上位50社を重点エンゲージメント先として選定しており、企業の気候変動取組みや、情報開示を促進しています。また、投融資先企業を含む社会全体への影響力の発揮に向け、国内外の協働エンゲージメント団体やイニシアティブなどへ積極的に参加しています。

役職員一人ひとりの取組み

当社グループは、待ったなしの気候変動問題に対し、一企業として、一機関投資家として、そして一人の人間として、まっすぐに向き合い、脱炭素社会、ひいては持続可能な社会の実現に貢献していきたいと考えています。

当社グループに所属する約6万名の役職員一人ひとりが意識を醸成し、日々の行動に移していくことで、お客さま・家族・友人をはじめとする身の回りの方々へ伝播し、それが脱炭素社会の実現につながっていくからです。この価値観に基づき、グループ全体やグループ各社では、役職員が一体となってさまざまな取組みが展開されています。

統合報告書 32

想定される機会・リスクとそれを踏まえた戦略

今後予想される社会・市場の動向

重要なキーフクト	お客さまや社会にもたらされるもの	第一生命グループが考える「機会」と「リスク」
2030年 デジタルネイティブの世界人口に占める割合 73.0%※1 2030年には、ミレニアルやZ世代といった「デジタルネイティブ」が世界人口の約73%を占めるなど、消費行動の中心的役割を担うとされています。	デジタルネイティブが社会の中核を担う頃には、リアルとバーチャルの垣根のないコミュニケーションが一般的になり、よりタイムリーで利便性の高い顧客接点を有するビジネスが業種を問わず支持されるでしょう。また、彼らの持つソーシャルグッドな価値観により、社会的な意義や倫理観といった側面からビジネスがよりシビアに評価されることになるでしょう。	機会 ■利便性の高いコミュニケーション手段実現による、顧客満足度向上の実現 ■多様な顧客接点からの新規顧客の確保 リスク ■新たなコミュニケーション嗜好への対応不足による顧客からの支持・満足度の低下 ■非保険領域を含む多様な顧客接点を得られないことによる市場プレゼンスの低下
～2031年 今後10年間のアジア生保市場の年平均成長率予測 8.9%※2 アジアの生保市場は、各国の経済成長やパンデミック後のリスク認識、持続可能性への関心の高まりなどにより、2031年までの10年では8.9%の高い成長率を維持するとみられています。	今後10年、アジア新興諸国を中心に保険市場の高成長が期待されています。各国の経済成長に伴い、人々は所得の増加やライフスタイルの変化による新たな保障・蓄財ニーズを求めていくでしょう。また技術革新により、国や地域によっては健康・医療や金融サービスといった保険の周辺ビジネスでも、急速な事業の拡大や進化が期待されます。	機会 ■アジアパシフィック地域などへの機動的で有望な投資の実行による今後の成長機会の確保 ■成長期待の高い、同地域での事業基盤の拡大・強化によるグループシナジーの強化 リスク ■資金面・体制面などの理由から適切な投資ができないことによる成長機会の逸失 ■地域・市場特有の事業リスクを見誤ることによる当該地域での事業縮小・撤退
2022年 日本のグローバルジェンダーギャップ指数の順位 116位※3 日本のジェンダー平等は世界のなかでも大きく後れを取っており、当社においても新たな価値観への対応やイノベーション創出に向け、ジェンダー格差の解消に限らず多様な人財・タレントの育成・確保をより一層進めていくことが必要です。	当社グループのグローバル化の進展に伴い、より多くの、そして多彩で専門性のあるタレントがグループに必要とされるようになっていきます。日本国内も例外ではなく、多様な顧客のニーズに応え続けるために、ジェンダーや国籍は当然のこと、採用経路や働き方の多様性が新たな雇用とwell-beingを創出できる力を生み出す魅力的な企業を目指します。	機会 ■新規領域を含むさまざまなノウハウ獲得・蓄積、人的多様性による有益なケミストリの発揮 ■グローバルなマネジメント力の向上などによる経営基盤の強化 リスク ■必要なタレント・スキルセットが不足することによる事業の拡大や深化の停滞・頓挫 ■グループガバナンス・グローバルマネジメント力の低下による競争力低下
2050年 温室効果ガスの排出目標 Net 0 2050年の温室効果ガス排出ゼロ目標への対応をはじめとしたサステナビリティへの取り組みは、全世界共通のコミットメントであり、企業の責任も年々高まっています。	気候変動対応や人権・多様性の尊重等、全世界のサステナビリティにつながる社会課題への対応は、今以上に不可欠かつ広範なものとなっているでしょう。消費・購買行動における経済合理性とエシカルな志向はトレードオフではなく、両立されるべきとの価値観が今よりも市民権を得ると予想され、これらを踏まえた新たなビジネスの勃興もあり得ます。またサステナビリティにかかる企業の責任はより大きくなり、コミットメントを果たしているか否かが企業価値を大きく左右するでしょう。	機会 ■ESG課題の解決等に資する投融資機会の増加による収益の確保・増大 ■サステナビリティ確保へのイニシアティブの発揮を通じたプレゼンスの確保、事業基盤の強化 リスク ■サステナビリティ対応が不十分な企業の価値低下による保有資産の毀損 ■地球温暖化回避の失敗やそれに伴う災害の増大などによる保険金・給付金支払額の増加

※1 国連予測 ※2 Allianz Global Insurance Report 2021 ※3 WEF, Global Gender Gap Report 2022

私たちは、今後の社会や市場の動向を踏まえ、将来にわたり人々や社会とwell-beingを協創し続けるための「機会」をつかみ、同時に起こり得る「リスク」を的確に捉え、これらをヘッジしていくことが事業の持続可能性を高めるうえで重要であると考えます。そのため、求められる経営資本やノウハウの確保、適切な成長投資を可能にする財務基盤の実現、そして社会的責任の完遂といった必須事項をグループの戦略に落とし込み、果断な挑戦によってこれらをプロアクティブに実行していきます。

CXデザイン戦略・デジタル活用への取組み強化

P.37

4つの体験価値に関する重要課題 ▶ P.31

P.51

成長・投資機会への適切な対応に備える財務戦略

当社グループの戦略

国内・グローバル双方の事業展開を見据えた人財戦略

P.71

社会・環境の持続性確保に関する重要課題 ▶ P.32

P.59

サステナビリティの確保に向けたアクションプランの実行