

事業一覧

太陽生命保険株式会社

ご家庭のニーズにお応えします

太陽生命は、女性・中高年齢層を中心とする家庭市場にフォーカスし、死亡・医療・介護保障を中心とした総合生活保障商品の販売を行っています。職域市場を中心としている他の保険会社と異なり、お客さまと同世代の女性営業職員が直接ご家庭を訪問し、最適な保障の提案を行っています。これまで培ってきた豊富な顧客基盤を活かして、家庭の主婦層を入り口にその世帯の世帯主やお子さまへとマーケットを広げ、世帯全員に保障を提供してまいります。



大同生命保険株式会社

中小企業のニーズにお応えします

大同生命は、中小企業市場にフォーカスし、法人会・納税協会、TKC全国会および税理士会・税理士協同組合などの中小企業関連団体や税理士団体との提携関係に基づき、各団体の特性に応じた商品・サービスを提供しています。この独自のビジネスモデルを時代に応じて進化させてきたことにより、現在では中小企業市場におけるリーディング・カンパニーの地位を確立しています。

今後は、主力である定期保険に加え、就業不能保障の充実による「トータルな保障」の推進を一層強化してまいります。また、経営者ご自身への「個人保障のご提案」も本格展開するなど、「中小企業市場のさらなる深耕」と「新たなマーケットの創出・拡大」に取り組んでまいります。



T&Dフィナンシャル生命株式会社

金融機関等乗合代理店を通じて、幅広いニーズにお応えします

T&Dフィナンシャル生命は、銀行や証券会社、来店型保険ショップなど、乗合型代理店を通じて保険商品の提供を行っています。2015年3月末における提携代理店数は130代理店に達し、大手銀行を中心に確固たる基盤を確立しています。

今後は、代理店との提携強化によるチャネルの拡充と、顧客ニーズを取り込んだ商品ラインアップのさらなる充実により、老後の生活資金や遺族保障など、幅広いニーズにお応えできる商品を提供してまいります。



T&Dフィナンシャル生命

市場	金融機関等代理店市場
チャネル	乗合代理店 (金融機関、来店型ショップ)
商品	一時払商品、平準払商品

T&Dアセットマネジメント株式会社

個人投資家および機関投資家などの幅広い資産運用ニーズにお応えします

T&Dアセットマネジメントは、T&D保険グループの中核会社として、投資信託事業と投資顧問事業をビジネスの二本柱とするアセットマネジメント事業を行っています。

T&Dアセットマネジメント株式会社

投資信託事業

販売会社(証券会社等)を通じ、主に個人投資家に優良かつ多様な運用商品を提供

投資顧問事業

内外の年金・機関投資家に適切な運用ソリューションを提供

ペット&ファミリー少額短期保険株式会社

ペットの医療費に対する飼い主のニーズにお応えします

ペット&ファミリー少額短期保険は、今後も拡大が見込まれるペット保険市場において、ペットショップチャネルを中心に、ペットの医療費に対する補償を提供しています。

ペット&ファミリー 少額短期保険株式会社

市場	ペット市場
チャネル	代理店(ペットショップ等)
商品	ペットの医療費用補償保険

 太陽生命保険株式会社



田中 勝英
代表取締役社長

家庭市場における生命保険販売を
コアビジネスとして、最優の生活保障を
質の高い営業力によってご家庭にお届けし、
さらなるお客さま層の拡大と
EVおよび保有契約高の増大を目指します。

経営目標

2016年3月期
▶保有契約高 22兆2,200億円
▶新契約高 2兆3,700億円

基本戦略

- ▶女性・中高年齢層を中心とする豊富な顧客基盤を活用した、独自のマーケティング活動の推進
- ▶家庭市場での営業職員チャンネルによる、死亡・医療・介護保障を中心とした総合生活保障の提案
- ▶陣容の拡大・新契約業績の拡大

ビジネスモデル

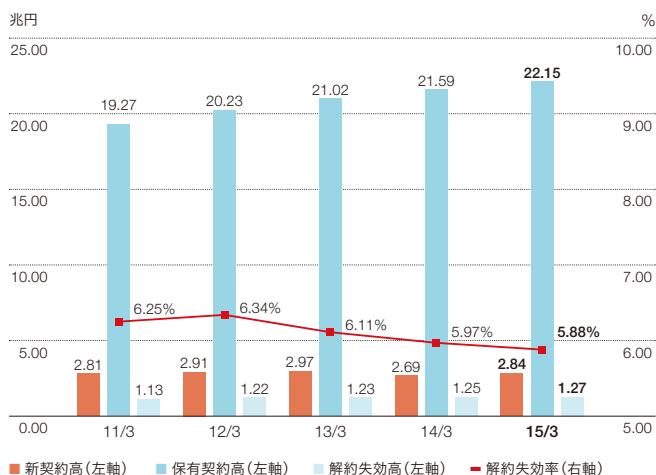
市場	家庭市場
チャンネル	営業職員
商品	死亡・医療・介護保障を中心とした総合生活保障

業績と事業概況

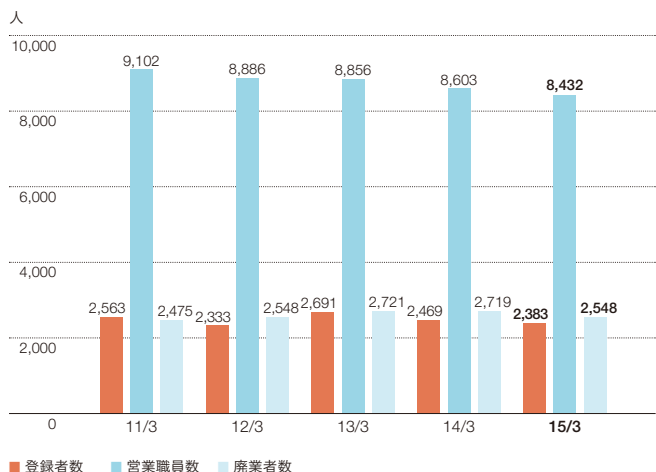
太陽生命の2015年3月期保険業績(個人保険・個人年金保険合計)は、新契約高2兆8,407億円(前期比5.3%増加)となりました。解約失効率は5.88%と前期比0.09ポイント改善、保有契約高は22兆1,545億円となり、決算期末として過去最高を継続しています。2015年3月末のMCEVは、8,686億円(前期末比1,635億円増加)となりました。

太陽生命では、2014年4月から2016年3月までの2年間を計画期間とした「中期経営計画」を策定し、「最優の生活保障をご家庭にお届けする生命保険会社を目指す

▶新契約高、保有契約高、解約失効高、解約失効率



▶営業職員数



す」というビジョンのもと、商品・マーケット・チャネルが一体となった当社独自のビジネスモデルを強化しています。

2015年3月期は、このビジョンの実現に向け、「シニアのお客さまに最もやさしい生命保険会社になることは、すべてのご家庭、すべてのお客さまに最もやさしい生命保険会社になるということである」という考えのもと、シニアのお客さまに業界最高水準の商品・サービスをお届けするため、全社プロジェクトとしてベストシニアサービスプロジェクトを立ち上げました。ご契約締結からアフターフォロー、お支払いに至るまで、長期間にわたりお客さまに信頼され、安心いただけるよう各種サービス活動を実施しています。

商品面では、介護保障ニーズの高まりに対応すべく、2014年4月より、主力商品である「保険組曲Best」の介護保障のラインアップを充実させました。具体的には、

▶ 太陽生命の主力商品「保険組曲Best」の概要

- お客さまのニーズに合わせた自由な設計
- 加入後のニーズ変化に応じた自由な見直し
- 最新の保障を導入（介護保障、手術保障、入院一時金保障）
- 従来の商品に比べ低廉な価格での提供

すべての保障を主契約化。
「保険組立特約」により、ニーズに応じて自由に選択可能

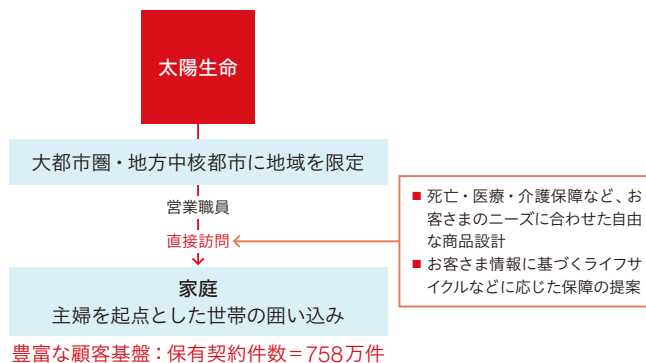
<p>死亡保障</p> <p>一生涯の死亡保障</p> <p>一定期間の死亡保障の充実</p>	<p>医療保障</p> <p>入院保障</p> <p>手術保障</p>
<p>三大疾病・介護保障</p> <p>三大疾病保障</p> <p>介護保障</p>	<p>資金準備</p> <p>生存給付金・積立保険</p> <p>個人年金保険</p>

公的介護保障制度の要介護1以上から保障を提供する新商品「軽度介護保険」を新たに発売するとともに、これまで要介護3以上を保障していた商品について、要介護2以上に保障範囲を拡大しました。また、ベストシニアサービスプロジェクトの取組みの一環として、医療保障系商品の加入年齢を75歳から85歳へ拡大しました。

基本戦略

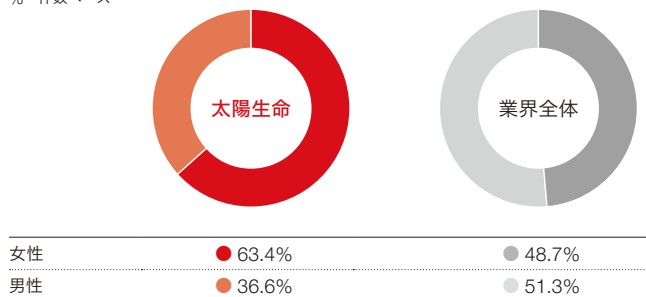
太陽生命は1893年に創立された120年以上の歴史を持つ生命保険会社です。1950年代から、「家庭の主婦」をターゲットに「貯蓄性が高く期間の短い養老保険」を、「営業職員が、直接、家庭を訪問して「多件数販売」という独自の営業戦略をとることで、今日の女性・中高年齢層を中心とした豊富な顧客基盤を築いてきました。1990年代半ば以降からは、低金利の長期化、規制緩和、顧客ニーズの変化などといった経営環境の変化

▶ 太陽生命の営業戦略



▶ 男女別新契約加入状況

% 件数ベース



出所：生命保険協会「生命保険事業概況・年次統計（2014年度）」より当社作成

に機敏に対応するため、販売商品を貯蓄性商品から死亡保障と医療・介護保障などの保障性商品にシフトさせています。

主力商品である「保険組曲Best」は、従来の保険とは異なり、「保険組立特約」で単体の保険(主契約)を組み合わせることにより、保障のプランニングや見直しの自在性を高め、シンプルでわかりやすい商品内容と低廉な保険料を実現しました。この商品を通じて、多くのお客さまのライフサイクルに応じたきめ細かなサポート、一生涯にわたる高品質な商品・サービスの提供を実現しています。

営業戦略

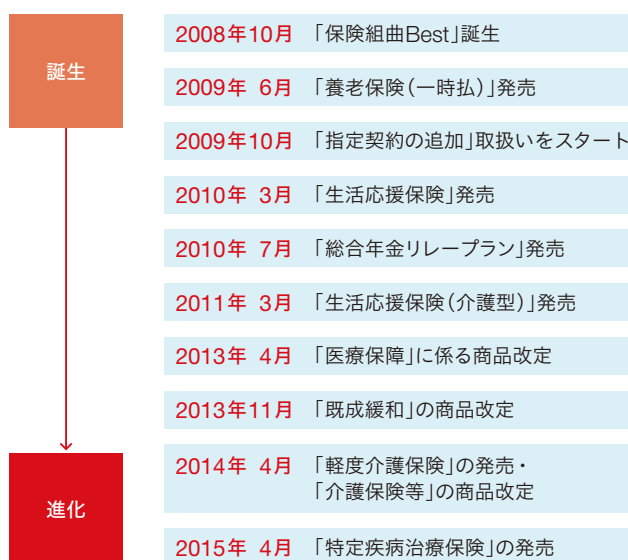
太陽生命は、他の日本の大手生命保険会社とは一線を画した営業戦略を採っています。大手生命保険会社

は全国津々浦々まで営業網を張りめぐらせていますが、太陽生命は、効率よく家庭訪問を実施するため、人口密度の高い大都市圏・地方中核都市に密着した営業展開を行い、家庭マーケットの深耕を図っています。また、他の大手生保の多くは、職域マーケットを営業活動の中核としてきましたが、太陽生命では、直接ご家庭を訪問することにより、お客さまと営業職員がじっくりと話すことができる環境の中で、十分な時間をかけてコンサルティング・セールスを行っています。

世帯全体の保障を担う会社へ

太陽生命では、家庭マーケットにおける顧客基盤を活かし、家庭の主婦を入りに世帯主やお子さまなどへとマーケットを広げ、世帯全員へ保障を提供する取り組みを行っています。一般に世帯主の保険は、営業職員が世

▶「保険組曲Best」の進化



▶ベストシニアサービス宣言

シニアのお客様に「あんしん」をお届けします。
シニアのお客様に「まごころ」込めて接します。
シニアのお客様に「よろこばれる」商品をお届けします。
シニアのお客様に「分かりやすく」お伝えします。
シニアのお客様に「おやくにたてる」新サービスをお届けします。
私たちはシニアのお客様に最もやさしい生命保険会社になることを目指します。

帯主の勤務先へ訪問し世帯主の目線で選ばれますが、太陽生命では、家庭の主婦の目線に立ち、世帯主に万一のことがあった場合に備えて、残された家族に必要な保障を選ぶことで、納得いただける保障をご提案させていただきます。世帯の保障診断から不足している保障を明確にし、お客さまごとに最適な保険を設計し提案するというコンサルティング・セールスを通じて、世帯全体へ保障を提供していきます。

今後の成長に向けて

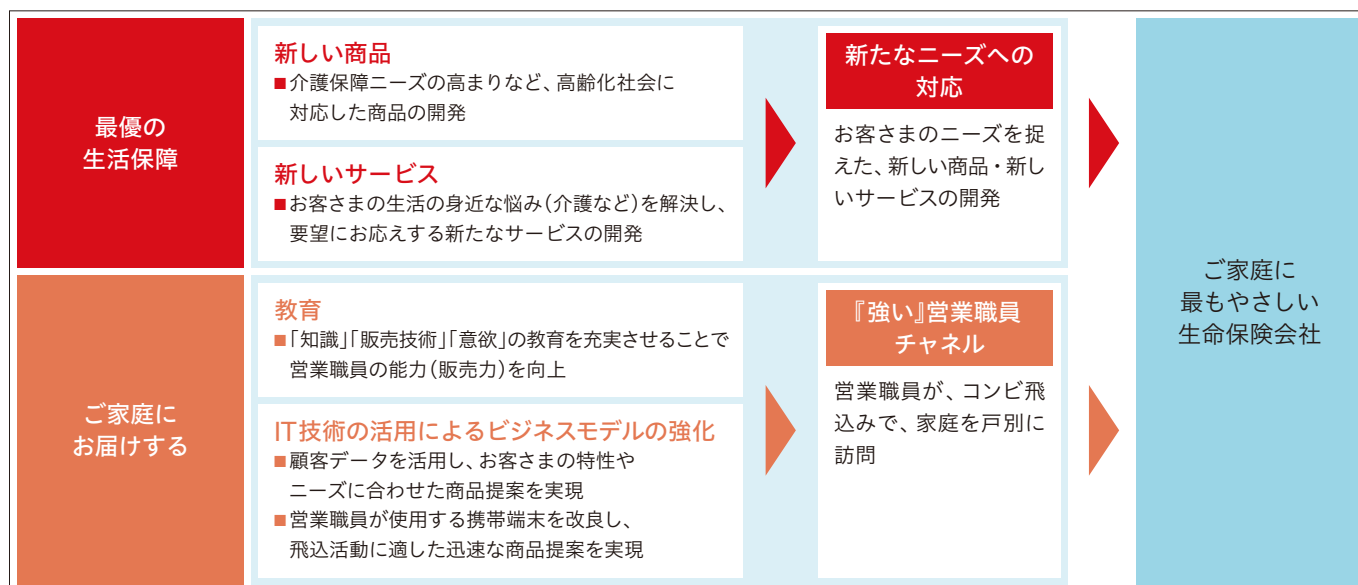
今後も、最優の生活保障をご家庭にお届けする生命保険会社であり続けられるよう、商品・マーケット・チャネルが一体となった当社独自のビジネスモデルを強化します。

商品面では、2015年4月より、「上皮内ガン」「皮膚ガ

ン」などを新たに保障の対象とするなど、三大疾病の保障範囲を拡大した新商品「特定疾病治療保険」を発売しました。今後も「保険組曲Best」をさらに進化させ、最優の生活保障をご家庭にお届けしてまいります。

また、お客さまサービス面では、最新のIT技術を活用して「業界最高水準の業務効率・業務品質」「強い営業力」「高いお客さま満足」の同時実現に向けた業務改革プロジェクト「EVOLUTION '15」を推進します。具体的には「ワークスタイルの変革」「支社業務の改革」「査定の自動化」を主要施策として取り組みます。「EVOLUTION '15」は、太陽生命が永続的に競争優位性を確保し、成長を続け、お客さま満足を高めていくための改革です。そのために何が必要かを聖域なく考え、大胆に挑戦し、実行してまいります。

▶「中期経営計画」全体戦略 ～最優の生活保障をご家庭にお届けする生命保険会社を目指す～



DAIDO 大同生命保険株式会社



工藤 稔
代表取締役社長

中小企業のお客さまに
「最高の安心」と「最大の満足」を
お届けします。

経営目標

2016年3月期
▶保有契約高 **38兆8,900億円**
▶新契約高 **4兆1,000億円**

(注) 個人保険・個人年金保険の契約高(死亡・生存保障金額)に「Jタイプ(無配当重大疾病保障保険)」の重大疾病保障金額および「Tタイプ(無配当就業障がい保障保険)」の就業障がい保障金額を加算した金額

基本戦略

▶「中小企業市場のさらなる深耕」と「新たなマーケットの創出・拡大」によるコアビジネス(提携団体の制度商品販売)のさらなる強化

ビジネスモデル

市場	中小企業市場
チャネル	営業職員、代理店(税理士等)
商品	定期保険、就業不能保障等

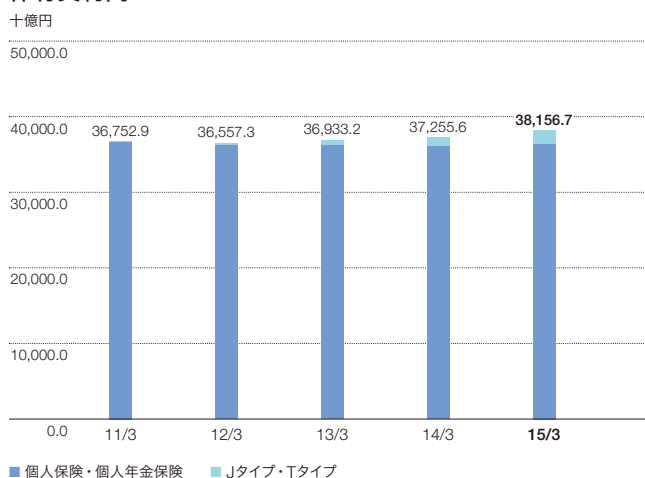
業績と事業概況

大同生命は、中小企業市場を中心とした営業活動を行っており、2015年3月期の新契約高に占める企業市場契約^(注1)の割合は約93%となっています。

大同生命の2015年3月期の保険契約業績は、新契約高が4兆638億円^(注2)となり、定期保険や2014年9月に発売した「Tタイプ(無配当就業障がい保障保険)」などの好調により、前期から9.9%増加しました。また、解約失効高が2兆3,783億円^(注2)と前期から6.3%減少したことなどにより、保有契約高は38兆1,567億円^(注2)と前期末から2.4%増加し、3年連続の純増となりました。

2015年3月末のMCEVは、前期末から1,608億円増加し、1兆3,067億円となりました。これは主に、新契

▶保有契約高



約の獲得、死亡率や解約失効率の改善に加え、純利益の積み上げおよび有価証券の含み益の増加などにより、修正純資産が増加したことによります。

(注1) 個人保険・個人年金保険の団体・集団扱契約と団体保険の合計

(注2) 個人保険・個人年金保険の契約高(死亡・生存保障金額)に「Jタイプ(無配当重大疾病保障保険)」の重大疾病保障金額および「Tタイプ(無配当就業障がい保障保険)」の就業障がい保障金額を加算した金額

基本戦略

大同生命は、1902年の創業以来、「加入者本位・堅実経営」を企業理念に掲げ、お客さまから高い信頼を得るための努力を続けてまいりました。1970年代からは中小企業市場における「提携団体の制度商品販売」をコアビジネスと位置づけ、他社が容易に模倣できないビジネスモデルを築きあげ、時代に応じて進化させてきまし

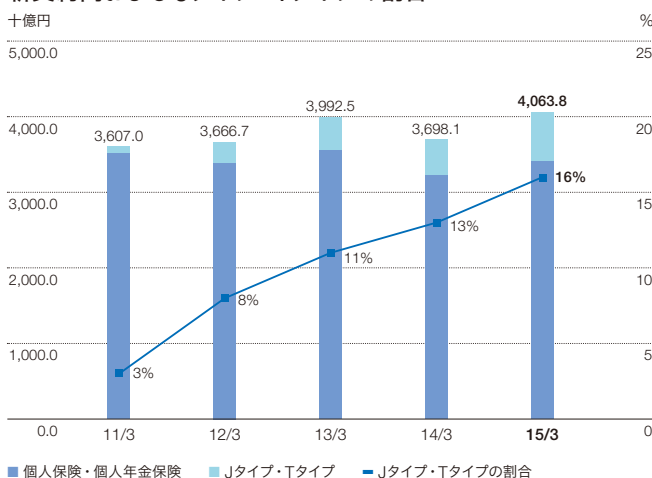
た。その結果、現在では中小企業市場におけるリーディング・カンパニーとしての地位を確立しています。

マーケティング

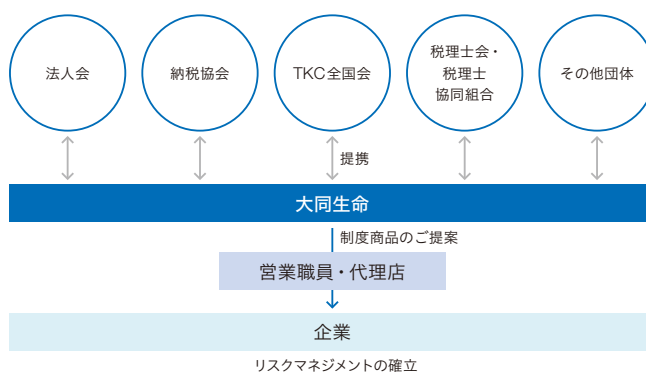
大同生命は、中小企業市場に特化した独自のマーケティング戦略をとっています。

具体的には、中小企業関連団体や税理士団体などと提携関係を結び、それぞれの団体の特性に応じて設計した商品・サービス(以下、「制度商品」という。)を提供しています。これらの制度商品は、各種団体の会員企業や、会員税理士・公認会計士の顧問先企業をお守りするための保障制度、あるいは経営者・従業員のための福利厚生制度として活用されています。

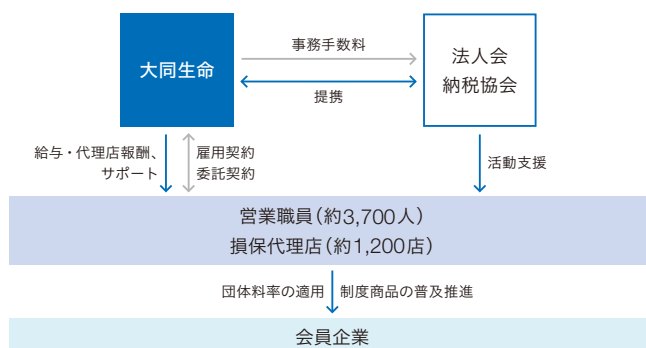
▶ 新契約高およびJタイプ・Tタイプの割合



▶ 各種団体との提携



▶ 法人会・納税協会との提携スキーム



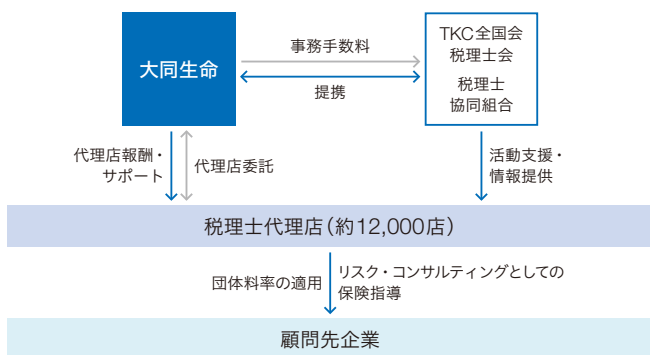
各種団体との提携

大同生命は、1971年から公益財団法人全国法人会総連合および公益財団法人納税協会連合会の「経営者大型総合保障制度」を受託し、大同生命の営業職員および募集代理店が会員企業・事業主に対して制度商品を推進しています。

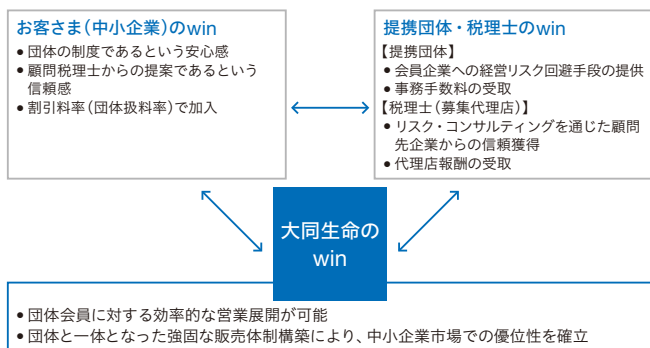
また、1976年からTKC全国会^(注3)の「TKC企業防衛制度」を、1970年代から各地域の税理士会・税理士協同組合の「総合事業保障プラン」をそれぞれ受託し、会員・組合員である税理士が、顧問先の企業・事業主に対するリスク・コンサルティングの一環として、制度商品を推進しています。

このような「提携団体の制度商品販売」というビジネスモデルは、下図に示すとおり、中小企業のお客さま、提携団体、税理士・公認会計士、そして大同生命がそれ

▶ TKC全国会および税理士会・税理士協同組合との提携スキーム



▶ 制度商品販売によるwin-winの関係



ぞれwin-winの関係を構築しています。

(注3) 独自のコンピュータ会計システムを採用する、税理士などの職業会計人(会計事務所)を会員とする団体です。

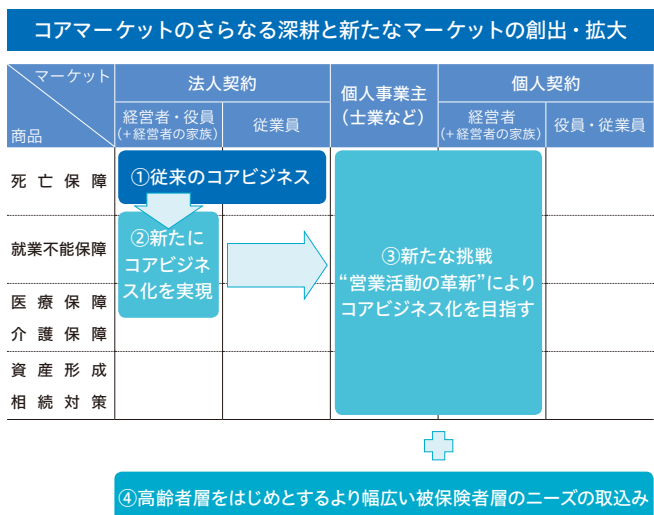
さらなる成長に向けて

大同生命は、「中小企業市場のさらなる深耕」と「新たなマーケットの創出・拡大」によりコアビジネスを一層強化するとともに、質の高いコンサルティングサービスを実践できる販売チャネルの拡充や、営業活動・事務の革新によるお客さまサービスの充実を図ることで、“安定的・持続的な企業価値の向上”を実現していきます。

商品・サービス戦略

大同生命は長年にわたり、中小企業のリスク対策として経営者の死亡リスクをカバーする「定期保険」を主力商品に、保障を提供してきました。

▶ 営業戦略全体イメージ

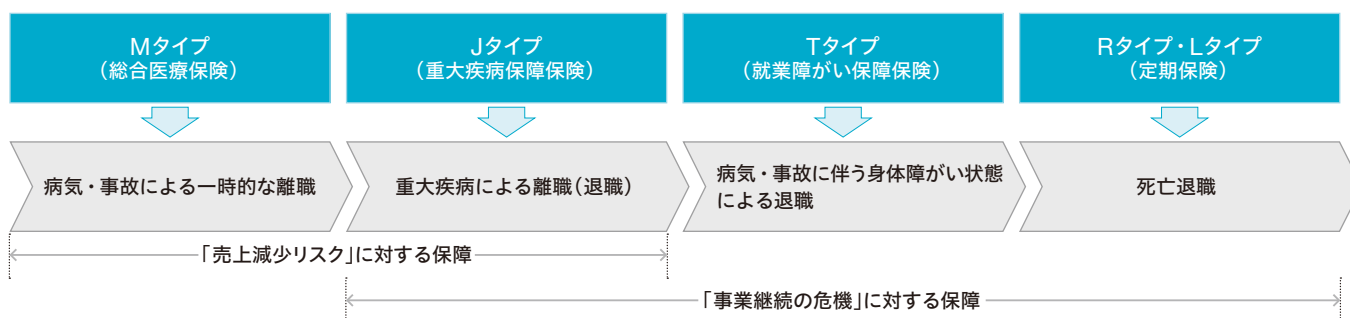


一方、近年では、高齢化の進行や医療技術の進歩、経営者の現役期間長期化を背景に、経営者が重大疾病(がん・急性心筋梗塞・脳卒中)に罹患した場合や在任中に傷病によってリタイアを余儀なくされる場合などの就業不能リスクが高まっています。そこで大同生命では、主力の定期保険に加え、就業不能保障の充実による「トータルな保障」の推進に取り組んでいます。具体的には、重大疾病による長期離職に備える「Jタイプ(無配当重大疾病保障保険)」、入院による一時離職に備える「Mタイプ(無配当総合医療保険)」に加え、2014年9月には身体障がい状態となった場合のリタイアリスクに備える「Tタイプ(無配当就業障がい保障保険)」を発売しました。なお、Jタイプ・Tタイプ合算の新契約高(2015年3月期)は6,570億円、新契約高全体の16.2%を占め、定期保険に並ぶ主力商品となっています。

また、就業不能保障分野に続く「新たなマーケットの創出・拡大」として、経営者ご自身への「個人保障のご提案」を本格展開し、市場の創出・コアビジネス化に取り組んでいます。2015年10月には、同市場向けの戦略商品として、就業不能時の逸失収入を保障する「収入リリーフ(無配当介護収入保障保険)」、介護費用を保障する「介護リリーフ(無配当終身介護保障保険)」を発売しました。また、介護サービス事業者との提携により、介護に関するご相談受付など介護を総合的にサポートする新サービス「介護コンシェル」を導入し、商品とサービスを一体的に推進してまいります。

このように、大同生命では、より多くの中小企業経営者・個人事業主をさまざまなリスクからお守りすることで、“安定的・持続的な企業価値の向上”を一層確かなものとしてまいります。

▶「トータルな保障」の推進



▶新商品・サービスの投入

商品	マーケット	法人	経営者個人・個人事業主
死亡保障	法人	Rタイプ・Lタイプ など	収入リリーフ (介護収入保障保険)
		Jタイプ・ Tタイプ[2014年9月投入] など	介護リリーフ (終身介護保障保険)
			<div style="border: 1px dashed blue; padding: 5px; display: inline-block;"> 介護コンシェル (介護支援サービス) </div>
[2015年10月投入]			



T&Dフィナンシャル生命保険株式会社



島田 一義
代表取締役社長

T&Dフィナンシャル生命は、
金融機関等代理店チャネルを通じた
生命保険販売の分野において、
「商品」「チャネル」「収益源」の複線化を一層進め、
安定した利益獲得による
企業価値の向上を実現します。

経営目標

2016年3月期
▶保有契約高 1兆9,000億円
▶新契約高 3,300億円

基本戦略

- ▶ T&D保険グループの金融機関等代理店チャネルを一元的に担う戦略会社
- ▶ 金融機関等代理店チャネルを通じた生命保険販売における確固たるブランドの確立を目指し、商品開発力・販売サポート力の強化に経営資源を集中

ビジネスモデル

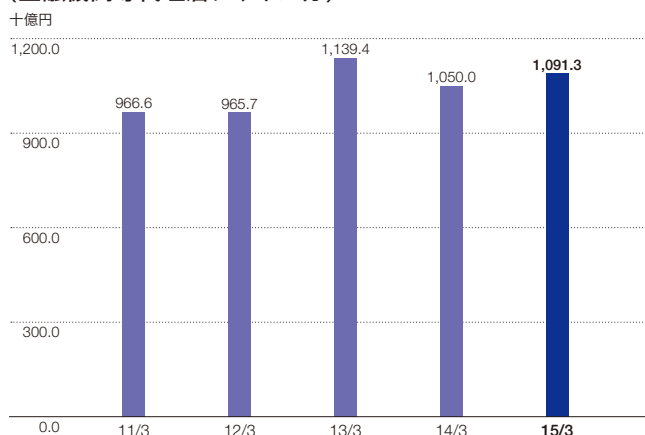
市場	金融機関等代理店市場
チャネル	乗合代理店 (金融機関、来店型ショップ)
商品	一時払商品、平準払商品

業績と事業概況

T&Dフィナンシャル生命は、銀行や証券会社、来店型保険ショップなど、複数の保険会社の商品を取り扱う乗合代理店を通じた保険商品の提供に特化した生命保険会社です。2015年3月期における新契約高は前期から31.7%増加し、3,226億円となりました。うち、一時払商品の新契約高は2,900億円、平準払商品の新契約高は326億円となりました。金融機関等代理店商品の保有契約高は、新契約高の増加が、変額個人年金の満期による年金一括支払や相場回復に伴う解約による減少を上回り、前期末から3.9%増加し、1兆913億円となりました。

2015年3月末のMCEVは、前期末から35億円増加し、958億円となりました。一方、新契約価値は、主に金利の低下により、前期末から7億円減少し23億円となりました。

▶ T&Dフィナンシャル生命の保有契約高
(金融機関等代理店チャネル分)



基本戦略

T&Dフィナンシャル生命は、T&D保険グループの金融機関等代理店チャンネル*を担う戦略会社です。

金融機関等代理店チャンネルでの保険販売は今後も成長が期待される分野であり、金融機関等代理店チャンネルを拡大し、競争力のある商品を提供することで、持続的な成長を達成することを目指しています。

現在、2014年4月から2016年3月までの2年間を計画期間とした「中期経営計画」のもと、安定した利益獲得が可能なビジネスモデルの強化のため、給付内容などを差別化した一時払貯蓄性商品やお客さまセグメントに基づく平準払保障性商品の開発・投入を通じて「商品の複線化」を図るとともに、金融機関等代理店の拡大と来店型ショッパ代理店の開拓により、「販売チャンネルの複線化」を推進しています。

*「金融機関等代理店チャンネル」は、銀行や証券会社などからなる「金融機関等窓販チャンネル」および「来店型保険ショッパチャンネル」を総称しています。

競争力のある差別化した商品の提供

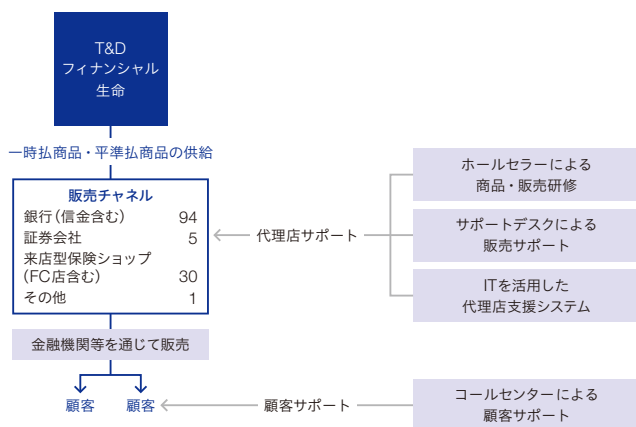
T&Dフィナンシャル生命は、その商品開発力を活かし、給付内容などを差別化した商品を市場に供給してきました。

2010年4月に、「積立金額を取り崩さずに毎年の追加額を確保する」ことをコンセプトにした業界初のキャッシュ・フロー型の一時払終身保険「生涯プレミアム」を開発・投入したのを皮切りに、市場ニーズに応じた給付内容の見直しを適宜行い、生涯プレミアムシリーズとして一時払終身保険を開発・投入してきました。

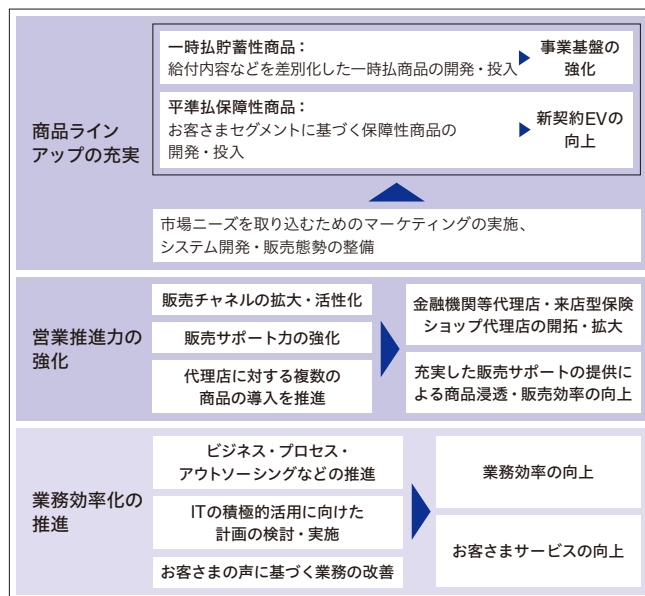
【生涯プレミアムシリーズの変遷】

2010年4月	「生涯プレミアム」販売開始
2011年6月	「生涯プレミアム・ワールド」販売開始
2011年8月	「生涯プレミアム・ジャパン」販売開始
2013年7月	「生涯プレミアムワールド2」販売開始
2013年8月	「生涯プレミアムジャパン2」販売開始
2014年9月	「生涯プレミアムジャパン3」 「生涯プレミアムワールド3」販売開始
2015年4月	「定期支払特約」取扱い開始

▶ T&Dフィナンシャル生命のビジネスモデル



▶ 安定した利益獲得が可能なビジネスモデルを実現するための戦略



ビジネス概要

販売当初は、国内大手生命保険会社が提供するMVA（市場価格調整条項）が付加されていない予定利率型の一時払商品が金融機関等代理店市場を席巻していましたが、予定利率引下げなどのスペック変更や販売制限の設定など、競争環境の一部に変化がみられる中、徐々に代理店開拓および商品浸透が進み、販売高は伸びました。

現在、キャッシュ・フロー型の一時払終身保険の市場シェアは拡大しており、当社が市場において新たなカテゴリーを創設する先鞭をつけることとなったと自負しています。

また、2015年4月に、生涯プレミアムシリーズにおける追加額に相当する金額を定期的にお受取りになれる「定期支払特約」を開発し、同商品の利便性をさらに向上させました。

平準払商品においては、2014年6月に「家計にやさしい収入保障」の特長である三大疾病収入保障特則に確定年金を追加したほか、健康体割引特約を付加した際の最低年金月額を従来の15万円から10万円に引き下げるなど、取扱範囲を拡大しました。さらに2015年

8月には、死亡保障に特化し、老後の生活資金・お子さまの教育資金など、中長期にわたるお客さまの幅広い資産形成ニーズにもお応えすることが可能なお取扱いを備えた「家族をつなぐ終身保険」を開発・投入しました。

今後も他社とは一味違った商品を開発・投入することで、金融機関等代理店市場における存在感を発揮していきたいと考えています。

「商品」および「チャネル」の複線化

T&Dフィナンシャル生命は、前述の「生涯プレミアムシリーズ」「家計にやさしい収入保障」「家族をつなぐ終身保険」および、2012年12月に開発・投入した「みんなにやさしい終身保険」により、一時払商品および平準払商品のラインアップを充実させ、商品の複線化に取り組んできました。

チャネル面では、2012年9月以降、これまで培ってきた乗合代理店対応のノウハウを活かし、従来の金融機関等代理店に加え、来店型保険ショップ代理店を開拓することで「チャネル」の複線化を図っています。金融機関等

▶ 一時払商品のラインアップ

生涯プレミアムシリーズ	
<p>生涯プレミアムジャパン3 [無配当終身保険 (積立利率選択・I型)]</p>	<p>主な特長：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生涯プレミアムシリーズは「積立金額を取り崩さずに毎年の追加額を確保する」という商品コンセプトのもと、毎年、被保険者の生涯にわたって所定の追加額が「累積追加額（確定保険金額）」に加算されるキャッシュ・フロー型の一時払終身保険のシリーズ ・「生涯プレミアムジャパン3」は、毎年加算される追加額が国内金利の活用により毎年安定的に加算されるため、円建資産への投資に興味のあるお客さま向けの商品 ・「生涯プレミアムワールド3」は、連動通貨（「豪ドル」または「米ドル」）の指標金利を用いているため、国内の金利と比較して高金利である海外の金利や為替に興味のあるお客さま向けの商品
<p>生涯プレミアムワールド3 [無配当保険金額変動型終身保険 (外国為替連動・通貨選択III型)]</p>	
<p>みんなにやさしい終身保険 [無配当終身保険 (死亡保険金額増加・I型)]</p>	<p>主な特長：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・幅広い年齢のお客さまが安心して死亡保障を確保できる、シンプルで分かりやすい予定利率型の一時払終身保険

▶ 平準払商品のラインアップ

<p>家計にやさしい収入保障 [無配当収入保障保険 (無解約払戻金・I型)]</p>	<p>主な特長：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保険期間中に被保険者がお亡くなりになられた場合や所定の高度障害状態に該当された場合に、一定期間の収入保障として遺族年金（高度障害年金）を毎月お支払いする保険であり、一般的な定期保険と比較して低廉な保険料を実現 ・また、三大疾病保険料払込免除特則・三大疾病収入保障特則を適用させることにより、被保険者が三大疾病（所定のがん・急性心筋梗塞・脳卒中）に罹患し所定の状態に該当された場合の収入減に備えることが可能
<p>家族をつなぐ終身保険 [無配当特別終身保険（I型）]</p>	<p>主な特長：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・死亡保障に特化し、中長期にわたるお客さまの幅広い資産形成ニーズにもお応えすることが可能なお取扱いを備えた平準払終身保険 ・2つのプランから選べ、「基本プラン」は契約当初より払込保険料を上回る死亡保険金が確保でき、「簡単プラン」は契約後一定期間の死亡保険金額を既払保険料相当額に抑制し簡単な告知で加入可能

代理店および来店型保険ショップの開拓に努めてきた結果、2015年3月末の金融機関等の提携代理店数は合計130(金融機関等代理店100、来店型保険ショップ30)と前年度の119(金融機関等代理店97、来店型保険ショップ22)から増加し、複線化も着実に進展しています。

今後の成長に向けて

現行の2カ年の中期経営計画の最終年度である2015年度は、引き続き商品ラインアップの充実や営業推進体制の強化による代理店網の拡大および商品浸透によって、「商品」「チャネル」「収益源」の複線化を一層進め、安定した利益獲得が可能なビジネスモデルの強化に取り組んでいきます。

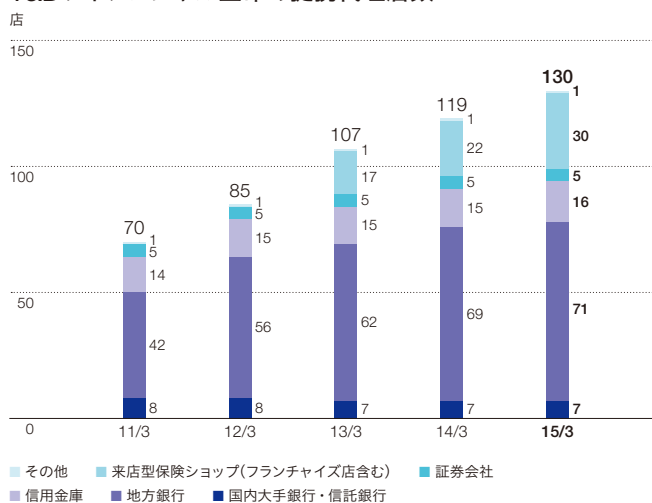
商品戦略としては、今後も引き続きお客さまや代理店の声を中心に市場ニーズを取り込むためのマーケティングを実施した上で、販売チャネルの特性に応じて、給付内容などを差別化した一時払貯蓄性商品やお客さまセグメントに基づく平準払保障性商品を継続的に開発・投入することで商品ラインアップを充実し、新契約高の向上を図っていきます。

営業戦略としては、金融機関等代理店および来店型保険ショップ等の代理店数の拡大および販売サポートの充実による商品浸透を推進していきます。また代理店に対して複数商品の導入を推進することで販売効率の向上を図っていきます。

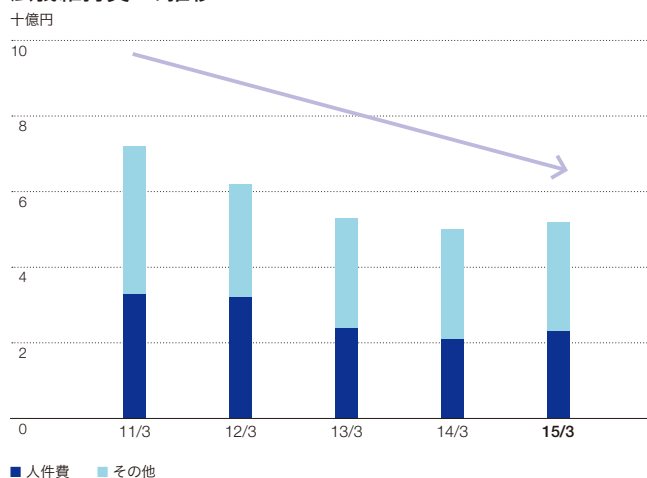
さらなる競争力の向上へ

T&Dフィナンシャル生命では、競争の厳しい乗合代理店ビジネスで生き残っていくため、事務の効率化や、ITコスト・人件費の削減などの効率化を進めてきました。一方、足元は販売高が拡大し、代理店数も増加しており、これに対応するための体制強化も実施しています。今後も効率化の取組みを継続しつつ、市場におけるプレゼンス向上のために必要な体制強化を図り、競争力の向上を目指します。

▶ T&Dフィナンシャル生命の提携代理店数



▶ 広義維持費*の推移



*広義維持費 = 維持費(経営管理料、契約者保護機構負担金、役員退職金を除く) + 退職給付債務費用 + 株式報酬費用 + 集金費 + 賞与引当金積増額 + 減価償却費

T&Dアセットマネジメント株式会社



藤瀬 宏
代表取締役社長

T&Dアセットマネジメントは、
T&D保険グループの
アセットマネジメント事業を担う中核会社として、
お客さまから信頼される
資産運用会社を目指します。

業績と事業概況

T&Dアセットマネジメントは、銀行や証券会社を通じて投資家に投資信託を販売する投資信託事業および、投資顧問契約を締結し年金・機関投資家の資金を運用する投資顧問事業を行っています。

2015年3月期のT&Dアセットマネジメントの投資信託の残高は、グループの生命保険会社の変額年金向けの私募投信が償還により大きく減少したことなどにより、前期末の9,373億円から7,313億円に減少しました。また、投資顧問契約においても、前期末の9,952億円から9,922億円と若干の減少となりました。

収益面においても、投資信託の営業収入が減少し、実質営業収益は29億円と12.7%の減収となりました。効率的な業務運営に努め、費用を抑制しましたが、当期純利益は前期比78.4%の減益となりました。

経営目標

2016年3月期

▶ 実質営業収益 **30億円**

(注) 実質営業収益は、販売会社への支払手数料、運用委託先への報酬等を控除した運用会社の実質的な収入を指します。

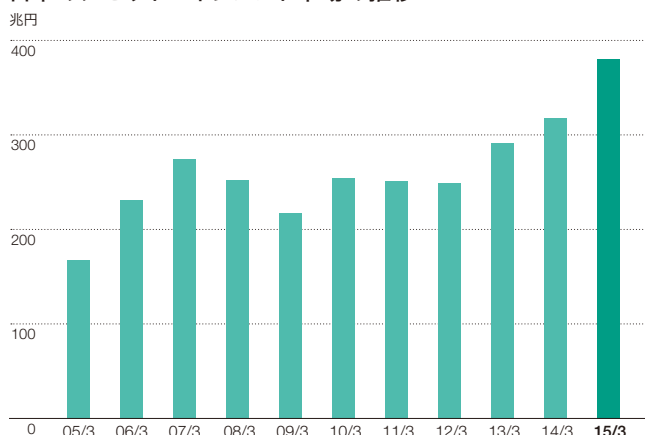
基本戦略

- ▶ 「Make a Difference」を行動指針とした差別化戦略により、競争力を強化する
- ▶ 経営資源の戦略的配分により、成長分野を強化する
- ▶ 収支構造改革の取組みを継続し、一層の経営効率化を図る

ビジネスセグメント

投資信託事業	販売会社(証券会社等)を通じ、主に個人投資家に優良かつ多様な運用商品を提供
投資顧問事業	内外の年金・機関投資家に適切な運用ソリューションを提供

▶ 日本のアセットマネジメント市場の推移



今後の成長に向けて

T&Dアセットマネジメントは、T&D保険グループのアセットマネジメント会社として、保険資産の運用からビジネスをスタートさせましたが、現在では、年金・機関投資家や個人投資家などのグループ会社以外のお客さまからの収入が実質営業収益の7割を占めるようになりました。

今後も投資信託事業と投資顧問事業をビジネスの二本柱として、運用商品やサービスの品質の向上を徹底し、お客さまから信頼される資産運用会社を目指します。

投資信託事業

投資信託事業については、さらなる成長が期待できる事業分野であると認識しています。

T&Dアセットマネジメントは、特定の証券・銀行グループに属していない運用会社という特長を活かし、幅広い

販売会社を通じて投資信託を提供していきます。

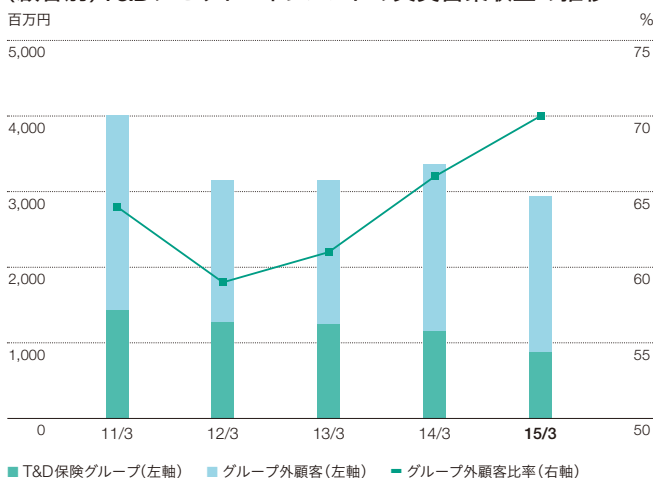
また、経営資源を戦略的に配分することにより、お客さまのニーズにマッチした優良な運用商品をタイムリーに開発・提供できる体制をさらに強化していくとともに、お客さまに商品の特長やリスクの内容をわかりやすくお伝えするため、情報発信力のさらなる向上に努めていきます。

投資顧問事業(国内外の年金・機関投資家など)

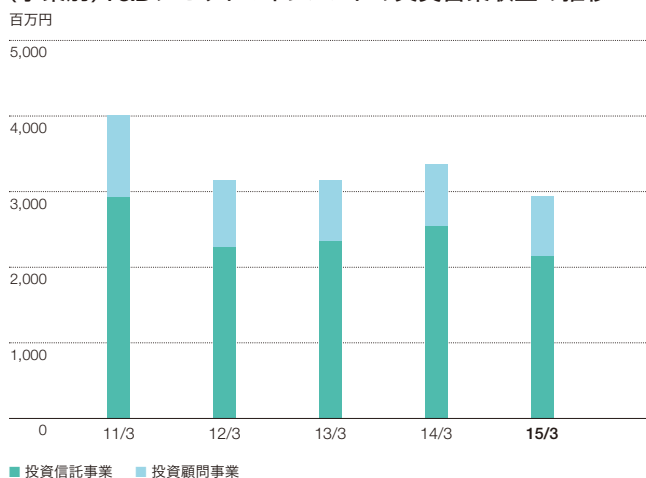
国内の年金市場は、年金制度や会計制度などの変更を控えて大きな変革期にあり、厳しい事業環境が続いています。お客さまが抱えるさまざまな課題に対して適切なソリューションを粘り強く提供し続けることにより、お客さまから長期にわたって信頼いただける会社を目指します。

また、国内外の機関投資家に対して、当社の優れた運用力を積極的に提供していきます。

▶(顧客別)T&Dアセットマネジメントの実質営業収益の推移



▶(事業別)T&Dアセットマネジメントの実質営業収益の推移





三瓶 雅央
代表取締役社長

ペット&ファミリー少額短期保険は、
ペットショップチャンネルを中心とした営業基盤の
拡大・強化によるペット保険の普及を通じて、
ペットの医療費に対する
飼い主のニーズにお応えします。

経営目標

2016年3月期

- ▶ 保有契約件数 **94,600**件
- ▶ 新契約件数 **31,600**件

基本戦略

- ▶ T&D保険グループの一員である少額短期保険会社としての信頼をもとにした収益基盤の確立・強化
- ▶ コアチャンネル(ペットショップ)の強化とチャンネルの複線化を通じた営業基盤の拡大によるさらなる拡販

ビジネスモデル

市場	ペット市場
チャンネル	代理店(ペットショップ等)
商品	ペットの医療費用補償保険

業績と事業概況

2015年3月期は、コアチャンネルと位置づけるペットショップの開拓・拡販に注力するとともに、新商品の販売に合わせ、チャンネルの複線化に取り組み、業容の拡大と収益性の向上に努めました。その結果、2015年3月期の新契約件数は25,558件(前期24,157件)、保有契約件数は76,430件(前期末60,841件)と前期から増加し、正味収入保険料は2,312百万円(前期1,822百万円)と、前期から順調に増加しました。

基本戦略

ペット&ファミリー少額短期保険は、ペットと飼い主の出会いの場であるペットショップをコアチャンネルと位置づけ強化するとともに、チャンネルの複線化を通じた営業基盤の拡大により、将来の成長を見据えた収益基盤の確立・強化を目指します。

ペットを家族の一員と認識し、生涯共生する現代にあって、自由診療であるペット医療およびその費用への飼い主の関心は、ますます高まっています。わが国でのペット保険の普及率は、ペット先進国である欧米に比べて著しく低い状況にありますが、ペット保険の普及を通じて、ペットの医療費に対する飼い主のニーズに応えていくことが、当社のミッションと考えています。

今後の成長に向けて

ペット&ファミリー少額短期保険は、今後も需要拡大が見込まれるペット保険市場において、ペットショップチャンネルを中心とした営業基盤の拡大により、安定的な収益基盤を確立・強化するとともに、競争力のある商品・事務基盤の強化に基づく充実したサービスの提供を通じて、ペットの医療費に対する飼い主のニーズにお応えします。

▶ 正味収入保険料(ペット保険)の推移

