

Try & Discover for the Next Stage

～成長領域拡大の3年～

中期経営計画
(2016年4月～2019年3月)

2016年4月からスタートした3年間の中期経営計画(以下、「中計」)は、今後10年を見据え、そのファーストステージとして、“成長領域を拡大する3年”と位置づけています。

持株会社のもと中核生保3社が特化したマーケットにおいて独自性・専門性を最大限発揮することで、グループ企業価値(EV)の安定的・持続的な増大を実現してまいります。

中期経営計画(2016年4月～2019年3月)の概要

【全体方針】

- 国内生命保険事業をコアとし、確立された基盤に加え、成長領域をさらに拡大すべく、シニアマーケットと乗合代理店チャンネルへの取組みを強化する。
- 国内生命保険市場における競争力強化・シェア拡大、収益力向上に向け、提携やM&Aの機会を追求する。
- ERMの戦略的活用により、株主資本の有効活用を推進し、健全性を確保しつつ高い収益性を実現する。

【戦略ポイント】

前中計期間を通じて強化した事業基盤をベースとした企業価値の増大(商品ポートフォリオの変革)



今後10年を見据えた成長領域の拡大

①シニアマーケットへの取組み強化

太陽生命

- シニア人口の増加や自助努力の必要性の高まり等を踏まえ、**時代の変化を先取りした「商品開発と対面サービスの強化」**を一体で推進

大同生命

- コアビジネス化を目指す「**経営者個人・個人事業主市場**」において、特に、シニア層をターゲットとする「**介護」「相続・事業承継**」を成長領域として強化

②T&Dフィナンシャル生命の戦略的強化

T&Dフィナンシャル
生命

- **グループ一体となり、商品開発や資産運用等における競争力を強化**

主要経営指標

企業価値(EV)および株主還元対象利益である実質利益を主要経営指標とし、EV成長率7.5%を超える安定的・持続的な成長を目指します。

グループ連結の主要経営指標

企業価値(EV)	• 2018年度末 EV 2.4兆円 (対2015年度末+5,000億円以上)
	• 2018年度 新契約価値 1,000億円 (対2015年度+400億円以上) (EV成長率(ROEV)7.5%を超える安定的・持続的な成長)
利益(財務会計)	2016~2018年度 実質利益※ 850億円程度

※ 実質利益は、当期純利益に、負債性内部留保(危険準備金繰入額、価格変動準備金繰入額)のうち法定基準繰入額を超過した額を加算して算出(税引後)。

2017年3月期の実績

中計1年目となる2017年3月期は、国内生命保険事業をコアとした計画の着実な遂行により、低金利環境が継続する中でも新契約価値は大幅に増加し、企業価値(EV)は堅調に増大するなど、主要経営指標(EV・新契約価値・実質利益)はいずれも計画達成に向けて順調に進捗しました。

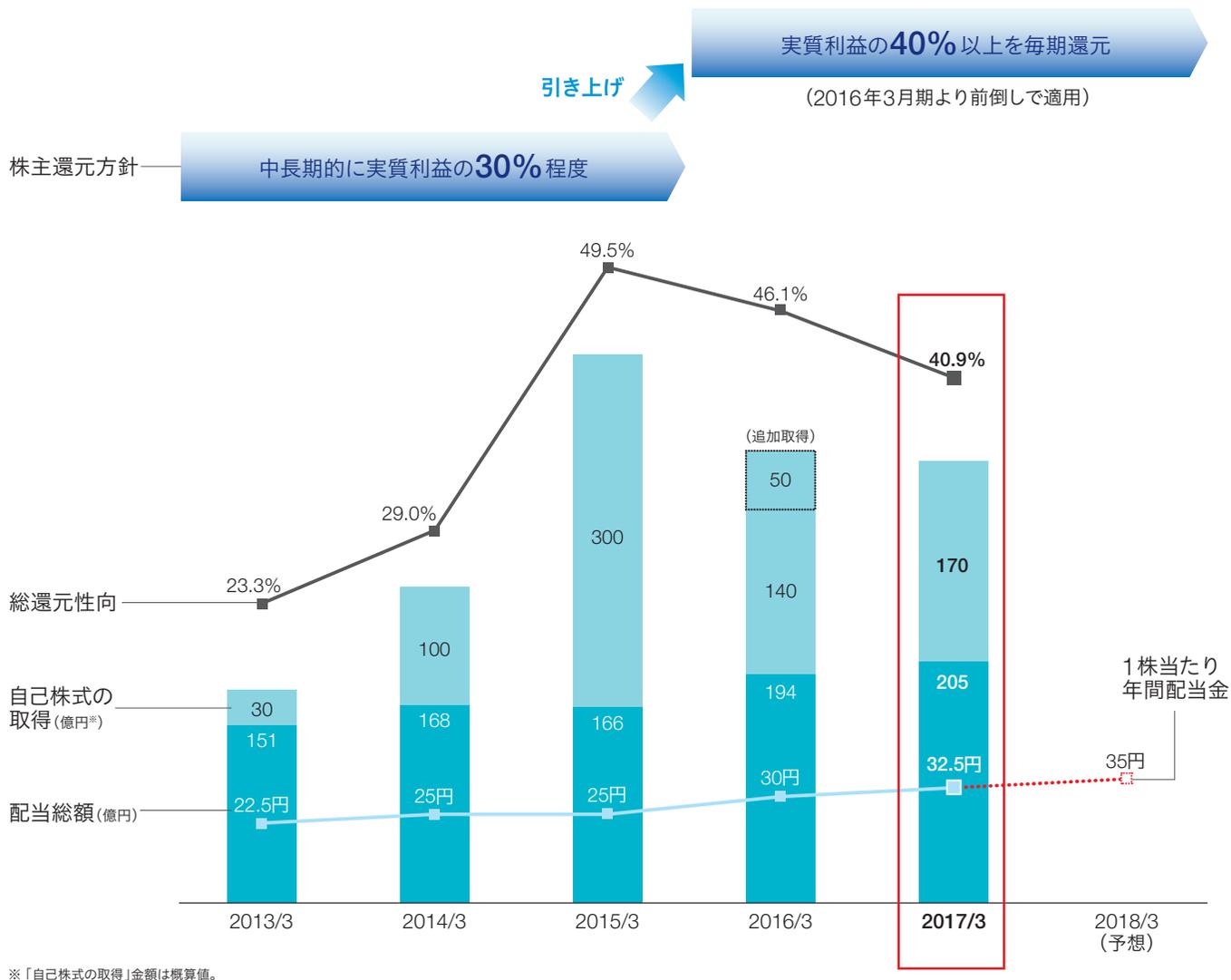
	主要経営指標	2016年 3月末/期	2017年 3月末/期 (前期末/前期比)	中計目標
企業価値 (EV)	Group MCEV	1兆8,937億円	2兆2,905億円 (+21.0%)	2019年3月末 2.4兆円
	新契約価値	563億円	1,195億円 (+112.1%)	2019年3月期 1,000億円
利益 (財務会計)	実質利益※	833億円	917億円 (+10.1%)	2017-2019年3月期 850億円程度

※ 実質利益は、当期純利益に、負債性内部留保(危険準備金繰入額、価格変動準備金繰入額)のうち法定基準繰入額を超過した額を加算して算出(税引後)。

株主還元の拡充に向けた取組み

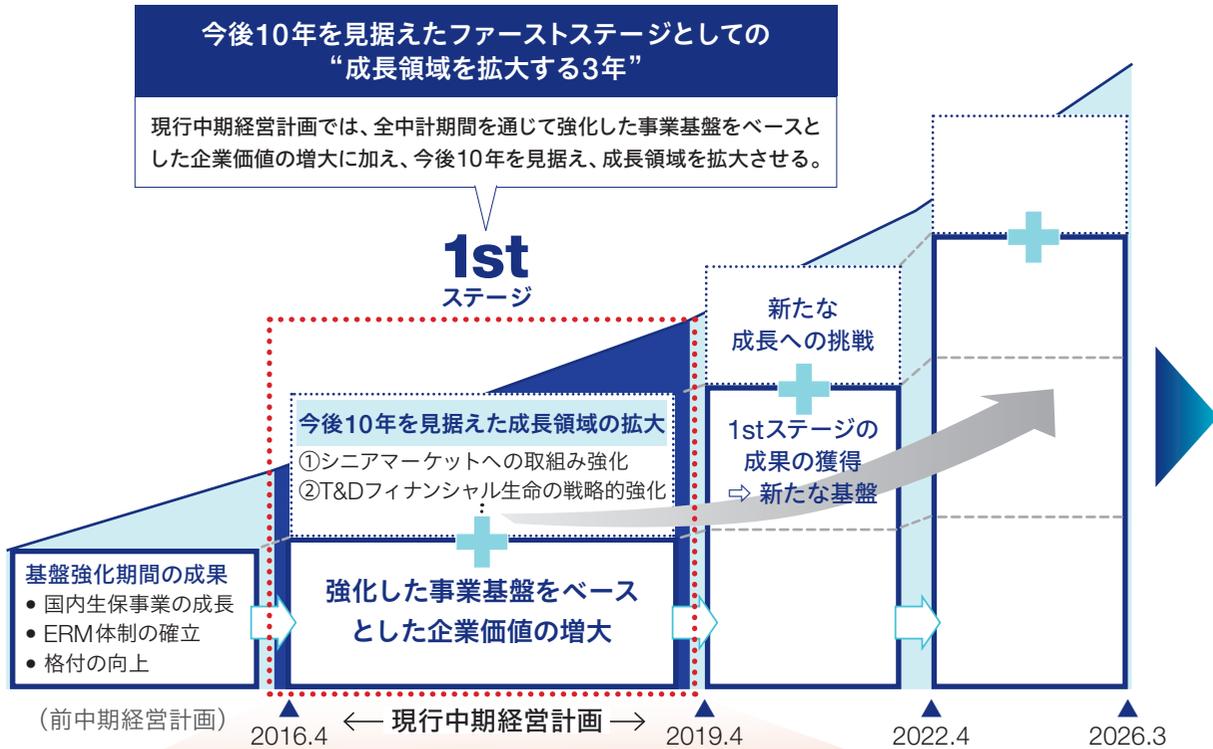
本中計では株主還元方針を見直し、株主還元を強化しました。

本中計期間中は、資本の十分性が維持されていることを前提に、安定的な「現金配当」と機動的な「自己株式の取得」を組み合わせ、実質利益の40%以上の株主還元を実施してまいります。

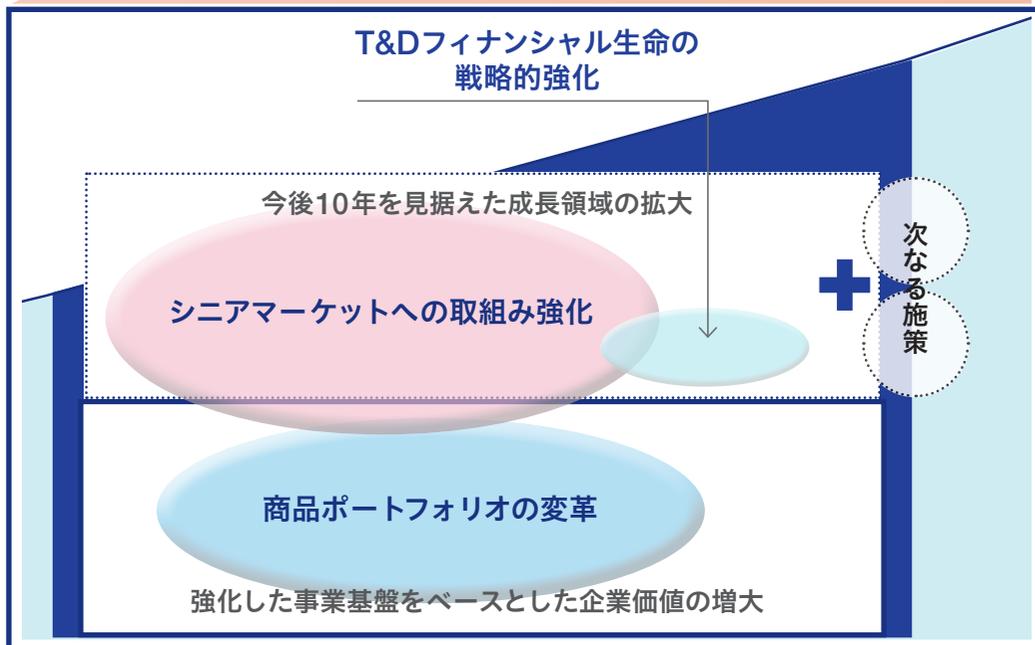


国内生命保険事業

前中計からの重点施策として取り組んできた、第三分野・就業不能保障等へ拡張していく「商品ポートフォリオの変革」に加え、「シニアマーケットへの取組み強化」と、乗合代理店チャネルでのプレゼンス拡大に向けた「T&Dフィナンシャル生命の戦略的強化」を戦略として掲げています。



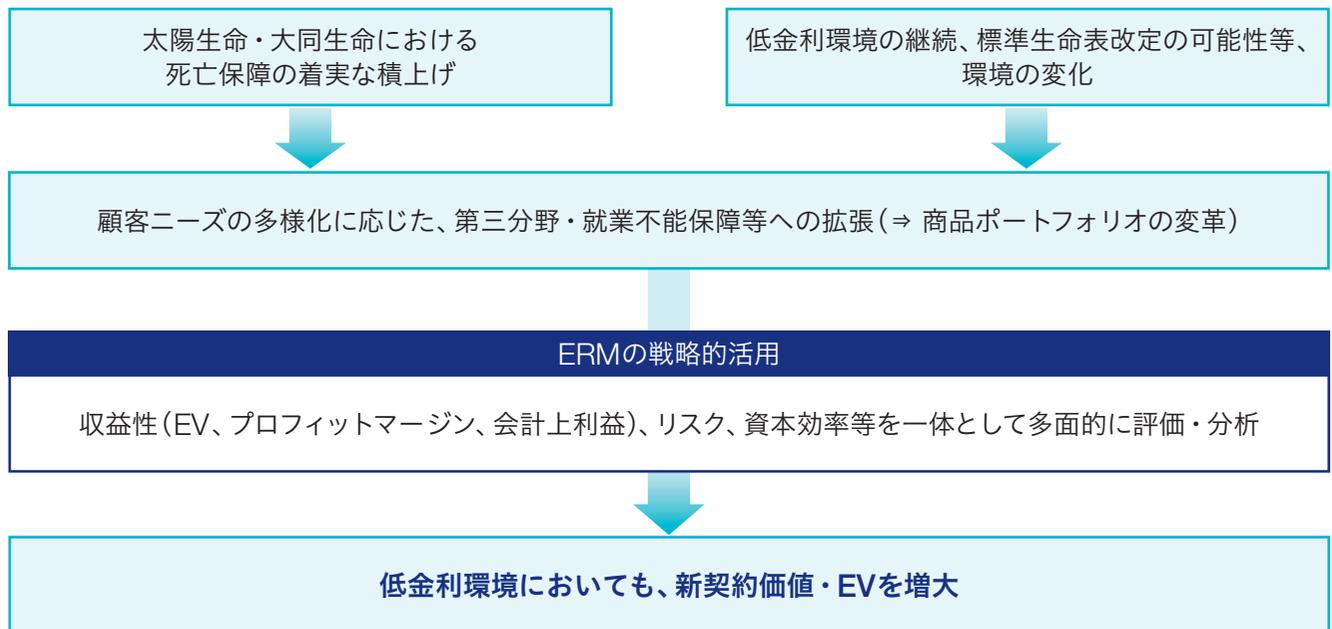
“特化型大手生保グループ”として、最優の商品・サービスを
提供し、国内生命保険市場において確固たる存在感を示す



新契約価値の着実な積上げ

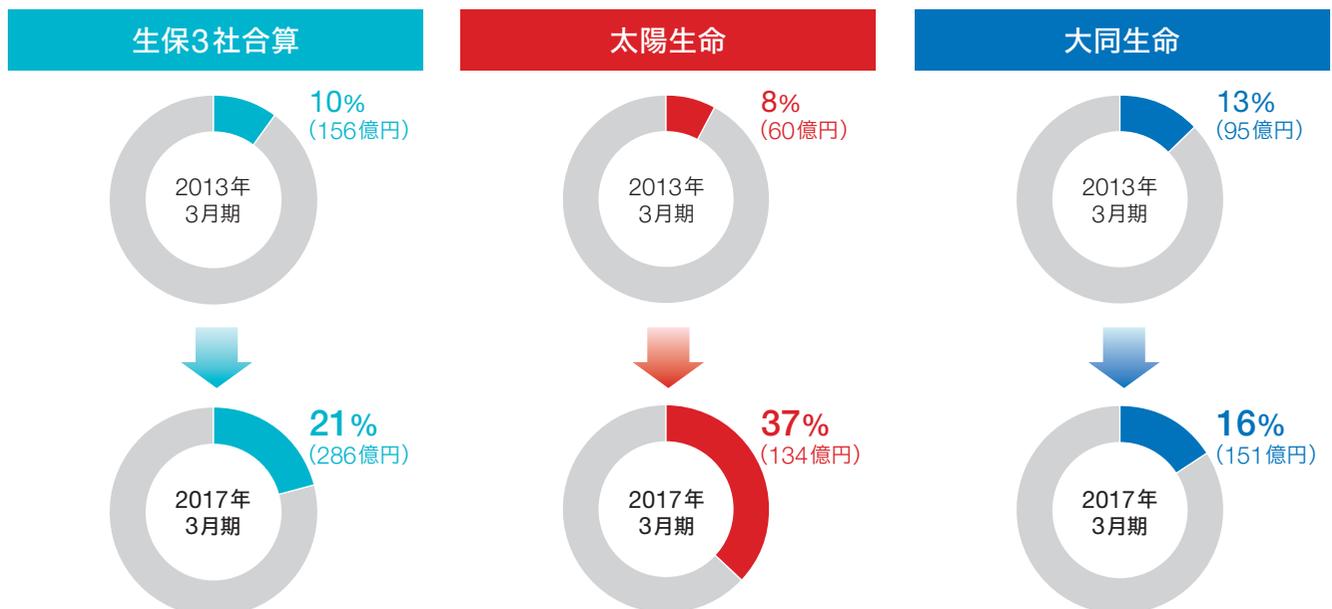
国内生命保険事業：商品ポートフォリオの変革

太陽生命および大同生命では、死亡保障を着実に積み上げることを重点に取組みを進めました。これに加え、高齢化社会の到来に伴うお客さまニーズの多様化等への対応から、死亡保障に加えて、第三分野・就業不能保障等を上乗せする商品ポートフォリオの変革を進めました。



この結果、生保3社合計の新契約年換算保険料の全体に占める第三分野の割合は、2013年3月期の10%から2017年3月期は21%まで高まりました。

新契約年換算保険料の第三分野占率推移 (5年間：2013年3月期⇒2017年3月期)

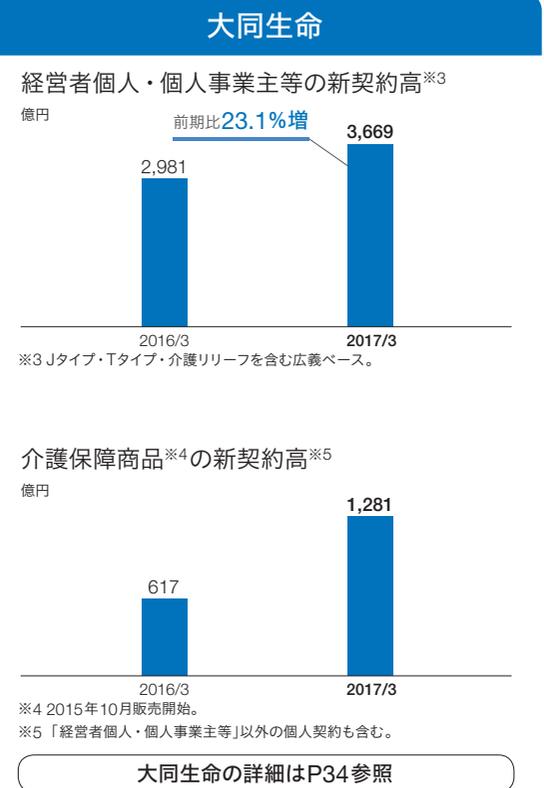


国内生命保険事業：シニアマーケットへの取組み強化

太陽生命および大同生命では、成長領域の拡大に向けた「シニアマーケットへの取組み強化」として、それぞれの特化マーケットのニーズに応じた特徴ある商品・サービスの提供を進めた結果、両社が注力する商品・重要業績指標は、大きく伸展しました。

施策	太陽生命	大同生命
営業・商品面	<ul style="list-style-type: none"> 認知症治療保険を営業職員チャンネルで拡販 終身生活介護年金保険を銀行窓販チャンネルで拡販 	<ul style="list-style-type: none"> 経営者個人・個人事業主市場への介護保障商品の推進強化 相続・事業承継の取組み強化に向けた人材の育成・強化
サービス面	<ul style="list-style-type: none"> かけつけ隊サービス・シニア訪問サービス 認知症予防アプリの開発・提供 認知症サポーターの全社配置 	<ul style="list-style-type: none"> 「介護コンシェル」サービスの拡充 M&A支援サービスの推進
健康増進	<p>ユニバーサルマナー検定への全社的な取組み</p> <p>豊かな長寿社会の実現に向け、疾病の予防と健康増進を支援</p> <p>太陽の元気プロジェクト</p>	<p>ユニバーサルマナー検定への全社的な取組み</p> <p>豊かな長寿社会の実現に向け、疾病の予防と健康増進を支援</p> <p>DAIDO KENCO アクション</p>

実績



国内生命保険事業：T&Dフィナンシャル生命の戦略的強化

T&Dフィナンシャル生命では、新契約価値向上に向けた各種取組みにより、国内金利低下の影響で第3四半期までマイナスだった新契約価値は、第4四半期にプラスに反転しました。

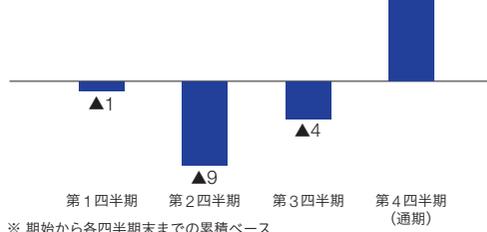
国内金利低下の影響で第3四半期まで
新契約価値はマイナス

■新契約価値向上に向けて行った取組み等

- 外貨参照型一時払終身保険に新特約付加 [2016年11月]
- 収入保障保険の販売強化
→ 平準払商品の新契約高は大幅伸展
- 円貨建て・外貨参照型の一時払終身保険のリニューアル [2017年5月発売]

T&Dフィナンシャル生命の詳細はP38参照

2017年3月期の新契約価値推移
億円



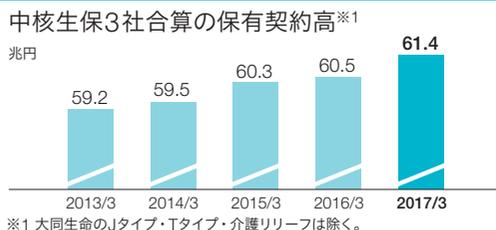
平準払商品の新契約高推移
億円



国内生命保険事業の成果

「商品ポートフォリオの変革」、成長領域の拡大に向けた「シニアマーケットへの取組み強化」を中心とした国内生保事業の推進により、死亡保障、第三分野、就業不能保障いずれも着実に契約業績が伸展し、新契約価値は順調に拡大しました。

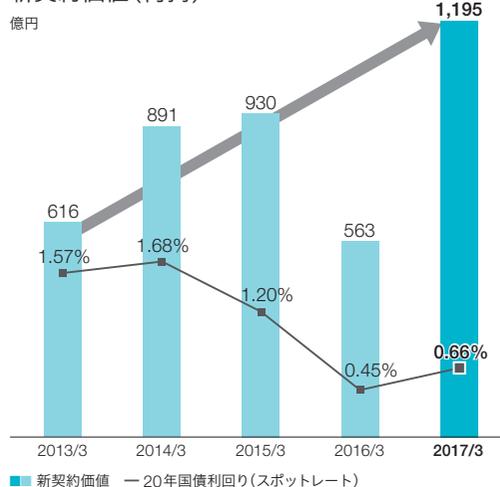
死亡保障の着実な積上げ



第三分野・就業不能保障等の強化



新契約価値(再掲)
億円



中計2年目に向けた環境認識の確認

現行中期経営計画における今後10年を見据えた環境認識

社会環境	<ul style="list-style-type: none"> • 少子高齢化の進展、人口の減少 • 年金・医療・介護における自助努力ニーズの高まり
経済・金融環境	<ul style="list-style-type: none"> • 低金利の継続と将来の金利上昇リスクの可能性の高まり
業界・規制環境	<ul style="list-style-type: none"> • 標準生命表の改定、経済価値ベースの健全性指標の導入
技術革新	<ul style="list-style-type: none"> • 医療技術の進歩、ビッグデータやFinTechなどIT技術の高度化

基本的な認識に変更はないものの、中計2年目においては特に以下の点から、競争環境が今後一層激しくなることを想定

- ① 低金利環境の継続
- ② 標準生命表の改定
- ③ 「顧客本位の業務運営」に対する社会的な要求水準の高まり

中計2年目の基本的な取組方針

- ▶ 中計1年目の実績から、中計の国内生保事業戦略が持続的な成長につながることを確信
- ▶ 中計2年目も、保障性商品の販売強化、シニアマーケットへの取組み強化を引き続き推進
- ▶ T&Dフィナンシャル生命については、収益基盤の強化に向けて、グループをあげて一層取組みを推進
- ▶ 加えて、国内生保事業における新たな成長領域拡大のための施策、さらに外部成長の機会追求にも注力



太陽生命保険株式会社



田中 勝英
代表取締役社長

時代の変化を先取りした
「最優の商品・サービス」を
ご家庭にお届けする生命保険会社として、
シニアマーケットでの
トップブランドを構築します。

契約業績指標の見通し

2018年3月期

▶ 保障性新契約年換算保険料※ …………… **160**億円

※ 太陽生命の経営指標で、新契約年換算保険料のうち主に貯蓄系商品を除いた保障部分の合計金額。

基本戦略

▶ 「訪問による対面サービスの強化」「時代の変化を先取りした商品開発」「営業職員チャネルのさらなる充実」の三位一体となった販売推進により、シニアマーケットでのトップブランドを構築

ビジネスモデル

市場	家庭市場
チャネル	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

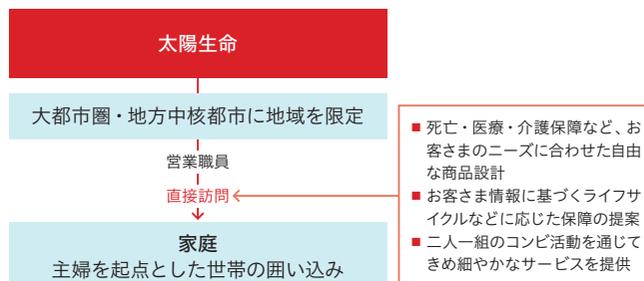
事業概況

太陽生命は、家庭市場における生命保険販売をコアビジネスとして、死亡・医療・介護保障を中心とした総合生活保障を営業職員によってご家庭にお届けしています。

主力商品「保険組曲Best」は、必要な保障を自在に組み合わせることができる仕組みを有する保険として、2008年10月より他社に先駆けて発売して以降、お客さまの保障ニーズを捉え続け、加入件数が累計230万件※を超えました。

※ 2017年3月時点。

◆ 太陽生命のビジネスモデル



豊富な顧客基盤：保有契約件数 = 792万件

◆ 「保険組曲Best」の概要

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



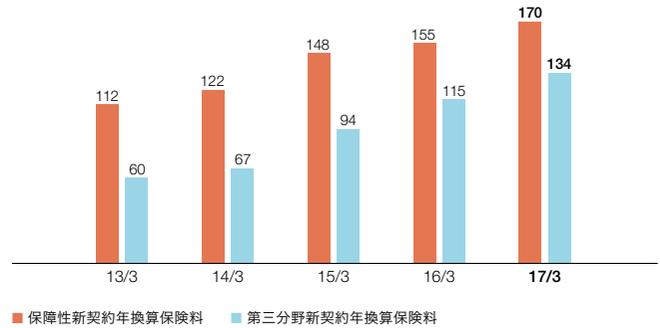
中期経営計画の概要と進捗状況

現中期経営計画(以下、「中計」)では、「訪問による対面サービスの強化」、「時代の変化を先取りした商品開発」、「営業職員チャネルのさらなる充実」の三位一体となった販売を推進することにより、シニアマーケットでのトップブランドを構築し、業績を拡大させることを目指しています。

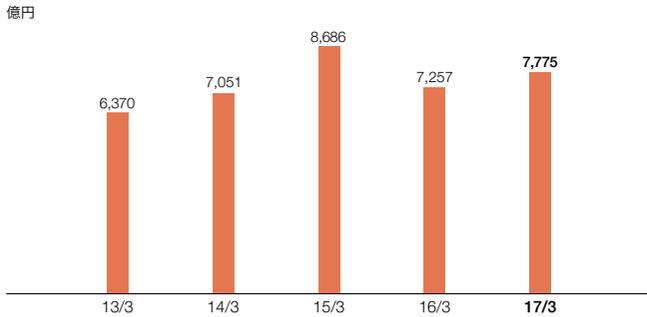
中計1年目である2017年3月期は、2016年3月に発売した「ひまわり認知症治療保険」の販売好調などにより、保障性新契約年換算保険料が前期比10.1%増加の170億円となりました。また、好調な契約業績を背景に、新契約価値は前期から261億円増加して442億円、

MCEVは前期末から517億円増加して7,775億円となりました。

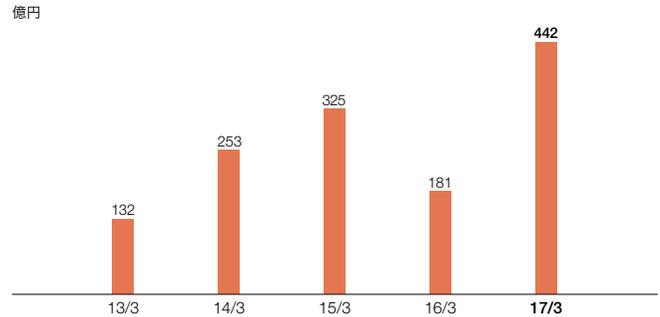
◆ 保障性新契約年換算保険料、第三分野新契約年換算保険料
億円



◆ MCEV
億円

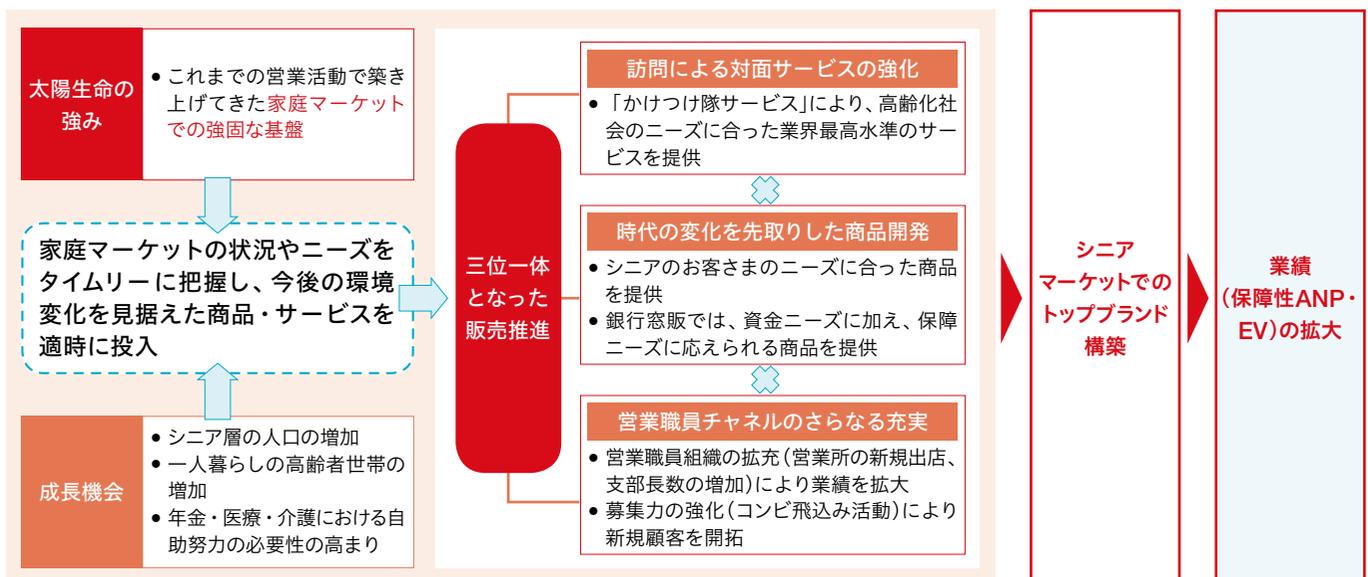


◆ 新契約価値
億円



◆ マーケティング戦略

「訪問による対面サービスの強化」「時代の変化を先取りした商品開発」「営業職員チャネルのさらなる充実」の三位一体となった販売を推進することにより、シニアマーケットでのトップブランドを構築し、業績を拡大する。



中期経営計画 Try & Discover for the Next Stage

訪問による対面サービスの強化

太陽生命は、「シニアのお客さまに最もやさしい生命保険会社になる」ことを目指し、ベストシニアサービスを実施しています。その取組みの一つとして、2016年4月よりシニアのお客さまへ確実に保険金等をお支払いし、安心して保険の加入を継続していただくために、「かけつけ隊サービス」を開始しました。同サービスは、専門知識を有する内務員がお客さまを直接訪問し、お支払手続きをサポートするサービスであり、利用件数は2万5千件※を超えました。

これに加えて、営業職員等が70歳以上のお客さまを年1回以上訪問し、契約内容の確認や請求勧奨などを行う「シニア訪問サービス」も引き続き実施(2014年7月～)しています。

※ 2017年6月時点。



時代の変化を先取りした商品開発

時代を先取りした商品として、2016年3月より「ひまわり認知症治療保険」および「働けなくなったときの保険」を発売しました。

「ひまわり認知症治療保険」は、健康に不安のある方でも認知症による所定の状態を保障する保険に加入いただけることや、認知症に対する社会の関心の高さなどを背景に、累計販売件数が22万件※¹を超えました。

また、「働けなくなったときの保険」は、病気や事故などにより働けなくなった時に早期に給付金をお支払する保障内容※²が、ご好評をいただいています。

※1 ひまわり認知症治療保険と認知症治療保険の合計販売件数(2017年6月時点)。

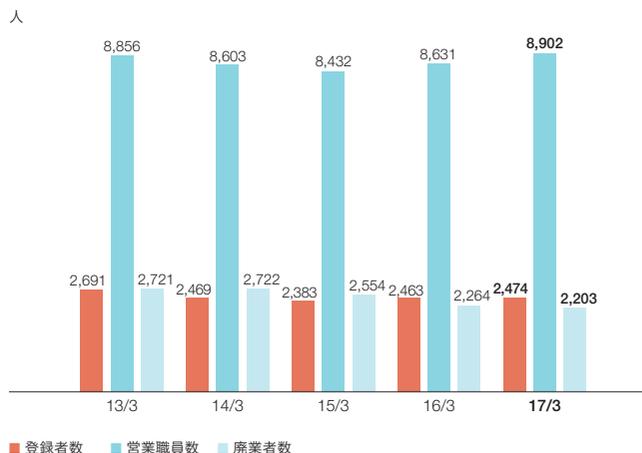
※2 三大疾病やケガなどを原因とした所定の就業不能状態が30日継続すれば、給付金をお支払いするもの。



営業職員チャネルのさらなる充実

当社が提供する商品・サービスをより多くのお客さまへお届けできるよう、営業所の新規出店や採用・育成に重点的に取り組んだ結果、営業職員数が前期末より271名増加し、8,902名となり、さらに強化されました。

◆ 営業職員数



今後の成長に向けて

少子高齢化の進展、健康寿命の延伸という社会環境の変化に対応し、「確実に保険金をお支払いする」という生命保険会社本来の使命を果たすだけでなく、「病気を予防することをサポートし、お客さまの健康増進のお役に立つ」という新たな役割に挑戦します。

具体的な取組みとして、「従業員」、「お客さま」、「社会」のすべてを元気にする取組み、「太陽の元気プロジェクト」を開始しました(2016年6月～)。

同プロジェクトでは、認知症の予防をサポートする「認知症予防アプリ」*の提供など、さまざまな観点からお客さまの健康増進をサポートする取組みを実施しています。

中計2年目となる2017年度も、これらの取組みを通じて、シニアマーケットでのトップブランドを構築し、業績を拡大させることを目指します。

* 歩行速度にもとづき認知症の予防をサポートするスマートフォンアプリ。

「太陽の元気プロジェクト」の具体的な取組み

従業員を元気に

- **最長70才まで働くことのできる雇用制度の導入**
豊富な経験を持ったシニア社員が元気でいきいきと働ける環境を整備しています。
- **スマートワークの実現**
従業員一人ひとりがやりがい・充実感を持って働くことのできるスマートワークを推進しています。
- **従業員の健康づくり**
クアオルト(健康保養地)の活用やがん検診受診率の向上など、従業員の健康づくりを進めています。



▲従業員によるクアオルトの活用

お客さまを元気に

- **「認知症予防アプリ」の提供**
歩行速度をもとづき認知症の予防をサポートするスマートフォンアプリ「認知症予防アプリ」をお客さまに提供しています。
- **お客さま対応力の向上**
シニアのお客さまや障がいをお持ちのお客さまへの対応力を高めていくために、「ユニバーサルマナー検定」や「認知症サポーター」の全社的な導入を進めています。



◀認知症予防アプリ

社会を元気に

- **「クアオルト健康ウォーキング」の普及活動**
疾病予防・健康増進に効果のある「クアオルト健康ウォーキング」を全国に普及させることを目的として、「太陽生命クアオルト健康ウォーキングアワード」を実施しています。
- **認知症セミナーの開催**
全国で開催された「認知症セミナー」に協賛し、認知症に関する各種情報をお届けしています。
- **「元気健康応援ファンド」への出資**
人々の健康増進に寄与する事業を応援する「元気健康応援ファンド」への投資を実施しています。



▲認知症セミナーの開催

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。

契約業績指標の見通し

2018年3月期

- ▶保有契約高※ 41兆7,800億円
- ▶新契約高※ 4兆3,500億円

※ 個人保険・個人年金保険の契約高(死亡・生存保障保険金額)に「Jタイプ(無配当重大疾病保障保険)」の重大疾病保険金額、「Tタイプ(無配当就業障がい保障保険)」の就業障がい保険金額および「介護リリーフ(無配当終身介護保障保険)」の介護保険金額を加算した金額。

基本戦略

- ▶「コアマーケットのさらなる深耕」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)のさらなる進化

ビジネスモデル

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

事業概況

大同生命は、ご契約企業37万社を有する、中小企業市場に特化した生命保険会社です。当社では、低廉な保険料でより大きな保障を確保できる定期保険が企業保障に最適な商品であると考え、1970年代から開発・販売に注力してきました。

具体的には、中小企業関連団体や税理士団体と提携し、団体の特性に応じて設計した商品・サービス(「制度商品」)の提供を「コアビジネス」と位置づけ、営業職員と代理店の2つのチャンネルを通じて、中小企業の福利厚生制度としてご提供する独自のビジネスモデルを確立しています。

中期経営計画の概要と進捗状況

2016年4月を始期とする3年間の中期経営計画(以下、「中計」)では、法人市場における就業不能保障分野の推進(=「コアマーケットのさらなる深耕」)と、経営者個人・個人事業主市場の開拓(=「新たなマーケットの創出・拡大」)によりコアビジネスを進化させるとともに、営業活動・事務の業務革新によるお客さまサービスの充実を通じ、「安定的・持続的な企業価値の向上」の実現を目指しています。

大同生命のビジネスモデル



中計1年目である2017年3月期は、新契約高が前期末比118.7%の5兆1,211億円※と大きく伸展したほか、保有契約高は前期末比104.6%の40兆9,922億円※と過去最高となりました。

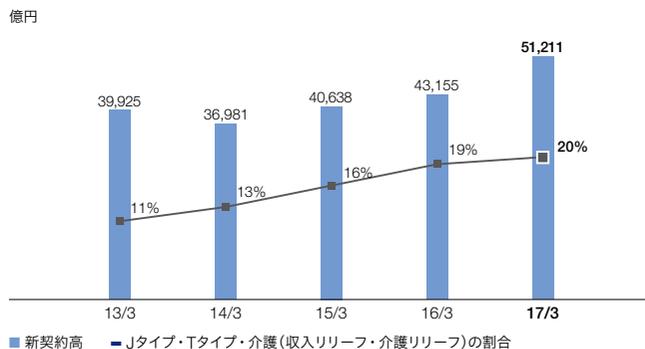
これは主力の定期保険に加え、就業不能保障（J・T・Mタイプ／下図ご参照）の充実による「トータルな保障のご提案」の実践・定着によるものです。

また、経営者個人・個人事業主市場の開拓に向けた戦略商品である介護保障商品（収入リリーフ・介護リリーフ）の新契約高も1,281億円と順調に伸展するなど、ご好評をいただいています。

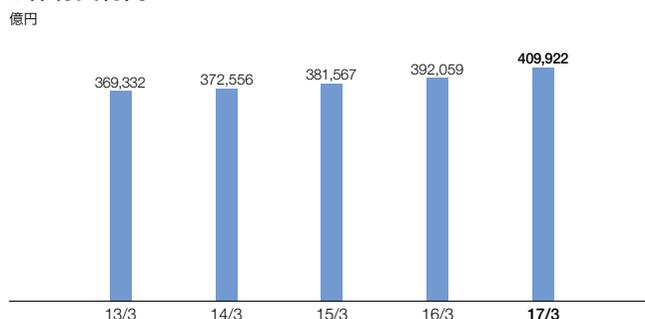
この結果、新契約高に占める就業不能保障商品および介護保障商品の割合は20%と着実に伸展しており、お客さまニーズにお応えした商品・サービスの提供により、中計の営業戦略は計画どおりに進捗しています。

※ 個人保険・個人年金保険の契約高（死亡・生存保障保険金額）に「Jタイプ」の重大疾病保険金額、「Tタイプ」の就業障がい保険金額および「介護リリーフ」の介護保険金額を加算した金額。

◆新契約高およびJタイプ・Tタイプ・介護（収入リリーフ・介護リリーフ）の割合

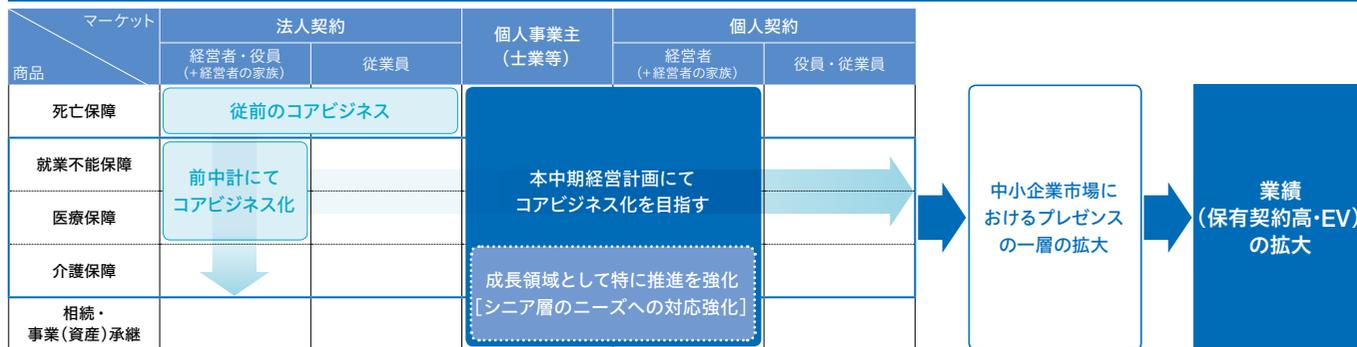


◆保有契約高

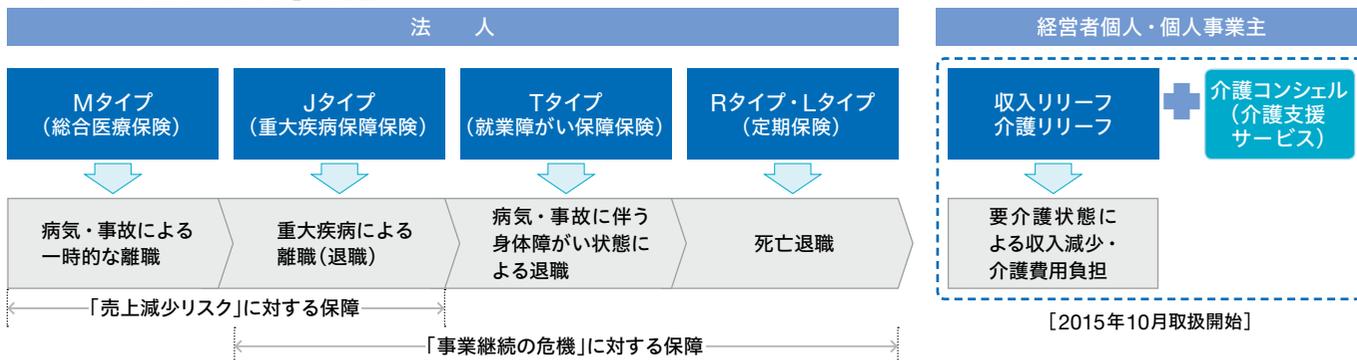


◆マーケティング戦略

中小企業市場における生命保険事業の“リーディングカンパニー”としての地位をより確固たるものとするべく、コアビジネスをさらに進化させ、法人・個人両分野を一体として成長領域を開拓し、業績を拡大する。



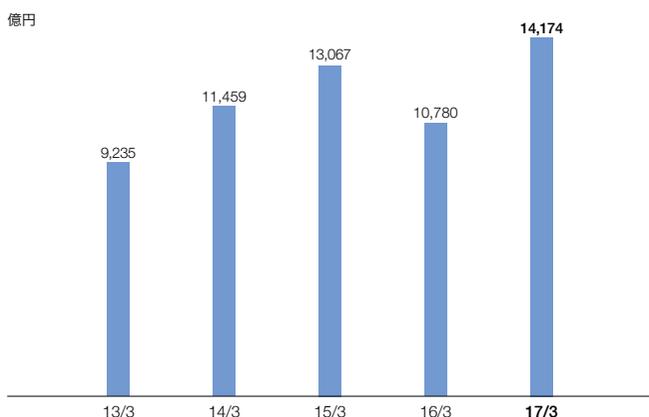
◆「トータルな保障のご提案」の推進



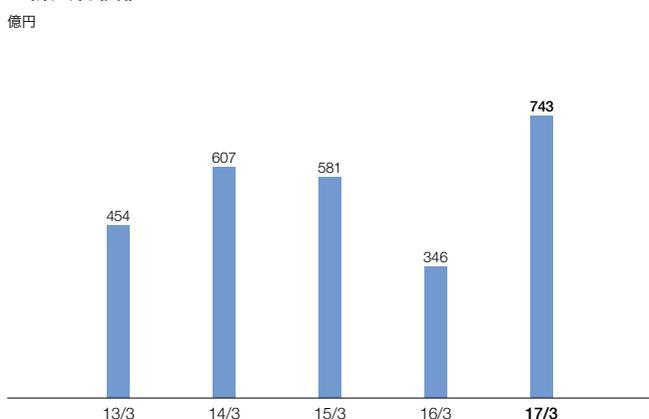
中期経営計画 Try & Discover for the Next Stage

また、MCEVは、着実な新契約高の増産に加え、国内金利の上昇や解約失効率・死亡率などの保険前提の改善により、前期末から3,394億円増加し、1兆4,174億円となりました。新契約価値も前期から396億円増加し、743億円となりました。

◆ MCEV



◆ 新契約価値



シニアマーケットへの取組み

当社では2015年10月に、経営者・個人事業主等が介護を必要とされる状態になった場合の収入減少に備える「収入リリーフ」、介護施設への入居などによる介護費用の負担に備える「介護リリーフ」を発売しました。

あわせて、介護全般についてのご相談や介護施設の紹介など、介護を総合的にサポートする「介護コンシェル」の提供を開始し、ご好評をいただいています。

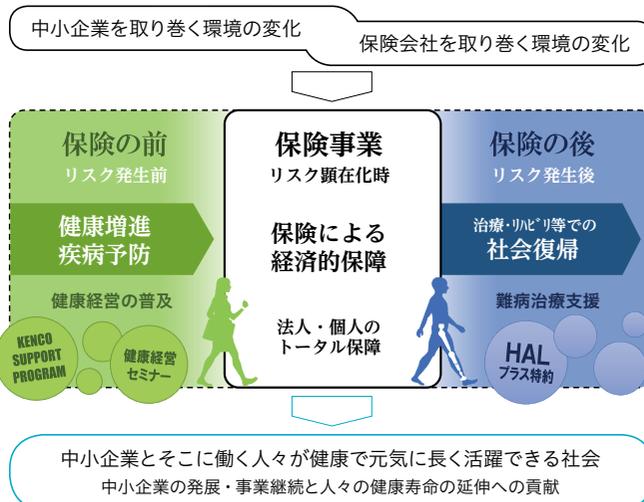
また、経営者の高齢化に伴う相続・事業承継をサポートする専門人材の育成・強化にも取り組んでいます。

これからも、お客さまニーズに沿った商品の提供に加え、独自性・優位性のあるサービスの提供を通じ、T&D保険グループ共通の成長領域であるシニアマーケットへの取組みを強化します。

今後の成長に向けて

今後の成長に向けた新たな挑戦として、従来の保険会社の枠組みを越えて、「健康増進・疾病予防」「難病治療による社会復帰」などに向けた革新的な商品・サービスを開発し、新しい価値を提供していくことを通じて、中小企業とそこに働く人々が健康で元気に長く活躍できる社会づくりに貢献してまいります。

◆ 当社の目指す姿



健康経営の普及に向けた取組み —DAIDO KENCOアクション—

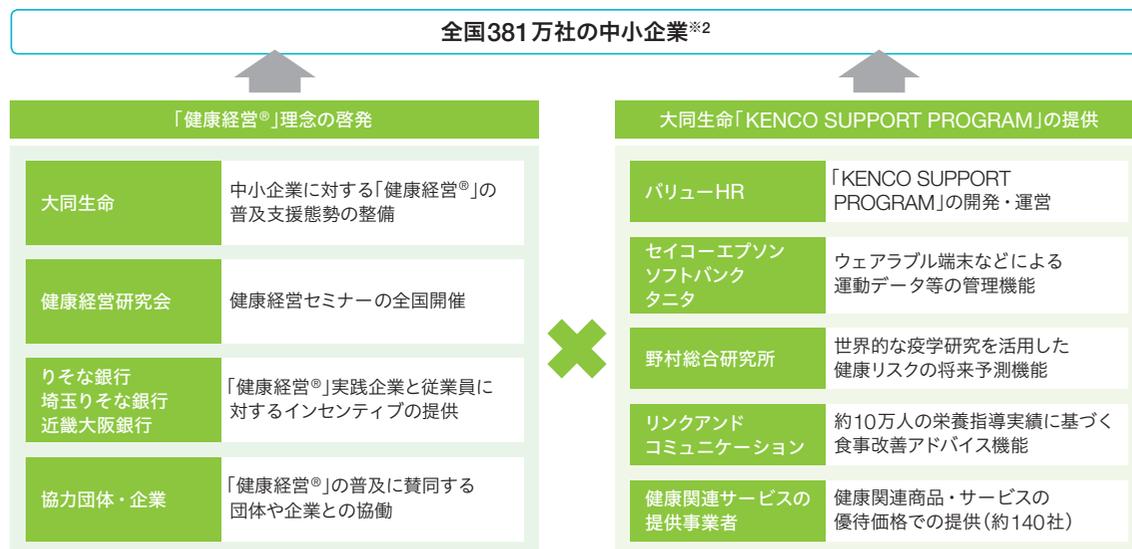
本来、従業員一人当たりの役割が相対的に大きく健康管理に課題を抱える中小企業にこそ「健康経営[®]」の早期の普及が求められますが、中小企業における「健康経営[®]」の認知度は低く、「健康経営[®]」を実践するための人材やノウハウも不足している状況です。

こうした状況を踏まえ、当社では健康経営セミナーの開催などを通じた中小企業の経営者に対する「健康

経営[®]」理念の啓発と、「健康経営[®]」を実践するための具体的なツールである大同生命「KENCO SUPPORT PROGRAM」のご提供の2つの方向から、「健康経営[®]」の普及推進活動に取り組んでまいります(2017年4月～)。

※1 「健康経営[®]」とは、従業員の健康を高める取組みが企業の収益性を高める投資であるという考えのもと、健康管理を経営的視点から実践すること。

※2 出典：総務省統計局「平成26年経済センサス-基礎調査」再編加工。企業数+個人事業主数の合計。



HALプラス特約の発売

CYBERDYNE株式会社(以下、サイバーダイン社)が開発・提供するロボットスーツ「医療用HAL[®](下肢タイプ)」(以下、「医療用HAL[®]」)による所定の難病治療を保障する業界初の商品「HALプラス特約」を発売しました(2017年7月)。

本特約を当社の医療保険Mタイプ(無配当総合医療保険)に付加することにより、Mタイプの魅力を一層向上させるとともに、「医療用HAL[®]」による難病治療の普及・浸透の促進を通じて、「人々の健康で豊かな社会づくり」へ貢献していきます。

【参考】

HAL[®](Hybrid Assistive Limb[®])とは、サイバーダイン社が開発した、身体機能を改善・補助・拡張・再生することができる「サイボーグ型ロボット」です。「医療用HAL[®]」は、世界初の「ロボット治療機器」として、欧州、日本で医療機器の承認を取得しました。

日本では、2016年9月から、8つの神経・筋難病疾患を対象に、新医療機器として公的医療保険を使った治療が開始されています。



中期経営計画 Try & Discover for the Next Stage

T&Dフィナンシャル生命保険株式会社



板坂 雅文
代表取締役社長

拡大する乗合代理店市場を通じて、
お客さまのニーズにお応えする、
特色ある商品をお届けします。

契約業績指標の見通し

2018年3月期

- ▶保有契約高 2兆600億円
- ▶新契約高 3,700億円

基本戦略

▶乗合代理店チャンネル※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、「商品ラインアップの多様化」「代理店販売網の拡大」「お客さまサービスの向上」を推進

※「乗合代理店チャンネル」は、銀行や証券会社等からなる「金融機関等窓販チャンネル」および「来店型保険ショップチャンネル」を総称しています。

ビジネスモデル

市場	乗合代理店市場
チャンネル	乗合代理店 (金融機関、来店型保険ショップ)
商品	一時払保険(外貨参照型など)、収入保障保険など

事業概況

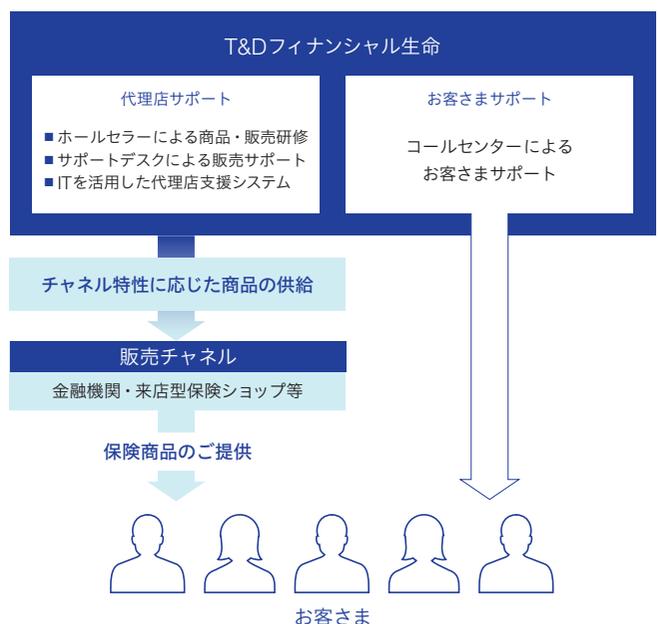
T&Dフィナンシャル生命は、金融機関や来店型保険ショップなど、複数の保険会社の商品を取り扱う乗合代理店を通じた保険商品の提供に特化した生命保険会社です。

乗合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、本チャンネルの販売網を拡大し、競争力のある商品を提供することで、持続的な成長を目指しています。

中期経営計画の概要と進捗状況

T&Dフィナンシャル生命は、現中期経営計画(以下、「中計」)のマーケット戦略として、『「商品ラインアップの多様化」、「代理店販売網の拡大」、「お客さまサービスの向上」を推進し、乗合代理店市場においてお客さまや代理店から選ばれる会社となり、業績(新契約高・EV)を拡大していく。』ことを掲げています。

◆ビジネスモデル

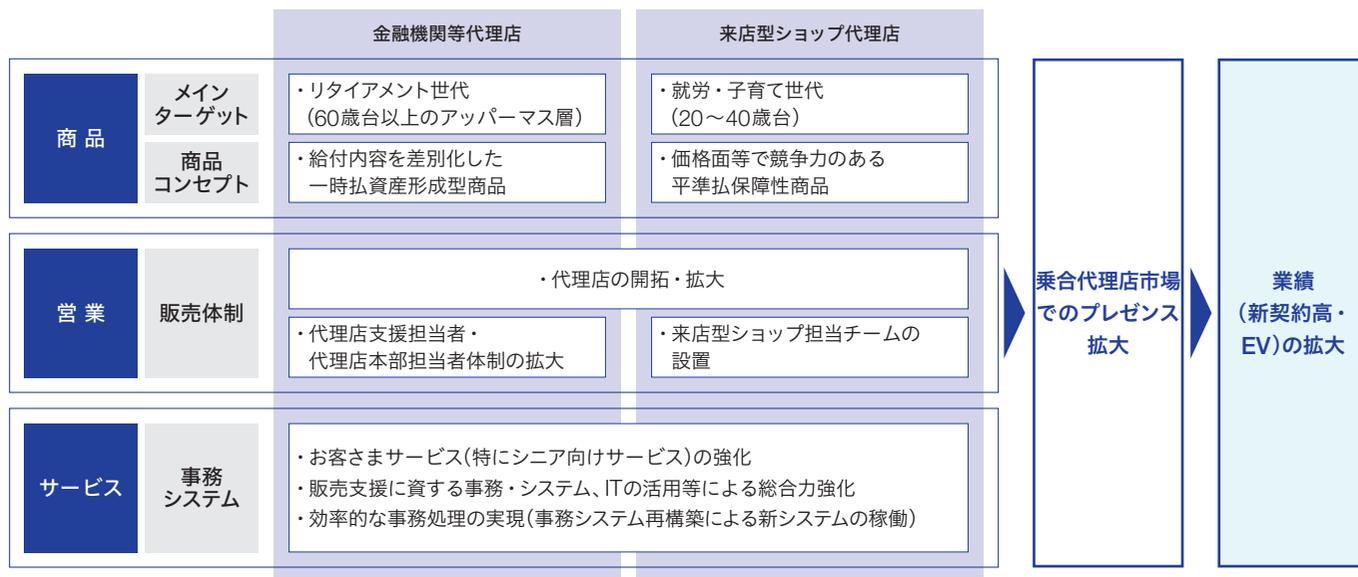


中計1年目である2017年3月期は、契約業績指標としている、新契約高と保有契約高がそれぞれ2,354億円、1兆8,793億円と、同期の経営目標である2,200億円、1兆8,500億円を達成しました。

特に新契約高は、国内金利低下の影響で主力の円建て一時払終身保険の販売停止があったものの、注力していた収入保障保険等の平準払商品が前期比102.8%増の1,699億円と、大きく伸展しました。

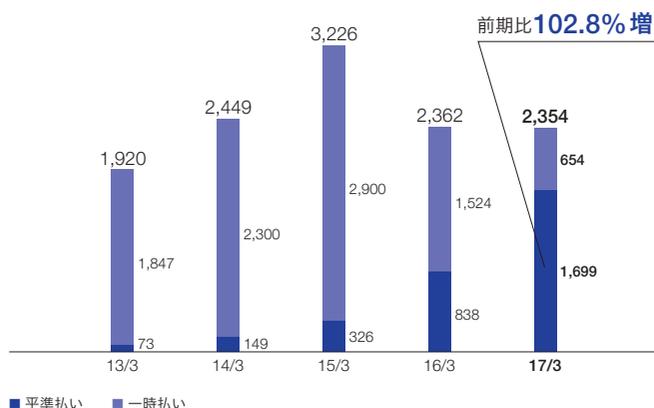
2017年3月期のMCEVは、前期末から39億円増加し、974億円となりました。新契約価値は、国内金利低下の影響で第3四半期までマイナスで推移しましたが、外国為替連動型一時払終身保険に新特約を導入するなど、新契約価値向上に向けて行った取組みにより第4四半期に反転し、9億円となりました(前期末からは25億円の減少)。

◆マーケティング戦略



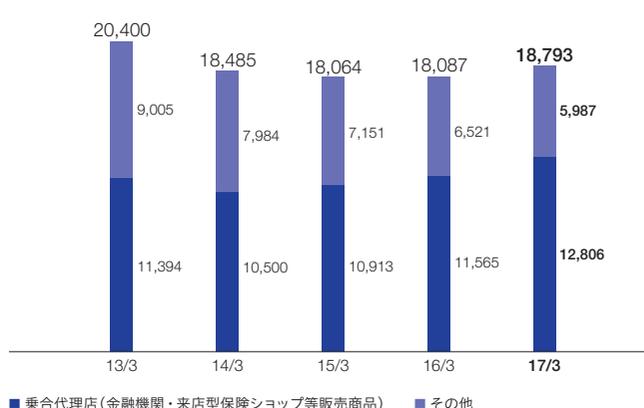
◆新契約高

億円



◆保有契約高

億円



中期経営計画 Try & Discover for the Next Stage

商品戦略

T&Dフィナンシャル生命は、多様化するお客さまのニーズに応えるため、給付内容を差別化した商品を開発してきました。2016年4月以降もさまざまな商品・特約を提供しています。

2016年8月には、収入保障保険「家計にやさしい収入保障」および特定疾病収入保障保険「働くあなたにやさしい保険」の商品改定を行い、販売を開始しました。具体的には、従来商品に比べ、加入年齢や保険期間などを拡大したほか、上皮内がんに関わる保障の充実、および急性心筋梗塞・脳卒中による支払事由の平明化などの改定を行いました。

2016年11月には、一時払終身保険「生涯プレミアムワールド3」に付加可能な2つの特約の取扱いを開始しました。具体的には、解約払戻金額が一時払保険料の100%・105%・110%のいずれかに到達した場合に、自動的に海外金利から国内金利を活用した終身保険に移行する「目標値到達時終身保険移行特約」、および要介護1以上で終身年金として受取可能な「介護年金支払移行特約」の取扱いを開始しました。

また、2017年2月に、平準払終身医療保険「家計にやさしい終身医療」の販売を開始しました。本商品はT&D保険グループ各社の協力を得て開発し、タバコを吸

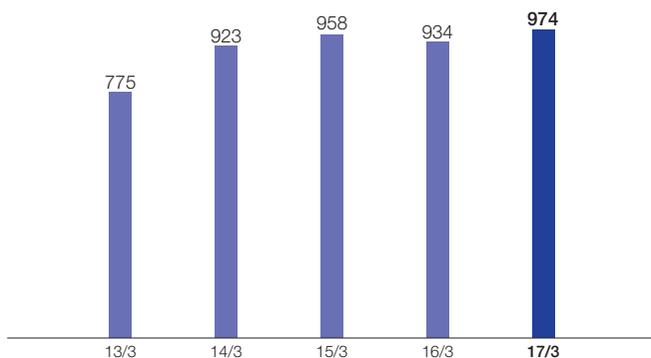
わない方の保険料を割り引き、日帰り入院・外来手術から保障するシンプルな医療保険です。短期入院、生活習慣病、先進医療などに備える保障も取り揃えており、現在の医療制度や医療技術の進歩に見合った、お客さまにとって必要な保障を提供しています。

さらに、2017年5月には、一時払終身保険について、従来商品より保険契約費用を縮減することにより、低金利環境下でも極力継続提供を可能とした「生涯プレミアムジャパン4」、および従来商品より保険契約費用を縮減し、お客さまへの還元を高めた「生涯プレミアムワールド4」の販売を開始しました。両商品は、従来商品の「生涯つかうお金」と「将来のこすお金」を同時に準備できるという特徴を継承しつつ、契約年齢範囲を拡大するとともに、契約年齢群団・性別ごとの料率設定にするなど、お客さまニーズにより幅広くお応えできる商品です。

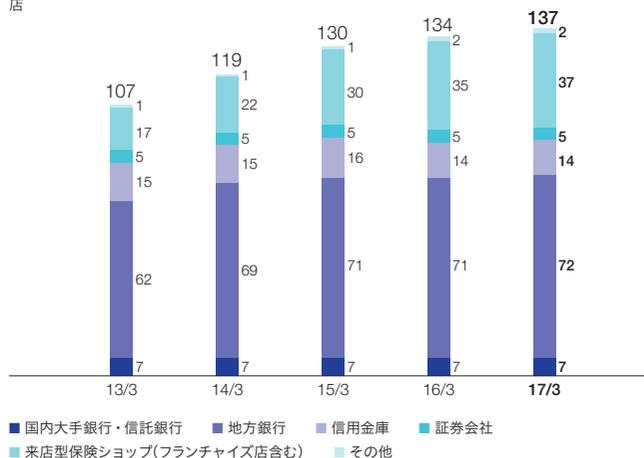
【主な商品の発売・リニューアル】

2016年8月	「家計にやさしい収入保障」リニューアル 「働くあなたにやさしい保険」リニューアル
2016年11月	「目標値到達時終身保険移行特約」取扱い開始 「介護年金支払移行特約」取扱い開始
2017年2月	「家計にやさしい終身医療」販売開始
2017年5月	「生涯プレミアムジャパン4」販売開始 「生涯プレミアムワールド4」販売開始

◆ MCEV
億円



◆ 提携代理店数
店



これらの商品提供などを通じ、金融機関、来店型保険ショップの開拓に努めたことにより、お客さまとの窓口となる取扱代理店が増加し、2016年度末現在、合計137の金融機関等と代理店委託契約を締結しています。

今後の成長に向けて

中計2年目にあたる2018年3月期は、引き続き「商品ラインアップの多様化」「代理店販売網の拡大」「お客さまサービスの向上」により、乗合代理店市場においてお客さまや代理店から選ばれる会社となることを目指し、新契約高とEVの増大を推進します。

具体的には、一時払商品については、「生涯プレミアムジャパン4」および「生涯プレミアムワールド4」の相乗効果により、前期からの巻き返しを図っていきます。平準払商品については、「家計にやさしい収入保障」および「家計にやさしい終身医療」の代理店開拓および商品浸透を推進し、第一分野と第三分野の真の複線化の実現を目指します。

また、さらなるお客さまニーズにお応えする商品の開発に取り組んでいくほか、高齢者向けサービスの向上などを図り、お客さま本位の業務運営を徹底してまいります。

◆主な商品のラインアップ

	生涯プレミアムシリーズ
一時払商品	<p>生涯プレミアムジャパン4 [無配当終身保険(積立利率更改・II型)]</p>
	<p>生涯プレミアムワールド4 [無配当外国為替連動型終身保険(積立利率更改・通貨選択IV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・フロー型の一時的終身保険のシリーズ ・「生涯プレミアム・ジャパン4」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4」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
平準払商品	<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・II型)]</p>
	<p>家族をつなぐ終身保険 [無配当特別終身保険(I型)]</p>
	<p>働くあなたにやさしい保険 [無配当特定疾病収入保障保険(無解約払戻金・II型)]</p>
	<p>家計にやさしい終身医療 [無配当終身医療保険(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>主な特長:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2つのプランから選べる終身保険。「基本プラン」は契約当初より死亡保障が確保でき、「簡単プラン」は契約当初の保険金額を抑制し簡単な告知で加入可能 ・死亡保障の確保と同時に、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応えることが可能な取扱いを備えた商品 	
<p>主な特長:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特定疾病(がん・急性心筋梗塞・脳卒中)による所定の状態に該当した場合に年金をお支払い(有期年金もしくはは確定年金から選択) ・死亡保障をなくし、生前給付保障に特化しているため、お客さまのニーズに合わせた必要な生活費を準備することが可能 	
<p>主な特長:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・タバコを吸わない方の保険料を割り引き、日帰り入院・外来手術から保障するシンプルな医療保険 ・医療行為の実情に即した保障を提供できるよう、短期入院、生活習慣病、先進医療などの特約・特則も取り揃える 	

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。

通期業績指標の見通し

2018年3月期

▶ 実質営業収益※ **30億円**

※ 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」に基づく差別化戦略と、「フィデューシャリー・デューティー」に基づく顧客志向の経営を戦略方針とし、一層の競争力強化を図る
- ▶ 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、幅広い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

事業概況と中期経営計画の進捗状況

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。

現中期経営計画では、戦略方針「Make a Difference」に基づく運用力・商品企画力の差別化により一層の競争力強化を図っています。

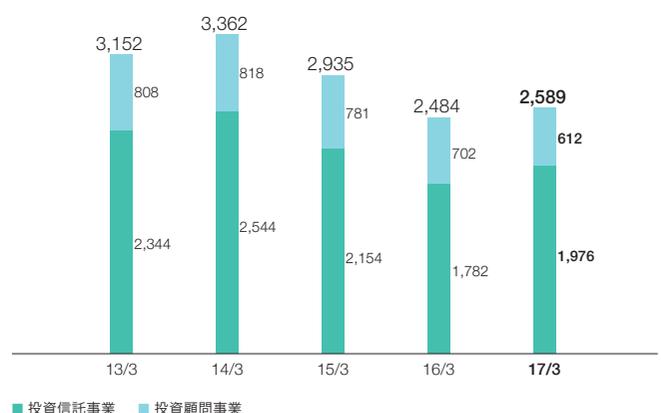
2017年3月期は、私募投信を中心に運用資産残高が好調に拡大し、投資信託運用資産残高は、前期末より4,506億円増加し、1兆640億円となりました。

収益面においては、運用資産残高の増加により実質営業収益が25億円と、4.2%の増加となりました。

今後も、T&D保険グループのアセットマネジメント会社として、グループの生命保険会社の資産運用と外部のお客さまの資産運用を事業の2本柱として取り組んでまいります。

◇(事業別)実質営業収益の推移

百万円





西田 正統
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。

通期業績指標の見通し

2018年3月期

- ▶ 保有契約件数 122,500件
- ▶ 新契約件数 30,000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

事業概況と中期経営計画の進捗状況

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などを通じてペット保険を提供する会社です。

現中期経営計画では、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、チャンネルの複線化による営業基盤の強化に取り組み、業容の拡大と収益性の向上を図っています。

2017年3月期の新契約件数は、31,534件(前期30,985件)、保有契約件数は10万件突破の115,827件(前期末96,434件)と着実に増加しました。

また、順調な契約業績を反映し、正味収入保険料は、前年より6億円増加し、35億円となりました。

今後も需要拡大が見込まれるペット保険市場において、安定的・持続的な成長を実現するため、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とともに、競争力のある商品および充実したサービスを提供してまいります。

◆ 正味収入保険料(ペット保険)の推移

