

価値創造の軌跡

1885年 逓信省
(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



逓信省～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、無診査かつ簡易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。

- ▶ お客さま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）〉



2007年 かんぽ生命 (平成19年)

2007-2023

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*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



2023

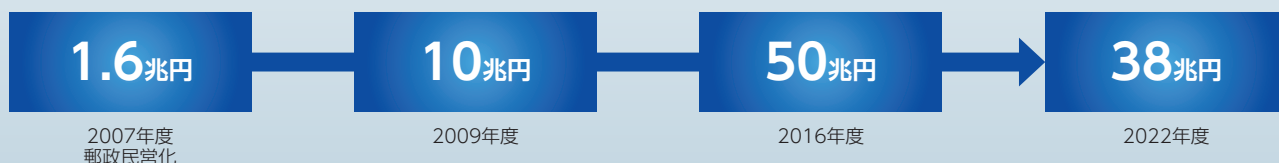
- ▶ 学資保険「はじめのかんぽ」の改定



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。

▶ お客さま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））



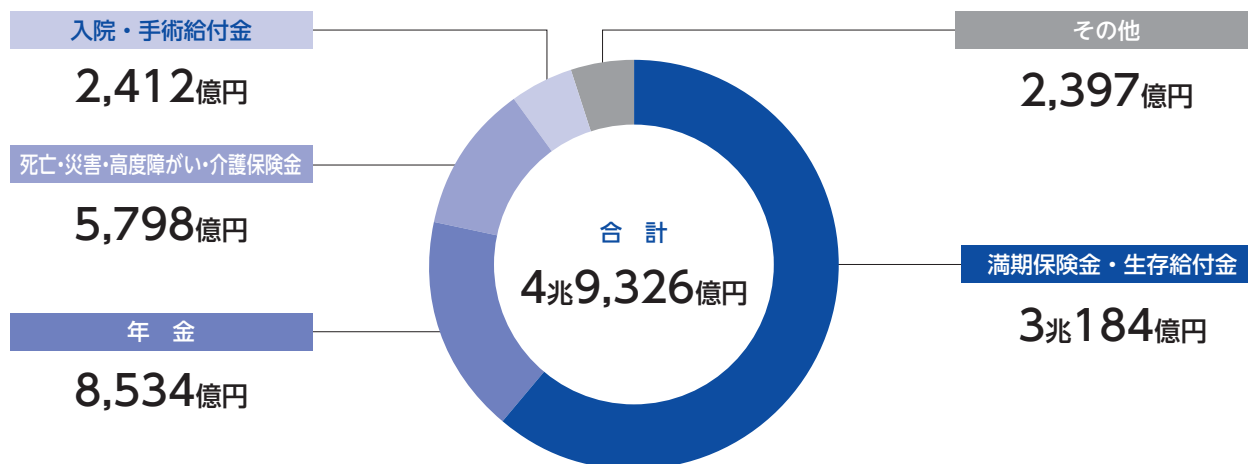
(注1) 2007年9月以前にご加入いただいた簡易生命保険契約については、別途、当社が郵政管理・支援機構から管理業務を受託しています。なお、2022年度末の簡易生命保険契約の保有契約高（保険）は、19兆円となっています。

(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（2022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。

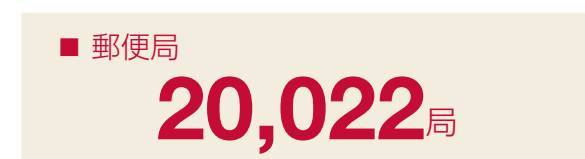
非常に大きな顧客基盤



(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、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



郵便局員の方に学資保険を勧めてもらい加入しました。加入後、主人が亡くなってしまったのですが保険料が払込免除となり、満期保険金も無事受け取ることができました。学資保険に加入して本当によかったです。

入院保険金請求のため病院の近くの郵便局を訪問した際、迅速で丁寧な対応をしていただきました。体調も悪く不安ななか、いたわりの言葉もかけていただき、安心しました。かんぽ生命に入っていて良かったです。



新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

新型コロナウイルス感染症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、2023年5月8日に感染症法上の位置づけが「5類感染症」となるまで以下の取り組みを実施しました。

- 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
- 新型コロナウイルス感染症により自宅療養や宿泊療養をされた場合の入院保険金の即時振込（翌営業日振込）のお取り扱い

▶ 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	2022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)	458億8,594万円 (15,257件)	641億9,032万円 (20,520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)	610億1,560万円 (1,493,752件)	673億1,042万円 (1,618,352件)

価値創造プロセス

当社は、生命保険事業を通じて、ステークホルダーの皆さまへの価値提供を目指しています。持続的に価値創造のサイクルを



循環させていくことで、中長期的な企業価値向上へ結び付けていきます。

社会的使命（パーパス）

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守りする

リテイ)

P.14

3

健康増進等による健康寿命の
延伸・Well-being向上



P.18

持続的な成長
企業風土への改革、
の土台

ニーズ

生活環境

- パーソナライズ志向の高まり
- 医療サービスの変化、健康増進への関心
- デジタルの進展/お客さまの行動変化

OUTCOME

2025年度目標

社会・関係資本

- お客さま満足度 **90%以上**
- NPS® **業界上位水準**
- 保有契約件数(個人保険) **2,000万件以上**
- 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**
- 温室効果ガス排出量(2019年度比)
(2030年度目標) **46%削減**

財務資本

- 連結当期純利益 **910億円**
- 1株当たり配当額(DPS)
中計期間中
原則減配はせず、増配を目指す
- EV成長率 (RoEV) **6~8%成長**

人的・知的資本

- ES (エンゲージメントスコア) 調査結果 **B**
- 育児休業取得率 **男女とも100%**
- 障がい者雇用率(日本郵政グループ全体) **2.5%**
- 本社における女性管理者比率(2030年度目標) **30%**

IMPACT

ステークホルダーに
与える提供価値



お客さま

感動いただけるサービスを提供し、お客さまの人生をお守りする



地域・社会

持続可能な社会の実現に貢献する



株主・投資家

持続的な企業価値の向上による株主リターンを充実させる



従業員

一人ひとりがやりがいを感じながら働ける環境を実現する

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。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、このマテリアリティは2021年3月に決定したのですが、外部環境の変化などをふまえ、必要に応じて今後見直しを行っていきます。

マテリアリティ特定プロセス

STEP 1 当社事業に関連する社会課題の抽出

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。



1.4 基礎的保険サービスの提供	3.3 感染症拡大防止への貢献	3.4 健康増進を通じたリスク予防
3.4 健康経営	3.8 ユニバーサル・ヘルス・カバレッジへの貢献	4.4 人材育成
4.7 健康・金融リテラシー	5.4 育児・介護等と仕事の両立支援	5.5 女性管理者比率の向上
5.b テレワークの推進	5.c 女性活躍支援	7.2 再生可能エネルギーの活用
7.3 エネルギー効率の改善	7.a クリーンエネルギーへの投資	8.5 企業風土改革・働き方改革
8.8 障がい者雇用促進	8.8 安心・安全な労働環境	8.10 顧客アクセスの促進
9.4 CO ₂ 削減への取り組み	9.5 イノベーション・調査・研究の推進	10.2 ダイバーシティの推進
10.3 ビジネスと人権の推進	11.1 11.4 地域社会への貢献	11.6 廃棄物の適切な処理(清掃ボランティア)
12.5 資源のリサイクル	12.6 持続可能性に関する情報の開示	13.2 気候変動への対応
13.3 気候変動に関する教育	14.1 海洋汚染の防止	15.4 自然資本・生物多様性への取り組み
16.1 反社会的勢力の排除	16.3 コンプライアンスの徹底	16.4 マネー・ローンダリング等の排除
16.5 腐敗防止	16.6 16.7 コーポレートガバナンス	17.17 地方公共団体・地域社会との連携
ALL ESG投資の推進		

(注) それぞれの社会課題に付している番号は、関連するSDGsの169のターゲットの番号です。

STEP 2 優先度の高い社会課題の特定

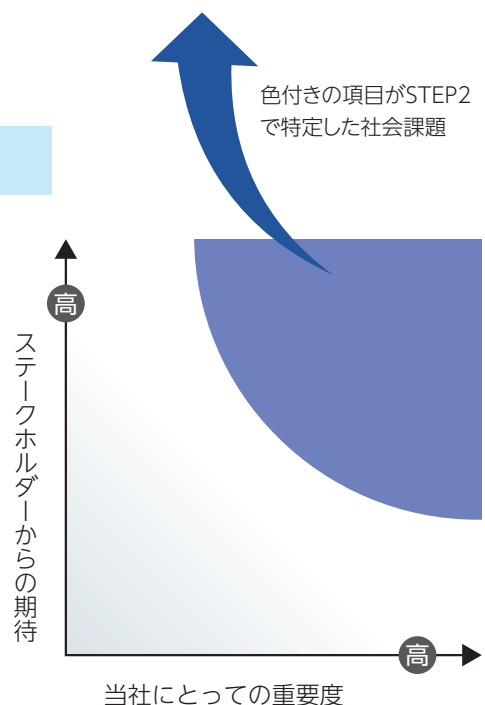
STEP1で抽出した社会課題を「当社にとっての重要度（戦略的 重要性）」と「ステークホルダーからの期待」の2軸で優先順位をつけて、優先度の高い社会課題を特定しました。

当社にとっての重要度（戦略的 重要性）

当社の経営理念、社会的使命（パーパス）および中期経営計画（2021年度～2025年度）の基本方針をふまえ、選定

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（次表参照）をふまえ、選定



【参考】各ステークホルダーからの期待（一部抜粋）

お客さま	投資家
<ul style="list-style-type: none"> ●基礎的保険サービスの提供 ●新しい商品・サービスの提供 ●身近な郵便局を通じたサービスの提供 ●適正な商品販売 	<ul style="list-style-type: none"> ●新しい商品・サービスの提供 ●健康増進への取り組み ●ESG投資の推進 ●気候変動の対応、生物多様性への取り組み
社員・地域社会	国際社会
<ul style="list-style-type: none"> ●長時間労働の是正、ESの向上 ●ダイバーシティの推進 ●地域密着の郵便局ネットワークを通じた商品・サービスの提供 ●ラジオ体操の普及などを通じた健康増進への取り組みの強化 	<ul style="list-style-type: none"> ●感染症対策、ユニバーサル・ヘルス・カバレッジの推進 ●2050年までにカーボンニュートラルの実現 ●ESG投資の推進 ●ディーセント・ワークの実現

STEP3 マテリアリティの決定

STEP2で特定した優先度の高い社会課題を、以下の5つのマテリアリティとして整理し、サステナビリティ委員会および経営会議で協議・決定、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)	STEP2で特定した優先度の高い社会課題	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	1.4 基礎的保険サービスの提供		<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●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 ●あらゆる世代の保障ニーズに応える商品開発
	8.10 顧客アクセスの促進		
	9.5 イノベーション・調査・研究の推進		
地域と社会の発展・環境保護への貢献	9.4 CO ₂ 削減への取り組み		<ul style="list-style-type: none"> ●カーボンニュートラルに向けた取り組み ●TCFD提言に沿った取り組みの実施 ●ESG投資の推進
	11.1 11.4 地域社会への貢献		
	13.2 気候変動への対応		
	ALL ESG投資の推進		
健康増進等による健康寿命の延伸・Well-being向上	3.3 感染症拡大防止への貢献		<ul style="list-style-type: none"> ●ラジオ体操の普及促進 ●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 ●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 ●ESG投資の推進 ●新型コロナウイルス感染症の感染拡大への対応
	3.4 健康増進を通じたリスク予防		
	ALL ESG投資の推進		
社員一人ひとりが生き生きと活躍できる環境の確立	4.4 人材育成		<ul style="list-style-type: none"> ●企業風土改革・働き方改革 ●人材育成、人材活用の強化 ●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）
	5.4 育児・介護等と仕事の両立支援		
	5.5 女性管理者比率の向上		
	5.c 女性活躍支援		
	8.5 企業風土改革・働き方改革		
	8.8 障がい者雇用促進		
10.2 ダイバーシティの推進			
社会的使命を支えるコーポレートガバナンス	16.3 コンプライアンスの徹底		<ul style="list-style-type: none"> ●お客さまからの信頼回復 ●コンプライアンスの徹底 ●コーポレートガバナンスの強化
	16.6 16.7 コーポレートガバナンス		

(注) 17色のカラーホイールは、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。

マテリアリティごとの目指すべき姿および進捗状況

当社では、各マテリアリティに関連したサステナビリティ実施計画を策定し、「目指すべき姿」およびKPIを定め、各種取りサステナビリティ実施計画は、サステナビリティ委員会で進捗等の報告を行い、経営会議や取締役会にも適時報告を行って

マテリアリティ	サステナビリティ実施計画で定める目指すべき姿	KPI
<p>郵便局ネットワーク等を通じた保険サービスの提供</p> 	<p>お客さまからの期待を把握し、その体現等によるお客さま体験価値（CX）の向上により、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守り続ける</p>	<p>お客さま満足度 (注1) 2025年度目標：90%以上</p> <p>NPS® (注2) 2025年度目標：業界上位水準</p> <p>非常時にあるお客さまへの対応を速やかに実施 (通年目標)</p>
<p>地域と社会の発展・環境保護への貢献</p> 	<p>ESG促進や人権尊重など、社会へ貢献する活動を通じて、地域住民や国際社会から信頼され続ける企業を目指す</p> <p>CO₂削減など環境に配慮した活動を通じて、2050年カーボンニュートラルや地球環境に優しい社会の実現に貢献する</p>	<p>社会貢献活動への取り組みを実施 (通年目標)</p> <p>温室効果ガス排出量 (Scope1,2) 2030年度目標：46%削減(2019年度比) 2050年目標：カーボンニュートラル</p> <p>投融資先再生可能エネルギー施設の総発電出力 2021年度～2025年度目標：150万kW (当社持ち分換算後、投融資先再生可能エネルギー施設から出力される電力に限る)</p>
<p>健康増進等による健康寿命の延伸・Well-being向上</p> 	<p>健康増進等による健康寿命の延伸やWell-being向上などの社会課題を解決することで、持続的な企業価値の向上を実現し、業界随一の健康サポート企業としての地位を確立する</p>	<p>当社がラジオ体操の実施主体であることの認知度 2023年度目標：25%</p>
<p>社員一人ひとりが生き生きと活躍できる環境の確立</p> 	<p>社員一人ひとりのエンゲージメントを高め、会社とともに成長する風土を醸成する</p> <p>性別に関係なく、活躍できる職場環境を通常とする</p> <p>育児・介護と仕事を両立し、活躍できる職場環境を通常とする</p> <p>障がいのある方の就労能力を正しく評価し、就業機会を提供する</p>	<p>ES (エンゲージメントスコア) 調査結果 (注5) 2025年度目標：B</p> <p>本社における女性管理者比率 2030年度目標：30%</p> <p>育児休業取得率 2025年度目標：男女ともに100%</p> <p>障がい者雇用率(日本郵政グループ全体) (注6) 2025年度目標：2.5%</p>
<p>社会的使命を支えるコーポレートガバナンス</p> 	<p>コンプライアンス・プログラムに基づく取り組みの実施により、ガバナンスを強化する</p>	<p>コンプライアンス・プログラムに基づく取り組みの実施 (通年目標)</p>

(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(現NICE Systems,Inc)の登録商標です。

(注3) NTTコム オンライン社「NPS®ベンチマーク調査 生命保険部門 (2021・2022)」

(注4) 2022年度実績は集計中のため、2021年度実績を記載しています。

(注5) 当社の社員が、仕事内容・職場環境・人間関係・福利厚生などについてどの程度満足しているかを、株式会社リンクアンドモチベーションが提供する「モチベーションクラウド」により評

(注6) 各年度6月1日現在の日本郵政グループ(日本郵政株式会社・ゆうせいチャレンジ株式会社・日本郵便株式会社・株式会社ゆうちょ銀行・株式会社かんぽ生命保険・日本郵政スタッフ株

を採用しているため、日本郵政グループ全体の障がい者雇用率を目標としています。

組みを進めています。

います。(サステナビリティ推進体制は、P36をご覧ください。)

実績		2022年度評価・今後の取り組み
2021年度 78%	2022年度 79%	評価・業界内ポジションともに向上しているが、目標には達していない。お客さま担当制（2022年4月導入）をきっかけにリアルとデジタルの活用で接点を増やし、「かんぽ生命に入っていてよかった」と感じていただける体験を提供していく。
2021年度、2022年度 業界上位未達 【参考】NPS®ベンチマーク調査（注3） 2021年度 ▲62.3	2022年度 ▲55.1	
2022年度 災害時および新型コロナウイルス感染症拡大時に一部必要書類の省略などの非常取扱いを実施		災害時および新型コロナウイルス感染症拡大時に、非常取扱いを速やかに実施。今後も、災害の発生時などに非常取扱いを速やかに実施していく。
2022年度 小学生向け金融教育の試行実施、パラスポーツの車いすテニスおよびボッチャの支援やボランティア活動の実施		2022年度、小学生向け金融教育の試行実施やパラスポーツのボッチャの支援を開始。引き続き、各種の社会貢献活動を推進していく。
2020年度 7.8%削減	2021年度 21.5%削減（注4）	大型施設で使用する電力の再生可能エネルギー化などにより、温室効果ガス排出量は計画どおり削減。また、業務用車両の更改にあたっては、引き続きハイブリッドカーなどエコカーへの切り替えを推進していく。
2021年度 75.0万kW	2022年度 95.3万kW (速報値)	海外を中心に再生可能エネルギー施設への投融資が進捗し、総発電出力は概ね計画どおりに増加。中期経営計画の目標値達成に向けた総発電出力の積み上げと収益確保とを両立すべく、今後も運用会社と連携を取りながら投融資を進めていく。
2021年度 18.2%	2022年度 21.4%	目標には到達していないものの、認知度は上昇傾向。引き続き、巡回ラジオ体操会など対面でのイベントの実施と、デジタル技術を活用したラジオ体操の実施機会の拡大などで、認知度向上を目指す。
2021年度 CCC	2022年度 C	2022年度の新しいかんぽ営業体制移行により、全社員の半数相当が新たに当社社員となったことに伴い、会社全体としての一体感の醸成に課題も見られる。引き続き、社長からの情報発信や経営層と社員との直接対話など、社内コミュニケーション活性化に取り組んでいく。
2022年4月1日現在 13.9%	2023年4月1日現在 15.5%	2022年度は次期管理職層向け研修の実施など、女性活躍推進施策を展開したが、目標達成のためにはさらなる取り組みの強化・検討が必要。今後も管理職候補層の女性社員へ向けたキャリア形成の支援につながる研修などを実施する他、多くの女性社員が活躍できる職場環境の整備などを推進していく。
2021年度 女性 100.0% 男性 92.7%	2022年度 女性 100.0% 男性 96.9%	両立支援セミナーの実施など、継続した取り組みの結果、全社の理解浸透が図られ、順調に推移。今後も職場復帰プログラムの実施状況の把握・確認や両立支援理解促進のためのセミナーなどを実施することで、育児休業を取得しやすい、また、円滑に職場復帰しやすい風土を醸成していく。
2021年度 2.35%	2022年度 2.42%	2022年度は、障がいのある社員との個別面談や座談会の実施、相談窓口の設置などにより、雇用定着を図りつつ、事務サポート業務に加え、社員向けのカフェ運営を開始し、雇用拡大を実現した。2023年度も引き続き、雇用の定着と拡大を図り、障がいのある社員が明るく生き生きと活躍できる環境を整備していく。
2022年度 コンプライアンス・プログラムに基づく取り組みを予定どおり実施		2022年度に引き続き、2023年度コンプライアンス・プログラムは、当社固有のリスクおよびリスクに対応する態勢の評価に基づき重点的に取り組むべき事項の選定を行って策定。2023年度もコンプライアンス・プログラムに沿った取り組みを推進していく。

価するものです。Cは全11段階中上位から9段階目、CCCは上位から7段階目、Bは上位から6段階目の評価です。（調査方法：外部サイトからの回答によるもの）

式会社を含む)の全社員(期間雇用社員等を含み、派遣社員を除く)のうち、障がいのある社員の割合です。当社では、障がい者雇用率の算定において障害者雇用促進法に基づくグループ適用

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^(注1)）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.20
	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.21～P.27
持続的成長	お客さま体験価値の向上	・お客さま体験価値(CX ^(注2))を最優先とするサービス提供体制を構築する	P.28～P.35
	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.36～P.47

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.48～P.52
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.53～P.73

(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）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）とも深く結びついており、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。

中期経営計画 (2021年度～2025年度) の基本方針	優先的に取り組む社会課題（マテリアリティ）				
	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	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
信頼回復に向けた取り組みの継続	●			○	●
事業基盤の強化	●			○	○
お客さま体験価値の向上	●			○	○
ESG経営の推進	●	●	●	●	●
企業風土改革・働き方改革	○			●	○
ガバナンスの強化・資本政策	○				●

(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。

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	2022年度実績
お客さま満足度 ^(注1)	90%以上を目指す	79%
NPS® ^(注2)	業界上位水準を目指す	業界上位水準未達 【参考】NPS®ベンチマーク調査 ^(注3) NPS®：▲55.1
保有契約件数（個人保険）	2,000万件以上	2,098万件
連結当期純利益	910億円 (2023年度780億円)	976億円
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	92円
EV成長率(RoEV)	6～8%成長を目指す ^(注4)	3.1%

ESG目標	目標	実績
温室効果ガス排出量	2030年度（対2019年度比） 46%削減 ^(注5、6) ▼ 2050年 カーボンニュートラルの 実現を目指す	21.5%削減 (2021年度実績)
女性管理者比率	2030年度 本社における 女性管理者比率 30% ^(注7)	15.5% (2023年4月1日現在)

(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、サトメトリクス・システムズ（現NICE Systems, Inc.）の登録商標です。
 (注3) NTTコム オンライン社「NPS®ベンチマーク調査 生命保険部門（2022）」
 (注4) EVの変動要因から「経済前提と実績の差異」を除いた値。
 (注5) 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6) 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7) 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。

TOPICS：社員全員の日々の考え・判断・行動の“拠り所”

当社が持続的に発展・成長していくためには、社員一人ひとりがそれぞれの立場でなすべきことを常に自問自答しながら取り組むことが重要であり、経営理念はそのために必要な全社共通の価値観です。その経営理念を社員一人ひとりが自分ごと化して行動変革を起こせるよう、その理念を具体化し、社員の行動へとつなぐ言葉として“拠り所”を策定しました。

全役員・社員がこの“拠り所”に基づき、日々考え、主体的に行動することで、企業の力を高めていきます。

経営理念 <small>かんぽ生命が目指す理想の姿 具体化</small>	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。
社員全員の 日々の考え ・判断・行動の “拠り所”	<ul style="list-style-type: none"> ①「あなたがいてくれてよかった、ありがとう」、それが私たちの存在価値です。 私たちは、お客さまが不安な時、支えてほしい時にこそ、お客さまから頼られる存在となります。 ②私たちは、すべての人生をいつでも守り続けるために、企業として発展、成長し、存続し続けます。 ③そのため、私たち一人一人が、日々、主体的に考え、動き、チャレンジします。