

【簡易保険の新契約】

年度	件数		保険料額		保険金額	
	万件	増加率 (%)	億円	増加率 (%)	億円	増加率 (%)
1992	956	9.3	1,473	15.6	242,683	14.1
1998	665	9.7	1,132	11.9	184,961	▲ 2.9
1999	592	▲11.0	1,018	▲10.1	158,017	▲14.6
2000	576	▲ 2.8	1,034	1.5	151,010	▲ 4.4
2001	519	▲ 9.8	905	▲12.4	149,290	▲ 1.1
2002	470	▲ 9.5	814	▲10.1	136,376	▲ 8.6

加入ニーズ等を踏まえ、生存保険金付養老保険、成人保険、財形年金養老保険及び特別夫婦年金保険並びに健康祝金付疾病入院特約及び健康祝金付疾病傷害入院特約を廃止する。

保険料の払込団体の規定の整備等をする。

第2節 経営方針

簡易保険は、日本郵政公社の発足より前から新契約の減少傾向が継続しており、これは、1992(平成4)年度をピークとしてからの長期のものであった。この減少傾向は公社の発足以降も更に続く想定していたが、簡易生命保険業務の経営の健全性を維持していくためには、収益構造からは、一定の新契約を確保して将来にわたる保険料収入を確保することが必要であり、年度の新契約の保険料額ベースで2002年度程度の800億円は確保する必要があると考えられた。このことを含め、2003年5月21日に公表したアクションプラン・フェーズ1は、簡易保険事業（簡易生命保険業務）については以下のようなものとした。

基礎的生活保障のベストサービス

～常にお客さまに最も信頼され、ファーストクラスのご満足をいただける簡易保険であり続ける～

《平成16年度》

	アクションプラン	(中期経営計画)
○ 保険料収入	: 12兆7,300億円	(12兆7,167億円)
○ 事業費	: 6,300億円	(6,411億円)
○ 事業費率	: 4.9%	(5.0%)
○ 資金量	: 118.8兆円	(118.8兆円)

注：事業費については、平成15・16年度の2年間で中期経営計画から310億円上乘せして削減

I サービス品質の向上、お客さまニーズへの対応

－保険市場の変化への対応と収益構造の改善－

郵便局では目標達成に向け積極的な営業活動とコンプライアンスの徹底に取り組む。支社では営業指導と進捗管理を徹底し、郵便局をサポート。本社ではお客さま満足の向上と低金利の長期化に対応した営業基盤の強化を図る。

(1) 新契約の確保 : 新契約保険料額 800億円以上

- (2) 失効解約の抑制：失効解約限度率 保険 3.6%
年金 2.3%
- (3) 保障性商品の販売強化：保障性商品の販売シェア4割
- (4) 特約付加率の向上：新契約特約付加率 90%以上

II 効率化の推進、生産性の向上

業務運営の効率化や物件費の更なる削減により、平成16年度の事業費6,300億円を目指す。

- (1) 人件費：集金事務の効率化、簡易保険事務センター業務の効率化等により抑制

〔参考〕職員数 4万3,800人(H15.4) → 4万2,500人(H17.3)

中期経営計画策定時の想定：4万2,900人(H17.3)

- (2) 物件費：調達コストの削減、施策の見直し等により、物件費を2年間合計で310億円上乗せして削減

〔参考〕中期経営計画3,400億円を3,100億円に縮減

- (3) 加入者福祉施設運営の効率化：部外委託の拡充、不採算施設の廃止

III 経営管理の高度化

- (1) 経営管理の強化
- (2) リスク管理の強化

簡易生命保険資金の運用については、第1期中期経営計画の項目としての運用計画では、基本方針は、公社の発足に伴い、金融商品の会計基準に基づく有価証券の保有目的区分（満期保有目的の債券、責任準備金対応債券及びその他有価証券）を設定するとともに、財投債の引受けについて財務省から協力要請があった場合には資金の状況等を踏まえ協力することとし、また、総務省令で定めるところにより地方公共団体に対する貸付けを行うこと以外は、総務大臣が2002年度までについて定めたものをおおむね踏襲した。計画に係る期間の資産構成は、総務大臣が定めていたものと同じ基本ポートフォリオに従う運用が望ましいとしつつも、価格変動準備金が積立限度額を大きく下回る見込みであるため、以下のとおりとした。

運用資産	国内債券	外国債券	国内株式	外国株式	短期運用
構成割合	75～95%	2～6%	2～6%	0～3%	1～10%

計画に係る期間の新規資金の運用見込額は、50兆4,687億円とした。

2005年3月16日に公表したアクションプラン・フェーズ2は、簡易保険事業（簡易生命保険業務）については、「事業理念」を「基礎的生活保障のベストサービス」を提供し、ファーストクラスのご満足をいただける簡易保険を目指す」として、それに向けた「基本戦略」を次ページに示すものとした。

事業ビジョン（目指すべき経営の方向性）

真に向サービス

- 「お客さま第一の経営」の実践
 - ・ CSの向上
 - ・ 信頼の確保（コンプライアンスの徹底）
- ファミリーバンク機能の充実
郵便貯金とともに、郵便局ネットワークを通じて、お客さまのライフステージに合わせたきめ細やかなコンサルティングを実施

健全な経営基盤

- 営業力・運用力の強化による堅固な財務基盤の構築
 - ・ 営業力・運用力の強化及び業務運営の効率化により収益性を高め、内部留保を充実
 - ・ お客さまの生活を長期にわたり保障するため、堅固な財務基盤を構築
- 個人生命保険分野における一定のシェア確保
 - ・ お客さまに最高のサービスを提供し、個人生命保険分野において中長期的に一定のシェア（保有保険金額10%以上）を確保
 - ・ 適切な経営管理・リスク管理の下で、質的な成長（企業価値、CS）を追求

明るい将来展望を持てる働きがいのある公社

- 働きやすい、やりがいのある職場作り
職員のモチベーションを高め、職員一人ひとりが能力を最大限に発揮

戦略ドメイン（市場、顧客、商品・サービス）

- お客さまに対する役割
郵便局の生命保険として、お客さまの基礎的生活を保障する「安心」を提供
- ターゲット市場
家庭市場 ⇒ 主婦層、高齢層を中心としたお客さま
職域市場 ⇒ 昼間在宅率の低い青壮年層を中心としたお客さま

新契約保険金額の加入年齢別シェア（15年度）

簡保 20歳代 17.5%、30歳代 16.3%、40歳代 15.4%、50歳代16.1%、60歳以上 11.2%

民保 20歳代 28.1%、30歳代 30.8%、40歳代 16.0%、50歳代 8.8%、60歳以上 2.7%

- 満たすべきお客さまニーズ
小口死亡保障、貯蓄代替・資産形成、入院保障等
- 主力商品
小口基本契約（保障性商品、貯蓄性商品）＋特約（疾病入院特約等）
※ お客さまの入院保障等へのニーズには特約で対応