

かんぽ生命保険の事業について



株式会社かんぽ生命保険
取締役兼代表執行役社長

植平光彦



平素より、(株)かんぽ生命保険をご愛顧、お引き立ていただき、心より御礼申し上げます。

日本郵政グループにおいては、お客さまが安全・安心で、快適で豊かな生活・人生を実現することをサポートする「トータル生活サポート企業グループ」を目指す、との方針の下、2018年度から2020年度までの新たな中期経営計画「日本郵政グループ中期経営計画2020」を2018年5月に公表いたしました。

(株)かんぽ生命保険では、経営理念「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。」の実現に向けて、「お客さま本位の業務運営の徹底」、「持続的な成長の実現」、「事業経営における健全性の確保」を経営の基本的な考え方に据えて、超低金利環境下における「販売・資産運用両面での収益向上」と、「保有契約年換算保険料の反転・成長」を目指します。

主な戦略としては、次のような取り組みを実行に移してまいります。

主要戦略

営業・商品戦略

- ・ 保障重視の販売を強化し、募集品質の向上に向けた総合対策を実施するなど、郵便局・かんぽ生命保険の営業スタイルの大転換を成し遂げて、成長していくことを目指します。

- ・ お客さま向けサービスとして健康増進サービスやご家族登録制度の展開を図るとともに、未加入者・青壮年層などの新たな顧客層の開拓や職域など新たなマーケットについても強化を図ります。
- ・ 第三分野などの新商品開発によって保障性商品の多様化を図り、新営業用携帯端末の導入や郵便局の渉外社員を増員することで、営業基盤の整備を図ります。

事務サービス戦略

- ・ デジタル技術を活用した請求手続きなどICT活用に加え、お客さま接点のマルチアクセス化によるサービス向上に取り組むとともに、サービスセンターでの帳票の電子化など事務の効率化を進めます。

資産運用戦略

- ・ ALMを基本としつつ、資産運用の多様化を推進するとともに、ERM(統合的リスク管理)の枠組みの下でのリスク管理の高度化に取り組み、財務の健全性を確保しつつ、収益性の向上を目指します。

経営基盤の強化

- ・ システム戦略として、システム開発の生産性向上を実現し、デジタル化に適應した次期オープン系システムを構築します。
- ・ ERMの考え方に基づき、財務の健全性維持と収益性の向上を図り、安定的な利益の確保、持続的な企業価値の向上を目指します。
- ・ 組織・人材戦略として、業務の標準化による人材育成を行うほか、働き方改革を推進して、社員一人ひとりがいつでもお客さまを第一に考えて行動し、その力を最大限に発揮できる環境を整えます。

(株)かんぽ生命保険としては、中期経営計画を着実に推進することにより、郵便局ネットワークとともに地域社会に貢献し、社員一丸となって、持続的な企業価値の向上に取り組んでまいります。

今後とも、一層のご愛顧とご支援を賜りますよう、よろしく願い申し上げます。

かんぽ生命保険（連結）

経常収益

2018年3月期

7兆9,529 億円

経常利益

2018年3月期

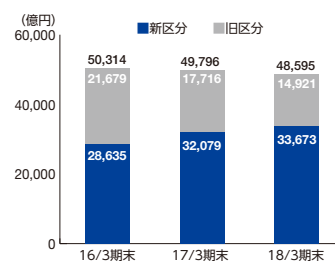
3,092 億円

2018年3月期の業績

連結損益の状況は、保有契約の減少等により、経常収益は7兆9,529億円（前期比7,064億円減）となりました。一方、資産運用費用の減少等により、経常利益は3,092億円（前期比294億円増）、親会社株主に帰属する当期純利益は1,044億円（前期比158億円増）となりました。

個人保険の保有契約は受再している簡易生命保険契約（保険）と合わせて、年換算保険料が4兆8,595億円となりました。

保有契約年換算保険料（個人保険）



※「新区分」は、かんぽ生命保険が引き受けた個人保険を示し、「旧区分」は独立行政法人郵便貯金・簡易生命保険管理機構から受再している簡易生命保険契約（保険）を示す。

2017年度の取り組み

商品開発

2017年10月に医療技術の進歩、低金利環境の継続、長寿化の進展といった環境の変化やお客さまニーズにお応えするため、入院時の初期費用や外来手術も保障対象とした医療特約、保険料払込期間中の解約等の解約返戻金を低く設定することにより保障内容はそのまま保険料の負担を抑えた終身保険及び長生きするほど年金受取総額が大きくなる年金保険の販売を開始しております。



営業力強化

かんぽつながる安心活動やライフプラン相談会、キャンペーン等の各種施策を通じて、より多くのお客さまとお会いする機会を増やす販売活動に取り組みました。

また、2017年10月の新商品の販売を推進するとともに、お客さまのライフプランやニーズに合わせたご提案を行うため、研修等を通じた販売スキルの向上に取り組みました。

その結果、普通終身保険・特別養老保険といった保障性の高い商品の販売は前年度を上回る実績を残すなど、保障性商品へのシフトを着実に進めることができました。

