

2024年4月1日

中期経営計画 2026「全緑前進 ～お客さまとともに、100周年とその先に向けて～」 について

大樹生命保険株式会社（代表取締役社長 吉村 俊哉、以下「当社」）は、2024年度からの3カ年を計画期間とする中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

記

I. 中期経営計画 2026 の位置付け

当社は、お客さま本位の業務運営を全ての戦略の前提に据えて策定・遂行した中期経営計画2023「つなぐ ～信頼を拡げ、未来を拓く～」の取組みにより、お客さま満足度は4年連続で向上し、お客さま本位に対する従業員意識も向上するなど、経営品質が大きく改善しました。

一方で、労働力人口の減少等、当社事業を取り巻く外部環境は今後も厳しさを増すことが見込まれており、前中期経営計画で改善した経営品質を前提として、中期経営計画 2026「全緑前進 ～お客さまとともに、100周年とその先に向けて～」では、2027年3月に迎える創業100周年とその先に向けて持続的な成長を果たすため、様々な取組を強化・変革をする3カ年（2024～2026年）として策定いたしました。

II. 中期経営計画 2026 の概要

中期経営計画 2026「全緑前進 ～お客さまとともに、100周年とその先に向けて～」では、「お客さまの“将来不安”を“安心”へ変え、多くのお客さまから必要とされ、選ばれ続ける会社」を目指し、お客さまや社会への「価値提供の強化」と、価値提供を支える「経営基盤の強化」を進めてまいります。

具体的には、「価値提供の強化」では、お客さまによりそい、信頼される営業職員の拡大と、一人ひとりのお客さまに合わせたご提案やアクセス手段の提供を通じて、高いお客さま満足度を伴ったお客さま数の拡大に取り組んでまいります。また、「経営基盤の強化」では、将来に亘って安定的に事業継続できる体制の実現に向けて、業務変革や人材育成、システム構造の見直しや財務力強化等に取り組んでまいります。

加えて、お客さま本位の業務運営およびサステナビリティ取組を推進してまいります。

具体的な内容については、別紙をご覧ください。

以上

中期経営計画2026 全緑前進

～お客さまとともに、100周年とその先に向けて～

大樹生命保険株式会社

2024年4月1日



大樹生命が大切にすること

ミッション

■ 大樹生命 経営理念

- ・ 社会の理解と信頼にこたえる経営を力強く推進し、国民生活の福祉向上に寄与する。
- ・ まごころと感謝の気持をもって、常に契約者に対する最善の奉仕に徹する。
- ・ 従業員の能力が最高に発揮できるようにつとめるとともに、その社会生活の安定向上をはかる。

ビジョン

■ 社名「大樹」に込めた想い

大地に根を張り、晴れの日も雨の日も、お客さまを守り、よりよい、多くの人が集まってくる保険会社になる。

バリュー

■ 大樹生命バリュー

- ・ 私たちは、常にお客さまの立場で考え、迅速・丁寧・誠実に行動します。
- ・ 私たちは、互いの個性を尊重し、助け合い、高め合い、成長します。
- ・ 私たちは、高い倫理観を持ち、よりよい社会の発展に向けて、挑戦し続けます。

中期経営計画2026について

Ⅱ. 中期経営計画2026の全体像

目指す姿と主要取組

【目指す姿】

商品・サービス

お客さまの“将来不安”を“安心”へ変え、
多くのお客さまから必要とされ、
選ばれ続ける会社

よりそうパートナー コンサルティング

【価値提供の強化】

価値提供力の強化

+

提供する価値の向上

+

価値提供先の拡大

【経営基盤の強化】

業務変革

人材育成・能力発揮

システム構造見直し

財務力強化

お客さま本位の業務運営・サステナビリティ取組

経営目標(2026年度末)

お客さま数の反転

新契約価値[※]の向上
[※]新契約が生み出す将来利益

基礎利益の向上

ESR[※]の向上
[※]経済価値ベース資本充足率

CO2排出量[※]の削減
[※]自社排出部分

Ⅲ. 価値提供の強化

お客さまによりそい、信頼される営業職員等を通じて、
お客さま一人ひとりに合わせたご提案を、より多くのお客さまにお届けします。

主な取組軸

中計2026の取組

目指す姿

価値提供力の強化

営業職員数の拡大

- ✓ 営業職員が長く働くことのできる環境の整備
- ✓ 来店運動を中心とした採用取組の推進

営業活動の変革

- ✓ 一人ひとりのお客さま状況に合わせた活動の徹底

お客さま接点の高度化

- ✓ 各種手続きのデジタル化、アクセス手段の拡充

提供する価値の向上

- ✓ お客さまニーズに沿った魅力的な商品等の提供

価値提供先の拡大

- ✓ 中小企業を中心とした訪問先の拡大や日本生命への商品供給の拡大を推進

- お客さまによりそい、信頼される営業職員の拡大
- 一人ひとりのお客さまに合わせたご提案やアクセス手段の提供



**高いお客さま満足度を
伴ったお客さま数の拡大**

IV. 経営基盤の強化 1. 業務変革

デジタルで出来ることはすべてデジタルに移行し、
人口減少の環境下でも**将来に亘って安定的に事業を継続できる体制**を目指します。

主な取組軸

中計2026の取組

将来目指す姿

業務変革・効率化

本社業務を中心とした業務変革等の推進

- ✓ デジタル等を活用した「業務変革・業務効率化」の優先順位を引き上げて取組を加速
- ✓ 各部主体の変革に加えて、外部の知見も活用

デジタルを積極的に活用し、
人口減少の環境下でも
**将来に亘って安定的に
事業継続**できる体制を構築

保険事務領域

バック事務効率化によるサステナブルな体制の構築

- ✓ AI-OCR※等によるお客さま情報のデジタル化およびバック事務の自動処理化の推進
- ✓ マイナンバーカードサービス活用等

“デジタル一気通貫”を
実現し、**人手処理と機械
処理の分担**を最適化

※AI技術を取り入れた手書き文章等を文字認識する機能

IV. 経営基盤の強化 2. 人材育成・能力発揮

お客さまに持続的に価値を提供する体制を支えるため、
多様性に富んだ人材の採用・育成や、個々の能力発揮の最大化に取り組めます。

主な取組軸

中計2026の取組

将来目指す姿

多様性に富んだ
人材確保・育成

従業員の多様な“個”の強化

- ✓採用育成の強化・複線化
- ✓多様な人材の活躍を支える制度・運行見直し
 - － シニア活躍、若手・女性管理職の育成・登用

能力発揮の最大化

従業員エンゲージメントの向上

- ✓健康経営・DE&I、“人の大樹”プロジェクトの推進
- ✓多様な働き方の推進などの働き方改革

- ・多様な個が能力発揮することで、**お客さまに持続的に価値を提供する体制**を構築
- ・デジタル化を進める中で、お客さまや社会への価値提供を支える領域へ人材をシフト

IV. 経営基盤の強化 3. システム構造見直し

デジタル活用による価値創造と業務変革を支えるため、
効率的なシステム構造への段階的な見直し(クラウド化・スリム化等)に取り組めます。

主な取組軸

中計2026の取組

将来目指す姿

情報活用基盤の整備

社内情報をより効率的に活用できる基盤

- ✓既存の社内インフラを段階的にクラウドサービスへ移行
- ✓生成AIの試行を通じて、業務効率化や生産性向上の活用を検討

次世代システム 基盤構築

将来のシステム環境を見据えた取組

- ✓クラウド環境との親和性の高い新たなセキュリティ基盤や、次世代型のデータセンターの移行準備に取組
- ✓デジタル化を推進するにあたっての阻害要因となる旧来のシステムの見直しを検討

ITコストの増加が見込まれる中でも、効率的なシステム構造へのシフトを進め、
デジタル活用した価値提供と業務効率化を支えるシステム基盤を構築

IV. 経営基盤の強化 4. 財務力強化

前中計では、リスク削減による健全性の向上を実現。
中計2026では**健全性を適正水準でコントロール**しつつ、経済価値資本の成長を目指します。

リスク選好

■ 健全性：安定的にESR125%

- ✓ お客さまニーズに沿った商品・サービスを提供し、長期に亘る保障責任を全うするため、引き続きESR水準の安定確保を志向。
- ✓ 上記の管理にあたり、現行会計上の純資産の確保を前提。

主な取組軸

適切な資産運用

中計2026の取組

ポートフォリオの健全性確保

- ✓ 商品特性に応じて、超長期債積増し等によるALM実施

長期的な運用収益力の向上

- ✓ 健全性を確保しつつ、社債やオルタナティブ投資等により利回り向上に取組

将来目指す姿

不透明な金融環境下でも、**資産運用を通じて保障を支え**、お客さまに安心を提供

V. お客様本位の業務運営

“お客様本位であること”を全ての業務運営の前提に位置づけ、
「お客様本位の業務運営に関する方針」に沿った取組を実行します。

お客様本位の業務運営に関する方針

1. あらゆる業務でのお客様本位の業務運営の実践
2. よりよい商品・サービスのご提供と、
お客様に相応しいコンサルティングの実施
3. 確実な保障責任の全う
4. 利益相反の適切な管理・コンプライアンスの遵守
5. お客様の声を活かす取組・結果の検証
6. 一人一人がお客様本位で行動するための取組

お客様本位に関する指標

お客様満足度の向上
(2023年度実績:92.5%※)

※お客様満足度調査の概要

- ・調査期間：2023年9月5日～9月25日
- ・調査対象：既契約者約1.4万名
- ・有効回答者数：約0.4万名
- ・お客様満足度は、「満足」「やや満足」「やや不満」「不満」の4択のうち、「満足」「やや満足」の割合

VI. CO2排出量削減 <サステナビリティ取組>

CO2排出量(自社排出)の削減に向けて、**再生エネルギーの導入を推進**するとともに、**全社横断的な取組を推進**します。

主要取組

アウトカム目標(2030年度末)

CO2排出削減 の加速

- ✓ 当社CO2排出量の1割超を占める保険事務の集約拠点(千葉県柏市)の使用電力をすべて再生エネルギーに切り替え

CO2排出量(自社排出)
2013年度比△51%削減

カーボン クレジットへの 投資

- ✓ カーボンクレジット市場の拡大に貢献し、社会全体の効率的・効果的な排出量削減に貢献するため、カーボンクレジットへの投資を準備

全社運動 の推進

- ✓ 1974年から50年続けている“苗木プレゼント”等の緑化推進策を全国で展開
- ✓ 対内的には、業務の見直しを通じた“紙削減”を推進



上記に加えて、保険商品・サービスの提供やESG投融資の実行等を通じて、様々な社会課題の解決に貢献していきます。

(参考) サステナビリティ経営の枠組み

私たちは、保険商品の提供等を通じて社会的な重要課題の解決に貢献していきます。



