

Who We Are

第一生命の「これまで」

社会課題の解決を通じて、 お客さまに「安心」を届けてきました

第一生命グループの歴史は、生命保険事業などを通じた社会課題解決への貢献の歴史です。創業以来、日本の発展のために乗り越えなければならなかった各時代の社会課題に向き合い、人々の生活に安心をご提供することで、日本の発展とともに、成長してきました。激変する事業環境のなかで、お客さまの一生のパートナーであり続けるために、そして社会から信頼され、必要とされる会社であり続けるために、第一生命グループは、絶えざる変革に挑戦しています。

1900年代～

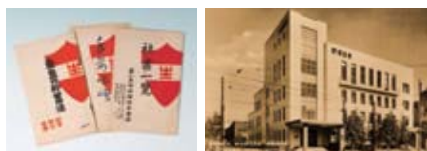
1950年代～

1902年
創業

未整備な社会において
生活の保障が社会ニーズに

戦後復興期における
自立再建と
インフラ整備が急務に

- 貯蓄性商品による
財産形成の補助
- 結核撲滅に向けた貢献



- 業容を拡大するなか、貯蓄性に優れた保険を日本全国で提供し、国民の財産形成を補助
- 当時日本で最も多い死因であった結核の予防・治療を目的に、「財団法人保生会」を設立

- 所得増大、核家族化を支える
保障性商品の普及
- 公衆衛生、循環器疾患・がん対策への貢献
- 投融資を通じて戦後の復興にも貢献



- 万一に備える保障性商品のご提供を通じ、戦後の家計の安定に貢献
- 公衆衛生への貢献や国民病（循環器疾患・がん）対策への貢献活動を開始
- 投融資を通じ、戦後復興を支えるインフラ整備、企業の成長を後押し



真っ直ぐに——創業以来の「お客さま第一主義」

私たちは、創業者矢野恒太が掲げた「お客さま第一主義」に基づき、「いちばん、人を考える」という想いを大切にしながら、お客さまや社会の課題に向き合い、これらの課題を解決することで自らも成長していく経営を絶えず目指してきました。

こうした信念は、グループの事業展開が日本から世界各国へと広がった今も、そして今後も変わることはありません。



創業者 矢野 恒太

2014年

最適な商品・サービスを
最適なチャネルでお届けする国内3生保体制を確立



1990年代～

高齢化社会の本格到来
社会保障制度への
ニーズの高まり

- 死亡保障に加え、医療・介護・老後などへの備えをご提供、高齢化社会の要請に対応



- 独自の「生涯設計」に基づく提案・フォローで、多様な人生設計の実現に貢献
- 大胆な提携戦略（損害保険、がん保険などでの提携）により「生涯設計」の付加価値を向上

2000年代～

価値観の多様化、科学技術の
進歩による新たなお客さまニーズ・
社会課題の発生

- 科学技術の進化なども活用した多様な商品・サービスのご提供を通じ、人々のQOL向上に貢献



- 健康などQOL向上を訴求する商品戦略、サービスを国内3ブランドで展開し、最適なチャネルでお届けする体制を確立
- お客さま・社会のニーズの変化を先取りするため異業種とのパートナーシップを拡大、科学技術の進化を活用した新たな価値提供も探求

安心の
最高峰を、
地域へ、世界へ



真っ先に——発揮し続ける「変革の精神」

第一生命グループの歴史は、お客さまや社会のために絶えず変革に挑戦してきた歴史でもあります。日本初の相互会社としての設立は、「お客さま第一主義」を実現するための当時の最適解を追求した選択でした。同様に、2010年の株式会社化やその後の持株会社体制移行も、「お客さま第一主義」を貫くために、時代に合わせて自らを変革してきました。2007年からは、お客さまニーズの多様化を先取りした国内マルチブランド展開を開始、さらに日本の生命保険会社としていち早く海外事業への展開を図るなど、変革に挑戦し続けています。



株式会社化・上場時セレモニー（2010年）



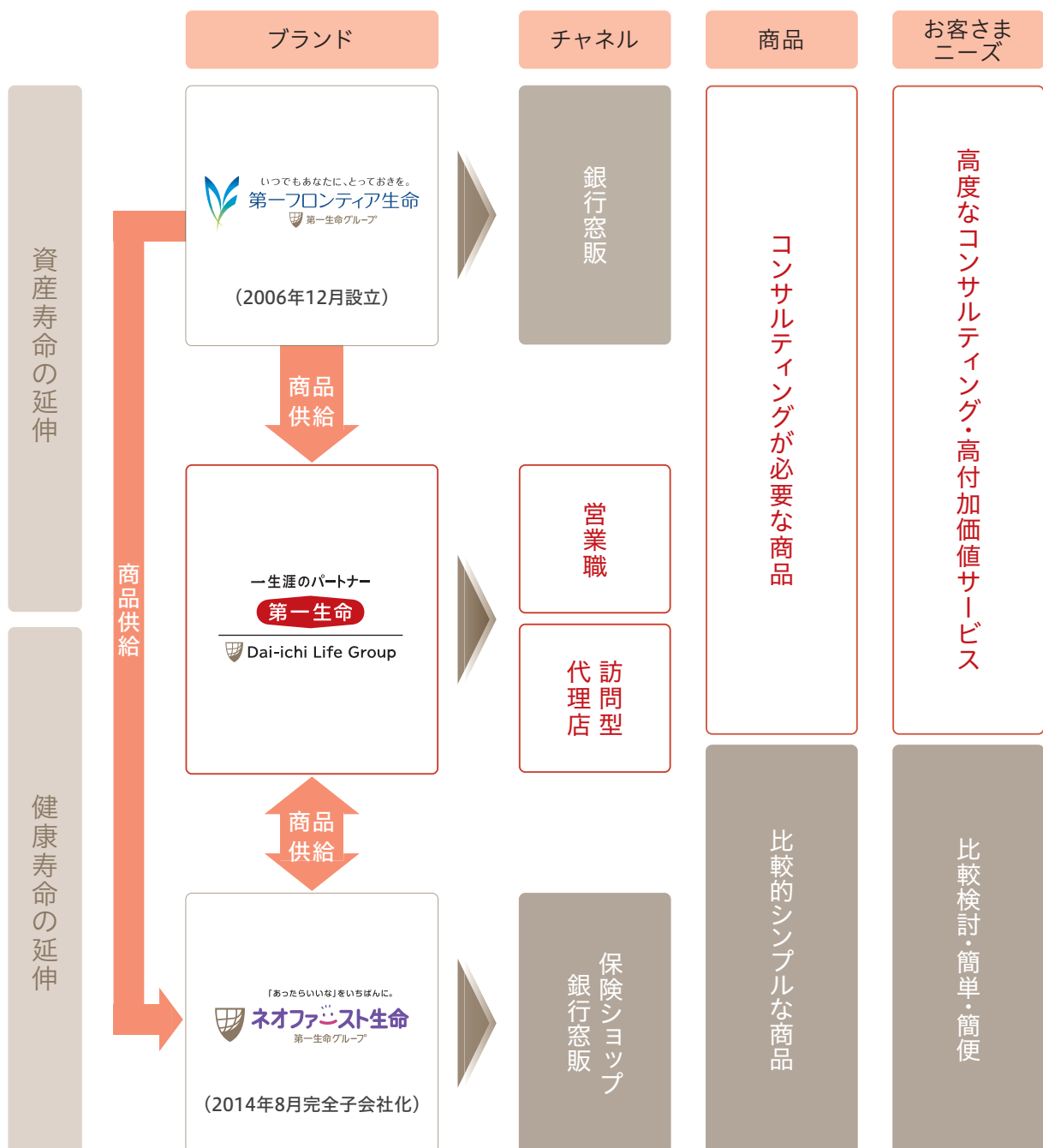
Who We Are

第一生命の「今」

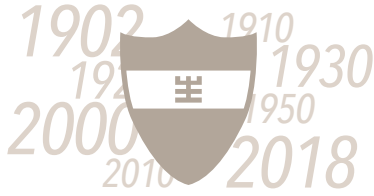
お客さま一人ひとりの ニーズにお応えするために

当社は、お客さま一人ひとりのニーズにお応えするため、適切な商品・サービスのご提供に努めています。
また、ご契約以降も、確実かつ迅速に保険金・給付金をお受け取りいただけるように、
定期的な訪問やコミュニケーションを大切にしています。
こうした取組みを通じて、多くのお客さまに「安心」をお届けしたいと考えています。

マルチブランド・マルチチャネル体制の構築



数字で見る第一生命



第一生命の歴史

117年

社員数

約 55,000名

生涯設計デザイナー

内勤職

約 44,000名 約 11,000名

総資産

約 36兆円

拠点数

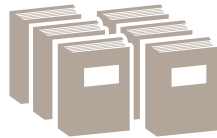
支社

営業オフィス

90拠点 1,258拠点

数字で見るお客さまとの接点

個人・法人のお客さまに向けた
幅広い商品ラインアップ



個人保険分野
新契約件数



約 12,000件/
1日当たり

コンタクトセンター
受電・発信件数



約 7,000件/
1日当たり

※1 損害保険は損害保険ジャパン日本興亜の商品を販売。

※2 がん保険はアフラックの商品を販売。

Who We Are

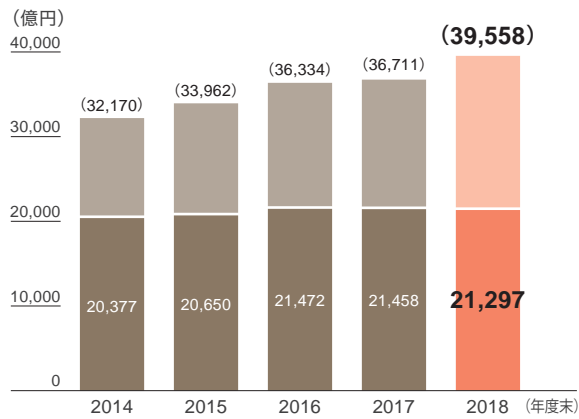
第一生命の「今」

業績ハイライト

■ 第一生命グループ ■ 第一生命保険

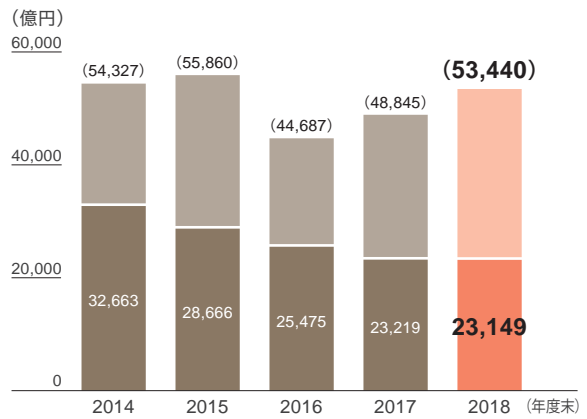
保有契約年換算保険料

2兆1,297億円(グループ:3兆9,558億円)



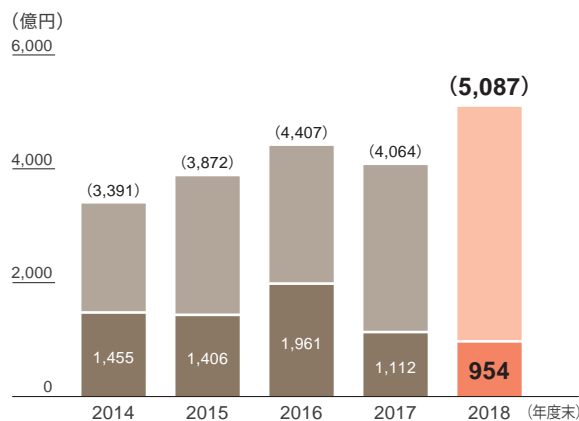
保険料等収入

2兆3,149億円(グループ:5兆3,440億円)



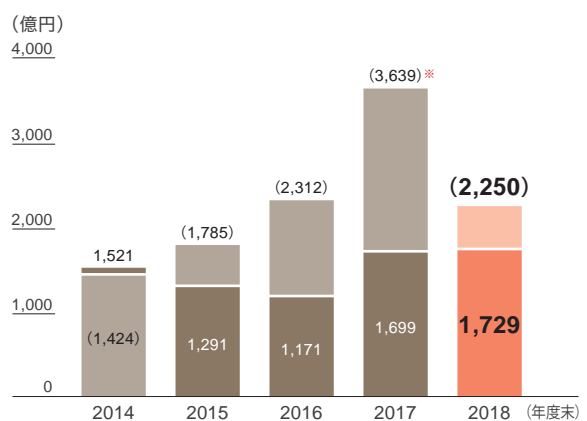
新契約年換算保険料

954億円(グループ:5,087億円)



当期純利益

1,729億円(グループ:2,250億円)

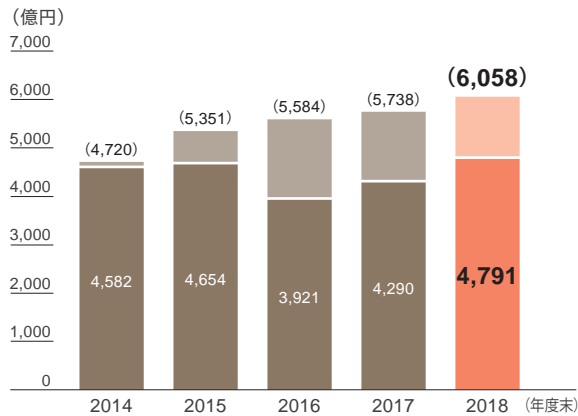


※ 2017年度は第一生命グループにおいて、米国法人税減税による一時的な利益を計上。

第一生命保険の実績には、第一生命保険の販売チャネルによる国内グループ会社(第一フロンティア生命およびネオファースト生命)商品の販売分は含まれていません。

基礎利益

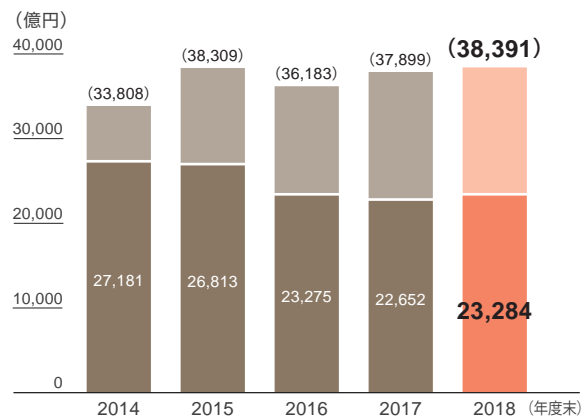
4,791 億円(グループ:6,058億円)



注 2017年度の開示から、マーケット・ヴァリュー・アジャストメントにかかる解約返戻金額変動の影響額および外貨建て保険契約にかかる市場為替レート変動の影響額に関して、基礎利益の算出方法を変更しています。(2016年度以前については、従来の基準による数値を記載しています。)

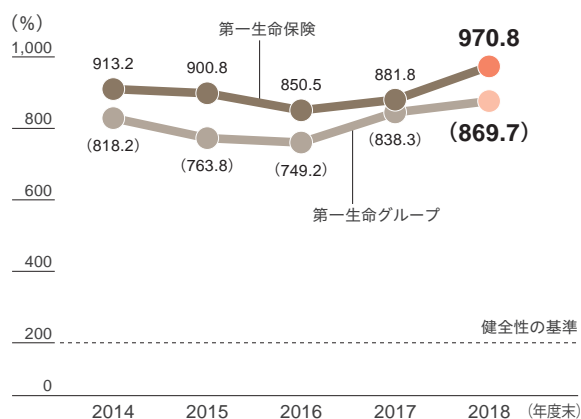
保険金等支払金

2兆3,284 億円(グループ:3兆8,391億円)



ソルベンシー・マージン比率

970.8%(グループ:869.7%)



●基礎利益とは

保険料等収入や保険金・事業費支払等の保険関係の収支と、利息および配当金等収入を中心とした運用関係の収支からなる、生命保険会社の基礎的な期間損益の状況を示す指標で、一般事業会社の営業利益に近いものです。

基礎利益は、契約者配当金の支払いや、財務健全性の強化を目的とした各種積立金の積立および法人税等の納付に充てられます。

●ソルベンシー・マージン比率とは

通常の予測を超えて発生するリスクに備えて「支払余力」をどの程度有しているかを示す行政監督上の指標の一つです。

ソルベンシー・マージン比率が200%以上であれば、健全性についての一つの基準を満たしていることを示しています。