2026

メットライフ生命の現状

ディスクロージャー資料

MetLife
メットライフ生命

Always with you,
building a more
confident future.

ともに歩んでゆく。
よりたしかな未来に向けて。



目　次

メットライフ生命の経営指針 …… 1
トップメッセージ …… 2
私たちの歩み …… 4
会社概要 …… 6

2026ハイライト

ブランドデザインを刷新 …… 8

お客さま

「お客さまの声」をもとに、次の行動へ …… 9
変化するニーズに応える商品開発の歩み …… 10
デジタルを活用したお客さま体験の向上 …… 13

社員

社員が生き生きと力を発揮できる環境 …… 14
技術と人がつながり、価値を生む …… 16
全国のお客さまに寄り添う、カスタマーサービス体制 …… 17

地域社会

豊かな地域社会の創造を目指して …… 18
意識の向上を見せる社員のボランティア活動 …… 20
メットライフとGlobal Citizen（グローバル・シチズン） …… 21

外部評価 …… 22

決算ハイライト

決算ハイライト …… 24
決算ハイライトQ&A …… 30

メットライフ生命の経営指針

Our purpose —
Always with you,
building a more confident future.

ともに歩んでゆく。
よりたしかな未来に向けて。

Our Value —

ともに成功する
チームをまたぐコラボレーションを実践し、多様な見方を活用します。

責任をもって行動する
目標にコミットし、自らに説明責任を課します。

インパクトを追求する
時間とリソースが、インパクトのあるものに投じられていることを確認します。

先を見据える
様々な可能性を予期し、変化に順応することで、未来に備えます。

メットライフ生命の取り組み
お客さまへの取り組み …… 34
社員への取り組み …… 68
地域社会への取り組み …… 72
コーポレートガバナンスの強化 …… 76
内部管理体制の強化 …… 78

沿革・組織図
沿革 …… 86
組織図 …… 88

データ編
データファイル …… 90
メットライフ生命の生命保険に関する制度 …… 149
生命保険協会「ディスクロージャー開示基準」項目索引 …… 151
営業拠点一覧 …… 153

情報開示について

メットライフ生命では、お客さまをはじめとするステークホルダーの皆さまに経営内容や財務状況を正しくご理解いただくために、ディスクロージャーの充実を重要な経営課題のひとつであると考え、積極的な情報提供に努めています。

保険業法第111条（業務及び財産の状況に関する説明書類の縦覧等）や一般社団法人生命保険協会の開示基準に基づき、本資料「メットライフ生命の現状―ディスクロージャー資料」を毎年発行し、経営方針、決算情報、財務状況などについてわかりやすい開示を心がけています。当社ホームページを通じて、スマートフォンやタブレット端末からもアクセスできるよう、さまざまな方法でデジタル閲覧の促進に取り組んでいます。

記載内容について

決算データは2026年3月31日現在の数値です。決算データ以外は、明示している場合を除き、2026年6月1日現在での情報を記載しています。

平素よりメットライフ生命をお引き立て賜り、厚く御礼申し上げます。

お客さまとともに紡ぐ軌跡

私たちは、米国での創業から158年、日本での事業開始から53年にわたりお客さま一人ひとりに寄り添い続けてきました。
時代や社会が変化する中でも「ともに歩んでゆく。よりたしかな未来に向けて。」というパーパスのもと、お客さまをすべての業務の中心に考え、安心をお届けする取り組みを続けています。パーパスに基づく意思決定や行動が、事業の成果を生み出し、その成果がさらにパーパスの実現を後押しする――この「好循環」が生まれることで、お客さま・社員・地域社会・株主といったステークホルダーすべてに対して価値をもたらし、企業としての持続的な成長と社会的価値創出が両立できると確信しています。
このような取り組みの積み重ねの結果、医療保険は発売50周年という節目を迎え、累計契約件数は1,000万件、保険金・給付金のお支払い総額は1兆7,000億円を超えました（2026年3月時点）。また、現在当社全体で約957万件の保険をお預かりしているという事実は、私たちが極めて大きな責任を託されていることを表しています。日本の社会とともに成長してきた企業としての重みを真摯に受け止め、お客さまとの一つひとつの約束を、これからも確実に、そして長期にわたり守り続けてまいります。

お客さまを起点とした経営戦略

経済・金融環境の変動性の高まりに加え、社会制度や枠組みの変化、そして長寿化の進展や働き方、家族のあり方の変化などにより、お客さまを取り巻く環境は、大きく様変わりしています。このような環境下では、将来への備えに関する選択や判断そのものが難しさを増しており、生命保険会社には、単に商品やサービスを提供する存在にとどまらず、人生のさまざまな局面に先立って信頼されるパートナーであり続けることが、これまで以上に求められています。

昨年策定した「New Frontier戦略」は、こうしたお客さまや社会の期待を出発点とし、責任ある成長と持続的な価値創出の両立を目指す中長期の経営の指針です。その中で、事業の成果だけでなく、お客さま体験の質や信頼性をいかに高められるかを、重要な判断軸として位置づけています。
具体的には、AIやテクノロジーを活用した各種お手続きプロセスの見直しや業務効率化を進めています。お客さまの負担を軽減するとともに、迅速な保険金・給付金等のお支払いを実現することで、必要なサポートを適切なタイミングで提供することを目指しています。同時に、幅広いお客さまをサポートするため、テクノロジーだけではなく人によるサポートも適切に組み合わせることで、対応品質の向上を図っています。
商品・サービスの開発や提供にあたっては、お客さまの生活や人生における実際の課題に向き合い、長期的な安心や将来への備えに対する自信につながるかどうかを重視しています。昨年度は、保障を重視した外貨建て・円建ての商品の発売や、資産形成ニーズに応える変額保険ラインナップの拡充を行いました。引き続き、お客さま一人ひとりの多様な人生やライフステージに寄り添えるソリューションを提供してまいります。

信頼は、日々の判断と行動の積み重ねによって形成されるものです。常に外部環境に目を向けながら、先を見据えて考え責任をもって行動することを、経営および業務の基盤となる価値観として大切にしています。こうした姿勢を一貫して実践し、誠実であることが、お客さまや社会から信頼される企業であり続けるための前提であり、持続的な事業運営につながるものだと考えています。

より良い体験と安心をお届けするために

お客さまの声に真摯に向き合い、期待を超える価値をお届けしたいという思いのもと、日々の業務改善や仕組みづくりに役職員一丸となって取り組んでいます。こうした取り組みは、すべてお客さまにより良い体験と安心をお届けすることを目指したものです。
これらは外部からも評価され、昨年は「UCDAアワード2025」において「企業総合賞・ゴールド」および「特別賞」を受賞したほか、「IT賞」において「IT優秀賞」を受賞しました。加えて、お客さまへの価値提供を支える基盤として、社員が働きやすく長く活躍できる環境づくりに取り組んできた結果、「2026年版 働きがいのある会社（Great Place To Work® Institute Japan）」にも選出されています。
これらの評価は、私たちの取り組みが一定の成果を上げていることの表れであると受け止めるとともに、次の改善へとつなげる励みとしています。

地域社会に信頼されるパートナーとして

保険事業を通じた社会的価値の創出に加え、地域社会への貢献を重要な経営責任と位置づけ、継続的な取り組みを推進しています。2025年には、社員によるボランティア活動が24,000時間を超え、金融リテラシー教育の支援や環境美化、文化支援など多様なプログラムを展開しました。また、自治体との連携強化を通じ、地域課題の解決に向けた社員一人ひとりの主体的な参画を促進しています。これらの取り組みは、私たちが信頼されるパートナーとして持続可能で包摂的な社会の実現に貢献するものであり、今後も長期的な視点で深化を図ってまいります。私たちに課せられた社会的責任を継続的に果たせるよう、役職員一丸となって、よりたしかな未来に向けて歩み続けてまいります。
今後とも一層のご支援とご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

トップメッセージ



代表執行役 会長 社長 最高経営責任者

ディルク・オスティン

私たちの歩み

米国で158年

1868年（明治元年）

1868
メトロポリタン生命保険*1として事業を開始

自転車で担当地区を回るメットライフの当時の販売員



1912年（大正元年）

1912
タイタニック号の犠牲者や家族のための支援活動を開始



1926年（昭和元年）

1925
ラジオ体操の起源はメットライフから



1989年（平成元年）

2010
世界有数の生命保険グループとして展開*2



1976
メットライフ財団設立

MetLife Foundation

2019年（令和元年）

2011
命名権を取得し**「メットライフ・スタジアム」**誕生



2024
米フォーチュン誌**「World's Best Workplaces 2024」**に選出

2025
5カ年経営計画「New Frontier戦略」を始動

2025年（令和7年）

2025
経済的変革と持続可能な地域社会づくりに向けてグローバル・シチズンと提携

MetLife × GLOBAL CITIZEN

2025
メットライフ・インベストメント・マネジメントがパインブリッジ・インベストメンツの買収を完了

MetLife Investment Management

2026年（令和8年）

2026
米フォーチュン誌「世界で最も称賛される企業」2026業界トップに選出

*1 メットライフの中核会社
*2 アメリカン・ライフ・インシュアランス・カンパニー（アリコ）の全株式を取得

日本で53年

1926年
（昭和元年）

1989年
（平成元年）

2019年
（令和元年）

2025年
（令和7年）

2026年
（令和8年）

1973
日本初の外資系生命保険会社として、営業を開始*3

2002
長崎に業務拠点を開設

2005
神戸ダイレクトリレーションシップセンター開設

2014
「メットライフ生命」にブランド名を変更

MetLife
メットライフ生命

2023
日本での営業開始から50周年



2025
日本フットサルリーグのタイトルパートナーに

MetLife
メットライフ生命

2025
2025年度「IT賞」にて「IT優秀賞」を初受賞

IT賞
Japan Institute of Information Technology
Information Technology Award

2025
2005年より発売を開始した一時払終身保険の契約件数が累計150万件に到達

2020年より発売を開始した変額保険「ライフインベストシリーズ」の契約件数が累計50万件に到達

2026
1976年より発売を開始した医療保険が50周年 / 累計契約件数が1,000万件超 / お支払い総額は1兆7,000億円に

2026
2026年版「働きがいのある会社」ランキング大規模部門第7位に選出

Best Workplaces
Great Place To Work.
JAPAN 2026

2025
保有契約件数
約**957.6**万件（個人保険・個人年金合計）

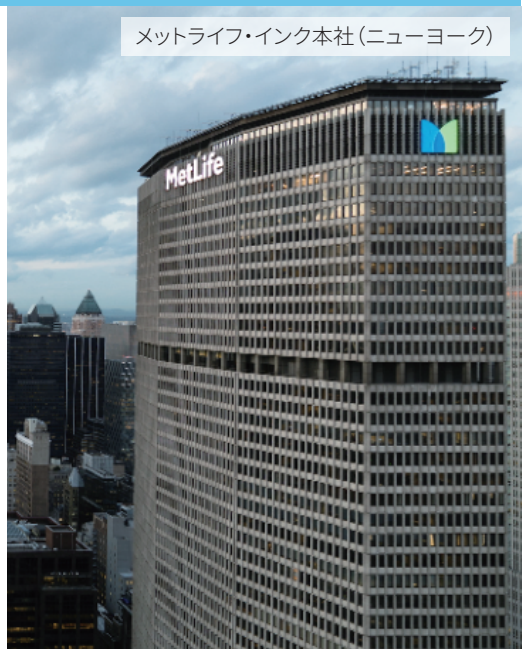
保険金・給付金などのお支払い状況（2025年度総計*）
約**145.1**万件　約**4,684**億円
＊総計には年金・満期金などを含みます。

＊3 アメリカン・ライフ・インシュアランス・カンパニー日本支店（アリコジャパン）として、営業を開始

会社概要

メットライフについて

メットライフは世界有数の生命保険グループ会社として、子会社および関連会社を通じて生命保険や年金、従業員福利厚生、資産運用サービスを提供し、個人・法人のお客さまとよりたしかな未来への礎を築いています。1868年に設立され、現在では世界40超の市場で事業を展開し、米国やアジア、中南米、ヨーロッパ、中東ではリーダーポジションを確立しています。



メットライフ・インク本社（ニューヨーク）

名称	メットライフ・インク（MetLife, Inc.）*1
設立	1868年3月24日 ※中核会社であるメトロポリタン・ライフ・インシュアランス・カンパニー（メトロポリタン生命保険）の設立
代表	社長兼最高経営責任者 ミシェル・A・ハラフ
所在地	アメリカ合衆国ニューヨーク州ニューヨーク市
総資産	7,451億ドル（2025年12月31日時点）
従業員数	約4万6,000名（全世界 2025年12月31日時点）

*1 メットライフ生命の最終株主です。
詳細はP.86「沿革」およびP.90「主要株主の状況」をご参照ください。

メットライフ生命について


東京本社（東京都千代田区）


長崎本社（長崎県長崎市）

名称	メットライフ生命保険株式会社
設立	1972年12月11日*2 （営業開始：1973年2月1日*3）
代表	代表執行役 会長 社長 最高経営責任者 ディルク・オステイン
所在地	東京都千代田区紀尾井町1番3号
資本金（資本準備金を含む）	2,226億円
総資産	15兆2,901億円（2026年3月31日時点）
保有契約件数	約957.6万件*4（2026年3月31日時点）
保険財務力格付け	AA-（2026年5月31日時点）*5 **詳細はP.32**
従業員数	8,599名（2026年3月31日時点）

※新規制に基づくソルベンシー・マージン比率（経済価値ベースのソルベンシー比率）は2026年10月までに公表を予定しています。

*2 日本人向け円貨建保険契約引受認可取得
*3 日本人向け営業開始
*4 個人保険・個人年金合計
*5 S&Pグローバル・レーティング・ジャパン株式会社による評価

2026ハイライト











ブランドデザインを刷新 8

お客さま

「お客さまの声」をもとに、次の行動へ 9
変化するニーズに応える商品開発の歩み 10
デジタルを活用したお客さま体験の向上 13

社員

社員が生き生きと力を発揮できる環境 14
技術と人がつながり、価値を生む 16
全国のお客さまに寄り添う、カスタマーサービス体制 17

地域社会

豊かな地域社会の創造を目指して 18
意識の向上を見せる社員のボランティア活動 20
メットライフと Global Citizen（グローバル・シチズン） 21

外部評価 22

明示している場合を除き、2026年6月1日現在での情報を記載しています。

ブランドデザインを刷新

― 体験価値を高め、より身近で信頼いただける存在へ ―



メットライフ生命は、中期経営計画「New Frontier戦略」のもと、グローバルブランド「メットライフ」の表現を、時代に即した形へと進化させる「ブランドリフレッシュ」の取り組みを進めています。

この取り組みは、ロゴやカラーを変更すること自体を目的とするものではなく、当社のパーパスである「ともに歩んでゆく。よりたしかな未来に向けて。」を、より価値ある体験としてお客さまにお届けするためのものです。

MetLife
メットライフ生命

この取り組みを進めている背景には、お客さまとの接点が多様化・拡大し、日々のコミュニケーションやサービスの積み重ねそのものが、ブランドの印象を形づくる時代になっていることがあります。これまでのブランド形成が、ロゴや表現の統一を中心としていたのに対し、今回のブランドリフレッシュでは、あらゆる接点での体験価値を通じて、パーパスを一貫して届けることを目指しています。
営業、コールセンター、Webサイト、イベント、各種コミュニケーションなど、すべての接点において「メットライフらしさ」を一貫してお届けすることで、体験としての質と安心感を高め、より身近で信頼いただける存在となることを目指しています。
今回進化させるのは、ブランドロゴをはじめ、カラー、アイコン、体験設計など、ブランドを構成するデザインシステム全体です。新しいロゴのシンボルは、メットライフ（MetLife）の頭文字である「M」をモチーフとし、お客さま一人ひとりの人生に寄り添い、ともに歩んでいく当社の姿勢を視覚的に表現しています。
当社はブランドデザインの刷新を進めながら、あらゆる接点で一貫した体験価値を提供し、信頼され続けるブランドづくりに取り組んでいきます。



導入は、重要な社外向けタッチポイントから順次進めています。既存資産や改訂サイクルに配慮しながら、着実に一貫性を高め、より良い体験を安定的にお届けするためです。お客さまやステークホルダーの皆さまとの対話を大切にしながら、時代に即した形でブランド表現を進化させてまいります。本資料は、新たなブランドデザインシステムに基づき制作しています。ブランドロゴやカラー、体験設計といった要素を通じ、当社ブランドの統一的な表現をご確認いただけます。

「お客さまの声」をもとに、次の行動へ

― 「声」の収集・分析・実行をつなぐ、継続的な改善サイクル ―

当社は、「お客さまの声」や「各種データ」を、経営・事業運営に活かすことを重視しています。調査データやNPS（ネット・プロモーター・スコア）、ブランド・市場データ、苦情分析などを通じてお客さま理解を深め、その知見を商品・サービス開発や、お客さま体験の改善に反映しています。データ分析そのものを目的とするのではなく、課題と優先順位を明確にし、関係部門が連携して具体的な行動につなげることを大切にしています。



NPS（ネット・プロモーター・スコア）

当社が10年以上継続して実施している重要な仕組みであり、メットライフのグループ全体においても取り組みの進捗を測る指標（KPI）の一つとして位置づけられています。単なる満足度ではなく、「当社を周りの方に薦めたいと思えるか」という視点からお客さまと当社との関係性の質を捉え、経営レベルで活用しています。お客さまの推奨度（NPS）については、関係性全体を評価する指標と当社との各接点における体験を評価する指標を併用し、接点ごとの示唆を継続的に収集しています。これらの結果は関係部門で分析・検討し、改善に向けた取り組みを進捗管理のもと実行することで、継続的な改善サイクルを確立・運用しています。

ブランドヘルストラッキング調査

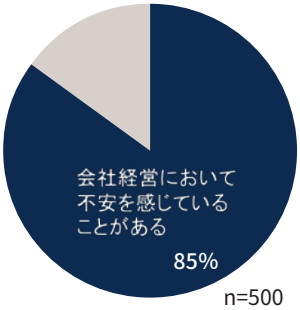
当社に対する生活者やお客さまの認知度などを継続的に調査しています。認知・検討などのファネル指標や、信頼・安心といったブランドイメージを時系列で捉え、施策が生活者に与える影響を定量的に可視化し、意思決定を支えています。
ブランドキャンペーンでも、事前・事後の効果測定と検証を通じて、コミュニケーションの質と投資効率の向上を図り、次の打ち手につなげています。

商品・サービスの開発に向けた調査

お客さまの声は商品やサービスの開発にも取り入れています。お客さまの声や意識を分析し、企画・設計の判断に活かしています。お客さまの思いや不安、行動の文脈を踏まえながら、表層的なニーズ対応にとどまらない、お客さまにとって本質的な価値提供を目指しています。

調査概要
調査対象：経営/勤務する会社の年間売上高が1億円～100億円未満の20～75歳の会社経営者・役員
調査方法：インターネット調査
調 査 数：500人
調査時期：2025年7月11日（金）～7月25日（金）

事例：経営不安と資金準備に関する調査
「会社経営上で不安を感じていることがありますか？」／
「資金準備している・しようと思うことは？（複数回答）」



n=500

運転資金対策	46%
事業承継・相続対策	39%
経営者・役員の退職金対策	38%
経営者・役員の死亡や要介護状態への対策	33%
決算対策	30%

全国47都道府県大調査

2018年から継続して実施している「全国47都道府県大調査」では、全国の生活者を対象に意識や行動の変化を多面的に調査しています。社会・経済環境の変化やテクノロジーの進展が、価値観や将来への備えに与える影響を継続的に捉え、その結果を商品・サービスの開発や情報発信に活かすことで、よりたしかな未来の実現に貢献することを目指しています。



変化するニーズに応える商品開発の歩み

― 市場の変化を捉え、価値ある商品を創出 ―

社会や経済環境の変化が加速する中で、生命保険に求められる役割も大きく変わりつつあります。保障に対する考え方の多様化、資産形成への関心の高まり、金利・物価などの経済環境の変化、さらには法人領域における人材確保や事業承継を見据えた備えなど、お客さまを取り巻く課題は、より複雑かつ多様になっています。

こうした環境のもと、当社は一時払商品、変額保険、第三分野商品、法人向け商品といった複数の領域で商品開発を進めてきました。2025年4月には「ビー ウィズ ユー プラス II 保障重視プラン（健康告知なし）」、8月には「ライフインベスト ネクスト」、12月には「マイ フレキシィ」への終身死亡特約（低解約返戻金型）を追加、そして2026年1月には法人向け変額介護定期保険「ブライトアクション」、4月には「サニーガーデン プライム」を発売しています。これらの商品は、単なるラインナップ拡充ではなく、市場やお客さまの変化を捉えながら、「お客さまの声をもとに、お客さまは何に不安を感じ、何を求めているのか、その中でどのような価値を提供すべきか」を起点に検討を重ねてきた結果です。

今回、商品開発、サービス・オペレーション、資産運用という異なる責任領域を担う3名が、この1年の商品開発をどのような視点で捉え、どのような思いで取り組んできたのかを聞きました。

「商品をつくる」から、「価値を届ける」まで
ー市場とお客さまをどう見ていたのかー

この1年を振り返り、市場やお客さまの変化をどのように見ていたのでしょうか。

橋口 隆（商品開発担当）　この1年は、お客さまを取り巻く環境変化が、これまで以上に商品開発へ直接的に影響した期間だったと感じています。資産形成ニーズの高まりに加え、金利や物価をめぐる環境変化がお客さまの意識に影響を与え、法人領域では、保障と資金準備をどう両立するかという課題が、より現実的なテーマとして浮かび上がってきました。



橋口 隆
執行役員 常務
チーフプロダクト・バリューマネジメントオフィサー

そうした変化に対して、私たちは単に商品数を増やすのではなく、「いま、本当に求められている価値は何か」を問い続けながら商品開発を進めてきました。
昨年から今年にかけて発売・改定した商品は、一見すると異なる領域に見えるかもしれませんが、その根底にある考え方は共通しています。お客さまの不安や期待に対して、当社としてどのような解決策を提示できるのか。その問いに向き合い続け、その問いへの異なる答えの集合体だと思っています。

福島 太郎（サービス・オペレーション担当）　商品開発というと、どうしても商品性や保障内容に目が向きがちですが、私の立場から見ると、商品価値はそれだけではありません。申し込み、加入手続きのしやすさ、契約後の安心感、そして万一の際の保険金・給付金のお受け取りまで含めて、お客さまの期待を超える価値を提供したいと考えています。
どれだけ魅力的な保障内容であっても、実際のお客さま体験においてわかりにくさや不安が残れば、お客さまにとっての価値は十分とは言えません。商品開発の初期段階から、商品を通じたお客さま満足の視点を強く意識してきました。

雷 國明（資産運用担当）　資産運用の観点から見ると、この1年は、商品を長期にわたって安心して継続していただくための前提をどのように支えるかが大きなテーマでした。魅力ある商品とするためには、短期的な環境変化に左右されず、その価値を継続的に支えられる設計が重要だと考えています。
特に近年は、国内外で金利環境が大きく変化するなか、将来の状況を見据えた判断がより一層求められています。そうした環境を踏まえ、商品部門やサービス・オペレーション部門と検討段階から連携し、申込時や保全・請求といったお客さまの利用場面を意識しながら設計を行ってきました。

お客さま起点の発想が、商品コンセプトを磨く
ー課題解決型の商品開発ー

お客さまの課題をどのように捉え、それを商品コンセプトにどう反映してきたのでしょうか。

橋口　商品開発を通じて重要だと感じたのは、単一の保障や機能ではなく、お客さまの課題を立体的に捉えるという視点でした。
この考え方は、すべての商品に共通しています。個人のお客さま一人ひとりを見ても、健康状態、ライフステージ、将来への備えへの考え方は本当にさまざまです。
だからこそ、「この商品が正解」という形ではなく、その方の状況や価値観に応じて選べること自体が、商品価値になると考えてきました。健康状態への配慮、資産形成と保障のバランス、柔軟な設計――それぞれ異なるニーズに向き合った結果が、現在の商品ラインナップにつながっています。
法人のお客さまの課題も、年々、より現実的で複雑になっています。役員や従業員への保障、将来の資金準備、さらには経営環境の変化への耐性など、複数のテーマを同時に考える必要があります。商品開発にあたっては、そうした課題を一つひとつ分解し、法人のお客さまの多様なニーズに柔軟に応えられる設計とは何かを重ねて議論してきました。
福島　お客さまの課題の解決をコンセプトに据えた開発プロセスがあることは非常に重要です。お客さまが何に悩み、何に備えたいと考えているのか、お客さまのニーズを的確に捉え、そのニーズに合った商品を開発し、お客さまに提供しお支えしていくことこそが、我々、生命保険会社である当社の使命といえます。
雷　資産運用の面でも同様です。お客さまの課題が明確だからこそ、リスクやリターンの考え方、運用方針も整理され、商品コンセプトの具体化につながります。販売した一連の商品は、その考え方を踏まえたものになっていると考えています。

構想から価値へ
ー専門性が交わり商品価値を支えるー

商品開発は、商品部門だけでは完結しないことがわかりました。各部門それぞれの専門性が持ち寄られて、初めて一つの商品が、お客さまにとって価値あるものになるということですね。

橋口　「すべてはお客さまのために」というお客さま第一主義のもと、構想段階から様々な視点で商品案の検討を行うことがお客さまに選ばれる商品開発につながると考えます。



雷 國明
執行役 常務
チーフインベストメントオフィサー

福島　開発段階からサービスやオペレーションの視点が入ることで、全体を俯瞰して開発を進めることができます。その結果として、お客さまにとってわかりやすく、満足度の高い商品につながります。商品力とは、商品性だけでなく、商品を通じて提供するサービスまでを含めて評価されるものだと思います。



福島 太郎
執行役 専務
チーフカスタマーサービスアンドオペレーションオフィサー

➡次ページに続く

変化するニーズに応える商品開発の歩み

雷　構想段階から議論に加わることで、魅力があり、かつ長く商品価値を提供し続けられる商品づくりが可能になります。日本市場において価値ある商品を提供し続けていくためにも、こうした検討が商品を長く支える基盤になると考えています。

今後に向けて

ー変化の中でも、お客さまに選ばれる理由を作り続けるー

最後に、今後の商品開発において、大切にしていきたいことを聞かせてください。

橋口　市場環境が変化しても、私たちが大切にすべきことは変わりません。やはり、お客さま起点で考え続けることだと思います。お客さまが抱える不安や期待にしっかり向き合い、その変化を商品というかたちで具体化していくことが、私たちの役割です。今後も、一時払商品、変額保険、第三分野商品や法人向け商品など、当社らしいポートフォリオを磨き続けることで、選ばれる理由を作り続けていきたいと考えています。

福島　私は、商品を通じて提供するサービスの質をこれからも大切にしたいと考えています。お客さまに安心して選んでいただき、安心してご継続いただけること。その積み重ねが、最終的には当社への信頼につながると思っています。

雷　私は、変化する環境の中で迅速な判断とリスク管理を徹底しながら、商品力を支える基盤をより強くしていきたいと考えています。商品価値を持続的に支える体制があってこそ、お客さまにとっても、会社にとっても意義ある商品開発になると思います。

この1年の取り組みを通じて見えてきたのは、当社の商品力が、単なる企画力にとどまらず、複数の専門性によって支えられているということでした。市場やお客さまの変化を捉える力、価値を届ける力、そしてその価値を支える資産運用・設計の力――それぞれの専門性が交わることで、商品は初めて「選ばれる理由」を持ちます。
当社はこれからも、変化の中でお客さまに寄り添いながら、価値ある商品開発を進めていきます。



MetLife Investment Management

メットライフ・インベストメント・マネジメント（以下、MIM）は、2025年12月30日、パインブリッジ・インベストメンツ（以下、パインブリッジ）の買収を完了しました。パインブリッジ参画後のMIMは、運用資産7,420億ドルを誇る資産運用ビジネスとなり、規模・機能の両面で大きく拡大しました（2025年12月末時点）。

本件は、メットライフが「New Frontier戦略」で掲げる資産運用ビジネスの成長加速につながるものです。MIMとパインブリッジは、運用戦略及び顧客属性の観点から相互に補完的で、各々の事業基盤や専門性を組み合わせることで、より幅広いお客さまのニーズに応えられる体制となりました。

統合により、MIMは公社債、私募債、レバレッジドファイナンス、マルチアセット、グローバル株式、オルタナティブなど、提供できるソリューションの幅を拡大しました。これにより、多様化する資産運用ニーズに対し、より柔軟で多面的な選択肢の提供が可能となりました。

また、運用資産に占めるアジア地域の割合は20%を超えることになります。こうした特徴は、グローバルな事業基盤の強化に加え、アジアにおける存在感を高めるうえでも重要な意味を持っています。

メットライフは今後も、グループの総合力を活かしながら、お客さま、投資家、ビジネスパートナーの皆さまへの価値提供をさらに高めていきます。

デジタルを活用したお客さま体験の向上

— お客さまの負担を減らすデジタル接点 —

ご契約者さまWEBサービス

給付金明細のWeb化

当社の「ご契約者さまWEBサービス」は、スマートフォン等からご契約内容の確認、給付金のご請求、各種情報の登録・更新などを行うことができるWebサービスです。2026年3月時点で、185万人を超えるお客さまにご利用いただいています。2025年12月には、給付金のお支払明細をWeb上で確認いただける仕組みを導入いたしました。給付金ご請求の際にWebでのご確認をご選択いただくと、給付金の着金予定日にお客さまにSMS（ショートメールサービス）で通知いたします。お客さまはお支払明細をWeb上で確認いただけるため、郵送でお知らせするよりも速やかに内容をご確認いただけるようになりました。



新規登録の簡素化

「ご契約者さまWEBサービス」を通じたお客さま体験向上の一環として、ご契約者向け優待割引サービス「メットライフ生命クラブオフ」についても、段階的な改善を進めています。2024年にはシングルサインオン（SSO）を導入し、2025年にはシステム連携により会員登録手続きを大幅に簡素化しました。これらの取り組みにより、サービスへのアクセスから利用に至るまでのプロセスを見直し、よりわかりやすく、使いやすいサービス環境を整えています。

さらに、「ご契約者さまWEBサービス」をより多くのお客さまにご活用いただくため、2026年4月にご利用登録手続きを簡素化しました。当社に連絡先として携帯電話番号をご登録いただいているお客さまは、携帯電話番号と生年月日の入力のみで登録を完了でき、よりスムーズにサービスをご利用いただけるようになりました。



新契約設計・申込システム　MetLife e-Mirai2.0

「MetLife e-Mirai2.0」は、お客さまに保険のお申し込みを、よりわかりやすく、スムーズに行っていただくためのデジタル基盤です。お客さまと募集人・当社との接点において、お客さまの入力負担や不安をできるだけ減らすことを重視し、保険の検討から手続き完了までを、わかりやすく進められるデジタル体験の提供を目指しています。「ご契約者さまWEBサービス」と連携し、手続きのデジタル化を通じて利便性を高めるとともに、より多くのお客さまに安心してご利用いただける仕組みづくりを推進しています。





統合型ソリューション「360Future」

100年時代を見据え、当社は統合型ソリューション「360Future」（サンロクマルフューチャー）を始動し、お客さま一人ひとりの人生全体に寄り添う価値提供を進めています。3つの軸「そなえる」「まもる」「いろどる」のもと、保険商品の提供にとどまらず、デジタルを活用した手続きやサービス体験を通じ、将来への備えをより身近でわかりやすいものへ進化させていきます。ライフステージや価値観に応じた選択を支え、長期にわたり伴走することを目指します。

社員が生き生きと力を発揮できる環境

― 2026年版 日本における『働きがいのある会社』ランキング大規模部門 第7位に選出 ―

当社は、社員一人ひとりが安心して力を発揮し、成長し続けられることが、持続的な企業価値の向上につながると考えています。その基盤となるのが、働きやすい環境づくりと、やりがいを実感できる組織文化です。オフィス環境や制度の整備に加え、人や文化への投資を両輪として、継続的に取り組みを進めています。

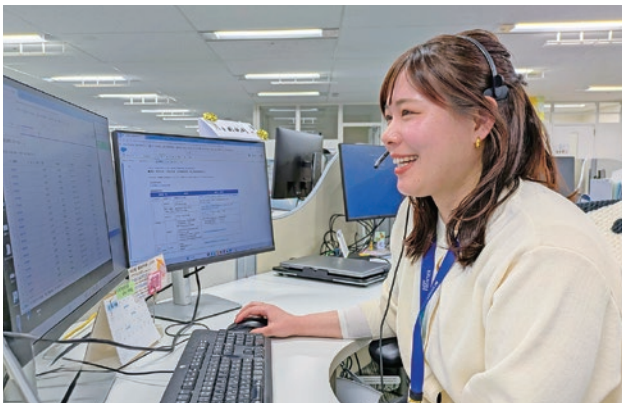
社員が活躍するために

― ハード・デジタル両面から支える職場環境

オフィス環境においては、部門や役割を超えたコミュニケーションと、集中して業務に取り組める環境の両立を意識した設計を行っています。あわせて、デジタルツールやAIの活用を積極的に進めることで、業務効率化や情報共有の高度化を図り、社員が本来注力すべき価値創出に集中できる環境を整えています。



IT部門のミーティング



お客さま対応を担うコールセンターの社員

制度面では、在宅勤務制度やフレックスタイム制度などで、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方を支援するとともに、育児・介護・治療と仕事の両立を支える各種休暇・休業制度の拡充を進めています。社員それぞれのライフステージや多様な価値観を尊重し、長期的に安心して働ける仕組みづくりを進めています。

こうした「働きやすさ」を土台に、当社は「働きがい」の向上にも注力してきました。自律的なキャリア形成や国内外のネットワーク構築を支援する「MyPath」、社員の声を経営や施策改善につなげる社員意識調査「MyVoiceサーベイ」、日本のみならずグローバルの経営陣との双方向コミュニケーションの場となる全社員対象イベント「車座MLJトーク」などを通じ、社員が自分らしく挑戦し、成長を実感できる環境づくりを進めています。



有資格社員によるキャリアコンサルティング



車座MLJトーク　対面とオンライン中継で開催

『働きがいのある会社』初認定
― 社員の声も反映したランキング

これらの取り組みの積み重ねにより、社員が健康で活力をもって過ごしながら、最大限の能力を発揮できる職場環境が醸成されつつあります。その結果、Great Place To Work® Institute Japanが2026年2月6日に発表した「2026年版 日本における『働きがいのある会社』ランキング ベスト100」において、当社は大規模部門（従業員1,000名以上）で第7位に選出されました。

なお、Great Place To Work®において、メットライフは日本を含む世界33の市場で同時に「働きがいのある会社」として認定されています。

本ランキングは、世界共通基準による従業員アンケートと企業文化に関する調査をもとに、「働きやすさ」と「働きがい」の両面から総合的に評価されるものです。

当社は、この評価をゴールではなく、次のステージへの通過点と捉えています。社員一人ひとりの成長と成功が、お客さま、地域社会への価値提供につながる好循環を生み出すため、今後も環境づくりと文化づくりの進化を続けていきます。



受賞式会場にて（左から 篠田、向井、板倉）

執行役 常務 チーフヒューマンリソーシズオフィサー　向井 麗子

当社が大切にしてきたのは、社員が安心して働き、挑戦できる土台を整えることです。制度や環境は整えれば終わりではなく、社員の声を受け止め、改善を重ねていくことで初めて意味を持つものだと考えています。私たちは、社員の率直な声を起点に、働き方や人事施策を見直し、より良い環境づくりにつなげてきました。また、当社のキャリア支援の取り組みは、社員一人ひとりが自分らしい成長を描く「自律的キャリア」を重視しています。役割や経験を自ら選び取り、成長を実感できる環境こそが、働きがいにつながると考えています。今回の評価は、こうした日々の取り組みの積み重ねが社員の実感として表れた結果だと受け止めています。これからも社員とともに、働きやすさと働きがいの両立を追求していきます。

執行役 専務　最高営業責任者　篠田 宗士

生命保険会社としての私たちの使命は、お客さまの声をしっかり伺い、常に寄り添って将来にわたって安心をお届けし続けることです。その使命を果たすためには、社員一人ひとりが日々の業務に集中し、専門性を磨きながら力を発揮できる環境が欠かせません。当社では、デジタルツールやAIの活用を進めることで、事務作業や情報共有の負荷を軽減し、社員が本来注力すべき「お客さまに向き合う時間」を確保できる環境づくりに取り組んできました。また、ライフステージの変化があっても安心して働き続けられる制度や柔軟な働き方は、現場での継続的な活躍を支える重要な基盤です。こうした環境があるからこそ、社員は自信を持って挑戦し、お客さま一人ひとりに寄り添った提案ができると考えています。私たちは、営業現場の声に耳を傾けながら、社員とお客さま双方に価値をもたらす環境づくりを進めていきます。

人事部門　板倉 美紅

人事部門として私たちが大切にしてきたのは、制度や環境を「つくること」以上に、それが社員の日常の中でどう活かされ、どう根付いているかという点です。柔軟な働き方やキャリア支援、声を上げやすい風土づくりなど、一つひとつは小さな改善であっても、その積み重ねが社員の安心感や挑戦につながっていると感じています。今回の評価は、そうした日々の取り組みの結果として、社員の実感が外部からも認められたものだと受け止めています。今後も人事部門として、全社と一体になって、社員が自分らしく力を発揮できる環境づくりを進めていきたいと考えています。

技術と人がつながり、価値を生む

―「Hack4Job Tokyo」が示す、IT部門の挑戦 ―







イノベーションを体感する場としての「Hack4Job Tokyo」

メットライフマレーシアを皮切りに、メットライフでは採用型ハッカソン「Hack4Job」をスタートしています。2026年2月にはメットライフ生命として初めて「Hack4Job Tokyo」を開催しました。

イベントは、当社が培ってきた専門性と協働の文化を、社内外の人財に示す機会となり、社員が主体的に関わり、それぞれのチームが課題に取り組み働き方を体現する場となりました。

専門性と対話を通じて、ともに考え、ともにつくる

本イベントでは、言語やバックグラウンドの異なる参加者が集う中で、IT部門社員がメンターとして自身の専門性を活かしながら参加者と対話を重ね、チームとして前進するための意思決定や課題解決を支援しました。こうした協働の姿勢は、お客さまの声に耳を傾け、最適な解決策を導く当社の考え方として、日々の業務にも活かされています。短期間で成果が求められる環境の中で、多様な価値観に触れる経験は、社員にとっても学びや気づきが得られる貴重な時間でした。

「Hack4Job Tokyo」は、グローバルで共有されるテクノロジー基盤や知見と、日本の現場力が交わる場でもありました。企画・運営には複数部門が連携しただけでなく、米国やアジア地域の社員も準備段階から当日まで多様な形で支援を行うなど、国を超えての連携となり、メットライフに根付くコラボレーションの文化が発揮された機会となりました。

技術と人財の力で、お客さまに「安心」を届ける

当社は、技術力に加え、人と人が協働し、課題に向き合い続ける姿勢を大切にしています。
「Hack4Job Tokyo」は、技術と人財を通じて価値を生み出す当社のイノベーションのあり方を示す取り組みです。今後も社員の主体性と多様な専門性を活かし、新しい価値創出につなげていきます。



執行役 専務　チーフインフォメーションオフィサー　**デイビット・カリー**

メットライフ生命においてITは、事業戦略と一体となって価値を生み出す重要な要素です。私たちは、人と技術を結び付け、継続的に進化させていくことが重要だと考えています。多様なバックグラウンドを持つ人財が互いを尊重し、挑戦を前向きに受け止める文化のもとで育まれる力が、システムの安定性や業務の高度化を支え、お客さまに「安心」を届けることにつながっています。今後も人財の成長と組織の進化を両輪とし、持続的な価値創出に取り組んでいきます。

全国のお客さまに寄り添う、カスタマーサービス体制

― 東京・神戸・長崎の連携と、神戸拠点20周年の節目 ―

全国のお客さまを支えるカスタマーサービス拠点として

当社では、東京・神戸・長崎のカスタマーサービス拠点が連携し、全国のお客さま対応を担っています。日々寄せられる多様なお問い合わせやご相談に対し、拠点を越えて情報や知見を共有しながら、一人ひとりのお客さまに寄り添った対応を行っています。お客さまの人生に関わるサービスだからこそ、画一的な対応ではなく、現場での判断や対話、人の力を活かした対応が必要となります。こうした考えを共通の土台としながら、お客さまに安心をお届けできるよう、状況に応じた最適な対応を積み重ねています。

神戸拠点が担ってきた役割

2025年、神戸拠点は20周年を迎えました。2005年の開設以来、神戸の地で20年にわたり培ってきた現場の知見やチームワークは、全国の拠点の連携を支える重要な基盤となっています。
社会環境やお客さまニーズが変化する中でも、神戸拠点では、現場で状況を見極め、関係者と対話を重ねながら、よりよい対応を模索してきました。個々の判断をチームでつなぎ、最適な対応へと導く力は、全国のお客さま対応を支えています。



20周年を迎えた神戸拠点を訪問したグローバルCEOとアジア地域社長

20周年の節目は、これまでの積み重ねの結果であると同時に、次の50年、100年へとつながる歴史の一部でもあります。20周年記念として、神戸拠点の社員と家族が参加する地域との交流イベントも行われました。イベントを通じ、社員同士や地域社会との絆が強まりました。社員が安心して働ける環境が業務にも良い影響を与え、現場力の向上につながっています。



社員や家族との交流の場となった記念イベント

人の力が支える、お客さまへ安心をお届けすること

当社では、今後も拠点同士の連携を強め、人の力を大切にしたカスタマーサービスを実践し、お客さまに寄り添っていきます。未来に目を向けて新たな一歩を重ね、これからも全国のお客さまに変わらぬ安心をお届けします。



オペレーターを支援するスーパーバイザー

豊かな地域社会の創造を目指して

当社は生命保険会社として、お客さまの人生に長く寄り添い続けるためには、地域社会が明るく豊かであることが欠かせないと考えています。超高齢社会への対応や、困難な状況にある子どもたちへの支援、地域間格差といった社会課題に向き合うため、自治体や非営利団体などの皆さまと連携しながら、さまざまな取り組みを進めています。当社では、こうした活動において社員のボランティアを重要な力と位置づけており、社員一人ひとりが、地域社会とのつながりを育んでいければと考えています。各地域で活動に取り組む社員の声をご紹介します。

次世代の子どもたちに里山の自然を引き継ぐ



人事人材採用チーム
AVPチーム長
畑瀬 晶裕

神戸市の六甲山系の西に広がるキーナの森では、2022年からその一部を「メットライフ生命の森」として、神戸拠点の社員や家族が除伐などを行っています。この一帯は、定期的に人の手が入り、農林業などに利用されることで、生態系のバランスが保たれてきた「里山」ですが、近年は活用が減り、森林の荒廃や生物多様性の損失が懸念されています。
2022年に神戸市、兵庫県とそれぞれ締結した包括連携協定には里山の保全が盛り込まれており、地域課題への貢献として、活動を継続しています。活動を通じて、社員が会社とは違う表情を見せ合い、目の前の森林を守ろうとする互いの思いに触れるなど、深い交流にもつながっています。参加する子どもたちには、大人たちが真剣に取り組む姿を通じて、里山の大切さを感じてもらえればと思います。
また、宮城県と長崎県でも、メットライフ財団の支援のもと、当社の社員が環境保護活動を行っています。宮城県の鳴子温泉近くの森では、乱伐で荒廃した土地の再生を目指し、「100年後に生きる子どもたちに感謝される森づくり」プログラムを進めています。長崎県雲仙市では、長崎県の県花であるミヤマキリシマの保全活動に取り組んでいます。今後も、地域の皆さまに安心していただけるよう、活動を続けていきます。



「メットライフ生命の森」での整備活動

金融教育で将来の自立を支援



仙台青葉
エイジェンシーオフィス
エイジェンシーマネージャー
佐沢 仁一

次世代を担う子どもたちが、早い段階から「お金と向き合う力」を育むことは、将来に向けた自立の支えや、健全な意思決定につながる重要な基盤であると考えています。仙台青葉エイジェンシーオフィスでは、地域の皆さまと直接つながりながら、宮城県白石市の子どもの居場所「しろいしきち」において、社員が講師となり、小学生を対象とした金融教育プログラムを実施しました。
本プログラムでは、「お金って何だろう？」という身近な問いかけから始まり、「お買い物体験」などの体験型の学習を通じて、限られたお金の中で何を選ぶのかを自分で考える大切さを伝えました。子どもたちは、楽しみながら学ぶ中で、自ら考え、行動する姿を見せてくれました。
こうした体験を通じて子どもたちの行動変容を促し、自立支援につなげていきたいと考えています。
当社は今後も、社員一人ひとりの専門性と思いを活かし、地域と連携しながら、子どもたちが将来に向けて自信をもって一歩を踏み出せる社会づくりに貢献していきます。



お買い物の仕分けを考える子どもたち

ご契約一件一件を社会につなぐ20年の取り組み



代理店コミュニケーション部
中山 恵

「生命保険の販売を通じて社会に貢献したい」――当社はメットライフ全国代理店会連合会と協働し、2006年12月にマッチング寄付プログラム「One Dollar Donation（ODD）」を開始しました。本プログラムは、保険の新規契約1件につき、募集人（コンサルタント社員または代理店）と当社が同額を拠出し、1ドル相当を積み立てて寄付する仕組みです。代理店と当社の営業社員が参加し、日々の営業活動の成果を社会貢献へとつなげています。

保険契約一件一件を社会への価値還元につなげるこの取り組みは、20周年を迎えました。ODDの累計寄付額は6億円を超え、広島銀行と連携した寄付金プログラムも含め、活動の広がりを見せています。
当社は、今後も、社員・代理店・寄付先との協働を通じて、事業活動と社会貢献の両立を図りながら、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

ODD寄付先団体
- **公益財団法人メイク・ア・ウィッシュ オブ ジャパン**
- **認定NPO法人 全国盲導犬施設連合会**
- **公益財団法人 がん研究会**
- **認定NPO法人 Living in Peace**

高齢者ホスピスへの継続的支援



新丸の内
エイジェンシーオフィス
エイジェンシーマネージャー
小檜山 一哉

当社は、メットライフ財団の助成のもと、日本財団と連携し、「高齢者・子どもの豊かな居場所プログラム」を通じて、地域に根ざした支援を継続してきました。本プログラムでは、高齢者ホスピスや子ども施設の整備に加え、社員がボランティアとして活動に参加することで、人と人とのつながりを大切に育んでいます。

クリスマスシーズンには、高齢者ホスピス、子ども施設、さらには当社が協賛している「100万人のクラシックライブ」の開催会場に、ブランケットや絵本などをお届けしました。贈り物一つひとつには、少しでも心があたたまる時間を過ごしてほしいという社員の思いが込められています。
また、東京都大田区の「メットライフ財団支援 ホームホスピス縁～えん～」では、一周年記念祭が開催されました。当日は、私とチームメンバーが、運営のサポートを行いました。地域の方々や利用者、スタッフの皆さまと同じ時間を過ごす中で、施設が地域に根づき、温かな関係性が育まれていることを実感する機会となりました。
当社は今後も、支援する側とされる側という関係にとどまらず、ともに寄り添い、ともに歩む存在として、安心とぬくもりが広がる社会づくりに取り組んでいきます。



メットライフ財団支援 ホームホスピス縁～えん～ 一周年記念祭



プレゼントを受け取られた利用者さま

意識の向上を見せる社員のボランティア活動

メットライフは、グローバル規模で社員のボランティア活動を推進しています。当社もこの方針に沿って、毎年、日本各地で社員ボランティアプログラムを用意し、積極的な参加を呼びかけています。各地での社員の活動を通じて、地域社会の皆さまとの交流が広がっています。2025年の主な活動を紹介します。

被爆から80年　平和への思いを千羽鶴に込めて



SQA営業総務グループ
（長崎本社）
岩永 亜弓

毎年夏頃になると長崎本社のメンバーを中心とした「千羽鶴プロジェクト」では、平和への思いを一つにしようと、全国の社員に折り鶴の制作を呼び掛け、集まった鶴をつないで千羽鶴に仕上げ、奉納しています。
特に2025年は被爆から80年の節目で、より多くの社員に参加してほしいという思いがありました。呼びかけを行うとすぐに全国の社員から参加意向の反応があり、有志で折り鶴ボックスの設置など参加しやすい工夫を進めました。
オンライン会議などを通じて、場所や時間の制約を超えて折り鶴制作の時間を作るなど、自発的な動きが広がりました。集まった折り鶴は2万数千羽にものぼり、プロジェクトメンバーが一つずつ手作業で千羽鶴に仕上げました。
2025年は、被爆地の思いを共有する取り組みとして、長崎本社で作成した千羽鶴を広島支社へ送付しました。その後千羽鶴は、広島では平和記念公園内の原爆の子の像へ、長崎では国立長崎原爆死没者追悼平和祈念館での平和祈念式典に奉納しました。
「心が落ち着く時間だった」「家族で平和を祈りながら折りました」といったメッセージが寄せられ、全国から、一人ひとりの平和への願いが集まり、千羽鶴となって被爆地の広島・長崎に届けられました。



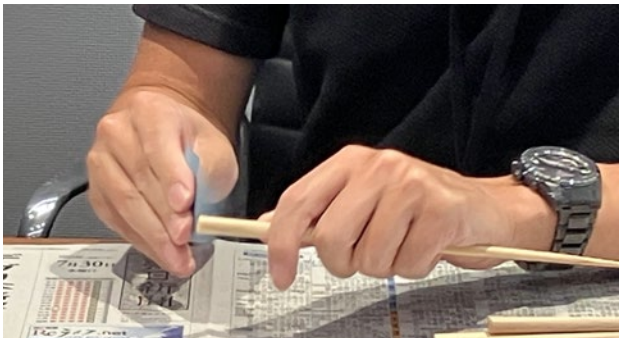


折り鶴をつなぎ合わせるプロジェクトメンバーと奉納の様子

未来への思いを込めて「つなぐ！お箸プロジェクト」

子どもたちに健全な未来と地球環境を引き継ぐために、2022年から宮城県大崎市の森林で「100年後に生きる子ども達に感謝される森づくり」に取り組んでいます。
本プロジェクトは植林や保全活動に加え、未来へ「つなぐ」という思いを込めて、森の木を無駄なく活用できるよう木の端材から「きこり箸」を製作しています。
加工された箸は社員らが1本ずつ紙やすりで磨き、オイルを塗って仕上げます。
その後、使ってくださる方を思いながら、食や環境への思いを込めたメッセージを添えて梱包し、全国の子ども向け施設などへ寄贈しています。
お箸の仕上げ作業は社員にすっかり定着し、秋頃になると「今年もお箸作業の季節が来たなと感じる」という声を耳にします。「森づくり」から始まる未来の子どもたちのための取り組みを、この箸、一膳一膳でつないでいくことを大切にしてまいります。





メットライフと Global Citizen（グローバル・シチズン）

― 教育とスポーツ分野における支援を通じた、子どもと地域社会への機会の拡大 ―

メットライフは、極度の貧困の撲滅を目指すグローバルな社会ムーブメント「Global Citizen」と連携し、教育およびスポーツ分野における支援を通じて、子どもと地域社会への機会の拡大に取り組んでいます。本パートナーシップは、コミュニティへの投資を通じた持続可能な社会の実現に向けた当社の取り組みを象徴するものです。

3年間のパートナーシップ

メットライフは、極度の貧困の撲滅を目指す世界最大級の社会ムーブメント「Global Citizen」と、3年間のパートナーシップを締結しています。

Global Citizenは、教育、医療、経済支援などの分野において、人々の行動を促す提言・啓発活動を通じ、極度の貧困を終わらせることを目的に、世界各地で活動しています。

当社は、経済的な安心の提供を通じて、強固で持続可能なコミュニティの形成に長年取り組んできました。このグローバルパートナーシップにおいては、資金提供にとどまらず、社員によるボランティア活動や、グローバルに展開するネットワークを活用し、教育および経済的な安心の分野を中心とした取り組みを進めています。

また、「メットライフ財団」は、「FIFA Global Citizen 教育基金」の創設拠出団体として、約900万米ドル（日本円で約13億円*）を拠出しています。本基金は、子どもが質の高い教育にアクセスできる機会の拡大を目的としており、世界各地の地域密着型団体を中心に、世界各地の団体への助成を計画しています。2026年5月には第1回の助成先が発表され、日本からも2団体が助成先に選出されました。

＊ 2025年12月時点の為替レート



2025年秋 ニューヨークのセントラルパークで開催されたGlobal Citizen Festivalの様子
この会場でメットライフおよびメットライフ財団から、Global Citizenとのパートナーシップと「FIFA Global Citizen 教育基金」の創設拠出団体となることを発表しました

「Global Citizen Live: Tokyo」

2026年6月には「Global Citizen Live: Tokyo」を日本で初めて開催しました。本イベントは、世界各地のアーティスト、パートナー、市民が連携し、極度の貧困の撲滅に向けた行動を呼びかけるライブ音楽イベントです。日本初開催となった本イベントでは、「FIFA Global Citizen 教育基金」への理解促進に加え、厳しい状況におかれている母親や子どもたちの健康を支援する取り組みへの認知活動を目的としています。

外部評価

お客さま対応への評価

HDI-Japan「問合せ窓口」および「Webサポート」の格付けにおいて、顧客視点で最高評価である「三つ星」を獲得（2025年5月）。

UCDAアワード2025 ユニバーサルコミュニケーションデザインの取り組みにおいて「企業総合賞・ゴールド」、「重要事項/ご契約のしおり・約款:特別賞」受賞（2025年9月）。

IT協会主催の2025年度「IT賞」において、経営・業務改革カテゴリーでアジャイル開発による業務改革の成果に評価を受け「IT優秀賞」を受賞（2025年12月）。

社員が働きやすい職場環境づくりへの評価

世界有数の意識調査機関であるGreat Place To Work®より、「働きがいのある会社」として、各部門で認定されました。

日本における「働きがいのある会社」に認定（2025年6月）

2026年版日本における「働きがいのある会社」大規模部門第7位（2026年2月）

2026年版日本における「働きがいのある会社」女性ランキングで大規模部門第10位（2026年3月）

「健康経営優良法人2026（大規模法人部門）」（2026年3月認定）2019年以来、8年連続。

子育てサポート企業「くるみん認定」（2025年3月取得）

「ハタラクエール2026 福利厚生推進法人」（2026年3月認証）

「長崎県誰もが働きやすい職場づくり実践企業認証制度（ながさきキラキラ企業 略称：Nぴか）」5つ星認証（2018年8月初回認証、2021年8月・2024年8月更新）

「ひょうご・こうべ女性活躍推進企業認定制度（ミモザ企業）」（2024年2月取得）

スポーツ庁「スポーツエールカンパニー2026」（2026年1月認定）

「令和7年度東京都スポーツ推進企業」（2025年12月認定）

メットライフへの評価

米フォーチュン誌
「世界で最も働きがいのある会社」ランキングの上位25社に選出（2025年11月）
「世界で最も称賛される企業」に選出、2026年版では生命保険・医療保険業界で第1位（2026年1月）

決算ハイライト

決算ハイライト 24

決算ハイライト Q&A 30

決算データは2026年3月31日現在の数値です。

決算ハイライト

事業の概況

保険料等収入

ご契約者から払い込まれた保険料（および再保険収入）による収益で、生命保険会社の収益の大半を占めています。

3兆3,956億円

• **保険料等収入**（億円）



（前年度比120.2%）

新契約関係（個人保険＋個人年金保険）

生命保険会社が1年間にどのくらいの生命保険契約をお引き受けしたのかを示す指標です。

▪ **新契約高**　個人保険4兆4,896億円（前年度比115.2%）
個人年金保険14億円（前年度比30.4%）

4兆4,911億円

• **新契約高**（億円）



（前年度比115.1%）

▪ **新契約件数**　個人保険66万1千件（前年度比97.1%）
個人年金保険0.2千件（前年度比33.2%）

66万1千件

• **新契約件数**（万件）



（前年度比97.0%）

保有契約関係（個人保険＋個人年金保険）

生命保険会社が事業年度末にどのくらいの生命保険契約をお引き受けしているのかを示す指標です。

▪ **保有契約高**
個人保険44兆6,783億円（前年度末比107.8%）
個人年金保険5,206億円（前年度末比90.5%）

45兆1,989億円

• **保有契約高**（億円）



（前年度末比107.6%）

▪ **保有契約件数**
個人保険948万6千件（前年度末比101.1%）
個人年金保険8万9千件（前年度末比84.9%）

957万6千件

• **保有契約件数**（万件）



（前年度末比100.9%）

年換算保険料（個人保険＋個人年金保険）

回数・期間などの保険料の支払方法の違いを調整し、契約期間中に平均して支払うと仮定した場合に、生命保険会社が保険契約から1年間にどのくらいの保険料収入を得ているかを示す指標で、新契約、保有契約それぞれについて算出されるものです。

▪ **新契約年換算保険料**

個人保険1,767億円（前年度比129.0%）、個人年金保険1億円（前年度比29.5%）、会社全体では1,769億円（前年度比128.7%）、うち第三分野581億円（前年度比104.4%）

1,769億円
（前年度比128.7%）

▪ **保有契約年換算保険料**

個人保険1兆3,730億円（前年度末比110.5%）、個人年金保険363億円（前年度末比89.3%）、会社全体では1兆4,093億円（前年度末比109.9%）、うち第三分野4,742億円（前年度末比107.1%）

1兆4,093億円
（前年度末比109.9%）

収支関係（基礎利益、経常利益、当期純利益）

▪ **基礎利益**

基礎利益は、生命保険会社の基礎的な期間損益の状況を表す指標で、一般事業会社の営業利益に近いものです。

3,390億円

▪ **経常利益**

経常利益は、生命保険事業本来の営業活動により、毎年継続的に発生する収益（経常収益）から、費用（経常費用）を差し引いた残額です。

2,868億円

▪ **当期純利益**

当期純利益は、税引前当期純利益から法人税及び住民税ならびに法人税等調整額を控除した金額で、生命保険会社のすべての活動によって生じた純利益を表したものです。

2,015億円

ソルベンシー・マージン比率

新規制に基づくソルベンシー・マージン比率（経済価値ベースのソルベンシー比率）は2026年10月までに公表を予定しています。

逆ざや

経済環境の変化により、予定利率により見込んでいる運用収益が実際の運用収益でまかなえない額が発生している状態のことです。

逆ざやはありません

総資産

貸借対照表の「資産の部」の合計金額です。

15兆2,901億円

・ **総資産**（億円）



（前年度末比103.3%）

決算ハイライト

主要業績の推移

（単位：百万円）

		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
経常収益		3,120,104	4,138,663	4,915,349	3,858,506	**4,775,575**
経常利益		227,898	266,127	223,790	149,785	**286,866**
基礎利益		217,105	167,730	294,248	272,539	**339,002**
当期純利益		155,373	189,380	151,986	104,587	**201,542**
発行済株式の総数		100株	100株	100株	100株	**100株**
総資産		14,499,941	14,560,969	15,089,026	14,797,997	**15,290,119**
	うち特別勘定資産	327,125	340,438	428,076	429,647	**506,845**
責任準備金残高		12,817,248	12,675,445	13,181,041	12,798,157	**13,233,194**
貸付金残高		1,351,080	1,364,041	1,438,659	1,296,028	**1,277,892**
有価証券残高		11,804,670	11,528,065	11,894,485	11,677,605	**12,108,479**
ソルベンシー・マージン比率	新基準	—	—	—	—	**（注1）**
	旧基準	764.3%	725.4%	725.1%	735.4%	**—**
逆ざやの状況		なし	なし	なし	なし	**なし**
従業員数		8,518名	8,478名	8,569名	8,621名	**8,599名**
保有契約高（注2）		36,426,678	37,966,761	41,605,822	42,002,924	**45,198,990**

（注1）新規制に基づくソルベンシー・マージン比率（経済価値ベースのソルベンシー比率）は2026年10月までに公表を予定しています。
（注2）保有契約高は、個人保険・個人年金保険の各保有契約高の合計です。なお、個人年金保険については、年金支払開始前契約の年金支払開始時における年金原資と年金支払開始後契約の責任準備金を合計したものです。

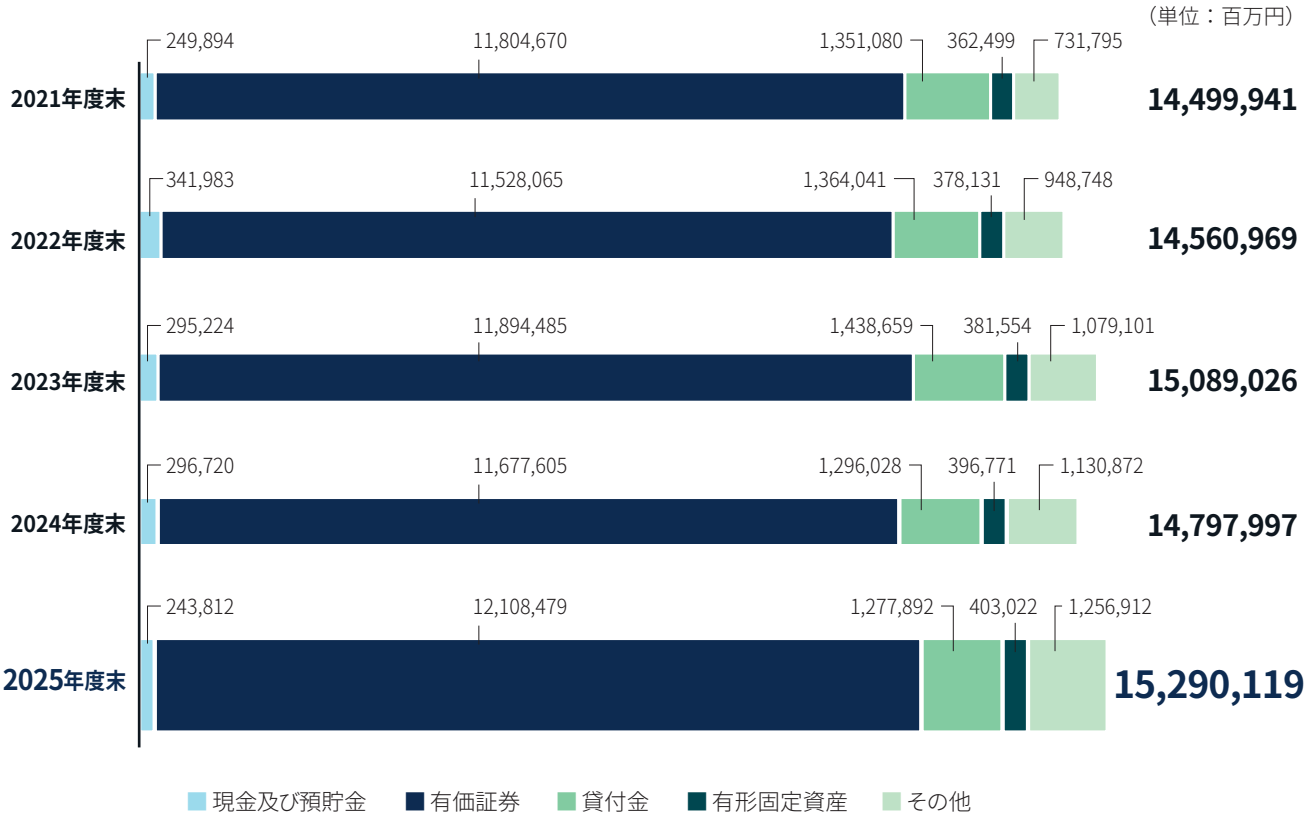
直近3年間の契約業績の推移

（単位：百万円、件）

		2023年度	2024年度	2025年度	前年度比（*前年度末比）
新契約高	個人保険	4,527,647	3,896,068	**4,489,630**	**115.2%**
	個人年金保険	5,360	4,906	**1,490**	**30.4%**
	団体保険	232,962	191,033	**129,435**	**67.8%**
新契約件数	個人保険	631,342	680,985	**661,170**	**97.1%**
	個人年金保険	1,057	895	**297**	**33.2%**
保有契約高	個人保険	40,891,776	41,427,663	**44,678,323**	***107.8%**
	個人年金保険	714,045	575,260	**520,667**	***90.5%**
	団体保険	3,218,045	3,270,668	**3,253,961**	***99.5%**
保有契約件数	個人保険	9,343,946	9,386,800	**9,486,667**	***101.1%**
	個人年金保険	128,069	105,765	**89,803**	***84.9%**

・総資産の推移と内訳

2025年度末の総資産は15兆2,901億円となり、前年度末より増加しました。



当社の運用方針

当社は、ALMの観点から負債特性に応じた資産運用を行っております。債券を中心に安定した収益が期待できる資産をポートフォリオの中核として位置づけ、経済・市場環境を注視しつつ、リスク許容度の範囲内で補完的に為替リスクのある債券、不動産、株式等の資産へ分散投資を行っております。

運用実績の概況（一般勘定資産）

詳細はP.119

2025年度においては、一般勘定資産は4,149億円増加し、国内外の公社債は3,704億円増加しました。また、外貨建資産は、3,711億円増加しました。なお、2025年度の一般勘定資産残高の71.9%は国内外の公社債となっております。

運用利回り（一般勘定）

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
運用利回り	7.52%	4.24%	7.64%	1.25%	**6.22%**

運用利回り計算には経常損益には影響を与えない損益も含まれており、これを除くと2025年度は一般勘定計で2.43%となります。
（P.120注記参照）

・運用利回りの算式は次のとおりです。

$$\frac{\text{資産運用収益} - \text{資産運用費用}}{\text{毎日の資産残高の1年間の平均}\text{（日々平残方式で算出）}} \times 100$$

当利回りの算出においては、保険業法第112条評価益は分子に含めていません。

決算ハイライト

資産・負債などの状況

詳細はP.93

貸借対照表(抜粋)　　(単位:百万円)

科 目	2025年度末
資産の部	
現金及び預貯金	243,812
金銭の信託	349,985
有価証券	12,108,479
貸付金	1,277,892
有形固定資産	403,022
無形固定資産	80,012
再保険貸	211,738
その他資産	389,034
前払年金費用	7,415
繰延税金資産	252,793
貸倒引当金	△ 34,067
資産の部　合計	15,290,119
負債の部	
保険契約準備金	13,334,035
うち責任準備金	13,233,194
再保険借	62,791
その他負債	1,279,661
退職給付引当金	55,653
時効保険金等払戻引当金	6,683
価格変動準備金	180,400
負債の部　合計	14,919,225
純資産の部	
資本金	111,308
資本剰余金	111,298
利益剰余金	369,351
その他有価証券評価差額金	△ 38,947
繰延ヘッジ損益	△ 182,116
純資産の部　合計	370,894
負債及び純資産の部　合計	15,290,119

金銭の信託

生命保険会社が保有する有価証券などと帳簿価額を分離して運用する目的で、信託銀行へ金銭を信託する勘定です。

有価証券

生命保険会社は資産運用の一環として、有価証券に投資をしています。有価証券には、国債・地方債・社債などの公社債、株式、外国証券などがあります。

貸付金

生命保険会社は資産運用の一環として、企業などに貸付を行い利息収入を得ています。

責任準備金

将来の保険金などの支払いに備え、保険業法で保険種類ごとに積み立てが義務付けられている準備金です。責任準備金の積立方式の代表的なものには、「平準純保険料式」と「チルメル式」があります。なお、当社は「平準純保険料式」を採用して積み立てています。

価格変動準備金

価格変動による損失の発生する可能性の高い資産(株式、債券等)について、その価格が将来下落したときに生じる損失に備えることを目的に、保険業法に基づいて積み立てる金額です。

その他有価証券評価差額金

その他有価証券評価差額金は、その他有価証券の含み損益に税効果を調整した金額です。
その他有価証券には、売買目的有価証券、満期保有目的債券、責任準備金対応債券、子会社・関連会社株式のいずれにも分類されない株式や債券などが含まれ、時価により評価されます。

収支の状況

詳細はP.102

損益計算書（抜粋）　（単位：百万円）

科 目	2025年度
経常収益	**4,775,575**
保険料等収入	3,395,680
保険料	2,593,623
再保険収入	802,056
資産運用収益	1,229,711
うち利息及び配当金等収入	474,591
有価証券売却益	12,470
有価証券償還益	10,586
為替差益	668,058
特別勘定資産運用益	60,824
その他経常収益	150,183
うち支払備金戻入額	4,754
経常費用	**4,488,708**
保険金等支払金	3,313,706
責任準備金等繰入額	435,037
資産運用費用	273,709
うち有価証券売却損	27,391
有価証券評価損	49,803
有価証券償還損	5,387
金融派生商品費用	144,236
事業費	294,406
その他経常費用	171,848
経常利益	**286,866**
特別利益	**3,951**
特別損失	**9,490**
うち価格変動準備金繰入額	9,400
契約者配当準備金繰入額	**2,270**
税引前当期純利益	**279,057**
法人税及び住民税	77,111
法人税等調整額	402
当期純利益	**201,542**

保険料等収入

ご契約者から払い込まれた保険料（および再保険収入）による収益で、生命保険会社の収益の大半を占めています。

資産運用収益

資産運用による収益で、利息や配当金のほか有価証券売却益なども含まれます。

為替差損益

外貨建資産・負債を決算日の為替相場で円換算する際に計上される換算差損益です。

保険金等支払金

保険金、年金、給付金、解約返戻金などの、保険契約上の支払いを計上します。
再保険料もここに含まれます。

事業費

新契約の募集および保有契約の維持保全や保険金などの支払いに必要な経費を計上しており、一般事業会社の販売費および一般管理費に相当します。

経常利益

生命保険事業本来の営業活動により、毎年継続的に発生する収益（経常収益）から、発生する費用（経常費用）を差し引いた残額が経常利益となります。

当期純利益

税引前当期純利益から法人税及び住民税ならびに法人税等調整額を控除した金額で、会社のすべての活動によって生じた利益です。

決算ハイライトQ&A

決算やディスクロージャー誌で開示している生命保険会社の主な経営指標に関するご質問にお答えします。

Q1 ソルベンシー・マージン比率とは？

A1

ソルベンシー・マージン比率とは、生命保険会社がどれくらいいざというときの支払いに耐えられる純資産を持っているかを示す指標です。保険会社は通常、将来の保険金支払いに備えて保険負債を積み立てていますが、大災害や金融市場の急変など、予想外の出来事が起こることもあります。そうした場合にも対応できる体力があるかどうかを判断するための行政監督上の指標のひとつです。

この比率は、①会社が持つ純資産÷②想定されるリスクの大きさで計算されます。一般的に、この比率が100％以上であれば、一定の健全性が確保されていると考えられます。

近年の見直し（ESR）

2025年度決算からは、より実態に合った評価をするため、会社の資産や負債を現在の金利や市場環境に基づいて評価（時価ベース）する方法に変わりました。この新しい見方は「ESR（経済価値ベースのソルベンシー比率）」とも呼ばれます。

これにより、

- 金利の変化などをより適切に反映できるようになり
- より実態に即した形で会社の健全性を把握できる

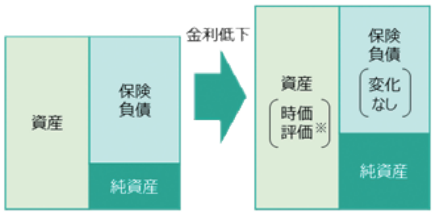
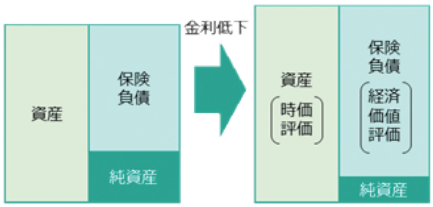
ようになりました。

また、想定するリスクの水準も引き上げられ、より厳しい条件で安全性をチェックする仕組みになっています。

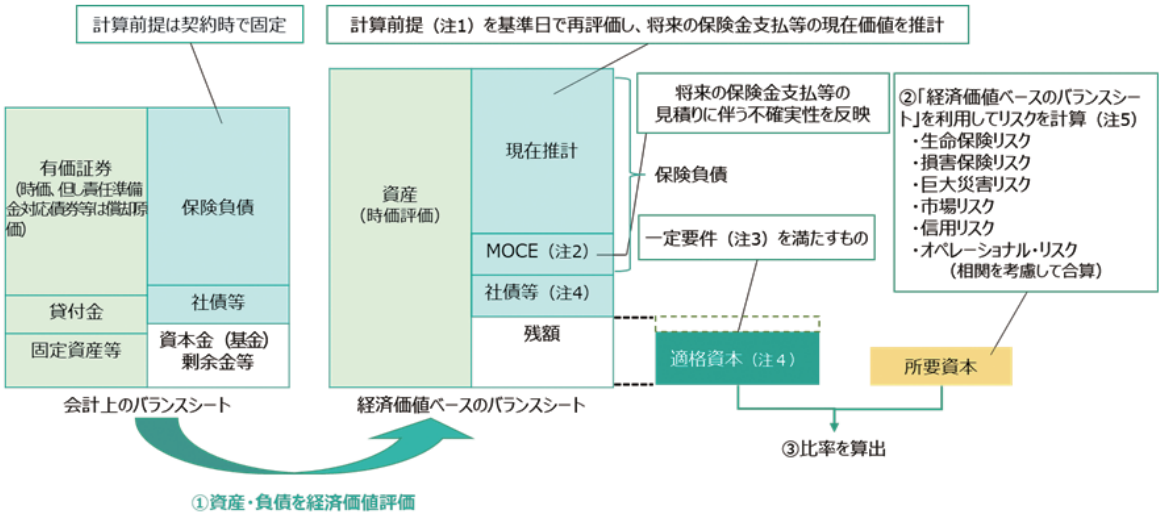
注意点

ソルベンシー・マージン比率は重要な指標ですが、この比率のみをとらえて会社の安全性を判断することは適当ではありません。資産運用の状況や業績なども含めて、総合的に見ることが大切です。

■新規制と従来の規制の比較

	従前の規制	新規制
保険負債評価の計算前提	契約時で固定（決算時の金利等を反映しない）	基準日時点で再評価（決算時の金利等を反映）
将来的な逆ざやの発生懸念時において金利低下が純資産に与える影響（イメージ図）	純資産が増加（リスクの認識が遅れる）  ※資産をその他有価証券で保有する場合	純資産が減少（リスクを早期に認識）  ※負債デュレーションの方が長い場合
リスクの信頼水準	概ね95%（20年に1回発生しうるレベルのリスク想定）	99.5%（200年に1回発生しうるレベルのリスク想定）

■新規制の計算イメージ



（注1）死亡率、解約率、事故率、金利等
（注2）Margin Over Current Estimateの略
（注3）永久性、償還可能性等によって、一部算入制限あり（損失吸収能力等に応じて2つの階層（Tier1／Tier2）に分類）
（注4）社債等のうち一定要件を満たすものについては、適格資本に含まれます
（注5）リスクカテゴリーごとに、99.5%の信頼水準（200年に1回の水準）に基づいた所定の手法により計算

Q2 基礎利益とは？

A2

基礎利益とは、保険料収入や保険金・事業費支払等の保険関係の収支と、利息及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表す指標で、一般事業会社の営業利益や、銀行の業務純益に近いものです。
基礎利益は損益計算書に項目が設けられているものではなく、経常利益から有価証券の売却損益などの「キャピタル損益」と「臨時損益」を控除して求めたものです（P.110参照）。

基礎利益は、
- 保険料収入や保険金・年金・給付金や解約返戻金などの支払い、責任準備金の繰入れ（戻入れ）、事業費の支払いといった保険関係の損益
- 資産運用関係の損益のうち、利息及び配当金等収入（貸付、預貯金、債券などから得られる利息や株式などから得られる配当をいいます）と支払利息などの費用といった予定利率で見込んだ運用収支（利差）に対応する収益

などを表しています。

Q3 含み損益とは？

A3

含み損益とは、帳簿価額と時価の差額のことをいいます。時価が帳簿価額を上回る場合、資産を時価で売却すれば売却益が生じます。逆に時価が帳簿価額を下回る場合、資産を時価で売却すると売却損が生じます。

ディスクロージャー誌においては、「有価証券の時価情報」（P.128参照）として保有目的および有価証券の種類ごとの帳簿価額、時価、差損益が開示されています。

Q4 有価証券評価損とは？

A4

売買目的有価証券以外の有価証券は、時価で評価されないか、時価評価されてもその評価差額は損益計算書に計上されません。しかし、売買目的有価証券以外の有価証券のうち時価のあるものについては時価が著しく下落したとき、また市場価格のない株式等については実質価額が著しく下落したときは、回復する見込みがあると認められる場合を除き、当該時価又は実質価額をもって貸借対照表価額とし、評価差額を当期の損失として処理（損益計算書に計上）しなければなりません。これを有価証券の減損処理といいます。

有価証券評価損は、減損処理により当期の損失として処理された有価証券の評価差額のことをいい、国債等債券、株式等、外国証券等の種類別に分類して表示します。

決算ハイライトQ&A

Q5 格付けとは？

A5

保険会社の格付けとは、独立した第三者である格付会社が、保険会社の保険金支払いに関する確実性をアルファベットと記号・単語などで表したもので、会社の財務・収支情報、営業・経営戦略などさまざまな情報にもとづき決定されています。ただし、格付会社は複数あり、それぞれ見方が違います。このため、同じ保険会社でも格付会社によっては格付けが異なる場合があります。

また、同じ格付会社の格付けでも、保険会社からの依頼によって行われる「依頼格付け」と格付会社が独自に行う「勝手格付け」の2種類があり、性質が異なります。なお、格付けの取得は法律で義務付けられているわけではありませんので、格付けを取得していない会社もあります。格付けは格付会社の意見であり、保険金の支払いなどについて保証を行うものではありません。また、取得した時点までの数値・情報などにもとづいたものであるため、将来的に変更される可能性があります。

- **メットライフ生命の格付け（2026年5月31日現在）**
  S&Pグローバル・レーティング・ジャパン株式会社
  保険財務力格付け*

AA−

定義：保険会社が保険契約債務を履行する能力は非常に高い。最上位の格付け（「AAA」）との差は小さい。

＊「AA」から「CCC」までの格付けには、プラス記号またはマイナス記号が付されることがあり、それぞれ、各格付けカテゴリーの中での相対的な強さを表します。

このQ&Aは、一般社団法人生命保険協会作成の『生命保険会社のディスクロージャー～虎の巻』にもとづいて、当社で編集したものです。

メットライフ生命の取り組み



お客さまへの取り組み 34

社員への取り組み 68

地域社会への取り組み 72

コーポレートガバナンスの強化 76

内部管理体制の強化 78

明示している場合を除き、2026年6月1日現在での情報を記載しています。

お客さまへの取り組み

お客さまを中心に据える企業文化の形成

メットライフ生命では、「お客さまを大切に思い、尊重すること（お客さま中心主義）」をあらゆる行動の原点にしています。

当社は、お客さま中心主義を全社一丸となって実践することで、お客さまにとって信頼のおけるパートナーであり続けることを目指しており、この取り組み姿勢をより明確なものとするために、「お客さま中心主義に関する基本方針」を制定・公表しています。

「お客さま中心主義に関する基本方針」は、商品開発・販売管理についてはもちろん、ご契約後のサービスとお手続き、人材育成などの在り方を含めた、お客さまとの「約束」です。

お客さま中心主義に関する基本方針

1．目的・理念

（当基本方針の制定目的）
「ともに歩んでゆく。よりたしかな未来に向けて。」という私たちのパーパスを実現するため、お客さま中心主義の活動に関する当社方針を、当基本方針において定めています。

（お客さま中心主義）
お客さまを大切に思い、尊重すること。それが、私たちのあらゆる行動の原点であり、私たちの日々の業務の中核をなすものです。

（お客さまにとって信頼のおけるパートナーであり続けることを目指す）
私たちは、お客さま中心主義を追求し、お客さまにとって信頼のおけるパートナーであり続けることを目指します。そのために、お客さまの声に常に耳を傾けその声にきちんとお応えするとともに、お一人おひとりの人生にあわせた本当に必要とされるアドバイスをご提供していきます。

2．お客さま中心主義の実践

2-1．商品とサービスの開発・改善

（商品とサービスを開発・改善するために お客さまの声を聴く）
お客さまの人生の変化に寄り添い、いつまでもご安心を提供できるよう、死亡保障、医療保障および資産形成や老後への備えのニーズにお応えできる商品とサービスの開発・改善に取り組みます。また、商品とサービスの開発・改善においては、お客さまにとってシンプルでわかりやすいものにするため、常にお客さまの声を聴き、ニーズを深く理解していきます。

2-2．生命保険商品の販売

（お客さまのニーズにお応えする販売態勢）
お客さまのニーズにお応えするため、以下の4つの販売チャネルを展開し、それぞれの特性に応じた商品とサービスを提供します。

- コンサルタント社員による販売
- 保険代理店による販売
- 金融機関代理店による販売
- インターネット販売

なお、お客さまへのご連絡・ご訪問に際しては、時間帯・場所などお客さまのご都合に配慮します。

（最適な商品のご提案）
お客さまのご契約の目的、年齢、資産の状況を正しく理解し、適合性を十分に確認したうえで、お客さまにとって最適な商品をその理由も併せてご提案します。

（商品などのわかりやすい説明、不利益事項や複雑な商品に関する十分な説明）
商品とサービスの内容をお客さまにわかりやすく説明します。またお客さまがお申込みを決定するにあたり必要な情報は十分にご提供します。
お客さまにとって不利益となる事項などのご契約上特に重要な情報や、複雑な商品特性については、よりわかりやすくかつ丁寧に説明を行います。

（ご加入手続の利便性と応対品質の向上）
お客さまからお問い合わせ、ご相談、ご意見、ご要望をいただいた際には、専門用語ではなく平易な言葉を使うなど、わかりやすい説明を行い、お客さまの立場に立ち親身に対応します。また、いただいたお客さまからの声を参考に、書類やお手続き、また、ご案内などをシンプルでわかりやすいものへと改善していきます。

（適切なお引受け）
お申込みに際しては、告知の重要性をお客さまに十分に説明し、ご理解いただいたうえで告知を受領し、適切に引受けの判断を行います。

2-3.ご契約後のサービスとお手続き

（各種サービスの提供）
すでにご契約いただいているお客さまには、万一の場合の経済的なご安心を提供するだけでなく、長い人生を健康で豊かな毎日を送るためのサービスの提供を行います。

（アフターフォローの取り組み）
常にお客さまに安心をご提供するために、お客さまご自身に保障内容を十分にご理解いただくなど、継続的なアフターフォローを行う態勢を整備・強化します。

（お手続きの利便性と応対品質の向上）
お客さまからのお問い合わせや各種お手続きなどについても、営業担当者だけでなく、コールセンターやインターネットサービスなど、お客さまのニーズに応じたさまざまな受付態勢を整備し、スムーズな対応を行います。お客さまからお問い合わせ、ご相談、ご意見、ご要望をいただいた際には、専門用語ではなく平易な言葉を使うなど、わかりやすい説明を行い、お客さまの立場に立ち親身に対応します。また、いただいたお客さまからの声を参考に、書類やお手続き、また、ご案内などをシンプルでわかりやすいものへと改善していきます。

（保険金・給付金のお支払い）
保険金・給付金を迅速かつ適切にお支払いするための態勢を整備します。

2-4.特に配慮が必要なお客さまへの取り組み

ご高齢のお客さまなど特に配慮が必要なお客さまについては、商品の内容や仕組みについて誤解が生じることがないよう、お客さまの特性に応じた募集、引受、保全および支払い態勢を整備します。
未成年者を被保険者とするご契約については、加入目的や保険金額などをより慎重に確認し、適正な勧誘・販売に努めます。

2-5.保険代理店への手数料について

当社は、保険代理店へお支払いする手数料を保険代理店がお客さまへ提供するサービスへの対価と位置づけ、その考え方をお客さまにわかりやすく公表します。

3 . お客さま中心主義を支える社内態勢

（カスタマーセントリシティ委員会を中心とした管理態勢）
当基本方針にかかる取り組みの推進のため、お客さまと接する部門の各役員を中心として構成されるカスタマーセントリシティ委員会にて、お客さまの声の分析およびそれを活かす方法などを全社横断的に議論、提言し、経営に反映させていきます。

（役職員および募集人への適切な動機付け）
役職員および募集人によるお客さま中心主義の実践や、利益相反の適切な管理などのため、報酬・業績評価などの適切な動機付けの仕組みや、適切な管理態勢を構築します。

（商品開発・提供・管理におけるガバナンス）
お客さまにとって最適な商品を継続的に提供するため、商品ライフサイクル全体および開発・提供・管理の各プロセスについて、保険代理店とも情報連携し検証・改善を行います。また、商品にかかるガバナンス体制などの公表を行います。

（商品とサービスに関する専門性を持った人材の育成）
役職員および募集人の商品とサービスに関する理解を深めるため、研修などの教育態勢を整備・強化し、金融・保険に関する専門性を持った人材を育成します。

（コンプライアンスの徹底）
企業経営の根幹であるコンプライアンスについては、営業やオペレーションなどの各部門、コンプライアンス部門および内部監査部門のそれぞれの役割を明確にし、経営陣による管理監督のもと、全社的なコンプライアンスを継続的に強化していきます。

（プライバシー保護）
お客さまのプライバシー保護を常に優先し、業務上知り得たお客さまの情報やご契約内容などの情報は、当社のプライバシーポリシーに従い、厳重に管理します。

（利益相反の適切な管理）
お客さまの利益が不当に害されることがないよう、利益相反の恐れのある取引を適切に管理します。特に、商品の販売時においてはお客さまの不利益に繋がる販売手法を防ぐために、適切な管理態勢を構築します。

（お預かりした保険料の健全な運用およびリスクマネジメント）
お客さまからお預かりした保険料を、長期的に安定して運用するため、グローバルのネットワークを活かした資産運用ノウハウを活用し、多面的な分析にもとづいた国内外での分散投資を進めます。また、お客さまに保険金・給付金をお支払いするという大事なお約束を果たすため、リスク管理態勢を整備し、財務および業務の健全性を重視した事業運営を行います。

（当基本方針などの公表について）
当基本方針の取り組み状況、および取り組みの進捗度合いを測る指標を定期的に更新・公表するとともに、より良い業務運営の実現のため当基本方針を定期的に見直し公表します。

※この「お客さま中心主義に関する基本方針」は、「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」にもとづく当社の「勧誘方針」を含みます。
※この「お客さま中心主義に関する基本方針」は、「消費者志向自主宣言」を兼ねるものです。

お客さまへの取り組み

主な商品一覧

当社は、お客さまお一人おひとりのライフスタイルの変化に柔軟に対応し、ニーズにお応えできるよう商品ラインナップの充実に努めています。今後も時代のニーズに合った保険商品を提供してまいります。

終身保険　万一の保障、介護への備え、資産形成 生涯の保障を提供。高齢化時代にふさわしい、頼りになる保険です		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
つづけトク終身 終身保険 （低解約返戻金型）	生涯を通じて、死亡されたとき、または高度障害状態に該当されたときの保障を準備できる終身保険です。	●	○	−	−
ずっとスマイル 終身保険 （引受基準緩和型）	簡単な告知により、満30歳から満80歳までの方に、生涯保障の生命保険にお申し込みいただけます。	●	−	−	−
ドルスマート エス ＊ 積立利率変動型終身保険 （米国通貨建 2002）	死亡保障で万が一に備えながら、米ドルで資産運用。教育資金、老後資金の準備などもできる終身タイプの死亡保険です。	●	○	○	○
ドルアドバンス ＊ 災害保障期間付利率変動型 終身保険 （低解約返戻金型 米ドル建）	万が一に備えながら、お子さまの教育資金やセカンドライフの資金など、将来に向けた資産形成もできる米ドル建の終身保険です。米国の金利情勢が基準利率に反映される仕組みと、保険料払込期間中の保障と解約返戻金を抑制する仕組みで、効率的な資産形成が期待できます。	●	−	−	○
ビー ウィズ ユー プラスII（米ドル建） ＊ 利率変動型一時払終身保険 （米ドル建 16） 利率変動型一時払終身保険 （米ドル建 21） 一時払終身保険 （米ドル建 初期死亡保険金抑制型）	払い込んだ保険料以上の死亡保障が確保される米ドル建の一時払終身保険です。契約後すぐに米ドル建でふやしてのこせる「健康告知ありプラン」（利率変動型一時払終身保険（米ドル建 16））、保険期間当初の保障が抑制されるものの健康告知が不要な「健康告知なしプラン」（利率変動型一時払終身保険（米ドル建 21））および「保障重視プラン（健康告知なし）」（一時払終身保険（米ドル建 初期死亡保険金抑制型））があります。	●	−	−	−
ビー ウィズ ユー プラスII（円建） ＊ 利率変動型一時払終身保険 （I 型 24） 利率変動型一時払終身保険 （II 型 24）	払い込んだ保険料以上の死亡保障が確保される円建の一時払終身保険です。契約後すぐに円建でふやしてのこせる「健康告知ありプラン」（利率変動型一時払終身保険（I 型 24））と保険期間当初の保障が抑制されるものの健康告知が不要な「健康告知なしプラン」（利率変動型一時払終身保険（II 型 24））があります。	●	−	−	−
サニーガーデンEX ＊ 積立利率変動型一時払終身保険 （米ドル保険料建 15） 積立利率変動型一時払終身保険 （豪ドル保険料建 15）	大切なご家族のための保障を減らすことなく、運用成果は自分のために使うことも可能な定期支払金の機能を付加することができる外貨建の一時払終身保険です。	●	−	−	−
サニーガーデン プライム ＊ 一時払終身保険 （指定通貨建 利率更改あり型） 一時払終身保険 （指定通貨建 利率更改なし型）	大切なご家族のための保障を減らすことなく、お客さまのニーズに応じて、通貨（円・米ドル）、コース（しっかり貯める「積立金増加コース」、運用成果を定期的にご自身で受け取るか、所定のご家族に贈る「定期支払コース」、運用成果を必要なタイミングで受け取る「任意受取コース」）、利率更改の期間（定期的に利率を更改する「利率更改あり型」、終身にわたって利率を保証する「利率更改なし型」）を選択できる一時払終身保険です。（契約時に選択したコースおよび指定通貨は変更できません。この商品は、金融機関代理店のみでの取り扱い）	●	−	−	−

ご注意ください

特定保険契約商品に関するご負担いただく費用とリスクについては、51ページに記載しております。
商品に関する詳細については、当社ホームページにてご確認いただけます。

（他2606-0001）

終身保険 万一の保障、介護への備え、資産形成 生涯の保障を提供。高齢化時代にふさわしい、頼りになる保険です		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
ウェルスデザイン＊ 利率変動型一時払終身保険 （米ドル建 介護保障型）	より豊かな老後に向けて、充実した介護保障を確保しながら、今ある資産をまもりたい方のための利率変動型の米ドル建の一時払終身保険です。	●	−	−	●
ウェルスデザインII＊ 利率変動型一時払終身保険 （米ドル建 介護保障型） 利率変動型一時払終身保険 （米ドル建 介護保障型 22）	ウェルスデザインの機能に加え、「介護に使うお金は円で確保したい」というお客さまの声にお応えして、契約3年経過後から任意のタイミングで保障を円建に変更することもできます。（この商品は、金融機関代理店のみでの取り扱い）	●	−	−	●

定期保険 万一の保障、三大疾病への備え 一定期間内の保障をお約束。お手ごろな保険料で大きな安心をお届けします		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
マイディアレスト 収入保障保険 （月払給付・無解約返戻金型）	死亡時にのこされたご家族への保障のほか、三大疾病時や災害時の保障も準備できます。非喫煙保険料率もご用意しています。（病気・ケガはII型、III型、IV型のみ、ガンはII型、III型のみ）	●	●	●	−
無配当平準定期保険	お手ごろな保険料で、一定期間の定額保障をお約束します。	●	○	−	−
無配当平準定期保険 （リスク細分型保険料率の適用に関する特則付）	喫煙習慣、健康状態など当社所定の基準を反映させた3種類のリスク細分型保険料率を設定した定期保険です。	●	○	−	−

養老保険 万一の保障、資産形成 教育資金や老後の生活資金など、将来まとまった資金準備が必要な方に		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
無配当養老保険	生活設計に合った資金準備と保障を同時に満たす養老保険です。	●	○	−	−
積立利率変動型養老保険 （貯蓄重視型 米国通貨建）＊	保険料の払い込みから保険金のお受け取りまでを、世界の基軸通貨である米ドルで行う養老保険です。	●	−	−	−

＊ 特定保険契約商品。これらの商品は、契約時費用のご負担、運用リスク、為替リスク、市場価格調整などにより、受取額が払込保険料総額を下回ることがあります。ご検討の際には各商品の「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」「特別勘定のしおり」を必ずお読みください。

※記載事項は商品（特約）の概要を説明したものであり、ご契約にかかわるすべての事項を記載したものではありません。ご検討にあたっては、各商品の「パンフレット」、「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」などを必ずご確認ください。

ご注意ください

特定保険契約商品に関するご負担いただく費用とリスクについては、51ページに記載しております。
商品に関する詳細については、当社ホームページにてご確認いただけます。

（他2606-0001）

お客さまへの取り組み

変額保険　万一の保障、三大疾病への備え、無理なく始める資産形成 特別勘定の運用実績に応じて保険金額などが変動（増減）する保険です		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
ライフインベスト *1 変額保険（有期型 2020）	万一の保障の安心とともに、無理のない保険料で長期投資を始められ、13種類の特別勘定にご自分で資産配分し、投資リスクをコントロールしながら資産づくりが始められる変額保険です。	●	−	−	−
ライフインベスト プラス *1 三大疾病給付変額保険 （有期型）	無理のない保険料で、投資リスクをコントロールしながら資産づくりが始められ、三大疾病にかかったときや万が一のときに、お客さまご自身やご家族を支えることができる変額保険です。	●	●	●	−
ライフインベスト アドバンス *1 災害保障期間付変額保険 （有期型）	ライフステージに合わせて必要な保障を確保しながら、当初10年間の保障を抑制し、それを保険料に反映することで、効率のよい資産形成が期待できる変額保険です。	●	−	−	○
ライフインベスト ネクスト *1 変額保険（2025）	一生涯の保障と資産形成機能を兼ね備え、保険料の払込満了後も運用を継続することで、セカンドライフの資金準備など、効率のよい資産形成が期待できる変額保険です。	●	−	−	−

医療・ガン保険　病気・ケガ、ガンへの備え お客さまに寄り添った安心の保障をお届けします		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
マイ フレキシィ 終身医療保障保険 （無解約返戻金型）	医療環境の変化に対応した入院・通院・在宅医療の3つの保障をバランスよく備えることができる医療保険です。豊富な保障の中から、お客さまのニーズに合わせてデザインすることもできます。	○	●	●	○
マイ フレキシィ ゴールド 終身医療保障保険 （無解約返戻金型） 引受基準緩和特則付	健康状態に不安のある方も、入院・通院・在宅医療の3つの保障をバランスよく備えることができる医療保険です。一部の保障を除き、マイ フレキシィと同様の豊富な保障の中から、柔軟にデザインすることができます。	○	●	●	○
リターンボーナスつき **終身医療保険** 生存還付給付金付 終身医療保険	生涯にわたり病気やケガによる入院・手術などを保障し、払込保険料の相当額が生存還付給付金、健康祝金、入院などの各給付金により保障される仕組みを持つ医療保険です。	●	●	●	−
ガードネクスト 終身ガン保障保険 （無解約返戻金型）	さまざまなガン治療に対応し、治療が続く限り寄り添うガン保険です。三大治療（手術・放射線治療・抗がん剤治療）や在宅医療・緩和療養などを幅広く保障し、先進医療・患者申出療養・所定の自由診療などにも備えることができます。	−	−	●	−

ご注意ください

特定保険契約商品に関するご負担いただく費用とリスクについては、51ページに記載しております。
商品に関する詳細については、当社ホームページにてご確認いただけます。

（他2606-0001）

介護定期保険　万一の際の事業保障や従業員の安心 会社、従業員、経営するあなたの未来のために		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
ブライトビジョン *2 災害保障期間設定型 介護定期保険	一定期間の死亡と介護を保障する保険です。経営者に必要な事業保障資金の財源確保に、また、従業員への福利厚生の充実（「弔慰金・死亡退職金制度」の運営など）に活用できます。	●	−	−	●
ブライトアクション *1*2 変額介護定期保険	死亡と介護のリスクに備えながら、特別勘定の運用実績に応じて保障額等の増加が期待できる変額タイプの介護定期保険です。経営者の多様な資金ニーズの備えとして活用できます。	●	−	−	●

個人年金保険　豊かな老後に向けた保障 より豊かで安心できる老後を送るために		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
レグルスIV *1 個人年金保険（米ドル建 09）	豊かなセカンドライフをお考えの方のための米ドル建の定額個人年金保険です。定期引出などの機能を付加することもできます。	●	−	−	−
アクティブデザイン *1 個人年金保険 （米ドル建 定期支払金重視型 23） 個人年金保険 （米ドル建 年金原資重視型 23）	契約1年後から毎年、定期支払金を受け取ることができ、さらに株や債券等を組み入れた指数に連動する仕組みを活用して追加のリターンが期待できる米ドル建の個人年金保険です。指数の上昇率に応じた成果を毎年の受取額に反映させる「定期支払金重視型」と、満了時に反映させる「年金原資重視型」の2つのタイプから選択可能です。（この商品は、金融機関代理店のみでの取り扱い）	●	−	−	−

＊1 特定保険契約商品。これらの商品は、契約時費用のご負担、運用リスク、為替リスク、市場価格調整などにより、受取額が払込保険料総額を下回ることがあります。ご検討の際には各商品の「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」「特別勘定のしおり」を必ずお読みください。

＊2 法人契約のご加入のご検討にあたっては、『法人向け保険商品のご検討に際してご留意いただきたいこと』を参照のうえ、税務取扱についてご留意すべき事項をご確認ください。

※記載事項は商品（特約）の概要を説明したものであり、ご契約にかかわるすべての事項を記載したものではありません。ご検討にあたっては、各商品の「パンフレット」、「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」などを必ずご確認ください。

ご注意ください

特定保険契約商品に関するご負担いただく費用とリスクについては、51ページに記載しております。
商品に関する詳細については、当社ホームページにてご確認いただけます。

（他2606-0001）

お客さまへの取り組み

団体保険 従業員の安心と充実した福利厚生をサポートします		保障（主契約：●、特約・特則：○）			
		死亡	病気・ケガ	ガン	介護
ノンパーグループ保険 無配当総合福祉団体定期保険	所属員が死亡または所定の高度障害状態になられた場合に、団体が定める福利厚生規程（死亡退職金・弔慰金など）に準拠した保険金を保障する保険です。配当をなくし、お手ごろな保険料を実現しました。	●	○	−	−
総合福祉団体定期保険	所属員が死亡または所定の高度障害状態になられた場合に、団体が定める福利厚生規程（死亡退職金・弔慰金など）に準拠した保険金を保障する保険です。	●	○	−	−
医療保障保険（団体型）	入院の際の公的医療保険制度における医療費の自己負担に対応した「治療給付金」や「入院給付金」、死亡された際の「死亡保険金」を保障する団体医療保険です。入院費や入院中の治療費を重点的に保障します。	●	●	●	−
団体定期保険（S51）	所属員が死亡または所定の高度障害状態になられた場合に、保険金を保障する保険です。	●	○	−	−
グループメディカルBasic+ 新医療保障保険（団体型）	入院給付金、死亡保険金のほか、手術、特定疾病給付などの特約、災害入院不担保などの特則により必要な保障だけで設計が可能な団体医療保険です。	●	●	●	−

ご注意ください

特定保険契約商品に関するご負担いただく費用とリスクについては、51ページに記載しております。
商品に関する詳細については、当社ホームページにてご確認いただけます。

（他2606-0001）

各種特約

- 先進医療特約
- 先進医療特約 引受基準緩和特則付
- ガン先進医療特約
- ガン自由診療特約
- 新三疾病一時金特約
- 新三疾病一時金特約 引受基準緩和特則付
- ガン一時金特約
- ガン一時金特約 引受基準緩和特則付
- 三疾病治療月払給付特約
- 三疾病治療月払給付特約 引受基準緩和特則付
- ガン治療月払給付特約
- ガン治療月払給付特約 引受基準緩和特則付
- 退院後・外来手術通院特約
- 退院後・外来手術通院特約 引受基準緩和特則付
- ガン通院充実特約
- ガン通院充実特約 引受基準緩和特則付
- 入院開始一時金特約
- 入院開始一時金特約 引受基準緩和特則付
- 八疾病延長入院特約
- 三疾病延長入院特約
- 三疾病延長入院特約 引受基準緩和特則付
- 女性疾病入院特約
- 女性疾病入院特約 引受基準緩和特則付
- 女性特定部位手術・形成サポート特約
- 女性特定部位手術・形成サポート特約 引受基準緩和特則付
- 新三疾病保険料払込免除特約
- 新三疾病保険料払込免除特約 引受基準緩和特則付
- 介護年金特約
- 介護年金特約 引受基準緩和特則付
- 認知症診断特約
- 認知症診断特約 引受基準緩和特則付
- 在宅医療特約
- 在宅医療特約 引受基準緩和特則付
- 骨折診断特約
- 骨折診断特約 引受基準緩和特則付
- 生活サポート特約
- 終身死亡特約（低解約返戻金型）
- 終身死亡特約（低解約返戻金型） 引受基準緩和特則付
- 重度ガン治療特約
- ガン診断特約
- ガン通院治療特約
- ガン入院治療特約
- 女性ガン入院治療特約
- 女性ガン手術・再建術サポート特約
- 悪性新生物収入サポート特約
- ガン保険料払込免除特約
- 傷害特約
- 災害死亡給付特約
- 定期保険特約
- 定期保険特約（無解約返戻金型 米ドル建）*
- 三大疾病・介護給付終身保険特約（米ドル建）*
- 三大疾病・介護保険料払込免除特約 *
- 三大疾病保険料払込免除特約（変額保険（2025）用）*
- 年金支払特約
- 年金移行特約
- リビング・ニーズ特約
- 積立金定期引出特約（09）*
- 円建年金移行特約（09）*
- 積立金定期支払特約（15）*
- 円建終身保険移行特約（15）*
- 積立金区分特約 *
- 給付金代理請求特約
- 初期死亡時保険金円建保証特約 *
- 円建終身保険移行特約（介護保障型）*
- 乗換時の取扱に関する特約

など

＊ 特定保険契約商品。これらの商品は、契約時費用のご負担、運用リスク、為替リスク、市場価格調整などにより、受取額が払込保険料総額を下回ることがあります。ご検討の際には各商品の「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」「特別勘定のしおり」を必ずお読みください。

※記載事項は商品（特約）の概要を説明したものであり、ご契約にかかわるすべての事項を記載したものではありません。ご検討にあたっては、各商品の「パンフレット」、「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」などを必ずご確認ください。

ご注意ください

特定保険契約商品に関するご負担いただく費用とリスクについては、51ページに記載しております。
商品に関する詳細については、当社ホームページにてご確認いただけます。

（他2606-0001）

お客さまへの取り組み

公式ホームページ

公式ホームページでは、幅広い生命保険商品ラインナップの中からお客さまのライフスタイルやご希望に合った商品をご紹介し、安心できる保険選びをお手伝いしています。また、保険金・給付金のお受け取りをはじめ、保険料のお支払い方法や住所の変更など、各種お手続きについてもわかりやすくご案内しています。そのほか、ご契約後の健康で豊かな暮らしをサポートするサービスや、当社の取り組み・企業情報などもご覧いただけます。

公式ホームページ
https://www.metlife.co.jp/



公式ホームページ

お問い合わせ窓口

当社では、お客さまからのお問い合わせやご要望を専用のコールセンターにて承っています。
ご加入をご検討中の保険商品に関するお問い合わせには、トレーニングを受けたオペレーターが、お客さまの立場に立ち、一人ひとりに寄り添った心のこもった応対を行っています。
またご契約後も、加入中の保障内容のご確認などを通じてお客さまに寄り添い、末永く安心してご相談いただけるよう、サポート体制の充実に努めています。

＜主なサービス内容＞

- 当社ホームページに掲載された商品のお問い合わせ対応や、オンライン上でのお申し込みのサポート
- ご要望商品の保障内容や保険料に関するお問い合わせの受け付け

トレーニングを積み重ねたプロフェッショナルなオペレーター

お客さまのお問い合わせについて的確に対応できるよう、十分な時間と多様な内容で構成されたトレーニング体制を整えています。これらのトレーニングを通して、お客さまに“難しい”と思われがちな保険について、身近な言葉でわかりやすく説明し、ご納得いただいてから保険をお選びいただけるよう、サービスクオリティの維持・向上に努めています。

カスタマーリレーションズセンター

0120-654-000

受付時間　月～土　9:00～18:00
（日・祝日・年末年始休み）

生命保険商品の販売

お客さまのニーズにお応えする販売態勢

全国のお客さまのさまざまなニーズにお応えするため、以下の4つの販売チャネルを展開し、それぞれの特性に応じた商品とサービスを提供します。

1. コンサルタント社員による販売



103のエイジェンシーオフィス
約**4,100名***のコンサルタント社員
*マネジメント職を含む

2. 保険代理店による販売



約**5,600店**の保険代理店

3. 金融機関代理店による販売



約**110**の提携金融機関

4. インターネット販売



24時間・365日アクセス可能

1. コンサルタント社員による販売

コンサルタント社員が金融のプロフェッショナルとして、お客さまのライフスタイルからニーズを的確に把握して付加価値の高い保障を提案

人生設計や資産形成などの相談を受けたいという個人のお客さまのニーズや事業継続にあたって発生しうるリスクに備えたいという法人のお客さまのニーズにお応えするため、当社コンサルタント社員による質の高いコンサルティングサービスをご提供しています。従来から行っている対面によるコンサルティングやマネーセミナーに加え、社会環境の変化により要望が高まっているオンラインセミナーへの取り組みも実施しています。お客さまのニーズの的確な把握やお客さまが望まれる面談方法にお応えしながら、付加価値の高い提案を行っています。

カスタマーセントリシティ・マイスター認定制度

お客さまのよりたしかな未来の実現に向け、サービスレベルのさらなる充実を図り、一層の安心をお届けする目的で、2015年度からカスタマーセントリシティ・マイスター認定制度を導入しています。

「カスタマーセントリシティ・マイスター」とは、多くのお客さまから信頼され高い評価をいただき、かつ社内の厳しい基準を満たしたコンサルタント社員のみに与えられる称号です。全国約3,780名の対象者のうち、2026年度は310名が認定されており、一部の認定者を当社ホームページにて紹介しています。

CUSTOMER CENTRICITY
MEISTER
2026

1 お客さまからの高い評価と厚い信頼を得ていること
＋
2 確かなお客さま対応で契約の長期継続が実現できていること
＋
3 社内においても模範となり活動姿勢が高く評価されていること

当社ホームページにて全国のカスタマーセントリシティ・マイスターを紹介しています。
最新の情報は下記リンク先よりご確認ください。
https://www.metlife.co.jp/about/partner/cc_meister/

お客さまへの取り組み

2. 保険代理店による販売

全国各地に拠点を置く大型代理店や地域に密着した代理店が当社の生命保険を通じて、お客さまの安心と夢の実現をサポート

お客さまの幅広いニーズに応えるべく、全国各地に拠点を置く大型代理店や地域に密着した代理店に、充実した商品ラインナップを提供し、研修・代理店管理などを行っています。

- 生命保険・損害保険兼業代理店
- 機関代理店
- 来店型保険代理店
- 生命保険専業代理店（当社専属／他社乗合）
- 通信販売代理店

全国代理店会連合会

代理店同士の交流と相互研鑽を目的として、全国48地区で代理店会を運営しています。
1992年に全国の地区代理店会から構成される「全国代理店会連合会」を発足し、当社との「共存共栄」「二本・一」「すべてはお客さまのために」の理念のもと、各種セミナーの開催や、福利厚生の充実など、自主的・主体的な取り組みを行っています。定期的に当社経営陣との意見交換会を行い、お客さまサービスの向上・改善につなげています。



マグネットエージェンシー認定制度

2018年より、社内教育態勢や営業プロセス、募集品質をはじめとする各種基準を満たした代理店を認定する「マグネットエージェンシー認定制度」を導入しました。お客さま、代理店の従業員、地域の人々を磁石のように惹きつけ、お客さまが安心してご相談いただける地域に根差した代理店とともにお客さま中心主義を推進しています。

Magnet Agency

3. 金融機関代理店による販売

メガバンク・信託銀行・地方銀行・証券会社などの提携金融機関を通して、お客さまのライフステージやニーズに適した商品を提供

人生100年時代を迎え、資産形成、相続、介護などの多様化するお客さまのニーズにお応えするため、継続的な調査活動を通じてお寄せいただくお客さまの声にしっかり耳を傾け、商品ラインナップの充実やわかりやすい商品案内資料の提供に努めています。

お客さま対応サポート

金融機関代理店における「顧客本位の業務運営」の拡充に向けた支援として、代理店の販売・管理態勢の整備に対する各種情報や、お客さまが外貨建商品の各種費用やリスクをよりわかりやすくご理解いただくための募集補助資料を提供しています。
金融機関代理店に対しては、アフターフォロー実施ガイドを作成し、各種のシステムツールや情報の提供をタイムリーに行うことで、迅速なアフターフォローをサポートしています。
また、一部のご契約者へのご契約内容の確認コールなどのモニタリングを通じて「顧客本位の業務運営」の実現に向けた取り組みを行っています。

非接触対面申込の電子化（リモート申込）

銀行窓販市場における新たな募集経路として、非接触対面申込の電子化（リモート申込）の取り組みを進めています。これにより、金融機関代理店の店頭へのご来店が難しいお客さまや、ご自宅への訪問が難しいケースでも、オンラインでの面談やお手続きが可能となりました。金融機関代理店とお客さまとの新たな接点を創出しています。

4. インターネット販売

手軽さと利便性を求められるお客さまへ、インターネットを通じた保険商品やご相談窓口を提供

利便性を追求されるお客さまやご自身で保障を選択したいというお客さまのニーズにお応えするため、インターネットを通じて24時間、365日お客さまのご都合に合わせて、いつでもお申し込みいただける商品やご相談予約が可能な窓口を提供しています。

インターネット申込サービス

医療保険やガン保険など、わかりやすい保障内容の商品を中心に、喫煙の有無、健康状態などにより保険料が割引になる死亡保険や、引受基準を緩和した商品など、当社公式ホームページではさまざまな商品を取り揃えています。また、保険料シミュレーション、電話でのご相談など、お客さまの保険選びをサポートするさまざまなコンテンツをご用意しています。

保険料シミュレーション
https://www.metlife.co.jp/products/sim2/



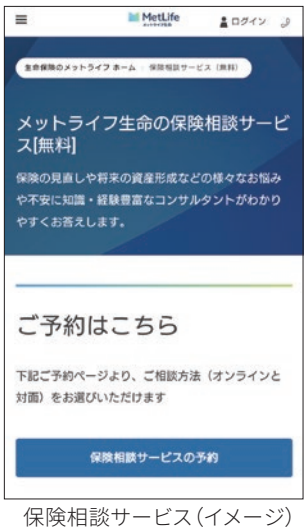
保険料シミュレーション（イメージ）

保険相談サービス

対面とオンラインの2通りから相談方法を選択

当社公式ホームページでは、知識と経験が豊富な当社コンサルタント社員がより詳細なご相談を希望されるお客さまのお話を伺う保険相談サービスをご案内しています。お一人おひとりに寄り添うことで、お客さまのご意向に沿った保障選びから、ご加入中の保険内容の見直し、将来の資産形成などを対面やオンラインで、お客さまのご希望に応じて柔軟に対応しています。

保険相談サービス（無料）
https://www.metlife.co.jp/consulting/



保険相談サービス（イメージ）

お客さまへの取り組み

ご契約手続きの流れと情報のご提供

商品とサービスの内容をお客さまにわかりやすくご説明するとともに、お客さまがお申し込みを決定するにあたり必要な情報をご提供しています。特に、お客さまにとって不利益となる事項などのご契約上特に重要な情報や、複雑な商品特性については、よりわかりやすくかつ丁寧に説明を行っています。また、ご契約後も、お客さまの状況やご要望に応じて、適時・適切なアフターフォローや情報のご提供に努めています。

保険のご契約に関する一般的なお手続きの流れや情報のご提供は次のとおりです。

1 お客さまの情報・ご意向の把握、適合性の確認

- **「意向把握アンケート」**や**「ヒアリングシート」**等によりお客さまのご意向を把握します。
- お客さまの性別や年齢、家族構成、収入・資産等の属性、現在ご契約中の保障内容から、公的保険制度等を踏まえ、お客さまのライフプランに基づいて、ふさわしい保険プランを推定し、その理由を添えてご提案します。ご提案した保険プランをもとに、さらにお客さまのご意向を把握します。
- お客さまに、保険契約の内容やリスク・不利益事項を正しく理解するための知識・経験、財産の状況や取引を行う目的等を踏まえ、ご契約にあたっての適合性が確保されていることを随時確認します。

2 プランのご提案・推奨、ご説明

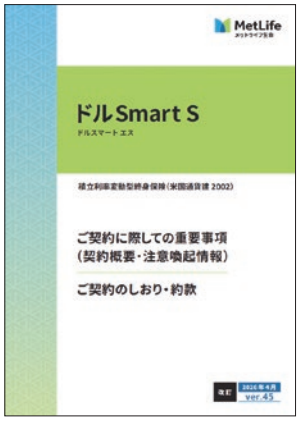
- 保険プランの内容について、**「ライフプランシミュレーション」**等を用い、お客さまの将来の夢、ライフプランや公的保険制度を踏まえた必要保障額、お客さまのご意向との関係性について、ご説明します。
- 商品の**「パンフレット」**や**「設計書」**等を用い、当社が販売する生命保険商品や商品ごとの仕組みや特徴をわかりやすく説明します。



パンフレット（イメージ）

3 重要事項等のご説明

- ご契約に際して、お客さまにご契約についての重要事項、お申込みから保険金のお支払いまでの諸手続き、ご契約についての取り決めなどが記載された**「契約概要・注意喚起情報」「ご契約のしおり・約款」**を電子ファイルか紙冊子のいずれかを必ずお渡しします。
- 変額保険、変額終身保険特約付加商品の場合は、積立金を運用する特別勘定の運用対象、運用方針および投資リスクなどについて説明した**「特別勘定のしおり」**をお渡しします。



ご契約のしおり・約款（イメージ）

4 お申込み手続き

- 最終意向を確認し、①で把握した当初のご意向と、最終意向との比較（振り返り）を実施し、両者が相違している場合には、その対応箇所や相違点およびその相違が生じた経緯について、わかりやすくご説明します。
- お勧めした商品がお客さまのご意向にあっているか、お客さまの最終的なご意向と契約のお申込みを行おうとする保険契約の内容の合致を確認し申込手続きを行います。申込手続きは契約者、被保険者ご本人に記入（入力）いただきます。
- **「告知に関する重要事項」「個人情報に関する重要事項」**について被保険者にご理解いただきます。告知は被保険者さまご自身に健康状態等の事実をありのまま告知いただきます。
- 第1回保険料のお支払いを、必ずご契約者ご自身でお手続きいただきます。

5 ポリシーレビュー

保険証券がお客さまのお手元に届いた頃、お客さまのお申し出に応じて、取扱者が訪問等によりお申込み内容・告知内容・お客さま情報等が正しいか、お客さまと一緒に確認します。



保険証券（イメージ）

6 継続的アフターフォロー

日々の保全活動に加え、**「ご契約内容のお知らせ」**をお届けするタイミング等にお客さまの状況やご要望に応じて、適時・適切なアフターフォローを行います。

「契約概要・注意喚起情報」「ご契約のしおり・約款」などのご契約時にお渡しする書類は、できるだけ平易な言葉や大きな文字を使い、お客さまにとってわかりやすいものにしています。

ご契約締結後の主な情報の提供

ご契約の現況について	▪ ご契約内容のお知らせ
保険料のお支払いについて	▪ 保険料口座振替のご案内 ▪ 保険料のお立替のお知らせ／保険料お立替金のお利息元金繰入のお知らせ ▪ 自動延長定期保険適用のお知らせ
契約者貸付について	▪ 契約者貸付金のお利息元金繰入のご案内
その他	▪ ご契約更新のご案内 ▪ 保険期間満了のご案内 ▪ 保険料払込期間満了のご案内 ▪ 生命保険料控除証明書

お客さまへの取り組み

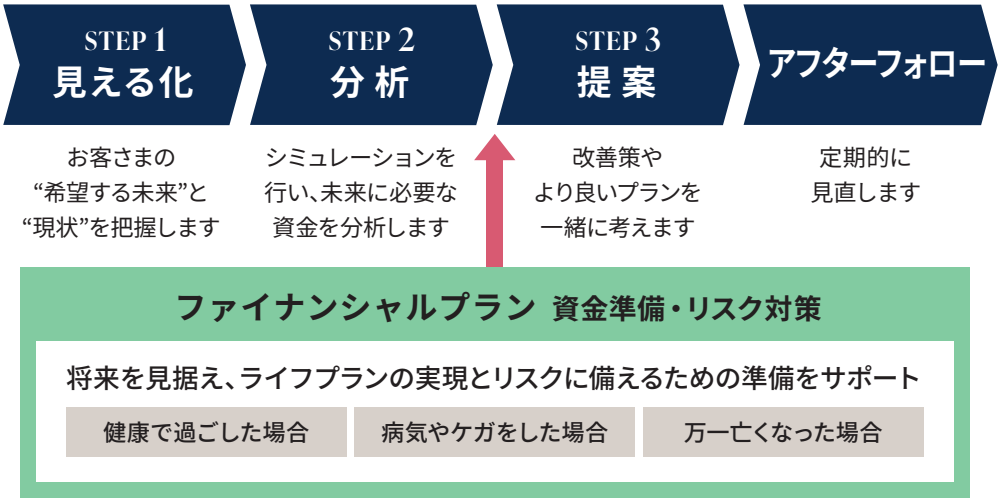
ご意向に沿った最適な商品のご提案

お客さまのご契約の目的、年齢、資産の状況などを正しく理解し、適合性を十分に確認したうえで、お客さまにとって最適な商品をその理由も併せてご提案することとしています。

ライフプランコンサルティングの浸透

お客さまのライフプランや公的保険制度を踏まえて、お客さまの知識、経験、財産の状況や加入目的などに照らして、そのニーズに応じたふさわしい商品をご提案するために、ライフプランコンサルティングの浸透を図るとともに、ライフプランの変化に応じた保障の見直しなどの適切なアフターフォローを推進しています。

ライフプランコンサルティング　お客さまとの面談の流れ



法人総合提案®による法人リスクに対するコンサルティング

法人のお客さまへのご提案にあたっては、保険本来の趣旨に沿うよう、お客さまの保障に関するニーズの把握、確認を行い、お客さま本位の正しい保険募集を推進しています。また、お客さまへ適切な情報の提供をするため、お客さまのニーズと保険商品の目的が合致していることを設計書やパンフレットなどでわかりやすく説明しています。さらに、税務に関する留意点について、募集資料にわかりやすく記載するとともに、最高解約返戻率など、経理処理に必要な情報を表示しています。最終的にお客さまにご加入いただく際には、法人向け保険についての留意事項をご確認いただき、ご加入後においても、お客さまへのレターの送付や電話などを通じて適切にご理解いただけるよう努めています。

法人ドーナッツ®



※法人総合提案®、法人ドーナッツ®はメトロポリタン ライフ インシュアランス カンパニーの登録商標です。

デメリット情報などの重要事項について

「告知義務違反」「免責事由」「解約」など、お客さまにとって不利益となる重要事項については、「契約概要・注意喚起情報」「ご契約のしおり・約款」に明示しているほか、お客さまへの商品説明の際に該当事項を読むことが重要である旨をお伝えするよう、周知徹底を図っています。

クーリング・オフについて

ご契約の申込日またはクーリング・オフ（お申し込みの撤回など）制度を記載した書面（注意喚起情報）を受領された日のいずれか遅い日から、その日を含めて8日以内であれば、書面の発信または当社ホームページからの送信によりお申し込みの撤回などをすることができます。この場合、払い込みいただいた金額は申込者などにお返しします。ただし、次の場合にはお申し込みの撤回などのお取り扱いができません。

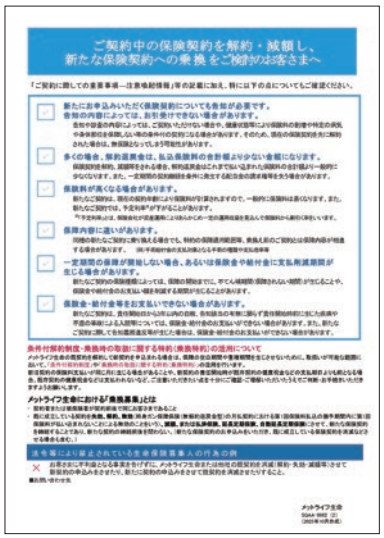
・ご契約のお申し込みのために医師の診査を受けられた場合
・債務履行の担保のための保険契約である場合
・申込者などが法人である保険契約の場合

※お申し込み方法などで、クーリング・オフの起算日が異なる場合があります。

生命保険に関する制度の詳細はP.149をご参照ください。

同種の新契約ご提案時における、不利益事項などの十分なご説明

お客さまよりライフステージの変化や新商品の検討などに伴う乗換のご意向に接した場合、お客さまのご意向を十分に確認し、必要な情報を適切に提供したうえで取り扱うものとしています。例えば、「既契約への特約中途付加」「既契約への他の保険契約の追加」「既契約の保険金額・給付金額の減額」など、既契約を継続したままご意向を実現する方法があり得ること、およびその方法について情報を提供したうえで、お客さまの属性・ニーズに適した商品のご提案を行い、その商品に係る保障内容をわかりやすく丁寧に説明するものとしています。また、お客さまご自身で乗換前後の保障内容などを比較いただくとともに、解約などに係るメリット・デメリットを十分にご理解・ご検討のうえでご判断いただけるよう、アドバイスを行っています。



同種の新契約をご検討のお客さまへのチラシ（イメージ）

特定保険契約における募集時のわかりやすく丁寧なご説明

保険業法では、金利、通貨の価格、金融商品市場などの変動（市場リスク）によりお客さまに損失が発生するおそれがある保険契約を「特定保険契約」と定め、金融商品取引法の一部を準用した販売ルールを守ることを義務付けています。当社では「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」をあらかじめ交付し、お客さまが内容を十分にご理解いただける時間を確保したうえで、同書面を用いて、為替の変動などの市場リスクや、お客さまにご負担いただく費用などを含む重要事項についてご説明しています。また、お客さまの知識、経験、財産の状況や加入目的などに照らして、お客さまにご理解いただけるために必要な方法でわかりやすくご説明したうえで、自己責任にもとづくご契約の意思を十分に確認してから、お申込みいただくものとしています。さらに、契約の成立前に商品特性などに応じ、電話などを用いて、募集人とは別の当社引受部門の社員により、お客さまのご意向やリスクなどについてのご理解を確認しています。

お客さまへの取り組み

特定保険契約におけるリスクとご負担いただく諸費用など

当社の取り扱い商品をご検討いただく際に、特にご注意いただきたい事項のある商品と、その概要・リスク・諸費用などは次のとおりです。

	特定保険契約の概要	リスク	ご負担いただく諸費用など
変額保険 ＜特別勘定商品＞	積立金は特別勘定を通じて株式や債券などで運用し、運用実績により、保険金、給付金、年金、解約返戻金などの額が変動します。	**受取額が払込保険料を下回るリスク** 投資対象となる株式や債券などの市場の変動により、この保険の資産である積立金も変動します。 また、外国債券などの外貨建資産を投資対象としているものは、為替変動の影響も受けます。これらの要因により、保険金、給付金、年金、解約返戻金などの受取額が払込保険料の累計（または一時払保険料）を下回ることがあり、損失が生じる恐れがあります。	他の保険種類で通常、積立金などからご負担いただく運用関係費用、保険関係費用などに加えて、特別勘定運用費用などをご負担いただきます。
解約返戻金が 市場価格調整により 変動する保険・年金保険 ＜市場価格調整付商品＞	経過期間や適用積立利率および解約・減額日に計算される積立利率に応じて、解約返戻金額が変動します。	**解約返戻金額が一時払保険料を下回るリスク** 市場価格調整により解約返戻金額が一時払保険料を下回ることがあり、損失が生じる恐れがあります。	
外貨建保険 外貨建年金保険 ＜外貨建商品＞	米ドル建債券など外貨建資産によって運用され、為替相場の変動により保険金などの円換算額が変動します。	**為替リスク** 為替相場の変動により、保険金や解約返戻金などの受取時の円換算額が、ご契約時の保険金や解約返戻金などの円換算額を下回る場合があります。 また、保険金などの受取時の円換算額が、払込保険料円換算額の累計（または一時払保険料の払込時の円換算額）を下回ることがあり、損失が生じる恐れがあります。	通貨交換時には為替手数料がかかります。 また、外貨の払い込み・お受け取りの際に各種手数料が必要となる場合があります。 保険料円入金特約、円入金特約、円支払特約、年金開始後円支払特約などの特約レート適用時にも、所定の手数料がかかります。

※実際にご負担いただく費用は、ご契約された商品、ご選択された特別勘定およびその割合、年金の受け取り方法などにより異なりますので、記載しておりません。詳細については、契約概要などをご覧ください。

特定保険契約商品一覧

特定保険契約に該当する商品	特別勘定商品	市場価格調整付商品*1	外貨建商品
個人年金保険（米ドル建 09）		●	●
個人年金保険（米ドル建 定期支払金重視型 23） /（米ドル建 年金原資重視型 23）		●	●
積立利率変動型終身保険（米国通貨建 2002）			●
災害保障期間付利率変動型終身保険（低解約返戻金型 米ドル建）			●
積立利率変動型養老保険（貯蓄重視型 米国通貨建）			●
積立利率変動型一時払終身保険（米ドル保険料建 15）		●	●
積立利率変動型一時払終身保険（豪ドル保険料建 15）		●	●

特定保険契約に該当する商品	特別勘定商品	市場価格調整付商品*1	外貨建商品
一時払終身保険（指定通貨建　利率更改あり型）		●	●*2
一時払終身保険（指定通貨建　利率更改なし型）		●	●*2
利率変動型一時払終身保険（米ドル建 介護保障型）		●	●
利率変動型一時払終身保険（米ドル建 介護保障型 22）		●	●
利率変動型一時払終身保険（米ドル建 16）		●	●
利率変動型一時払終身保険（米ドル建 21）		●	●
一時払終身保険（米ドル建 初期死亡保険金抑制型）		●	●
利率変動型一時払終身保険（Ⅰ型 24）		●	
利率変動型一時払終身保険（Ⅱ型 24）		●	
変額保険（有期型 2020）	●		
三大疾病給付変額保険（有期型）	●		
災害保障期間付変額保険（有期型）	●		
変額保険（2025）	●		
変額介護定期保険	●		

＊1　解約返戻金が市場価格調整により変動する保険・年金保険
＊2　米ドル建、円建が選択できます

※記載事項は商品（特約）の概要を説明したものであり、ご契約にかかわるすべての事項を記載したものではありません。ご検討にあたっては、各商品の「パンフレット」、「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」などを必ずご確認ください。

ご負担いただく費用とリスクについて（生命保険の留意事項）

生命保険にかかる主な費用とリスクは以下のとおりです。ご負担いただく費用やその料率およびリスクの内容は、商品によって異なりますので、詳しくは各商品の「パンフレット」、「ご契約に際しての重要事項（契約概要・注意喚起情報）」または「契約締結前交付書面（契約概要・注意喚起情報）兼商品パンフレット」、「ご契約のしおり・約款」などでご確認ください。

・生命保険をご契約された場合、主に次のような費用をご負担いただきます。

保険関係費用	保険契約の締結・維持に必要な費用および死亡保障などに必要な費用
運用関係費用	投資信託の信託報酬や信託事務の諸費用など、特別勘定の運用により発生する費用
解約控除	解約時や減額時などに、経過年月数に応じて積立金額などから控除する費用

※上記に加え、外貨建保険については、通貨交換時に為替手数料をご負担いただきます。また、外貨によりお払込みまたはお受け取りいただく際は、金融機関所定の手数料（リフティングチャージなど）をご負担いただく場合があります。
※ご負担いただく費用の合計額は、上記を足し合わせた金額となります。

・生命保険には商品の種類によって主に次のようなリスクがあります。

価格変動リスク	変額保険など、国内外の株式・債券などで運用を行い、その運用実績に応じて積立金額などが増減する商品では、株価や債券価格、為替の変動などにより、積立金額や将来の年金額、解約返戻金額などが既払込保険料を下回ることがあり、損失が生じるおそれがあります。
為替リスク	外貨建の商品では、為替レートの変動により、受取時における保険金の円換算額が、契約時における保険金の円換算額や既払込保険料の円換算額を下回ることがあり、損失が生じるおそれがあります。
金利変動リスク	商品によっては、運用対象となっている資産（債券など）の市場金利に応じた価値を解約返戻金に反映させるしくみになっています。そのため、解約時の市場金利の変動によっては、解約返戻金が減少し、既払込保険料を下回ることがあり、損失が生じるおそれがあります。

（他2606-0001）

お客さまへの取り組み

お申込手続きの利便性の向上

オンライン面談

当社は、お客さまの将来にわたる人生設計や資産形成のご相談は、できるだけお客さまが望まれるスタイルで行いたいと考え、対面による面談のほか、オンラインでの面談に対応しています。環境の変化とともに多様化するお客さまの生活スタイルやご意向に沿って、お客さまが快適だと感じていただけるような面談スタイルを目指しています。

ペーパーレス申込システム

2016年にタブレット端末を活用したペーパーレスによるご契約手続きを導入しました。
現在では、対面販売におけるほとんどのご契約を、ペーパーレス申込システム「MetLife e-Mirai 2.0（第2世代システム）」によりお申し込みいただいています。より安定してスムーズにご利用いただけるよう、設計画面の検討・改善を進め、画面遷移の簡素化や操作手順の見直しを行うなど、初めての方でも迷わずお手続きができる環境づくりに取り組んでいます。
また、代理店やコンサルタント社員から寄せられた意見を踏まえて、お客さまのお手続きの負担軽減やご契約成立までの期間短縮を図るとともに、契約上重要な事項や健康状態の告知に関する質問についても、よりわかりやすくお伝えできるように画面表示やガイドの改善を行っています。今後も、わかりやすさと利便性のさらなる向上に努めてまいります。



MetLife e-Mirai2.0（第2世代システム）（イメージ）

リモート申込

2021年よりお客さまのお手元のパソコン・スマートフォンを使ってオンラインでお申込手続きができるリモート申込を導入しています。営業担当者とオンライン面談を通じて、お客さまのご都合の良い場所や時間で、安心してお手続きいただけます。

※リモート申込に対応できる保険商品には制限があります。



リモート申込（イメージ）

初回お支払い方法の多様化への対応と、お客さま保護

第1回保険料充当金の払い込みに関しては、銀行振込のほか、コンビニエンスストアでのご入金、クレジットカードでの決済など、お支払方法の多様化に取り組んでいます。そのほか、より早期の保障開始を目的として、第1回保険料の払い込みを待たずに保障が始まる「責任開始に関する特約」を取り扱っています。また、お客さま保護および金銭費消に関する不祥事故などの未然防止策として、現金・小切手を受領することを禁止し、パンフレットなどへの当該ルールの記載をしているほか、保険証券送付時にも現金などの領収取り扱いを行っていないことや、投資や出資勧誘を行っていない旨のご案内を同封しています。

※一部、「責任開始に関する特約」を付加できない商品があります。

適切な引受査定を維持するための取り組み

引受査定担当者（アンダーライター）に対する定期的な試験やスキルのチェックを含む社内資格制度を設け、引受査定の精度や品質維持を図るとともに、近年の臨床医療の状況などに合わせた引受基準の見直しを随時行っています。
また、業務継続対策などの観点から、オフィス・在宅いずれにおいても、それらの業務品質維持のための研修や品質チェックなどを適切に実施できるようオンライン化を進めています。さらに、新規でご契約をいただいた時点で、募集における不適切な取り扱いが疑われる兆候を本社部門が検知し、けん制を働かせる取り組みを行っています。

ご契約後のサポート態勢

常にお客さまに安心をご提供するために、ご契約後も保障内容のご理解を深めていただくためのアフターフォローに加え、各種サービスの提供を通じて、お客さまを継続的にサポートする態勢の整備・強化を図っています。

商品付帯サービスのご提供

生命保険商品による保障に加え、手厚い商品付帯サービスで、お客さまの多様なニーズにお応えできるよう、合計33の幅広い専門デスクと会員制優待サービス「メットライフ生命 クラブオフ」にて、お客さまとご家族をサポートしています。

健康に関するサービス

幅広い場面に応じた4つの「コンシェルジュダイアル」を設置。日々の健康から、ガンや認知症など特定の疾病に関することまで、ご相談内容に合わせて28の専門デスクにご案内します。



身体や心の悩みについて相談したい
健康生活サポート ダイアル

- 健康生活相談デスク
- 感染症相談デスク
- 育児相談デスク
- 介護相談デスク
- メンタルヘルス相談デスク



病気の予防や検査について相談したい
早期発見サポート ダイアル

- 人間ドック予約相談デスク
- 脳ドック予約相談デスク
- 乳ガン検診予約相談デスク
- 胃ガン検診予約相談デスク
- 大腸ガン検診予約相談デスク
- PET検診予約相談デスク
- 二次検診予約相談デスク
- 疾病リスク検査キット紹介デスク
- 生活習慣改善相談デスク
- 認知症相談デスク



治療や専門医の情報を知りたい
治療時のサポート ダイアル

- 診断後のファースト相談デスク
- 治療と専門医の情報提供デスク
- セカンドオピニオン相談デスク
- 受診手配相談デスク
- ガン先進医療相談デスク
- ガン治療QOL相談デスク
- 仕事とガン治療の両立サポートデスク
- 糖尿病重症化予防相談デスク
- 生活習慣病重症化予防相談デスク
- 脳・心疾患再発予防サポートデスク



入院時の家事代行や、外見ケア、障害年金について知りたい
治療中・治療後のケア ダイアル

- 家族サポート紹介デスク
- アピアランスケア紹介デスク
- 障害年金サポート紹介デスク

女性相談コンシェルジュ／乳がんなんでも相談室

女性特有の身体や心のお悩みを、女性ヘルスカウンセラーに相談できます。

お金とくらしに関するサービス

法律、税金、家族信託などのご相談ができるコンシェルジュダイアルと、生活をさらに楽しく充実させる会員制優待サービスをご用意しています。「メットライフ生命 クラブオフ」は、2025年12月より、「ご契約者さまWEBサービス」からスムーズにご利用いただけるようになりました。

※商品付帯サービスについての注意事項は次ページをご確認ください。

法律や税金について相談したい
くらしの相談 ダイアル



- 法律相談デスク
- スマートフォン・パソコン相談デスク
- 税務相談デスク
- 相続サポート紹介デスク

家族信託について相談したい
家族信託サポート ダイアル



- 家族信託サポートデスク

メットライフ生命 クラブオフ



食事や旅行などのお出かけを、
お得に楽しめる会員登録制サービス

お客さまへの取り組み

お客さま向けコミュニケーションの拡充

お客さまに商品付帯サービスをわかりやすくお伝えし、お気軽にご利用いただくために、お客さまに役立つサービスをご案内するメールの配信をしています。また、「ご契約者さまWEBサービス」から直接各「コンシェルジュダイアル」へお電話やチャットをしていただけるようにするなど、お客さまの利便性の向上に努めています。

商品付帯サービスについての注意事項

※商品付帯サービスは、メットライフ生命の保険商品に加入されたお客さまが、契約後にご利用いただける、メットライフ生命が委託ないし提携する各サービス会社によって提供されるサービスです。保険契約による保障とは異なります。
※商品付帯サービスは2026年6月時点のものであり、将来予告なく変更もしくは中止される場合があります。
※サービスにより生じた損害・損失については、メットライフ生命では責任を負いかねます。
※ご利用の際には諸条件があり、ご要望に沿えない場合があります。
※サービスについての詳細および最新情報は、メットライフ生命のホームページでご確認ください。





商品付帯サービスメール
（イメージ）



「ご契約者さまWEBサービス」
商品付帯サービスページ
（イメージ）

団体保険のお客さま向けサービス

団体保険のお客さまには、従業員の心と身体の健康をサポートし、福利厚生制度の拡充や、健康経営の推進の一助となる商品付帯サービス「健康に関するサービス」を提供しています。また、各種団体保険専用紹介サービス（有料）も用意しています。

団体保険専用紹介サービス（有料）

- 福利厚生倶楽部紹介サービス
- ストレスチェック紹介サービス
- 産業医紹介サービス
- メンタルヘルスセミナー講師紹介サービス
- 健康経営アシストパック紹介サービス
- 法律相談サービス／コンプライアンス通報・相談窓口サービス

※当サービスのご利用に際しては、「商品付帯サービスについての注意事項」に加えて、サービス提供会社・団体とのご契約手続きが必要となります。また、メットライフ生命はご紹介後の手続きには関与できませんので、あらかじめご了承ください。

継続的なアフターフォロー態勢

お客さまからのお問い合わせや各種お手続きなどについても、営業担当者だけでなく、コールセンターやインターネットサービスなど、お客さまのニーズに応じたさまざまな受付態勢を整備し、スムーズな対応を行っています。
お客さまからお問い合わせ、ご相談、ご意見、ご要望をいただいた際には、専門用語ではなく平易な言葉を使うなど、わかりやすい説明を行い、お客さまの立場に立ち親身に対応しています。また、お客さまのご意見は、書類やお手続き、ご案内などをシンプルでわかりやすいものへと改善する際にも活用しています。

コンサルタント社員などによるアフターフォロー

当社のコンサルタント社員をはじめとするお客さまの担当者により、ご加入後にお客さまにご契約内容の確認を行い、保険証券をご覧いただきながら、ご加入の意向およびご契約内容を改めてご確認いただくほか、1年に1回を目安に、お客さまにご連絡を差し上げ、アフターフォロー活動を実施することを推進しています。
対面、オンラインツール、ハガキなど各種方法で実施するアフターフォロー活動を通じて、ご契約内容の不明点、保険金・給付金等のご請求もれや連絡先の変更などが無いかなどの確認を行っています。また、当社の最新の商品ラインナップや各種サービスをお客さまにご案内する大切な機会としても、アフターフォロー活動を推進しています。



法人のお客さまへのアフターフォロー

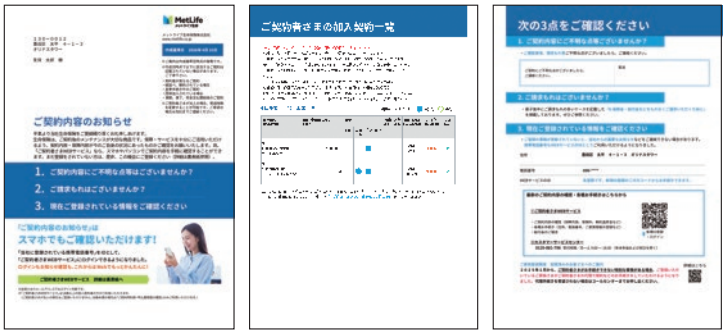
ご加入後にお客さまにご契約内容の確認を行い、保険証券をご覧いただきながら、ご加入の意向およびご契約内容を改めてご確認いただくものとしています。
また、ご加入いただいたご契約の保険期間は長期にわたり、お客さまを取り巻く環境は、法改正や少子高齢化による人手不足や後継者問題、技術革新などにより、将来に向かって大きく変化していくことが予想されます。そのような法人経営における環境変化に対応しながら、継続的に見直しやサービスをご提案しています。
加えて、法人のお客さまへのサポートのために、税理士、中小企業診断士、社会保険労務士などで構成する「法人アドバイザリーチーム」を社内に配置し、専門的な視点でのアドバイスを提供しています。

特に、団体保険にご加入のお客さまへは、販売後に保障の対象となる従業員の方にも、公的保険、会社の福利厚生制度である団体保険の保障内容を説明する機会を設けることを提案しています。保障内容に対する理解を深めていただき、そのうえで必要に応じた民間保険に加入することが重要であることを説明するなど、金融リテラシー向上のための活動を行っています。

「ご契約内容のお知らせ」の定期案内

お客さまにご契約内容をよりご理解いただくために、ご契約の現況について記載した「ご契約内容のお知らせ」を年に一度、ご契約者ごとにおまとめしてご案内しています。
また、最新のご契約情報をWeb上でご確認いただける「ご契約者さまWEBサービス」の二次元コードを表示して、わかりやすくご契約内容をご理解いただけるための取り組みを行っています。

※ご契約の時期や商品、契約状況などによって、案内時期や構成などが掲載されている内容と異なる場合があります。



ご契約内容のお知らせ（イメージ）

お客さまへの取り組み

「ご契約者さまWEBサービス」

携帯電話番号を用いたID登録・ログインが可能となり、より多くのお客さまに本WEBサービスをご利用いただけるようになりました。

ご利用いただけるお手続き・サービスは下記の通りですが、今後もWebで完結できるお手続きや情報提供の範囲をさらに拡大し、お客さまに寄り添ったサービスをご提供できるよう改善に取り組んでまいります。

「ご契約者さまWEBサービス」
https://www.metlife.co.jp/customer/onlineservice/webservice/

【ご利用いただけるお手続き・サービス】（2026年6月時点）

- ご契約内容の確認
- 給付金請求（入院・手術・通院給付金）
- 「ご契約内容のお知らせ」、ご契約時約款・申込書関連のPDF閲覧
- 保険料（円建・外貨建）請求額の照会
- 住所・電話番号変更
- お支払い方法の変更（口座振替・クレジットカード払い）
- 改姓・改名
- 受取人変更
- ご家族情報の登録・変更（ご家族登録制度）
- 契約者貸付の申込み・貸付残高照会
- 特別勘定の運用管理
  （積立金・ユニット価格の確認／積立金の移転（勘定移転）など）
- 控除証明書電子データのダウンロード
- 控除証明書再発行
- メールアドレスの変更
- 解約
- 商品付帯サービスのご利用



「ご契約者さまWEBサービス」
（イメージ）

※ご契約者が法人の場合はご登録いただけません。また、ご契約者が18歳未満の場合は「ご契約時約款・申込書関連の確認」のみご利用いただけます。
※各サービスに利用条件があります。
※ご契約状況・保険種類等により利用いただけない場合があります。
※メンテナンス等で利用いただけない時間帯が発生する場合があります。
※商品付帯サービスはメットライフ生命が委託ないし提携する各サービス会社が提供します。いずれも保険契約による保障とは異なります。

ご契約者向けコールセンター

カスタマーサービスセンター

カスタマーサービスセンターでは、お客さまの立場に立ち、丁寧・正確・迅速をモットーに、ご契約いただいている保険商品の各種ご請求に関するお申し出をお電話で承っています。大規模な災害発生時にも途切れることなくお客さまへのサービスをご提供し続けるため、長崎・神戸・東京の3拠点でコールセンター業務を行っています。

お客さまからのお電話には、保険に関する知識および電話での応対品質について長期間の研修を受けたプロのオペレーターが対応します。また、保険金・給付金などのご請求や、保障内容に関するご質問・ご相談に対しては、専門知識を有したオペレーターがお客さまの心情に寄り添って対応するよう努めています。

また、ご高齢のお客さま専用ダイヤルや、聴覚や言語に不自由のあるお客さま向け「手話・チャット通訳サービス」をご用意しています。対面でのサポートをご要望のお客さまには、ご自宅近くの営業担当者が訪問してお手続きをサポートするなど、お客さまのご要望や状況にあったサービスを提供するとともに、お手続きの利便性と応対品質の向上に取り組んでいます。

＜主なサービス内容＞

- ご契約に関する各種ご請求手続き（住所変更、口座変更、契約者変更、契約者貸付・返済、保険料自動振替貸付取消・返済など）
- 入院・手術・死亡などの際の保障内容の説明、ご相談の受け付け
- 各種保険金・給付金などのご請求手続き（疾病入院、災害入院、通院、退院、手術などの各種給付金。死亡、高度障害などの保険金）

※年金商品に関する各種ご請求手続きのお申し出は、ファイナンシャルサービスセンターで承っています。

※「ご契約者さまWEBサービス」を通じてお申し出可能なお手続きもご用意しています。（P.56参照）

カスタマーサービスセンター

0120-881-796

受付時間　月～土　9:00～18:00
（日・祝日・年末年始休み）

ファイナンシャルサービスセンター

（個人年金保険と銀行窓販でご加入の契約に関するお問い合わせ）

ファイナンシャルサービスセンターは、個人年金保険ならびに、金融機関代理店経由で販売されている保険商品を専門的に扱うコールセンターです。専門性の高い分野で、常にお客さまの立場に立ったサービスを提供することを目指しています。

＜主なサービス内容＞

- 「積立利率変動型個人年金保険」
  ご契約内容照会、最新の積立利率のご案内、保険料円入金・円支払特約用の為替レートのご案内
- 「変額個人年金保険」
  ご契約内容照会、特別勘定のユニット価格・運用実績のご案内、特別勘定移転の受け付け
- 提携金融機関で取り扱われた生命保険のご契約内容照会
- 上記取り扱い商品の住所変更、名義変更、減額、死亡給付金（保険金）、年金支払、解約など、各種ご請求手続きの受け付け

なお、「変額個人年金保険」の特別勘定のユニット価格につきましては、電話だけでなくホームページでもご確認いただけます。

ファイナンシャルサービスセンター

銀行や証券会社など金融機関からご加入のお客さま

0120-056-076

年金保険にご加入のお客さま

0120-313-370

受付時間　月～金　9:00～18:00
（土日・祝日・年末年始休み）

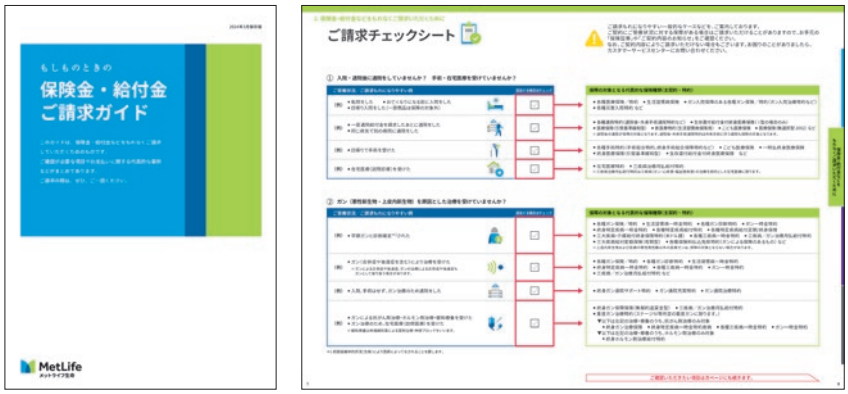
※ 一部ご案内につきましては、自動音声応答で24時間対応を行っています。

お客さまへの取り組み

保険金・給付金などのお支払い態勢

保険金・給付金などのお支払いに関する情報提供

「保険金・給付金のご請求ガイド」（お支払い事例やよくあるご質問などの関連情報）を作成し、当社のホームページ上に掲載しています。保険金・給付金などをご請求いただく場合の留意点、お支払いできる場合・できない場合の具体的事例、ご請求漏れのないようお手続きいただくためのお願いと注意点を記載しています。また、お客さまに適切に保険金・給付金をご請求いただくため、ご契約時に保険証券をお送りする際や、ご契約期間中にお客さまに毎年ご案内する「ご契約内容のお知らせ」などに、保険金・給付金などをもれなくご請求いただくための具体例などを記載し、情報提供の推進を図っています。



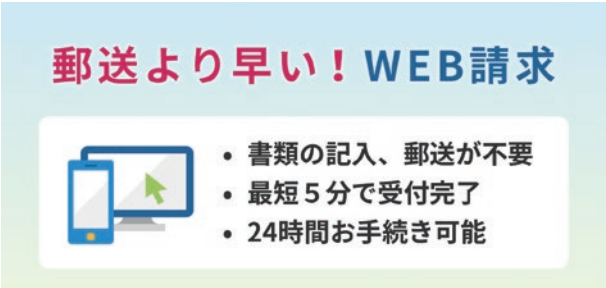
保険金・給付金のご請求ガイド（イメージ）

お客さまが請求しやすい環境づくりの取り組み

「入院給付金」「手術給付金」「通院給付金」は、Webからの請求をご利用いただけます（ご利用には所定の条件があります）。事前登録不要でご利用いただけますが、事前に「ご契約者さまWEBサービス」に登録いただくことで、より簡単にご利用いただけます。

Webからの請求をご利用いただくことで、お客さまによる書類記入が不要となるうえ、書類の郵送にかかる日数分、郵送よりも速やかなお支払いが可能です。
お手続きに際して、ご不安がないよう当社営業担当者やコールセンター担当者によるサポートをご活用いただけるほか、所定の条件を満たす場合、ご家族による代理操作でもご請求いただけます。

さらに、Webからご請求いただいたお客さまにつきましては、当社より給付金をお支払いした際にお送りする支払明細をWeb上で閲覧が可能となっており、迅速にお支払い内容をお知らせできるようにしています。



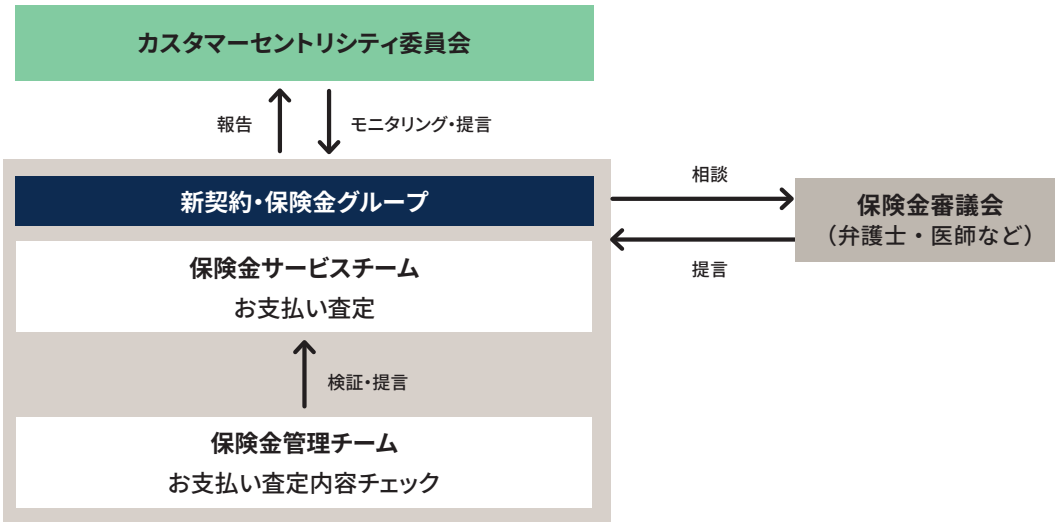
お手続きの利便性向上のため、継続的に必要書類などの見直しを行っています。
書面で「入院給付金」「手術給付金」「通院給付金」などのご請求時に、以下の取り扱いが可能です（所定の条件を満たす場合に限ります）。

- 「入院・手術等証明書（診断書）」に代えて、医療機関発行の領収証・診療明細書など所定の書類をご提出いただく簡易請求の取り扱い。
- 「入院給付金」「手術給付金」などのご請求時において、メットライフ生命以外の生命保険会社の診断書（コピー可）のご提出を可能とする取り扱い。

また、給付金の受取人である被保険者ご本人が重篤な病気などの場合、受取人に代わって給付金をご請求いただける給付金代理請求特約の取り扱いをしています。

公正で適切なお支払いを実現するための社内チェック態勢

当社は、公正で適切なお支払いを実現するための態勢面の取り組みとして、保険金・給付金などのお支払い内容を検証する専門組織である保険金管理チームを設置しています。
また、幅広い分野の役員などで構成されるカスタマーセントリシティ委員会や、社外の弁護士・医師などにより構成される保険金審議会を定期的に開催しています。これらの取り組みを通じて、保険金・給付金などのお支払いについて、保険金管理チームおよび関係する委員会が確認・検証などを行い、適切なお支払いが行われるようチェック態勢を整備しています。



保険金・給付金のご請求内容に不明点などがある場合には、お客さまや医療機関などへの確認を実施することにより、適切なお支払いを実施するための態勢整備に努めています。
また、保険金・給付金請求時の査定フローにおいて不正請求検知システムを導入しており、不正が疑われる請求を未然に検知する態勢を確保し、公平性・健全性に留意しつつ迅速かつ適切に支払業務を遂行できるよう努めています。

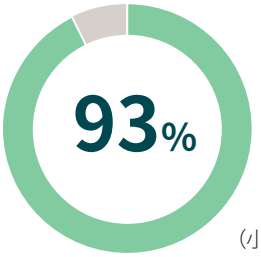
2025年度　保険金・給付金などのお支払い状況

お支払いをした保険金・給付金などの総計（年金・満期金などを含む）

件数　約145.1万件　　金額　約4,684億円

給付金ご請求時のお客さまの満足度

お客さまの満足度は「非常に満足」「満足」「どちらともいえない」「不満」「非常に不満」のうち、「非常に満足」「満足」とお答えいただいた方の割合



（小数第1位以下を四捨五入）

調査対象：当社に給付金をご請求いただいたお客さま
有効回答者数：11,908名
調査方法：メールでアンケート回答を依頼し、ウェブサイトで回答いただく方法
調査実施期間は2025年1月～12月、有効回答数は2025年のもの

保険金などのお支払いおよびお支払い対象外の状況

2025年度に当社がお客さまに保険金や給付金をお支払いした件数、お支払いする対象とならなかった件数をお知らせしています。詳しくは、P.148をご参照ください。

お客さまへの取り組み

特に配慮が必要なお客さまへの取り組み

ご高齢のお客さまなど、特に配慮が必要なお客さまについては、商品の内容や仕組みについて誤解が生じることがないよう、お客さまの特性に応じた募集、引受、保全および支払い態勢を整備しています。
未成年者を被保険者とするご契約については、加入目的や保険金額などをより慎重に確認し、適正な勧誘・販売に努めています。

ご高齢のお客さまへの取り組み

- 募集に関する規程を設け、ご親族の同席によるご契約手続きを実施しています。ご親族の同席がない場合には、複数回面談やご契約成立前に契約内容確認コールを実施しています。
- ご契約者がご家族の連絡先などの情報を事前に当社へ登録する「ご家族登録制度」により、ご契約者だけでなく登録されたご家族も、ご契約内容の確認およびお手続き書類の送付依頼などができる態勢を整えています。また、「ご家族登録制度」では、ご契約者がお手続きできない特別な事情がある場合は、解約など所定の手続きをご登録いただいたご家族が契約者に代わって行うことができます。
- 給付金の代理請求特約を設け、給付金などの受取人である被保険者がご自身でご請求できない特別な事情がある場合でも代理人が請求できるほか、あらかじめ指定された所定のご親族などを指定代理請求人として指定できる「給付金代理請求制度」を設けています。
- 上記の「ご家族登録制度」と「給付金代理請求制度」をパッケージした「ファミリーあんしんパック」を2025年1月から提供しています。
- 非対面でご加入されたご契約かつ身近にご親族などのサポートが見込めないお客さまが給付金請求などのお手続きができるよう、コンサルタント社員が直接お客さまのもとを訪問する「訪問サポートサービス」の態勢を整えています。
- コールセンターでは、自動音声で用件を選択することなくオペレーターに直接つながり、ご照会に対してゆっくりと丁寧に対応を行う専用ダイヤルをご用意しています。
- オペレーターに対してはご高齢のお客さまに対応するためのトレーニングを実施し、専用のマニュアルに基づいた対応を実施しています。また、保険金・給付金をご請求のご高齢のお客さまに対しては、ご高齢のお客さま向けのわかりやすいお問い合わせ方法をご案内しています。
- 社員が認知症について自分事として考える機会を提供し、認知症に対する意識を高めるため、認知症サポーターの養成を全社的に推進し、ご高齢のお客さまへの対応力向上を図っています。

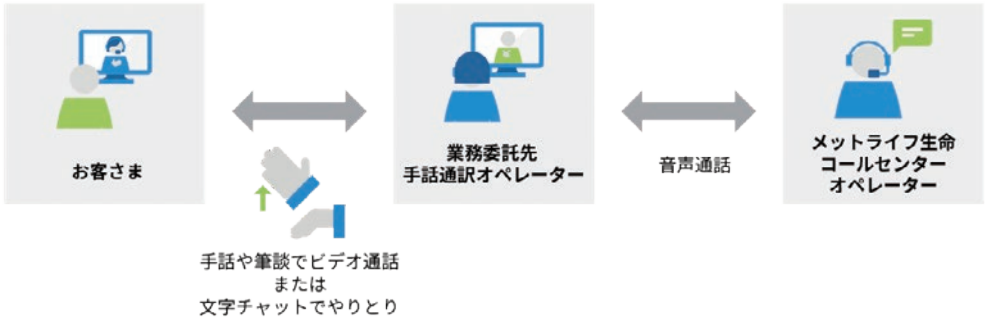


障がいのあるお客さまへの取り組み

視覚や手指などに不自由のあるお客さまのため、一定条件のもと、新契約、ご契約内容変更および保険金・給付金請求手続きなどにおいて、代読・代筆制度を設けています。また、聴覚や言語に不自由のあるお客さまが、コールセンターを通じてご契約内容などのお問い合わせができるよう「手話・チャット通訳サービス」を、視覚に不自由のあるお客さまが当社からの郵送物であることを認識いただけるよう「保険証券」と「ご契約内容のお知らせ」の封筒に「音声コードUni-Voice」を印字しています。

加えて、各営業店においても、聴覚や言語に不自由のあるお客さまと社員とのコミュニケーションをサポートする器具（呼び出しボタン、コミュニケーションボード、電子メモパッド）や、耳マーク・ほじょ犬マークの設置を行っています。
さらに、2024年4月施行の改正障害者差別解消法を踏まえた研修を各営業店の社員およびコールセンターのオペレーターなどに実施し、障がいのあるお客さまへの対応力向上を図っています。

手話・チャット通訳サービス
https://www.metlife.co.jp/customer/contact/sign-language/



呼び出しボタン
聴覚や言語に不自由のあるお客さまや車いすをご利用のお客さまが、営業店の受付にいらした際、来店を簡単に知らせることのできるツールです。



未成年のお客さまへの取り組み

2022年4月の民法改正による成年年齢引下げに伴い、当社の諸手続きにおける年齢基準の多くを20歳から18歳へ変更しました。一方で未成年、特に15歳未満を被保険者・契約者とするご契約については、引き続き未成年者の保護、モラルリスク排除・抑制の観点からお申込みの際に原則ご本人の署名に加えて親権者等の法定代理人の同意を必ずいただいています。さらに死亡保障および入院保障などの保障金額も過大とならないようお引受金額を低く制限しています。

お客さまへの取り組み

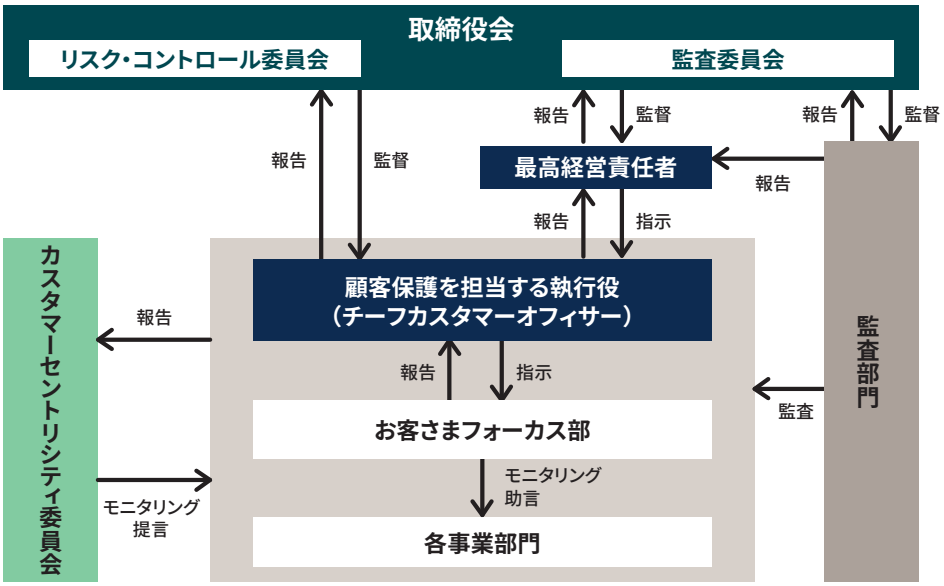
お客さま中心主義を支える社内態勢

全社横断的な管理態勢

お客さまから信頼されるパートナーであり続けるため、チーフカスタマーオフィサーを議長とし、営業・商品開発・法務・コンプライアンス・オペレーションなど幅広い分野の役員などを委員として構成される「カスタマーセントリシティ委員会」を設置しています。
カスタマーセントリシティ委員会では、「お客さま中心主義に関する基本方針」が着実に遂行されていることをモニタリングするとともに、お客さまからの声を委員会運営に取り入れ、全社的な戦略の検討や業務運営についての議論を行っています。

また、お客さま中心主義の活動を全社的に推進するための専門部署として、お客さまフォーカス部をチーフカスタマーオフィサーの直下に配置しています。

お客さま保護管理体制図



「お客さまの声」を一元管理する態勢

当社では、「お客さまからの声」を幅広く収集するため、お客さま相談室、コールセンター、営業店などにいただいた苦情・相談を一元管理できる報告システム「お客さま対応報告システム」を導入しています。

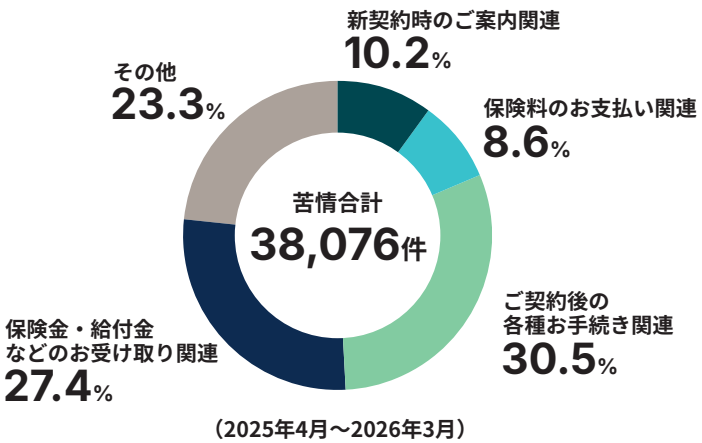
社員一人ひとりが、お客さまからのお申し出をしっかりと伺い、事実を確認したうえで誠意を持ってお応えすることを徹底しています。

2025年度にお客さまからいただいた苦情・相談件数

当社は、お客さまからのご意見・ご不満をより幅広くとらえ、積極的に経営改善に活かしていくため、苦情の定義を「お客さまからお寄せいただいた不満足の表明」とし、お客さまから寄せられた苦情の早期解決に努めています。
また、社内のみならず当社代理店からの苦情報告の徹底にも努め、お客さま満足度の向上を追求しています。

相談件数	785件
苦情件数	38,076件

お客さまからいただいた苦情件数

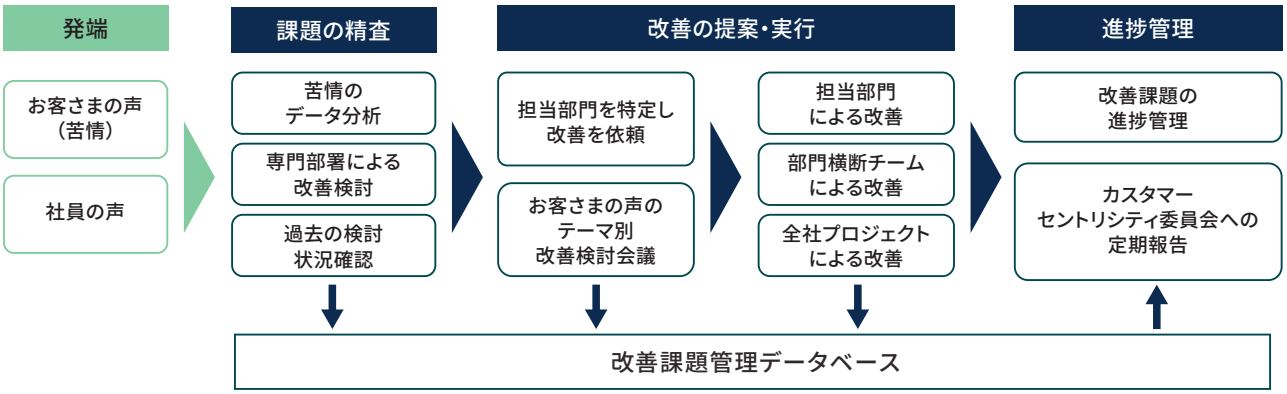


（2025年4月～2026年3月）

「お客さまの声」「社員の声」を改善に活かす取り組み

当社では「お客さま対応報告システム」を通じて集約された「お客さまの声」を詳細に検討・分析して、さまざまな改善に取り組んでいます。また、「お客さまの声」のほかに、日々お客さまと接している社員が、会社に対してお客さまの視点で改善提案ができる「社員の声」制度を導入しており、「お客さまの声」と同様に詳細に検討を行い、改善に活かしています。またこれらの改善の取り組みについては、「カスタマーセントリシティ委員会」へ定期的に報告を行っています。

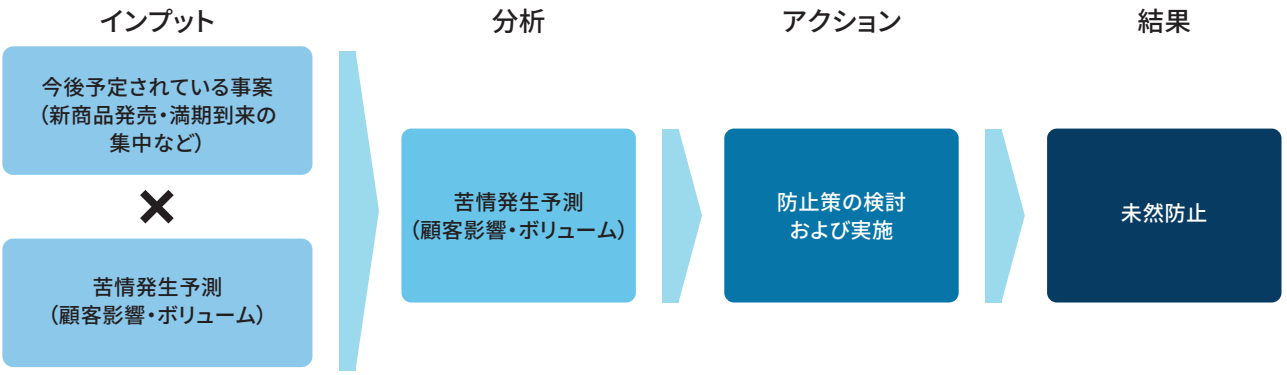
改善活動の流れ



苦情の未然防止活動について

上記の改善活動に加え、苦情そのものを未然に防ぐための取り組みも行っています。一例として、新商品の設計段階からお客さま保護の観点によるレビューを仕組みとして導入することで、お客さまにとってわかりやすく、苦情が起こりにくい商品開発を行っています。苦情の再発防止と未然防止、その両面から改善活動を行い、お客さま満足度の向上に努めています。

苦情の未然防止活動イメージ



お客さまへの取り組み

2025年度の改善事例

お客さまからお寄せいただいたご意見やご要望をもとに、継続的にサービスの向上に取り組んでいます。



高齢の父が施設に入居することになった。入居費用の一部に充てるため契約を解約したいが、父は認知症のため手続きできません。

改善への取り組み

2025年1月、ご家族登録制度の規約を変更し、ご契約者が認知症などの理由によりお手続きできない場合に、ご登録いただいているご家族が代理で解約や契約者貸付などのお手続きを行えるようになりました。(ご家族登録制度への事前登録が必要です)
また、2025年9月よりご契約者に代わって解約、減額または契約者貸付のお手続きをした場合、解約返戻金または契約者貸付金は登録家族名義の口座で受け取ることができるようになりました。(解約、減額または契約者貸付により支払われる金額の上限額は1回あたり2,000万円までとなります)



1) 紙帳票による解約手続きは必要書類の郵送に時間がかかるため、郵送以外で早く手続きする方法はないですか?

2) 外貨建ての終身保険に加入しているが、為替が円高に進んでいるので早めに解約したいのに、郵送手続きでは時間がかかりすぎる。もっと早く手続きする方法はありませんか?



改善への取り組み

1) お客さま満足度向上の一環として、解約手続きに関する書類をWebからご提出できるサービスを開始しました。ご利用ガイドの二次元コードからWebページへアクセスし、必要事項を入力のうえ、記入済みの解約請求書と必要書類を撮影して画像をアップロードいただくとご提出完了です。(原本の返送が不要です)
2) 円建て商品においては、一定条件のもと電話で解約手続きが完結できるサービスを既に開始しておりましたが、外貨建て商品においても2025年4月より同様のサービスを開始いたしました。

※ご利用条件があり、ご契約によっては従来どおり書面でのお手続きとなる場合がございます。

解約手続きについては当社ホームページの下記URLよりご確認いただけます。
https://www.metlife.co.jp/customer/procedures/cancel/

お客さまから寄せられた感謝のお言葉

迅速・丁寧な対応

- 担当者は高齢の私にもわかるように話してくれて助かっています。息子も立ち会っていますので、家族でしっかり聞いています。
- コールセンターへ給付金請求のために電話をすると、オペレーターの方が「リハビリ頑張ってください」と声を掛けてくれて励みになりました。

保険商品・サービス

- 弁護士への相談などの商品付帯サービスがあるので、よかったと思っています。
- 給付金の請求漏れを防ぐための請求勧奨案内ハガキは、顧客目線に立った素晴らしいホスピタリティ溢れる対応だと思う。
- 高齢者専用ダイヤルはスムーズにオペレーターへつながり感動した。至れり尽くせりの対応でメットライフに加入してよかった。
- 給付金請求がWebで簡単に手続きできることに感謝です。

経済的な安心

- 配偶者が亡くなった際、保険金支払いが早かったので、メットライフを信頼しています。
- 母にがんが見つかったが、年齢的に治療に耐えられないため抗がん剤治療はできず最低限の治療だけして、その後施設に入っていた。昨年末92歳で亡くなったが、メットライフの保険を使えて金銭的に助かった。感謝している。

お客さま中心主義の浸透策の実施

「お客さま中心主義に関する基本方針」をより一層浸透させるために、定期的に全内勤社員向けにケーススタディを用いた研修を実施しています。また、当基本方針の浸透状況や課題把握を目的として、全役職員対象の浸透度調査を行っています。

2025年度　「お客さま中心主義に関する基本方針」の浸透度調査結果

右記の設問に対し、「とてもそう思う」「そう思う」「どちらでもない」「そう思わない」「全くそう思わない」の5段階にて回答

- 見える化：「お客さま中心主義に関する基本方針」を読み、内容と、その重要性について理解しているか。
- 自分ごと化：「お客さま中心主義に関する基本方針」が自身の業務とどのように関連しているかを理解し、それを実現するために、やるべき内容が何であるかを理解しているか。
- 行動化：「お客さま中心主義に関する基本方針」に記載されていることを実現するために、具体的な目標の設定、あるいは「いつもの仕事に、お客さま視点」をもって業務に取り組んでいるか。

「とてもそう思う」「そう思う」と答えた役職員の割合



（小数第1位以下を四捨五入）

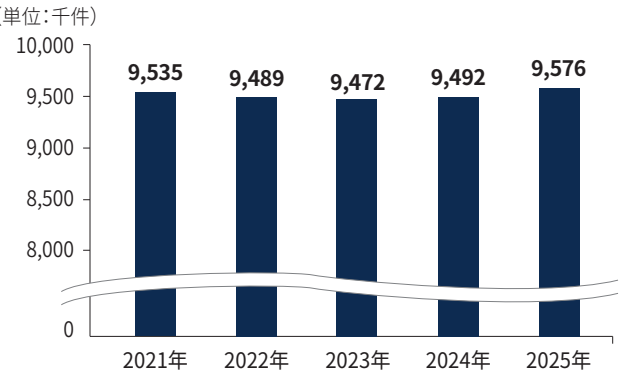
お客さま中心主義の進捗度合いを測る指標（KPI）の設定

取り組みの進捗度合いを測る指標として、「保有契約件数」「お客さまの総合満足度」を設定し、当社ホームページ上で公表するとともに、継続的な改善に努めています。

当社の保有契約件数の推移

お客さま中心主義にもとづく業務運営の結果が、保有契約件数の増加につながるものと考え、お客さまからの当社への評価を総合的に反映する指標として設定しています。

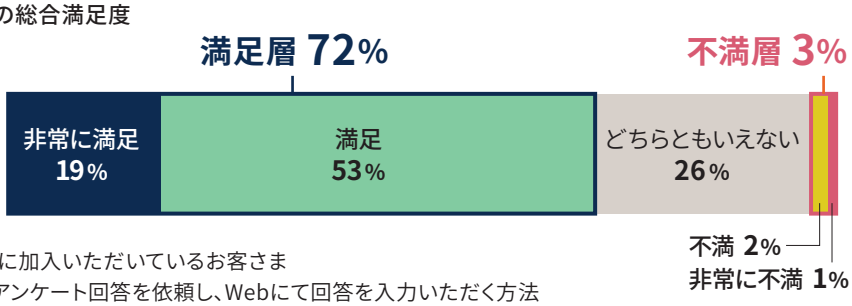
※保有契約件数は、各年度末（3月末）時点の個人保険、個人年金保険の契約件数の合計です。



お客さまの総合満足度

お客さま中心主義にもとづく業務運営の結果が、お客さま満足度の向上につながるものと考え、お客さまからの当社への評価を総合的に測る指標として設定しています。

2025年 お客さまの総合満足度



調査対象：当社保険に加入いただいているお客さま
調査方法：メールでアンケート回答を依頼し、Webにて回答を入力いただく方法
調査期間：2025年1月1日～2025年12月31日（有効回答者数25,987名）
（小数第1位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります）

お客さまへの取り組み

専門性を持った人財の育成

当社では、お客さまニーズの多様化を踏まえ、個人のお客さまにはライフプラン実現のため、法人のお客さまには企業経営の安定と企業成長の実現のため、コンサルティング提案を行っています。そして、こうした提案を行ううえで必要となる保険・金融に関する知識・スキルを有した専門性の高い人財の育成に取り組んでいます。

当社の教育の特徴

東京・大阪の東西2拠点にラーニングセンターを設置し、コンサルタント社員や募集人がさまざまな研修を受けられるよう、充実した学習環境を整備しています。
販売ラインの特性に合わせ、必要な知識・スキルを段階的に学ぶことができる研修体系を構築しているほか、あらゆる教育場面において、セールススキルだけではなく、コンプライアンス教育にも重点を置いて募集品質の維持、向上を目指しています。
また、お客さまニーズに則して適切に保険募集を行うための取り組みとして、特定保険商品を適切に募集するための研修プログラムや、公的保険制度を踏まえたコンサルティング提案手法を学習する研修プログラムも開発・提供しています。法人総合提案の実践を支援する専門部署では、募集人に対する提案アドバイス、オンラインによる同席サポートなどに経験豊富なメンバーが対応し、法人総合提案の実践をサポートしています。
金融教育プログラム「PlanSmart®」や「ライフプランコンサルティング（LPC）」のさらなる推進、当社の法人リスクコンサルティングの基本スタンスである「法人総合提案®」を通じて、今後もお客さまのよりたしかな未来への礎を築きながら、絶え間ない変化をともに歩むことを目指します。

※ PlanSmart®、法人総合提案®はメトロポリタン ライフ インシュアランス カンパニーの登録商標です。

映像配信用「MetLife Live Studio」を開設

最新技術を使った映像を研修や社内外コミュニケーションに活用しています。CGによる背景合成機能を駆使した立体的で躍動感のある研修映像を配信することで、受講者の集中力が高まり、より理解しやすい効果的な研修を提供できます。配信により、幅広く募集人や社員に学習機会を提供できるだけでなく、お客さま向けセミナーをMetLife Live Studioからお届けするなど、お客さまとのコミュニケーションにも活用しています。今後もデジタル技術を活用した高水準の募集人教育を通じ、お客さまに、より質の高いサービスを提供しています。



バーチャル背景を使用した映像（イメージ）

MDRT会員による卓越した保険・金融サービスの提供

1927年に発足したMillion Dollar Round Table（MDRT）は、卓越した生命保険・金融プロフェッショナルの組織です。世界中の生命保険および金融サービスの専門家が所属するグローバルな独立した組織として、500社、70カ国で会員が活躍しています。MDRT会員は、卓越した専門知識、厳格な倫理的行動、優れた顧客サービスを提供しています。また、生命保険および金融サービス事業における最高水準として世界中で認知されています。
1,099名のMDRTメットライフ会会員は、最高の「プロフェッショナリズム」を追求し、地域社会のリーダーとして「社会貢献」を実践し、国や地域や企業間の垣根を越えて行う「相互研鑽」「シェアリング」を通じて自らを高め、常に「顧客第一主義」で行動しています。

※MDRTおよびJAIFAメットライフ会に係る各種データは2026年2月末時点

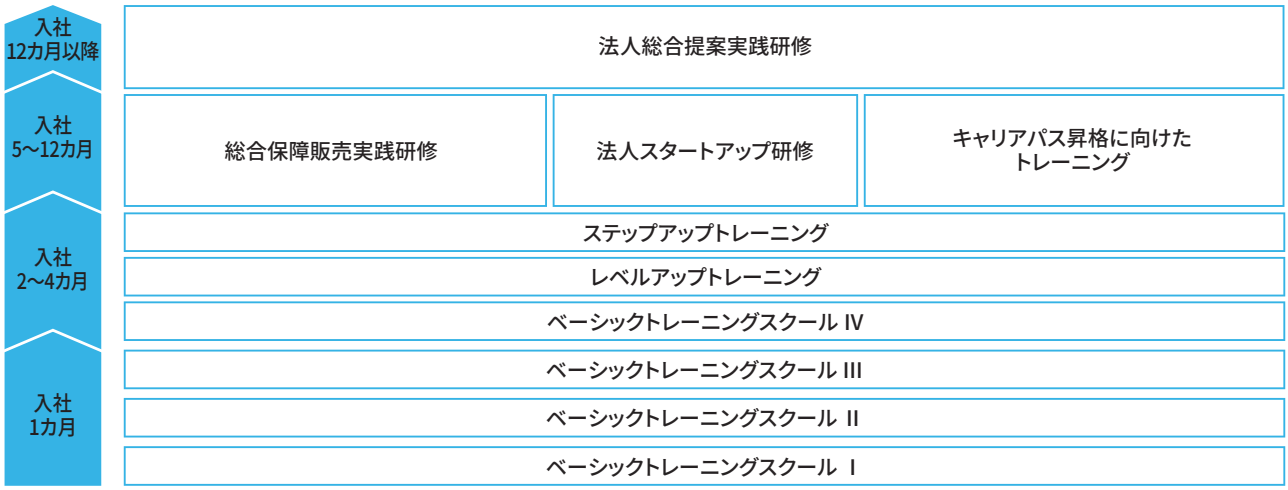
JAIFAメットライフ会会員による相互研鑽

JAIFA（ジェイファ）とは、会社の枠を越えて、各生命保険会社の営業職員が集まり、お互いに研鑽しながら、崇高な生命保険の役割を国民の皆さまにわかりやすくお伝えするとともに、広く社会に貢献するために活動する団体です。
正式名称は「公益社団法人　生命保険ファイナンシャルアドバイザー協会」（英：Japan Association of Insurance and Financial Advisors）です。
生命保険に関する真のプロであることを誇りとし、約4万名の会員が活躍しています。
生命保険事業の先進国であるアメリカ合衆国の「全米生命保険外務員協会（NAIFA）」にならって、1962年9月1日に設立され、その後、2012年4月1日には公益社団法人として内閣府の認定を受け、公益的役割を担う生命保険事業の健全な発展と、広く社会に貢献することを目的に活動しています。
当社の営業職員・代理店で構成されたJAIFAメットライフ会では、約3,000名が会員となっており、全国13のエリアで組織しています。同会では、会員同士ならびにお客さまとの交流と研鑽を目的としたセミナー等を年30回以上実施し、真のプロとしてお客さまと地域社会へ貢献すべく精力的に活動しています。

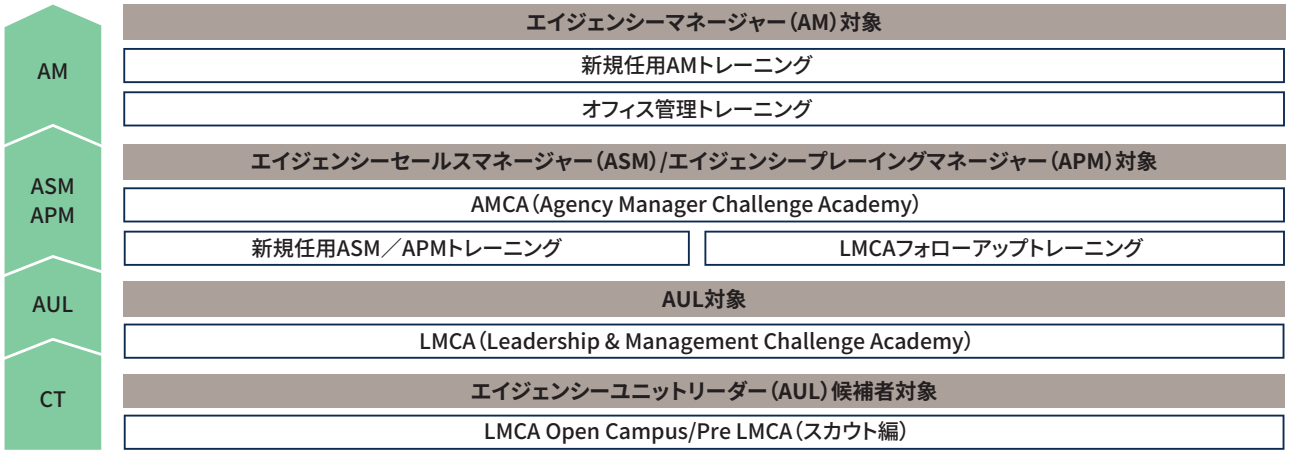
※MDRTおよびJAIFAメットライフ会に係る各種データは2026年2月末時点

教育プログラム

コンサルタント社員（CT）向けLearning Road Map



エイジェンシーリーダー向けLearning Road Map



代理店向けLearning Map

代理店部門代理店主対象

- 経営サポートプログラム / 経営者セミナー
- 経営サポートプログラム / フォローアップ Ⅰ 、II

代理店部門代理店募集人対象

- ビジネススクール
- 主要商品マスター研修2DAYS
- 新人従業員向けコンサルティングスキルアップ研修

代理店部門代理店管理職者対象

- リーダーシップ&マネジメントセミナー
- リーダーのマインドセット
- タイムマネジメント 基礎
- 傾聴スキル 基礎
- 質問スキル 基礎
- 問題解決スキル研修
- タイプ別コミュニケーションスキル

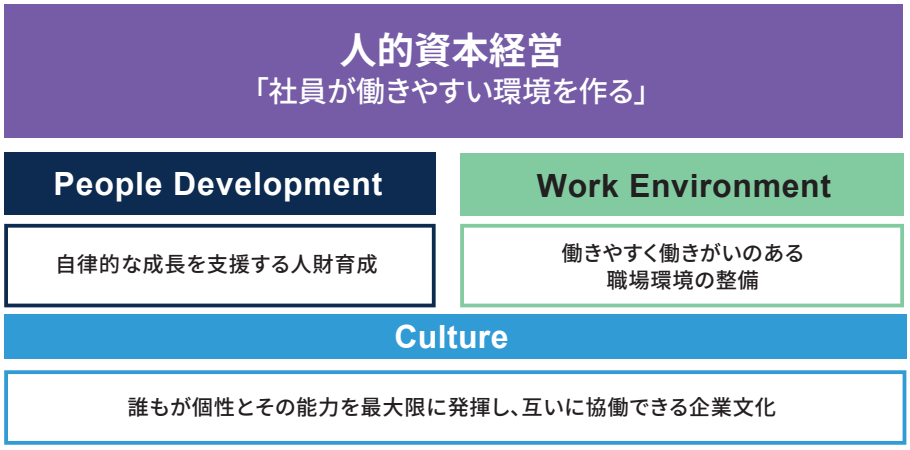
代理店部門代理店募集人対象

- 変額保険1on1プログラム
- セミナー講師養成研修
- 代理店向け個別研修
- 法人スクール

社員への取り組み

人的資本経営の考え方

メットライフ生命では、戦略の実行と価値の創造において、社員が重要な役割を担っています。社員が働きがいを感じながら、最大限の能力を発揮できる職場環境を構築するため、人財育成や働く環境への継続的な投資を行っています。お客さまに信頼される生命保険会社であるために、あらゆる人財を惹きつけ、多様な価値観を持つ人財が活躍できる、持続可能で柔軟性のある組織づくりに注力しています。



自律的な成長を支援する人財育成

当社は、「キャリア開発の主体は社員自身」という考えのもと、社員自らがオーナーシップを持ってキャリアを形成することを推奨し、人財の継続的な育成に取り組んでいます。

評価制度と自律的なキャリア形成の支援

キャリア形成の枠組みとなる年次評価制度「パフォーマンス・ディベロップメント・プロセス（PDP）」を導入しています。成果のみならず、その成果を導く過程において、「New Frontier戦略のテーマとメットライフのバリュー」をどのように体現したかという観点も含め、総合的に評価を行います。
上司は定期的に管下社員の成果達成状況を確認し、上司から部下へは「評価したい点」「今後注力してほしい点」を2つずつ、部下から上司へは「業務上で必要なサポート」を1つ共有する「2＋2＋1」というフレームワークを活用した対話を行っています。
また、社内で認定を受けた社員からコーチングを受けられるプログラム「Coaching@MetLife」をグローバル全体で実施しています。日本では2024年より、国家資格を有するキャリアコンサルタントの社員に相談できる「キャリアコンサルティングデスク」を開設し、中長期のキャリア目標の明確化や、第三者の視点からのアドバイスを得る機会として活用されています。

タレント育成と階層別プログラム

年3～4回「タレントレビュー」会議において、経営陣の後継者や将来のリーダー候補の選定、必要な能力開発について経営層や各部門で議論を行っています。対象者ごとに必要なスキルや研修機会を特定し、階層別の人財育成プログラムを実施しています。新任マネージャー向けには、グローバル共通のリーダーシップスキルやマインドセットを学ぶeラーニングに加え、対面研修も実施しています。
将来の経営人財育成を強化するため、2025年に「Executive Development Program（EDP）」の日本版を開催しました。本プログラムでは、行動特性や意思決定スタイルなどを測るアセスメントにより参加者のリーダーシップ能力を可視化するとともに、経営課題を題材としたケーススタディや専門家による個別フィードバックを通じて、意思決定力および戦略立案力の向上を図ります。あわせて、部門横断のネットワーク形成を促進し、次世代リーダーの計画的な育成を推進しています。

全社員向け教育プログラム

2025年より、心理的安全性の醸成に向けた取り組みとして、チーム参加型ワークショップ「INDEAVOR」を日本でも導入しています。このワークショップでは、チーム内の信頼関係構築や協力的な環境づくりを支援するツールと手法を提供し、互いの価値を認め合うインクルーシブな行動を促進しています。
また、社内公募や全社規模のインターンシッププログラムを通じて、キャリアの多様な選択肢を提供するとともにさまざまな業務への理解や学びを深める機会を設けています。
その他、トレーニングやカンファレンスへの参加、書籍の購入にかかる費用の一部を補助する制度で、継続的にプロフェッショナルとしての知識や経験を蓄積させ、将来のキャリア実現を支援しています。さらに、職種ごとに必要な専門スキルを習得する機会として、アクチュアリー資格を取得するために必要な支援や、営業社員向けの保険商品や金融リテラシー関連の講座を開催しています。

能力開発ツール

2019年より、自律的な学習を促進し、個人の能力開発を支援するツールとして、「MyLearning」を導入しています。伸ばしたいスキルを登録することで、AIが最適な学習コンテンツを推薦し、個人に合った学習プランを作成することができます。
また、社員意識調査「MyVoiceサーベイ」などを通じて寄せられたキャリア開発に対する強い意欲をうけ、2023年から社内の人財プラットフォーム「MyPath」を導入しています。重要分野でのスキルアップや部門横断のネットワーク形成やグローバルの仲間とのつながり、ビジネス上の課題解決の機会として活用されています。プロジェクトの企画や参画、ネットワークを通じて、社員は自律的キャリアを推進します。AIのマッチング機能により、各自が登録した情報に基づき適切なプロジェクトや人財との接点が創出されています。これらの取り組みを通じて、社員の能力を可視化し、自ら成長できる環境を整えることで、ビジネス戦略と人財戦略の連携を図っています。
さらに、2025年より、社内開発の生成AIを活用した人事規定に関する問い合わせ用のチャットボット「ASK HR Japan」を導入しました。就業規則や人事関連規程に基づく情報を迅速かつ正確に提示し、関連ドキュメントを自動参照することで、社員の情報検索負荷を軽減しています。

働きやすく働きがいのある職場環境の整備

社員が健康で働きやすく、働きがいを感じながら働ける環境を整えることに取り組んでいます。

社員の多様な働き方を支援する取り組み

フレックスタイム制度や在宅勤務制度、年次有給休暇の時間単位取得制度など、柔軟な働き方を可能にする制度が整備されています。
仕事と育児・介護の両立支援として、2024年には育児休業中の一部給与補填、看護・介護休暇の有給化、不妊治療をサポートする制度を導入しました。2025年から、育児関連制度の適用対象を小学校6年生終了時までに拡大しています。

社員のウェルビーイング（心身の健康と幸せ）の促進

社員一人ひとりが心身ともに健やかに働き続けられる環境づくりを推進しています。
業務特性を踏まえ、社員が集中できる環境を整えるため、職場環境の整備やデジタル技術の活用を含む取り組みを行っています。
たとえばコールセンターでは、お客さま対応の合間に心身のリフレッシュを促すデジタル技術を活用し、オペレーターが安心して業務に取り組める環境づくりを進めています。こうした取り組みにより、サービス品質の維持・向上にもつなげています。
メットライフはグローバルで、社員とその家族を対象としたウェルビーイング促進プログラム「BeWell」を展開し、福利厚生制度や健康に関する情報提供を行っています。毎年「BeWellウィーク」を設け、テーマに沿った情報提供およびイベントを集中的に実施しています。
また、従業員支援プログラムとして社員およびその家族を対象に、公認心理師や臨床心理士等に電話、オンラインや対面で相談できる窓口を設置しています。またハラスメントに関する研修を実施するとともに、健康保険組合と連携し、健康管理アプリを通じた健康診断結果の確認や健康情報の提供、インフルエンザおよび帯状疱疹予防接種補助なども行っています。

多様な働き方を促進するオフィス環境

全国のオフィスで、働きやすいオフィス環境づくりを進めています。一部のオフィスでは業務内容に応じて働く場所を選べるアクティビティ・ベースド・ワーキング(ABW)を導入、コミュニケーションを促進するフリースペースも設けています。さらにカフェスペースやプレイルーム（礼拝室）を備え、多機能・多目的トイレの表示デザインを見直すことで、誰もが利用しやすい環境づくりを進めています。
長崎本社ビルには事業所内託児所を設置し、2024年にはマッサージルームを開設するなど、安心して働ける環境を整えています。



東京：オリナスタワー、ビル最上階カフェエリアにある「オフィスの中の森」スペース（名称：NAGOMI）



神戸：拠点内にある、神戸港の景観に調和したブルーを基調とした休憩やリフレッシュに活用できる開放的な空間



長崎：長崎本社ビル内に、子育てと仕事の両立を支える託児所を設置

社員への取り組み

誰もが個性とその能力を最大限に発揮し、互いに協働できる企業文化

社員の活力が新たな価値を生みだす組織として、社員同士が互いを尊重し称え合いながら協働できる、包括的で心理的安全性の高い企業文化の醸成を目指しています。

社員のエンゲージメント向上に向けた取り組み

継続的に全社員を対象にグローバルで共通の社員意識調査「MyVoiceサーベイ」を実施し、社員の声を幅広く収集しています。経営陣は寄せられたすべての声に目を通し、年次で注力分野を定めアクションプランに落とし込み、全社また各部門単位でのエンゲージメント向上に向けた取り組みを推進しています。また、各部門では選抜されたMyVoiceアクションチームが中心となり、ボトムアップ型の施策を展開することで、社員の積極的な参画を促し、エンゲージメント向上につなげています。

社内コミュニケーションの促進

社員と経営陣の透明性の高いコミュニケーションを目的に、対面とライブ配信のハイブリッド型イベント「車座MLJトーク」を定期的に開催しています。経営陣が会社やビジネスの最新状況を共有し、社員からの質問に直接回答することで、双方向の対話を実現しています。また、経営陣による動画およびテキストによるメッセージや戦略の推進状況、活躍している社員らを紹介するなどのデジタル社内報を定期的に発信しています。さらに毎週、その週に発信されたプレスリリースや社内報などを全社員宛にメールでも配信しています。コミュニケーションは、日本語および英語で実施し、イベント時には手話通訳を導入するなど、あらゆる社員が公平に情報を得られる環境を整えています。



社員表彰プログラムの積極的な取り組み

当社のパーパスの実現に特に貢献した社員を表彰するプログラムを実施しています。メットライフ全体の称賛プラットフォーム「Center Stage」を通じて、社員同士が成果を称え合い、誰もが同僚を推薦したり、日々の感謝を伝えたりできる仕組みを整えています。また、グローバル全体で年に一度、メットライフの最高位の表彰制度であるパーパス賞を選考し、社員・お客さま・地域社会に対し、卓越した価値を創出した社員個人やチームを表彰しています。日本からも毎年受賞者が選出され、部門や職種を超えた協働やイノベーション、現場に根ざした取り組みが高く評価されています。これらの表彰を通じて、当社のパーパスを日々の行動に結び付ける文化の醸成を進めています。

社員間ネットワーク「MOMENTUM」

世界各国の社員同士がつながり、帰属意識を高め、変化を生み出す力を育む、社員主導の包括的なネットワークコミュニティ「MOMENTUM」を展開しています。社員ボランティアによって運営され、誰もが参加できます。コミュニティの1つであるウィメンズ・ビジネス・ネットワーク（WBN）では、メットライフがビジネスを展開する全市場をつなぎ、ワークショップを開催したり、地域を超えたメンタリングを行っています。
また、IT部門の有志で立ち上げたネットワークでは、さまざまな社員が活躍できるよう、インクルーシブなイベントを定期的に行い、参加者同士が経験や考えを共有する場としています。

個々が活躍するための取り組み

就業規則の整備に加え、あらゆる形態のハラスメントや差別のない、包括的な職場環境の実現を目指しています。
社員一人ひとりを尊重し、理解者や賛同者が増えることでの心理的安全性を高めることを目的に、社員の気づきや対話を促すさまざまな社内施策を実施しています。2025年は、社員のエンゲージメント向上を目的とした取り組みを「Engagement Wave」として位置づけ、その一環としてチームビルディングに役立つワークショップや、能力開発に活用できるツールを紹介するためのセミナーを開催しました。加えて、社員が育児・介護など日常生活で感じる違和感をテーマにした川柳を応募し、それを社員が選考する企画や、インクルーシブな文化醸成のために関連した書籍が当たるブッククイズ企画など、当事者意識を高める施策も実施しています。

2025グランプリ作品
子が静か　放っておくな　何かある
最近の　愚痴の相手は　GPT
ミャクミャクと　根付くといいな　多様性

1.女性の活躍推進への取り組み

あらゆる人財活用の一環として、厚生労働省の指針に基づき、女性の活躍推進を戦略的優先事項の一つに位置付けています。2025年12月末時点の女性管理職比率（役員を除く内勤職員と営業職員の合計）は20.8%となりました。リーダーや管理職候補を対象としたリーダーシップ研修をはじめ、継続的に活躍するための多様な学習機会を提供するとともに、メンタリングプログラムとスポンサーシッププログラムを併用しています。役員・管理職の採用選考や後継者育成計画においても、性別などに関わらず、すべての社員および候補者に公平な機会を提供しています。

＜「輝く女性の活躍を加速するリーダーの会」への賛同・参画＞

内閣府による「輝く女性の活躍を加速するリーダーの会」の行動宣言に、当社社長は2015年より賛同・参画しています。本宣言は、リーダーが女性の活躍を後押しすることを表明するものです。

輝く女性の活躍を加速するリーダーの会「行動宣言」（内閣府男女共同参画局）

https://www.gender.go.jp/policy/sokushin/male_leaders/declaration.html

2.男性社員の育児休業取得推進への取り組み

男性社員が育児休業や育児目的休暇を取得しやすい文化を醸成するため、育児休業を取得した社員の経験談や、取得を支援した上司・同僚の工夫や気づきを社内で共有しています。制度内容をわかりやすく整理した情報発信や、社内SNS・セミナーを通じた継続的な啓発活動を行っています。

こうした施策の積み重ねにより、全社全体の男性育児休業取得率は、2025年12月末現在では19.4%になりました（役員を除く内勤職員と営業職員の合計）。内勤職員では51.6%となるなど、大きく伸展しています。

3.障がいのある社員の活躍支援への取り組み

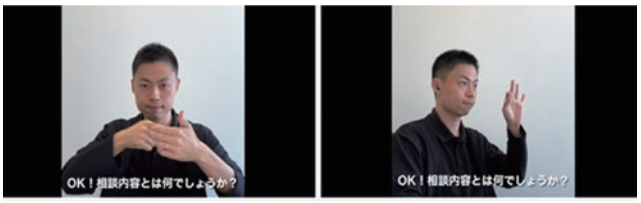
障がいのある社員の特性を一つの能力として捉え、社員一人ひとりの自主性を尊重しながら、安心して活躍できる文化の醸成に取り組んでいます。ともに働くうえで必要な配慮や障がい特性への理解を深めるセミナーや情報発信を定期的に開催し、通常業務における役割分担や機会創出を進めています。全社会議や社内セミナーでの手話通訳の導入、字幕機能を備えたコミュニケーションツールの全社標準化を実施しています。

東京本社を含む4拠点にある「オフィスサポートセンター」では、梱包や印刷、会場設営・撤去などを通じて日々の業務を支えています。

また、障がいのある社員が自身の経験や考えをブログで発信する取り組みや、長崎本社では国家資格を有する社員が施術するマッサージルームの開設を通じ、障がいの有無に関わらず、互いの理解を深めながらそれぞれが能力を発揮し、ともに働ける環境づくりを進めています。



ブログ記事の制作　対談の様子



聴覚障がいのある社員が配信する手話動画コンテンツ

＜メットライフ生命アカデミー・ブリッジの運営＞

2014年に開設した長崎ジョブトレーニングセンターのノウハウを生かし、2020年に東京と長崎にキャンパスを設立しました。障がいのある方の就業機会の拡大や社会支援活動などを目的とし、実際の職場での業務体験を通じて、「働き続ける」ためのスキル向上を支援しています。2023年には、お客さま対応部門の業務を支援する「ブリッジビジネスサポートセンター」を立ち上げ、修了生を中心に活躍の場を広げています。

外部からの評価

詳しくはP.22をご参照ください。

地域社会への取り組み

豊かな地域社会の創造に向けて

メットライフ生命は誰もが健康で豊かな人生を歩んでいけるような持続可能な社会の実現に貢献していきたいと考えています。当社は3つのテーマのもと、非営利団体や自治体、教育・研究機関などとともに、社会課題の解決に取り組んでいます。これらの活動の中心は、社員のボランティアです。近年は参加者も増えており、社員の意識の高まりを示しています。

高齢者の心と身体を守る支援



高齢者が抱える問題に取り組み、豊かな老後を応援します。

子どものよりたしかな未来のための支援



子どもたちが将来への希望を持ち、自立した人生を切り開く支援をします。

地域格差を埋める社会貢献



すべての地域で人々が豊かに暮らせるよう、地域に根差した活動を推進します。

地域社会と連携した取り組みの推進

「ともに歩んでゆく。よりたしかな未来に向けて。」のパーパスを実現するため、地域社会と連携し、金融リテラシーの向上や地域課題の解決に貢献する取り組みを全国で推進しています。

これまで当社は長崎市との包括連携協定締結をはじめとし、その後も各自治体と包括連携協定、連携協定を締結してきました。各協定は、子どもや若者、市民向けの金融教育やライフデザイン支援、社員のボランティア活動を通じた地域活性化など、地域の実情や課題に即した取り組みの推進するためのものです。近年では、社員が地域に根差した活動を継続してきたことが、自治体との信頼関係構築につながり、連携協定という形で結実するケースもあります。こうした自治体との連携協定のもと、ライフデザイン支援や金融教育を通じて、地域の未来を担う世代が将来を前向きに考える学びの機会を提供しています。

2025年10月には兵庫県立三木東高校において金融リテラシー授業を実施しました。社員が講師となり、ゲームやワークショップを交えながら、お金の使い方や資産形成について主体的に学ぶ機会を提供しました。これらの実践的な学びは、若い世代が将来の選択肢を広げ、自分らしい人生設計を考えるきっかけとなっています。

2026年2月には山梨県南アルプス市との包括連携協定を締結し、取り組みは全国へと広がりを見せています。

連携協定は、単なる枠組みにとどまらず、地域イベントへの参画を通じて、社員一人ひとりが地域社会と直接関わり、社会的価値を実感できる機会にもなっています。こうした活動は、地域から信頼される企業としての存在感を高めるとともに、社員のエンゲージメント向上にも寄与しています。

今後も当社は、自治体との協働をさらに広げ、地域社会とともに持続可能な未来づくりに貢献していきます。



【自治体連携協定 締結一覧】 ※包括連携協定

自治体	締結日	協定内容の主なテーマ
長崎市※	2020年12月	健康増進、人材育成、地域活性化
長崎県※	2021年 3月	健康増進、人材育成、地域活性化
神戸市※	2022年 6月	人材育成、スタートアップ支援、環境サステナビリティ
兵庫県※	2022年10月	金融リテラシー教育、社会の仕組みを学ぶ探求学習協力、森林保全活動
姫路市	2024年12月	金融リテラシー、ライフデザインの機会創出
宝塚市	2025年 9月	金融リテラシー、ライフデザインの機会創出
三木市	2025年10月	金融リテラシー、ライフデザインの機会創出
南アルプス市※	2026年 2月	金融リテラシー教育、地域創生

取り組みの具体例

分野	実施例
人材育成支援	・子ども向け金融教育 ・ITプログラミングワークショップ ・高校でのライフプランニングの出張授業 ・職業体験イベントへの協賛 ・クラシックミニライブへの協賛 ・大学寄付講座 ・大学でのキャリア形成に関する講義
環境保全	・メットライフ財団の森保全活動（宮城県大崎市） ・長崎県花ミヤマキリシマ保全活動（長崎県雲仙市） ・メットライフ生命の森（兵庫県神戸市）保全活動 ・清掃活動

分野	実施例
地域貢献	・地域活性イベントへの協賛 ・ライフプランセミナー ・フードドライブ ・高齢者施設などの福祉施設でのイベント運営支援 ・障がい者スポーツイベントの運営支援 ・医療研究機関、非営利団体へのマッチング寄付
社員のボランティア活動支援	・ボランティア休暇制度 ・マッチング寄付
グローバルの取り組みとの連携	・支援を必要とする国・地域の子どもへの支援

メットライフ財団の助成プログラムの支援と推進

メットライフ財団は、社会と深くつながり、貢献するというメットライフが大切にしてきた伝統を継承するため、1976年に設立されました。非営利団体と協働し、メットライフの社員によるボランティア活動も積極的に行いながら、社会全体での経済的流動性の実現に向けて3つの重点領域（経済的エンパワーメント、ファイナンシャル・ヘルス、持続可能な地域社会）に沿って取り組んでおり、これまでに10億ドル以上の支援を行ってきました。

メットライフ財団は、さまざまな社会課題をテーマに、非営利団体などへの助成を実施しています。2025年および2026年には、日本国内において以下の団体・取り組みに対する助成を決定し、各プログラムが推進されています。

団体名	助成対象の活動
公益社団法人日本環境教育フォーラム	宮城県大崎市、長崎県雲仙市での環境保全活動
東京大学	超高齢社会の課題に対し、フレイル予防・認知症予防など、4分野の共同研究支援
特定非営利活動法人Waffle	日本のテクノロジー分野におけるジェンダーギャップの解消を目指した中高生・大学生向け教育支援
公益社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン	宮城県石巻市の経済的に困難な世帯の高校生世代や、石川県で被災した子どもの学びのための現金給付
公益財団法人大吉財団	経済的困窮家庭状況にある子どもたちを支える学習支援団体のプラットフォーム向上のための顕彰事業
認定特定非営利活動法人育て上げネット	困難な状況にある若者の就労支援
認定特定非営利活動法人キッズドア	経済的困窮家庭の高校生を対象としたキャリア教育プログラムを実施し、将来の経済的自立を支援
特定非営利活動法人エティック	高齢化、人口減少などの課題がある地方において、課題解決の担い手を育成し、事業創出を支援
特定非営利活動法人 クリーンオーシャンアンサンブル	環境保全
特定非営利活動法人 ふうどばんく東北AGAIN	食料の安定確保／食料へのアクセス向上
一般社団法人BowL	心の健康／メンタルウェルビーイング
特定非営利活動法人 芸術資源開発機構	活力ある地域社会／持続可能で活気ある地域づくり
特定非営利活動法人 全国こども食堂支援センター・むすびえ	食料の安定確保／食料へのアクセス向上
特定非営利活動法人 セカンドハーベスト・ジャパン	食料の安定確保／食料へのアクセス向上

地域社会への取り組み

地域社会とともに、子どもたちの体験機会を広げる取り組み

長崎本社は、コールセンターなどお客さまに関わる業務を中心に、約1,000名の社員が勤務する、当社にとって重要な拠点の一つです。一方で、長崎県では人口流出などの地域課題が顕在化していることから、当社は長崎市および長崎県との包括連携協定のもと、地域活性化や人材育成支援に注力をしています。

長崎県で開催されるゴールデンウィーク恒例の大型イベント「DEJIMA博」に2022年から特別協賛しています。県内外からの交流人口の創出や賑わいづくりを目的とした取り組みであり、長崎市の「長崎創生プロジェクト」にも認定されています。当社は、継続的な協賛を通じて、地域に根差した企業としての存在感を高めるとともに、地域社会とのつながりを深めています。

また、長崎県内の金融機関やメディアと連携し、子どもたちの健やかな成長を支えることを目的とした「えがおみらいプロジェクト」を進めています。本プロジェクトでは、子ども食堂への食料支援をはじめ、地域の子どもたちがさまざまな体験を得られる機会の提供や、スポーツを通じた支援など、多角的な取り組みを行っています。2025年には、壱岐市や松浦市などにおいて体験型イベントを実施し、地域間格差の解消を意識した活動を通じて、子どもたちが安心して学び、成長できる環境づくりを支えてきました。

2025年11月には、福岡県糸島市で開催された子ども向けのイベント「みらい楽校」に協賛し、地域の企業や団体と協働して、子どもたちが楽しみながら学べる体験型の学びの場を提供しました。国語や体育、図工に加え、金融経済教育を取り入れたプログラムを通じて、お金の大切さや社会との関わりについて考える機会を設けています。また、地元食材を活用した給食体験などを通じ、地域とのつながりや食への理解を深める取り組みも行いました。





体験型イベントに多くの子どもが参加

障がい者スポーツ大会を通じた地域社会への貢献

当社は、企業活動を通じた地域社会への貢献を重要な責務と位置づけ、各地で多様な社会貢献活動に取り組んでいます。その一環として、福岡県が主催する障がい者スポーツ大会の運営ボランティアに、継続的に参画しています。

本大会は、障がいのある選手が日頃の練習の成果を発揮し、スポーツを通じて社会参加や自立を目指す重要な大会です。当社は、福岡県と地域創生に向けた協力関係のもと、安心・安全な大会運営を支えるため、社員によるボランティア活動を通じて大会運営を支援しています。大会当日は、競技運営の補助や受け付け、会場案内などを当社ボランティア社員が担当し、選手が競技に集中できる環境づくりを支援しました。

本取り組みには、県内の複数の部門から社員が参加し、部署や職種を越えて大会を支援するという役割を担うことで、大会運営に貢献しています。

参加した社員からは、選手の真剣な表情や競技に挑む姿に触れ、スポーツを通じた共生社会の大切さを実感したという声が寄せられました。

本大会は、全国障害者スポーツ大会の代表選考を兼ねる位置づけでもあり、地域における障がい者スポーツ振興の観点からも重要な役割を担っています。この活動は、単なる人的支援にとどまらず、障がい者スポーツへの理解促進や、誰もが活躍できる社会づくりへの共感を社内外に広げる機会となっています。





久留米総合スポーツセンター陸上競技場　フライングディスク会場

全国の子どもたちに音楽で豊かな体験を届ける取り組み

2022年より、一般財団法人100万人のクラシックライブが推進する「子どもたちに『音楽を届ける』プロジェクト」の趣旨に賛同し、全国の子ども向け施設などで実施されるライブ開催に協賛しています。本プロジェクトは、音楽を通じて子どもたちの心に寄り添い、笑顔や安心感を届けることを目的とした取り組みです。

当社はこの取り組みを通じて、家庭環境や地域による体験機会の差を少しでも縮めるとともに、未来を担う子どもたちが豊かな感受性を育むきっかけづくりを目指しています。

2025年8月から12月末にかけて、子ども食堂、学習支援拠点、児童養護施設など、子ども支援に関わる施設など30カ所において、プロの演奏家によるミニライブが開催されました。各会場では、子どもたちが間近で演奏に触れ、音楽の迫力や楽しさを体感する機会が提供されています。

こうした音楽体験は、子どもたちによって日常とは異なる刺激や気づきをもたらし、心に残る時間となっています。当社は今後も、本プロジェクトへの支援を継続し、音楽を通じて子どもたちの笑顔が広がるひとときを全国に届けていきます。



ミニライブの様子

地域の人材育成支援として子どものお仕事体験イベントへの協賛

2025年12月、兵庫県および同県内のNPO法人が開催した子どもたちのお仕事体験イベント「こどものまち兵庫津」に協賛しました。本取り組みは、2022年に締結した兵庫県との包括連携協定に基づき、地域の未来を担う人材育成支援の一環として、2023年から継続しています。

「こどものまち兵庫津」は、子どもたちが働くことや社会のルールを体験的に学ぶとともに、兵庫県の地場産業への理解を深めることを目的としたイベントです。2025年には約230名の子どもたちが出展企業や団体の指導のもとでさまざまなお仕事を体験しました。子どもたちは、仕事の対価としてのまちの通貨「ごっこく」を受け取り、働くことの意義や達成感を実感していました。当社もお仕事体験ブースとして「保険のお店」を出展し、神戸拠点の社員ボランティアが中心となって運営しました。ブースでは、生命保険の役割やお客さまを思う気持ちの大切さについて説明するとともに、また保険料の支払いや給付を模した疑似体験を通じて、子どもたちが社会の仕組みを身近に感じられる機会を提供しました。

こうした活動は、子どもたちの自信を育み、地域社会や将来の仕事への関心を深めるきっかけとなっています。当社は今後も、自治体や地域団体との連携のもと、次世代を担う子どもたちの学びと成長を支える取り組みを継続していきます。



「保険のお店」ブース

小児がんと闘う子どもたちに思いを込めて

認定特定非営利活動法人シャイン・オン・キッズの「ビーズ・オブ・カレッジプログラム（勇気のビーズ）」は、病気と闘う子どもたちが、手術や投薬治療などの困難な場面で勇気を出して治療を乗り越える過程を、さまざまな色違いのビーズをつないで記録し、心の支えとしてもらうプログラムです。

当社はこのプログラムの一つである「チーム・ビーズ・オブ・カレッジ」に社員ボランティア活動として、2021年から参加しており、自身が何かに挑戦した時に身につけたビーズとメッセージカードを贈ることで、がんと闘う子どもたちを応援しています。2025年は9月の世界小児がん啓発月間（World Childhood Cancer Awareness Month）をゴールとして、約300名の社員が仕事やプライベートでの目標に2つビーズを身につけて挑戦し、挑戦を乗り越えたパワーや思いが詰まったビーズの片方を子どもたちに贈りました。



社員が身につけていたビーズ

コーポレートガバナンスの強化

コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、メットライフのグループ会社共通のパーパス「ともに歩んでゆく。よりたしかな未来に向けて。」を経営指針として掲げています。
お客さまの大切な保険料をお預かりして将来の安心に対するお約束を結び、それを確実に守っていく使命を担うため、透明性と責任をもって経営を行うためのコーポレートガバナンスの体制を整備しています。

コーポレートガバナンス強化の取り組み

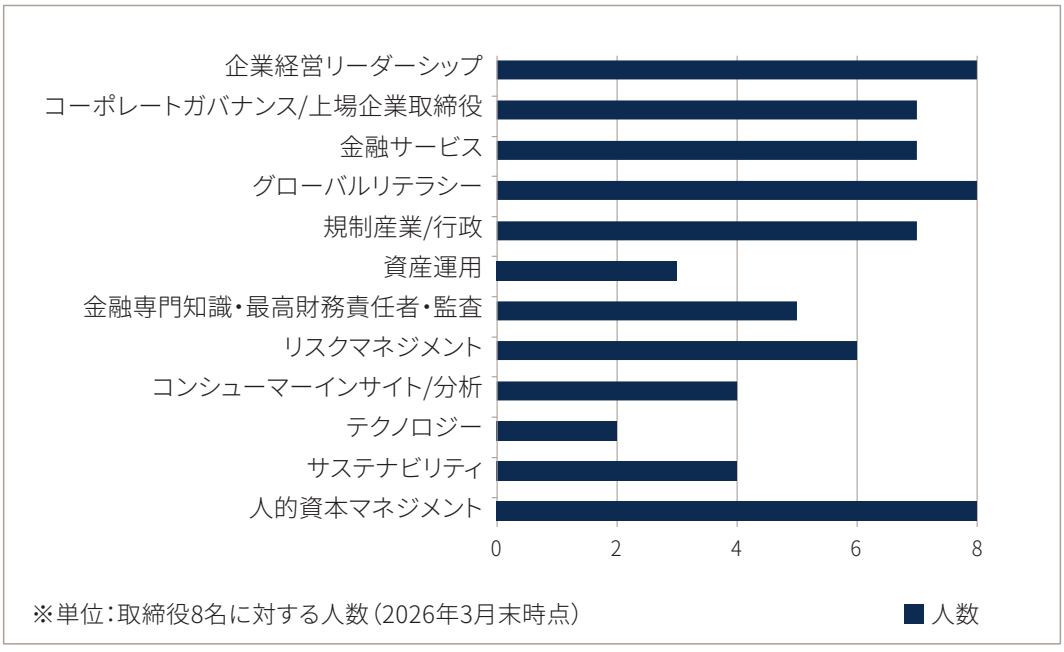
当社は、日本法人としての自律的なガバナンスを維持しつつ、メットライフのグループ会社として整合性のあるガバナンス体制の実現に向けて、米国のガバナンスモデルの考え方を反映した、業務執行と監督の分離が明確な指名委員会等設置会社（旧委員会等設置会社）の機関設計を採用しています。また、メットライフ本社のエグゼクティブが当社取締役として当社の取締役会に直接参画することにより、その知見を監督機能強化に活かしています。
さらに、当社は日本の上場企業ではありませんが、ガバナンスの高度化に向けて、上場企業に適用されるコーポレート・ガバナンスコードの精神に則った取締役会有効性評価や取締役コンピテンシー・マトリックスといったコーポレートガバナンス強化の取り組みを行っています。

取締役会の有効性評価

当社では、毎年年初に取締役によるセルフアセスメントの形式によりコーポレート・ガバナンスコードを念頭においた取締役会の「有効性評価」を実施し、得られたフィードバックをもとに監督機能のさらなる強化を目的とした改善策を策定し、随時実行に移しています。

取締役コンピテンシー・マトリックス

当社は、多様かつ独立した視点から経営の適正性の確保および透明性の向上を目的として、毎年見直しが行われているメットライフ本社の取締役コンピテンシー・マトリックスと同様のスキルセットにもとづき、取締役として求められる必要な見識と経験を特定しています。
当社が掲げるパーパスを実現するため、また取締役会の監督機能をさらに強化するため、取締役会全体としての知識・経験・能力のバランスを考慮し、適切な取締役会の構成に努めています。

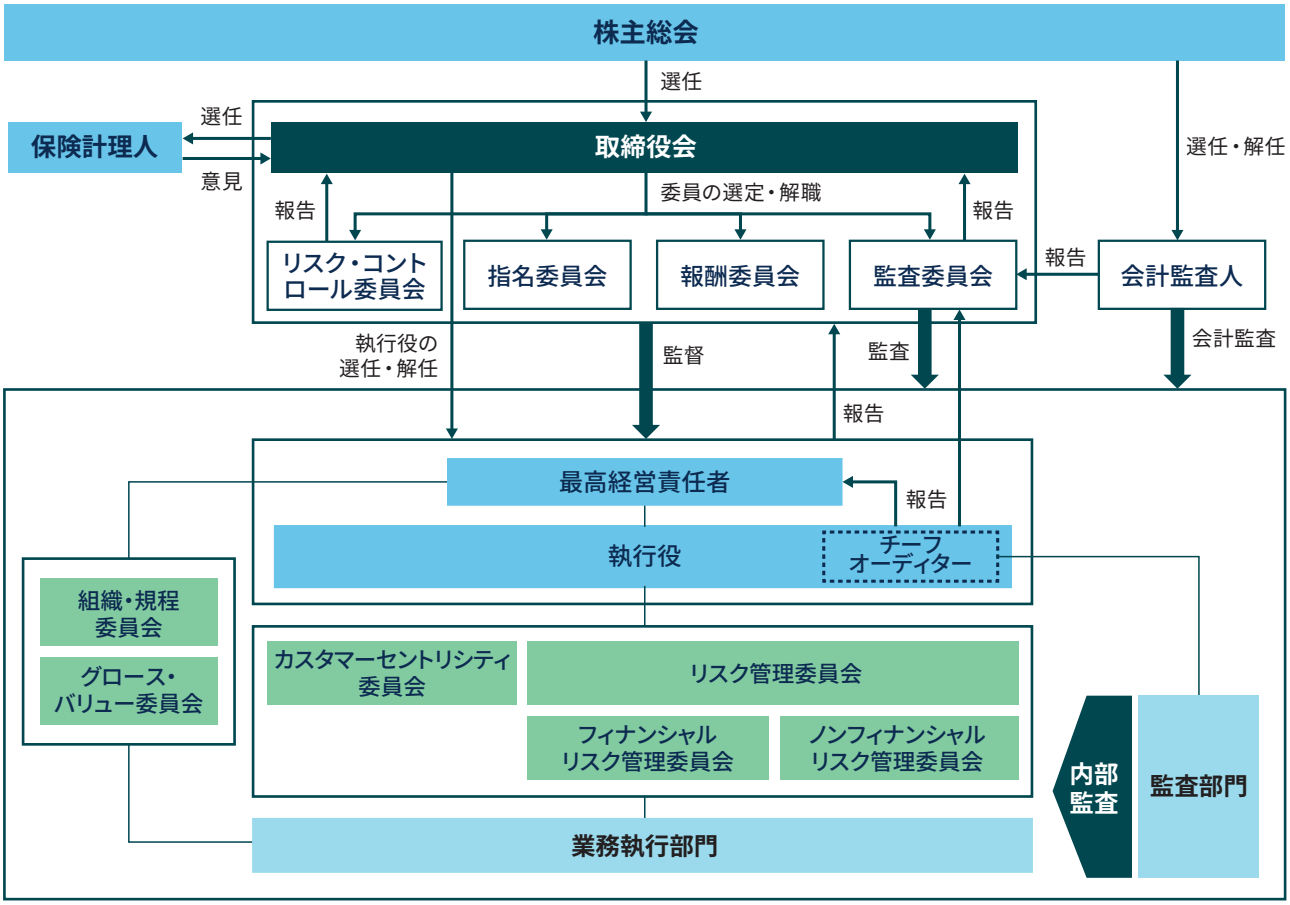


内部統制体制

当社は、取締役会によるリスク、コンプライアンスおよび顧客保護に係る監督機能の強化を目的としたリスク・コントロール委員会を設置しています。加えて、執行役の役割および責任の明確化、執行役等に対する牽制・監督機能の強化を目的とした組織・規程委員会およびグロース・バリュー委員会を設置するなど、内部統制およびガバナンス体制の強化を図っています。

当社では、会社の業務の適正を確保するため「内部統制に係る基本方針」を定めています。詳細につきましては下記当社ホームページに掲載しています。
https://www.metlife.co.jp/about/governance/internal_control/

体制図



内部管理体制の強化

リスク・コンプライアンス管理体制

当社では、企業理念に基づきお客さまのよりたしかな未来をサポートするため、業務の健全かつ適切な運営を確保し、持続可能な成長の実現に向けてリスクおよびコンプライアンス管理を行っています。

リスク管理方針およびリスク選好方針など

当社は、経営目標の達成に向けた統合的なリスク管理戦略を実現するため、取締役会において「統合リスク管理基本方針」を定め、その下でリスク管理方針や各種規程を整備しています。また、取締役会において「リスク選好基本方針」を定め、リスク優先度（許容し保持・管理するリスクの種類）およびリスク許容度（許容するリスクの限度や、リスクを取るにあたって考慮する要素）を明確化しています。

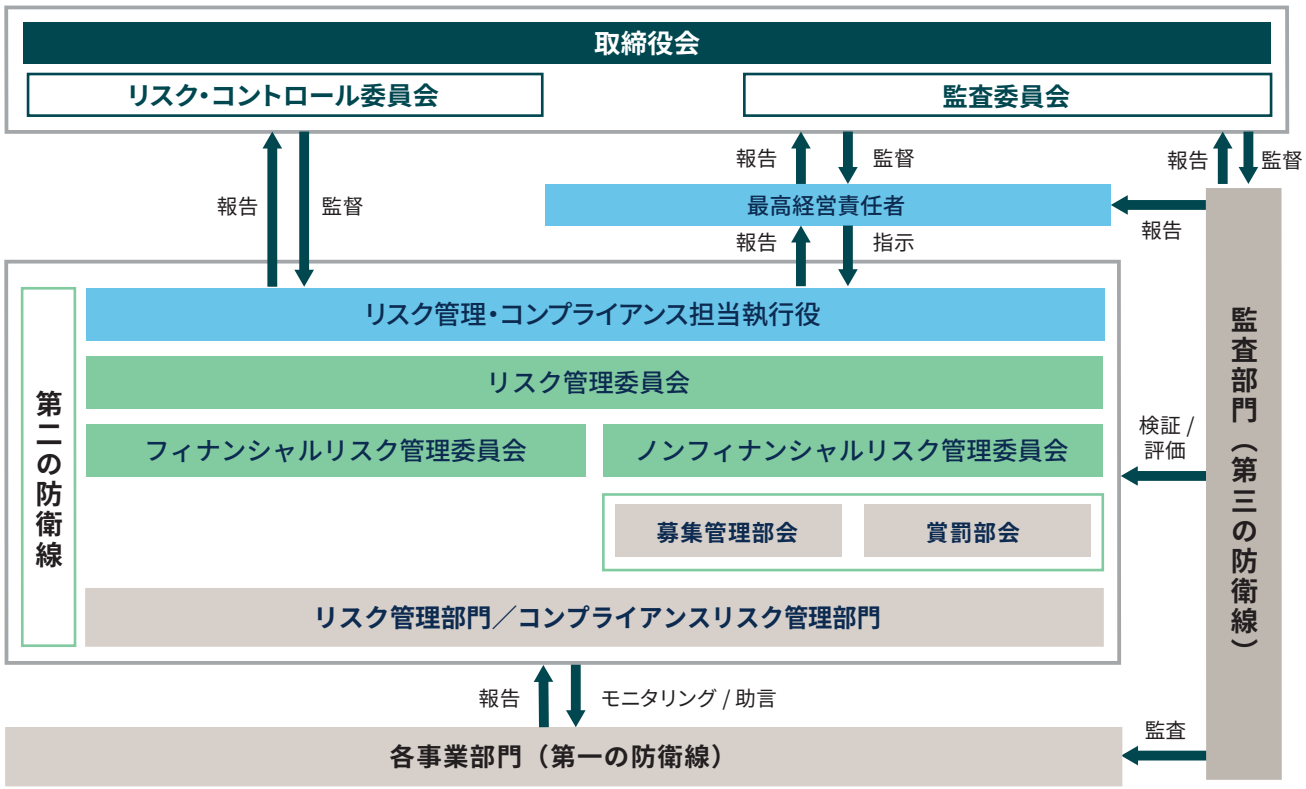
リスク・コンプライアンス管理体制は、3つの防衛線（スリーラインズ・オブ・ディフェンス）によって構築されており、継続的に統合リスク管理機能の検証および強化を行い、リスク管理に係る内部統制の実効性確保を図っています。

統合的リスク管理体制

当社は、統合的なリスク管理体制を整備し、リスクを包括的に管理しています。その一環として、リスクをフィナンシャルリスクおよびノンフィナンシャルリスクのカテゴリーに分類し、それぞれの特性に応じた管理を行っています。
会社全体のリスク管理を推進するため、フィナンシャルリスク管理委員会およびノンフィナンシャルリスク管理委員会を設置しています。また、リスク管理・コンプライアンス担当執行役が、個別のリスクを含む会社全体のリスク管理の状況について、必要に応じて取締役会、監査委員会、リスク・コントロール委員会および最高経営責任者に報告する体制を整備しています。

さらに、各事業部門から独立したリスク管理部門およびコンプライアンスリスク管理部門を設置するとともに、監査部門が各種リスク管理に係る内部統制の適切性および有効性を、独立した客観的な立場から検証・評価し、その結果を取締役会に報告する体制を構築しています。
当社は、お客さまに信頼される存在であり続けるため、将来の保険金支払いやご契約者サービスに影響を及ぼす可能性のあるすべてのリスクを特定・評価し、適切に管理していくことが重要であると考えています。

リスク・コンプライアンス管理体制図



統合的リスク管理（ERM：エンタープライズ・リスク・マネジメント）

当社は、業務の健全かつ適切な運営を確保するとともに、企業価値の持続的な成長、リスク対比での利益の向上および資本効率の向上といった戦略目標を達成するため、統合的リスク管理*1を行っています。

具体的には、リスク管理・コンプライアンス担当執行役を議長とするリスク管理委員会、フィナンシャルリスク管理委員会およびノンフィナンシャルリスク管理委員会を中心として、会社の経営に影響を及ぼし得るすべての領域のリスクをモニタリングし、コントロールしています。

定量的なリスク管理としては、自己資本を内部管理基準、規制基準および会計基準に基づいて把握し、それらに関するリスクをバリュー・アット・リスク*2やストレステスト*3等により評価しています。この評価結果を踏まえ、資本の充実度の評価およびリスクのコントロールを実施しています。

また、定量化が困難なリスクについては、潜在的なリスクを含めて定性的に評価し、当社を取り巻くすべてのリスクを網羅的に把握・管理する態勢を整備しています。リスクの計量を含め、会社の意思決定に用いる定量的指標を算出するモデルについては、モデルリスク*4の管理を導入しています。加えて、フィナンシャルリスク管理委員会において、モデルや前提条件の設定および変更に関する重要事項の適切性について審議しています。

さらに、会社全体の経営やお客さまに著しい影響を及ぼし得る大規模災害等への対応態勢についても、統合的リスク管理の一環として取り組んでいます。影響度および蓋然性が大きいと評価されるリスクについては、「主要なリスク（トップリスク）」として管理し、リスク軽減策を講じています。

当社は、経営戦略や事業計画に伴うリスクを主体的に特定・評価し、現在および将来におけるソルベンシーの十分性を評価するため、リスクとソルベンシーの自己評価を実施しています。その結果は、事業計画、投資および商品に係る経営の意思決定に活用する態勢としています。

＊1 統合的リスク管理
統合的リスク管理とは、会社の直面するリスクに関して、潜在的に重要なリスクを含めて総体的に捉え、自己資本などと比較・対照し、事業全体としてリスクを管理する枠組みのことです。

＊2 バリュー・アット・リスク
バリュー・アット・リスクとは、過去の損失の発生状況などのデータを基礎として、今後一定の期間内に一定の確率の範囲内で発生すると予想される損失の最大額のことです。

＊3 ストレステスト
ストレステストとは、各種のリスクが顕在化するシナリオを想定し、その場合の損失など予想額を把握するリスク管理手法のことです。
当社では、大幅な金利変動や大規模災害の発生など、資産運用や保険引受を取り巻く環境が大幅に悪化し、会社全体に影響が及ぶ事象を想定したストレステストを定期的に実施して財務の健全性にどのような影響が及ぶかを分析しています。当社では、過去実績にもとづくシナリオに加えて、フォワードルッキングなシナリオを、経営陣の検討を踏まえた上で設定しています。

＊4 モデルリスク
モデルリスクとは、不正確なモデルを使用した結果またはモデルを誤使用した結果にもとづいて意思決定を行うことにより、会社が悪影響を受けるリスクをいいます。
当社では、すべてのモデルに対してモデル所有者を定めるとともに、モデルの開発、承認、利用、第三者検証、見直しといったライフサイクルにおいて適切なモデルリスク管理が実施されるよう、基準を定めています。

内部管理体制の強化

主なフィナンシャルリスクへの対応

フィナンシャルリスクは、保険引受リスク、資産運用リスク、ALMリスク、流動性リスクなどを含み、それぞれのリスクの詳細は以下のとおりです。

1. 保険引受リスク

保険引受リスクとは、経済情勢や保険事故の発生などが保険料設定時の予測に反して変動することで損失を被るリスクで、生命保険会社の本業に係るリスクをいいます。当社では、フィナンシャルリスク管理委員会において保険商品発売後の販売状況、保険事故発生率、解約率などの契約者行動、事業費、再保険などについてのモニタリングを定期的に行うとともに、保険引受リスク管理上の重要課題について審議しています。

適切な保険料設定とリスク対応

当社では、保険料や責任準備金の設定のもととなる予定死亡率、予定入院発生率などの予定発生率について、独自のデータによる発生率統計や各種の研究結果をふまえ、適切な設定や見直しを行っています。

保険料や責任準備金の設定のもととなる予定利率については、市場金利の動向を中長期的に見極めるとともに、当社の資産運用方針や保有契約の平均予定利率を勘案した十分な検討にもとづき、設定や見直しを行っています。

契約選択に係るリスク対応

ご契約の引き受けにあたっては、医学面およびモラルリスク面からの査定を厳正に行っています。また、予定発生率と実際の発生率の動向を常に分析し、必要に応じて引き受け時の査定基準の見直しを行っています。

引き受け後のリスク対応

予定発生率や予定利率とそれらの実績を定期的に比較のうえ、必要に応じて、販売商品の制限や緩和、商品のリスク特性に応じた再保険の活用、負債の特性に応じた資産の運用内容の見直しなどにより、リスク管理を行っています。
さらに、将来の収支予測を行い、将来のお客さまへのお支払いが万全であることを確認しています。

再保険によるリスク管理
当社では、高額保険のご契約の締結、新しいタイプの保険商品の販売、金利変動に対するリスクを低減する場合などに、保険事業の根幹をなす保険金の確実なお支払いや、会社経営の安定を図るためのリスク移転の方策として再保険を利用しています。

出再の方針として、保険商品ごとにその商品の特性に応じて出再基準や保有基準を定めています。出再先の選定にあたっては、保険財務格付けなどの指標を参考にし、信用力の高い国内外の保険会社と再保険契約を締結しています。また、必要に応じて担保や保証を取得することで出再先に対する信用リスクの低減を行い、契約締結後も定期的に出再先の信用力をモニタリングすることで、信用リスク管理を継続しています。受再の方針としては、引受リスク限度額は出再の方針と同じ保有基準までとし、保有基準を超過する場合、超過部分は再々保険による出再を前提としています。計量不可能なリスクは引き受けていません。

2. 資産運用リスク

生命保険会社は、お客さまからお預かりした保険料を将来のお客さまへのお支払いに充てるため、さまざまな資産に投資し安定した収益を確保しなければなりません。一方で、市場環境は日々変化しており、投資手法は今後ますます高度化、多様化の方向へ進むことが予想されます。投資活動は運用対象資産の特性や運用方法により、リスク（資産運用リスク）を伴います。当社では、長期的視点からのリスクとリターンのバランスに留意し、公社債、貸付金を中心とした運用を実施しています。投資にあたっては下記のとおり投資対象のリスクに応じて十分な分析・検証を行い、安定的な投資収益の確保に努めています。また、資産運用部門から独立したリスク管理部門が資産運用リスクの状況を把握し、フィナンシャルリスク管理委員会において資産運用リスクの定期的なモニタリング、資産配分の見直しやヘッジなどのリスク管理方針の検討などを行っています。さらに、資産の自己査定実施態勢を確立し、資産自己査定規程にもとづく適切な査定を行うことにより、資産の健全性の維持を図っています。

市場リスク

金利、株価、為替などの変動により投資した資産（オフバランス資産を含む）の価格が下がることで損失を被るリスクをいいます。当社ではフィナンシャルリスク管理委員会において、運用環境・投資方針・運用実績・リスク特性などを検証し、安定的な運用収益の確保に努めています。また、フィナンシャルリスク管理規程に従い、デリバティブなどの活用による金利リスクおよび外貨建資産に係る為替リスクのヘッジなどを検討し、適切なリスクのコントロールを実施しています。また、経済資本配賦の考え方にもとづいて、経済価値ベースの市場リスク量、金利リスク量のリミットを定め管理しています。

信用リスク

与信先の財務状況の悪化などにより保有する有価証券や貸付金などの資産の価値が減少ないし消失し、損失を被るリスクをいいます。当社では、与信先のリスク分析とモニタリングを行うとともに、分散投資を推進し、フィナンシャルリスク管理規程に従い、保有リミットの管理を実施することにより特定の企業・グループや国、業種への信用リスクの集中をコントロールしています。また、経済価値ベースで信用リスク量のリミットを定め管理しています。

不動産投資リスク

賃貸料および空室率などの変動を要因として不動産の稼働によって得られる収益が減少すること、または不動産市況の変化を要因とした不動産価格の下落などにより損失を被るリスクをいいます。不動産投資リスクの管理にあたっては、長期的な収益を確保できるものを投資対象とするなど厳格な審査を行っています。
また不動産を担保とするノンリコースローンについては、LTV（不動産価格に対する借入金の割合＝Loan to Value）、DSCR（元利金返済カバー率＝Debt Service Coverage Ratio）などの健全性指標のガイドライン、および地域、不動産種類などの分散投資のリミットを定めて定期的にモニタリングを行い、当該ガイドラインまたはリミットに抵触する場合には、その対応を検討することとしています。

市場流動性リスク

市場の混乱などにより市場取引ができなくなったり、著しく不利な価格での取引を余儀なくされることにより損失を被るリスクをいいます。当社では、ポートフォリオ全体の市場流動性リスクを一定の範囲内にコントロールし、過大な損失の発生を抑制しています。

3. ALMリスク

生命保険会社は、将来の保険金などをお支払いするために必要な資金を、責任準備金（負債勘定）として積み立てています。負債特性（どの時点で保険金などをお支払いするのかなど）を考慮してこの資金の資産運用を行い、将来の保険金などのお支払いに適切に備えるための管理方法が、ALM（資産と負債の総合管理＝Asset Liability Management）です。
当社では、資産と負債の特性や状況が適合していないことで損失を被るリスク（ALMリスク）を管理するため、リスク管理部門が関連各部門と連携してALMリスク管理を推進しています。具体的には、資産と負債のキャッシュフロー分析などにもとづきALMリスクの状況の把握を行い、フィナンシャルリスク管理委員会においてALMリスクの定期的なモニタリング、商品特性に応じた資産運用ポートフォリオの構築の推進や資産運用・ALM方針の審議などを実施しています。
また、新商品の開発・販売に当たっても、ALMリスクの観点から検証を実施しています。

4. 流動性リスク

流動性リスクとは、金融・経済環境の変化、当社の財務内容の悪化、予期せぬ保険料収入の減少や保険金・解約返戻金支払の急激な増加などにより、資金繰りが悪化することで、資金の確保のために通常よりも著しく低い価格での資産売却や高いコストでの資金調達を余儀なくされることにより損失を被るリスクをいいます（資金流動性リスク）。
当社では資金繰りの管理として、保険金などのお支払いや経費支出、資産運用の入出金を日々管理し、資金が十分確保されているか、将来にわたる一定期間の資金繰り状況は十分かなどの確認を行っています。また、リスク低減の取り組みとして流動性の高い資産を保有するとともに、流動性リスクに関するストレステストを実施し、フィナンシャルリスク管理委員会へ報告する態勢を構築しています。
また、流動性リスクには左記「2. 資産運用リスク」内に記載の「市場流動性リスク」も含みます。

内部管理体制の強化

主なノンフィナンシャルリスクへの対応

ノンフィナンシャルリスクとは、内部プロセス・人・システムが不適切であることもしくは十分に機能しないこと、または外生的事象により当社が損失を被るリスクをいいます。
当社ではノンフィナンシャルリスクを、コンプライアンスリスク（規制および認可、顧客保護、個人情報保護関連、マネー・ローンダリング、贈収賄および汚職、制裁、不正）、事業継続リスク、財務報告および会計リスク、業務処理リスク、市場慣行リスク、情報管理リスク、雇用関連リスク、システムリスク（情報セキュリティおよびテクノロジー）に分類し、個々のリスク特性に応じた管理に加え、定性的・定量的側面からノンフィナンシャルリスクの統合的な管理を行っています。定性的な管理としては、定期的にリスク評価を実施し、優先度の高いリスクについては対応策を策定・実行し、リスク削減の実施状況をモニタリングしています。ノンフィナンシャルリスク管理委員会（リスク分類によっては、より専門性を有する部会）は、これらのリスク管理プロセスが有効かつ適切に機能していることを監督しています。

1. コンプライアンスリスク管理

当社では、実効的なコンプライアンスリスク管理態勢の確立および継続的強化を経営の最重要課題のひとつとし、法令等遵守を最優先とする企業風土の実現に努めることを「コンプライアンス基本方針」に定めています。

コンプライアンスを狭義の法令や社内ルール等だけでなく、社会規範の遵守も含めたものと捉えており、業務の健全かつ適切な運営および保険募集の公正の確保に努めています。
加えて、潜在的な問題を幅広く察知し、事故の発生を未然に防止するための取り組みを行っています。

行動規範

常に変化する外部環境において、プロフェッショナルとしての最高水準を維持していくための指針として行動規範を定めています。行動規範は、私たちのバリューの基盤であり、業務を遂行する上で核心となる信念が表現されており、どのような行動が求められているかが示されています。なお、行動規範の遵守にかかるトレーニングと誓約は、入社時だけでなく、継続的な理解を促すために、毎年すべての役職員に義務づけられています。

コンプライアンス・プログラム

コンプライアンスを強化するための実践計画として、毎年度、コンプライアンス・プログラムを策定しています。
コンプライアンス・プログラムは、当社の重要なコンプライアンス上の課題解決およびコンプライアンス意識向上のための取り組みです。これに則して、全部門がコンプライアンス推進のための具体的な実践計画を策定し、年間を通して実施することでコンプライアンス態勢の強化を図っています。また、その計画の策定・実施状況を定期的に確認・フォローするとともに、新たな課題を実践計画に反映させる運営を行っています。

コンプライアンス研修

コンプライアンス態勢の整備・強化を目的として、コンプライアンス意識の浸透を図るべく、すべての役員・社員、当社の代理店を対象に、コンプライアンス研修を実施しています。
加えて、日々の業務を遂行する上で判断に迷った際の手引書として、管理部門や営業部門等、職制や販売チャネルごとの特性をふまえたコンプライアンス・マニュアルを作成し、常に参照できるように整備しています。

内部通報窓口の整備

「コンプライアンスヘルプデスク」をはじめ、米国本社への通報窓口を含め社内外に複数の通報窓口を設置し、法令違反や社内ルール違反を発見した場合に、通報者が躊躇なく通報・相談できる仕組みを整えています。

また、内部通報が適切に行われるよう、研修等を通じて内部通報の重要性の周知に取り組むと同時に、通報窓口の運営改善や、内部通報制度に関連する規程等の見直しを継続的に行っています。

倫理&不正行為ヘルプラインの設置

当社では、ご契約者をはじめ、一般のお客さまや業務委託先等の社外の方からも、当社に関する不正行為等の疑いを通報いただける窓口を用意しています。
当社の社員や関係者による各種不正行為（不正会計、不適切な営業行為等）をはじめ、業務委託先や代理店等のビジネスパートナーとの交渉や取引において、社会規範や商慣習・市場慣行に反するなど、社会的要請から逸脱した行為を察知、またはその証拠を得た場合には、倫理&不正行為ヘルプラインを通じて、メットライフ生命にご連絡いただける体制を整えています。

倫理&不正行為ヘルプライン
https://www.metlife.co.jp/about/governance/fraud/

適正な保険募集の確保

「勧誘方針」を包含する「お客さま中心主義に関する基本方針」（詳細はP.34）や「保険募集管理規程」等を定め、これらを当社の募集人等および管理者に周知しています。これにより、お客さまに対して誠実・公正に業務を行い、お客さまの意向にもとづく保険商品の提案と十分な情報提供等を徹底するとともに、法令等遵守の確保およびお客さまの最善の利益を勘案した適正な保険募集の実現に努めています。

また、保険募集管理を主管するセールスクオリティアシュアランス部門を設置し、当社および当社の募集人等の募集管理態勢を継続的に管理し、強化・改善のための指導・支援を行っています。さらに、コンプライアンスリスク管理部門は第二の防衛線の立場から、セールスクオリティアシュアランス部門を定量的および定性的な側面でモニタリングし、客観的な立場からそれらを踏まえた助言を行っています。
これにより、保険募集に関する課題の早期発見、再発防止を通した不祥事件・事故の未然防止、削減に取り組んでいます。

個人情報管理の強化

詳細はP.129

個人情報保護にかかる組織的・人的・技術的・物理的な安全管理体制を整備し、IT技術を活用した対策を講じる等、お客さまの個人情報の適切な管理を行っています。
また、役員を含む全社員、派遣社員や業務委託先社員等に対して、教育・研修等の機会を通じ、個人データの適正な取り扱いについて周知徹底を図っています。

マネー・ローンダリング防止態勢

当社との取引をマネー・ローンダリングおよびテロ資金供与に利用されることを未然に防止するため、メットライフ全体で協業態勢の構築に加え、当社経営陣による主導のもと、統括管理者たる役員の選任および統括部署を設置し、適切な管理体制の整備に努めています。
その上で、法令上で求められている取引時確認、疑わしい取引の届出に加え、取引モニタリング、社員への教育等のさまざまなリスク低減策を講じています。

国際連合等による制裁等に関する対応

各国の経済制裁措置に適切に対応するため、「外国為替及び外国貿易法」、米国財務省外国資産管理室（OFAC）による規制をはじめ、国際連合の決議または貿易および経済制裁を科す法令・措置、欧州連合および英国の法令等に基づく制裁プログラムを遵守しています。OFAC等が指定する個人やその関与者と直接、間接を問わず取引を行いません。
加えて、本邦・米国を含む各国が規制対象としている国・地域を「制裁対象国等」と定め、金融活動作業部会（FATF）が監視対象に分類した国・地域等については「その他注意を要する国・地域」と定めており、当該国等との関係性を確認しています。

反社会的勢力への対応

詳細はP.131

「反社会的勢力との関係遮断のための基本原則」を定め、反社会的勢力との一切の関係遮断および反社会的勢力による不当要求への対応を行っています。
また、反社会的勢力および金融犯罪への対応について、全社的に統括する部門を定め、情報の一元管理や社員等への教育・啓発を行い、反社会的勢力との関係遮断に努めることを徹底しています。取引先等との関係においても、反社会的勢力との関係遮断に向けた取り組みを強化しています。

2. システムリスク

システムリスクとは、コンピュータシステムのダウンまたは誤作動などのシステムの不備や、コンピュータが不正に使用されることにより、お客さまや保険会社が損失を被るリスクをいいます。システムリスクはノンフィナンシャルリスクの一部ですが、当社ではその重要性に鑑み、「システムリスク管理規程」を定め、システムリスクの特定、評価および管理を行っています。また、情報資源に関する全社的な統一基準として情報セキュリティに関する基本方針を策定し、役割と責任を明確にした管理体制のもと、リスクコントロールを実施しています。
さらに、システム障害や自然災害などの発生を想定した事業継続計画を整備し、当該計画にもとづき、ハードウェアや通信回線の冗長化、バックアップサイトの構築などを通じて、コンピュータシステムの安全かつ安定的な稼動を確保しています。
お客さまの大切な情報を含む当社の情報管理については、コンピュータシステムに各種セキュリティ・安全対策を施し、不正利用や情報漏えい防止、サイバー攻撃への対応などを一層強化しています。ノンフィナンシャルリスク管理委員会では、システムリスクの管理状況に加え、システム障害や事故の発生状況、原因分析、改善策の策定および実施状況を把握・検証しています。
また、データは有効に活用することで価値を生む重要な経営資産であるとの認識のもと、当社ではデータの可用性、有用性および完全性を確保するため、全社的な一元管理によるデータガバナンスを強化し、情報資産の品質維持と適切な管理に取り組んでいます。

3. 事業継続リスク

大規模な地震や風水害、サイバーアタック、あるいは感染症の大流行（パンデミック）などさまざまな不測の事態が発生した場合でも、お客さまに一定レベルの必要なサービスを提供できるよう、想定されるリスクを業務単位で洗い出し、影響度を分析・評価したうえで、業務継続計画を策定しています。
例えば、保険金や給付金などのお支払いや各種変更のお手続きに関する業務を行う部門、お客さまの各種お問い合わせに応対するコールセンターについては、お客さまへのサービスが停止することのないよう、東京・長崎の本社拠点に神戸も加えた複数の拠点に分散し業務を行っています。
さらに、業務委託先に対しても、業務継続計画の策定を求め、業務中断が発生しない体制構築を推進しています。
これらの業務継続に関する取り組みに加え、お客さま保護の観点で、災害の規模などに応じて、保険料払込猶予期間の延長や保険金・給付金の簡易かつ迅速な支払などの必要な情報やサービスの提供が速やかにできるよう、特別対応の体制を整えています。
また、大規模災害発生時等、危機的事態発生時には「経営危機対策本部」が速やかに設置され危機的状況の一元的な把握と管理を行います。
こうした大規模災害などの事業継続リスクに対する取り組みについては、「災害復旧および業務継続管理規程」に定めています。取り組みの実効性を高めるために、各業務部門が参加する業務継続に関するさまざまなシナリオに基づいた机上訓練を定期的に実施し、環境変化に応じた業務継続と危機管理の実現に取り組んでいます。

4. 気候変動リスク

当社では環境・気候リスクを含む全ての重要なリスクを適切に特定、測定、管理するための確立されたリスク管理フレームワークを有しています。気候変動リスクには、物理的リスクと移行リスクがあり、当社の事業運営、投資、お客さま、サプライチェーンに影響を与える可能性があります。当社は資産運用と保険契約の両方において気候変動リスクがどのように当社の事業に影響するかについて検討を行っており、信用リスク、市場リスク、保険リスク、オペレーショナルリスク、法務リスク、コンプライアンスリスクといったリスクの種類においてどのようにリスクが顕在化するのかを定性的に評価しています。また、気候変動リスクとそれによる当社の事業や戦略、財務計画への潜在的な影響についての理解を進めるための影響評価とシナリオ分析の能力の開発を続けています。

内部管理体制の強化

内部監査体制

当社では、「内部監査基本方針」に監査部門の権限、独立性、組織上の位置付け、および指示・報告関係など内部監査体制の基本事項について定め、当方針にしたがって監査部門が専門職としての正当な注意を払って内部監査を行っています。
すべての部門から独立した客観的な立場で、当社の各部門が所管する業務の監査や組織横断的に部門を跨いだ監査、またはさまざまなテーマ監査を実施し、経営管理や内部統制の有効性を検証・評価します。
監査の結果や業務改善に向けた助言を取締役会や経営陣に提供することにより、経営指針の実現に寄与しています。

内部監査の独立性と権限

監査担当役員と監査部門員は、監査委員会の監督の下に高い独立性と客観性を維持しています。職務遂行上必要と判断するすべての資料を入手し、事実の説明や意見を求め、各種委員会・部会への参加を要請することができます。また、監査担当役員は監査部門の独立性に対する侵害の有無について監査委員会に開示し、組織上の独立性を年に一度確認します。

内部監査の概要

監査部門は、当社を取り巻く経済環境や、法規制の変化を踏まえて各部門や業務に係るリスクを評価し、内部監査実施の範囲、頻度、深度などを決定するリスクアプローチを採用しています。取締役会、各種委員会・部会への参加やコンプライアンスリスク管理部門、リスク管理部門といった第二の防衛線（内部監査人協会（IIA）「3ラインモデル」における第2ライン）の役職員や当社の会計監査人との定例会議等を通じて、継続的にリスクモニタリングを行っています。年度監査計画は、取締役会および監査委員会からの要請や経営陣の課題認識を踏まえて監査部門が策定し、取締役会が承認します。監査部門は、お客さまや経営に影響が大きいリスク、各種管理態勢の問題点および組織横断的な課題に焦点を当て、監査を実施します。監査部門は必要に応じて監査計画の変更を検討し、変更が生じた場合は監査委員会に報告し、重大な変更については取締役会に付議します。また、監査対象プロセスを可視化して被監査部門と共有し、データ分析手法を活用しつつ機動的に監査を実施することで、内部監査の有効性と効率性の一層の向上を目指しています。
監査部門は、代表執行役および被監査部門の担当役員と責任者に対し、内部監査の結果と助言を適時に提供し、指摘事項に対する改善計画の実施状況をフォローアップします。

内部監査の品質維持向上

監査部門は、当社の各業務領域に精通した人材の確保に取り組んでいます。監査部門員の専門性や能力を一層高めるべく、IIAの「公認内部監査人」やISACAの「公認情報システム監査人」などの資格取得について、資格取得の補助制度を設けて部門員に取得を奨励するとともに、社内外の研修の機会を継続的に提供しています。
また、内部監査の品質を維持向上するため、内部品質評価を定期的に実施し、結果を監査委員会に報告しています。加えて、5年に一度、第三者機関による外部品質評価を受けています。

沿革・組織図

沿革 86

組織図 88

明示している場合を除き、2026年6月1日現在での情報を記載しています。

沿革

1954年
- 日本支店開設（外国人向け営業開始）（9月）

1972年
- 日本人向け営業認可取得（12月）

1973年
- 日本初の外資系生命保険会社として営業開始（アメリカン・ライフ・インシュアランス・カンパニー日本支店）（2月）

1976年
- 疾病保険発売

1990年
- 女性専用特定ガン保険発売（9月）

1991年
- テレマーケティングセンター開設（2月）

1992年
- 特定疾病給付保険発売（2月）
- 全国代理店会連合会設立（3月）

1996年
- カスタマーサービスセンター開設（12月）

1998年
- 米ドル建の保険商品の認可取得（9月）

1999年
- ファイナンシャルサービスセンター開設（5月）
- インターネットで入院給付金の請求取り扱い開始（11月）

2002年
- 長崎テレマーケティングセンター運用開始（6月）

2003年
- 医療保険のオンライン契約サービス取り扱い開始（10月）

2005年
- 神戸にダイレクトリレーションシップセンターを開設（11月）
- 一時払終身保険「ビー ウィズ ユー」を発売（12月）

2006年
- ワンダラー・ドネーション（ODD）プログラムを開始（12月）

2008年
- 神戸に通販保全センターを開設（2月）
- 長崎に保険金コールセンターを開設（9月）

2009年
- メットライフ生命長崎ビル（当時AIG長崎ビル）を取得（5月）

2010年
- 米国メットライフがAIGからアリコの全株式の譲受について合意（3月）
- 親会社がMetLife, Inc.（メットライフ）に変更（11月）
- 一時払終身保険（米ドル建 積立金定期支払型）/（豪ドル建 積立金定期支払型）を発売（12月）

2011年
- ブランド名をメットライフ アリコ（MetLife Alico）に変更（4月）
- 公式通販サイトでインターネットによる申込サービス開始（12月）

2012年
- 日本法人「メットライフアリコ生命保険株式会社」営業開始（4月）
- アリコ日本支店からメットライフアリコ生命保険株式会社へ保険契約包括移転（5月）
- 電話によるセカンドオピニオンサービス開始（12月）

2013年
- ガン保険「ガードエックス」を発売（8月）

2014年
- 商号（社名）をメットライフ生命保険株式会社に、ブランド名をメットライフ生命に変更（7月）

2015年
- メットライフダイレクト株式会社を吸収合併（3月）
- 収入保障保険「マイディアレスト」を発売（4月）
- 外貨建一時払終身保険「サニーガーデンEX」を発売（5月）

2016年
- 外貨建一時払終身保険「ビー ウィズ ユー プラス」を発売（8月）
- 申し込み手続きをペーパーレス化した営業支援システム「MetLife e-Mirai（メットライフ イーミライ）」の導入（9月）

2017年
- 本社所在地を東京都千代田区紀尾井町へ移転（7月）
- 給付金請求専用アプリ「かんたん給付請求」の提供を開始（11月）

2018年
- 外貨建終身保険「ドルスマート エス」を発売（11月）

2019年

- 長崎の拠点名称を長崎本社へ変更（7月）

2020年

- 外貨建一時払終身保険「ウェルスデザイン」を発売（2月）
- AIを活用した保険金・給付金不正請求検知システム「Force（フォース）」を導入（5月）
- 変額保険「ライフインベスト」を発売（11月）

2021年

- 医療保険「マイ フレキシィ」、医療保険 引受基準緩和型「マイ フレキシィ ゴールド」を発売（4月）
- 外貨建一時払終身保険「ビー ウィズ ユー プラスⅡ」を発売（7月）
- 変額保険「ライフインベスト プラス」を発売（9月）

2022年

- 法人向け介護定期保険「ブライトビジョン」を発売（2月）
- 外貨建一時払終身保険「ウェルスデザインⅡ」を発売（4月）
- 米ドル建終身保険「ドルアドバンス」を発売（11月）

2023年

- 日本での営業開始から50周年（2月）
- 一時払個人年金保険「アクティブデザイン」を発売（5月）
- ガン保険「ガードネクスト」を発売（12月）

2024年

- 変額保険「ライフインベスト アドバンス」を発売（3月）
- 「メットライフ財団×日本財団 高齢者・子どもの豊かな居場所プログラム」高齢者ホスピスと困難な状況にある子どものための放課後の施設「子ども第三の居場所」計12施設すべて開設（11月）

2025年

- 「ご家族登録制度」と「給付金代理請求制度」をパッケージした「ファミリーあんしんパック」の取り扱い開始（1月）
- 日本フットサルリーグのタイトルパートナーに就任（2月）
- 一時払終身保険「ビー ウィズ ユー プラスⅡ」に健康告知不要の「保障重視プラン」を新設し、金融機関代理店で販売（4月）
- HDI格付けベンチマーキングで、「問合せ窓口」は9年連続、「Webサポート」は7年連続で三つ星を獲得（5月）
- 「働きがいのある会社」（Great Place To Work®）初認定（6月）
- 変額保険「ライフインベスト ネクスト」を発売（8月）
- 一時払終身保険の累計ご契約件数が150万件に到達（8月）
- 「UCDAアワード2025」において「企業総合賞・ゴールド」および「特別賞」を受賞（9月）
- 変額保険「ライフインベストシリーズ」のご契約件数が50万件に到達（10月）
- 医療保険「マイ フレキシィ」シリーズに一生涯の死亡保障ニーズに応える特約を新設（12月）
- 2025年度「IT賞」にて「IT優秀賞」を初受賞（12月）

2026年

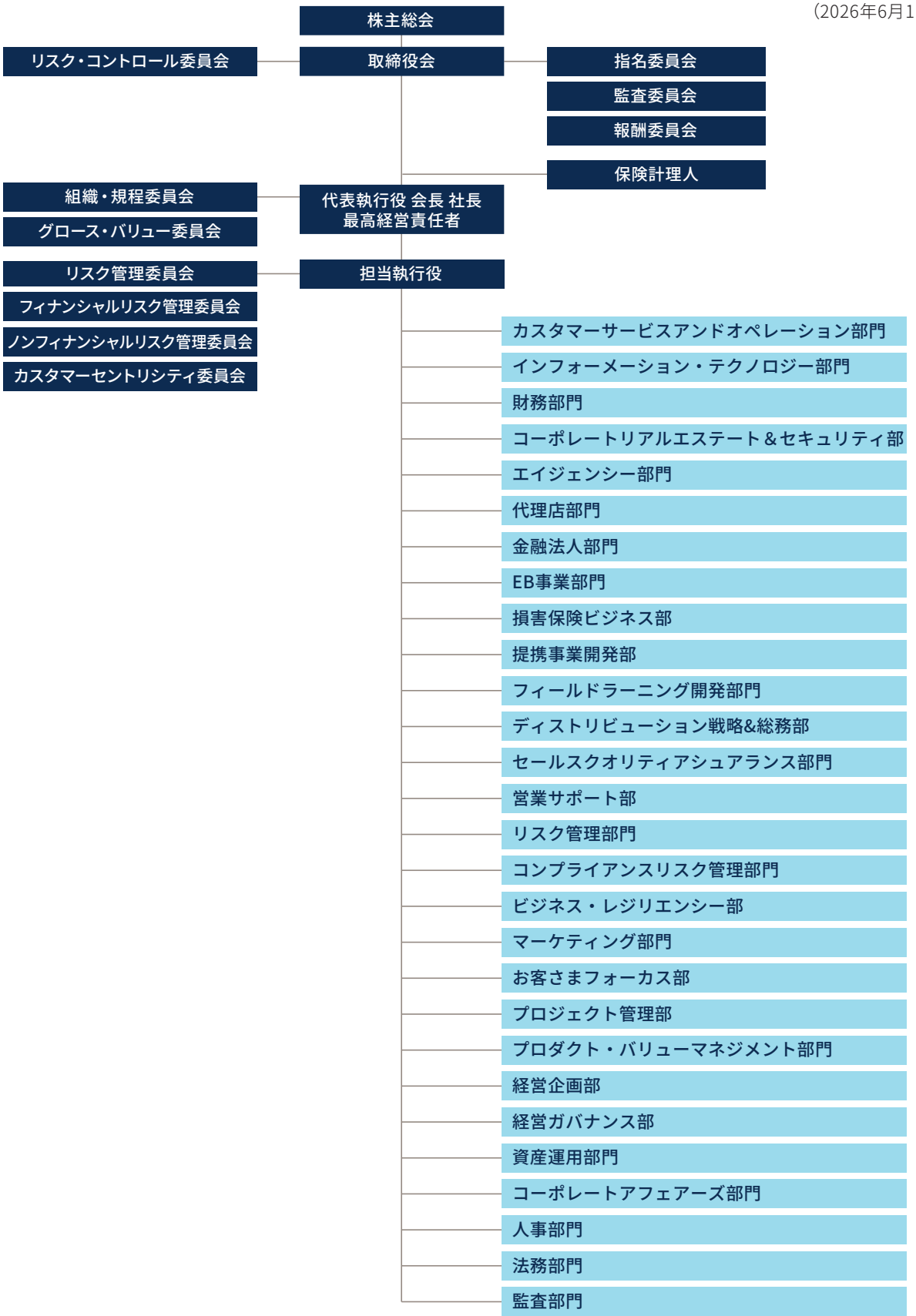
- 変額介護定期保険「ブライトアクション」を発売（1月）
- Great Place To Work® Institute Japan が発表する2026年版日本における「働きがいのある会社」ランキングで大規模部門第7位に選出（2月）
- 南アルプス市と地域活性化に向けた連携協定を締結（2月）。計8自治体と協定を締結（長崎市、長崎県、神戸市、兵庫県、姫路市、宝塚市、三木市）。
- 医療保険が発売から50周年、累計ご契約件数1,000万件超、お支払い総額は1兆7,000億円に（2月）
- 大規模法人部門で8年連続、「健康経営優良法人2026」に認定（3月）
- 一時払終身保険「サニーガーデン プライム」を金融機関代理店で発売（4月）
- 新たなブランドデザインを導入開始（4月）

当社の日本進出は、1954年にアメリカン・ライフ・インシュアランス・カンパニーが日本支店を開設し在日外国人向けの保険契約の引受を開始した時に遡ります。その後、1972年12月11日（設立日）に日本人向け円貨建保険契約引受の認可を取得し日本のマーケットに本格参入し、その契約引受を開始した1973年2月1日に日本初の外資系生命保険会社として営業を開始しました。

2012年4月2日には、アメリカン・ライフ・インシュアランス・カンパニーから事業譲渡を受け、日本法人「メットライフアリコ生命保険株式会社」として業務を開始、2014年7月1日に商号変更を行い、現在の「メットライフ生命保険株式会社」となりました。

組織図

（2026年6月1日現在）



※営業拠点については、P.153をご参照ください。

ブランド広告展開



メットライフ生命は、2026年より、進化したブランド体験を伝える新たな企業広告を展開しています。
本広告では、新しいブランドロゴやデザインを通じて、「ともに歩んでゆく。よりたしかな未来に向けて。」というパーパスのもと、お客さま一人ひとりに寄り添う姿勢を、日常の自然な瞬間とともに描いています。
また、世界40超の国と地域で保険を提供してきた経験から得た知見や専門性を背景に、その思いや価値を“体験”として伝える内容となっています。

動画でもご覧いただけます。

ホームページによる情報提供

幅広い生命保険商品ラインナップの中からお客さまのライフスタイルやご希望に合った商品をご紹介し、安心できる保険選びをお手伝いしています。また、ご契約後のサポート情報もご覧いただけます。



メットライフ生命公式ホームページ
https://www.metlife.co.jp/

メットライフ　検索

SNSによる情報発信

SNSにて情報発信を行っています。

@METLIFE_JAPAN
【公式アカウント】
メットライフ生命

@METLIFE_JAPAN_CONSULTANT
【公式アカウント】
メットライフ生命
コンサルタント

決算データは2026年3月31日現在の数値です。
決算データ以外は、明示している場合を除き、2026年6月1日現在での情報を記載しています。

MetLife
メットライフ生命

メットライフ生命保険株式会社
2026.7

印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます PS26-0006

リサイクル適性Ⓑ
この印刷物は、板紙へ
リサイクルできます。

ミックス
紙 | 責任ある森林
管理を支えています
FSC® C022784

本誌はFSC®認証紙を使用し、印刷・製本工程には再生可能エネルギー(200kWh)を利用しています。また、原材料由来のCO_2排出量に関してもカーボンオフセットしています。