

## ○グループ経営理念

損保ジャパン日本興亜グループは、お客さまの視点ですべての価値判断を行い、保険を基盤としてさらに幅広い事業活動を通じ、お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービスをご提供し、社会に貢献します。

## ○目指す企業グループ像

真のサービス産業として、「お客さま評価日本一」を原動力に、世界で伍していくグループを目指します。

## ○グループ経営基本方針

1. サービス品質の追求  
すべての業務プロセスにおいて品質の向上に取り組み、最高品質のサービスをご提供することにより、お客さまに最も高く評価されるグループになることを目指します。
2. 持続的な成長による企業価値の拡大  
目指す企業グループ像の実現に向け、成長分野へ戦略的に経営資源を投入することにより、グループベースでの持続的成長を実現し、企業価値の拡大を目指します。
3. 事業効率の追求  
あらゆる分野において、グループで連携し最大の力を発揮することにより、事業効率を高め、安定した事業基盤を築きます。
4. 透明性の高いガバナンス態勢  
保険・金融事業等の社会的責任と公共的使命を認識し、透明性の高いガバナンス態勢の構築とリスク管理、コンプライアンスの実効性確保を事業展開の大前提とします。
5. 社会的責任の遂行  
環境・健康・医療等の社会的課題に対して本業の強みを活かしつつ、ステークホルダーとの積極的な対話を通じて、企業としての社会的責任を果たし、持続可能な社会の実現に貢献します。
6. 活力ある風土の実現  
グループ内の組織活性化を積極的に図り、自由闊達・オープンで活力溢れるグループを実現し、社員とともに成長します。

## ○グループ行動指針

お客さまに最高品質のサービスをご提供するために

1. 一人ひとりがグループの代表であるとの自覚のもと、お客さまの声に真摯に耳を傾け、行動することに努めます。
2. 自ら考え、学び、常に高い目標に向かってチャレンジします。
3. 「スピード」と「シンプルでわかりやすく」を重視します。
4. 誠実さと高い倫理観をもって行動します。

## ○グループ人事ビジョン

人物・仕事本位

- 具体的な行動、事実(fact)を重んじ、実力主義を徹底します。
- スピーディに行動する人物・仕事を重んじます。

公平・フェア

- 活躍のチャンスや実力を発揮できる機会が常に均等にあり、公平でフェアであることを尊びます。
- 過去の経歴や評価よりも、チャレンジと主体的な行動を積極的に評価します。

オープン

- ルールやプロセスを明確にし、オープンでかつ透明性の高い仕組みのもとで、自由闊達な議論を評価します。

ダイバーシティ

- 性別、国籍、出身会社等に一切捉われず、社員一人ひとりの個性・多様性を尊重します。

当グループは、企業価値を持続的に高めるための重要な経営基盤のひとつとしてCSRを位置づけ、社会的課題の解決を通じて、サステナブルな社会の実現とグループの成長を目指します。

### ○グループCSRビジョン

損保ジャパン日本興亜グループは、未来に向けた対話を通じてステークホルダーと積極的にかかわりあいながら、高い倫理観のもと国際的な行動規範を尊重し、気候変動や生物多様性などの環境問題、人権やダイバーシティ、地域社会への配慮などを自らの事業プロセスに積極的に組み込むとともに、社会に対して透明性の高い情報を積極的かつ公正に開示していきます。また、常に一步先を見据えて、社会の安心・安全・健康に資する商品・サービスの提供をすることで、ソリューションプロバイダーとしてレジリエントで持続可能な社会の実現に貢献していきます。

#### 5つの重点課題

- 1 防災・減災への取組み
- 2 健康・福祉への貢献
- 3 地球環境問題への対応
- 4 よりよいコミュニティ・社会づくり
- 5 ダイバーシティの推進・啓発

#### 3つの重点アプローチ

- 1 金融機能やデジタル技術などを活かした革新的な商品・サービスの提供
- 2 人材育成を意識したNPO/NGOなどをはじめとするさまざまなステークホルダーとの連携
- 3 継続的に支援し、培ってきた文化・芸術を通じた取組み

社会的課題の  
解決

サステナブルな社会  
の実現  
グループの成長

### ブランドスローガン

保険にとどまらない幅広い事業領域にチャレンジして行く、その幅広さを表現するとともに、「挑む」という能動的な言葉に、真のサービス産業を目指して行く、世界で伍していく強い意志を込めました。

#### 英語 ブランドスローガン

幸せな人生や健康等の実現のために変革に努める意志を表明し、和文の直訳に留まらず、「保険の先へ、挑む。」姿勢を英文で表現し、強く印象付けたものです。

保険の先へ、挑む。

Innovation for Wellbeing

### ブランドステートメント

変化の時代にも、揺らぐことのない確かな明日をお届けしたい。  
その想いをカタチにするために、私たちは進化します。  
お客さまの「安心・安全・健康」な暮らしをひとつなぎで支えるグループへ。

保険の先へ、挑む。

日本の「損保」から、世界で伍していく「SOMPO」へ。

# グループの事業概要と主なグループ会社

当グループでは、「保険の先へ、挑む。」をブランドスローガンに、保険事業を中核として、介護事業やリフォーム事業など事業領域を拡大してきました。今後も新たな事業機会の探求、既存事業の品質向上・サービス領域の拡大や事業間の連携を通して、それぞれの事業・サービスを各分野において魅力ある特徴をもったアトラクションに進化・充実させていきます。あわせて、「人」によるお客さまに寄り添ったサービスに加えて、「デジタル技術」を活用したお客さまとの接点を拡充していきます。

これらの取組みを通じて、当グループは、お客さまの幅広いライフステージや日常生活において「安心・安全・健康」を総合的にサポートし、お客さまの人生に笑顔をもたらす『安心・安全・健康のテーマパーク』に進化していきます。

## 国内損保事業

グループの中核事業である代理店販売が主体の損保ジャパン日本興亜、ダイレクト販売のセゾン自動車火災、媒介代理店を通じた通信販売のそんぼ24が、多様化するお客さまニーズに対応しています。また損保ジャパン日本興亜DC証券が確定拠出年金事業を展開しています。

■ 損保ジャパン日本興亜 ■ セゾン自動車火災 ■ そんぼ24 ■ 損保ジャパン日本興亜DC証券

## 国内生保事業

グループ事業の中で高い成長性を有している分野であり、国内損保事業に続く第二の柱として、「健康を軸にした新しいサービス」と「そのサービスが一体となった商品」を「新たな価値を提供する募集人」がお客さま一人ひとりのニーズに応じて提供する高い業務品質を目指します。

■ 損保ジャパン日本興亜ひまわり生命

## 介護・ヘルスケア事業

2015年12月より本格参入した介護事業では、今後とも最高品質の介護サービスの提供を通じて、「安心・安全・健康」のブランドを早期に構築し、日本で最も信頼される介護事業者を目指します。ヘルスケア事業においては、企業の健康への取組みについて、健康経営推進などを支援するサービスを提供することにより、お客さまの「安心・安全・健康」への取組みを支援していきます。

■ SOMPOケア ■ SOMPOケアメッセージ ■ SOMPOケアネクスト ■ シダー ■ SOMPOリスクアマネジメント

## 海外保険事業

当グループは世界32カ国・地域、211都市において海外保険事業を展開し、安定的に収益を拡大しています。先進国市場においては、SOMPOキャンピアスを通じてロイズマーケットで成長を図るなど企業分野を中心とする一方、新興国市場においてはアジア、中東、南米などでリテール分野を中心に事業を拡大しており、2015年度の収入保険料は2,943億円、修正利益は193億円となっています。

■ 海外グループ会社 \*詳細は▶P.10をご参照ください。

## 戦略事業

お客さまの資産形成に関するサービスを提供するアセットマネジメント事業、ロードアシスタンスサービスなどを提供するアシスタンス事業のほか、住宅リフォーム事業や延長保証事業を展開しており、国内損保をはじめとする各事業との間で、実業に立脚した連携を行っています。

■ 損保ジャパン日本興亜アセットマネジメント ■ プライムアシスタンス  
■ プロダクト・ワランティ・ジャパン ■ フレッシュハウス

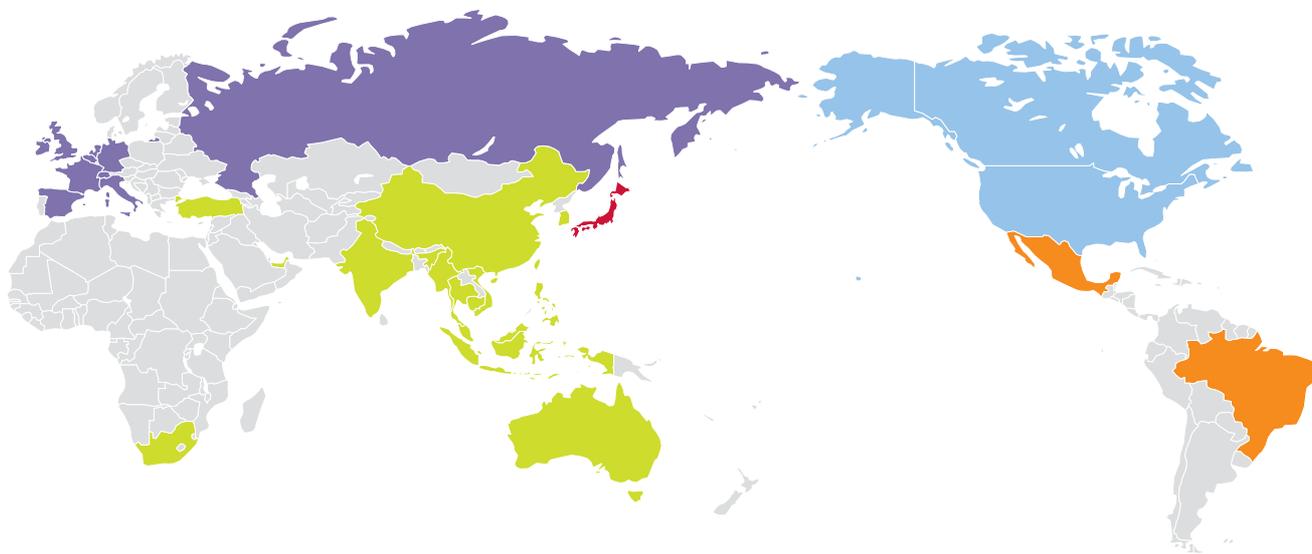
2016年10月1日付で損保ジャパン日本興亜ホールディングス株式会社の商号を「SOMPOホールディングス株式会社」に変更し、「安心・安全・健康」の「SOMPO」ブランドの強化を図っていきます。



2016年5月、「安心・安全・健康」に資する最高品質のサービスの実現に向けた新たな成長戦略として、「新中期経営計画」を発表しました。新中期経営計画の詳細は「SOMPOホールディングスの現状 統合報告書2016」をご参照ください。

[http://www.sompo-hd.com/~media/hd/files/doc/pdf/disclosure/hd/2016/hd\\_disc2016.pdf](http://www.sompo-hd.com/~media/hd/files/doc/pdf/disclosure/hd/2016/hd_disc2016.pdf)

32カ国・地域、211都市に展開(2016年3月31日現在)



グループの概要  
グループの事業概要と主なグループ会社

欧州

<主な事業会社> 2016年7月1日現在

- Sompo Canopus AG
- Canopus Managing Agents Limited
- Sompo Japan Canopus Reinsurance AG
- Sompo Japan Nipponkoa Insurance Company of Europe Limited

アジア・中東

<主な事業会社> 2016年7月1日現在

- Sompo Japan Sigorta Anonim Şirketi
- Sompo Holdings (Asia) Pte. Ltd.
- Sompo Insurance Singapore Pte. Ltd.
- Berjaya Sompo Insurance Berhad
- Sompo Japan Nipponkoa Insurance (China) Co., Ltd.
- Sompo Japan Nipponkoa Insurance (Hong Kong) Company Limited
- Universal Sompo General Insurance Company Limited

北米

<主な事業会社> 2016年7月1日現在

- Sompo America Holdings Inc.
- Sompo Japan Insurance Company of America

中南米

<主な事業会社> 2016年7月1日現在

- Sompo Seguros S.A.
- Sompo Saúde Seguros S.A.

TOPICS

SOMPO Digital Labの設置

VUCAと呼ばれる、不安定で不確実性が高く、複雑かつあいまいな時代においては、デジタル化による破壊的イノベーション(Digital Disruption)が起き得ると考えています。このような環境認識をふまえ、当グループは、2016年4月に東京・シリコンバレーにSOMPO Digital Labを設置し、デジタル戦略における重要テーマの研究・開発体制を構築しました。

また、デジタル戦略を迅速に実行していくために、2016年5月にはCDO(チーフデジタルオフィサー)を設置するとともに、さまざまな分野における第一人者をシニアアドバイザーとして招聘するなど、今後も積極的に経営資源を投入していきます。



SOMPO Digital Lab Tokyo

## SOMPOホールディングス 連結指標

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
<b>業績概況 (百万円)</b>					
経常収益	2,790,555	2,843,226	3,008,339	3,282,343	3,256,186
正味収入保険料	1,973,777	2,062,606	2,268,967	2,508,031	2,552,193
生命保険料	250,193	264,732	277,230	277,208	297,696
経常利益又は経常損失(△)	△51,815	104,783	112,391	208,309	216,853
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失(△)	△92,262	43,618	44,169	54,276	159,581
包括利益	△48,098	319,047	149,965	469,485	△116,689
<b>1株当たり情報 (円)</b>					
当期純利益又は当期純損失(△)	△222.30	105.10	106.98	132.85	394.21
配当額	80.0	60.0	60.0	70.0	80.0
(うち中間配当額)	—	—	30.0	30.0	40.0
潜在株式調整後当期純利益	—	104.87	106.77	132.61	393.66
<b>財政状態(百万円)</b>					
純資産額	1,000,577	1,283,488	1,390,153	1,829,852	1,652,839
総資産額	8,893,378	9,178,198	9,499,799	10,253,431	10,186,746
自己資本比率(%)	11.2	13.9	14.5	17.8	16.1
連結ソルベンシー・マージン比率(%)	549.8	688.3	783.1	803.4	851.4
<b>株式情報(株)</b>					
期末発行済株式数(除く自己株式)	414,825,205	414,726,157	411,284,208	408,037,848	404,162,514
<b>修正財務指標</b>					
修正連結利益(億円)	12	1,116	1,015	1,383	2,155
修正連結ROE(%)	0.1	5.4	4.3	5.2	7.8
<b>非財務情報</b>					
温室効果ガス(GHG)排出量(スコープ1~3)(t-CO <sub>2</sub> ) <sup>※1</sup>	134,833	136,665	139,736	155,140	151,704
環境分野の人材育成(人) <sup>※2</sup>	2,776	9,479	7,412	7,394	6,585
女性管理職比率(%)	4.0	5.3	5.0	7.3	12.9
社員のボランティア参加者数(人) <sup>※3</sup>	38,291	33,236	29,632	42,752	40,906
社外取締役比率(%)	50.0	50.0	25.0	33.3	33.3
社外取締役の取締役会出席率(%)	94.8	98.9	100.0	100.0	98.3

\* 2011年10月1日付で普通株式4株を1株の割合で併合しています。2010年度の期首に当該株式併合が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益、1株当たり配当額および期末発行済株式数(除く自己株式)を算定しています。

\* 2011年度の潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、1株当たり当期純損失であるため記載していません。

\* 連結ソルベンシー・マージン比率については、2011年3月31日付で改正された保険業法施行規則等により、2011年度末より連結ベースの財務健全性基準として適用されることになったものです。また、2013年度末から算出にかかる法令等が改正されています。このため、2013年度以降の数値は、2012年度以前とは異なる基準によって算出されています。

\* 「企業結合に関する会計基準」等を適用し、2015年度より、「当期純利益」を「親会社株主に帰属する当期純利益」としてしています。

※1 スコープ1(ガソリン等の使用による直接排出)、スコープ2(電力等のエネルギー起源の間接排出)、スコープ3(輸送や出張等、バリューチェーン全体における間接排出)の合計値であり、算定対象範囲は以下のとおりです。なお、2012年度から認証機関による第三者検証を毎年受けています。2011年度:損保ジャパンおよび日本興亜損保、2012年度:損保ジャパンおよび日本興亜損保(連結子会社含む)、2013・2014年度:損保ジャパン(連結子会社含む)および日本興亜損保(連結子会社含む)、2015年度:SOMPOホールディングスの主要な連結子会社および事業会社

※2 日本の希少生物種の環境保全活動「SAVE JAPAN プロジェクト」、「市民のための環境公開講座」、大学(院)生の環境NPO/NGOへのインターンシップ支援「CSOラーニング制度」参加累計人数の合計です。

※3 ボランティアに参加した社員の数と社員ボランティア組織「SOMPOちきゅう倶楽部社会貢献ファンド」加入者の累計人数の合計です。