

Daiichi Lifeグループ企業理念

Purpose

グループの社会における存在意義

Values

大切にする価値観

Brand Message

Purposeを端的に表した
コミュニケーションメッセージ共に歩み、未来をひらく
多様な幸せと希望に満ちた世界へ

Partnering with you to build a brighter and more secure future

いちばん、
人を考える

We care

私たちは、お客さま、地域・社会、
株主・投資家、お取引先、従業員など、
企業活動を通じて関わる
あらゆる「人」のことを
誰よりも真剣に考えます。まっすぐに、
最良を追求する

We do what's right

私たちは、お客さまや
社会にとっての「最良」を常に
誠実に追い求めます。まっさきに、
変革を実現する

We innovate

私たちは、スピード感をもって
自ら変革し続けます。

一生涯のパートナー

By your side, for life

▼ プロローグ

Daiichi Lifeグループ企業理念

Daiichi Lifeグループについて

Daiichi Lifeブランドのスタート

Contents

本報告書でお伝えしたいこと

> 1 企業価値向上と
さらなる変革への道筋

> 2 中長期価値創造力の強化

> 3 企業価値向上に資する
サステナビリティ取組み

> 4 データセクション

Daiichi Lifeグループについて

Daiichi Life グループは、1902年に日本で創業し、アジア・パシフィック、北米などグローバルに事業を展開しています。

生命保険の枠を超えて事業や商品・サービスを広げ、
一人ひとりの人生の可能性をひろげる企業へと進化するため、

2026年4月1日、グループ名を「**第一生命グループ**」から「**Daiichi Life グループ**」へ変更しました。

新グループ名「Daiichi Life グループ」は、グループ企業理念に込めた想いを表現した名称です。

「Daiichi Life」の「**ライフ / Life**」は、生命保険や生命という狭い意味の「Life」に留まらず、

人々の人生や日々の生活というより広い意味の「Life」を意味します。

当社グループが生命保険の枠を超えて一人ひとりに寄り添い多様な人生の可能性をひらく企業となり、

世界の人々やその生活に貢献する意志を込めています。

「**第一 / Daiichi**」は、いちばん人を考え、まっすぐに最良を追求し、まっさきに挑戦・変革するという、

当社グループが大切にする価値観を示しています。



新グループロゴについて

新グループロゴのシンボルマーク「Daiichi Life Flag」は、挑戦・変革によって力強く未来や可能性をひらいていく姿勢を象徴したデザインです。
人々の多様な“Life”を応援する「旗」をイメージし、重なり合う色は多様な個性を掛け合わせ新たな価値を生み出すことを表現しています。

▼ プロローグ

Daiichi Lifeグループ企業理念

Daiichi Lifeグループについて

Daiichi Lifeブランドのスタート

Contents

本報告書でお伝えしたいこと

> **1** 企業価値向上と
さらなる変革への道筋

> **2** 中長期価値創造力の強化

> **3** 企業価値向上に資する
サステナビリティ取組み

> **4** データセクション

Daiichi Life ブランドのスタート

① 社員とともに育てる Daiichi Life ブランド

Daiichi Life ブランドは、社員一人ひとりがその理念を理解し、実践することで育まれると考えています。新ブランドの門出を祝うブランドセレモニー「Daiichi Life Day」では、会場とオンラインをつなぎ、国内外の役員・社員が新ブランドに込めた想いや目指す姿を共有することで、ブランドへの理解を深めました。

社員が主体的にブランドを実践する取組みとして、グループ各社からブランドアンバサダーを募集し、所属部署への情報発信を通じた新ブランドへの理解促進や、認知度向上に向けた施策のアイデア創出に取り組みました。また、新CM放映に先立ち、ブランド変更の背景や新ブランドに込めた想いをまとめた「なぜ変わる?」ペーパーを配布し、社員がステークホルダーの皆さまへ自らの言葉で新ブランドを発信しています。これらの取組みを通じて、新たなブランドを社員一人ひとりが育てていく機運が、グループ全体で高まっています。



② ブランドデザインの刷新と統合

2026年4月、Daiichi Life ブランドは本格的なスタートを迎えました。新たなブランドには「一人ひとりに寄り添いながら多様な人生の可能性をひらいていく」という想いが込められています。この想いを世界中のステークホルダーへ一貫して届けるため、グループ各社ではロゴやブランドカラーをはじめ、WEB サイト、パンフレット、広告、イベントツールなど、さまざまな媒体の刷新を進めました。グループ共通のブランドガイドラインのもと、グローバルで一貫性のあるデザイン展開を推進することで、国内外のあらゆる接点において Daiichi Life ブランドを明確に認識いただける環境を整備しています。統一されたブランド表現を通じてグループの一体感を高めるとともに、社員一人ひとりがブランドを体現し、ステークホルダーの皆さまと共に Daiichi Life ブランドを育み、その価値向上を目指しています。



▼ プロローグ

Daiichi Lifeグループ企業理念
Daiichi Lifeグループについて
Daiichi Lifeブランドのスタート
Contents
本報告書でお伝えしたいこと

- 1 企業価値向上とさらなる変革への道筋
- 2 中長期価値創造力の強化
- 3 企業価値向上に資するサステナビリティ取組み
- 4 データセクション

CONTENTS

Prologue
プロローグ

- 01 Daiichi Lifeグループ企業理念
- 02 Daiichi Lifeグループについて
- 03 Daiichi Lifeブランドのスタート
- 04 Contents
- 05 本報告書でお伝えしたいこと

1 Enhancing Corporate Value and Accelerating Transformation
企業価値向上とさらなる変革への道筋

- 07 グループ経営管理体制
- 08 グループ事業概要
- 09 グループCEOメッセージ
- 15 グループCFO×アナリスト対談
- 20 財務・資本戦略
- 23 長期ビジョンとその実現までのロードマップ
- 24 2024-2026年度中期経営計画
- 26 国内保険事業戦略
- 28 海外生保事業戦略
- 30 アセットマネジメント事業戦略
- 32 新規事業戦略



2 Enhancing Long-Term Value Creation
中長期価値創造力の強化

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 35 コア・マテリアリティ | 43 グループCHROメッセージ |
| 36 短期・中期・長期のリスクと機会 | 44 好循環を加速するための人財戦略 |
| 38 KPI&目標 | 48 グループCIO/CDOメッセージ |
| 39 さらなる変革を加速するための資本 | 49 IT・デジタル戦略 |
| 41 価値創造プロセス | 50 サイバーセキュリティ |
| 42 社会価値と財務・企業価値のつながり | 51 データ・AI戦略 |

3 Sustainability for Corporate Value
企業価値向上に資するサステナビリティ取組み

- 53 グループCSuOメッセージ
- 54 グループサステナビリティ推進体制
- 55 気候変動・自然に関する取組み ―TCFDおよびTNFDの枠組みを踏まえた開示―
- 58 人権の尊重
- 59 社外取締役×有識者対談
- 65 コーポレートガバナンス
取締役会議長メッセージ/社外取締役メッセージ
- 66 コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方/
コーポレートガバナンス体制/取締役会における議論内容
- 67 取締役会の機能・構成
- 68 取締役会の実効性向上に向けた取組み
- 69 当社取締役の有する見識および経験(取締役スキルマトリクス)/サクセッションプラン
- 70 役員報酬
- 72 コンプライアンス/リスク管理
- 73 ITガバナンス
- 74 政策保有株式
- 75 グループ税務ガバナンス/
当社グループ出向者による個人情報等の漏えい事案を踏まえた再発防止策
- 76 役員体制



4 Data Section
データセクション

- 80 業界データ
- 82 グループ各社紹介
- 84 財務・非財務ヒストリカルデータ
- 86 イニシアティブへの参画/主な表彰
- 87 用語集
- 88 発刊にあたって/真正性表明/サステナビリティ関連データ・第三者保証

▼ プロローグ

Daiichi Lifeグループ企業理念
Daiichi Lifeグループについて
Daiichi Lifeブランドのスタート
Contents
本報告書でお伝えしたいこと

> 1 企業価値向上と
さらなる変革への道筋

> 2 中長期価値創造力の強化

> 3 企業価値向上に資する
サステナビリティ取組み

> 4 データセクション

本報告書でお伝えしたいこと

統合報告書 2026 の編集方針 ― 企業価値向上に向けた成長と変革の取り組みを「ナラティブ」でお伝えする ―

第一ライフグループの統合報告書は、お客さま、株主・投資家をはじめとした多様なステークホルダーの皆さまに、当社グループの持続的な価値創造に向けた取り組みをお伝えすることを目的として制作しています。

統合報告書2026では、企業価値向上に向けた成長戦略や変革の取り組みについて、読者の皆さまにより理解を深めていただけるよう、全体を通じてシンプルで一貫性のあるストーリー展開を心がけました。例えば、グループCFOとセルサイドアナリストとの対談を新たに掲載するなど、経営層の考え方や意思決定の背景を対話形式でお伝えすることで、当社からの説明に加え株式市場の視点を交えながら、より深い理解につながる内容としています。

また、近年その重要性が一層高まるコーポレートガバナンスについては、社外取締役座談会に外部有識者を迎え、取締役会における議論や社外取締役の関与のあり方、監督・牽制機能の発揮状況をより客観的かつ具体的にお伝えする内容としました。加えて、取締役会議長や各諮問委員会議長・委員長のメッセージを掲載し、当社グループのガバナンスの実効性について多面的にご理解いただけるよう工夫しています。

情報開示体系(レポーティングユニバース)



(注)本報告書に掲載している数値は、特段の記載がない限り四捨五入により表示しています。

さらに、従業員の声や具体的な事例の掲載を拡充し、価値創造を支える人財や現場での取り組みをより身近に感じていただける内容としました。また、2026年4月の商号・グループブランド変更後初となる統合報告書として、新たなコーポレートカラーである「Daiichi Life Blue」をデザイン全体に採用しています。海と空が出合い、どこまでも広がる水平線のように、ステークホルダーの皆さまや当社グループの無限の可能性を表現したブランドの想いを、本報告書にも反映しています。

本報告書が、当社グループの持続的な企業価値向上に向けた取り組みへの理解を深めていただく一助となれば幸いです。

なお、統合報告書の作成にあたっては、IFRS 財団が提唱する「国際統合報告フレームワーク」、グローバル・レポーティング・イニシアティブ(GRI)の「サステナビリティ・レポーティング・スタンダード」および経済産業省の「価値協創ガイダンス 2.0」を参考にしています。



本誌は「保険業法(第271条の25および第272条の40)」ならびに「保険業法施行規則(第210条の10の2および第211条の82)」に基づいて作成したディスクロージャー資料(業務および財産の状況に関する説明書類)です。

社外からの評価

当社グループは、事業活動や社会貢献活動を通じて、お客さま・地域社会に寄り添った取り組みやサステナビリティ情報の開示を進め、国内外でさまざまな評価を受けています。

- 当社が組み入れられているESGインデックス ※特段の注記がない限り、2026年6月時点

 FTSE4Good FTSE4Good Index Series※1	 FTSE JPX Blossom Japan Index FTSE JPX Blossom Japan Index※1	 S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数 S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数
 2026 CONSTITUENT MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数 MSCI 日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数※2	 2026 CONSTITUENT MSCI日本株 女性活躍指数 (WIN) MSCI 日本株 女性活躍指数※2	 Dow Jones Best-in-Class Asia Pacific Index

※1 FTSE Russell (FTSE International LimitedとFrank Russell Companyの登録商標)はここに当社グループを独立した立場で調査を行った結果、FTSE4Good Index Series並びにFTSE JPX Blossom Japan Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証明します。FTSE4Good Index Series並びにFTSE JPX Blossom Japan IndexはグローバルなインデックスプロバイダーであるFTSE Russellが作成し、環境、社会、ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている日本企業のパフォーマンスを測定するために設計されたものです。FTSE4Good Index Series並びにFTSE JPX Blossom Japan Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。

※2 当社グループをMSCIインデックスに組み入れること、および当社グループがMSCIのロゴ、商標、サービスマーク、またはインデックス名を使用することは、MSCIまたはその関連会社による当社グループへのスポンサーシップ、賛同、または宣伝を表明するものではありません。MSCIインデックスは、MSCIの独占的財産です。MSCIおよびMSCIインデックス名とロゴは、MSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。

▼ プロローグ

Daiichi Lifeグループ企業理念
Daiichi Lifeグループについて
Daiichi Lifeブランドのスタート
Contents
本報告書でお伝えしたいこと

➤ 1 企業価値向上と
さらなる変革への道筋

➤ 2 中長期価値創造力の強化

➤ 3 企業価値向上に資する
サステナビリティ取り組み

➤ 4 データセクション