



2025 年 9 月 30 日

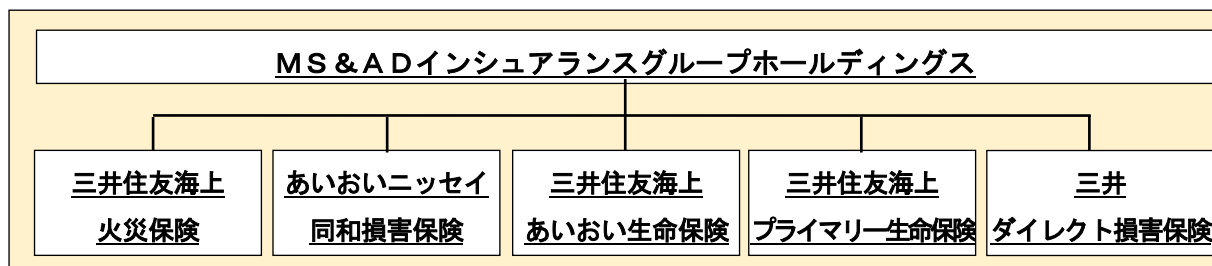
各 位

会 社 名	MS & AD インシュアランス グループ ホールディングス株式会社		
代 表 者 名	取締役社長	グループ CEO	船 曳 真一郎 (コード番号 8725 東証プライム・名証プレミア)
会 社 名	三井住友海上火災保険株式会社		
代 表 者 名	取締役社長		船 曳 真一郎
会 社 名	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社		
代 表 者 名	取締役社長		新 納 啓 介
問 合 せ 先	MS & AD インシュアランス グループ ホールディングス株式会社 広報部 広報チーム長 田 淵 亮 介 (TEL. 03-5117-0234)		

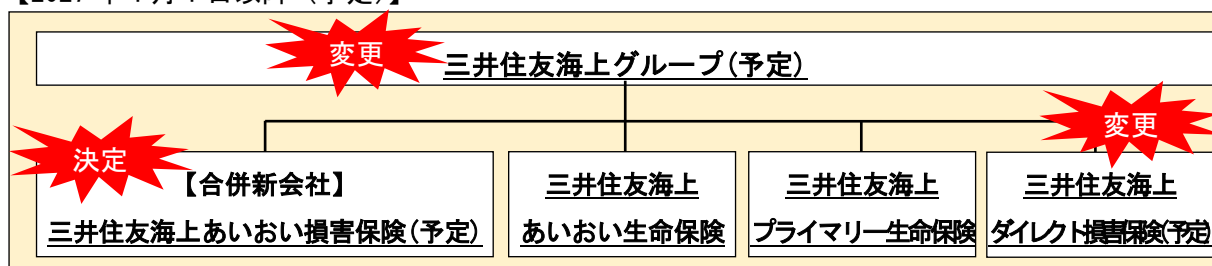
当社の商号変更および三井住友海上火災保険株式会社とあいおいニッセイ同和損害保険株式会社の合併新会社の商号決定ならびに合併に向けた協議状況に関するお知らせ

当社グループの中核損害保険会社である三井住友海上火災保険株式会社（社長：船曳 真一郎、以下「三井住友海上」）とあいおいニッセイ同和損害保険株式会社（社長：新納 啓介、以下「あいおいニッセイ同和損保」）は、2025 年 3 月 28 日の公表内容に基づき、合併に向けた協議を進めております。本日、株主総会の承認、および関係当局の認可等が得られることを条件に、中核損害保険子会社の合併に伴い変更となる当社の商号等および合併新会社の会社概要等について決定しましたので、お知らせいたします。

1. 当社の商号等および新会社の会社概要等 【現在】



【2027 年 4 月 1 日以降（予定）】



(1) 当社の商号等

- ・当社の商号は、合併に伴い傘下の中核損害保険会社が「MS & AD」の併存関係ではなくなることから変更いたします。新商号は、さらなるブランド力の向上のため、グループ統一ブランドとして、海外でも通用する名称を志向して選定しました。
- ・あわせて、グループ経営の強化の観点から、当社の本店所在地を移転いたします。

① 当社の商号（使用開始予定日：2027 年 4 月 1 日）

株主総会の承認、関係当局の認可等が得られることを条件として、次のとおりとします。

三井住友海上グループ株式会社 (英文名称：Mitsui Sumitomo Insurance Group, Inc.)
--

② 当社の本店所在地

グループ経営体制の強化を目的に、新会社と同一の本店所在地とします。
東京都千代田区神田駿河台三丁目 9 番地

(2) 新会社の「会社概要」

- ・新会社の商号は、三井住友海上およびあいおいニッセイ同和損保が有する強固な顧客基盤とともに築き上げてきた既存のブランドをベースとすることがお客さまにとって誤解がなく、安心いただける選択であると考えられること、また、「呼びやすく、書きやすく」「検索しやすい」といったお客さまにとってのわかりやすさ、親しみやすさの観点から、可能な限り短いものとする 것을考慮して選定しました。
- ・存続会社、本店所在地等は、経済合理性を考慮して決定しています。

① 新会社の商号（使用開始予定日：2027 年 4 月 1 日）

株主総会の承認、関係当局の認可等が得られることを条件として、次のとおりとします。

三井住友海上あいおい損害保険株式会社 (英文名称：Mitsui Sumitomo Aioi Insurance Company, Limited)
--

② 存続会社

三井住友海上を存続会社とします。

③ 本店所在地

存続会社の本店所在地を継承し、次のとおりとします。
東京都千代田区神田駿河台三丁目 9 番地

④ 資本金

存続会社の資本金を継承し、1,395 億 9,552 万 3,495 円とします。

(3) グループ各社の商号

グループ各社の商号は、「三井ダイレクト損害保険株式会社」を「三井住友海上ダイレクト損害保険株式会社」に変更するなど、グループ経営体制の強化を示すことを目的として統一ブランドに沿ったものとする予定です。今後、各社における所定の手続きを経て決定します。

2. 2030 年度に目指す姿

当社グループのMVV(ミッション・ビジョン・バリュー)実現のための 2030 年度に向けた取組の概要は次の方向で検討を進めます。
--

(1) グループの目指す姿

①取組姿勢

- 新会社は、保険本来の価値提供を追求し、「お客さまから最も選ばれる保険・金融グループ」となることを目指して取り組みます。その取組を礎として、グループは、お客さまの大切な未来を託していただくために、不確実性が増す時代において、変化を見通し社会のリスクを解決する、「リスクに挑み、世界をリードする」存在となります。
- 世界に広がる事業基盤を通じ、最適な安心・最高の体験・最先端のソリューションを提供し、活力ある社会の発展と地球の健やかな未来に貢献します。

2030 年度に向けた取組姿勢

新会社の取組姿勢 (マインドセット)	お客さまから最も選ばれる保険・金融グループ
グループタグライン	Taking on Risk, Leading the World リスクに挑み、世界をリードする

②定量目標

2030 年度に「7,000 億円」、将来的に「1 兆円」の還元ベース利益を目指す

- 現時点での見通しに基づく 2030 年度に目指す利益水準^{※1※2}は、政策株式売却完了後も増配基調を維持できる水準として **7,000 億円を想定**しています。
- グループの目指す姿として、**1 兆円規模の利益水準^{※1※2}**を 1 つの到達点とします。

※1 株主還元のベースとなる利益を指します。2025 年度末の IFRS 導入に伴い、2026 年度に各種定義の見直しを予定しています。

※2 海外事業を成長領域としてグループの利益成長を牽引します。

③グループ経営の強化

全体戦略と適切なアロケーションをベースにグループの成長と規律を両立するため、持株会社を中心としたグループ経営を強化します。このため、次のとおり、持株会社の機能強化を図ります。

a. 戦略策定機能の強化

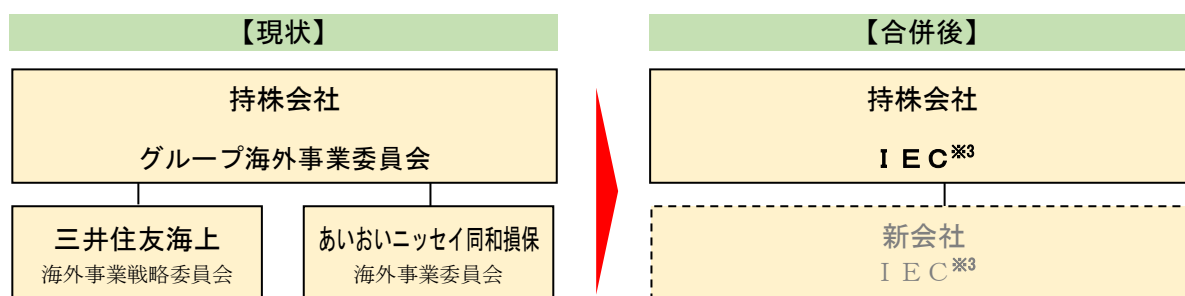
- 人事、総務部門の強化、財務企画部門等の新設により、持株会社における舵取り機能の実効性を高めます。
- 生保事業企画部門の新設、海外事業企画部門の機能強化により、成長領域における戦略策定機能を強化します。

b. ガバナンスの強化

- 事業会社の営業第一線に担当を配置し、リスク予兆に繋がる事象を本社部門と情報共有する体制を構築する方向で検討を進めます。これにより、グループとしてリスク予兆検知力の向上を図ります。
- 海外事業運営を持株会社をメインとした運営に移行させます。これに伴い、事業会社の海外事業に関する機能は原則として持株会社へ集約します。

【海外事業運営体制のイメージ】

合併後の海外事業運営は持株会社に機能を集約し、海外事業に関しては持株会社を中心に意思決定する体制とします。これにより意思決定の迅速化を図ります。



※3 I E C（インターナショナル・エグゼクティブ・コミッティ）は、海外事業にかかる持株会社の課題別委員会として機能し、その結果を持株会社の経営会議、取締役会に報告します。メンバーは持株会社の海外担当役員を含む多国籍人財を中心に構成します。なお、事業会社でも会社法の観点から意思決定を行う必要があるため、同一メンバーによる I E Cを設置し、効率性の観点から、持株会社と事業会社の合同開催会議とします。また、合併後の経営会議は、一部の議事について持株会社と事業会社で合同開催とする等の運営により、迅速な意思決定を実現します。

（２）目指す姿の実現に向けた新会社の取組（国内損害保険事業）

- ・国内損害保険事業は、三井住友海上とあいおいニッセイ同和損保の強みを融合・拡大し、規模に見合った利益を安定的に創出する「グループの中心となる事業ドメイン」と引き続き位置付けます。
- ・事業基盤の拡充と継続的な挑戦を通じて、ステークホルダーの期待に応える収益創出と市場拡大を実現するため、新会社は、グループの目指す姿に沿って、以下を中心とした取組を進めます。

国内損害保険事業の主な取組（概要）

最適な安心のお届け(保険本来価値) ①お客さまニーズを満たす商品・サービス ➢ 価格競争力（スタンダード化） & 他社差別化（社会課題解決） ②リスクソリューション提案力、アンダーライティング力の強化 ➢ データやリスクサーベイ等を活用した適正引受の追求 ➢ 国内外のノウハウ共有による新たな補償提供、ニューリスクの引受 ③キャパシティ提供力の強化 ➢ 新会社資本の有効活用、再保険の戦略的活用	最高のエフォートレス体験提供(CX向上) ①エフォートレスな価値提供 ➢ パーソナライズ化された提案、手続きのデジタル化（加入時） ➢ お客さまが求める情報のタイムリーな提供（加入後） ➢ デジタル化による早い、分かりやすいの追求（支払い） ②最適なディストリビューション ➢ 品質向上の追求に加えデジタルを融合した代理店販売モデル変革 ➢ ダイレクトマーケティング（パーソナル）、直販（コマーシャル）の拡大	最先端のソリューション開発(社会課題解決) ①データ（DX）を活用した補償前後のソリューション ②テレマティクス自動車保険の普及による安全・安心な街づくりへの貢献(SAFE TOWN DRIVE) ③社会課題へのソリューション共通価値の創造(CSV) 取組 ➢ 重点領域：モビリティ、防災・減災、ヘルスケア ④海外知見の国内還元 ➢ W. R. Berkley、MOTER、Lab 等
品質を最優先した販売モデルの変革(持続的販売モデル)〈代理店区分の新設（発展・協業・媒介型等）〉		
地方創生(地域課題解決) ①「地方創生 2.0」と連動した自治体、地域に根差す企業との地域課題解決の取組推進 ②地域貢献、防災・減災を顧客拡大・企業開拓に繋げる取組推進	パートナーとの連携(協業強化・拡大) ①最適な安心、最高のエフォートレス体験、最先端のソリューションを実現しお客さまにお届けするためのパートナーとの協業強化・拡大 ②新たなパートナーとの協業の創造	
更なる成長を目指す領域の拡大、収益力向上(グループの成長と規律を両立) ①成長領域への経営資源の投入②規律ある事業投資③再保険戦略の高度化④資産運用領域の収益力向上		

以 上