

## 相互会社形態へのこだわり

当社は、創業時から相互会社形態を貫く唯一の会社です。生命保険は相互扶助の精神にもとづく、国民生活に密接に関連した公共性の高い事業であり、こうした生命保険事業を営む当社では、「ご契約者の利益擁護」を経営理念に掲げております。そして、この経営理念を実現するには、ご契約者一人ひとりが構成員となる相互会社形態が相応しいと考えております。

### 創業

徴兵保険会社では唯一かつ最初の相互会社として「富国徴兵保険相互会社」を創業。



初代社長 根津嘉一郎



創業時の徴兵保険案内

### 最大たらんよりは最優たれ

規模や量の追求を良しとせず、質の向上を目指し、とりわけ人の資質向上こそが自らの社会的地位の向上につながるものとして、「最大たらんよりは最優たれ」の経営方針を打ち出す。

### 保有純増主義

他社に先駆けて「保有純増主義」を打ち出し、良質な契約獲得、継続率の向上に努める。

### 社名変更

富国生命保険相互会社へと改称。

大正12年  
(1923)

昭和9年  
(1934)

昭和20年  
(1945)

昭和26年  
(1951)

昭和56年  
(1981)

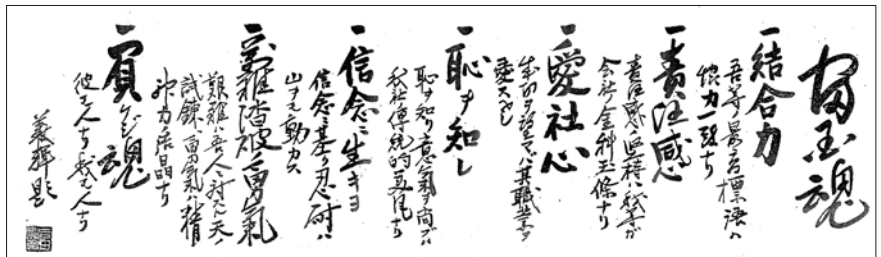
昭和58年  
(1983)

### 責任ある商品提供

リスク性資産（不動産・株式）への投資を抑制。自己責任原則が浸透していないなか、変額保険は発売せず。

### 富国魂

当時、常任取締役であった第2代社長吉田義輝によって提唱された「富国魂」。後の行動原則「私たちの“お客さま基点”」のベースとなる。



富国魂

ご契約者  
本位

創業以来、変わらぬ経営理念「ご契

## 価値観としての「お客さま基点」

当社は、「ご契約者本位」という想いのもと、相互会社として創業されました。この想いは、創業以来変わらぬ経営理念である「ご契約者の利益擁護」、そして価値観である「お客さま基点」に引き継がれています。

「もし自分がお客さまだったら」を常に想像しながらフコク生命ならではのサービスや経験を創り出し、提供していく「お客さま基点」の実践そのものが最大の差別化となり、結果として、お客さま満足度の向上につながると考えております。

### 第三分野への注力

昭和58年に医療保険を発売。以降、一貫して第三分野に注力。



昭和58年9月  
「医療保険」発売



平成28年4月  
「医療大臣プレミアエイト」発売

### 価値観としての「お客さま基点」



「お客さま基点」を価値観と位置付けるとともに、経営理念体系を再構築。

### 中期経営計画 (平成28～30年度)

「徹底した差別化でお客さまから最も評価される会社となる」をビジョンに掲げ、お客さま満足度の向上に全社一丸となり取り組む。

バブル期

(1980年代後半  
1990年代初頭)

平成14年  
(2002)

平成17年  
(2005)

平成20年  
(2008)

平成23年  
(2011)

平成28年  
(2016)

平成29年  
(2017)

### 窓販チャネルへの取組み

地域密着型の信用金庫を中心に、金融機関窓販に積極的に取り組む。平成20年以降は、フコクしんらい生命で窓販チャネルを展開。

### 「お客さま基点」に向けた取組み

「お客さま基点」を実践できる企業を目指し、企業変革活動に取り組む。

### 「人材開発本部」の設立

社長を本部長とした「人材開発本部」を設立。「人づくり宣言」および「人づくり基本方針」を策定し、「お客さま基点」を実践できる人づくりに注力。

### 「お客さま基点」の業務運営方針

「お客さま基点」のもと、お客さま本位の業務運営のさらなる推進を図るため、方針を策定・公表。

約者の利益擁護

価値観としての「お客さま基点」