

# 平成 29 年度ご契約者懇談会

## 主なご意見・ご質問と当社の回答状況

- ・本資料では、平成 29 年度ご契約者懇談会においてご契約者からいただいた多数のご意見・ご質問から、主なものをご紹介します。
- ・回答は当時のものであり、本資料作成時点(平成 30 年 4 月末)までの変化については補筆で対応していますが、その後の変化により現在とは異なる場合があります。

## 平成 29 年度ご契約者懇談会開催状況

(出席者内訳)

出 席 総 数		1,205 名	占 率
性別	男性	564 名	46.8%
	女性	641 名	53.2%
年齢別	30 歳以下	52 名	4.3%
	31～40 歳	172 名	14.3%
	41～50 歳	309 名	25.6%
	51～60 歳	303 名	25.2%
	61 歳以上	369 名	30.6%
職業別	会社員	357 名	29.6%
	主婦	326 名	27.1%
	大学教授	2 名	0.2%
	言論界・ジャーナリスト	0 名	0.0%
	弁護士・医師	5 名	0.4%
	自営業者	168 名	13.9%
	会社役員	87 名	7.2%
	公務員	96 名	8.0%
	その他	164 名	13.6%

(出席者からのご意見・ご質問)

項 目	件 数	占 率
商品関係	311 件	31.3%
保全・サービス関係	233 件	23.4%
販売・お客さまアドバイザー関係	144 件	14.5%
経営関係	133 件	13.4%
その他	173 件	17.4%
合 計	994 件	100.0%

## 商品関係

(1) 貯蓄型商品の販売再開を期待しています。マイナス金利とはいえ株や投資信託が好調であれば、販売再開は可能ではないでしょうか。

当社が販売を休止している貯蓄性商品は将来の受取額が保証されたタイプの商品です。このような特性の商品は、お預りした保険料を長期にわたって安全に運用する必要があることから、公社債など円金利資産を中心とした資産運用が適しているものと考えます。したがって、現在の金利状況では貯蓄性商品の販売再開には慎重にならざるを得ません。

なお、このような状況下でも一定の商品性を確保できる保険商品としては、外貨建保険や、投資信託を主な運用対象とする変額個人年金保険などが挙げられます。ただし、当社は、将来の必要資金を確実にご準備いただける商品を提供することを基本的なスタンスとしているため、現時点では、相場変動等にもなうリスクがすべてお客さまに帰属することとなるこれらの保険商品を開発・販売することは考えていません。

(2) 今年4月に標準生命表が改定されるにあたり、保険料がどのように変わるのか教えてほしい。

平成30年4月の標準生命表改定にともない、改定後の死亡率は概ね現行の8割程度へ引き下げとなる予定です。一般に予定死亡率が引き下げになると、定期保険等の死亡保障性商品は値下げとなり、医療保険などの第三分野商品は値上げとなります。当社においては料率面の検討を進めているところであり、現時点では保険料の水準や収支面への影響について確定的なことを申し上げることはできませんが、例えば、主力商品である「未来のとびら」は死亡保障や第三分野の複数の特約を組み合わせた商品であり、料率改定後の保険料は今と大きく変わらないものと見込まれます。

### 備考

平成30年4月に死亡保障性商品を中心に保険料の改定を行いました。主力商品の「未来のとびら」では平均で5%程度の引き下げになりました。また、医療保険では終身タイプの保険料を引き上げましたが、販売の中心である有期タイプについては据え置きといたしました。

平成30年4月1日以前にご加入された契約につきましては、不公平な取扱いとならないよう、標準生命表改定前後の予定死亡率の差相当を配当として還元する予定です。

(3) 人生 100 年、少子化、高齢化社会と言われる時代になってきました。今後生命保険会社では医療保険等の保険金支払いが増加するのではないかと思います。新規加入する場合の保険料は上がっていくのでしょうか。

一般に長生きするほど病気やケガのリスクが高まることから、今後も長寿化が進めば、新規に医療保険に加入する場合の保険料が高くなる可能性はあります。

なお、高齢者が増加すると医療保険などは給付金の支払いが増加することが想定されますが、生命保険の保険料はお客さまごとの年齢などのリスクに応じて計算しており、将来の保険金等のお支払いを確実にを行うために十分な水準の責任準備金を積み立てています。したがって、高齢化の進行によって既にご加入いただいている契約の保険料が変わることはありません。

**備考**

平成 30 年 4 月に標準生命表が改定されたことを受け、当社においても保険料の改定を行いました。医療保険は長寿化の影響が大きい終身タイプでは保険料を引き上げましたが、販売の中心である有期タイプについては保険料を据え置きといたしました。

(4) 持病がある人でも加入できる保険がほしい。

当社では、お客さまの健康状態に応じた引受対応を行っており、健康に不安のある方でも、保険種類や傷病の程度などによっては加入できる場合や特別な条件を付けて契約をお引受けする場合があります。また、ご加入時に健康診断結果通知書や人間ドック結果表などをご提出いただいた場合は、お客さまの健康状態について多くの情報を知り得ることができることから、引受基準を緩和することも行っています。

引受基準緩和型の商品については、健康に不安を抱える方の割合が相対的に高い高齢層を中心に、相続時の資産継承への生命保険の活用に関心が高まっていることなども勘案し、今後も研究を進めてまいりたいと考えています。

(5) 入院歴があっても 85 歳まで保険に加入できると宣伝している保険会社があります。フコク生命は加入限度年齢が 80 歳までですが、引き上げる予定はありますか。

高齢化社会となり、80 歳以降も保障を提供する意義はあると考えられます。その一方で、高齢になるほど保険料が高くなってしまいう問題もありますので、加入年齢範囲の引き上げについては、ニーズを慎重に見極めたうえで判断する必要があると考えています。

(6) 人間ドックの費用を保障してくれる保険はありませんか。

現行の法令上、生命保険会社が引き受けることのできる保険は、人の生存・死亡や、病気、ケガなどを保険事故とするものに限定されています。人間ドックを受けたことのみを理由としてその費用を補償するような保険は、この要件を満たさないため販売は難しいと思われませんが、その一方で、疾病の早期発見や健康増進に向けたお客さまの取組みをサポートするような情報・サービス等を提供することにつきましては、保険会社として今後検討してまいりたいと考えています。

(7) 通院や入院がなければ 5 年か 10 年ごとに少しでも返戻金があってもいいかと思えます。保険に加入している人は人一倍健康にも留意していると思うので、そのようなメリットも考慮していただけるとありがたい。

かつては一定期間入院給付金の支払いがなかった場合に無事故給付金をお支払いする商品を取り扱っていましたが、無事故給付金のないタイプに比べて販売件数が大幅に少なく、商品体系のわかりやすさ向上などの観点から販売停止とした経緯があります。給付金の支払いがなかったご契約に対しては、特別配当を実施して実質的な保険料軽減を図るというスタンスをとっていますので、ご理解いただければと思います。

(8) 不妊治療に対応する保険を取り扱っている会社がありますが、フコク生命にはありますか。今後開発する予定は。

不妊治療を給付対象とする保険を商品化するためには、合理的な保険料をどのようにして算出するか、治療を受ける意思のある人だけが集中して加入するなどのリスクにいかに対処するかといった課題をクリアする必要があります。

現時点では開発・販売に関する具体的な予定はありませんが、治療費用が高額になるケースもあり保険商品に対する一定の需要は見込まれるため、市場ニーズや業界の動向を注視していきたいと考えています。

(9) 認知症保険、介護の時に役立つ保険はありますか。

当社の主力商品である「未来のとびら」に付加する介護保障の特約は、公的介護保険の要介護認定を受けたとき、または認知症もしくは寝たきりで所定の状態が一定期間継続したときに保険金をお支払いしますので、認知症も含めて要介護のリスクを幅広くカバーすることができます。

なお、認知症の給付要件である所定の状態の要継続期間は、生命保険業界では「180日」というのが一般的ですが、当社はこの期間を「90日」とし、より早いタイミングで保険金を受け取れるようにしています。

(10) 確定拠出年金と個人年金保険の違いを教えてください。また、フコク生命で確定拠出年金の代替となる商品を取り扱っているかどうか教えてください。

確定拠出年金は自分自身で運用先を指定して、毎月掛け金を積み立てていく商品であり、運用のリスクは個人に帰属します。一方、個人年金保険は、保険会社が利率を約束しており、お客さまの運用リスクはありません。また、税制の面でも確定拠出年金は掛け金全額が所得控除、個人年金保険は生命保険料控除となっています。ちなみに、当社でも個人型確定拠出年金を取り扱っています。

## 保全・サービス関係

(1) 担当者が定年となったときは、どうなりますか。

担当のお客さまアドバイザーが定年を含めて退職した場合、後任の担当者に引継ぎをさせていただきます。また、お客さまがお住まいの地域を担当しているアフターサービス専門の職員もいますので、担当者が定年になったとしてもご安心いただきたいと思います。

(2) 転勤により担当者が遠くなり心配。担当者は変更できないと聞いたが何かあったときに心配です。

保険契約は長期にわたるため、状況を一番よく把握している担当者がFace to Faceで対応させていただくことが最も重要と考えています。もちろん、給付金などのお手続きが発生した場合は担当のお客さまアドバイザーと連携のうえ対応します。また、担当のお客さまアドバイザーが退職した場合でも担当者引継制度で切れ目のないアフターサービスを目指しています。

(3) 被保険者が入院・手術をしても、忘れてたり、面倒という理由で給付金の請求をしないケースがあると思います。定期的なメールなどで知らせてはどうでしょうか。

保険金・給付金の支払漏れを起こさぬよう、最大限の努力をしています。ご契約者の皆さまには、毎年8月に「フコク生命だより」を送付しています。また、あわせて送付される冊子「ご契約者の皆さまへ」の中に、「保険金・給付金を請求できるのではないかとと思われることがありましたら、当社までご連絡ください」という文言と、当社のフリーダイヤルを記載しています。お客さまにとってより分かりやすい掲載方法等を含め、検討してまいります。

(4) 保険証券などの書類がもっと簡素化されるとよいと思います。

「保険証券」につきましては平成 29 年 1 月に冊子形式に変更し、主契約、特約を表形式で見やすく表示するとともに、解約払戻金を表示する経過年数を充実させました。また、別紙としていたお支払事由を本文に取り込みました。

**備考**

「保険証券の改訂」と併せて「保全事務手続きの見直し」を行い、「保全事務手続き基準の統一化」を図りました。具体的には、保全事務手続き時に必要としていた「届出印押印」と「保険証券提出」を不要とし、「認印」と「公的書類による手続き確認」を行う事務に変更いたしました。また、平成 30 年 1 月からは、新契約申込手続きをペーパーレス化することにより、お申込手続きの簡素化を図りました。引き続き、お客さまの利便性の向上を図れるように努めてまいります。

(5) ホームページで自己契約の保障内容等を確認したい。

当社ホームページ上の「契約者さま専用インターネットサービス」を通じて確認することが可能です。ご利用には、はじめにホームページまたは郵送により利用登録が必要です（会費無料）。

その他、生命保険料控除証明書の再発行や「フコク生命カード」をお持ちのお客さまは住所変更の手続きが可能です。

(6) 給付金や保険金の手続きは郵送かお客さまアドバイザー経由になっているが、ネットで手続き等はできないのか。また、給付金の請求手続きはもっと分かりやすくなるか。

当社はお客さまアドバイザーによる Face to Face の活動を中心としており、そのことがお客さまへのサービスにつながると考えております。しかし、インターネットの活用が広がる中、インターネット上での手続きを望まれるお客さまもいらっしゃることを踏まえ、「本人確認の方法」や「データのセキュリティ確保」など解決すべき課題を検討しつつ、実現可能か検討していきたいと考えています。

また、保険金・給付金のお手続きについては、小冊子「保険金・給付金ご請求のまえに」の改訂など、お客さまによりわかりやすくご請求いただけるよう取り組んでおります。



(7) 長く加入しているので、何かメリットとなるようなものがあるのもいいのではと思います。

当社のご契約者への配当還元を通じて、実質的な保険料負担の軽減に努めています。たとえば、入院給付金のお支払いのないご契約に対する特別配当や満期を迎える長期継続のご契約に対する特別配当を実施しています。

また、平成 28 年度決算におきましては、個人保険分野において 5 年連続の増配を行っており、今後もご契約者のご期待に応えられるよう経営努力を続けていきたいと考えています。

備考

平成 29 年度決算の社員配当金案については、第 96 回定時総代会において決議された場合、6 年連続の増配となります。

(8) 他社と比較できると、自分にメリットがある保険かどうか分かりやすいのですが。

他社商品との不完全な比較は保険業法で禁止されています。当社の商品については、よりわかりやすい資料を作成できるよう、引き続き取り組んでまいります。

(9) 保険料のクレジット払いができるようになりませんか。

クレジットカード払いは、ご利用のお客さまにポイント取得等のメリットもございますが、一方で、口座振替に比べ引去手数料が高く、費用（事業費）のかさむ方法になっています。当社としては、お客さま全体のサービス向上につながる投資・開発を優先的に行いたいと考えており、現時点では、クレジットカード払いの導入は予定しておりません。

(10) 病気がないのが一番です。健康増進のために、フコク生命として取り組まれていることはありますか。

お客さまに対しての健康に関する取組みとしましては、企業保険加入のみなさまに、「フコク生命あんしん健康相談ダイヤル」を開設しています。また、フコク生命カード発行の皆さまにも健康得約サービスなどの特典を設けています。

また昨今、複数の保険会社において、加入者が健康増進に取り組んだ結果に応じて保険料の割引等が受けられるような商品を検討する動きがあります。このような「健康増進型保険」は、被保険者が健康増進に努める動機付けとなり、保険会社にとっても保険金支払いの抑制に繋がる可能性が見込まれる一方、健康状態が悪くなると保険料が上がることにより、真に保障が必要なときに保険契約を継続するのが難しくなるといったリスクも想定されます。今後の市場ニーズ等の動向を注視してまいりたいと考えています。

(11) 介護保険金を受け取る際、契約者（受取人）本人に判断能力がない場合、どうすればいいのでしょうか。

指定代理請求特約を付加していただくと、被保険者が受取人となる保険金・入院給付金等について、被保険者本人が請求できない所定の事情がある場合に、あらかじめ指定された代理人からの請求手続きが可能です。また、指定代理請求特約が付加されていない場合においても、一定の条件のもと、受取人本人以外の方からの代理請求の取扱いを行っています。

高齢者の方々の契約については当社としても重要視しており、亡くなられた方の保険金が未請求となってしまうケースも考えられます。そのため、70歳以上のお客さまには会社側から訪問して現況を確認することも実施しています。さらに、第二連絡先という本人以外のご家族の連絡先を登録していただく制度もありますのでご活用いただければと思います。

(12) 死亡受取人がいない状態で、被保険者が死亡した場合はどうなりますか。

指定された死亡保険金受取人が先に亡くなられ、再指定がないまま被保険者が死亡した場合は、死亡保険金受取人の相続人が保険金請求権を取得したものとして、保険金をご請求いただきます。この場合は請求権利者を特定するための書類（＝戸籍謄本）のご提出など、手続きが煩雑になるため、家庭環境の変化などに迅速に気づくことができるようにきめ細かいアフターサービスが必要だと考えています。

## 販売・お客さまアドバイザー関係

(1) 新聞、TV等でよく宣伝されている通販型、ネット型との差別化はどのようになされているのですか。

近年、お客さまのライフスタイルやニーズが多様化しています。これにともない、複数の保険会社の商品を扱う来店型保険ショップや、インターネット経由で保険販売を行うネット系の生保など、様々な形態のチャンネルが増えてきています。これらのチャンネルは、お客さまの価値観が様々であるため、今後も生命保険市場で一定のシェアを保つことが予想されます。

一方当社では、営業職員チャンネルを通じて生命保険の大切さをお客さまに伝えることが使命であると認識しています。生命保険はお客さまのライフスタイルの変化に応じて保障額等の見直しが必要であり、加入時だけでなく、加入後についても定期訪問を通じたアフターサービスが必要であると考えています。したがって、今後もお客さまアドバイザーによる地域に密着したFace to Faceでの販売体制を強化するために、資質の高いお客さまアドバイザーを採用・育成することに注力していきたいと考えています。

### 備考

地域に密着してFace to Faceの活動をしていくという考えのもと、子会社であるフコクしんらい生命では、信用金庫などにおける金融機関窓口販売を中心とした募集代理店チャンネルを展開しております。

(2) ネット販売はしないのでしょうか。若い方のニーズの取り込みには必要な部分だと思います。

インターネットでの保険販売は考えていませんが、インターネットの活用につきましては、当社ホームページから資料請求いただいたお客さまに対してアウトバウンドコールを実施し、販売に結び付けています。また、商品は限られますが、ホームページ上で保険料の試算とシミュレーションが可能です。今後もお客さまとのFace to Faceでの対面販売を軸に置くことに変わりはありませんが、当社の保険を考えるきっかけや、お客さまの手続き等で利便性が高いプロセスについては、対面販売だけではなくインターネットの活用も積極的に取り組んでまいりたいと考えています。

(3) 知名度、認知度が低いように思えますが、テレビCMを出してはいかがでしょうか。

CMについては、以前よりスポット的に番組提供を行い、比較的短期間のCMを放映した実績がございます。現在は、平成29年4月より、BSフジの「サンリオキャラクターズポンポンジャンプ」という番組提供を行っており、その中でCMを放映しています。

CM以外にも、東京ドーム及び阪神甲子園球場にて、ハローキティを活用したフェンス広告を行っています。またその他には、WEB動画の配信や雑誌媒体による商品PR、東京スカイツリーでの展示などを通じた広告宣伝を行っています。

今回の貴重なご意見を活かし、今後も費用対効果を鑑みて、各種メディアを幅広く活用した広告宣伝を検討、実施してまいります。

備考

東京ドーム、阪神甲子園球場に加えて、平成30年3月より札幌ドームにおいてもフェンス広告を実施しました。

(4) 担当を引き継ぐ後任者を育成するうえでどのような方策をとっていますか。

後任のお客さまアドバイザーの育成は当社としても大変重要であると考え、様々な教育を実施しています。例として、Fスクールと称する入社初期教育にて、ビジネスマナーを初めとした社会人としての基本や商品知識など、お客さまを担当する上で必要な基本的項目を徹底的に習得させています。日常業務においても毎日の朝礼における時事問題や商品知識等の教育、営業所長・マネージャー・教育トレーナーによる同行指導、さらに、お客さまアドバイザーの役職に応じた集合研修を行い、コンサルティング能力の向上を目指した教育を行っています。これらによって、よりお客さまに信頼していただけるようなお客さまアドバイザーの育成に努めています。

(5) お客さまアドバイザーには色々相談ができ、長く担当してもらいたいが、担当者については会社の対応はどのようになっていますか。

お客さまアドバイザーの定年は65歳ですが、一定の基準に達している場合は80歳まで勤務延長が可能です。なお、担当者が退職した場合でも、その契約を別の担当者に引き継ぐ制度がありますので、当初の担当者が辞めた後も同様のアフターサービスができる体制としています。

また、満3歳未満の子どもを抱えるお客さまアドバイザーに対し、保育支援として手当を補助する制度があり、その子どもが認可外保育施設を利用している場合は手当を上乗せしています。その他にも、企業主導型保育所との提携を推進するなど、子育てをしながらでも仕事をしやすい環境を整えています。

さらに、人材育成についても、平成26年より新人育成期間を1年から3年に延ばし、余裕を持った人材育成体制としており、今後もFace to Faceでの対面活動でより多くのお客さまの様々なニーズにお応えできるよう、知識とスキルの向上に励んでまいります。

(6) フコク生命のイメージキャラクターは「ハローキティ」ですが、男性向けのキャラクターや他店との提携グッズ販売などは考えておられますか。

ハローキティはフコク生命（会社）のイメージキャラクターであり、「フコク生命＝ハローキティ」と思っただけのようなイメージ戦略を展開しています。したがって、一部のセグメント向けに異なるキャラクターを起用する予定はございません。

## 経営関係

(1) 少子高齢化時代を迎え、保険事業は利益を上げることができるのか心配です。

少子高齢化や人口減少の状況を踏まえると、今後の生命保険市場については、医療保険や介護保険など、いわゆる第三分野の商品の比重がさらに高まっていくものと思われます。

これに対し、死亡保障は、人口減少等により市場全体として縮小傾向にあるものの、個々のお客さま単位で見れば、万一の場合の残されたご家族の生活保障が重要であることに変わりはなく、このような遺族保障を準備するうえで生命保険はきわめて合理的な手段であると考えています。

生命保険はライフサイクルにおいて切り離すことのできない重要な要素ですので、今後も健全な運営を進めていくことができるものと考えています。

(2) 安全な資産運用をされていると伺いましたが、北朝鮮の動向も含めて今後何があるか分からない状況で、安全に運用するというのは具体的にどういったことなのでしょう。

当社では、資産の流動性（換金性）を重視しており、中長期的な視点とスピーディな意思決定のもと、許容される範囲内でリスクを取りつつ、将来にわたって高水準の運用収益を確保する資産運用に努めています。

また、資産運用部門から独立したリスク管理部門が、極端な円高や株安といったストレスが生じた場合でも、経営への重大な問題にならないことを定期的に確認しています。

北朝鮮によるミサイル発射などにより金融資本市場が大きく変動した場合には、随時、資産運用部門とリスク管理部門がミーティングを持っており、それが思わぬ事態に発展しても両部門が連携しながら機動的に対応する体制としています。

(3) 金利情勢を考慮すると、年金が本当に受け取れるか不安です。慎重に運用をして支払いを万全にしてほしい。

保険会社は将来の年金をお支払いするために責任準備金と呼ばれる準備金を積み立てております。当社では、低金利環境が継続した場合でも将来に渡って年金を確実にお支払いできるように、平成 24 年度末決算および平成 27 年度末決算において、追加して責任準備金を積み立てております。年金を確実にお支払いできるように、今後とも支払能力の強化に努めてまいります。

備考	平成 29 年度末決算においても追加して責任準備金を積み立て、支払能力を強化しております。
----	---

(4) 資産運用の部門では、仮想通貨も取り入れていくのでしょうか。

お客さまの大切な資金をお預かりする生命保険会社として、投資する資産の価格の妥当性が確認できることや、市場の安全性・流動性（換金性）が確保されていることは極めて重要な要素です。仮想通貨は、その適正価格を把握することは困難であることに加え、投資にはサイバーセキュリティに関するリスクをとまなうことから、投資対象としては考えておりません。

(5) 近い将来にM&Aなど考えているのでしょうか。

平成 27 年度以降、大手生保による国内外の他生保の買収、経営統合の動きが活発化しています。いずれも日本の少子高齢化の進展とそれによる人口減少に伴うマーケットの縮小が背景のひとつであると考えています。一方で、第三分野商品や貯蓄性商品などへのニーズの高まりや、中長期的な視点では公的社会保障制度の縮小が見込まれることなどを踏まえると、当社が国内生命保険市場でも成長する余地は十分にあると考えています。

当社においては、経営統合や業務提携そのものを否定するわけではありませんが、当面は相互会社形態のもと、国内において営業職員体制による対面販売に注力し、他社との差別化を進めることにより自主独立の経営が可能であると考えています。



(6) 引き続き相互会社として頑張っていたきたいです。

相互会社形態へのご理解、ありがとうございます。

保険会社には相互会社という形態が法律で認められています。

生命保険業を営む当社では、「ご契約者の利益擁護」を経営理念に掲げており、この経営理念を実現するには、株主が存在せずご契約者一人ひとりが構成員となる相互会社形態がふさわしいと考えています。なお、当社は創業時から相互会社形態を貫く唯一の会社となっています。

一方、株式会社化することによるメリットとして、保険業以外への進出が可能となる等、事業展開の自由度の向上があげられますが、現在の当社の経営戦略は、フコク生命およびフコクしんらい生命の2社体制で生命保険事業に注力し、持続的な成長を図っていくことであるため、引き続き相互会社形態を堅持してまいります。

(7) ソルベンシー・マージン比率が基準 200%に対して6倍近くありますが、支払余裕があるのであれば契約者に還元すべきではないでしょうか。

配当に対するお客さまのご期待に応えることは重要な経営課題と考えています。平成28年度決算においては、5年連続となる危険差配当の増配を行いお客さまの配当に対するご期待に応えました。一方、いかなる時にも保険金等を確実にお支払いすることが保険会社の最も重要な責務であり、高い健全性の維持には、自己資本の一層の充実を図る必要があります。平成29年度上半期末のソルベンシー・マージン比率は、健全性の一つの基準である200%を大きく上回る1,199.2%であり比較的高い水準を確保していますが、現在、健全性基準の厳格化が国際的に議論されており、基準の見直しによりさらなる自己資本の強化を求められる可能性もあります。こうした健全性基準の議論も踏まえながら、今後とも配当還元と自己資本の強化の双方をバランスよく高めていけるよう、経営努力を続けてまいります。

備考

平成29年度決算の社員配当金案については、第96回定時総代会において決議された場合、6年連続の増配となります。

また、平成29年度末のソルベンシー・マージン比率については、1,081.2%となり、引き続き、健全性の一つの基準である200%を大きく上回っております。

(8) iPadによる携帯端末になり、サイバー攻撃等の対策はどのようになっているのか。

お客様のデータは携帯端末（iPad）には保持しておらず、本社システムで一元管理しています。携帯端末と本社システムとの通信は暗号化しており、通信内容が傍受されない仕組みとしています。また、本社システムについては、外部からの不正侵入に備えて侵入防御システムやウイルス対策の導入など、複数の対策を講じています。

(9) AI化が進んでいますが、今後の方向性として、事務スタッフ及び営業職員の削減に進むのですか。

AI等の最先端技術を活用したシステムの導入が保険業界においても進んでいます。当社では給付金支払査定自動コード化システム等、事務の合理化やお客様サービスの向上に資するシステムを優先し開発を進めています。これらのシステムの導入により、事務処理が効率化され、その結果事務スタッフが余剰となった場合は、必要とする部門に再配置を行います。また営業面では、お客様とのFace to Faceの活動においてよりよいサービスを提供するための支援ツールとしており、人員の削減等を目的とはしておりません。

(10) 災害が発生した時の対応は。

当社では、大規模な災害が生じた場合の対応を検討する機関としてセキュリティー委員会を設置する旨を「セキュリティー規程」で定めており、検討を行っています。大規模災害が生じた場合には、「事業継続に関する基本方針」に基づき対応することとしており、基本的には「大規模地震における事業継続計画」に準じて対応することになります。

また、災害に備えて、全拠点に防災用備蓄品を配備しています。毎年、「BCP(事業継続計画)活動計画」を策定し、大規模地震等想定される災害について、役職員への対応訓練やBCP教育などを実施しています。