

2022 年度ご契約者懇談会 参考資料

目次

1. 2021年度ご契約者懇談会 開催結果と主な質疑応答-----1
2. 第 100 回定時総代会 質疑応答（要旨）-----19
3. 第 139～141 回評議員会 付議事項及び主な議論の内容-----38

- ・回答は当時のものであり、本資料作成時点(2022 年 11 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。

富国生命保険相互会社

相互会社の仕組み

生命保険会社の会社形態には「相互会社」と「株式会社」の2つがあり、フコク生命は相互会社です。どちらの会社形態であっても、ご契約者の保険契約上の権利義務に違いはありませんが、相互会社は、相互扶助の仕組みによって成り立つ公共性の高い保険事業を営む保険会社だけに認められている会社形態です。

相互会社には「株主」は存在せず、ご契約者が原則として「社員（※）」となり、株式会社における「株主」のように、会社の構成員として会社運営に参加することができます。また、社員であるご契約者への利益還元として、毎年の決算における剰余金に応じ社員配当金の分配が行われます。

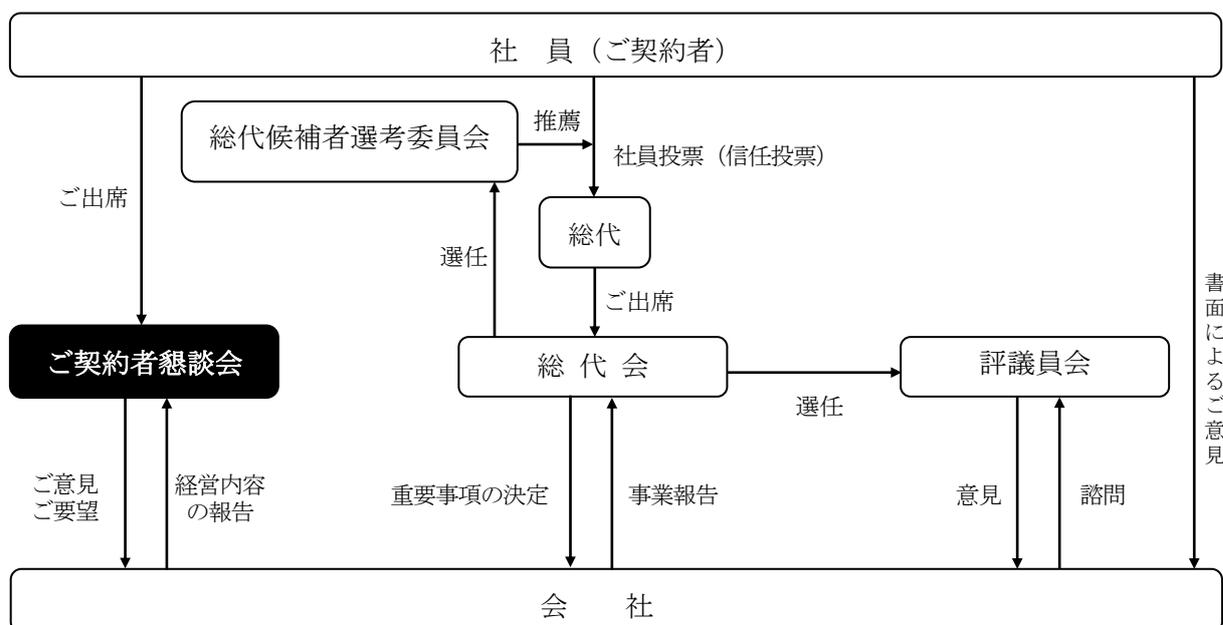
当社は、相互扶助の精神にもとづく、公共性の高い生命保険事業を相互会社形態で行うことで、経営理念である「ご契約者の利益擁護」を実現してまいります。

（※）剰余金の分配のない保険契約のみのご契約者は、当社定款の定めにより社員とはなりません。

ご契約者懇談会

ご契約者の皆さまのご意見を直接お伺いして経営に役立てること、また、生命保険や当社の経営内容をお伝えして当社への理解を深めていただくことを目的として、ご契約者懇談会を1975年から全国の支社で開催しております。

・相互会社の仕組み



2021 年度ご契約者懇談会

開催結果と主な質疑応答

- ・本資料では、2021年度ご契約者懇談会における開催結果とご契約者からいただいた主なご意見・ご質問と当社の回答状況をご紹介します。

2021 年度ご契約者懇談会開催結果

■ご契約者懇談会

ご契約者の皆さまのご意見を直接お伺いして経営に役立てること、また、生命保険や当社の経営内容をお伝えして当社への理解を深めていただくことを目的として、ご契約者懇談会を1975年から全国の支社で開催しております。2021年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、各地域の感染状況に応じ、対面（5支社）、オンライン（23支社）、書面（34支社）で開催しました。
（出席者内訳）

出席総数		782名	占率
性別	男性	396名	50.6%
	女性	386名	49.4%
年齢別	30歳以下	39名	5.0%
	31～40歳	128名	16.4%
	41～50歳	174名	22.3%
	51～60歳	222名	28.4%
	61歳以上	219名	28.0%
職業別	会社員	286名	36.6%
	主婦	144名	18.4%
	大学教授	2名	0.3%
	言論界・ジャーナリスト	0名	0.0%
	弁護士・医師	3名	0.4%
	自営業者	97名	12.4%
	会社役員	67名	8.6%
	公務員	57名	7.3%
	その他	126名	16.1%

（出席者からのご意見・ご質問）

項目	件数	占率
商品関連	248件	26.3%
営業・サービス関連	429件	45.5%
事務対応・お手続き関連	61件	6.5%
経営関連	164件	17.4%
社会貢献活動関連	24件	2.5%
ご契約者懇談会関連	17件	1.8%
合計	943件	100.0%

商品関連

(1) 感染症サポートプラスの取扱いが 2022 年 1 月 31 日までとなっていますが、取扱いを延長する予定はありますか。

2020 年 12 月に取扱いを開始した感染症サポートプラスは、所定の感染症により入院を開始した場合に入院見舞給付金の支払額を通常の 2 倍とするもので、ご好評いただいております。将来の感染状況が見通せない中、保険料を変更することなく、既契約に対しても保障を拡大するためには、保障期間を限定する仕組みを導入することにより、商品認可された経緯があることから、期間満了により感染症サポートプラスの取扱いは終了となりました。ご了承いただければと思います。

(2) 少しでも保険料を安くしてほしいです。

当社は、対面販売によるきめ細かなコンサルティングとアフターサービスを営業活動における基本スタンスとしているため、インターネット等を通じて販売されている商品に比べると、保険料の水準そのものは高くなっております。その一方で、ネット生保等の商品が一般的にシンプルな保障内容であるのに対し、当社の商品は、死亡・介護・就業不能などのさまざまなリスクに対して総合的に備えることができるというメリットがあります。

保険料につきましては、生命保険契約の長期性に鑑み健全性の確保という側面にも配慮しながら、合理的かつ公平な水準に設定しておりますが、今後も経営の効率化や財務基盤の強化を進めることにより、納得感のある保険料で確実な保障をご提供できるよう努めてまいります。

(3) 持病があっても加入できる緩和型の保険商品があると良いと思います。

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もございます。また、特定部位不担保・特別保険料徴収・保険金削減などの特別な条件を付加してお引き受けする場合もございます。

引受基準緩和型の商品については、健康状態に不安を抱える人の割合が相対的に高い高齢層の方を中心に、相続対策における生命保険の活用への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ます。

商品関連

(4) 高齢者でも加入しやすく、更新時に保険料が高くなならない保険など高齢者に考慮した商品を希望します。

保険料につきましては、合理的かつ公平な水準に設定しておりますが、保険金の支払いが発生する可能性は年齢とともに高まるため、更新時の年齢によっては、更新前と比べて保険料がかなり高くなることをご理解いただきたく存じます。

今後も経営の効率化や財務基盤の強化を進めることにより、納得感のある保険料で確実な保障をご提供できるよう努めてまいります。

また、ご加入の保険契約が満期を迎えた場合や、特約の更新限度に達した場合、契約の内容によっては「他の個人保険契約への加入（コンバージョン）」や「終身医療保険への変更」といった制度を利用することでそれ以降も保障を継続することができるようになっておりますので、詳しくは担当者にお問合わせください。

備考

2022年4月に発売した終身医療保険（有配当/2022）は、「高齢になっても加入できる保険」に対する多くのお客さまの声を反映し、加入年齢の上限を従来商品の75歳から85歳に引き上げました。

(5) 貯蓄性の商品や一時払の商品を販売してほしいです。

一時払の貯蓄性商品については、2016年7月以降引受を休止しておりましたが、2019年4月より、フコクしんらい生命の利率更改型一時払終身保険の販売を開始しました。また、平準払の貯蓄性商品では、一定の貯蓄性をもった商品として学資保険「みらいのつばさ」と個人年金保険「みらいプラス」を提供させていただいております。しかしながら、現在のような金利が低い状況下では、貯蓄性の高い商品の開発は極めて困難であることをご理解いただければと存じます。

(6) 外貨建保険の販売は検討されていますか。

外貨建保険は、現在のような低金利下において相対的に高い予定利率を設定できるメリットがあり、将来に向けた資産形成の有力な手段の1つとなり得ます。その反面、外国為替相場の変動によって元本割れが生じる可能性があり、そのリスクはお客さまに帰属することになります。また、販売に関しても為替リスクをはじめ重要事項についての十分な説明に加えきめ細やかなアフターサービスによる適時適切な情報提供を行うための環境整備が不可欠となります。現時点では、開発・販売に関する具体的な予定はございませんが、今後とも引き続き研究を進めてまいります。

営業・サービス関連

(1) コロナ禍で営業活動やアフターサービスにおいてフコク生命が新たに始めたことはありますか。

営業活動については、コロナ禍においてこそお客さまに寄り添い、生命保険を提供し続けることを使命と捉え、デジタルツールを活用した新たな営業活動に取り組みました。2021年3月に導入した募集資料等の電子的送付システムを利用して、4月からは個別のお客さまごとの保険設計書も送付できるようにし、オンライン面談と組み合わせることで、お客さまへのよりパーソナルな情報提供を可能としました。また、7月にはビジネス版のLINEである「LINE WORKS」を導入し、お客さまとの円滑なコミュニケーションを実現しました。なお、オンライン面談と郵送手続きの組合せにより、保険の提案から申込みに至るまで直接対面せずに手続きを行う取扱いについても、申込可能な契約を拡大しました。今後も、引き続き、コロナ禍におけるお客さまのニーズに応えつつ、「リアル」と「デジタル」を効果的に組み合わせた新たな営業活動を推進してまいります。お客さまサービスについては、電話や郵送によるアフターサービス活動を中心に、新型コロナウイルス感染症に関する各種お取扱いや既契約にも保障が適用される「感染症サポートプラス」*の案内など、きめ細やかな情報提供により、お客さまの不安解消につながるよう努めました。また、新型コロナウイルス感染症の影響拡大などを背景とするお客さまのニーズをふまえて、4月より保険料などの収納に係る手続きについて、当日払込が可能となるSMS（ショートメッセージサービス）による方法を導入しました。加えて、8月より名義変更に係る手続きについて、オンライン面談などを活用する方法を導入しました。今後も、お客さまのニーズにお応えし、かつ利便性向上にも資することができるよう努めてまいります。

備考

※「感染症サポートプラス」につきましては、期間満了により2022年1月31日をもって取扱いを終了しました。

(2) メディア等でのアピールが少ないイメージがあります。今後どのように考えていますか。

これまで当社は、テレビCMを積極的には実施しておりませんので、ご指摘のようなイメージをお持ちになられているものと推察します。広告宣伝については費用対効果を鑑みながら行っており、現在はWEB動画配信広告を中心に実施しております。当社イメージキャラクターのハローキティや100周年プロジェクト「THE MUTUAL」アンバサダーの斎藤工さんを起用し、社名・商品認知の向上を目的とした動画広告を配信しております。さらに、学資保険「みらいのつばさ」を中心とした商品訴求のWEB広告を強化しており、お客さまの資料請求を促すことで、新たなお客さま接点の構築に注力しております。また、当社の取組みや生命保険への理解を深めていただくために、公式Facebookや公式ホームページ「保険のいろは」を通じた情報発信を行っております。

一方で、より多くの人々の目に触れるという意味では、テレビCMの有用性は高いこともあり、2022年4月の新商品発売を機に、5月下旬からテレビCMの実施を予定しております。今後も費用対効果を鑑みながら広告宣伝の検討を行い、社名・商品名の認知を高めることを目指してまいります。

備考	2022年5月下旬(5/21~5/31)・10月下旬(10/21~11/4)に集中的なCM放映を行いました。加えて、2022年6月から2023年3月までの間、「サンドウィッチマン&芦田愛菜の博士ちゃん(テレビ朝日系列)」を中心に、番組提供を通じたCMを毎週放映しております。 なお、テレビ朝日系列 未放映エリアについては、別途ゴールデンタイムに別の番組を提供しております。
----	---

(3) 保険加入時には、お客さまの将来設計を踏まえ、保険料と保障内容の両面からみて最適な保険を提案して欲しいです。

当社では、保険加入にあたっては、保険商品に関連する死亡・疾患罹患データや公的保険制度などの情報提供資料[データ Navi]や「がん基礎知識と解説」「公的保障ガイド編」等を適宜ご提供し、お客さま自身が正しい情報に基づいて必要なリスクを理解のうえ保険商品をご選択いただけるよう努めております。

情報端末「PlanDo」に搭載した提案ツール「ライフコンパス」により、公的保障金額を踏まえた資産形成や必要保障額のシミュレーションを行いながら、お客さまの状況に即した最適なプランを設計・提案するよう努めております。ご提案に際しては、家族構成や年齢等の属性に応じた将来リスクだけでなく、お客さまの価値観や考え方を踏まえた生命保険商品を提案すべきと考えており、そのためには、生命保険業の本質である Face to Face を通じたお客さまとの対話を重ね、最適な保障内容をお客さまと一緒に考え導き出していくことが重要と考えており、お客さまがどのような選択をすべきかのアドバイスができるお客さまアドバイザーの育成に努めてまいります。

備考

2022年4月の商品改定に伴い、商品パンフレットの大幅改訂を行いました。公的保障を踏まえた生命保険の考え方や、様々なリスクに関する各種データを、分かりやすく伝えられる内容に刷新し、一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会（UCDA）による「見やすいデザイン」認証も取得しました。こうしたお客さまにとって「見やすく、分かりやすい」パンフレットを通じ、良質で均質な情報提供ができるよう、お客さまアドバイザーへの教育を行うことで、コンサルティング力の強化に努めております。

また、当社は従前より公的保障の情報提供に注力しておりますが、厚生労働省における「公的年金シミュレーター」の試験運用を機に、改めて「公的保険制度」の教育を徹底し、コンサルティング力の強化を図っております。

(4) 新型コロナウイルス感染症に感染した場合で、宿泊療養（自宅療養）のため医師の診断書を取得できない場合でも給付金請求はできますか。

現在、新型コロナウイルス感染症に罹患されたお客さまへの保険金・給付金のお支払いについて、医療機関が満床等の理由で入院できず、病院などと同等とみなされる臨時施設等または自宅において、入院と同等の療養を受けた場合も、その療養期間に関する医師の証明書などをご提出いただくことで、入院給付金等のお支払いの対象としてお取り扱いいたします。医師の証明書が発行されない場合には、新型コロナウイルス感染症の検査結果が「陽性」であること、また、宿泊療養（自宅療養）の開始日と終了日の記載がある市区町村や保健所発行の書類（保健所や自治体が発行した宿泊・自宅療養証明書、就業制限通知書・就業制限解除通知書など）等でお手続きいただけます。

自治体によって、発行される書類が異なりますので、詳しくは担当のお客さまアドバイザー、またはお客さまセンターへご連絡ください。

備考	現在は、厚生労働省が活用を奨励しているMy HER-SYSの療養証明書を第一優先としてご提出いただくよう、お客さまへ必要書類をご案内しております。 2022年9月26日以降に新型コロナウイルス感染症の罹患が判明した場合は、重症化リスクの高い方に限り、入院給付金等のお支払対象となります。
----	--

(5) 担当者が退職した場合、どのようなになるのでしょうか。

担当者が退職した場合は、新たな担当者がお客さまのご契約のアフターサービスを引き継ぐこととしております。後任は、担当者が在籍していた営業所または最寄りの営業所のお客さまアドバイザー、もしくはアフターサービス活動を専門とするお客さまサービス担当が新たな担当者となります。

当社では、日頃からこのような体制を通じて、担当者が退職した場合でも引き続きお客さまに安心をお届けできるよう、アフターサービスに努めております。

(6) 生命保険について不安があった際に気軽に相談できる「担当者」は極めて重要だと思いますので、アフターコロナとなっても対面で相談できるようにして欲しいです。

当社では、すべてのお客さまに対して年1回以上のコンタクトかつ質の高いアフターサービスを実践するよう努めております。

コロナ禍が収束した後も、アフターサービスに際しては、お客さまのご要望に応じて訪問や電話のほか、メール・SMS（ショート・メッセージ・サービス）・オンライン面談、LINE WORKSなどのデジタルツールも柔軟に活用してまいります。

備考	2022年3月に実施した契約者アンケートでは、ご回答いただいた契約者さまの約8割が直近1年間で1回以上コンタクトがあったと回答されています。
----	--

(7) 若い世代に保険に加入いただくために御社が大切にされていることは何でしょうか。

当社は子育て世帯向けサービスである「フコク赤ちゃん&キッズクラブ」を活用し、20代、30代の子育て世代との接点を増やす取組みを実施しております。そこで、貯蓄のための学資保険だけではなく、お子さまのご両親の医療保障と死亡保障の必要性や必要保障額を丁寧にお伝えし、お客さまに納得してご加入頂くコンサルティングセールスが重要であると考えております。

生命保険文化センターの調べでは20代の生命保険加入率は平成元年には72.1%あったものが、令和元年では58.5%になっており、約13%減少しております。一方で、当社の加入者は20代の占率が同業他社に比べ高い水準となっており、当社主力商品である未来のとびらの新規契約の約6割は20代、30代が占めていますので、若年層への顧客接点には今後も注力してまいります。

【取組み事例】

◆Z世代を中心とした若年層へは、学資保険の資料請求について、2019年11月よりデジタルマーケティング（コンテンツの拡充、SEO（検索エンジン最適化）対策、WEB広告）を強化した結果、WEB経由での学資保険資料請求件数が増加しています。2020年度は、「はたらくささえプラス」のキャンペーンサイトや「未来のとびら特設サイト」を構築するなど、WEB上でのお客さまとの接点の拡大にも取り組んでおります。

事務対応・お手続き関連

(1) 保険料のクレジットカード払いはできないのでしょうか。

現在、当社ではクレジットカード払いを導入していませんが、近年では、クレジットカードのみならずQRコードなど非接触による決済手段も注目されております。新しいキャッシュレス決済の手段を導入するにあたっては、このような状況を勘案しつつ、利便性や安全性等さまざまな観点から引き続き検討を行ってまいります。

(2) WEBで各種手続きができるようにしてほしいです。

各種変更、給付金等の手続きについては、ご契約者個人単位のデータベースが2022年1月に稼働したことにより、これを基盤としたWEB手続きの導入について検討を進めております。

なお、現時点では控除証明書再発行と住所・電話番号変更手続きについてホームページ上で受け付けており、画面上で手続きが完結いたします。

備考

2022年8月からフコク生命だよりに掲載したQRコード*を用いた住所変更のWEB手続き、2022年9月から学資保険の祝金支払請求書に掲載した二次元コードを用いた祝金支払申請のWEB手続きを開始しました。その他の手続きについても簡易的なものから開始する予定としております。
※QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

経営関連

(1) 保険の請求事由がなかった場合の割引制度があるといいです。

当社では、医療保険において入院給付金のお支払いがなかった場合に配当金額を増額する健康配当がございます。これはご契約者懇談会でのご要望をもとに実質的な保険料負担の軽減を目的として2005年度決算より新設したものです。あわせて、保険金等のお受取りがないまま満期を迎えたご契約につきましては2014年度決算において定期保険および定期保険特約等に対する特別配当を行い、2019年度決算においては医療保険にその対象を拡大しました。今後ともお客さまのご期待に応えられるよう、配当還元の充実に努めてまいります。

(2) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大が続いており、非常に多くの保険金・給付金が支払われていると思いますが、今後の経営は大丈夫でしょうか。

当社では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が長期化した場合の収益や財政面の見通しについて、様々なシミュレーションを行っております。その結果、新型コロナウイルス感染症の更なる感染拡大を想定する場合であっても、会社の健全性には全く問題がないことを確認しております。ご安心して契約を継続いただければと存じます。

備考

2022年9月末までの新型コロナウイルス感染症による保険金・給付金の支払額は以下の通りです。

個人保険) 保険金	152件	11億 482万 7,892円
給付金	158,241件	228億 5,058万 3,100円
団体保険) 保険金	74件	9億 2,343万 9,238円
給付金	763件	4,374万円

政府の方針を受け、2022年9月26日以降、「みなし入院」による入院給付金等のお支払いの対象を重症化リスクの高い方のみに変更したことにより、今後の新型コロナに係る給付金等は大幅に減少し、2022年度上半期と同程度の感染者数を想定した場合の給付金等は、数億円程度にとどまる見通しです。

(3) 100周年プロジェクトはどんな活動をしているのでしょうか。

2023年11月に創業100周年を迎える当社は、100周年に向けたフコク生命像である「THE MUTUAL」（ザ・ミューチュアル）というコンセプトのもと、100周年プロジェクトに取り組んでおります。「THE MUTUAL」とは、共感・つながり・支えあいをベースとした次の100年に向け進化する次代の“相互扶助”のことです。

100周年プロジェクトでは、次代の“相互扶助”「THE MUTUAL」を発信していくことで共感の輪を大きく広げ、100周年を迎えたとき、フコク生命に関わるすべての人と共感しあえる会社となることを目指しております。

<主な取組み>

- ・「FIND THE MUTUAL」（2019年8月～）：地域に根ざしたつながりや支えあいなどの“身近な「THE MUTUAL」”を取材し、新聞一面広告やWEBサイトを通じて、フコク生命の姿勢や考え方を伝えていく活動。
- ・「THE MUTUAL Art for children」（2020年8月～）：「すまいる・ぎやらりー」の作品をおやさいクレヨン等のデザインとして活用し、子どもたちと社会がつながるお手伝いをさせていただく活動。
- ・100周年特設WEBサイト「ザ・ミューチュアル100」（2021年8月～）：「これからの相互扶助を考えよう」をテーマにお客さまや地域の人たちとコミュニケーション。
- ・「いいWho&Who」（2021年8月～）：創業日である11月22日は「いい夫婦の日」として知られていますが、これを「いいWho&Who」とし、「大切な誰か（Who）と誰か（Who）の想いをつなげる日」として発信。

備考

- ・社史外伝「FUKOKU WAY」（2022年1月～）：会社の歴史を記録・伝達する社史では読み取れない、役職員の想いや心情を描くとともに、フコク生命が何を大切にしているかを100周年特設WEBサイト「ザ・ミューチュアル100」で発信。2022年11月現在、第6弾【営業所のDNA】まで発信。
- ・「THE MUTUAL Z」（2022年1月～）：Z世代の若者と次代の相互扶助を考える取組み。これからの相互扶助に対する若者の関心を促すことで、認知向上を図り、当社に共感していただく。100周年特設WEBサイト「ザ・ミューチュアル100」で発信。
- ・「行動原則」の変更（2022年6月～）：経営理念で掲げる「ご契約者、社会、働く職員」など、ステークホルダーの間に存在するフコク生命の役職員として、日々の業務における判断基準となるよう、行動原則を変更。変更においては、行動原則の一つひとつに「自分への問いかけ」を設け、自身の行動が行動原則に沿ったものかを確認できるようにした。

- ・「THE MUTUAL SONG」(2022年9月～)：職員から集まった2,000個以上の歌詞フレーズを紡ぎ、新しい推進歌を制作。また、「THE MUTUAL」の想いを表現すべく、総勢700名を超える職員が出演したミュージックビデオもあわせて制作。YouTubeでも配信中。「第4回NIKKEI社歌コンテスト」に応募。

(4) 他社と差別化を図っているところはどこでしょうか。

「最大たらんよりは最優たれ」というDNAのもと、量より質を重んじる「堅実経営」を行ってきたことにより、健全性が高いことが当社の強みです。質を重視した経営の差別化の結果、健全性を示す指標の1つである自己資本比率は、2020年度末において主要生保の中で最も高い水準となりました。

当社は、保険会社として「いかなることがあっても保険金等を確実にお支払いすること」が最も重要な責務であると考えるとともに、相互会社として「配当還元のさらなる充実を通じて、お客さまの実質的な保険料負担の軽減を図ること」が使命であると考えております。創業時より「ご契約者の利益擁護」を経営理念に掲げ、いつの時代も「ご契約者の利益」を最優先に考える経営を行ってまいりました。2020年度決算では、個人保険分野において国内生保で唯一となる9年連続の増配を実施しております。

■差別化に向けた取組み■

○保険販売

保険販売面においては、他社に先駆けて金融機関窓口販売に注力するなど、販売チャネルの多様化に努めております。今からおおよそ20年前の1990年代後半、同業他社が金融機関による生命保険商品の窓口販売の解禁について反対を表明する中、当社は「営業職員だけでは手の届かないお客さまとの接点を増やすことができる」と、いち早く賛同を表明いたしました。2002年10月に個人年金保険の金融機関窓口販売が解禁されたのを契機に、当社は以後、信用金庫を中心とした積極的な窓販戦略を展開してまいりました。2008年1月には、共栄火災海上保険株式会社の子会社であった共栄火災しんらい生命(現：フコクしんらい生命※2008年2月社名変更)を子会社化し、窓販業務を分社化いたしました。こうした戦略が奏功し、今ではフコク生命グループの保険料等収入のうち、おおよそ4分の1をフコクしんらい生命が占めております。なお、金融機関窓口販売参入当時の想い、考えについては「100周年特設WEBサイト(<https://fukoku100.jp>)」において「FUKOKU WAY」として公開しております。動画もございますので、お時間ございましたら是非ご視聴ください。

○商品開発

当社の主力保険「未来のとびら」は、従来の商品においては加入が必須であった主契約をなくし、一人ひとりのお客さまが抱えるリスクを過不足なくカバーするプランを提供できることが強みです。また、2022年4月に新発売する医療保険「ワイド・プロテクト」は日帰り入院からまとまった金額を支払う一時金方式と、入院が長期化した場合の医療費を確実にカバーする日額方式の給付を組み合わせたハイブリッド型の入院保障を導入しました。さらに8大生活習慣病による入院については、無制限で保障します。その他、投薬治療の段階から保障する2つの重症化予防特約、がんや重度の生活習慣病に対する保障など、切れ目のないワイドな保障を提供します。

医療保障・生前給付保障などの第3分野において先進性と利便性に優れた保障を提供することは、当社の商品開発における重要な柱の1つであり、今後も継続的にラインアップの強化を進めてまいります。

○資産運用

当社では、お客さまからお預かりした大切な保険料の運用にあたっては、目先の収益に惑わされることなく中長期にわたり安定的なリターンが得られる優良な資産を積み上げていくことを実践しております。例えば、バブル期には価格が高騰した株式や不動産の投資を極力控え、その後のバブル崩壊による損失を抑制いたしました。また、リーマン・ショック後はいち早く株式の残高圧縮に着手する一方、極端な円高局面では積極的に外貨建公社債を積み増し、その後の円安による収益性の向上につなげました。

2017年度からは、自己資本の充実度状況とリスク・リターン効率を踏まえ、資産運用リスクを取りに行く戦略に変更しております。そうした戦略が奏功し、資産運用から得られる利息配当金等収入は2018年度、2019年度、2020年度と3年連続で過去最高を更新いたしました。

今後も、スピーディーな意思決定と機動的な対応による差別化された資産運用を実践していくことで、収益性の維持・向上に努めてまいります。

備考

2021年度決算

1. 利息配当金等収入は4年連続で過去最高を更新。
2. 個人保険分野において国内生保で唯一となる10年連続の増配を実施。

(5) 企業へのサイバー攻撃が深刻さを増していると言われていますが、フコク生命のサイバーセキュリティに対応する人材の状況と取組み状況および、これにともなう個人情報保護の対応に関して教えてください。

社内の複数部署およびシステム子会社（フコク情報システム株式会社）のメンバーから構成された、サイバー攻撃対応の専門チームとしてCSIRT（シーサート）を設置しております。メンバーは各種研修やセミナーなどへの参加により、サイバーセキュリティに関する知識・スキルの向上に努めております。また毎年、内閣サイバーセキュリティセンター（NISC）主催の分野横断的演習をはじめとする複数のサイバーセキュリティ演習に、経営陣や関連部署も参加し、会社としてのインシデント対応力強化を図っております。一方で、ファイアウォールの構築や侵入防御システムの導入、ウイルス対策の強化、インターネットサイトへのアクセス時の不正なコードの無害化などの技術的対策や、脆弱性診断ならびに改善対応を実施しております。また、標的型攻撃メールが疑われる不審メールの受信が多くなっているなかで、社内に不審メールに対する注意喚起を行うとともに、全役職員を対象に標的型メール攻撃を想定した訓練を実施し、警戒意識の向上を図っております。

サイバー攻撃にともなう個人情報漏えいが発生した場合には、CSIRTと社内各部門が連携し、お客さまへの対応、監督官庁への報告、再発防止策を策定・実施する態勢を整備しております。

(6) お客さまアドバイザーが長く勤務を続けられるよう、どのような人材育成に取り組まれていますか。

当社では、「お客さま基点を実践できる人づくり」のため、「理念教育の推進」「人づくり基本方針の浸透」「働く職員の自己実現」に向けた研修運営を行っております。入社後の初期教育からお客さまアドバイザーの経験に応じ階層別に研修を実施し、ビジネスマナーや生命保険知識の習得をはじめ、コンサルティング能力の向上をはかる研修内容としております。

また、業界共通試験の合格をはじめ、コンサルティング能力の向上を目的として国家資格であるファイナンシャルプランナー（FP）資格の取得推進を行っております。

生命保険周辺の幅広い知識を習得し、お客さま基点を実践できる人づくりを今後も推進してまいります。

社会貢献活動関連

(1) 今後も様々な方面でSDGsの活動を広げていってほしいと思います。

当社は、生命保険業を通じた保障の提供はもとより、ESG投融資の拡充や、高齢のお客さまや障がいをお持ちのお客さまへの取組みなどがSDGsの達成に貢献していくと考えております。

現在取り組んでいる100周年プロジェクトにおいては、次代の“相互扶助”「THE MUTUAL」の体現を目指しており、これはSDGsのゴール17「パートナーシップで目標を達成しよう」そのものであると考えております。

具体的には、職員が全国各地のつながりや支えあいを探し出し、発信していく「FIND THE MUTUAL」という活動があります。2022年1月までに15支社で実施しており、直近では、大分支社が株式会社サンリオエンターテインメントとコラボレーションし、子宮頸がん予防啓発プロジェクト「ハロースマイル」として、地元の短期大学や高校を訪問し、がん検診の大切さを呼びかける活動等を行いました。なお、これまで関西では、奈良支社と京都支社で当活動を実施しており、大津支社につきましては現在検討中です。各支社の取組みは「100周年特設WEBサイト (<https://fukoku100.jp>)」にて公開しております。

また、全国の特別支援学校生徒の美術作品をおやさいクレヨンのデザインとして活用し、子どもたちと社会がつながるお手伝いをさせていただく「THE MUTUAL Art for children」を展開しております。2021年度は、大津支社を含む33支社を通じておやさいクレヨン地域を地域の保育園や幼稚園などに寄贈させていただきました。おやさいクレヨンは、収穫の際に捨てられてしまう野菜の外葉などを原材料としており、「食材ロスの削減」としてSDGsの達成に向けた取組みの1つです。

今後も引き続き、持続可能な社会の実現に貢献していくとともに、各地域とのつながりを深め、当社への共感の輪を広げてまいりたいと思います。

備考

- ・「FIND THE MUTUAL」追加実施支社
岐阜支社(2022年3月)、青森支社(3月)、松山支社(5月)
湘南支社(6月)、新宿支社(10月)、秋田支社(11月)
新潟支社(11月)、岡山支社(11月) (累計23支社)
- ・安心で持続可能な社会の実現を目指すべく、経営方針や中期経営計画(2022年度～2024年度)において、「多様化する社会課題の解決」といった社会の要請に応える姿勢を明示しました。(4月)
- ・相互扶助の精神に基づく企業活動を通じて、安心で持続可能な社会の実現に貢献していくために、SDGsを踏まえ、サステナビリティに対する考え方や価値創造プロセス、優先取組項目等について整理しました。整理した内容は、ディスクロージャー誌「フコク生命の現状」や公式ホームページなどで公表しました。(6月)

・おやさいクレヨンの追加寄贈状況

2022年5月に10,000個を12支社に、8月に10,000個を9支社に配付。累計54支社で約67,000個を保育園や幼稚園などに寄贈しました。12月に9,000個を8支社に配布し、全62支社への展開は終了します。累計では、全62支社及び本社営業部門で約77,000個の寄贈となります。2023年度も継続する予定です。

(2) どのような社会貢献活動に取り組まれていますか。

当社は、創業以来の相互扶助の精神にもとづき「社会への貢献」を経営理念の一つとしており、企業の社会的責任のひとつとして、よりよい社会づくりのためのさまざまな社会貢献活動に取り組んでおります。障がいのある子どもたちのアート作品展示会「すまいる・ぎゃらりー」は、2012年度より開始し、内幸町本社地下2階の商店街の壁面にて展示しており、通算85回開催しております。他にも、2021年度は東北3県の「特産品販売会」や、プロの音楽家によるクラシック音楽の演奏を特別支援学校や障がい者施設へお届けする「訪問コンサート」を、新型コロナウイルス感染防止の観点から、オンラインで実施しました。

備考

当社は、創業以来の相互扶助の精神にもとづき「社会への貢献」を経営理念の一つとしており、企業の社会的責任のひとつとして、よりよい社会づくりのためのさまざまな社会貢献活動に取り組んでおります。障がいのある子どもたちのアート作品展示会「すまいる・ぎゃらりー」は、2012年度より開始し、内幸町本社地下2階の商店街の壁面にて展示しており、通算93回開催しております。他にも、2022年度は東北3県の「特産品販売会」、プロの音楽家によるクラシック音楽の演奏をホールで行う「チャリティコンサート」と、特別支援学校や障がい者施設へお届けする「訪問コンサート」を再開し、新たに、「訪問コンサート」を独立させた「すまいる・こんさーと」を実施しました。

【参考データ】

- ・「すまいる・ぎゃらりー」11月末現在（93回）開催。
- ・2022年度の「訪問コンサート」は、オンラインでは実施せず、すべて学校訪問して実施。（「訪問&チャリティコンサート」は甲府支社・金沢支社の2校を訪問で開催。）
- ・2022年度は開催地で「訪問コンサート」のみを行う、「すまいる・こんさーと」活動を開始。（11月末現在、長野県3校、北海道2校、宮城県2校、沖縄県2校、千葉県2校、愛媛県2校の合計13校開催）

第 100 回定時総代会

質疑応答（要旨）

- ・本資料では、第 100 回定時総代会において総代からいただいたご意見・ご質問をご紹介します。

第 100 回定時総代会開催状況

項 目	開 催 内 容
開催日	2022年7月5日（火）（所要時間125分）
場所	内幸町本社ビル28階会議室
総代数	119名
出席総代数	100名
委任状による出席	18名
質疑応答	事前質問・ご意見 17名 18件
	席上質問 4名 4件
	合計 21名 22件（所要時間65分）

事前質問

(1) 御社では、長期経営ビジョンである「お客さま満足度No.1の生保会社となる」ために、あらゆる分野において差別化を追求する取組みを実践されておられますが、業界内における「お客さま満足度の向上」の順位はほぼ横ばいの結果であるとあります。業界内の順位はどの位置でしょうか。

また、新中期経営計画（2022年度～2024年度）の中に、お客さま満足度の向上につながる営業職員制度改革を実行するとありますが、具体的な取組みはどのようなものですか。

(2) 新中期経営計画における重点取組みテーマにある「営業職員制度改革」及び「自助を促すコンサルティング力」とは具体的にどのようなものかお聞かせ願いたいと思います。

まず、お客さま満足度につきまして、当社の長期経営ビジョン「お客さま満足度No.1の生保会社となる」とは、アンケート調査やランキングで業界1位になるということではなく、一人ひとりのお客さまがフコク生命のことをNo.1だと思っていただけることを目指しております。では、ランキングなどを全く見ていないのかということではなく、そうした業界順位の向上も一つの指標として、中期経営計画の中で確認しております。業界順位を公表しているリサーチ会社はいくつかありますが、総じて、共済保険や貯蓄性商品など特定の商品に特化した生命保険会社が業界順位の上位を占める傾向がありまして、当社の業界順位は平均すると真ん中程度に位置しております。一方で、死亡保障に加え、医療保険などの第三分野商品や貯蓄性商品を総合的に提供している大手の伝統的な生命保険会社の中で、当社は上位に位置しております。

続いて、「営業職員制度改革」の具体的な取組み内容ですが、「お客さまに信頼され、ご安心を提供できる営業職員」を目指して、お客さまアドバイザーの働く環境の整備から給与・職階査定をはじめとする人事制度や採用・育成に至るまで全面的な制度改定を検討しております。そのため、数多くの検討項目がございますが、その中で柱となる重要な2点についてご説明させていただきます。

1点目はお客さまアドバイザーの働き方です。営業職員が時間や場所にとらわれず、より自由でフレキシブルに働ける制度の導入を目指してまいりたいと思います。コロナ禍で導入が進んだデジタルツールを活用し、「リアル」と「デジタル」を効果的に組み合わせた新たな営業活動の推進により働き方改革を進め、お客さまのニーズにお応えしていきたいと考えております。

2点目は給与体系のあり方です。営業職員の離職率が高いことから、他生保におきましては、成果に応じて給与が変動する比例給体系から固定給化を指向する動きがあります。離職率は重要な課題であり、当社も引き続き改善に取り組んでまいりますが、固定給化すれば解決できるものではないと考えております。当社は職階別の保障給を設

定し、営業の成果が芳しくない場合でも大きく給与が下がることが無いようにしつつ、成果を出した際にはそれを評価する比例給を中心とした給与体系を検討しております。欧米においては、業種を問わず、お客さま満足度が高い会社は、比例給を採用している会社が多いという事実もあります。固定給にすることでお客さま満足度が向上するということは世界的に見てもほとんど例がないため、比例給の給与体系を維持しながら、どのようにしたらお客さまの満足度が向上するかを考えてまいります。また、もう一つの質問項目であります「自助を促すコンサルティング力」につきまして、“自助を促す”の“自助”とは「自らを助ける」と書きますが、これに対して公的保障などの“公助”、こちらは「公の助け」と書きます。この公的保障などの“公助”だけでは解決できないお客さまの課題を明らかにした上で、お客さまに寄り添い、生命保険を通じて“自助”による解決策をお示しする提案力のことこそ、当社が考える「自助を促すコンサルティング力」になります。中期経営計画では、各種研修等を通じて、お客さまアドバイザーのコンサルティング力を重点的に強化してまいります。

「営業職員制度改革」によって、お客さまアドバイザーの満足度を向上させるとともに、「自助を促すコンサルティング力」を強化することで、お客さま満足度の向上を実現したいと考えております。

(3) 3年間継続された中期経営計画において、従業員満足度の向上は横ばい、お客さま満足度の向上に関する外部調査順位もほぼ変わらず、「持続的成長のための好循環」の取組みに課題が残ったとありますが、具体的にどのような課題なのでしょう。また、更なる発見や発展性はありましたか。

今年度より新たな中期経営計画がスタートしておりますが、前の中期経営計画では、さまざまなアクションプランを通じて職員の満足とお客さまの満足を循環させる「持続的成長のための好循環」の構築に取り組んでまいりました。

個々の取組みは概ね想定どおり達成できたものの、それが職員満足度やお客さま満足度を向上させるのに十分でなかったのでは、また、個々の取組みについて職員やお客さまにきちんと伝えられていたのかなどの課題を認識することができました。

そうした反省を踏まえ、新たな中期経営計画においては、「事業変革を図るための基盤固め」と「多様化する社会課題を解決する取組み」の二つを重点取組みテーマとして、引き続き「持続的成長のための好循環」の構築に取り組めます。お客さま満足度の向上により、職員のモチベーションアップ・職員満足度の向上に繋がり、職員満足度が向上することで、生産性・収益性が上がり、商品・サービス品質の向上、健全性の維持や配当還元の充実に繋がり、その結果、お客さま満足度が向上する、という好循環の構築を目指してまいります。

当社のありたい姿である「お客さま満足度No.1の生保会社となる」、この長期経営ビジョンへの到達はまだまだ先になると思いますが、中期経営計画の取組みなどを通じて着実に近づいてまいりたいと考えております。

(4) 創業 100 周年の記念事業として、一般向け、又は契約者限定向け等で、期間を限定した記念商品（特約の付加等）の販売や、社員（職員）に対して記念に残り、モチベーションの高揚に繋がるような企画はあるのでしょうか。

100 周年プロジェクトの一環として、子どもたちと社会がつながるお手伝いをさせていただき「THE MUTUAL Art for children」を実施しております。廃棄される野菜から作られたおやさいクレヨンを製作し、地域の保育園等に寄贈させていただいております。市区町村からの感謝状や園児からの心あたたまる手紙をいただくなど、職員のモチベーションの高揚にも繋がっております。また、100 周年を迎えたとき、当社の DNA を紐解き、その想いを語り継ぐ「社史外伝（FUKOKU WAY）」を、全職員に記念として、配布する予定です。その他、全職員から集めた言葉をつなぎ合わせた社歌の制作や創業 100 周年を記念した心に残るような全員参加型の式典を検討しております。

なお、創業 100 周年の記念事業として、ご契約者や加入時期等を限定するような商品は検討しておりません。

備考

- ・おやさいクレヨンは累計 54 支社で約 67,000 個を保育園や幼稚園などに寄贈しております。12 月に 9,000 個を 8 支社に配布し、全 62 支社への展開は終了します。累計では、全 62 支社及び本社営業部門で約 77,000 個の寄贈となります。2023 年度も継続する予定です。
- ・社史外伝「FUKOKU WAY」は 100 周年特設 WEB サイト「ザ・ミューチュアル 100」で、2022 年 11 月現在、第 6 弾まで発信しました。
 - 第 1 弾「お客さまを守るということ」：リーダーとしての信念、お客さまへの想い
 - 第 2 弾「時流に流されず、原理原則を貫く」：資産運用部門に脈々とながれる DNA とは
 - 第 3 弾「ひたすらお客さまのために」：生保窓販にいち早く賛同、その想いとは
 - 第 4 弾「『出会えてよかった』すべてはそのために」：次の 100 年も「お客さま基点」を胸に
 - 第 5 弾「受け継がれる『創業の心』」：100 年先も続く想い
 - 第 6 弾「営業所の DNA」：人として真摯に向き合う
- ・職員から集まった 2,000 個以上の歌詞フレーズを紡ぎ、新しい推進歌「THE MUTUAL SONG」を制作しました。また、「THE MUTUAL」の想いを表現すべく、総勢 700 名を超える職員が出演したミュージックビデオもあわせて制作しました。

(5) 人生 100 年時代に突入し、リカレント教育なども注目されています。人生応援という視点で、今後、富国生命が取り組むシステムはありますか。
また、これからの社会を支えていく Z 世代についてお尋ねします。お得になることを大切にす世代と言われてています。子育て世帯ではない 20 代、30 代の人たちの保険加入についてどのようなお考えでしょうか。

1 つ目のご質問につきまして、フコク生命が人生応援という視点で取り組む仕組みづくりとして、オンラインコミュニティの創設を検討しております。これは、当社職員とお客さまの結びつきだけでなく、会社とお客さま、お客さま同士といった今までになかったつながりや支えあいから、共感が生まれるコミュニティとなる予定です。
また、2 つ目のご質問の Z 世代につきましては、100 周年プロジェクトで、Z 世代とこれからの相互扶助を考える「THE MUTUAL Z」に取り組んでおります。Z 世代の若者に未来の自分をテーマにインタビューをしましたが、幸せに生きていくためには健康や老後の資金が必要との意見が多くみられ、保障に対して一定のニーズがあることを確認できました。また、Z 世代は情報発信や収集においてソーシャルメディアを利用する等、IT を活用した消費行動を行う傾向があります。Face to Face の対面販売を主軸とすることには変わりはありませんが、「リアル」と「デジタル」を効果的に組み合わせた新たな営業活動を推進してまいります。
当社は、業界の中では、20 代・30 代のご契約者占率が高くなっております。ご指摘の通り、20 代や 30 代は社会を支えていく世代ですので、今後も様々な取り組みを続けてまいりたいと考えております。

備考	オンラインコミュニティについては、お客さまを知る（共感）、お客さまと繋がる・お客さま同士が繋がる（つながり）、お客さまの困っていることに手を差し伸べる（支えあい）ことで、お客さま満足度・お客さまのロイヤルティを高め、親・子・孫とつながる世代を跨いだフコク生命ファンを増やすことを目的に、同じ属性・悩みを持った人同士がテーマごとに集まる「THE MUTUAL+」コミュニティを7月より社内限定で試験的に開始しました。
----	---

(6) 国内での生命保険の状況は、新聞・雑誌などから理解しておりますが、富国生命が営業されている英国・米国・シンガポール内での生命保険の状況を多少でもお聞かせいただけたらと思います。

英国、米国、シンガポールの三拠点にありますのは、当社の海外運用子会社であり、保険ビジネスは営んでおりません。

今後も国内での成長が十分に可能であると考えており、当社およびフコクしんらい生命の2社体制のもと国内の生命保険事業に注力していく方針です。

保険事業の海外展開に係る基本的な考え方として、現時点では海外進出をしないとしていますが、ご契約者の利益擁護という経営理念を果たすために海外進出が必要か、ということが重要であり、海外進出自体を否定するものではありません。したがって、海外事業についての調査・研究を進めていくとともに、海外勤務経験者を増やしていくことや海外研修制度を通じたグローバル人材の育成には積極的に取り組んでまいります。

なお、英国・米国・シンガポールの運用子会社の資産運用は非常に貢献をしております。当社としましては、ロンドン・ニューヨーク・シンガポールの運用子会社および日本の本社の4極態勢で、今後も資産運用の努力をしてみたいと存じます。日本以外の地域の経済成長の果実を運用成果として取っていきたいと考えております。

(7) 新型コロナウイルス感染症の拡大、ロシアによるウクライナ侵攻・米国の金融政策・エネルギーや物価の価格上昇など、先行きが不透明ですが、富国生命としてこれからの景気予想や運営の基本的な対応について教えてください。

ご指摘の通り、長期化するウクライナ問題や新型コロナウイルス感染症の拡大により、中国のロックダウンなどによって世界的に物価上昇率が高まっており、インフレを抑制するために欧米の中央銀行がどこまで金利を引き上げるのか、それによって世界経済はどの程度減速するのか、先行きが見通せない状況にあります。それを映して金融資本市場では世界的に株価が調整局面に入り、為替レートは一時24年ぶりの水準となります。1ドル137円台をつけるなど、急速かつ大幅に円安が進んでおります。このような運用環境においては、極力保守的な資産運用を心掛けるべきと判断し、今年度の資産運用計画におきましては、外貨建ての資産を大幅に圧縮し、相対的に安全性が高く、利回りも多少回復してきた日本の国債を中心に資金を配分する内容としたところであります。

自己資本の充実を背景に適切なリスク・テイクによって運用収益の向上を図るという運用方針に変更はありませんが、当面は、日本の金融政策の変更の可能性も睨みつつ、慎重な資産運用を心掛けていきたいと考えております。

備考

為替レートは10月に一時151円台を付けた後、やや反落しましたが、引き続き円安傾向で推移しています。

(8) SDGs活動に伴う社会貢献での取組みは、昨年来ご説明いただいています
が、ESG投資として社会的責任の点で取り組まれていることはありますか。

資産運用部門におきましては、「生命保険事業を営む相互会社として、持続可能な社会の実現に貢献する」という経営方針に則り、投資の判断材料の1つとしてESGスコアを活用するなど、ESG課題を考慮した投融資に積極的に取り組んでおり、2021年度末のESG投融資残高は約7千億円（6,888億円）と、運用資産全体の10%超を占めております。

とりわけ、生命保険事業と親和性のあるESG投融資に注力しており、2021年度は、世界銀行が発行した『途上国の低炭素社会への移行を支援するための債券』や、アジア開発銀行が発行した『アジア太平洋地域での保健衛生に関する課題に取り組むための債券』などへ投資しました。

また、気候変動問題に対しては、国内の投融資先のCO₂排出量について、2050年までにネットゼロとする目標を掲げ、対話を通じて削減を促していくよう努めております。今後も、持続可能な社会の実現へ貢献すべく、様々な課題の解決に資するESG投融資の取組みを推進してまいります。

(9) 今後の新たな保険の販売について、お聞かせください。社会の変化に伴い、保険に対するニーズも変化していくため、保険も変化を求められると思います。今後の社会の進展に沿った、これまでとは違った保障の保険商品の販売は検討されているのでしょうか。

(10) ご契約者懇談会にてワクチン接種者の保険料割引や後遺症になった時の通院費がもう少し欲しいなどのご意見がありました。Withコロナに対応する更なる商品内容の充実を検討してください。

また、「人生100年時代に対応し高齢者でも入りやすい保険」などのご意見も伺っております。引き続き、時代を見据え、ご契約者に喜ばれる保険商品の開発・提案をよろしく申し上げます。

当社は、『「お客さま基点」の業務運営方針』にも掲げているとおり、多様化するお客さまのニーズに的確にお応えできる保険商品の開発に努めております。

一例として、本年4月に発売した「終身医療保険（一時金タイプ）」では、長寿化の進展にともない高齢でも加入しやすい保険に対するお客さまの関心が高まっていることを受けて、従来商品では75歳だった加入年齢範囲を85歳へ引き上げるとともに、保障内容をよりシンプルなものとするにより加入しやすい保険料を実現しました。

また、新型コロナウイルス感染症に特化した新規商品の開発予定は今のところございませんが、引き続き状況を注視し、新型コロナウイルス感染症に限らず新たな感染症により不測の事態が生じたとしても、2020年12月から2022年1月にかけて実施した「感染症サポートプラス」の取扱いと同様に機動的な対応を心がけてまいりたいと考えております。

今般のコロナ禍を契機として新たなライフスタイルが創出され、それにもなっ保険商品に対するニーズも変化していくと予想されることから、ポストコロナの社会を見据え、お客さまのニーズに合致した最適な商品・サービスの提供にこれまで以上に注力してまいります。

(11) スポーツジムと提携して、毎日運動している人向けに保険料を割り引くような保険があると良いと思います。

被保険者個々の健康増進への取組み度合いに応じて保険料が変動する「健康増進型保険」は、もともと海外で開発され、日本国内でも数年前から一部の保険会社が販売しております。今回ご提案いただいた内容につきましては、国内外の健康増進型保険が提携スポーツジムにおける運動状況を保険料の変動要因の1つとしていることから理に適うものと考えます。その一方で、個々のケースを見ると、健康増進に積極的に取り組んでいる方が病気になることもあれば、全く取り組まない方が健康を維持する場合もございます。当社はこれらを勘案し、相互会社として生命保険の根本的な概念である「相互扶助」を重視する観点から、健康増進への取組みに対して保険料を割り引くよりも、健康であったお客さまに対して配当還元により事後的に保険料の軽減を図る方が公平性という面においてより望ましいと考えております。

生命保険は長期にわたる契約のため、ご契約いただいている長い間に何が起こるか分かりません。当社は、予想しがたい事態が起きたとしても、保険金・給付金をお支払いするという約束は絶対に守らなければならないと考えております。そのため、配当金による事後精算という形で保険料を実質的に軽減させていただきたいと存じます。なお、健康増進に資するご契約者専用サービスの提供など、保険料と直接関係のない取組みについては積極的に検討してまいりたいと考えております。

(12) 病気の種類により、そのスペシャリストの医者や病院を教えてくれるサービスが欲しいです。

保険金・給付金をお支払いすることによる金銭的リスクカバーだけでなく、リスクに遭われた際の有益な情報提供も保険会社に求められる役割であると考えております。当社のお客さまを対象とする付帯サービスを3例紹介いたします。

1つ目として、フコク生命カード会員の方を対象に、24時間ご利用いただける電話健康相談サービスがございます。このサービスは、健康に関するさまざまなご相談を専門スタッフが無料でお受けしております。ご要望に応じ、糖尿病や肝臓などの専門医の情報をご案内するサービスも行っております。

2つ目として、本年4月の新型医療保険「ワイド・プロテクト」の発売に合わせて、医療ヘルスケアの分野を中心にお客さまへサービスを提供する「フコクからだサポート」の運営を開始しました。現在利用可能なサービスは「オンライン診療」と「オンライン医療相談」となっておりますが、頂戴したご意見も参考にしながら、今後サービスのラインアップ拡充に向けた検討を進めてまいります。

3つ目として、当社が提携販売しているセコム損保のガン保険「メディコムプラス」に、がんと診断された場合にセコム損保の協定病院等をご案内したり、セカンド・オピニオン外来がある医療機関をお調べするご契約者専用サービスがございます。しかしながら、今のところ付帯サービスの認知度や活用状況は高くないと認識しております。今後、お客さまとのコンタクト活動の際に広くご紹介してまいります。

(13) とても安心できる富国生命保険相互会社が石川県ではあまり知られておらず、ここ数年CMを活用した広報をお願いしてまいりました。ようやく石川県でもCMが始まり、感謝しております。

著しい人口減少社会において、「ご契約者」を維持することは至難と考えております。次世代も安定し契約できる会社を継続するために、引き続きご契約者を増加させる施策の継続をお願いします。

この度は当社テレビCMをご視聴いただきありがとうございます。

当社は、お客さまアドバイザーの「Face To Face」によるお客さまに寄り添った活動が、テレビCMよりも効果的であると考え、これまでテレビCMは積極的に活用しておりませんでした。

この度、新医療保険「ワイド・プロテクト」の販売プロモーションを検討するにあたり、マーケティングリサーチを実施したところ、当社のお客さま層は、地上波テレビのメディア接触率が高く、社名および商品名の認知を得るにはテレビCMも有用であることを確認しました。

そこで、新医療保険「ワイド・プロテクト」の発売を機に、テレビCMを実施することにしました。

2022年5月下旬の集中的なCM放映に加え、6月から来年3月までの間、「サンドウィッチマン&芦田愛菜の博士ちゃん」を中心に、番組提供を通じたCMを毎週放映しております。加えて、2022年10月下旬にも集中的なCM放映を予定しております。

「ご契約者を増加させる施策」として、お客さまアドバイザーの「Face To Face」によるお客さまに寄り添った活動が第一義であることに変わりはありませんが、今年度のCM実施の結果を踏まえ、今後も費用対効果を見ながら実施を検討してまいります。

備考

10月の集中的なテレビCMについては、10月21日～11月4日までの15日間放映しました。

(14) 急速に進むDX時代を乗り越えるために、デジタルリテラシーが重要かと思いますが、御社が取り組まれている“DX人材育成プログラム”等があれば、教えていただきたいと思います。

「データ利活用と最新デジタル技術の適用による、全社横断的、中長期的課題の解決、ならびに新たな価値の創造に関する業務を担う部署」として2021年4月に「デジタルイノベーション推進グループ」を新設しました。

デジタル技術の活用の面では、例えば毎年ご契約者にお送りする現況通知であるフコク生命だよりでの住所変更申出や、学資保険の祝金の請求手続きを、QRコード*を利用してお手軽に行えるようにする予定であり、担当部門への実務上の支援などを行っております。

一方で、当グループのミッションの一つとしてDXに対応できる人材の育成を掲げており、高スキル人材の育成のみならず、全役職員のリテラシー向上にむけた取組みも着手しております。

しかしながら、現時点では、プログラムに則ったDX人材育成の運営に至っていないことから、2023年度に向け策定中の「IT・デジタル戦略」において、テクノロジー、ガバナンス、ITプロセスに加え、IT・デジタル人材の育成も盛り込んだうえで、教育計画を具体化しプログラムを実施していく予定としております。

*QRコードは株式会社デンソーウェブの登録商標です。

備考

8月に発送したフコク生命だよりでQRコードを利用した住所変更申出を受付け、8,825件のお申出がありました。
また、11月1日の学資保険の祝金支払の請求手続きについては、9月20日よりQRコードを利用した受付を開始し、7,905件のご請求を受付けました。

その他ご意見

- ・担当していただいている職員の皆さまには、とても親切に対応していただいています。今後も頑張ってください。
- ・一昨年、昨年と新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から総代会への出席はございませんでしたが、この間の貴社の経営状況や新型コロナウイルス感染対策等の情報は支社から適時、適切な報告を受けております。
- ・第100回定時総代会の開催おめでとうございます。コロナ禍での準備も大変なことと存じます。3年ぶりに出席できることを嬉しく思います。
- ・コロナ情勢も人流や制限等が通常に戻りつつありますが、これからも身体に気をつけて頑張ってください。

当社に対する期待や激励、お褒めのお言葉を多数頂戴いたしました。
誠にありがとうございます。

席上質問

(1) 従業員満足度の向上について、従業員の方が満足しているから横ばいとなっているのでしょうか。また、離職率については、なぜ高くなっているのでしょうか。

離職率につきましては、お客さまアドバイザーの給与体系が比例給となっているため、ご契約いただけないと離職する方が多いという現実があります。給与体系を固定化することによって多少なりとも離職率を低くすることは可能であると考えておりますが、一方では、欧米のお客さま満足度の調査において、業種を問わず、給与体系が比例給の会社の方が固定給の会社よりも満足度が高い傾向にあるという事実もございます。離職率を改善することを目指しつつ、最終的に会社が目指すべきものは、お客さま満足度を高めることであると考えております。伝統的な国内生命保険会社の中には、当社のお客さま満足度は高い水準にありますが、比例給の給与体系を維持しながら、どのようにしてお客さま満足度を高めていくかを今後も追求してまいりたいと考えております。

また、従業員の満足度を高めることがお客さまの満足度を高めるという、E S（従業員満足度）とC S（お客さま満足度）の好循環に繋げるため、従業員の満足度も高めていきたいと存じます。長く勤務しているベテランのお客さまアドバイザーの満足度が高い状況にある一方、新しく入社したお客さまアドバイザーの満足度が上がっていないことが、当社の従業員満足度が横ばいとなっている大きな要因でございます。こういった課題を受け止め、従業員満足度の向上に向けて努力してまいります。

(2) 危険準備金を追加責任準備金に積み替えたことについて、また、保険金等支払引当金について、翌年度の支払見込額のうち支払備金計上額を上回る額を計上したことについてご説明いただきたいです。

この追加責任準備金は、予定利率の高い終身保険契約について、予定利率を引き下げて責任準備金を追加して積み立てたものです。危険準備金にはいくつかの種類があり、その中には逆ざやに備えるものがあります。予定利率の高い終身保険契約は逆ざやとなっているため、この逆ざやに備えるための危険準備金を追加責任準備金に積み替えて、逆ざやが発生しないようにしました。危険準備金と追加責任準備金はともにソルベンシー・マージン総額の分子にカウントされるものであり、この積み替えでソルベンシー・マージン比率は変わることは無く依然として国内会社ではトップクラスの健全性を維持しております。

保険金等支払引当金は、2021年度中に新型コロナウイルス感染症に罹患されたものの、まだご請求のないお客さまに対する支払見込額を2021年度決算で負債として計上し、2022年度の収支に影響が出ないように手当てしたものです。

新型コロナウイルス感染症については、2021年度で約54億円をお支払いしました。2022年度は50億円をお支払いする予想をして、これを2021年度決算で支払備金と保険金等支払引当金で費用処理を終えていますのでご安心いただければと思います。

(3) 若い世代が保険に加入するようなきっかけを作って欲しいです。

若く健康な方は生命保険や死亡の話聞きたくないという方もいらっしゃると思いますが、当社のお客さまアドバイザーは、そのような若い方に対しても、将来に備えて生命保険に加入いただくという努力をしております。保険料を安くするなどのインセンティブがあればご加入いただくきっかけとなるかもしれませんが、当社といたしましては、将来不測の事態が発生した場合にも保険金等を確実にお支払いできるよう、保険料を割り引くよりも、配当還元を充実させることで実質的な保険料の軽減を図ってまいりたいと考えております。若い方にもお入りいただく施策等につきましては、今後も努力をしてまいりたいと思います。

(4) お客様アドバイザーが働きやすい職場づくりを進めて欲しいです。

新中期経営計画における「営業職員制度改革」において、お客様アドバイザーの働く環境を整えてまいります。その中でも、勤務時間につきましては、できる限りフレキシブルな働き方を提供してまいりたいと考えております。また、教育面につきましては、保険募集理論を中心とした販売のあり方に加えて、成果の上がっているお客様アドバイザーの共通点である自己管理能力の引き上げをプログラムに加えたいと思っております。さらに、お客様アドバイザーが所属する組織の働きやすさなどにも配慮しながら、環境の整備と個々の能力の向上に努めてまいります。

担当のお客様アドバイザーが長く勤めて、長期にわたりアフターサービスを提供させていただくことがお客様にとって非常に重要であることから、今申し上げたような取り組みを実施することで、一人でも多くのお客様アドバイザーが長く勤務できるような体制を整えてまいりたいと考えております。

第139回～141回評議員会

付議事項及び主な議論の内容

- ・本資料では、評議員会の付議事項及び主な議論の内容をご紹介します。

■評議員会について

当社は、経営の適正を期するための経営諮問機関として、評議員会を設置しています。

評議員会では、当社から諮問を受けた事項及び社員から書面で提出された会社経営に関する事項について審議することとしているほか、経営上の重要事項についてご意見をいただいています。

当社の評議員は、定款第 23 条にもとづき社員または学識経験者としており、その候補者の選考にあたっては会社経営に幅広い見識をお持ちであること、評議員会に出席し積極的に発言をいただけることなどを考慮しております。

第 139 回評議員会（2022 年 3 月 7 日実施）

付議事項	(1) 第 100 回定時総代会の日程について
	(2) 女性活躍推進について
	(3) 経済価値ベースのソルベンシー規制について

第 140 回評議員会（2022 年 6 月 17 日実施）

付議事項	(1) 2021 年度業績状況について
	(2) 第 100 回定時総代会の報告事項と決議事項について
	(3) 2021 年度ご契約者懇談会について

第 141 回評議員会（2022 年 10 月 24 日実施）

付議事項	(1) 第 100 回定時総代会におけるご意見・ご質問について
	(2) 新中期経営計画について

第 139 回評議員会

(1) 第 100 回定時総代会の日程について

第 100 回定時総代会の日程についてご説明しました。

評議員：次回総代会は第 100 回とのこと、総代や契約者に向けた記念イベントなどを開催する予定はあるのか。

当 社：来年の 100 周年に向けて、イベントを行っているところであるが、総代会におけるイベントは今のところ考えていない。100 周年においては式典などを行う予定である。

(2) 女性活躍推進について

女性活躍推進についてご説明しました。

評議員：女性活躍推進の取組みが非常に遅れていると思う。国際的には日本全体が女性差別のある国と言われているので徹底して進めていくのがよい。

エリア職は副部長まで昇進可能とのことだが、本来すべての人に昇進の機会があるべきである。将来的にはこの昇進の上限を撤廃するのか。

また女性は育児で大変だから研修をすることとのことだが、本来男女は平等であり、育児も平等で行うものだから、男性の研修や育児休暇取得の推進も行っていく必要がある。女性活躍推進の取組みについて、掲げる目標とその目標の達成状況をもっと明確に示すと対外的にも理解を得られると思う。

当 社：男性職員向けの研修も実施している。当社は全国展開の会社のため、総合職は転勤がある一方エリア職は転勤がない。総合職とエリア職は転勤問題がある限りは全く同じ制度にするのは難しいと考えている。

評議員：エリア職に上限を定めるのではなく、総合職にはプラスアルファを付与する方がいい。

評議員：長時間働く人が高く評価されるという誤解について、評価の K P I や基準が社内どのように示されているのかが気になる。評価基準をはっきりさせるとこのような課題は解消されるのではないか。

当 社：長時間仕事をした方が良いということは絶対はないが、結果的に長時間仕事をしていた人の方が仕事の成果が出ているということはあるかもしれない。しかしながら、長時間仕事をすれば評価も高くなるということはない。

評議員：女性のキャリアアップにかかわる要因としては介護の問題も大きい。介護に対する取り組み状況はどうか。また、テレワークを導入すると状況が改善されるというデータもあるので、取り組み状況についてもご教示いただきたい。

当 社：育児だけではなく介護についても制度は整えており、セミナー等で積極的に発信して周知をしているところである。在宅勤務はコロナ禍で導入しているが、育児・介護向けの在宅勤務の導入についてはまだ制度化されていない。アフターコロナに向けてまさに検討しているところである。

評議員：介護はお子さんがある無しに関係なく、男女関係なく課題となることなので、しっかり取り組んでほしい。

評議員：社会全般において、女性活躍推進について停滞していると感じている。問題の原因の一つは、男性社会、終身雇用を前提にした人事賃金制度、福利厚生制度が主流となっていることである。女性に適している仕事は何か、研修は何をやらねばいいかといった議論ばかりが行われているが、実際の女性活躍推進につながっていない。柔軟な勤務体系などを制度にきちんと組み込めば、会社の本気度が職員にも伝わりモチベーションにもつながる。

当 社：柔軟な勤務体系など、制度的には他社に遅れているとは思っていないが、周知徹底や利用度の低さは課題と思っているので継続して対応していく。

評議員：女性職員がどう考えているのか、物が言いやすい環境なのかを考え、制度を押し付けるのではなく、当事者を巻き込んでやっていくことが必要である。

(3) 経済価値ベースのソルベンシー規制について

経済価値ベースのソルベンシー規制についてご説明しました。

評議員：国際会計基準（I F R S）は、当初アメリカは反対していたが、結局ヨーロッパに歩み寄った経緯があるので、今アメリカがI C S（保険資本基準）に反対しているとしても、条件次第でいつひっくり返るかはわからないと思う。

資産や負債の時価評価の基準はどうか。保険商品を時価評価するということは、保険がマーケットで売れるのであれば想定ができるが、そういうシステムが整っていない中で、どのように時価評価をするのか議論されているのか。本来であれば資産も負債もファンダメンタルズで考えなければいけないが、リーマンショックなどバブルが発生するとファンダメンタルとは乖離する。そういうことを排除するような仕組みは整っているのか。

当 社：時価評価について、アメリカはG A A P（一般目的会計）を持っているが、相互会社はG A A Pを使用しておらず法定会計しかない。従ってI F R Sの議論においては、相互会社は一步引くのではないか。

負債の時価について、マーケットはほとんどない。将来のキャッシュフロー

を予測してその変動をある程度のリスクマージンで現在価値に戻すことで負債の時価として計算する。

評議員：割引率が変わるだけで大きく変わるということか。

当 社：割引率が少し変わるだけで負債も大きく変わる。非常に制御しづらい。

以 上

第 140 回評議員会

(1) 2021 年度業績状況について

2021 年度業績状況についてご説明しました。

評議員：1 点目は、新契約高より解約失効高が少ないのに保有契約高が減少するのは何故なのでしょう。2 点目は、どこまで自己資本を積み上げるのか目安や目標は持っているのでしょうか。3 点目は、円安やアメリカの金融引き締め、日本の金融政策も難しくなっているという厳しい状況下において、2022 年度における資産運用の考え方について伺いたい。

当 社：1 点目については、解約失効のほかにも、満期や死亡等で契約が終了するものもあり、保有契約高は減少となっている。2 点目の自己資本については、現行のソルベンシー・マージン比率では国内社では一番高い水準になっており、健全性の 1 つの基準である 200% を大きく上回る 1,200% 以上を維持している。2025 年度に導入予定の経済価値ベースのソルベンシー・マージン比率でみると 220% 台であり、もう少し余裕を持ちたいと考えている。明確な目標値はないが、当面は安定的に 230% を超えることを目標にしている。3 点目については、2017 年度以降、自己資本が積み上がってきたため、運用面でもリスクをとってきており、内外の株式や株が組み込まれたファンド、外貨建ての債券に資金をシフトしてきた。2021 年度は相場もよかったため、過去最高の利息及び配当金等収入を確保することができた。2022 年度に入って、株価は低調で、為替は円安である。市場の不透明感が強いことからリスク・テイクは一時休止し、安全性に主眼をおいた運用方針としている。こうした考えのもと、金利が上がってきた国内の債券を中心とした資金配分としている。その結果、2022 年度の予算では利息及び配当金等収入は減るという予算にしている。

評議員：給付金等の支払いや契約者の増加等、新型コロナウイルス感染症が経営に与えた影響について伺いたい。

当 社：新型コロナウイルス感染症については、2021 年度で 50 億円ぐらいお支払いした。2022 年度は 50 億円をお支払いする予想をして、これを 2021 年度決算で支払備金と保険金等支払引当金で費用処理をしており、損益上は大きな影響が出ている。しかしながら、運用益が増えたので、それをカバーして増益となった。他にも、この 2 年間で新規のお客さまを獲得するのが難しくなっている。この影響は、新型コロナウイルス感染症が収束してもすぐに回復するのは難しく、今後大きな影響が出ると考えている。

評議員：中期経営計画の「お客さま満足度No.1の生保会社となる」と現状とのギャップは、どのように調べて把握しているのか。

当 社：「お客さま満足度No.1の生保会社となる」ということは、一人ひとりのお客さまに1番評価していただく生命保険会社となるということである。アンケート調査やランキングで業界の中で1位になることではないが、参考として外部調査機関の満足度調査で他社との比較をしている。そのなかで当社は何が足りないのかを分析し、ありたい姿と現状とのギャップをこの3年間でどう埋めていくのかを各部門がアクションプランを立てて取り組んでいる。

(2) 第100回定時総代会の報告事項と決議事項について

第100回定時総代会の報告事項と決議事項についてご説明しました。

評議員：相互会社においては、総代からご意見を伺う場である総代会はあるが、社員（ご契約者）からの提案を伺う場はないのか。

当 社：全国の支社でご契約者懇談会を開催し、ご意見・ご提案をお伺いしている。1～2月に開催されるご契約者懇談会には、総代の方にも出席いただき、そこで出た意見を踏まえて、総代会にご出席いただいている。総代のみではなく、ご契約者懇談会に参加されたお客さまの声が総代会に反映される仕組みになっている。

評議員：THE MUTUALは良い考え方だと思う。共感・つながり・支えあいの想いに対するご契約者やお客さまアドバイザーの反応はどのようなものか。

当 社：内務職員やお客さまアドバイザーにはTHE MUTUALという言葉は浸透してきた。100周年プロジェクトの推進部隊であるNEXT100という分科会が、ボトムアップで様々なプロジェクトに取り組んでいる。この分科会のメンバーを追加募集したところ、お客さまアドバイザーを中心に500名以上の参加があった。徐々に盛り上がってきたと感じている。

評議員：THE MUTUALという言葉をぜひ頑張らせて定着させていただきたい。

(3) 2021年度ご契約者懇談会について

2021年度ご契約者懇談会についてご説明しました。

評議員：他社では、新型コロナウイルス感染症関連や外貨建保険の問い合わせが増えており、お客さま窓口が繋がりにくいという話を聞くが、そのような苦情は問題になっていないか。

当 社：新型コロナウイルス感染症の給付金請求が殺到しており、期限の日数までにお支払いできていない。その件に関する問い合わせは来ているが、お客さまセンターでの電話対応が出来なくなるほどではない。

以 上

第 141 回評議員会

(1) 第 100 回定時総代会におけるご意見・ご質問について

第 100 回定時総代会におけるご意見・ご質問についてご説明しました。

評議員：資産運用について、国債を中心とした国内資産に資金配分を振り向けるなど、保守的な運用方針に変更しているとのことだが、円安により保有する外貨建資産は含み益となる一方で、国債にシフトすると価格低下のリスクもあるのではないか。2022 年度上半期の決算は、相当いい内容なのではないか。

当 社：外貨建資産については、金利上昇によるマイナス要因と円安によるプラス要因がほぼイコールぐらいではないかと考えている。国債の価格低下リスクは、それに備えて自己資本を十分に積み上げているため、対応できると考えている。

当 社：外貨建資産について、円安局面では為替ヘッジをしなければもっと利益は上がると思うが、安全性を考慮してヘッジをしている。短期金利がアメリカと日本では大きく異なるため、ヘッジコストは上昇している。海外の金利上昇により投資機会が出ているものの、ヘッジコストが高いので、上半期は国内資産に投資している。厳しい環境であるが、機動的な資産運用を心がけていく。

当 社：上半期決算について、資産運用は円安効果で結果はいい。一方、新型コロナウイルス感染症の死亡保険金・給付金の支払額は、前年度 50 億円弱だったのに対し、今年度は上半期だけで約 200 億円になる見通しである。運用の増益分でかなりカバーできるが、減益となるだろう。

評議員：100 周年「THE MUTUAL」を掲げているが、相互扶助という考え方を若い人にもっと理解してほしいと考える。富国生命の活動において、若い世代の反応をどう受け止めているか。

当 社：100 周年事業の「THE MUTUAL」は「次代の相互扶助を考える」をテーマにしており、今の若い世代が相互扶助をどのように考えているのか、社内はもちろんのこと、お客さまも交えて議論していくことを考えている。

(2) 新中期経営計画について

新中期経営計画についてご説明しました。

評議員：確認指標について、コロナ禍で活動しにくい時期でも基幹職員数が維持できているのは何故ですか。また、長期的にみると保有契約高が減少しているのは、契約が小口化しているということなのか。

当 社：コロナ禍においては、営業職員の給与保障を一定期間行った。その結果、営業職員数がある程度維持できた。また、当社は保障性商品、貯蓄性商品、第三分野商品をバランスよく販売していくことを目標としている。近年は第三分野商品の販売が好調であるが、第三分野商品は保険金額が少ないため、保有契約高の増加に必ずしもリンクしない。

評議員：IT・デジタル戦略はコストがかかるものであるが、システムの内製化をどこまでやっていくのか、システムに精通している人はどれくらいいるのか。

当 社：一番大きい問題は、コンピューターメーカーがメインフレームをいつまで作り続けるのかということである。そうでないのであればクラウド等の検討となる。システムを理解していることは重要であるが、どうしても外部に委託せざるをえない状況がある。一方で、外部に委託すると個人情報やサイバーセキュリティ等の問題があるため、引き続き議論を重ねていく予定である。コストがかかる問題であるので、いかに効率よく持続させていくかを考える必要がある。

評議員：中期経営計画は、今後修正が出てくると思う。従業員は具体的に制度、評価や仕組みが変わったということがないと理解しづらいので、ある程度時間をかけなければいけない。また、お客さまは具体的な提供価値を経験して初めて満足するものである。経験をさせるプロセスがなかったり、アクションプランが社内の議論で終わってしまって、お客さまに提供するところまで至らないと、好循環につながらなくなるのではないか。

当 社：中期経営計画は、アクションプラン等、修正が出てくると思う。それをどのように知らせるか、いかにして納得感を得られるかは気を付けていきたい。中期経営計画をテーマとした車座ミーティングで、中期経営計画の目的について浸透を図っているところである。お客さま満足度 No. 1 の生保会社になるという非常に高い目標を掲げており、目標に向かってのプロセスであるということを理解してもらえるように、慎重にやっていきたい。

評議員：不確実性の中で、柔軟性を持ちながら長期の目標に向かってどのようにやっていくかということだろうが、現場が混乱しないようにやらないと中期経営計画の目的が理解されなくなり、無関心になりかねない。

以 上