

2023 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、2023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をご紹介します。
- ・回答は当時（2024年1月12日～2月16日）のものであり、2023年度決算（案）の状況などその後の変化について補筆欄に掲載しております。

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。

2023年度は2024年1月12日～2月16日に全62支社で開催しました。

(出席者内訳)

出席総数		1,108名	占率
性別	男性	482名	43.5%
	女性	626名	56.5%
年齢別	30歳以下	52名	4.7%
	31～40歳	137名	12.4%
	41～50歳	236名	21.3%
	51～60歳	288名	26.0%
	61歳以上	395名	35.6%
職業別	会社員	362名	32.7%
	主婦	235名	21.2%
	大学教授	1名	0.1%
	言論界・ジャーナリスト	1名	0.1%
	弁護士・医師	2名	0.2%
	自営業者	147名	13.2%
	会社役員	75名	6.8%
	公務員	59名	5.3%
	その他	226名	20.4%

(出席者からのご意見・ご質問)

項目	件数	占率
商品関連	346件	27.9%
営業・サービス関連	480件	38.7%
事務対応・お手続き関連	137件	11.1%
経営関連	224件	18.1%
社会貢献活動関連	33件	2.7%
ご契約者懇談会関連	19件	1.5%
合計	1,239件	100.0%

商品関連

(1) 持病があっても加入できる生命保険について、今後販売する予定はあるか。

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、特別保険料や特定部位不担保などの条件を付け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、現時点では具体的な販売の予定はありませんが、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。

なお、当社のお客さまアドバイザーを通じて加入いただけるフコクしんらい生命の「利率更改型一時払終身保険」は、健康状態等の告知が不要な無選択型の商品となっております。

(2) 高齢になると保険料が高くなるが、もっと安くできないか。

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、保険金等の支払いが発生する可能性は年齢とともに高まるため、保険料もそれに対応して高くなることをご理解いただきたく存じます。

また、当社は相互会社として、配当還元を通じた実質的な保険料負担の軽減に努めており、2022年度決算では個人保険について11年連続となる増配を実施しました。

今後も経営の効率化や財務基盤の強化を進めるとともに、配当還元の充実に注力することにより、実質的な保険料負担を抑えたうえで確実に保障をご提供できるよう努めてまいります。

備考

2023年度決算(案)に基づき、2024年度にお支払いする社員配当金は12年連続となる増配を行う予定であり、100周年を記念した臨時配当も合わせた対象件数は約232万件となる見込みです。その結果、配当をお支払いする契約は有配当契約の83%に相当する約293万件となる見込みです。

商品関連

(3) 貯蓄性商品のラインアップを増やしてほしい。

一時払の貯蓄性商品については、2016年7月に当時の金利の状況を勘案して販売を休止しましたが、再開に対するご要望が多く寄せられたことから、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を「代理・代行」のスキームを使って販売することで、お客さまのニーズへの対応を図りました。

また、平準払の貯蓄性商品としては、効率的な教育資金の準備を可能とする学資保険「みらいのつばさ」と将来の必要資金を計画的に準備できる個人年金保険「みらいプラス」を販売しております。学資保険「みらいのつばさ」については、昨今の市中金利の動向等をふまえ2023年4月に保険料率改定（引下げ）を実施し、より効率的な資金準備を可能としました。

貯蓄性商品については、今後のさらなる金利上昇を見据えて、適切な予定利率の設定や商品ラインアップの拡大も含め魅力的な商品の提供に向けた検討を続けてまいります。

備考

個人年金保険「みらいプラス」についても、2024年4月に保険料率の改定（引下げ）を実施しました。

(4) 外貨建保険や変額保険を販売する予定はあるか。

外貨建保険や変額保険は、低金利下において円建の定額型の商品よりも高い利回りが期待できる商品で、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。ただし、外国為替相場の変動や投資信託等の運用商品の価格変動により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や運用リスクをはじめとする重要事項についての十分な説明に加えて、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、今後も研究を進めてまいります。

商品関連

(5) 若い人向けに、必要最低限の保障や保険料の商品を販売してはどうか。

現在の主力商品である「未来のとびら」は、主契約がなく、多様な特約ラインアップから必要な特約を選んで保障を組み立てる仕組みの商品であり、死亡保障に対するニーズが相対的に低い若年層のお客さまについても、生前給付に重点を置いたプランなど、柔軟な保険設計が可能となっております。

若年マーケットの開拓は今後の販売政策における重要課題の一つと捉えていることから、今後も市場の動向等を注視しつつ、お客さまのニーズに適った保険商品の研究・開発に取り組んでまいります。

(6) ペット保険について、その販売方法や戦略について教えてほしい。

当社はアニコム損害保険株式会社の代理店として、お客さまにペット保険の紹介・提案を行っております。お客さまがご自身のスマートフォンやタブレットを使用し、お申込の手続を行う仕組みとなっております。

現在、犬や猫のペット数は15歳未満の子供の数よりも多くなっていること、ペット保険の国内の普及率が未だに16%と諸外国と比較し低いことなどから、ペット保険の市場は今後も拡大する見込みです。当社ではペット保険を活用し、新たな顧客接点を持つことで損害保険商品のみならず生命保険商品の販売促進を目指しております。

営業・サービス関連

(1) CMやSNSなど様々なツールを使ってもっとアピールしてはどうか。

プロモーション展開について貴重なご提案をいただき、ありがとうございます。
以前までは、テレビCMを積極的に活用していませんでしたが、新医療保険「ワイド・プロテクト」の発売を機に実施したマーケティング調査の結果、テレビCMについても一定の効果が見込めるとの判断から、2022年度よりテレビCMによるプロモーションを実施しました。また、2023年度は創業100周年を迎えるメモリアルイヤーであることを踏まえ、当社の認知度の向上を目的に、大規模なテレビCMメディアプランを展開しました。同時に、テレビCMと連動し、YouTubeやTVerなどの様々なメディアを活用した幅広いPR活動を進めております（補足①）。

その他にも、東京ドームやJリーグチーム等へのスポンサー契約や、東京スカイツリーやピンクリボンフェスティバルへの協賛、またサンリオと提携し「ハローキティ」を起用したPR活動にも取り組んでおります（補足②）。

今後も費用対効果を見ながら、様々なメディアを活用した継続的な実施を検討してまいります。

【補足①】

WEB上に、主力商品をはじめ各種保険商品の特設サイトを開設し、検索からのサイト来訪者を増やすためのSEO（検索エンジン最適化）対策やWEB広告の強化を図っています。また、WEB上でのお客さまとの接点拡大を目的にWEBメディア「47Life（よんななライフ）」を開設し、ITを活用した新たな顧客接点の創出を図っております。

【補足②】

Jリーグクラブへのスポンサー：柏レイソル、京都サンガF.C、ヴァンフォーレ甲府
サンリオ関連の主な協賛：サンリオピューロランド、ハーモニーランド、サンリオパーク
チャルフェス等

備考

2024年3月に「LINE公式」「公式Instagram」のアカウントを開設しました。SNSを活用しさらなる認知拡大、イメージ向上に取り組んでまいります。

営業・サービス関連

(2) 営業の担当者が退職した場合どうなるのか。担当が変わる際はしっかりと引き継いでほしい。

ご加入時に担当したお客さまアドバイザーが退職した場合は、後任のお客さまアドバイザー、または地域等の事情によってはアフターサービス専門の職員であるお客さまサービス担当が引き継ぐ体制としております。今後ともお客さまに安心をお届けできるよう、アフターサービスの提供に努めてまいります。

(3) コロナ禍をきっかけに、営業活動においてオンライン面談も取り入れていると承知しているが、契約者の利便性なども踏まえ、今後、対面とオンラインをどのように使い分けていくのか。

生命保険は金銭にとどまらず、人の命に関わる商品であるため、生命保険の本質はお客さまとの「Face to Face」によるリアルな対面活動であると考えております。一方、デジタルを効果的に活用することで、お客さまだけでなくお客さまアドバイザーも場所にとらわれることなく、保険に関する情報を受け取ることや伝えることが可能になります。そのため、新型コロナウイルス感染症の5類移行後も、多様化するお客さまのニーズに適切にお応えしていけるよう、「リアル」と「デジタル」を組み合わせた営業活動を継続しております。

営業・サービス関連

(4) 少子高齢化によって想定される、若い保険加入者の減少とご高齢の方への保険金支払の増加についてどう考えているのか。

当社は子育て支援を目的とした会員制度である「フコク赤ちゃん&キッズクラブ」を推進し、20代・30代の子育て世帯との接点を増やす取組みを実施しております。2024年1月末時点で約49.5万人の会員を確保しており、会員数は着実に増加しております。また、デジタルネイティブと呼ばれるZ世代をターゲットとして、オウンドメディア（WEBサイト）による情報発信も実施しております。

当社の主力商品「未来のとびら」において20代、30代が新規契約件数の約55%を占めており、こうした若年層との接点を創出する取組みの成果が表れていると考えております。今後も、若年層との接点の創出に引き続き注力してまいります。

一方で、高齢化に伴い、ご高齢の被保険者様の保険金等の支払の増加が見込まれます。しかしながら、保険料は、被保険者の年齢や性別といった属性ごとの保険金支払発生リスクに応じて設定されておりますので、ご高齢の被保険者様への保険金等のお支払に関しては何ら問題ございません。

備考

2024年4月末時点で「フコク赤ちゃん&キッズクラブ」の会員数は約51.1万人に増加。

事務対応・お手続き関連

(1) クレジットカード払いをはじめ、保険料のキャッシュレス決済は検討しているのか。

昨今においては、さまざまなキャッシュレス決済の手段が普及するとともに、キャッシュレス決済額やその比率も増加基調にあります。その中で、クレジットカード払いの導入につきましては、多くのお客さまからご要望を寄せられているほか、お客さまの利便性が向上すること等を踏まえて、可能なかぎり近い将来に実現できるよう検討を進めております。

備考	クレジットカード払いの導入に向けて準備に着手しております。
----	-------------------------------

(2) P Cやスマートフォンで自分の契約内容の確認や保険金等の請求、契約の変更などはできないのか。

2024 年度中の開設に向けて、スマートフォン専用の手続きサイト（以下、「お客さまマイページ」）を構築中です。

お客さまマイページでは、ご契約内容の確認に加えて、通信先住所の変更、ケガによる入院給付金のご請求手続き、お祝金等のご請求手続きについて、順次ご提供していく予定です。

さらに、将来に向けてさまざまなお手続きサービスの拡充を進めてまいります。

経営関連

- (1) ソルベンシー・マージン比率が低下しているのはなぜか。また、健全性の指標がソルベンシー・マージン比率から経済価値ベースのソルベンシー比率へ移行することで、どのような影響があるか。

【ソルベンシー・マージン比率が低下している理由について】

当社は「自己資本、リスク及びリターンの一体的な管理」のもと、自己資本の充実度を踏まえたリスク・テイクにより収益を確保し、その結果、自己資本の充実度が向上し適切なリスク・テイクが促進される、そのような好循環の実現を目指しております。2017年度より資産運用において、自己資本の充実度に応じたリスク・テイクを行い、収益の向上を図る戦略をとっております。2022年度はオープン外債（為替リスクをヘッジしていない外債）の増加等によりソルベンシー・マージン比率は低下したものの、業界トップクラスの健全性を維持するとともに、リスク・テイクの効果により高水準の資産運用収益を確保しており、利息及び配当金等収入は5年連続で過去最高を更新しております。

【経済価値ベースのソルベンシー比率へ移行することによる影響について】

2025年度に経済価値ベースの健全性規制が導入される予定となっています。本規制におけるリスクについては、世界的な金融危機やパンデミック等を踏まえて、20年に1回程度起こるようなリスクから、世界基準と同等の200年に1回しか起こらないようなリスクへの対応へと見直されます。さらに、長期に亘り予定利率を保証する貯蓄性商品については将来の逆ざやリスクに相当する金利リスクも対象となる等、より厳格な基準で算定するためソルベンシー比率の水準は現行よりも低くなります。なお、当社の比率（2022年度末においては233.8%）は経済価値ベースの健全性規制が導入されている欧州における主要な保険会社に劣らない高い水準にありますのでご安心ください。

経済価値ベースの健全性規制への移行による影響として、長期に亘り予定利率を保証する貯蓄性商品を販売するには相応の自己資本が必要になることから、自己資本が十分にある会社は当該商品を販売できる一方で、そうでない会社は販売できないことが想定されます。当社は今後も貯蓄性商品を販売し、お客さまのニーズに応えてまいります。

備考

2023年度は、利息及び配当金等収入が前年度を上回り過去最高を更新する見通しであることに加えて、新型コロナウイルス感染症に係る保険金や給付金の支払減少もあり基礎利益は大幅に増加し、健全性についてもソルベンシー・マージン比率は1,147%と前年度を上回りました。また、2024年4月に保険料率を改定（引下げ）した個人年金保険「みらいプラス」を販売したことを踏まえ、保険料率を引下げたご契約と不公平がないよう、それ以前に加入された個人年金保険のご契約を対象に利差配当を行う予定です。

経営関連

(2) 職員のモチベーションを維持し満足度を高めるために、どのような人材育成に取り組んでいるのか。

経営方針に「“お客さま基点”での人材育成を通じて、職員の働きがい高める」ことを掲げ、「お客さまの満足」と「職員の満足」の好循環を構築できるよう、様々な人材育成の取組みを行っております。また、「人づくり基本方針」においては、多様な個性を認め合い、信頼して任せることを人づくりの根幹と定めております。

人材開発本部では研修を単に知識やスキルを学ぶための場でなく、職員が自らの能力を活かし、ありたい姿を見つけるための場としております。研修後に行動が変わり、実績につながることで職員のやりがいが増すよう、各現場の上司による支援の充実を図り上司向け研修（例：1on1 ミーティング、フィードバック研修等）を行っております。人づくりの環境を各職場で整えることで、各自の持てる力が発揮され、おのずとモチベーションも維持されるように人材、組織の開発に取り組んでおります。

(3) コロナ禍が収束して、給付金支払の影響はどうか。また健全性に問題はないのか。

2022 年度において、新型コロナウイルスに係る保険金や給付金の支払額は 347 億円となり基礎利益が減少したものの、準備金を取り崩すことなくお支払いできましたので、ソルベンシー・マージン比率は 1,133.8%と、引き続き高い水準を維持しました。

2023 年度においては、2023 年 5 月の 5 類感染症へ変更する政府方針決定を踏まえ、みなし入院による入院給付金等の取扱いを終了したことで新型コロナウイルスに係る支払は大幅に減少し、2023 年 12 月末時点の支払額は 8 億円となっております。

備考

新型コロナウイルス感染症に係る支払が減少した一方で、コロナ禍に医療機関への受診を控えられていたお客さまが受診を再開することで、給付金等の支払が増えると予想していたものの、現時点で支払の増加は見られておりません。

経営関連

(4) 大災害が発生した場合、事業の継続や保険金等の支払に問題はないのか。

生命保険は万が一のときに保険金や給付金をお支払いする「約束」です。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ており、大災害や経済環境の激変といった危機にも耐えられる資本基盤を構築しております。それに加えて、大地震や津波、パンデミック等の大災害について事業継続計画および対応マニュアルを準備し、保険金等の支払いに支障をきたすことがないように日頃より職嘱員に対して災害リスクへの認識と理解を深めるための研修や非常時の訓練等を実施しております。また、先般の能登半島地震を教訓に、これまで地震発生の可能性が比較的低いと想定されていた地域においても、南海トラフ地震の避難対象地域など地震発生の可能性が高いと想定される地域と同レベルの研修などを実施していくことといたしました。いかなるときでも約束を守る、当社はこの揺るぎない信頼があってこそはじめてお客さまにご安心いただけたと考えております。将来にわたってこの信頼に応え続けるために、引き続き自己資本のさらなる強化と大災害が発生した場合の体制の充実を図ってまいります。

(5) 株式会社ではなく相互会社にこだわるのはなぜか。

当社は創業以来、相互会社形態を堅持する日本で唯一の会社です。実質的な創業者である第二代社長の吉田義輝は、「ご契約者本位」という想いのもと、相互会社形態にこだわりました。それは、保険会社は相互扶助の精神から生まれたご契約者を中心とする組織だからです。ご契約者は利用者（お客さま）であり会社の構成員（社員）でもあるため、相互会社である当社はご契約者に代わって事業運営をしているに過ぎないとも言えます。つまり「ご契約者本位」を徹底するためには、相互会社形態が最適であると考えます。

また、生命保険は超長期にわたりご契約者の契約を保障するため、資本コストの重い業種といえます。ご契約者の利益を守っていくためには、一般の企業以上に自己資本が必要です。しかし、自己資本の強化は、ROE（自己資本利益率）の低下を招きます。上場株式会社は、株主が重視するROEを高めるために、分子の利益を増やす必要がありますが、利益を増やすことは短期的には難しく、分母の自己資本を自社株買いで減らす動きがみられます。一方で、相互会社は株主がいいため、自己資本の充実を図ることができ、長期的な視点でご契約者の利益に専念することができます。

上記の観点から、当社は相互会社形態が生命保険業に最適であると考えます。

経営関連

(6) 女性管理職占率など女性活躍推進の取組状況や今後の方針についてはどうか。

当社では、ご契約者の約4割、職員の約8割が女性であり、女性目線は経営に欠かせないものであると考えております。2023年7月には、新たに女性の社外取締役1名が就任しました。社外からだけでなく、社内からの登用も進めていくことがより重要であると考えており、「女性の能力開発」や「女性管理職の増加」などからなるポジティブアクション宣言のもと、女性が活躍できる場の拡大や職場風土作りに取り組んでおります。また、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」にもとづく行動計画を2021年に策定し、2026年までに女性管理職数を内務職員60名以上、営業職員50名以上とすることを目標としております。2024年2月現在、各々47名、41名となりました。取組みは道半ばではありますが、引き続き女性管理職の増加に努めてまいります。経営層につきましても、多様な人材を登用することで取締役会のさらなる活性化に努めてまいります。

備考

<2024年4月時点>

女性管理職数 101名(内務職員54名/営業職員47名)

(7) 100周年を振り返り、100年間変わらず続けてこられたことや、その秘訣について教えてほしい。

1923年に「ご契約者本位」という想いのもと相互会社として創業した当社は、おかげさまで100周年を迎えることができました。当社は創業以来、相互会社形態を堅持する日本で唯一の生命保険会社です。相互会社形態を貫いてきたのは、ご契約者が保険団体を構成しお互いに助け合う相互扶助が保険の精神であり、保険会社は相互扶助の精神から生まれたご契約者を中心とする組織だからです。「ご契約者本位」という創業時の想いは、創業以来変わらぬ経営理念である「ご契約者の利益擁護」に引き継がれております。「ご契約者の利益擁護」をこれからも実践していくためには、いかなることがあってもお客さまにご迷惑をお掛けすることはできません。そのためには会社の健全性が不可欠です。当社には、経営の根幹に一貫して受け継がれている「最大たらんよりは最優たれ」という社是・DNAがあります。これは、規模を求めるよりも質を重視する経営を志向した考え方です。この経営哲学を実践してきた結果が、健全性の高さに表れております。今の当社があるのは、創業時の想いや相互会社へのこだわり、こうしたぶれない軸のもと経営の差別化を実践してきたからです。

生命保険は、お客さまとの一生涯にわたる、さらには世代を超える約束であり、終わりのない仕事です。これまでの100年がそうであったように、次の100年も経営の健全性を維持し、大きな災害や経済危機があっても、確実にお客さまとの約束を果たせる会社であり続けます。

経営関連

(8) 米ドル建永久劣後債を発行した理由について、教えてほしい。

当社は生命保険業という公共性の高い事業を営む企業として、とりわけ、経営の健全性の確保に努めてまいりました。財務基盤の強化における自己資本の充実にあたっては、経常利益による内部留保の積上げ（諸準備金の積増し、任意積立金の積立て）を第一義とし、適時、外部調達（基金の募集、劣後性資金の調達）を行うこととしております。2023年9月に2013年度発行の米ドル建永久劣後債を償還しました。2023年度上半期末のソルベンシー・マージン比率は1,056.4%と、現行規制において十分な水準を確保しており、自己資本に不足が生じている状況ではありません。一方で、金融資本市場の下振れに備える必要性も踏まえ、2023年11月に米ドル建永久劣後債を償還金額相当の5億米ドル発行しました。

また、当劣後債を発行し自己資本の強化を図ることで、強固な自己資本を裏付けとしたリスク・テイク戦略を継続することが可能となります。リスク・テイク戦略の継続により収益性を高め、内部留保の原資を増やすことが、お客さまへの配当還元の充実につながる「資本調達の好循環」を今後も実践してまいります。

備考

<2023年度末：ソルベンシー・マージン比率>
1,147.0%

経営関連

(9) 配当金をもらっている実感がないため、配当金の仕組みについて詳しく教えてほしい。

【配当金のお支払いについて】

- ・配当金の支払方式の多くが積立方式であり、所定の利率で付利したうえで配当金を積み立てております。現在積み立てられている配当金は毎年お届けしているフコク生命だよりに記載しており、ご要望があれば配当金を記載した「ふれあいレポート」をお持ちしますので、担当のお客さまアドバイザーにご連絡頂ければと存じます。

【配当金の仕組みについて】

- ・配当金は毎年の決算において生じた剰余をもとに、ご契約者にお支払いするものです。配当金のお支払いにあたっては、金融危機や巨大地震などいかなることが起こってもご契約時にお約束した保険金等を確実にお支払いできるよう、会社の健全性も踏まえたうえで行う必要があります。
- ・当社におきましては、業界トップクラスの健全性を維持したうえで、2022 年度決算で 11 年連続となる増配を行いました。引き続き、財務基盤の強化を図るとともに、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。

備考

- ・2023 年度は、利息及び配当金等収入が前年度を上回り過去最高を更新する見通しであることに加えて、新型コロナウイルス感染症に係る保険金や給付金の支払減少もあり基礎利益は大幅に増加し、健全性についてもソルベンシー・マージン比率は 1,147%と前年度を上回りました。
- ・以上のことから、100 周年を記念した特別配当を行うとともに、2024 年 4 月に保険料率を改定（引下げ）した個人年金保険「みらいプラス」を販売したことを踏まえ、保険料率を下げたご契約と不公平がないよう、それ以前に加入された個人年金保険のご契約を対象とした利差配当を実施し、これに加えて終身保険特約・学資保険等も含めた貯蓄性商品に対して、足元の金利上昇にキャッチアップした利差配当の増配を行う予定です。これにより 2024 年度にお支払いする社員配当金は 12 年連続となる増配を行う予定です。

社会貢献活動関連

(1) 社会貢献活動としてどのような取組みをしているのか。

当社は相互扶助の精神にもとづき、創業以来、「社会への貢献」を経営理念の一つとしており、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。

芸術文化（アート）を通じた活動として、プロの音楽家による本物のクラシック音楽を、特別支援学校や障がい者施設の方々へお届けする「訪問コンサート」と、地域の福祉にお役立ていただくために、ご来場の皆さまから募金に協力していただく「チャリティコンサート」を、同じ地域であわせて「訪問&チャリティコンサート」として開催しております。

また、特別支援学校や障がい者施設の子どもたちへこれまで以上に「音楽の贈り物」をお届けしたいとの思いから、「訪問&チャリティコンサート」のうち「訪問コンサート」のみを開催する活動として「すまいる・こんさーと」も全国で開催しております。

そのほか、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」や東日本大震災の継続的な復興支援活動として東北3県の「特産品販売会」を実施しております。今後もコロナ禍以前と同様にリアルな対面を重視した社会貢献活動を続けてまいります。

備考

【参考データ】（2023 年度末）

- ・「チャリティコンサート」
1993 年度より開始。通算 306 回開催し、寄付総額は約 6,597 万円となりました。
- ・「訪問コンサート」
2003 年度より開始。通算 259 回開催。
- ・「すまいる・こんさーと」
2022 年度より開始。通算 31 回開催。
- ・「すまいる・ぎゃらりー」
2012 年度より開始。通算 109 回開催。
- ・「特産品販売会」（岩手県・宮城県・福島県）
2011 年度より開始。通算 41 回開催。