

2024 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、2024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（2025年1月20日～2月20日）のものであり、2024年度決算（案）の状況などその後の変化について備考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。

2024年度は2025年1月20日～2月20日に全62支社で開催しました。

(出席者内訳)

出 席 総 数		1,106 名	占 率
性別	男性	519 名	46.9%
	女性	587 名	53.1%
年齢別	30 歳以下	44 名	4.0%
	31～40 歳	146 名	13.2%
	41～50 歳	248 名	22.4%
	51～60 歳	274 名	24.8%
	61 歳以上	394 名	35.6%
職業別	会社員	370 名	33.4%
	主婦	227 名	20.5%
	大学教授	1 名	0.1%
	言論界・ジャーナリスト	0 名	0.0%
	弁護士・医師	4 名	0.4%
	自営業者	138 名	12.5%
	会社役員	84 名	7.6%
	公務員	71 名	6.4%
	その他	211 名	19.1%

(出席者からのご意見・ご質問)

項 目	件 数	占 率
商品関連	509 件	31.1%
営業・サービス関連	510 件	31.1%
事務対応・お手続き関連	231 件	14.1%
経営関連	322 件	19.6%
社会貢献活動関連	24 件	1.5%
ご契約者懇談会関連	43 件	2.6%
合 計	1,639 件	100.0%

商品関連

(1) 金利が上昇しているので、利率のいい貯蓄性商品を増やしてほしい。

平準払の貯蓄性商品として、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」と老後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。国内金利が上昇基調にあることから、2023年4月に「みらいのつばさ」、2024年4月に「みらいプラス」の予定利率を引き上げました。

また、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引受を停止しましたが、販売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」のスキームにより販売することで、お客さまのニーズへの対応しました。

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、適切な予定利率の設定や商品ラインアップの拡大を含め、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	2025年4月より、一時払終身保険「グッとアップ」（予定利率：1.50%）の販売を開始しました。
----	--

(2) 物価が上昇しているが、もう少し手ごろな保険料で加入できる保険はないか。

物価上昇による家計の圧迫が続く中、将来への不安に備えられるよう、当社は配当差引後でみた実質的な保険料負担を軽減することに努めてまいりました。

貯蓄性商品については、当社の良好な運用実績から、2023年4月に学資保険「みらいのつばさ」、2024年4月に個人年金保険「みらいプラス」の保険料率の引下げを実施し、さらに利差配当を増配してまいりました。

保障性商品につきましても、2012年度決算より増配を行っており、2024年度に10年目を迎える主力商品「未来のとびら」の代表的な契約について、10年累計の配当金が保険料の1年分を上回りました。

今後も配当還元の充実により、配当差引後でみた実質的な保険料負担の軽減に努めてまいります。

備考	・2025年4月より、主力商品「未来のとびら」に付加する終身保険特約および介護保障特約＜終身型＞について、保険料率の引下げを実施しました。 ・2024年度決算では、利差配当を含め、13年連続となる増配を行う予定であり、その規模は過去最大となります。これにより、2025年度に10年目を迎える主力商品「未来のとびら」の代表的な契約について、10年累計の配当金が保険料の1.2年分を上回ります。
----	--

商品関連

(3) 高齢になっても継続できる保険があれば安心できる。人生 100 年時代と言われており、それに見合う高齢者向けの商品はあるのか。

長寿化の進展にともない、高齢になっても加入できる保険商品や高齢期をカバーする長期の保障に対する要望がお客さまから多く寄せられています。2022 年 4 月に発売した「終身医療保険（一時金タイプ）」は、こうしたお客さまの声を反映し、加入年齢の上限を従来の 75 歳から 85 歳に引き上げました。

このほか、主力商品「未来のとびら」に付加する終身保険特約、定期保険特約および介護保障特約＜終身型＞は、75 歳までの方が加入することができます。

また、ご加入の保険契約が満期を迎えた場合や更新限度に到達した場合、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保障を継続できるようにしております。

今後もお客さまのニーズを注視しながら、高齢のお客さまに安心してご加入・ご継続いただけるような商品の研究・検討に努めてまいります。

(4) 入院歴や持病があっても加入できる商品を検討してほしい。

現時点で、引受基準緩和型商品の具体的な販売予定はありませんが、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。

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。

備考

2025 年 4 月に販売を開始した一時払終身保険「グッとアップ」は、健康状態等の告知が不要な無選択型の商品です。

営業・サービス関連

- (1) テレビCMやSNSなどで保険に関する情報を得ている人も多い。CMやSNS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おりませんでした。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を中心としたメディアプランを展開しました。

2024年度についてはテレビCMは実施しませんでした。WEB動画CMを中心として、ラジオ、デジタルサイネージなど様々なメディアを活用した幅広いPR活動を進めました（補足①）。

加えて、2024年3月に「LINE 公式」「公式 Instagram」のアカウントを開設し、SNSを活用したさらなる認知拡大、イメージ向上に積極的に取り組んでおります。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PR活動を検討してまいります。

【補足①】

2024年度動画CMは「Talk with Hello Kitty」と題して、イメージキャラクターであるハローキティを起用し、日常の会話をテーマにハローキティと当社に共通する、「寄り添い」の姿勢を発信しております。また、ラジオCMでは2024年4月に予定利率を引き上げた個人年金保険「みらいプラス」の商品プロモーションを展開するとともに、支社・営業所のスタッフ出演によるラジオパブリシティを活用し、地元の皆さまにより親しみを持っていただけるような取り組みを実施しております。

【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、サンリオバーチャルフェス、ハローキティ展 など

営業・サービス関連

(2) 若い人にも保険の必要性を知ってもらうためにどのような取組みをしているのか。

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」を運営し、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。2025年1月末時点で約56.3万名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）や公式LINEアカウント、Instagramアカウントによる情報発信も実施しております。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。

備考	2025年3月末時点 フコク赤ちゃん&キッズクラブ会員数：574,948名 LINE公式アカウント友だち登録数：103,556名 Instagramフォロワー数：20,370名
----	---

(3) 加入している保険が適正なのか、どれくらいの保障が必要なのか、見直しの時期はいつなのか、今後も自分に合った保険をすすめてほしい。

当社では従来より、もしもの時の必要資金と公的な保障からの支給額がシミュレーションできる「ライフコンパス」を活用し、必要な保障を必要な分だけ確保できるように、お客さま一人ひとりのニーズに合わせたコンサルティングセールスに取り組んでおります。

また、加入後についても、結婚や出産等による家族構成の変化や生活設計の変化、お客さまのライフスタイルの変化に応じて保障内容の見直しが必要であると考えております。そのため、お客さま一人ひとりのライフサイクルの変化に応じた最適な情報提供が可能となるよう、お客さまアドバイザーの対面によるきめ細やかなアフターサービスを実施しております。

事務対応・お手続き関連

(1) スマートフォン等を活用して簡単に手続きできないのか。

当社ホームページでは、ご契約者がサービスの利用登録をすることにより契約内容を確認いただける「契約者さま専用インターネットサービス」を提供しております。

2022年8月からフコク生命だよりに掲載した二次元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手続きを期間限定で開始しました。また、2022年10月からマイナポータルを経由した控除証明書の電子発行も開始しております。

2025年度末開始に向けてスマートフォン専用の手続きサイト「フコク生命お客さまマイページ」を構築中で、ご契約内容の照会機能、通信先住所変更、各種ご請求手続き（祝金、生存給付金、無事故給付金、預り金）、特定損傷給付金請求、ケガの外来手術給付金請求の手続きを開始する予定です。

(2) クレジットカード払いなどキャッシュレス決済導入について進捗しているのか。

昨今、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、可能なかぎり近い将来の導入に向けて、システム開発に着手しております。

備考

クレジットカード払いについては、2026年1月からの取扱開始に向けて準備を進めております。

取扱開始時期が確定次第、当社ホームページなどでお知らせいたします。

事務対応・お手順関連

(3) 給付金等の請求時の診断書の取得に手間がかかる。簡略化できないか。

診断書につきましては、入院・手術給付金等をお支払いする際に必要な情報が記載された書類であるため、取得いただくことが原則となります。

ただ一定要件を満たした場合、診断書に代わり病院で手交される「領収書」と「診療明細書」の提出をもって手続きを行うことができます。より多くのお客さまにスムーズに手続きを行っていただけるよう、2024年4月よりこの簡易取扱基準を大幅に拡大しました。

今後も引き続きお客さまの利便性向上に努めてまいります。

経営関連

- (1) 配当金の仕組みや 12 年連続増配について知らなかった。配当還元や増配についてもっとアピールしてはどうか。

ご契約者に当社の配当についてお伝えするために、ディスクロージャー資料やホームページ、フコク生命だよりなどで当社の配当に対する想いや増配についてお示ししてまいりました。2024 年度においては、これらの開示内容を充実させるとともに、ご契約者一人ひとりに配当についてお伝えするための取り組みを実施しました。

具体的には、昨年 10 月より主力商品「未来のとびら」の保険設計書に直近の配当率に基づく予想配当金の表示を開始し、新たに保険に加入されるご契約者が配当金の受取額を実感いただけるものとなりました。併せて、フコク生命だよりがお手元に届く 8 月以降にお客さまアドバイザーがご契約者を訪問し、従来のアフターサービスに加えて当社のこれまでの増配などをまとめたチラシを活用し、配当についてお伝えすることとしました。

備考

- ・ 2025 年 4 月より学資保険「みらいのつばさ」は募集チラシに、個人年金保険「みらいプラス」は保険設計書に予想配当金、配当金を含めた受取額と返戻率の表示を開始し、貯蓄性商品に加入されるご契約者についても配当金の受取額を実感いただけるようにしました。
- ・ 2024 年度決算では 13 年連続となる増配を行う予定であり、増配の規模は過去最大となります。

経営関連

(2) 賃上げや人手不足などが話題になっている。職員満足度を高めるための取組みについて教えてほしい。

経営方針に「“お客さま基点”での人材育成を通じて、職員の働きがいを高める」ことを掲げ、職員満足度を高めるための取組みにおいては、社長をはじめとする役員（社外役員も含む）による車座ミーティングの開催や、各所属における 1 on 1 ミーティングの実施など、経営層・職員間あるいは上司・部下間の課題や問題意識の共有を図っております。

当社は、2024 年 7 月の総代会で「新たな利益配分方針」を公表しました。これまでの配当還元と自己資本の充実を主眼とした利益配分を変更し、「ご契約者への配当還元」「従業員の処遇改善」そして「内部留保」の順序で利益配分を行います。今後も引き続きご契約者への配当還元を最優先する一方、「お客さま基点」の担い手である職員の生活水準と働きがいを向上させることで、結果的にお客さま満足度を高める「持続的成長のための好循環」の構築に努めてまいります。

2024 年度は営業職員・内務職員ともに初任給を引き上げ、加えて、そうした「新たな利益配分方針」に基づき、下期賞与の引上げを実施しました。その結果、営業職員は年収ベースで対前年度比 7.0%、内務職員は 10.3%の賃上げとなりました。

備考

2025 年 4 月より開始した 2025～2027 年度の新たな中期経営計画「THE MUTUAL ACT 2027」（ザ・ミューチュアル・アクト 2027）では、「お客さま」「地域・社会」「職員」の各ステークホルダーが当社に期待する姿をイメージし、若手職員を中心としたボトムアップで CS・ES が連動して向上する施策に取り組んでまいります。「職員」においては、コンセプト「職員と家族に幸せを」を掲げ、「職員の声による働きたい会社『業界 No. 1』の実現」というテーマのもと、定期的に若手職員が経営層に対して取組みについて報告・提案を行い、多くの職員が経営に参画する「場」を設け、コンセプトの実現を目指してまいります。

また、2025 年度においても営業職員、内務職員ともに賃上げを実施しました。

(2025 年度年収ベースの賃上げ率（対 2024 年）)

内務職員計	7.4%
営業職員計	19.7%
（うち給与所得者）	17.5%
（うちお客さま AD）	20.1%

経営関連

(3) 人材の定着を図るために、どのような人材育成を行っているのか。

「人づくり基本方針」において「お客さま基点」を実践できる人材を育成するために、先輩・上司が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して定め、一人ひとりが持っている「自発」「独創」「利他」の能力を開発することに主眼を置いております。研修を単に知識やスキルを学ぶための場ではなく、職員自らが主体的に取り組む、ありたい姿を見つけるための場としております。

また、当社にはコンサルティングセールスとアフターサービスを一体のものとして体系化した「Fスタイル」という「フコク生命のコンサルティング」のモデルがあります。この「Fスタイル」を実践することで信頼関係が築かれ、お客さまと社会へ貢献することによって職員の自己実現につながる好循環を生み出すべく、人材・組織の開発に取り組んでおります。

経営関連

- (4) 金利上昇傾向にある。金利上昇が保険販売や資産運用に与える影響を教えてください。

保険販売面では、金利上昇傾向を受けて、個人年金保険や学資保険などの貯蓄性商品の充実を図り、競争力のある返戻率を実現しました。この取組みは、若年層をはじめとする幅広いお客さまとの接点の創出・拡大に寄与しており、2024 年度上半期の販売件数は前年同期比で 7 倍超と大幅に伸展しました。またこうした貯蓄性商品の販売は、死亡保障・第三分野保障を備えた主力商品の販売促進にもつながっております。

資産運用面において、金利の上昇は、中長期的な資産運用収益の向上につながります。これまでの超低金利環境下では、逆ざやの固定化となる国債への投資を極力控え、強固な自己資本を裏付けに、株式や外貨建債券などに資金配分するリスク・テイク戦略を実践し、収益性の向上に努めてまいりました。一方、国内の金利が十分に上昇すれば、国債を中心に資金を配分する、生命保険の負債特性を踏まえた A L M 運用でも、当社の運用ポートフォリオの収益性向上が可能となります。したがって、こうした金利水準に達した場合には、A L M 運用へと移行させていく方針です。

なお、金利上昇により、保有している公社債の時価は下落するため、含み損が課題となります。当社は、先述の通り、超低金利環境下での国債への投資を控えていましたので、公社債ポートフォリオの含み損は限定的で、株式や外国証券等を合計した有価証券全体では、十分な含み益を確保しております。

備考

- ・ 2024 年度の個人年金保険の販売件数は前年度比 6 倍超となりました。
- ・ 2025 年 3 月以降、国内の超長期金利が、当社の運用ポートフォリオの収益性を向上する水準に上昇したため、2025 年度は、超長期国債を中心に資金を配分する運用により収益性の向上を図りつつ、強固な自己資本を裏付けとしたリスク・テイクを継続しさらなる収益性の向上を図る運用方針としており、これに沿った投融資を実行しております。

経営関連

(5) 人口減少により国内の生命保険事業の環境は厳しくなると思うが、海外進出の予定はあるのか。

現時点では、ホームグラウンド（本業）に集中するため、海外進出はしない方針です。経営資源を他業種や海外などに振り向けると、本業が落ち込む懸念があるためです。経営資源が限られる中、本業に集中するのが経営の確率論から言っても正しいという判断であり、ご契約者の利益擁護という経営理念を果たしていくことを真剣に考えれば考えるほど、確率の高い戦略を取るべきであると考えております。必要と判断した分野においては提携関係や協力関係を構築していくことで自主独立路線を補完し、個社としての競争力を高めていく方針です。

備考

デフレと異次元緩和の収束は、当社にとってポジティブな変化です。以下の理由も踏まえ、海外や他業態への進出ではなく、国内生保市場で成長を図ってまいります。

1 点目はインフレや金利上昇により人件費やモノの値段が上がる環境では、コスト削減による保険料の引き下げは徐々に限界に近づいていること。会社が収益を上げ、それを配当還元することで実質的にお客さまの保険料負担を軽減するという当社のビジネスモデルが改めて評価される可能性は十分にあります。

2 点目は「金利ある世界」において、魅力的な貯蓄性商品を提供することでお客さまの安定的な資産形成のお役に立つことがますます重要になること。競争力のある貯蓄性商品の提供により、お客さまとの接点を拡大してクロスセルの増加につなげてまいります。

3 点目はプロテクションギャップの存在。必要保障額と実際に加入している保険金額の差であるプロテクションギャップが拡大しております。

このギャップを埋めるために、当社はお客さまアドバイザーによるコンサルティングセールスの強化を図り、お客さま一人ひとりに適切な保障をご提案し、一件あたりの保障額を着実に引き上げていくことができれば、国内で十分な成長余力があると考えております。

社会貢献活動関連

(1) チャリティコンサートなど社会貢献活動に参加できることを知らなかった。社会貢献活動についてもっと発信してはどうか。

当社のコンサートは、クラシック音楽になじみのある方はもちろん、なじみのない方にも楽しんでいただけるよう工夫し、多くの方々にご参加いただけるよう取り組んでおります。チャリティコンサートの開催告知は、地域のメディア（ラジオ局、テレビ局等）を通じて行っております。あわせて、お客さまアドバイザーからもご案内をしておりますので、ぜひご参加ください。

チャリティコンサートの発信として、新聞社などへ呼びかけし、活動の様子の取材を受けるなどの対応もしております。チャリティコンサートとは別日に開催している特別支援学校への訪問コンサート（すまいる・こんさーと）については、学校の下承をいただき、メディアの取材を受けています。

今後も積極的に各地域メディアを活用し、社会貢献活動について発信してまいります。