

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。
- ・回答は当時のものであり、本資料作成時点(2022年4月末)までの変化については補筆で対応しておりますが、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

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、ご好評いただきました。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がございます。

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。

(4) 高齢者でも加入しやすく、更新時に保険料が高くなる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。

(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。

(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。

(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おりませんが、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。

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3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	100件	7億8,203万8,292円
給付金	30,755件	50億1,838万6,200円
団体保険) 保険金	58件	3億1,753万7,460円
給付金	129件	756万6,200円

(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・ぎゃらりー」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。

(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(案)

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予定。

(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、「お客さま基点を实践できる人づくり」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、お客さま基点を实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、高齢のお客様や障がいをお持ちのお客様への取組みなどが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2月)、青森支社(3月)、松山支社(4月)
- ・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。(4月)
- ・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、優先取組項目などを整理。(5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。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予定。

(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。