

2022 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、2022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(2023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。

2022 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。2022年度は3年ぶりに全国62支社で対面開催を実施しました。

(出席者内訳)

出席総数		1075名	占率
性別	男性	496名	46.1%
	女性	579名	53.9%
年齢別	30歳以下	49名	4.5%
	31～40歳	134名	12.5%
	41～50歳	236名	22.0%
	51～60歳	281名	26.1%
	61歳以上	375名	34.9%
職業別	会社員	323名	30.0%
	主婦	250名	23.3%
	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	3名	0.3%
	自営業者	146名	13.6%
	会社役員	85名	7.9%
	公務員	74名	6.9%
	その他	192名	17.8%

(出席者からのご意見・ご質問)

項目	件数	占率
商品関連	377件	29.2%
営業・サービス関連	494件	38.2%
事務対応・お手続き関連	143件	11.1%
経営関連	233件	18.0%
社会貢献活動関連	25件	1.9%
ご契約者懇談会関連	21件	1.6%
合計	1293件	100.0%

商品関連

(1) 貯蓄性商品のラインアップを増やしてほしいです。

一時払の貯蓄性商品につきましては、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。

国内の金利は未だ低い水準にあり、貯蓄性商品の開発には厳しい環境が続いておりますが、お客さまの多様なニーズにお応えできるよう、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

学資保険「みらいのつばさ」につきましては、2023年4月に市中金利の動向等をふまえ保険料率の改定（引下げ）を実施しました。

(2) 健康診断受診により保険料が割引になるような健康増進型の商品の販売予定はありますか。

いわゆる「健康増進型」の保険は、健康増進への取り組みなどに応じて保険料が割り引かれる一方、健康状態が悪化すると保険料が上がる可能性があり、保障が必要な時に契約の継続が困難となるリスクがあります。

また、健康増進型保険の仕組み自体は合理的ではあるものの、個々に見れば健康増進に積極的な人が病気になることもあれば、全く取り組まない人が健康を維持するケースもあることから、当社としては、健康であったお客さまへ事後的に配当金で還元する方が公平性の面でより優れていると考えております。

このような理由から、現時点で健康増進型の商品を発売する予定はありませんが、健康増進に関する情報やサービスの提供等、保険料と直接関係のない取り組みについては、積極的に検討していきたいと考えております。

(3) 通院に対する保険はありますか。

現在、通院を支払事由とする商品は販売していませんが、2022年4月に発売した新型の医療保険「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の給付を導入したことで、入院中の治療費はもとより、入院前後の通院費をはじめとする入院にともなう諸費用についても包括的にカバーすることができます。

また、「ワイド・プロテクト」に付加する生活習慣病重症化予防特約および女性疾病重症化予防特約は、所定の生活習慣病・女性疾病に対する投薬治療を保障の対象としているため、入院に至る前のより軽症の段階から給付金を受け取ることができます。

(4) ペット保険を販売する予定はありますか。

ペット保険については、現時点で販売の予定はありません。

しかしながら、多様化する消費者のニーズに対応していくためには、損害保険会社等との業務提携により外部の優れた商品・サービスを当社のお客さまに提供することも積極的に検討していく必要があると考えております。ペット保険についても今後研究を進めてまいります。

(5) 人生100年時代と言われている中、高齢者向け商品の充実についてどうお考えでしょうか。

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歳に引き上げております。

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それ以降も保障を継続することが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・検討を続けてまいります。

営業・サービス関連

(1) CMを見る機会が増えましたが、営業活動における変化やお客さまからの問い合わせが増える等の変化はありましたか。

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。
当社職員に社内アンケートを行ったところ、うれしいことに、お客さまの方から「CMを見たよ」とお声かけいただくことが増えたようです。テレビCMの案内をきっかけに、当社職員がお客さまとコミュニケーションをとらせていただく機会も多くなりました。また、テレビCMの放映前と放映後のそれぞれでマーケティングリサーチを実施したところ、当社の社名認知は向上しており、特にCM放映後に「医療保険について考えてみたい」「WEBで検索したい」などの行動喚起があったことを確認しました。
テレビCMを放映することで、フコク生命の認知向上に一定の効果があったものと考えております。
今後も、こうした効果を踏まえつつ実施を検討してまいります。

(2) デジタルの活用は進んだと思いますが、営業活動においてリアルとデジタルをどのように融合させていくのでしょうか。

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。具体的にはコロナ禍を契機として募集資料等の電子的送付システムやオンライン面談ツール、「LINE WORKS」等を導入しました。
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います。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。アフターコロナにおいても、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推進してまいります。

(3) 若い世代への営業活動等のアプローチはどのようにしていくのでしょうか。

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。2022年9月末時点で約40万人の会員を確保しており、会員数は着実に増加しています。

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。

生命保険文化センターの調べでは20代男性の生命保険加入率は1996年には60.6%あったものが2022年では46.4%と、約14%減少しています。

しかしながら当社は主力商品である「未来のとびら」の新規契約の約6割を20代、30代が占めており、こうした若年層との接点創出の取組み成果が表れていると考えております。今後も若年層への接点創出には引き続き注力してまいります。

備考

2023年4月に学資保険「みらいのつばさ」の保険料率の改定（引下げ）を行い、子育て世帯との新たな接点創出のために、競争力の更なる向上を図りました。

(4) 加入内容の確認や新商品の情報提供などのために定期的に訪問してほしいです。

各種ご案内の発送事前案内やご説明を通じた「既契約者コンタクト活動」を行うことでお客さま満足度の向上を図っております。

具体的には毎年ご契約者宛に発送している「フコク生命だより」や「生命保険料控除証明書」の到着前後の定期コンタクト活動に加え、お客さまと信頼を継続していくための加入後コンタクト活動や各種契約内容の確認、保険契約の見直しのご提案や情報提供などの随時コンタクト活動を推進しております。

また、コロナ禍で導入したデジタルツールを活用した手続き等で利便性を高め、今後もお客さまの期待にお応えできるよう努めてまいります。

(5) お客さまアドバイザーが長く勤められるための環境整備や待遇改善の取り組みはどのようなものがありますか。

中期経営計画において、お客さま満足度の向上につながる営業職員制度改革を進めています。改革の検討にあたっては以下の4点を基本方針として掲げ、お客さまアドバイザーの生産性を高めながら、従業員満足度およびお客さま満足度の向上に資する制度構築に取り組んでおります。

- I. お客さまに寄り添うための環境整備
- II. 安心して長く働ける制度への改定
- III. 適正ある人材確保
- IV. 自律した活動ができるお客さまアドバイザーの育成

備考	2023年4月に処遇改善策として初任給の引き上げ、コース昇格手当の引き上げ、業績加算手当の創設、携帯情報端末「PlanDo」の無償化などの施策を実行し、2022年度比で5%以上の賃上げを実施しました。
----	--

(6) 新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが「5類感染症」へ移行後、保険金・給付金の給付で変更になることはあるのでしょうか。

新型コロナウイルス感染症については、2022年9月26日以降、発生届の対象が従来の全数把握から重症化リスクの高い方のみに変更されたことを受けて、当社を含む生命保険各社は「みなし入院」による入院給付金等の支払対象を発生届と同じ範囲に限定しております。

また、災害割増特約その他の災害関係商品は、現在は新型コロナウイルス感染症による死亡・高度障害も保障の対象に含めていますが、約款上、1～3類の感染症または新型インフルエンザ等感染症のいずれにも該当しなくなったときは対象から除外すると定められているため、今後「5類感染症」へ移行後は、災害割増保険金等は支払われないこととなります。なお、原因を災害に限定しない死亡保険金等についてはお支払いいたします。

備考	2023年5月8日に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが「5類感染症」へ移行したことを受け、給付金については、2023年5月8日以降に罹患されたお客さまで、臨時施設等または自宅において療養された場合（いわゆる「みなし入院」）は、入院給付金等の支払対象外となり、病院に入院された場合は、約款で定めるとおり入院給付金等の支払対象となりました。 また災害割増保険金等についても新型コロナウイルス感染症においては、支払われないこととなりました。
----	---

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などの導入を検討されているとのことですが、進捗状況はいかがでしょうか。

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、導入のご要望が多く寄せられています。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おります。

備考	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向けて実現できるよう検討を進めております。
----	--

(2) 契約や給付金の請求、アフターサービスにおけるWEB手続きの導入をしてほしいです。

新契約の手続きにおいては、インターネット経由で申込手続きが完結できるシステムは現時点で導入しておりませんが、オンライン面談および書面申込手続きの組み合わせにより、提案から申込に至るまで対面することなく契約手続きが可能な非対面募集の取り扱いを2020年9月より開始しております。お客さまご自身のスマートフォン等から申込手続きができる仕組みの構築は、今後も検討を重ねてまいります。

各種変更、給付金等の手続きにおいては、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進めております。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ております。また、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、WEB上で手続きが完結します。

備考	2024年度を目標にご契約内容の確認、住所変更や祝金請求の手続き等が可能となるスマートフォン専用の手続きサイトを構築中であり、その他の手続きも順次拡充する予定としております。
----	---

(3) マイナンバーカードと保険情報を紐づけてほしいです。

当社では、2022年10月よりマイナポータルを経由した生命保険料控除証明書の電子交付を行っております。また、2023年4月からは今後支払調書の作成が必要となるお客さまを対象とするマイナンバーの電子申告の開始を予定しております。

備考

2023年4月現在、政府にてマイナンバー法の改正が検討されており、当社においても今後の法改正によるマイナンバーカード情報の活用を検討してまいります。マイナンバー法の改正については、お客さまの同意を前提にマイナンバーカードのICチップを利用した公的個人認証サービスによる基本4情報（氏名・生年月日・性別・住所）の民間事業者による活用について検討がされております。

経営関連

(1) 新型コロナウイルス感染症によ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、経営に影響はないのでしょうか。

2022年度は新型コロナウイルスの感染拡大により保険金や給付金のお支払いが増加しましたが、内部留保の強化と配当還元の充実を図るための財源を確保することができる見込みであり、健全性についても業界トップクラスの水準を維持できる見通しです。ご安心して契約を継続いただければと存じます。

備考

2022年度決算の基礎利益は472億円と前年度の763億円に比べて大きく減少したものの、内部留保の強化と配当還元の更なる充実のための財源を確保することができました。健全性についても、ソルベンシー・マージン比率は1,133.8%と高水準であり、オンバランスの自己資本も142億円増加して9,973億円となり、引き続き強固な財務基盤を維持しております。以上を踏まえて、個人保険について2022年度に「未来のとびら」や「ワイド・プロテクト」に加入したご契約に対して配当の早期還元を実施するとともに、保険料率を引き下げた学資保険との公平性を確保すべく、2017年度から2022年度に学資保険に加入したご契約に対して利差配当を開始する案としております。これにより、個人保険は11年連続の増配となります。

(2) 資産運用について、環境が大きく変化していますが今後の運用方針について教えてください。

世界的な高インフレに伴う主要中央銀行の積極的な金融引き締めなどを背景に、金融資本市場の先行き不透明感が強まっています。また、海外の政策金利引き上げに伴い為替ヘッジコストが上昇しています。こうしたことから、2022年度は円貨建公社債を中心に資金を配分し、流動性の確保を第一とした資産運用を行うとともに、収益性が低下したヘッジ付外債について、大幅な削減を進めました。こうしたなか2022年12月には、日銀が長期金利の変動許容幅を拡大しました。今後は、日銀の金融政策正常化へ向けた動きによる日本の金利上昇という外部環境の変化に加え、当社の保険契約の平均予定利率の趨勢的な低下が見込まれます。これにより、円金利資産によるALM（資産・負債の総合管理）を主軸に安定したベース収益を確保したうえで、リスク・テイク戦略の継続による超過収益の獲得を目指す運用が可能となります。これらを踏まえ、現在2023年度の運用方針について、検討を進めております。

備考	2023年度の運用方針は、「日銀の政策変更に伴う円高リスクと金利上昇に備え、ポートフォリオのリスク耐久力と収益力のさらなる強化を図る」とする予定です。具体的には、円金利資産によるALM運用を主軸としつつ、リスク・テイク戦略にもとづく内外の株式や社債等の積み増しによって超過収益の獲得を目指してまいります。
----	--

(3) 100周年にむけての取組みや行事について教えてください。

100周年イベントとして2023年12月2日(土)に、「THE MUTUAL DAY」(ザ ミューチュアル デイ)を開催します。テーマは「THE MUTUALの体感」です。100周年を迎えられたことの感謝とこれからの100年に向けた方向性を示します。THE MUTUALムービーの上映、いいWho&Who表彰式、フコク生命100年史クイズなどの企画のほか、当社の社会的存在としてのあり方を示し意志表明するTHE MUTUAL宣言を予定しております。

イベントはリアルで開催しますが、YouTubeでのオンライン配信も実施します。

「THE MUTUAL DAY」を通して、多くの人たちとのつながりをつくりたいと考えております。

<参考>

【THE MUTUAL】

現在「THE MUTUAL」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います。「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。

当プロジェクトでは、次代の“相互扶助”「THE MUTUAL」を発信していくことで共感の輪を広げ、100周年を迎えた時、「フコク生命っていいね!」とフコク生命に関わる人と共感しあえる会社となることを目指しております。

【いいWho&Who】

フコク生命の創業記念日である11月22日が「いい夫婦の日」であることにちなんだ活動です。夫婦にとらわれず、友人や恩師など、様々な人たちの大切な人との思い出エピソードや、人と人の間にことばを入れてオリジナルのことばを作る、創作ことばを募集しております。

(4) 中期経営計画において職員満足度向上を目指していますが、職員のモチベーションアップについてどのようにお考えでしょうか。

中期経営計画では、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」を目指し、「お客さまの満足」と「職員の満足」の循環である「『持続的成長のための好循環』の構築」に向け、様々な取組みを推進しております。

職員のモチベーションアップは、職員満足度を向上させるための重要な要素であると考えております。そのために、社長をはじめとする役員と職員が膝詰めで対話する車座ミーティングや、各部門における 1 on 1 ミーティングを実施するなど、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。また、全職員がお客さま基点を価値観として行動できるように「気づき」や「自覚」を促すことを目的として、部門ごとにディスカッションを中心とした研修「お客さま基点活動」を実施しております。

こうした取組みを通じて、仕事に対するやらされ感の解消や働きがいの醸成を促し、職員のモチベーションアップを図っております。

備考

2022 年度の「お客さま基点活動」は各部門・各支社において 100% の実施率でした。

(5) ニーズに合った保険を提案してくれたり信頼して任せられるような人材の育成をお願いしたいです。

当社では、従来より「お客さま基点」を実践できる人づくりを人材育成の方針としてまいりました。また、2022 年度には「フコク生命としてのコンサルティングとは何か」を形にした「F スタイル 2022」を定めております。そこでは、お客さまと信頼関係を築くためのコミュニケーション力を身につけることをはじめ、公的保障制度を正しく理解し、お客さま自身の課題を認識していただくことで、生命保険を自助での解決策として提案していくこと等をコンサルティングセールスと定義しています。

また、ご契約いただいたのちも、継続してお客さまをサポートすることで、信頼関係を深めていくことをアフターサービスの定義として、セールス面と両輪として推進しております。

今後も、この「F スタイル」を職員一人ひとり日々の活動の基本姿勢とすることを教育研修の軸とし、お客さま満足度の向上に努めてまいります。

(6) 金利の上昇が経営や個人保険の配当金等にどのように影響するのでしょうか。

資産運用においては、金利の上昇は中長期的には運用収益の向上につながります。また、日本の金利が当社の保険契約の平均予定利率を安定的に上回る状況になれば、円金利資産によるALM（資産・負債の総合管理）を主軸に安定したベース収益を確保したうえで、リスク・テイク戦略の継続による超過収益の獲得を目指す運用が可能となります。一方で、短期的には日本の金利の上昇は保有している国内公社債の時価の低下につながります。当社は、通常の想定を超えた金利上昇が起こる一定のストレスシナリオにおいても、充実した自己資本や金利上昇に備えたヘッジにより、その影響を十分に吸収できることを確認しております。

このように、金利が上昇した場合、運用収益が向上し、国内公社債の時価の低下の影響も自己資本とヘッジで吸収できることから、個人保険については貯蓄性商品の予定利率の引き上げや利差配当の増配が可能になります。

(7) 万が一サイバー攻撃を受けた際に損失は計り知れないことと思いますが、今までにトラブルはないのでしょうか。また個人情報収集を取り扱うお客さまアドバイザーに対する情報管理の研修は行っているのでしょうか。

当社はサイバー攻撃を防御するための様々な技術的対策を導入しており、これまでにサイバー攻撃による被害を受けたことはありません。またお客さまアドバイザーに対しては、eラーニングや標的型メール攻撃訓練などを通じて、不審メールに対する警戒意識の向上を図っております。なお、お客さまアドバイザーが使用する携帯情報端末「PlanDo」には、お客さま情報は保存されない仕組みとなっております。

社会貢献活動関連

(1) 社会貢献活動の具体的な取組みについて教えてください。

創業以来、当社は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、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。

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募金協力を通して、ご来場の皆さまに寄付していただく「チャリティコンサート」を、同じ地域であわせて開催しております。

また、より多くの特別支援学校や障がい者施設などへ「音楽の贈り物」をお届けするために、「訪問&チャリティコンサート」のうち「訪問コンサート」のみを行う「すまいる・こんさと」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。

備考

【参考データ】 (2022年度末)

- ・「チャリティコンサート」
1993年度より開始。通算301回開催し、寄付総額は約6,470万円となりました。
- ・「訪問コンサート」
2003年度より開始。通算254回開催。
- ・「すまいる・こんさと」
2022年度より開始。通算17回開催。
- ・「すまいる・ぎゃらりー」
2012年度より開始。通算97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38回開催。