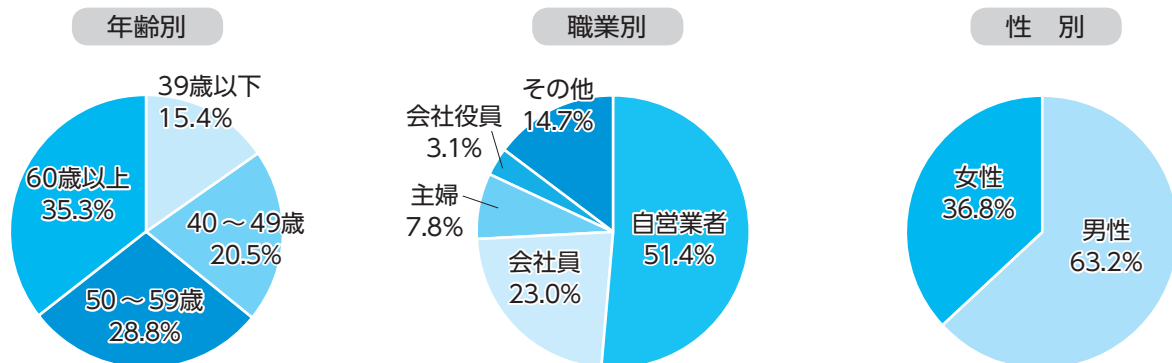


2023年度ニッセイ懇話会開催結果

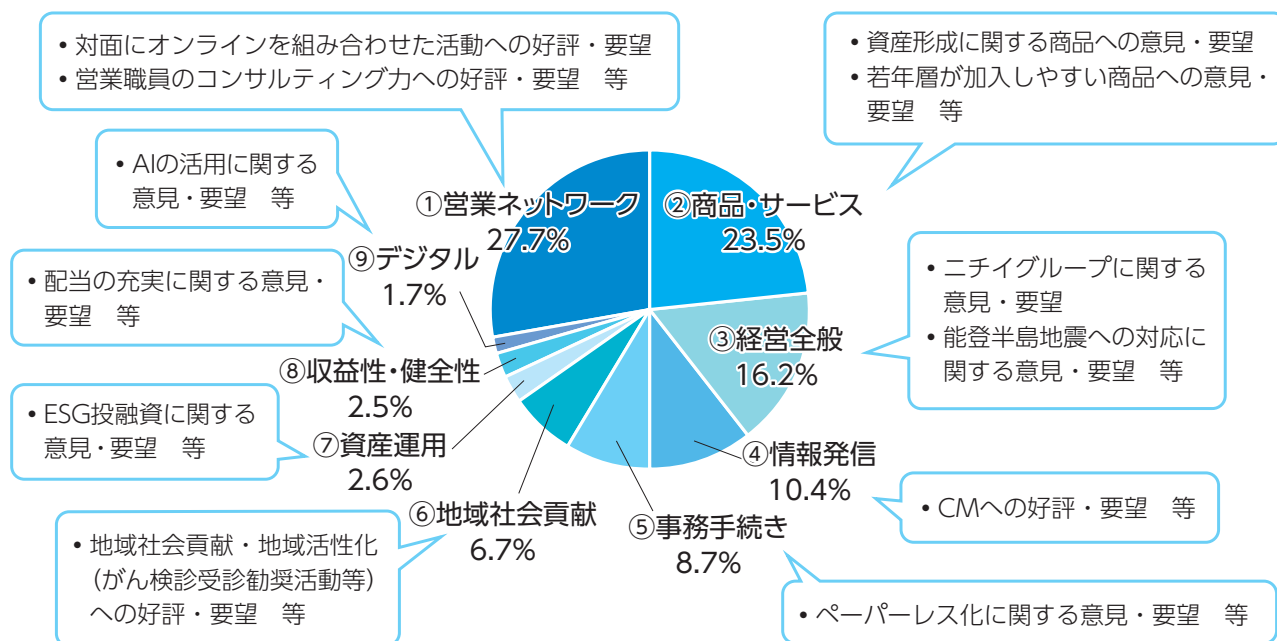
【1】開催概要

2023年度のニッセイ懇話会は、2024年1月から3月にかけて、全国の支社等の会場とオンラインを組み合わせたハイブリッド形式等にて開催しました。総代169名を含む、ご契約者等2,308名から、6,464件のご意見・ご要望をいただきました。

ご出席者の構成



ご意見・ご要望の内訳



※上記の他、ニッセイ懇話会に参加してのご感想等が646件

【2】主なご意見・ご要望と当社の対応

《営業ネットワーク》	ページ
(1) オンラインでのやりとりは便利な一方、対面には安心感がある。今後も引き続き、対面とオンラインをバランス良く組み合わせ、多様なニーズに応えられるように取り組んでほしい。	3
(2) 引き続き営業職員のコンサルティング力を強化し、的確な提案や情報提供をしてほしい。	4
《商品・サービス》	
(3) 新NISA制度が開始され、資産形成への関心が高まる中、商品ラインアップや、企業の従業員向けセミナー等をより一層充実してほしい。	5
(4) 生命保険に未加入の若者が多い。若者が加入しやすい商品の充実や、SNS等を活用したより効果的な情報発信に取り組んでほしい。	6
《地域社会貢献》	
(5) サステナビリティ経営、とりわけ、がん検診受診勧奨活動の取組は評価できる。取組を継続するとともに、認知度向上のための一層のPRを期待する。	8
《情報発信》	
(6) 「あなたの町で」は、印象的なCMだ。一方、より具体的に商品内容をアピールするCMを展開してはどうか。	9
《事務手続き》	
(7) ホームページやスマートフォンアプリの機能拡充等によりペーパーレス化を進め、利便性を向上させてほしい。	10
《デジタル》	
(8) AIが急速に普及しており、日本生命でも積極的に活用してほしい。	11
《資産運用》	
(9) 支払っている保険料を社会課題解決に振り向けるESG投融資には賛同できる。一方、収益性の面で問題はないのか。	12
《収益性・健全性》	
(10) 引き続きお客様配当性向を高めるとともに、契約者への配当を充実してほしい。	13
《経営全般》	
(11) ニチイグループを買収するとのことだが、日本生命グループとしてどのように生命保険事業とのシナジーを創出していくのか。	14
(12) 能登半島地震で被害に遭われた方に対し、万全な対応をお願いしたい。	15

《営業ネットワーク》

(1) オンラインでのやりとりは便利な一方、対面には安心感がある。今後も引き続き、対面とオンラインをバランス良く組み合わせ、多様なニーズに応えられるように取り組んでほしい。

- ・当社は、対面にオンラインを組み合わせた「デジタル時代のフェイス・トゥ・フェイス活動」に取り組んでおります。
- ・その一環として、デジタル装備の充実に向け、以下の取組を進めております。
 - －2021年8月に営業職員用スマートフォン「N^{エヌ}-Phone^{フォン}」を全営業職員に配備し、メールに加え、LINE WORKS・Zoomの機能を導入するとともに、2023年6月にはお客様のスマートフォンにカードをかざすだけで簡易に連絡先を交換できるツール「MEET^{ミート}」を導入する等、お客様のニーズに応じ、オンラインでのやり取りができるよう取り組んでおります。
 - －2021年1月から、遠方のお客様等に対し、オンラインで同じ画面を見ながら保険のご加入のお手続き等ができる「画面共有システム」を各店舗に導入しており、2024年4月からは、全営業職員の携帯端末「TASKALL^{タスクオール}」でも利用可能としております。あわせて、店舗内だけでなく、店舗外でも利用可能とする等、機能の汎用化に取り組んでおります。
 - －お客様に保険へ興味・関心を持っていただくための商品説明動画や保険料をお客様ご自身のスマートフォンでシミュレーションできるツール等、メール等で送付できるコンテンツを拡充することで、オンラインでの情報提供の充実に努めております。
- ・こうした取組を進める一方、必要な保障やご加入いただいている契約内容の詳細等については、対面での相談や確認を希望されるお客様もいらっしゃる認識しております。
- ・今後もお客様ニーズの変化を注視しつつ、引き続き対面にオンラインをバランスよく組み合わせながら、お客様との双方向のコミュニケーションを通じ、一人ひとりのご意向に沿ったサービス・情報の提供ができるよう取り組んでまいります。

(2) 引き続き営業職員のコンサルティング力を強化し、的確な提案や情報提供をしてほしい。

- ・当社では、お客様の価値観やライフサイクル、家族構成、保険加入状況等に応じ、的確な提案や保障内容等の情報提供を行えるよう、営業職員のコンサルティング力の強化に向け、以下の取組を進めております。

－コンサルティングのベースとなる知識・スキルの習得に向け、教材や研修の充実を図り、実際のお客様対応の場面をイメージしたロールプレイングに注力する等、より実践的な教育を展開しております。また、FP資格取得も推進しており、営業職員の資格保有者^(※)は2024年3月時点で29,574名（約6割）と、着実な成果が得られております。

－営業職員一人ひとりの成長度合いに応じた丁寧で柔軟な育成を推進しております。必要な知識・スキルや営業活動の水準を3つの段階に明確化し、検定等で育成段階を見える化するとともに、標準的な育成期間を従来の一律2年から成長度合いに応じて2～3年に柔軟化し、最長5年間設けております。

－AI等のデジタル技術を活用して営業職員のコンサルティング力を強化すべく、「TASKALL^{タスカル}」と「N-Phone^{エヌフォン}」を全営業職員に配備しております。また、「TASKALL^{タスカル}」や「N-Phone^{エヌフォン}」で視聴できる動画教育コンテンツの提供を通じ、営業職員が自学自習できる環境の整備に取り組んでおります。

－対面にオンラインを組み合わせた「デジタル時代のフェイス・トゥ・フェイス活動」の一層の定着を進めるべく、お客様とのやり取りをデータとして蓄積するシステムの活用により、従来以上にお客様のご意向に沿ったご提案を実現し、営業職員のコンサルティング力向上と、その情報をいかしたつぶさな指導やフォローに努めております。

－社内放送「NICE-NET^{ナイスネット}」等を活用した集合・一律教育に加え、営業職員一人ひとりの課題に応じた個別教育を実施する等、教育機会の拡充や教育内容・水準の均質化を進めております。また、オンラインを活用したアンケートによる営業現場・本部の双方向コミュニケーションを通じ、営業職員の習熟状況や要望を把握し、教育内容の改善等につなげております。

- ・今後もお客様の多様なニーズにお応えできるよう、コンサルティング力の強化に取り組んでまいります。

(※) FP技能士3級以上、CFP、AFPのいずれかの資格保有者の合計となります。

《商品・サービス》

(3) 新NISA制度が開始され、資産形成への関心が高まる中、商品ラインアップや、企業の従業員向けセミナー等をより一層充実してほしい。

- ・近年の経済環境の変化や、NISA（少額投資非課税制度）の制度改正等により、資産形成への関心が高まっていると認識しており、当社はグループ体での商品・サービス提供に加え、資産形成に関する情報提供の充実にも取り組んでおります。

<グループ体での商品・サービス提供>

ー生命保険商品

○円建商品について、年金保険等の安定供給に加え、直近の金利上昇等を踏まえて2024年1月に一時払終身保険の予定利率の引き上げを実施

○外貨建商品について、当社グループ会社である大樹生命の「一時払外貨建養老保険“ドリームロード”」に加え、当社と大樹生命の共同開発商品である「平準払外貨建養老保険“ドリームツリー”」の取り扱いを2024年10月から開始予定

ーサービス

○公的保険やお客様のライフプラン等を踏まえた必要保障額を算出するツール「みらいコンサルタント」の活用

○営業職員による制度説明動画等を活用したNISA・iDeCo（個人型確定拠出年金）の紹介

○ニッセイアセットマネジメントが提供する個人投資家向け資産形成サービス「Nダイレクト」を活用した、一部の営業職員^(※)による投資信託商品（NISA対象商品）のご案内を2024年4月から開始

○確定給付年金（DB）領域、確定拠出年金（DC）領域における魅力的な運用商品の提供や2023年10月のiDeCoの運営管理手数料無料化等を通じた、お客様の資産形成ニーズに即した取組の推進

<資産形成に関する情報提供の充実>

○企業の従業員向けには、資産形成やDC教育等、金融リテラシー向上に資するさまざまなセミナーを実施するとともに、各地域のお客様向けには、ニッセイ・ライフプラザにおいて資産形成支援や税務・相続等に関するセミナーを開催

- ・今後も商品・サービス提供に加え、資産形成に関する情報提供の充実に取り組むことで、お客様の多様なニーズにお応えするとともに、資産運用立国の実現にも貢献してまいります。

(※) 全国の営業職員のうち、法人職域ファイナンシャルコーディネーター（大規模職域開拓を中心とした、営業・管理業務等を行う職員）・サービスコーディネーター（窓口対応やお客様への訪問の他、インターネット・お電話によるお手続き・ご相談への対応など当社ご契約者へのアフターサービスおよび営業を行う職員）約5,000名の中で、証券外務員資格を取得した職員から、2024年4月15日より順次取り扱いを開始しております。

(4) 生命保険に未加入の若者が多い。若者が加入しやすい商品の充実や、SNS等を活用したより効果的な情報発信に取り組んでほしい。

- ・当社では、若年層のニーズを捉えた商品提供ができるよう、また、若年層の生命保険への関心を高めるため、商品と情報発信の両面から取組を進めております。

<商品面での取組>

- ・若年層では、低廉な保険料の商品や資産形成商品へのニーズが高いという傾向等を踏まえ、以下の取組を実施しております。
 - －当社の「みらいのカタチ」は、「医療保障のみ」「3大疾病保障のみ」といった特定の保障に絞り、手頃な保険料からご加入いただくことも可能です。また、死亡保障を不要とするニーズにも対応できるよう、2024年4月に発売した「生活サポート保険“生活サポート^{ダブル}W”」(*)では、死亡保障を設けず、充実した生前給付保障を確保可能としております。
 - －2023年9月より、低廉な保険料で、医療保障と年金等を組み合わせたシンプルな内容のプラン「みらいのカタチ“ニッセイ はじめての保険”」の提供を開始しております。当商品は、はじめて保険を検討する方の視点に立って保険加入のハードルを下げ、自助努力を開始いただくきっかけとなるよう、29歳以下の方を対象に販売しております。
 - －これまで営業職員や来店窓口等で取り扱っていた「みらいのカタチ 年金保険」について、若年層を中心とした急速なデジタル化等、多様化するお客様ニーズにお応えすべく、当社で初めての、お見積りからお申込みまでお客様ご自身のスマートフォンからお手続きいただける商品「スマホ年金」として、2024年1月よりWeb販売を開始しております。
 - －当社グループ会社であるはなさく生命では、代理店やオンライン・郵送通販といった複数チャネルを通じ、低廉な保険料の医療保険を提供しており、ニッセイプラス少額短期保険では、スマートフォンのトラブル(破損・水濡れ等)を補償する「スマホ保険」を提供しております。

<情報発信面での取組>

- ・生命保険に未加入の若者が多い理由として、ご指摘の情報発信を含めた生命保険との接点の少なさ等が挙げられることを踏まえ、従来のテレビCMを活用したマスメディアプロモーションに加えて、若年層の利用者が多いSNS等でのデジタル出稿や、各種イベント等の開催にも取り組んでおります。
 - －前述の「ニッセイ はじめての保険」や「スマホ年金」のプロモーションについて、若年層に人気の楽曲やイラストレーター、タレントを活用したコンテンツを、SNS等にて発信しました。
 - －企業の若手従業員を対象とした社会保障制度等に関するセミナーを開催するとともに、子どもたちへのライフデザインや保険の大切さについて学ぶ機会（出前・受入授業等）や教材の提供等にも積極的に取り組んでおります。
 - －SNSを活用し、所属アスリートや協賛アスリート、協賛競技に関する情報発信を行うとともに、人気漫画「ONE PIECE」のイベントを共催する等、若年層からの認知度向上に取り組んでおります。

・今後も、若年層の多様なニーズにお応えできるよう、グループ全体で商品と情報発信の両面から取組を進めてまいります。

(※) 身体障がい状態・要介護状態に該当された場合に想定される、住宅改修等の一時的な費用や毎月継続的にかかる諸費用、就労不能に伴う収入減少に対して、年金・一時金のダブルの給付で、長期にわたってサポートする商品です。

《地域社会貢献》

(5) サステナビリティ経営、とりわけ、がん検診受診勧奨活動の取組は評価できる。 取組を継続するとともに、認知度向上のための一層のPRを期待する。

- ・ 当社は、国民生活の安定と向上に寄与するという経営基本理念のもと、創業以来135年にわたり、本業を通じたサステナビリティ経営を実践しております。現在もサステナビリティ経営を事業運営の根幹に位置付けており、お客様からの一層の信頼の獲得と社会課題の解決を通じて本業の発展を目指しております。
- ・ こうした考えのもと、2023年度にサステナビリティ重要課題を再整理し、「人」「地域社会」「地球環境」を重点的に取り組む3領域とし、「誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会」の実現を目指しております。
- ・ とりわけ「地域社会」領域においては、全国に展開している約1,500の営業拠点をいかし、地域特性に応じた課題解決をサポートしております。
- ・ その中でも、2023年度から地域における健康増進に向けて、生命保険事業との親和性が高い「がん検診受診勧奨活動」を全国共通のテーマとして営業職員の活動に組み込み、「がん検診に関する情報提供」や「アンケートによる地域住民の声の収集」等、各自治体と連携しながら、引き続き取組を継続してまいります。
- ・ また、2024年4月から地域における安心・安全に向けて、「交通安全啓発活動」をテーマに追加し、取組を強化しております。
- ・ 認知度向上に向けては、統合報告書やサステナビリティレポート等に加え、CM等のマスメディア、ホームページ・SNS等のデジタル媒体の活用や、当社職員による各種冊子・ビラ等の配布を通じて、「がん検診受診勧奨活動」をはじめとした諸取組を広く情報発信しており、直近では、以下の取組を進めております。
 - － 地域貢献活動に取り組む職員の姿を訴求するCMの放映や地方紙への広告掲載
 - － 全国各地での活動を紹介するサステナビリティレポート・ダイジェスト版の提供
 - － ホームページ・SNSにおけるサステナビリティ情報の充実 等
- ・ 加えて、2024年5月から「ニッセイサステナプロジェクト “にっせーのせ！”」^(※)を始動し、サステナビリティ経営の高度化に向けた具体取組の推進と社外からの認知度向上や社内外における理解浸透に向けて、より一層取り組みを強化してまいります。
- ・ 今後も、発信内容に応じて様々な媒体を組み合わせ、効果的な情報発信に努めてまいります。

(※) 全国約7万名の当社の全役員・職員が、日々行っている未来に向けたサステナビリティ活動を写真に撮影し、特設サイトやSNS等で積極的に発信する取組です。

《情報発信》

(6)「あなたの町で」は、印象的なCMだ。一方、より具体的に商品内容をアピールするCMを展開してはどうか。

- ・ 当社CM「あなたの町で」篇をご評価いただき、誠にありがとうございます。
- ・ CMは限られた放映時間の中で、最大限に伝えるべき情報をお伝えしつつ、お客様に誤解を招かない内容にすることも極めて重要であるという考えのもと、当社では以下の3つの視点を軸に制作しております。
 - ①商品の特徴を分かりやすく表現すること
 - ②保険の大切さをお伝えすること
 - ③営業職員活動を支援すること
- ・ 当社では、全国47都道府県との連携協定等に基づき、健康増進に向けた活動の一環として、営業職員が地域のお客様に対するがん検診の受診勧奨活動等を実施しており、ご覧いただきました企業イメージCMは、こうした地域社会への貢献活動にける当社の想いや、営業職員と地域のつながりをお伝えすべく制作いたしました。
- ・ また、ご指摘いただきました商品内容を紹介するCMについては、商品の特徴を端的に表現し、どのようなお客様のニーズにお応えするものなのかを説明することを目的として制作しており、直近では、2024年4月の「生活サポート保険 “生活サポート^{ダブル}W”」の発売にあわせてCMを放映しております。
- ・ 一方で、具体的な商品内容や保険料等については、営業職員等によるコンサルティング活動を通じて、お客様に理解を深めていただくことが大切だと考えており、CM放映に加えて商品説明動画を「TASKALL」や「N-Phone^{エヌ フォン}」等デジタルを活用してお客様へお届けする等、より分かりやすい商品説明に努めております。
- ・ 今後も、多くのお客様に商品を認知・理解いただくことや、当社の企業イメージ向上等に資するCMをお届けしてまいります。

《事務手続き》

(7) ホームページやスマートフォンアプリの機能拡充等によりペーパーレス化を進め、利便性を向上させてほしい。

- ・ 当社では、CX（お客様に体験いただく価値）の向上と効率性、環境への配慮といった観点から、デジタルを活用したペーパーレス化を推進しております。
 - ・ 具体的には、お客様自身のスマートフォンやパソコン等によるWeb手続きの拡充、お客様にお届けする紙の通知物のWeb化等に継続的に取り組んでおります。
 - ・ Web手続きの拡充については、住所・電話番号の変更や給付金のご請求等、ご利用件数が多いお手続きの大半をWebで実施可能としており、2023年3月には、ご契約者の改姓や満期保険金のご請求、2024年3月には、学資年金の受け取りを開始するご請求をホームページや「日本生命アプリ」(*)で実施可能とする等、さらなる利便性の向上に取り組んでおります。
 - ・ 通知物については、定期的なご契約内容のお知らせや各種手続き完了のお知らせ等に加え、2023年3月には、新契約時の契約内容通知書をスマートフォンやパソコン等でご確認いただけるようにする等、Web化を進めております。
 - ・ 2024年度には、以下のようなホームページ・「日本生命アプリ」の機能拡充を予定しております。
 - ーこれまで新契約加入時に紙媒体でのご提出を求めていた健康診断・人間ドックの結果資料について、マイナポータル上の特定健診情報を活用し、ホームページ上での提出を可能とします。
 - ーWebサービスにおける利便性向上やセキュリティ強化に向け、認証を高度化します。
 - ログイン時のIDについて、当社が発行するお客様番号（お客様ID）だけでなく、お客様ご自身が登録するメールアドレス等も設定できるよう変更
 - ログイン時のパスワードについて、従来の数字4桁ではなく、英数字混在8桁以上を登録時に求めるよう変更
 - 契約貸付金の借入手続き等の特定の手続き時や、通常使用する端末と異なる端末からのログイン時等に、確認コードによる追加認証を導入
 - ・ 今後も引き続き、さまざまなお客様に配慮した有人での丁寧な対応にも努めつつ、世の中の動向に応じたデジタル化・ペーパーレス化を推進してまいります。
- (※) 当社が2018年9月から提供しているスマートフォンアプリです。主な機能は、ご契約一覧や登録情報等の基本情報の確認や、入院・手術給付金の請求等の各種手続き、ずっともっとサービスの利用、お知らせやメッセージの受取（PUSH通知）です。

《デジタル》

(8) AIが急速に普及しており、日本生命でも積極的に活用してほしい。

- ・当社は、2019年度に策定した「日本生命デジタル5カ年計画」のもと、先端IT・データを積極的に活用し、ご提供する価値のブラッシュアップ・スケールアップを通じて、お客様の期待を超える体験を提供すべく取り組んでまいりました。
- ・こうした中、AIの活用については、以下のような取組を行ってまいりました。
 - －「TASKALL」・「N-Phone」において、AIがビッグデータに基づき、お客様の状況に応じた訪問時期・活動内容等をアドバイスするとともに、営業職員のお客様対応スキルを評価
 - －事務処理においてAI-OCR^(※)を活用し書類のデータ化を行い、手続きの迅速化を実現するとともに、コールセンターでは、AIが解約請求書発送の受付を自動で対応
 - －オフィシャルホームページにおいて、AIが会話形式でお客様からの照会に回答 等
- ・また、生成AI技術についても、社内業務では複数の実証実験を実施しており、例えば2023年7月に開始したChatGPTの社内業務での活用に向けた実証実験には約2,000名の職員が参加し、多くの職員から業務が効率化したとの前向きな反応が得られております。
- ・具体的には、メールや資料の作成、文章校正・要約といった日常業務での活用の検証に加え、約款や社内規程等の文書・データを読み込み、それらの内容に基づいて回答できる仕組みを構築することで、社内業務の照会対応等、約100種類の活用事例の検証を進めております。
- ・ただし、生成AI技術の利用に際しては、回答の正確性等の技術的な精度向上に加え、適切な情報管理や倫理的リスク、著作権侵害等の法務リスク等、さまざまな課題を解決する必要があると考えております。
- ・今後、AIのさらなる発展やウェアラブルデータの活用等が見据えられる中、当社の社会的な役割の発揮に向け、AIの活用が一層重要になると考えております。
- ・こうした中、当社は新たな取組として2023年12月に米国スタンフォード大学と提携し、2024年度から、慢性疾病予測等に関する先進AIモデルの研究開発等を開始しております。この研究の成果について、お客様サービスのさらなる充実や利便性の向上に向けて、当社の商品やサービスへ活用することを目指してまいります。
- ・引き続き、リスクと効果のバランスを取りながら、AIをあらゆる業務で活用する方針のもと、取組を加速してまいります。

(※) AI（人工知能）とOCR（光学文字認識）の組み合わせにより、高精度に画像の文字情報をデジタル化する技術です。

《資産運用》

(9) 支払っている保険料を社会課題解決に振り向けるESG投融資には賛同できる。 一方、収益性の面で問題はないのか。

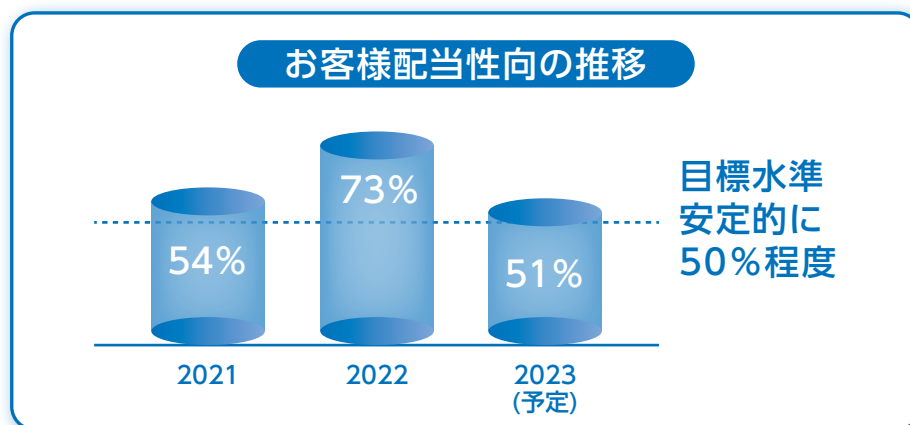
- ・近年、気候変動による災害の激甚化等を背景に、人々の生活や経済活動を支える地球環境や社会といった基盤が揺らいでいる中、当社は投融資を通じて地球環境や社会の持続可能性を高めるべく、「責任投融資」^(※1)を資産運用の戦略軸の一つに設定し、各種取組を進めております。
 - ・当社はご契約者からお預かりした保険料を運用する日本最大の機関投資家の1社として、多くの企業の債券や株式等に投融資を行っており、資金提供や対話を通じて社会課題解決に向けたサステナビリティ・アウトカム^(※2)の創出に取り組むことができると考えております。
 - ・世の中には、グリーンアム^(※3)のように収益性が劣る投融資案件も存在しておりますが、気候変動問題等の社会課題解決には、新技術の開発・導入によるイノベーションの促進が重要であることから、大きな事業へと成長が期待される収益性の高い投融資案件もあると認識しております。そのため、収益性と社会課題解決への貢献とのバランスを考慮しながら、取組を進めております。
 - ・また、こうした取組は、長期的にポートフォリオを取り巻くリスク低減にもつながり、リスク・リターン効率の向上を通じた安定的な利差益の確保につながるものと考えております。
 - ・2024年度からスタートした中期経営計画では、優先的に取り組む6つの領域として、気候変動、自然資本、地域経済、グローバルヘルス、人的資本、人権尊重を資産運用におけるサステナビリティ重点取組テーマに設定し、資金提供や対話を軸に取り組んでおります。
 - ・今後も、責任投融資のさらなる高度化と普及、拡大に努めるとともに、サステナビリティ・アウトカムの創出を通じた社会課題解決を進め、保険金・給付金の確実なお支払いや安定的なご契約者配当の確保といった、ご契約者利益の拡大につなげてまいります。
- (※1) 2024年度より、より能動的にサステナビリティ・アウトカム創出を追求していく観点から、「ESG投融資」を「責任投融資」の呼称に統一しております。
- (※2) 環境や社会に対するポジティブな影響の創出、あるいはネガティブな影響の低減を示す成果を指す用語です。
- (※3) グリーンボンドの希少性や投資家の需要の高さで、価格が高く（利回りが低く）なる現象を指す用語です。

《収益性・健全性》

(10) 引き続きお客様配当性向を高めるとともに、契約者への配当を充実してほしい。

- ・当社は、ご契約者への配当について、長期にわたる保障責任を全うすべく、自己資本の強化等を通じて健全性の向上を図りつつ、安定的かつ中長期的に充実させることを、基本的な考え方としてまいりました。
- ・健全性が向上していること、および安定的に危険差益を確保できていることを踏まえ、2023年度決算においては、みらいのカタチの死亡保障系の商品を中心に危険差益配当を増配とする予定です。
- ・また、利差益配当は、ヘッジコストの増加等に伴い運用収支等の利回りは低下したものの、金利上昇に伴い将来的に底堅く推移する見通しであり、安定配当の観点から据置きとする予定です。
- ・これらにより、お客様配当性向^(※)は、51%となる予定です。
- ・今後は、健全性とのバランスに留意しつつ、成長投資・ご契約者への配当を拡大するという方向性のもと、2024年度決算から、お客様配当性向の目標水準を「安定的に50%程度」から「安定的に60%程度」へ引き上げ、配当の充実を図る方針です。
- ・引き続き、収益向上に努めたうえで、長期的な視点からご契約者利益の最大化を図ってまいります。

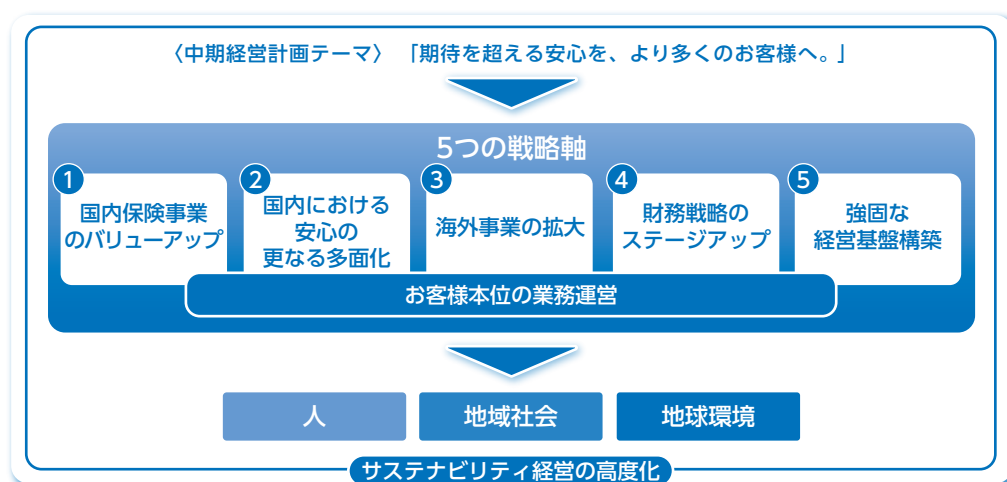
(※) 各期の実質的な利益のうち、ご契約者への配当に振り向けている割合を示す当社独自の指標です。



《経営全般》

(11) ニチイグループを買収することだが、日本生命グループとしてどのように生命保険事業とのシナジーを創出していくのか。

- ・ 当社は、中期経営計画（2024－2026）において、「期待を超える安心を、より多くのお客様へ。」をテーマに掲げ、お客様本位の業務運営のもと、5つの戦略軸に取り組んでおります。



- ・ このうち、「国内における安心の更なる多面化」に向けては、2023年11月にニチイグループの株式取得に関する合意を公表したように、高齢化のさらなる進行等を踏まえ、介護・保育事業等へ本格参入し、保険事業とのシナジー創出に向けた取組を進めております。
- ・ 少子高齢化等の社会課題解決に資するライフサポート事業を通じて、保険だけではカバーできないお客様のニーズやリスクに対応することで、あらゆる世代が安心して暮らせる社会の実現を目指してまいります。
- ・ まずは、ニチイグループが現在運営している事業について、環境変化の中でも安定してサービス提供をできるよう、しっかりと土台を固めることが重要だと考えております。
- ・ 加えて、当社のブランドや幅広いネットワーク、営業職員チャネルや顧客基盤といった強みをニチイグループの事業発展にいかし、ニチイグループのサービスを当社のご契約者向けサービスの拡充にどう活用していくのか、具体的に検討してまいります。
- ・ さらに、中長期的には、ニチイグループのサービスと当社グループの保険商品の融合による保険の高度化も目指し、検討を進めるとともに、日本生命グループが地域の自治体、事業者、住民をつなぐハブとなり、地域共生社会の実現に貢献してまいります。

(12) 能登半島地震で被害に遭われた方に対し、万全な対応をお願いしたい。

- ・このたびの「令和6年能登半島地震」でお亡くなりになられた方々に心よりお悔やみ申しあげますとともに、被災された方々に心よりお見舞い申し上げます。
 - ・被災されたお客様への十分な対応こそが、安心をお届けする生命保険会社の社会的使命であるとの認識のもと、当社は、保険金・給付金の請求手続きの簡略化等、さまざまな特別取扱を速やかに実施する他、2024年1月3日に社長を本部長とする災害対策本部を設置する等、全社を挙げて被災地を支援する体制を整備しております。
 - ・被災されたお客様に対しては、ホームページやメール、SNS等を通じて、以下の特別取扱いに関する告知を速やかに実施するとともに、状況を踏まえて営業職員やコールセンターから順次ご連絡を行っております。
 - －保険料の払い込みに関する期間の延長（最長6ヶ月）
 - －保険金・給付金・契約貸付金の簡易なお支払い（本人確認書類の基準の一部緩和）
 - －給付金請求について、必要な診断書がお取寄せできない場合や必要な入院治療を受けられなかった場合の柔軟な対応
 - －新規の契約貸付の利息免除 等
 - ・また、被災地では、断水等のライフラインの被害が広域で発生したため、水や食料、簡易トイレ、タオル等の生活に必要な物資の支援を順次実施しており、これらの物資は、当社職員を通じて、被災されたお客様等にお届けしております。
 - ・さらに、被災されたお客様への支援や被災地の復興に役立てていただくため、日本赤十字社・石川県庁を通じて5000万円の義援金の寄贈を行っております。加えて、当社のご契約者向けサービス「ずっともっとサービス」^(※)のサンクスマイルメニューで、2024年3月末までに日本赤十字社に寄付いただいたサンクスマイル（54,500件、約4780万円）は、「令和6年能登半島地震災害義援金」として承っております。
 - ・引き続き、被災地のお客様一人ひとりを大切に、そしてお客様に寄り添う活動に丁寧に取り組んでまいります。
- (※) ご契約の継続や日頃のご愛顧に対する感謝の気持ちを様々な賞品と交換いただけるポイント（サンクスマイル）としてお渡しすることや健康・介護・育児の無料相談等を備えたサービスです。