

2024年度総代懇談会 開催結果のお知らせ

1. 日 時 2024年12月3日（火）午前10時30分から約1時間半
2. 場 所 帝国ホテル東京
3. 出席総代 166名
4. 主な議事経過

■当社側より、以下の事項について説明を行った。

- ・2024年度上半期業績
- ・経営課題への取組（日本生命のデジタル関連取組）

■総代からの事前質問に対し、全ての質問・要望に対する回答を資料として配付しており、以下の質問・要望については、担当役員から回答を行った。

(質問1)

○日本生命の保険商品について、以下3点教えてほしい。

- ①生命保険、医療保険だけではなく、介護もしっかりとカバーする保険が必要だと思う。現状を教えてください。
- ②老後、海外で過ごす人も多いと思うが、海外の病院での治療や死亡についても、請求できるよう対応しているのか。
- ③癌免疫療法・光免疫療法等、最新技術を使った治療法が開発され、ますます医療費が高額となっている。日本生命ではどの程度の医療治療費まで対応する保険を検討しているのか。

(回答)

○当社では、少子高齢化や世帯構造の変化、ライフスタイルの多様化等の環境変化も踏まえ、健康寿命延伸に資する商品・サービスや、資産形成ニーズにお応えする多様な商品を提供している。とりわけ、保障ニーズに対しては、リスクに備える「商品」と、リスクを軽減する「サービス」を一体で提供することで、「誰もが、ずっと、安心して暮らせる社会」の実現を目指している。

<①介護をカバーする保険について>

- 当社では2024年4月より、みらいのカタチの1パーツとして、「生活サポート保険 “生活サポートW (ダブル)”」を発売した。
- 当商品は、ご指摘のように、幅広い年代において介護・身体障がい状態に備える保険商品へのニーズが高まる中、こうした保険商品への加入率も上昇傾向にあることも踏まえて開発した。当該状態に該当された際の初期費用や、継続費用・収入減少に備える一時金と年金の給付を通じて、長期にわたり生活をサポートすることを志向している。
- さらに、当商品に加入されたお客様向けに、お客様の身体障がい・介護の状態に応じて、有資格者による社会保険の手続きや介護に関する相談、音声等による家電の設定支援、オンラインでのリハビリ指導等、5つのメニューから適切なものをご案内する「身体障がい・介護のときのサポートデスク」等のサービスを提供しており、ご加入時から保険金支払後まで、商品・サービス一体でお客様をサポートしていく。

<②海外での治療や死亡について>

- 海外の医療施設での治療や死亡についても、約款所定の支払事由（※1）に該当する場合は保険金・給付金をご請求いただくことが可能である。
- ただし、診断書の翻訳等により一定のお時間を要することや、保険金等のお支払金についての海外送金をご希望される場合は送金費用をご負担いただくこと等が生じる場合もある。
- なお、診断書については、原則、当社所定の海外用診断書のお取り寄せが必要となるが、スムーズなお支払に向け、外国語（現時点では英語・中国語のみ）の診断書をご用意している。

<③高額な治療費に対応する保険について>

- ご指摘のとおり、がん等の治療法が日々進化する中、高額な治療等に対する経済的な負担を軽減できる商品へのニーズは高まっているものと認識しており、当社ではこのようなニーズについて、以下の商品にて対応している。
 - －「新3大疾病保障保険“3大疾病 3充マル”（サンジュウマル）」では、所定のがん・急性心筋梗塞・脳卒中と診断された場合、加入時の保険金額設定により、個人のお客様では最大2000万円の一時金をお受け取りいただけるため、がん免疫療法等を含む高額な治療費に備えていただくことができる。
 - －「入院総合保険“NEW in 1（ニューインワン）”」では、先進医療給付あり型を選ばれた場合、先進医療にかかる技術料と同額を通算2000万円まで保障している。例えば、現在、先進医療技術で最も費用負担が大きいものは、がん免疫療法の一つである「周術期デュルバルマブ静脈内投与療法」の約930万円であるが、これについても当商品の先進医療給付あり型であれば、全額が保障される（※2）。
- また、当社単体として主軸である営業職員チャネルを中心にフルラインアップの商品を提供していくことに加え、グループ各社においても、各チャネルの特性に応じた商品を供給している。
- 具体的には、
 - －大樹生命は、営業職員チャネルで、同社が強みを持つ外貨建保険の当社への供給等、相互供給を行いながら、フルラインアップの商品を、
 - －はなさく生命は、乗合代理店チャネルやダイレクトチャネルで、能動顧客や比較購買層向けに医療保険等を、
 - －ニッセイ・ウェルス生命は、金融機関窓口販売チャネルで、高齢者や富裕層向けに資産形成商品等を、
 - －ニッセイプラス少額短期保険は、ダイレクトチャネルで、「スマホ保険」等の損保領域を中心とした特徴ある保険商品を提供している。
- 引き続き、多様なお客様ニーズに幅広く対応すべく、グループ一体となって商品・サービスのラインアップの拡充に努めていく。

（※1）入院給付金については、入院先が日本国内の病院または患者を入院させるための施設を有する診療所と同等の日本国外にある医療施設である等の場合である。

（※2）支払対象となる先進医療は、療養・手術等を受けた時点において、厚生労働大臣が先進医療として定める医療技術・適応症・医療機関に該当している場合に限る。

（質問2）

- ニチイグループについて、2024年6月3日に子会社化されてから半年が経つが、現在抱えている課題とこれからの取組を教えてください。

(回答)

- 2024年6月にニチイグループを当社グループに迎え入れてから、14名の出向者をニチイへ派遣し、日本生命メンバーもニチイ社と積極的なコミュニケーションを図る等、丁寧に状況を把握し、実態に即した経営管理を心掛けてきた。そうした中、ニチイグループの共通課題として、「人材」と「経営管理態勢」の2つを認識している。

<人材の課題と今後の取組>

- 現場における業務負荷が大きいことや、処遇水準が低い等の要因により、従業員のエンゲージメントが低下していることが課題である。これはニチイ内での従業員満足度調査等を通じて現場の声として確認されており、結果としてなかなか人材が定着せず、現場の人材不足につながっている。
- この課題に対する取組として、業界の現状や従業員の声を踏まえ、労働条件の改善や報酬の引き上げ等に既に足もとで着手している。引き続き、細やかに現場実態の把握に務め、IT導入や業務の標準化等、現場の負担軽減につながる業務効率化やさらなる処遇改善等を進めることで、エンゲージメントの向上につなげてまいりたい。

<経営管理態勢の課題と今後の取組>

- リスク・コンプライアンスにおいて社内の共有体制構築やスピーディーな対応、コンプライアンス事象における再発防止策のPDCAサイクルの徹底が一部不十分であることに加え、システムセキュリティや長時間労働が課題であると認識している。
- この課題に対する取組として、リスク・コンプライアンスに関する規程の改訂や報告体制の見直し等、ガバナンス態勢の強化に着手している。引き続き、運用ルールの明確化やシステムセキュリティの強化、人員増強等の対応を図ることで、強固な経営管理態勢を構築してまいりたい。
- なお、今後においては人材採用のさらなる難化に加え、世間における最低賃金の引き上げの前倒しに伴う人件費の増加が見通されるが、積極的なIT投資や業務の徹底的な見直し等を検討し、生産性維持・向上につなげてまいりたい。
- このような大きな変化や課題にも柔軟に対応できるよう、日本生命とニチイがともに知恵を出し合い、協力して解決していく体制を強化してまいりたい。

(質問3)

- 日本生命は、人こそが価値創造の源泉として、さまざまな人的資本の強化に関する取組を行っている。こうした取組は、最終的には、企業の生産性向上や価値創造力の強化につながることを期待されるが、これらの期待を人事制度にどのような形で組み込んでいるか教えてほしい。

(回答)

- 当社では、人的資本の強化への取組が、企業の生産性向上や価値創造力の強化につながると考えており、以下のように人事制度に組み込んでいる。

<営業職員領域の取組>

- 長く安定的な活躍の後押しを通じた生産性の向上を目指し、総合的な労働条件の向上に取り組んできた。具体的には、アフターフォロー等の活動実績を評価する固定的給与の引き上げや、保険販売のやりがい向上に向けた成果給積み増し等の処遇面の対応を実施している。また、営業職員の提供価値の強化に向けては、コロナ禍で販売環境が大きく変わる中で営業活動に係るデジタル環境の整備を行う等、対面と

デジタルを組み合わせた活動を推進してきた。

- コロナ禍を経て地域による在籍・生産性等の格差が顕在化したことから、今後は一律対応ではなく、格差にも着目する中で、多様な活躍を後押しする“人への投資”を進めていく。

<内勤職員領域の取組>

- 生産性向上や価値創造力の強化に向けて、各層のパフォーマンス向上や、多様な人材の確保・育成に資する人事諸制度・運営全般の見直しを検討しており、「かけはしプロジェクト」と称して、各種取組を推進している。
- 各層のパフォーマンス向上に向けては、これまで細分化していた人事制度の体系を「基幹職」体系として大括りにし、誰もが意欲・能力に応じて活躍することが可能な体制整備に取り組んでいる。加えて、全国のお客様へのサービス提供の観点から、各地域に根差して働く人材の闊達な上位職登用等、多様な役位・職務における活躍を後押しする他、保険数理や資産運用領域等、高度化する事業の担い手となる専門人材の評価を推進する等、事業戦略に応じた“人への投資”を進めている。
- 多様な人材の確保・育成に向けては、経験者採用の拡大や、DE&Iの推進に取り組む他、職務公募制度の拡充等、主体的な研鑽・キャリア形成の後押しにより、多様な人材が切磋琢磨し、価値創造につなげる環境整備を推進している。
- 今後も、“人こそが価値創造の源泉”であるという価値観のもと、人的資本の強化に取り組んでいく。

(質問4)

- 人生100年時代の中で、安心の生活基盤を求めるニーズが多様化し、これに応えるために日本生命は、目指す企業像として「安心の多面体」を掲げているが、グループとして取組を進める中で、以下について教えてほしい。
 - ①安心の多面体を実現する機能の人材要件（スキルや人数規模等）
 - ②事業間での顧客情報共有の枠組み（個人情報管理の留意点等）

(回答)

- 当社は、お客様ニーズの多様化が進む中で、グループとして生命保険に加えてアセットマネジメント・ヘルスケア・介護・保育等、さまざまな商品・サービスを拡充することで、お客様の生涯にわたって幅広い安心を提供する「安心の多面体」を目指す企業像として掲げ、グループとして取組を進めている。

<①人材要件>

- 安心の多面体の実現に向けては、それぞれの人材が事業領域ごとに必要なスキルを具備することや、日本生命グループ約18万名という人数規模の人材をグループ視点で活用することを通じ、生命保険事業をはじめ、アセットマネジメント・介護事業等、多様な事業領域を担う人的基盤を確保していくことが重要と認識している。
- スキルの具備という点について、生命保険事業では、それぞれの営業職員がグループ会社も含めた多様な商品ラインアップを活用し、お客様へより高度なコンサルティングを提供可能なスキルを獲得できるような人材育成に取り組んでいる。
- 一方、アセットマネジメント・介護事業等、今後事業の多角化を進めていく領域においては、これまで当社には無かったスキル・ノウハウの取り込みが必要と認識しており、グループ人材の活用や経験者採用にも積極的に取り組んでいる。
- 人数規模という点については、日本生命約5万名の営業職員チャネルをサステナブルに維持するための

人材育成に加え、事業領域ごとに事業戦略と連動した必要な人材数を設定しており、今後の事業拡大を踏まえ、グループ全体での人材確保に取り組んでいく。とりわけ、DXを担う人材・グローバル人材については、KPIを定めグループとしての経営基盤確保を今後も推進していく。

<②事業間での顧客情報共有の枠組み>

- 当社グループ会社間で個人データを共同利用する場合は、お客様のメリットになる形での実施を検討するとともに、個人情報適切に取り扱うことがお客様との信頼の礎になるとの認識のもと、個人情報の取扱いに関するルール（個人情報保護方針）を定め、個人情報の適正な管理・利用と保護に努めている。具体的には、当該方針に従い、お客様に認識齟齬が起きないように、利用目的や情報提供の範囲等を明示している。また、適切な取扱いのみならず、お客様のプライバシーにも配慮した各種対応を行っている。
- さらに、グループ各社の個人情報取扱いに関する態勢整備状況を定期的に確認することに加え、他社事例等も踏まえながら、グループ会社との各種会議・研修等により、お客様が意図しない形での情報の共有が起らないよう取り組んでいる。
- 上記の継続的な取組により、「安心の多面体」を支える体制を一層強化していく。

(質問5)

- サステナビリティ向上に向けた重点取組領域を「人、地域社会、地球環境」と定めており、「人」「地球環境」については数値目標を明確にしているが、
 - ①「地域社会」の領域に関する目標を教えてください。
 - ②47都道府県と連携協定等を締結しているが、協定等と「地域社会」との関連について教えてください。
 - ③新政権で「地方創生」を重要課題として位置付けていることを踏まえて、連携協定等が今後どのような形で展開されるか教えてください。

(回答)

- ①について、「地域社会」領域は、「人」領域と不可分と考えており、アウトカム目標は、「人」と「地域社会」を合わせたものとして設定している。

<社会に提供する価値を測る数量目標（人・地域社会）>

| | 2035年度 | 2024年度上半期 |
|-----------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| お客様数（国内グループ） | 1700万名 | 1493.2万名 |
| 顧客企業数（国内グループ） | 37万社 | 34.2万社 |
| お客様満足度（日本生命単体） | 90%以上 | 95.0% (2023年度実績) |
| 預かり資産（国内グループ） | 125兆円 (参考・海外含) 140兆円 | 108.6兆円 118.6兆円 |
| ニッセイ版健康寿命 (日本生命単体) | (対2023年度比) 2歳延伸 | 男性：71.50歳 女性：73.77歳 (2023年度実績) |

- 例えば、アウトカム目標の一つである「ニッセイ版健康寿命」では、「人」「地域社会」共通の目標として、2023年からの12年間で健康寿命を2歳延伸することを目指し、商品・サービスの提供や、地域の自治体と一体となった「がん検診受診勧奨活動」等に取り組んでいる。
- ②について、「がん検診受診勧奨活動」では、各自治体との連携協定に基づき、地域住民の方へがん検診

の受診を推奨するビラの配布やセミナー開催等の情報提供に加え、がん検診の受診有無やその理由等をヒアリングするアンケートを実施している。アンケートの結果はお客様・自治体にフィードバックし、双方の行動変容を促すことで、地域のがん検診受診率向上に貢献することを目指している。今年度は、昨年度を上回る約90万名にアンケート回答いただいております、実際に昨年度がん検診を「受診していない」と回答した方約7.5万名のうち、1.8万名が「受診した」に変化している。こうした取組はそれぞれの地域に住む人々の健康増進に寄与する活動であり、「人」と「地域社会」の双方の要素を持つ取組であると認識している。

- また、全国共通取組である「がん検診受診勧奨活動」に加えて、支社が独自に各自治体との連携協定に基づいた取組も行っている。例えば、中高生を対象に当社役員・職員が講師となり保険やライフデザインの大切さを伝える「出前・受入授業」の開催や、営業職員が見守りネットワークの一員となって高齢者等の異変を察知した際に自治体の相談窓口や警察・消防に通報する「高齢者の見守り活動」への参加等の取組を進めている。
- ③について、ご指摘のとおり、新政権では、地方創生を5本の柱の一つに掲げており、今後はより一層、各自治体特有の課題解決に向けた取組が加速していくものと推察している。
- 当社でも、全国一律で取り組む「がん検診受診勧奨活動」「交通安全啓発活動」に続き、12月からは、「各地域固有の健康課題解決」をテーマに、生活習慣等に関する住民アンケートに加え、各地域の健康課題や自治体要望に応じた独自取組を実施する「地域の健康サポート活動」をスタートしている。
- 今後も、自治体ごとのニーズに応じていけるよう、本年度より体制を強化した「支社市場振興チーム」を中心として自治体との連携をより密にし、健康増進、子育て支援、青少年の健全育成等、幅広い分野で地域・自治体の課題解決に貢献してまいりたい。
- これからも、各自治体との連携に加え、地域金融機関や地域の企業・団体とも連携を図りながら、地域それぞれの課題を考え、行動していく。こうした活動を通じて、当社グループとして、地域課題への社会的インパクトをより与えられるよう、「地域社会」に特化したアウトカム目標の設定についても、検討を進めていく。

(質問6)

- 公式ホームページ内の特設サイトにて、『ニッセイサステナプロジェクト「こっせーのせ!」』の全国各地の取組を興味深く拝見した。
 - ①例えば、宮城県「市町村がん検診担当者会議の運営サポート」、広島県「自転車保険加入義務化に関する情報提供」等、大切な取組だと感じる一方、都道府県間で取組状況に差があるように思う。
 - ②次年度以降も当プロジェクトを展開していくのか、教えてほしい。

(回答)

- ①について、当社では『ニッセイサステナプロジェクト「こっせーのせ!」』を通じて、全国約7万名の役員・職員が全国各地でさまざまなサステナビリティ活動を実践することにより、多くの地域でサステナビリティ活動の浸透が進みつつあると認識している。
- 一方で、ご指摘のとおり、地域ごとの取組状況には一定程度の違いがあると認識している。これは、それぞれの組織が、これまで連続性をもって各地域の特性や自治体・企業のニーズに応じた取組を推進してきたことの結果によるものであり、引き続き、各組織を通じて自治体・企業の担当者と密にコミュニケーションをとりながら、各地域の課題に寄り添った取組展開を志向していく。
- 加えて、現場の責任者である支社長のリーダーシップや、思いの強弱等で取組に差が出ることがないよう、本部から現場に対して地域振興に取り組む意義を繰り返し伝えることで意識醸成を図るとともに、

がん検診受診勧奨活動をはじめとした全国一律の活動を通じて、各地域の営業職員・内務職員一人ひとりが地域振興に取り組めるような仕組み作りを進めている。

- ②について、『ニッセイサステナプロジェクト「にっせーのせ！」』は、単年度の取組ではなく、共に活動する仲間を増やしながら、今後も展開していく予定である。「お客様と共に、当社ならではの取組を通じて、一緒に未来を創っていききたい」という想いのもと活動している。
- これからも、好取組の横展開や活動の標準化・高度化に取り組むことで、全国各地のサステナビリティ取組を一層推進していく。

(質問7)

- 2024年に金融経済教育推進機構が創設されたが、大学での講義等、若い世代に対する保険教育との連携に関する今後の展望について教えてほしい。

(回答)

- 2023年12月の「資産運用立国実現プラン」の政府発表や、2024年1月のNISAの制度改革等により、若い世代の方をはじめとして、資産形成への関心が高まっていると認識している。そうした中、個人の方が資産形成の手段を適切に選択するためには、生命保険を含めた金融リテラシーの向上が必要と考えており、若い世代の方への保険教育については、金融経済教育を提供するために設立された、金融経済教育推進機構(J-FLEC)(※)の動向も踏まえながら、当社が加盟する生命保険協会を通じて業界としての取組を進めるとともに、当社としても「出前・受入授業」の対象層やコンテンツの拡大を検討している。

一業界としては、生命保険協会として、J-FLECに関わっている他、大学等の学校への講師派遣や、保険教育に関する教材や動画コンテンツの作成等に取り組んでいる。加えて、2023年11月には、生命保険協会が日本損害保険協会・生命保険文化センターと「保険教育に関する包括連携協定」を締結しており、今後、当協定に基づき、現在実施している生保・損保業界協働での教育活動を拡充する等、保険教育に係る各種施策を連携・協力して進めていく予定である。

一当社としては、若い世代の方に対する保険教育として、2011年から、主に中学生を対象に、全国の当社役員・職員が講師となってライフデザインや保険の大切さを直接伝える「出前・受入授業」を実施している。2024年9月時点で約1100校・11万名の方に受講いただいております。今後は

- ①18歳の成人を控えた高校生に焦点を当てた、ライフデザインコンテンツの開発
- ②他金融機関との協働も視野に入れた、金融経済教育コンテンツの開発

等を検討している。

- なお、若い世代の方に対する金融経済教育については、グループ会社でも取組を進めており、ニッセイアセットマネジメントが出張授業等を小学生向けに実施しているほか、大樹生命やニッセイ・ウェルス生命では、金融・経済の基礎知識等に関する大学への寄附講座も実施している。
- その他にも、企業の従業員や地域のお客様向けに、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しており、今後も、希望に満ちた未来世代を育むために、グループ各社の特長をいかしながら、日本生命グループ一体となって、金融経済教育に取り組んでいく。

(※) 国全体として中立的な立場から金融経済教育の機会を提供するため、「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」に基づいて2024年4月に設立された認可法人である。

(質問8)

○「進学応援奨学金 supported by 日本生命」について、教育に携わる者として大変ありがたい制度と感じており、今後も継続してほしいと考えている。

また、さらなる制度拡充について、以下の点を検討してはどうか。

- ① 現行制度における貸与型奨学金の導入
- ② 現行制度における中学・高校進学への対象の拡大
- ③ 海外大学進学を視野に入れた給付型・貸与型奨学金の導入
- ④ 日本生命契約者に対する独自の給付型・貸与型奨学金の導入
- ⑤ 日本生命での一定期間の就労等を条件とした給付型・貸与型奨学金の導入

(回答)

○当取組は、経済的に困難な状況にある高校3年生・浪人生を対象に、一律一人当たり5万円の進学準備費用を給付するものであり、2021年度の開始からSDGs達成の2030年度まで10年間の実施を予定している。2031年度以降については、その時点の貧困率(※)の改善状況や、公的支援制度の充足度合い等を踏まえ、取組の継続を検討していく。

○①について、当取組は、公的支援制度が届いていない方への進学準備費用の支援を通じ、経済的な理由であきらめることなく、大学等への進学に挑戦するきっかけとなることに主眼を置いているため、貸与型の奨学金の導入については検討していない。

②について、中学・高校への進学準備費用と比較して負担が大きい大学等への進学を対象としていることから、対象の拡大は検討していない。

③について、貸与型の奨学金については、①のとおり検討していないが、給付型の奨学金については、現状、進学先の希望が海外の大学の場合でも、ご応募いただくことが可能である。

④・⑤について、当制度は広く社会課題の解決を目指しているため、当社ご契約者様への独自の給付や、当社への就労等の条件付きの給付は検討していない。

○当取組は、家庭の経済環境等により進学籍差が発生し、就業機会格差や将来の収入格差につながる貧困の連鎖を解消することを目指している。進学準備費用の給付に加え、当社職員による手書きの応援メッセージと応援グッズ(文具等の用品・グッズ)を同じ地域の給付者に贈呈することで、地域に根差した応援を展開している。

○2021年度の開始以降、2023年度時点で累計1195名へ給付している。2024年度より募集人数を昨年度までの400名から倍の800名に増やしているが、募集人数を大きく上回る約2800名から応募があり、支援を必要としている方々がまだ多くいる現状が窺えると認識している。また、2023年度の受給者のうち89%が大学等に進学する等、受験に挑戦する機会や進学の機会につながっており、受給者の学生からは、「奨学金を受験料・交通費に使わせていただきありがたい。母と、泣いて喜んだ」、保護者からは、「大変ありがたい。おかげさまで進学先が決まった。」等、感謝の声を多数いただいている。

○今後も、未来世代を取り巻く困難な状況をはじめとする、さまざまな社会課題に対し、社会貢献活動に取り組んでいく。

(※) 経済協力開発機構の作成基準に基づいて算出するもので、貧困線(等価可処分所得の中央値の半分の額)に満たない世帯員の割合である。(2024年12月現在)

(国民生活基礎調査 調査の概要 令和4年(大規模調査) 用語の解説より)

(質問9)

- 総代就任以降、ほぼ毎年ニッセイ名作シリーズを拝見している。演目や舞台そのものもとても良いと思うが、何より子どもたちの笑顔を見るのが楽しみ。今後、さらに当取組を拡大し続けてほしい。また、数年前まで実施していた高校生対象のオペラや、古典芸能等も演目に加えてはどうか。
- 地方では子どもたちが生の舞台に触れる機会は少なく、都市であっても保護者の考え方や経済状況により舞台を見たことがない子どもたちも大勢いると思う。ニッセイ名作シリーズは、こうした地方による差、家庭による差を縮小する意義のある取組だと感じている。今後も継続、発展を期待している。

(回答)

- ニッセイ名作シリーズについて、ニッセイ文化振興財団とともに、全国各地で舞台芸術に触れる機会の拡大に努め、これからも子どもたちの「豊かな情操」と「多様な価値観」を育てていく。
- 現在、ニッセイ名作シリーズでは、ご指摘いただいた、高校生を対象としたオペラについては上演していないが、ニッセイ文化振興財団による取組として、中高生を対象とした芸術鑑賞教室「日生劇場オペラ教室」を実施しており、当社は、ニッセイ文化振興財団への寄付を通じて当取組を支援している。ニッセイ名作シリーズの対象学年の拡大や古典芸能等を含めた演目の追加については、貴重なご意見として今後の運営にいかしてまいりたい。
- なお、1979年に開始したニッセイ文化振興財団の「日生劇場オペラ教室」が、2014年に形を変え、ニッセイ名作シリーズの「ニッセイ名作鑑賞教室」となり、2022年まで、中高生を対象にオペラを上演していた。また、古典芸能については、ニッセイ文化振興財団の「日生劇場ファミリーフェスティバル」にて、2003年から2018年の間に、狂言や歌舞伎等を上演していた。
- 現在、ニッセイ名作シリーズでは、小学生を対象に、日生劇場をはじめ全国各地で公演を実施することで住んでいる地域による体験機会の格差の解消を目指している。60年間の歴史の中で、ミュージカルから始まり、物語付きクラシックコンサートやオペラ、バレエ、人形劇等のさまざまなジャンルの上演や、招待対象学年・公演地の拡大等、取組を発展させ、800万人を超える子どもたちを招待してきた。これからも多くの子どもたちへ舞台芸術に触れる機会を届けていけるよう、引き続き取り組んでいく。

(質問10)

- 2025年大阪・関西万博に出展すると聞いているが、進捗状況はどうか。どのようなブースが出展されるのか、楽しみにしている。

(回答)

- 2025年の大阪・関西万博は、「いのち」という、尊く、また生命保険事業にもつながりの強いテーマを掲げる当社にとって意義深いプロジェクトである。
- 当社は、大阪府・市が主体となり、産官学民が一体となって出展する「大阪ヘルスケアパビリオン」に参画することとしており、2024年10月に建屋が完成し、今後、内装や各社出展ブースの施工が進んでいく状況である。
- 大阪ヘルスケアパビリオンで、当社は、「人生ゲーム REBORN in 2050 みんなのチカラで、未来をすすめ。」を出展する。タカラトミー社の人生ゲームを題材に、前面・側面・床面を大型LEDディスプレイで囲んだ大迫力のバーチャル空間で演出する、子どもから大人までが楽しめるブースとしている。
- 具体的には、参加者が、ルーレットを回して止まったマスで、タブレットを使ってさまざまなライフイベントについての選択を重ねることでゲームが進行していく。また、従来、人生ゲーム内で使われてきた「お金」に加え、「ハート」を新たなスコアとして導入している。ハートは『自分のいのち・健康にと

って良い行動』や『参加者と協力し、助け合う行動』を取った際に変動し、当社の経営基本理念である「共存共栄・相互扶助の精神」を表現している。

- 出展を通じ、万博のテーマであるいのち・健康に加え、支え合い・助け合いといった、「今も未来も変わらない大切なこと」の気づきを提供するとともに、お客様の人生に寄り添う当社の姿を表現していく。

■以上の他、以下の質問・要望については、配付資料にて回答を行った。

(質問11)

- 保険商品について、個人向けには年代や家族構成等に応じたおすすめの商品、法人向けには用途に合わせた保険を一覧にしたマップを提供してほしい。

(回答)

- 当社では、年代や家族構成に応じて、公的保険を踏まえた必要保障額を算出する「みらいコンサルタント」等を活用した「伴走型世帯リスクコンサルティング」を通じ、オーダーメイドのコンサルティングサービスを行っており、その際に活用いただける日常生活のリスクを「死亡のリスク」「重い病気や介護等のリスク」「医療のリスク」「老後等、将来の資金が必要になるリスク」「暮らし(事故や災害)のリスク」に分類し、各リスクに対応した商品を一覧化した「商品・サービスラインアップビラ」をご用意している。
- また、法人のお客様向けには、経営者様の万一のときやご勇退資金の確保に備えられる商品を紹介する「商品比較パンフレット」や、従業員様の福利厚生制度に関する商品を紹介する「福利厚生制度説明パンフレット」等にて、ニーズごとに商品を一覧化したツールをご用意しており、これらを通じ、お客様の用途に応じた商品をご案内している。
- いただいたご意見や、お客様からの多様なご要望を踏まえ、これからも各種ビラ等の充実に加え、コンサルティングサービスをより一層高度化することで、お客様一人ひとりに合った保障をご提供できるよう努めていく。

(質問12)

- 営業職員から提案書を紙で受け取っているが、提案回数が増えると紙が膨大になり、最新の提案書の管理も難しい。メールやSNS、ショートメール等を活用し、電子化を進めることにより管理もしやすく、また印刷の手間やペーパーレスにもつながり、営業職員の作業軽減にもつながると思う。

(回答)

- ご指摘のとおり、紙媒体をお渡ししているケースが多いものと認識している。
- 一方で、保険提案書を紙面で管理することの煩雑さや紙削減の観点から、デジタル化へのニーズは存在していると認識しており、2012年からは提案書をメールで送信可能とし、2020年には送信手段を拡大してLINEから送信可能とする等、お客様のニーズに沿って使い分けができるようシステム対応を進めてきた。
- ご意見をいただいた、管理が難しいという点についてお応えすべく、デジタルで送付した提案書や必要保障額のシミュレーション結果等を、お客様から専用ページで時系列ごとにまとめてご確認いただくことができ、履歴管理も可能となるような仕組みの検討も行っている。
- 加えて、お客様のニーズを正しくヒアリングし、デジタルでの提案書等のお受け取りを希望される場合は、メールやLINEでお送りできるよう営業職員の教育に努めていく。その際には、営業職員一人ひ

とりのデジタルリテラシーを踏まえた個別教育を実施する等、教育機会の拡充や教育内容・水準の均等化も進めていく。

(質問13)

○営業職員がお客様にサービス品を提供することがあると思うが、会社から営業職員への物品支援の拡充を検討してはどうか。

(回答)

- 営業職員によるお客様へのサービス品の提供については、営業職員のお客様へのサービスの一環であり、営業職員個々の判断に応じ、お客様との関係の構築・維持のためにお配りするものと位置付けている。
- こうした職員ごとのサービス提供に加え、よりお客様サービスを充実させる観点から、2025年4月から「NISSAY ハピネスナビ」を開始する。当サービスでは、「安心を土台に、日々を豊かにする」というコンセプトのもと、リスク・保険等に関するアンケート回答や情報登録で獲得できる「ハッピーギフト」、リスク軽減に役立つ知識を得ながら、お得感・限定感のあるオンラインコンテンツを日常利用できる「ライフコンテンツ」、保険給付と一体でリスク軽減に役立つ「リスクケアサービス」の3つのメニューを会社より提供していく。
- 現状においても、新商品発売時の一斉の物品支援等、本部や現地の支社・営業部を通じた支援は行っているが、いただいたご意見も踏まえ、今後も引き続き営業職員への支援向上に向けた検討を行っていく。

(質問14)

- 2024年4月に事業化を開始した一時保育マッチングサービス「ちょこいく」について、今後も子育て世帯に寄り添った事業への取組を推進してほしいと思うが、以下の点について教えてほしい。
- ①利用件数の実績
 - ②サービスのPR方法
 - ③収益スキーム
 - ④今後の23区以外での事業展開の予定

(回答)

- 当社は、2024年4月に一時保育マッチングサービス「ちょこいく」を事業化（※1）しており、中期経営計画で、生命保険を中心にアセットマネジメント、ヘルスケア、介護・保育等のさまざまな安心を提供する「安心の多面体」としてのグループ経営を推進することで、当事業をはじめとした子育て世帯に寄り添った取組を推進している。
- 一時保育マッチングサービス「ちょこいく」とは、2020年度の社内起業プロジェクト（※2）から生まれた、「一時保育を利用したい子育て層」と「一時保育を提供可能な保育所」をマッチングするサービスである。ワンオペ育児や産後うつになりがちな子育て世帯の現状に着目し、「子育てを“ちょこっと”頼ることで、“いく児”がもっと楽しくなる」ことを目指している。

<①利用件数の実績>

○これまでに約360件（※3）の一時保育をご利用いただいております、約7360名（10月末日時点）の子育て世帯に会員登録をいただいております。

<②サービスのPR方法>

○当サービスの認知度向上に向けては、インスタグラム、LINE等を活用したデジタルマーケティングに加え、自治体との協業も含めた地域の子育て広場や児童館等の子育て世帯が集まる場所でのビラ配布等の周知活動に取り組んでいる。

<③収益スキーム>

○利用者と保育所の双方からの手数料収入により事業を運営する方針である。ただし、現在は事業を開始し、サービスの認知と利用者の拡大を目指す段階にあるため、保育所から紹介手数料をいただく一方、一時保育の利用者である子育て世帯からは手数料をいただいていない(※4)。2024年10月からは、「病児保育」を題材とした企業向けの福利厚生プランの提供を開始する等、引き続きさらなる事業の成長と、収益拡大に取り組んでいく。

<④今後の23区以外での事業展開の予定>

○子育て世帯や保育所のニーズを踏まえながら、まずは神奈川、千葉、埼玉といった東京近郊での拡大展開を検討している。

(※1) MBオペレーションズ株式会社に当社職員が出向して運営している。

(※2) 新規事業創出に向けた取組の一つとして、当社職員がアイデアの創出から事業化を行うプロジェクトである。

(※3) 2024年4月から10月末日までの利用件数。

(※4) ご利用いただいた保育施設に、所定の保育料をお支払いいただく必要がある。

(質問15)

○米国日生の医療保険は取扱医療機関が多く、現地のスタッフに人気がある。現在、米国日生の営業拠点は、ニューヨーク・ペンシルバニア・アトランタ・シカゴ・ロサンゼルス・オハイオとなっているが、日系企業のテキサス州進出が顕著に伸びている中、今後、テキサス州への営業拠点の開設も検討してはどうか。

(回答)

○テキサス州については現在米国日生の営業拠点はなく、近隣の拠点からカバーしている状況だが、当該地域は日系企業の進出数も増加傾向にあり、当社としても今後さらに力を入れて営業拡大を図るべき州の一つと考えている。

○米国日生は1991年の設立以来、在米日系企業に、最良の商品・サービスを提供することを目的として、多言語で照会ができるコールセンターの運営や専用アプリを通じた24時間オンライン診療サービスの提供等を実施しながら、「アメリカでもニッセイ」をスローガンに事業展開を続けてきた。現在もその方針は変わっておらず、より多くのお客様に我々の商品をお届けできるよう尽力している。

○会社創立当初から掲げ続けてきたこのスローガンを実現するべく、他社との業務提携や新商品の開発等、米国日生は今までさまざまなサービス拡充を進めてきたが、米国でのさらなる地域展開は非常に重要な課題であると認識している。

○米国は広大な国土を有しサービス提供も広範囲にわたるため、テキサス州への営業拠点開設については他州と比較検討をしながら判断を行っていくとともに、お客様のニーズに応えられるようさらなるサービス向上に向けた取組を推進していく。

(質問16)

○ソルベンシー・マージン総額のうち、その他有価証券評価差額金は45%強を占め、高いソルベンシー・マージン比率に貢献している。今後、コーポレートガバナンスの強化の中で、政策保有株式の圧縮を行う場合、その圧縮がソルベンシー・マージン比率に及ぼす影響との兼ね合いについて教えてほしい。

(回答)

- ・当社の政策保有株式は、業務提携等の協業や、イノベーション取組に資する先端技術情報の収集、将来の協業検討を行っている先であるため、一律で既存投資分を圧縮するといった考えはない。
- ・また、当社の政策保有株式は保有株式全体の7%程度であり、仮にその全てを売却した場合であっても、ソルベンシー・マージン比率への影響は限定的となる。

【ご参考】

- ・政策保有株式の保有状況（2024年3月末時点）
－上場政策保有株式：14銘柄、約9554億円（うち国内：4銘柄、約4221億円）
－非上場政策保有株式：18銘柄、約153億円（うち国内：17銘柄、約153億円）

(質問17)

○今年の夏、株価の乱高下があったが、財務への影響について教えてほしい。

(回答)

- 当社では、超長期の負債特性を踏まえ、従前より、中長期的な相場循環を捉えた売買等を通じ、長期・安定的な収益の確保に努めている。株式についても、長期保有を前提に、投資先企業の成長の果実を、配当や含み益という形で享受する目的のもと、経済環境や産業動向を分析のうえ、成長性や株主還元を踏まえて投資判断を行っている。
- 8月初め、米国の景気減速懸念等を背景に内外株価が一時的に乱高下する局面があったが、短期的な相場変動に左右されることなく、中長期的な視点で資産運用に取り組んできた結果、財務への影響は極めて限定的となっている。
- 具体的には、今回の相場急変は一時的に留まるとの見通しのもと、中長期目線で株式を保有するという基本的な運用方針を堅持したうえで、さらにその後の株価回復局面を捉えて買入を一部増やした。
- 引き続き、中長期的な視点から、いかなる相場変動にも耐えうるレジリエントな（頑健性の高い）ポートフォリオを構築していく。

(質問18)

○ホームページの「お客様満足度の中長期トレンド」を見ると、2023年度には、お客様満足度が飛躍的に向上している。お客様満足度の向上に向けて取り組んでいる具体策や、さらなる向上のために注力していることがあれば、是非共有してほしい。

(回答)

○当社は「お客様本位の業務運営」を事業運営の根幹に据え、全てのお客様に対し、真に求める商品・サービスを提供するとともに、保障責任を確実に全うすることで満足度の向上につなげていきたいと考えている。具体的な重点取組ポイントは、以下の3点である。

< 1. お客様の声をいかす取組 >

- ー全国の支社・営業部、ニッセイ・ライフプラザ、ニッセイコールセンター等を通じて寄せられるお客様の声を収集・分析し、お客様視点での課題解決を進める取組を実施。
- ーまた、役員が定期的に営業現場を訪問する中で、現場職員がお客様からいただいたご意見・ご要望を吸い上げ、各部と課題を共有し、改善に向けて働きかけを行う取組を運営。
- ーさらに、2022年10月より新契約・支払等の手続きをされたお客様にアンケート調査を行い、ご要望を改善につなげる取組を開始する等、お客様の声を基点としたサービス向上取組を強化。

< 2. 各部門におけるPDCAの実施 >

- ー当社の「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づき、各部門が独自の取組とKPIを設定し、お客様本位の業務運営を不断に発展させる運営を推進。

< 3. 全役員・職員へのお客様本位で行動するための理念の浸透 >

- ー専用冊子を活用した研修等の各種教育を通じ、「お客様のことを真っ先に考え、お客様に寄り添い、安心をお届けする」という創業から脈々と受け継がれてきた使命・理念の浸透に取組。

○これらの取組については、役員・部長層をメンバーとする「お客様本位の業務運営委員会・部長会」等を通じ、定期的に進捗状況を確認する態勢を構築している。上記取組の積み重ねにより、取組の定着を測る指標(KPI)であるお客様満足度は中長期的に右肩上がり推移しており、近年は当社目標水準の90%を超え高位安定となっている。

○2023年度は、コロナ後の訪問活動の本格再開といった特有の要因に加え、デジタル接点やダイレクト手続拡大等のお客様が望まれる接点での関係構築、お客様ニーズに合わせた新商品の提供等を評価いただき、近年では最も高い満足度につながったものと認識している。

○なお、2024年度は、速報ベースでは前年よりは減少するも、引き続き高位安定の見通しである。詳細な分析はこれからとなるが、現状の取組に満足することなく、常に世の中の変化やお客様ニーズに向き合い、業務運営の定期的な検証・見直しを行う等、全社を挙げてお客様本位の業務運営の高度化に取り組んでいく。

(質問19)

○死亡保険金の受取人について、原則、配偶者及び2親等以内の血族(祖父母、父母、兄弟姉妹、子、孫等)の範囲で指定することになっている。時代の変化で、血族がいないケースも出てきており、さらにこの先はそのようなケースが増加すると思うが、今後は本人が希望する受取人、例えば、甥姪、従妹、血族ではない友人等を指定できるよう検討してほしい。

(回答)

○死亡保険金の受取人について、当社では、原則「配偶者または2親等以内の血族」を指定いただくようお願いしている。これは、保険事故が発生した際のご請求漏れの防止、お支払時のご親族間での相続トラブルの抑止等の観点によるものだが、指定範囲内のご親族がいらっしゃらない場合は、甥姪、従妹、その他の遠いご親族等を指定いただくことも可能としている。

○ただし、「配偶者または2親等以内の血族」以外の方を指定される際は、営業担当者ではなく、お客様サービスを担当する当社の内務職員がお客様をご訪問のうえ、より近い親族がいらっしゃらないことを直接ご確認させていただく等の対応を行っている。

○柔軟な受取人の設定という点については、ご意見をいただいたとおり、世の中の情勢やお客様ニーズが多様化していく中、ご親族の指定範囲の拡大や手続きの簡素化等、検討を進めていく。

(質問20)

○LGBTQについて

- ①保険加入にあたり性別の選択は必要か
- ②保険メニューではLGBTQの方にどのように対応しているのか。例えば、性別による特定疾病があるが、生物学的な性別と異なる場合でも、希望の保険に加入できるのか
- ③社内におけるLGBTQの方に対するインフラ整備（トイレやロッカールーム等）をどのようにしているのか
- ④LGBTQのお客様への対応について、簡単に結論が出ないと思うが、前向きに対応を進めていく予定か

(回答)

- ①保険加入にあたり、性別の選択が必要となる。これは、男性・女性特有の疾病の存在等により、支払特性が異なっていることを踏まえた保険料を設定しているためである。
- ②保険加入においては、生物学的な性別と異なる場合でもご希望の保険にお申込みいただくことが可能（※）だが、他の契約同様に個々健康状態等に応じた引受可否の判断を実施させていただいている。
- ③社内インフラ整備としては、性別に関わらず使用ができるユニバーサルトイレの設置ならびに職員向け公表・周知を、在籍の多い本店・本部ビルから進めている。
- ④LGBTQのお客様においては、これまでにいただいたさまざまなお声を踏まえ、
ー生命保険契約の死亡保険金受取人に同性パートナーの方を指定できる取扱
ーご加入後に戸籍上の性別を変更されたお客様において、申出に応じ保険契約の性別を変更する取扱等の取組を実施している。
- 引き続き、お客様の声や社会情勢を積極的に把握しながら、LGBTQのお客様を含めさまざまなお客様にご安心いただける取組を進めていくことで、生命保険事業による“安心”の価値を上げ、お客様からの一層の信頼獲得に努めていく。

（※）当保険商品においては、女性向けに販売している出産や特定不妊治療等を保障する「ニッセイ出産サポート給付金付3大疾病保障保険“ChouChou!”」を除き、性別に関わらずお申込みが可能となっている。

■当日席上の質問・要望に対し、議長および担当役員から回答を行った。

(質問21)

○海外保険について、豪州と米国では保険金の支払増加により減益となっているとのことだが、この傾向は一時的なものなのか、それとも今後も継続することが予想されるのか教えてほしい。また、原因をどのように分析し、今後どのように対応するつもりか教えてほしい。

(回答)

○豪州では、コロナ禍以降、メンタル疾患になる方が顕著に増加しているため、保険金支払の増加がここ数年続いている。現状、支払の精査と、商品内容や保険料の見直しを行ってきているが、今後も同様の

傾向が続くようであれば、対応を継続してまいりたい。

- またMLCでは、給付の条件が非常に易しい保険を多く販売していたため、既契約については、保険料の引き上げを実施することによって収支改善に取り組んでいる。新たな契約については、商品内容を見直して、支払の増加が起きにくいような商品を販売することで対応している。
- 米国では、コロナ禍で病院に行くケースが減ったため、医療保険の支払が減っていたが、世の中がコロナ禍から通常状態に戻るとともに医療に掛かる方が増えたことと、医療費が上昇したことから、保険金の支払が増加している。また、アメリカの医療保険は、損害保険のように毎年保険料の更改があるため、支払の状況にあわせて保険料の見直しをすることで対応していく。

(質問22)

- マラリアやデング熱等の熱帯地域における感染症対策について、社会貢献活動の一環として目を向けていただけるとありがたい。

(回答)

- 気候変動に伴い、さまざまな感染症についてのリスクが増大していると認識している。当社では、気候変動に伴う気温上昇による死亡率の上昇や、健康被害に対する分析を進めており、大学とも連携しながらシナリオを分析している。デング熱等の感染症については、今後、日本国内でも拡大していくことが考えられるため、対策について研究を進めるとともに、地域への貢献についても考えてまいりたい。
- また、当社では、サステナビリティ経営における重要課題として、「人」・「地域社会」・「地球環境」におけるサステナビリティ向上を目指しており、「地域環境」に対する研究分野の一つとして、気候変動への対応にも取り組んでいる。現在、カーボンニュートラルに重点をおいた取組を行っているが、地球温暖化等、地球環境を視野に入れた取組は他にもあるのではないかとのご指摘であると捉えているため、ご意見を参考にしながらさまざまな取組を検討していきたい。

(質問23)

- 例えば、商品に関する疑問等に営業職員が回答できるような環境を整備しているのか。

(回答)

- 例えば、貯蓄性商品については、配当の考え方を説明資料に記載して営業職員がお客様に説明できるよう準備をしているが、営業職員が疑問等に回答できるような環境の整備として、全営業職員に貸与しているN-Phoneというスマートフォンの中にチャットボット機能を備えている。疑問を入力すると回答が即時に返ってくる仕組みで、約3000件のFAQを準備し、営業職員からの日々の質問を分析して回答するような仕組みを導入している。
- このような取組は、営業職員がお客様からご質問をいただいた際に即座に回答することと、営業職員から事務職員への質問を減らし、事務職員の業務削減をすることの両方を狙いとしている。新しい商品やサービス等を強化していく中で、営業職員から事務職員への質問の内容も変化しつつあるため、前述のような取組をしながら、回答の仕組みを進化させている。
- お客様からの質問に的確・正確・迅速に答えるために、営業職員の知識教育と現場でのサポート、そしてバックオフィスでのサポートを準備している。バックオフィスでのサポートは、今後AIを活用していくと、データが蓄積されることによって、より精度が高く、回答できる範囲も広がると考えている。今後も、知識教育、現場でのサポート、バックオフィスでのサポートの3層構造で対応してまいりたい。

(質問24)

○疾病によっては、入院せずに手術を行うことがあると思うが、そのような手術にも対応できるような商品面での検討を行ってはどうか。

(回答)

- 医療保険については、一時金で支払うタイプの商品を販売している。日額で支払うタイプの商品は販売を停止しており、外来手術については一時金の設定金額に応じた対応を行っている。
- 営業現場からも、お客様からご指摘いただいたような声を頂戴していると伺っており、課題を認識しているため、慎重に検討していきたい。
- 医療に関しては治療方法が進歩してきているため、どのように対応するのかは過去からの継続的な課題であり、現場の声と医療の状況を見ながら、適宜、医療保険の改定をしまいたい。

(質問25)

○不妊治療に対して給付金を支払う商品を提供していると思うが、より加入しやすいような商品を開発してはどうか。

(回答)

- 不妊治療については、2016年10月に社会課題解決に向けた保険として、特徴的な商品「ニッセイ 出産サポート給付金付3大疾病保障保険“ChouChou!”」を発売している。また、近年、不妊治療に保険が適用されるようになったため、「入院総合保険“NEW in 1 (ニューインワン)”」等の商品でも、入院された場合には支払対象となる。「ニッセイ 出産サポート給付金付3大疾病保障保険“ChouChou!”」については現在も販売しており、社会課題の解決等に一定程度貢献はしているものの、直近の世の中の変化が反映されていないということと認識しているため、商品の改良について引き続き検討してまいりたい。

(質問26)

○遺伝子検査やゲノム解析等の最先端の検査にもとづいた情報をどのように生命保険商品や予防サービスに反映していくのか。

(回答)

- 遺伝子検査については、生命保険協会全体として、遺伝子情報の収集や活用等は一切行わないと決定している。これは、契約者間の公平性という点に加え、遺伝子情報を当社が収集することでゲノム医療を安心して受けたいというお客様に影響が出てしまうためである。
- また、遺伝子検査については、内容により、将来の病気発生のリスク測定の確度が高いものと、そうでないものが混在している状況だと認識している。今後、遺伝子検査やゲノム治療が進んでいく中で、仮に保険業界が遺伝子情報を活用して引受や支払をするかしないかという議論が先行すると、ゲノム治療を阻害する要因にもなるため、ゲノム医療の発展のためにも、現在では、生命保険業界では遺伝子検査の情報は活用しないことを決定している。
- 引受や支払の実務において、遺伝子情報の収集や活用等は行わないという基本スタンスを変えることは当面ないという前提だが、遺伝子検査の正確性やコスト面は進歩してきていると理解しているため、社会的な議論が先行している海外の事例等も参考にしながら、対応を注視・検討していきたい。

(質問27)

○一時保育マッチングサービス「ちょこいく」は、今後、より多くのお客様にサービスを提供する機会を増やすことが出来る可能性がある事業だと思う。関東圏のみならず全国に広めていただきたい。また、他の分野にも広げていただきたい。

(回答)

○一時保育マッチングサービス「ちょこいく」は、2020年に開始した社内起業プロジェクトの中で選ばれた第1号の案件である。子どもに何かあったときに、指定した時間だけ預けたいというニーズに対応する仕組みとして、ここ1～2年で実証実験をしてきた。

○しかし事業拡大の障壁は大きく、その最も大きな要素は、保育所ではデジタル化が進んでいないところもあり、人の力でマッチングをすることには限界があるということである。システムを使ってどのように改善していくかを見据えながら賛同者を募っていくことで、引き続き事業の拡大を検討してまいりたい。

(質問28)

○年1回のご契約内容確認活動ができていないということで、担当ではない営業職員から連絡があった。個人の情報は、日本生命のどこまでの職員が確認できるようになっているのか。

(回答)

○当社では、営業職員の担当者を1契約ごとに決めており、生命保険にご加入いただくと、その手続きを担当した者が担当者となり、その担当者が会社を辞めた場合は、新しい担当者を決めるという形をとっている。基本的にはその担当者が、お客様の契約の情報等を確認できるような仕組みとなっている。

○また、ご契約内容確認活動を年1回実施することを大切な活動と位置付けているため、それが行われたかどうかをデータで管理しており、何年か担当者がご契約内容確認活動を実施できていないというデータが上がってくると、支社や本店等に所属しているライフプラザの訪問チームからお客様に連絡がいくような仕組みとなっている。その場合は担当者以外に情報が開示されることになるが、基本的には前述のような担当者制度をベースに情報開示を行っているため、情報の管理についてはご安心いただきたい。

○個人契約や法人契約では、非常に重要かつ繊細な個人情報を取っているため、開示範囲を限定して運用しているが、総代方も含め皆様の情報管理への意識が高まってきているため、現在の体制で十分かどうかを日々見直しており、より体制を強化した方がいいのではないかと検討を行っている。皆様によりご安心いただけるような情報管理を行ってまいりたい。

(質問29)

○保険を見直す際、保障内容の変更を丁寧に説明することでお客様からの苦情等も減るのではないかと。また、従来は書面で提出していた給付金請求の手続きがインターネット上で可能となり、支払も迅速になり、素晴らしいと思う。

(回答)

○今後、多くの方が健康で長生きをするような時代がさらに進んでいくと、過去の契約を切り替えたり、見直しをすることが増えていくため、前の契約と比べてどこがどのように変わったのかということをお客様により一層丁寧に説明ができるように社内で検討するとともに、営業職員教育にもいかしてまいりたい。

(質問30)

- チャットボットやコールセンターの自動応答サービス等、AI活用がさらに進むと思うが、人が対応しない時点であきらめてしまうケースもあるので、コールセンターでも、高齢者専用の仕組みも含め、人が対応するサービスがあると良いと思う。

(回答)

- コールセンターでは、基本的に有人で対応を行っているが、コールセンターが閉まっている時間帯には、AIがお客様の電話を受けるよう運用している。
- ご意見いただいたとおり、ご高齢の方が電話をかけたときに、まず音声で応対され内容に応じて振り分けられる仕組みでは、途中であきらめてしまうようなケースもあるため、当社では、ご高齢の方向けの専用ダイヤルを設けており、基本的に通常のコールセンターのダイヤルと併記する形で表示し、誘導をしている。なお、ご高齢の方向けの専用ダイヤルでは、冒頭から有人で対応しており、ゆっくり丁寧に話す等、ご高齢の方への対応を強化している。

(質問31)

- 若年層の生命保険への加入について、10年前と比べて加入率はどのように変化しているのか。デジタル化が進み競合他社が増えていることや、物価上昇を受け保険料がお客様の負担になっているケースがあることが影響しているのではないかと。

(回答)

- 若年層の方に保険にご加入いただくためにはどうしたら良いのかということは継続的な課題であり、商品と加入経路の多様化が重要であると考えている。
- 年金保険は、従来から若い方に多くご加入いただいている商品だが、とりわけ当社は、マイナス金利下においても必要な機能と考え、年金保険に力を入れてきた。また、よりご加入いただきやすくなるよう、スマートフォンから手軽にご加入いただける経路を新設した。
- さらに、NISAの制度改正等を受け資産形成に対するニーズが高まってきているため、年金保険のような定番の商品に加えて、より保険期間が短く、保険金額の変動が少ないような安全な貯蓄商品を開発しているところである。商品とアプローチ方法の面から、若年層の保険加入率を上げていきたいと考えている。
- 過去と比べると若年層の加入率は下がっているため、加入率を引き上げる余地はあると考えており、若年層向けの保険販売に生命保険事業の成長性・発展性があると捉えているため、若年層への魅力的な商品提供とアプローチ方法を引き続き検討してまいりたい。

以上