

ステークホルダー・エンゲージメント

お客様／地域・社会とのコミュニケーション

■ 「総代会」・「総代懇談会」・「ニッセイ懇話会」

当社では、社員（お客様）の皆様の声にもとづく経営を行っていくため、総代会や総代懇談会、全国各地でニッセイ懇話会を開催しています。

総代会、総代懇談会、ニッセイ懇話会について [>](#)

■ 全国の消費生活センター

当社は、地域や消費者との関わりを深めることを目指し、全国に展開する各支社が地域の消費生活センターを定期的に訪問しています。

各地域の事情や各センターのご要望に応じて、訪問、郵送、電話等により、約1,000カ所の消費生活センターとの接点を持ち、地域ごとの消費者問題や相談内容をお伺いし、「お客様の声白書」等を用いて、当社の取組内容をご説明する等、さまざまな情報交換を実施しています。

また、フードバンク活動や見守りネットワークなど、各地の消費生活センターの活動に協力することで地域との関係深化を図っています。

一方で、消費生活センターの方には消費者問題の専門家として、ニッセイ懇話会にもご参加いただき、ご契約者向けにさまざまなお話をいただく等、ニッセイ懇話会運営にもご協力いただいています。

これらの交流を通じて、消費者の課題意識やご意見を積極的に収集するとともに、各地域の行政の取組に協力し、改善取組や従業員の意識醸成に活用しています。



消費生活センターへの訪問（群馬県）



フードバンク活動への協力（茨城県）

お客様の声白書はこちら [>](#)

投資家とのコミュニケーション

■ 国内IR（国内投資家に向けた取組）

国内の機関投資家やアナリスト等を対象に、年に2回、決算・会社全体の取組状況・運用方針等をお伝えするための「投資家向け決算・経営戦略説明会（IR）」を実施しています。

当社の経営戦略や財務・業績状況等に関する情報を的確に理解していただけるように努め、企業としての透明性を一層高めていくことで、今後、さらに機関投資家の皆様から信頼を得ることを目指しています。

投資家向け決算・経営戦略説明会（IR）資料はこちら [>](#)

■ 海外IR（海外投資家に向けた取組）

2012年度に当社として初めての劣後債を発行して以降、海外起債の有無にかかわらず、年に1回程度、米国・欧州・アジアなどの投資家との対話を実施しています。既存投資家の方々に限らず、新たに投資家となっていただける可能性のある方々に対しても、決算や経営戦略全般について定期的な情報提供を行うことで、より幅広い投資家の皆様との関係構築に努めています。

海外IRに関する資料はこちら [>](#)



■ ビジネスパートナーとの協働について

■ ビジネスパートナーとの協働に関する考え方

当社では、ビジネスパートナー（取引先）の皆様とともに、安心・安全で持続可能な社会の実現に向けて行動するため、以下の通り、「ビジネスパートナーとの協働に関する考え方」を制定しています。

ビジネスパートナーとの協働に関する考え方

日本生命保険相互会社（以下、「当社」といいます。）は、当社の定める経営基本理念のもと、以下の観点に基づき取引活動を行い、ビジネスパートナーの皆様とともに持続可能な社会の実現に貢献してまいります。また、ビジネスパートナーの皆様とのコミュニケーションの充実に努め、信頼関係に基づくパートナーシップの構築を目指してまいります。

1. 法令・社会規範等の遵守

各国・地域の法令や社会規範等を遵守し、高い倫理観に基づき行動します。

2. 公正・公平な取引と腐敗防止

公正・公平な取引を推進し、不適切な利益の供与や受領は行いません。

3. 人権尊重

国際人権章典などの人権に関する国際規範を支持し、人権を尊重します。また、ビジネスパートナーによる人権への負の影響が、当社の事業や、商品・サービスと直接つながっている場合、当社はこれらのパートナーに対しても、人権を尊重し、侵害しないよう求めていきます。

4. 環境への配慮

当社の事業や商品・サービスが環境に与える負荷を最小限に抑えるよう努めます。

■ パートナーシップ構築宣言

当社は日本経済団体連合会会長、日本商工会議所会頭、日本労働組合総連合会会長及び関係大臣（内閣府、経済産業省、厚生労働省、農林水産省、国土交通省）をメンバーとする「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」によって創設された「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に賛同し、これを公表しています。

「パートナーシップ構築」はこちら [PDF](#)

マルチステークホルダー方針

日本生命保険相互会社（以下、「当社」といいます。）は、共存共栄・相互扶助という生命保険事業の基本精神に基づき、お客様に対する長期にわたる保障責任を全うし続ける使命を担うとともに、お客様利益（ご契約者利益）の最大化に取り組んでおります。

これらを果たす上では、当社として持続的な成長・生産性向上を成し遂げていく必要があるところ、お客様にとどまらず、従業員、取引先、投資家、地域社会などのマルチステークホルダーとの適切な協働が不可欠であると考えております。

そのためには、従業員への還元や取引先への配慮等を含めたマルチステークホルダーへの適切な収益・成果の分配を行うことが重要であり、以下の取組を進めてまいります。

1. 従業員への還元

当社は、価値創造の原動力、あらゆる取組の礎は“人”にあるという考えの下、様々な人的資本の強化を行うことで、「一人ひとりが持つ多様な視点・個性を活かしつつ、常にお客様視点に立ち、仲間と協調して長きにわたり社会的役割を誠実に遂行し、自律して成長し続ける人材」を育成し、これによって最大化した付加価値を次なる人的資本の強化に繋げ、従業員への持続的な還元を目指します。

なお、人的資本の強化については、労使間の真摯な対話に努め、賃金の引上げに限らず、働く環境の整備、従業員教育の拡充等の様々な方法によって取り組んでまいります。

2. 取引先への配慮

当社はパートナーシップ構築宣言の内容遵守に、引き続き、取り組んでまいります。

- パートナーシップ構築宣言の登録日【2022年11月28日】
- パートナーシップ構築宣言のURL【<https://www.biz-partnership.jp/declaration/20442-11-00-osaka.pdf>】

3. その他のステークホルダーに関する取組

当社は、取引先の皆様とともに持続可能な社会の実現に貢献し、また信頼関係に基づくパートナーシップを構築すべく、2020年に「ビジネスパートナーとの協働に関する考え方」を制定し、公表しております。

これらの項目について、取り組み状況の確認を行いつつ、着実な取り組みを進めてまいります。

2024年4月4日

日本生命保険相互会社 代表取締役社長社長執行役員 清水 博

代理店への取組

当社は、全国の税理士・保険代理店等を通じ、法人のお客様に対しては、主に経営者の事業保障・事業継承等のニーズにお応えできるよう当社商品を提供し、個人のお客様に対しては、幅広いニーズに対応するため当社とはなさく生命の商品をグループ一体で提供しています。

（代理店数:19,162※1 [2023年度末時点]）

販売支援体制の拡充のため、全国に約700名の代理店担当者を配置するとともに、担当者の知識・スキルの高度化に向けて、体系的な教育プログラムを整備しています。加えて、代理店専用ホームページ（NISSAY MARKETING STATION※2）の一層の充実、代理店からのお問い合わせに対応する窓口（代理店サポートセンター）の機能強化等を通じ、高度化・多様化するお客様ニーズに対応した代理店のコンサルティング活動をサポートしています。

また、代理店部門の固有業務課題に応じて策定したコンプライアンス・プログラムに基づき、代理店担当者を通じた代理店への教育研修、訪問点検や、代理店担当者への教育および点検を実施しています。今後も、既存チャネルの強化や成長チャネルの開拓を進め、お客様のニーズにきめ細やかに対応してまいります。

※1「代理店数」には、銀行等の金融機関代理店等を含みます。

※2 NISSAY MARKETING STATIONは、当社委託代理店専用のホームページです。A-Net(NISSAY AGENCY NET)による提案書作成機能に加え、最新の生命保険に関する情報、生命保険税務に関する専門家相談サービス、各種FPシミュレーションサービス等、代理店を支援するコンテンツを多数掲載しています。



■ 金融機関への取組

当社は、全国の提携金融機関を通じ、保障や資産運用等の多様なお客様ニーズにお応えできるよう当社とニッセイ・ウェルス生命の商品をグループ一体で提供しています。

今後も、きめ細かなサービスを提供できるよう、商品内容や販売スキルおよびコンプライアンス等について教育・研修を実施する等、金融機関へのサポート強化に努めてまいります。

また、商品ラインアップの充実や金融機関との更なる関係強化を通じて、今まで以上に幅広いお客様に満足していただけるよう、取り組んでまいります。

社外有識者との対話

日本生命グループでは、事業運営の根幹であるサステナビリティ経営を一層高度化するため、相対的かつ客観的なご意見を伺うべく、社外の有識者をお迎えして、ダイアログを開催しています。

有識者ダイアログはこちら [>](#)

日本生命グループが社会を動かす^{てこ}梃子となり アウトカム創出をエコシステム全体に広げる



サステナビリティステートメントやアウトカム目標の策定にあたり、ダイアログを実施しました。「人」「地域社会」「地球環境」の3領域における当社グループの取り組みや、PRI（国連責任投資原則）やNZAOA（ネットゼロ・アセットオーナー・アライアンス）等の国際イニシアティブへの参画状況等をお伝えした後に、当社グループに期待することや、サステナビリティステートメントやアウトカム目標の検討状況、サステナビリティ経営に関する評価やご意見を頂きました。

有識者



高村 ゆかり 様

東京大学
未来ビジョン研究センター教授

龍谷大学教授、名古屋大学大学院教授、東京大学サステナビリティ学連携研究機構 (IR3S)教授などを経て、2019年4月より東京大学未来ビジョンセンター教授。専門は国際法学・環境法学。「環境規制の現代的展開」（大久保規子ほかとの共編著）など著書多数。2018年度環境保全功労者環境大臣賞受賞。



足達 英一郎 様

株式会社日本総合研究所
常任理事
未来社会価値研究所長

株式会社日本総合研究所 経営戦略研究部、技術研究部を経て、現在、未来社会価値研究所長。専門は環境経営、企業の社会的責任、サステナブルファイナンス。公益社団法人経済同友会社会的責任経営推進委員会ワーキング・グループメンバー、ISO26000作業部会日本国エキスパートなどを歴任。「投資家と企業のためのESG読本」（日経BP社、共著）など著書多数。

日本生命保険相互会社出席者

- 佐藤 和夫（取締役常務執行役員）
- 大澤 晶子（取締役常務執行役員）
- 鹿島 紳一郎（執行役員主計部長 兼 サステナビリティ企画室長）
- 都築 彰（執行役員財務企画部長）
- 宮崎 まゆ子（企画総務部長 兼 コーポレートプロモーション部審議役「地域・社会共創部長」）

※出席者の所属・役職はダイアログを開催した当時のものです。

■ 日本生命グループに期待すること

足達様

金融には世の中を動かすレバレッジ（槌子）の機能があります。金融機関が何か野心的な決断を下し、先頭を切って宣言・行動することで、社会にプラスのインパクトを及ぼし、旧態依然とした価値観を変えていく役割が期待されています。その点、2023年のPRI年次カンファレンス「PRI in Person 2023」において、日本生命がリードスポンサーを務めたことは、日本の金融機関・投資家が責任投資の強化に向けて大きく動いたという意味で非常に意義があったと思います。



鹿島

初めて日本で開催された「PRI in Person」において、アセットオーナー（生命保険会社）として初となるリードスポンサーに選定されたことは大変光栄であり、これを機にサステナビリティに関する私たちの姿勢をより強く社内外に発信していきたいと考えています。

足達様

そこで一つ提案があります。生命保険業は「人」と深く結びついた事業です。2050年に向けて人々の健康やWell-being（幸福）をどう捉えているかといったビジョンをもっと前面に出してほしいと思います。そして、お客様の人生に生じるあらゆるリスクを丸ごと受け止め、支えていける企業になることを目指すという力強いメッセージを打ち出すべきではないでしょうか。

鹿島

事業を通じて人々の健康や幸福に寄与することは、当社グループの存在意義でもあります。保険事業によってお客様に安心・安全を提供していくのはもちろん、結婚・出産、家族の介護等、人生の節目でお客様をサポートするビジネスに積極的に取り組んでいきます。

宮崎

これまで18項目に分かれていたサステナビリティ重要課題を見直し、「人」「地域社会」「地球環境」の3領域に集約しましたので、ご指摘いただいた人々の健康とWell-beingへのリスクやその課題解決についても、より力強いストーリーを描いていけるのではないかと考えています。

高村様

ストーリーを描くにあたっては、人生100年時代を迎えて、これから増大するリスク、例えば、超高齢化社会で高まる健康リスクや、気候変動によって甚大化する災害リスクなどにどう対応していくのかを示してほしいと思います。また、そのリスクを減らすためには、お客様に対するアドバイザー機能が一層重要になるとは思いますが、いかがでしょうか。

佐藤

おっしゃるとおりだと思います。当社グループの役員・職員が、お客様とご家族のアドバイザー、リスクコンサルタントとなって、さまざまなリスクを丸ごと受け止め、お客様を一生支え続けられる会社を目指しています。保険はそのための重要な手段ですが、これまでも介護事業や保育事業などを展開してきたように、今後もヘルスケアをはじめとする多彩なサービスを創出し、お客様の健康やWell-beingをお支えしていきたいと思っています。

高村様

さらにもう一つ、「人」「地域社会」「地球環境」の3つの領域は相互に関連しており、機関投資家として責任ある資産運用を行うことが、人の健康や幸福、地域防災やレジリエンスの強化、地球環境の課題解決など全てにつながっていくことを前面に出しても良いのではないのでしょうか。

都築

ご指摘いただいたように、「地域社会」や「地球環境」に良いインパクトを与える投融資は、社会の持続可能性を高め、結果としてお客様の暮らしの安心・安全や経済的メリットにもつながります。保険料がどのように活用されて、「人」「地域社会」「地球環境」の役に立っているのかについて、これからはもっと分かりやすくご説明し、ご契約者の皆様にご理解いただくことが大切かもしれません。

佐藤

これまでの情報発信には、アセットオーナーとして社会に良いインパクトをもたらす、好循環を生み出すという視点が若干弱かったのかもしれませんが。そこで今回のサステナビリティステートメントでは、当社の立ち位置を明確にするためにも「機関投資家としての責任ある運用」という一文を盛り込んでいます。

都築

責任ある投資家として社会に好循環を生み出すためには、投融資先企業とのエンゲージメントの強化も重要です。現在、多くの企業がさまざまな社会課題の解決に力を注いでおり、当社では、それをファイナンス面だけでなく、対話を通じて他社のベストプラクティスをご紹介すること等で後押ししていきたいと考えています。そして、社会課題の解決に貢献することが投融資先の企業価値向上に結びつくという共通認識を醸成し、アウトカム創出をエコシステム全体に広げることができれば、社会により大きなプラスのインパクトをもたらせるはずで

■ サステナビリティステートメントとアウトカム目標について

高村様

今回、サステナビリティ重要課題を見直し、「人」「地域社会」「地球環境」の3つの重点領域にまとめたことは、非常に分かりやすく、的を射ていると思います。ただ、ステートメントについてはこれらが相互に関連していることをもっと訴求してもらいたいですね。



足達様

例えば、気候変動によって甚大化する自然災害と地域過疎化の関連性や、それらが人々の健康や財産を脅かしていることなど、事例を挙げて関連を語るような工夫があっても良いのではないのでしょうか。

鹿島

3つの領域の関連については私たちも重要視していますので、ご意見を踏まえながら表現を検討していきたいと考えています。

足達様

次に、アウトカム目標ですが「人」「地域社会」目標の一つとしてお客様数や顧客企業数を掲げていますね。これについては、単に規模を追求しているのではなく、その前提として保険が「大数の法則」の上に成り立っていることを語っておくべきではないでしょうか

鹿島

役員・職員が自分事を感じられる目標としてお客様数やお客様満足度を入れたのですが、やみくもに規模を追っている印象を与えてもいけませんので、ご意見を踏まえて表現をブラッシュアップしていきたいと思います。

高村様

「地球環境」領域の目標では、2050年度のCO2/GHG排出量ネットゼロを掲げていますが、それをどのように達成するかをはっきり説明することが大切です。2030年度の間目標は示されていますが、どんな活動に重点を置いて実現していくのか具体的な説明が必要だと思います。

鹿島

ネットゼロや中間目標の達成に向けた進め方について、銀行であればセクター別に取り組んでいくのが一般的ですが、私たちのようなアセットオーナーの場合、ポートフォリオ全体で排出削減を実現していくアプローチが必要になります。そのうえで、排出量の多い企業を中心にエンゲージメントを実施し、マイルストーンを管理する形になります。

足達様

アセットオーナーとしてポートフォリオ全体の排出量を開示することは、もはや後戻りできない流れだと思います。トランジション・ファイナンスの実行によって、一時的にポートフォリオの総排出量が増えることがあるかもしれませんが、その場合も理由をきちんと説明することが重要です。

都築

おっしゃるとおり、仮に一時的に排出量が増えたとしても、それが将来の排出量削減のために必要な取り組みによる結果であることをしっかりと説明していきたいと考えています。

大澤

ただ単にネットゼロの達成を目指すなら、ダイベストメントしてしまえば済むのですが、それは私たちの目指すゴールではありません。トランジションに必要な資金であれば、公共性の観点からもしっかりと投融資を実行していかなければなりません。



高村様

投融資先のトランジションがどのように進んでいるのか確認することも大切ですね。

大澤

おっしゃるとおりです。残念ながら現状は全資産について確認できてはいませんが、主要な投融資先の進捗状況は把握しています。当社が投融資している国内約1,400社のうちの約70社だけで、当社のポートフォリオの80%、日本企業全体の70%のGHGを排出している計算であり、この約70社については5~6年前から気候変動問題やGHG排出削減にテーマを絞ったエンゲージメントを続けています。

足達様

GHGについてはどの企業も将来の排出削減量の議論が中心ですが、過去を振り返って「こういう投融資の結果、これだけ排出抑制できた」という実績を開示しても良いのではないのでしょうか。

都築

当社では総排出量に加え、投資一単位あたりの排出量を示す「インテンシティ」という数量目標を設定し、削減目標の達成に取り組んでいます。総排出量は業績不振で低減することもあるため、削減努力を測るという観点ではこちらの方が実態を反映した指標といえます。しかし一般的には総排出量に注目が集まりますので、両方の指標を意識しながらポートフォリオ全体のトランジションを進めています。

佐藤

トランジションに必要な社会コストを考えると、各社がバラバラに取り組むのは効率が悪いので、今後は共同で枠組みを作って推進していく形が主流になると思います。それだけに、アセットオーナーである当社に「その枠組みを作って幅広くトランジションを促進してほしい」という社会の要請が一層高まっていくのではないのでしょうか。

大澤

リソースに限られる中で、例えば生命保険協会として協働エンゲージメントを実施したり、イニシアティブを組成して国や行政に働きかける等、いろいろ工夫しながら社会の期待に応えていきたいと思っています。

■ これからのサステナビリティ経営について

高村様

企業が取り組むべきサステナビリティの範囲が大きく広がりつつあります。地球環境でも「気候変動」だけでなく、「資源効率性・循環経済」「生物多様性・ネイチャーポジティブ」についてもより積極的に取り組んでいかなければなりません。さらに、日本の将来を考えると、地震を含む大規模災害や過疎化、格差問題など、社会が直面する深刻なリスクに対して、日本生命が本業で応えていく必要があると思います。

足達様

サステナビリティに対しては世代による意識の差が大きいと感じます。例えば、2050年度のGHG排出量ネットゼロについても、60代と20～30代とでは当事者意識という点で大きく異なっています。それだけに今後はより積極的に若年層の意見を反映させてサステナビリティ経営を推進していくことが重要です。例えば、現状では経済的理由で保険に加入できない若い世代をターゲットに新しい商品やサービスを開発していくといった取り組みも必要になるのではないのでしょうか。

宮崎

経済格差、世代間格差の問題は非常に重要な社会課題だと考えています。いわゆる社会貢献活動で対応できる範囲は限られるため、本業の商品・サービスや資産運用などを通じて課題解決に取り組むことの重要性を痛感しています。また、今後は若い方々を招いて懇親会を開くなど、さまざまな形で将来世代の意見や視点を採り入れていくつもりです。

佐藤

経営基本理念の冒頭に「国民各層が真に求める保険を提供し、充実したサービスを行ない、契約者に対する経済的保障責任を誠実に果たすことを第一義とする」と記されているように、それぞれの人々が本当に必要とする保険を提供していくことは日本生命の最大の使命であり、真正面から取り組んでいかなければならないと考えています。本日、色々ご意見を伺いながら、日本生命にとってサステナビリティとはビジネスそのものであると改めて実感しました。これからも幅広いステークホルダーの皆様の声を真摯に受け止め、グループを挙げてサステナビリティ経営をより一層強化してまいります。



【頂いたご意見・対応】

	ご意見	対応
①	企業が取り組むべきサステナビリティの範囲が大きく広がっており、社会が直面する深刻なリスクに対して、日本生命が本業で応えていく必要がある	中期経営計画の各種経営目標と連動させたアウトカム目標を設定し、本業を通じたサステナビリティ経営を推進
②	お客様のリスクを減らしていくことが保険の本質とすると、お客様に対するアドバイザー機能が一層重要になる	幅広い事業展開を通じて、生涯にわたり、“安心の多面体”を提供するべく、これまでの介護・保育事業等の展開に加えて、新NISA・iDeCoの紹介等を新たに実施
③	機関投資家としての日本生命がどう動くかは、金融業界・社会にとっても影響が大きい中で、資産運用における2050年度のGHG排出量ネットゼロに向けて、どんな活動に重点を置いて実現していくのか具体的な説明が必要である	トランジション・ファイナンスを通じて中長期の視点で企業の脱炭素取組を後押しする観点から、具体的な評価基準やその根拠、評価プロセス等をまとめた「トランジション・ファイナンス実践要領」を策定

