

## 平成26年定時総代会 質疑応答の要旨

### ◇事前に寄せられた質問（16問）

#### 1. 営業職員の採用・育成に関する取組みについて

営業職員の年齢が高くなっていると感じます。経験を積んだ職員が増えることは安心感がありますが、将来にわたり顧客へのサービスを行うことを考えた場合、若い営業職員の採用・育成が必要と思われまます。貴社の取組みについてお聞かせ願います。

#### 【回答】

- ご指摘のとおり、営業職員の平均年齢は上昇傾向にあり、今後の当社の保険販売を担う優秀な営業職員の採用・育成に一層注力する必要があると考えております。
  
- 当社では、平成23年に採用・育成の制度改正を実施し、営業職員の採用時期を「毎月」から「毎四半期」に変更するとともに、入社後の3ヶ月間、集中的に研修を行う体制としております。さらにきめ細やかな対応を行うべく、平成26年3月末に全国の支社・事業部のマネジメント体制を見直し、従来1つの組織が担っていた営業職員の採用と育成の職務を分割し、それぞれの専任組織を設置いたしました。
  
- また、営業職員という仕事の魅力を高め、採用における競争力アップを図る観点から、平成26年4月に新人給与の引上げを実施するとともに、子育て世代の職員が安心して働くことのできる職場環境の実現に向け、5月に出産・育児に関する費用支援や休暇の付与等、「ワーク・ライフ・バランス」に関する制度を拡大いたしました。
  
- 一方、従前より東京・大阪等の大都市に大学新卒者を中心とする営業組織を設置しておりますが、大学新卒者の中には将来地元に戻って働くことを希望する方も多いため、平成26年4月から、東京・大阪で一定期間の営業経験を積んだ後に、指導職として地元で勤務できる制度を導入し、若手営業職員の活躍の場の拡大を図っております。
  
- 加えて、多くのご契約を担当するベテラン営業職員が定年等で退職する際にスムーズな世代交代を図る観点より、退職前から段階的に後任担当者への引継ぎを行う運営を導入しております。この運営を通じて若手営業職員に早い段階から多くのお客さまを担当させ、継続的なサービスをしっかりご提供できるよう教育しております。
  
- こうした対応を行う中で、質の高いコンサルティングとサービスを将来にわたり継続的にお届けすることができる営業職員の採用・育成に積極的に取り組んでまいります。

### 営業職員の採用・育成に関する取組み(1)

支社・事業部のマネジメント体制の見直し

<従来>  
採用・育成の職務  
を1つの組織で担当

育成統括部

<平成26年3月末～>  
採用・育成それぞれの  
専任組織を設置

リクルート推進部

育成推進部



### 営業職員の採用・育成に関する取組み(2)

- 営業職員の魅力向上、営業人材採用における競争力アップに向け、新人給与の引上げを実施
- 出産・育児に関する費用支援や休暇の付与等を拡大
- 新卒営業職員について東京・大阪での勤務後、地元へUターンできるコースを導入
- ベテラン営業職員の担当契約引継ぎによる世代交代の促進



## 2. 新社会人に対する営業活動について

少子高齢化が進むなか見込み顧客で一番の新顧客であろう高卒・大卒などの新社会人に対する新規契約獲得の営業活動はどのように考えているか。

### 【回答】

- 当社では、企業向けサービスとして、新入職員の方を対象とする社会保障制度や税制の基本、将来のライフプラン形成等に関するセミナーをご提供し、新入職員の方に生命保険や貯蓄の必要性について理解を深めていただく取組みを行っております。
- また、既契約者向けサービスとして、お客さまやそのお子さまの入学・結婚・就職等のライフイベントに際して記念品を贈呈するサービスを行っておりますが、本サービスのお知らせを通じ、新社会人となるお客さまに追加でご契約をいただいたり、新社会人となるお子さまをご紹介いただいたりするなど既契約者を基点とした取組みにも注力しております。
- 一方、商品戦略という面では、若年層に対する保険販売のためには早い段階からのアプローチが重要という考えのもと、価格魅力を高めた個人年金のしくみを活用した学資積立保険や主力商品「ライブワン」のお子さま向けプランなど、お子さまの成長に合わせてその時々ニーズにお応えする商品をご提供しております。
- さらに、新社会人などの若年層向け商品として、主力商品の「W（ダブル）ステージ」「ライブワン」について、お求めになりやすい保険料水準でご加入いただけるプランをご提供しております。また、子会社のメディケア生命では、保険ショップや金融機関を通じて比較的好ましい保険料水準の医療保険を販売するなど、住友生命グループ全体で若年層の方々への商品提供に取り組んでおります。
- こうしたサービス面・販売面の取組みに加え、ブランド戦略の一環として若年層に対する新たなコミュニケーション戦略の展開も検討しており、引き続き若年層に対するアプローチの強化

に取り組んでまいります。

### 3. 当社イメージ戦略における浅田真央選手の起用について

スケーターの浅田真央選手を起用したイメージ戦略は成功したように思うが、その結果、住友生命のイメージがどのように変わったか教えていただきたい。イメージ調査は継続的にされていたと思うが、イメージ調査の結果の変遷を教えていただきたい。

### 4. イメージ戦略の新規契約や採用への影響について

浅田選手を起用したイメージ戦略は、今年の新規契約やリクルートに影響はあったか。

### 5. 今後のイメージ戦略について

今後はどのようなイメージ戦略を考えておられるか。

#### 【回答】

○浅田真央選手につきましては、ブランドパートナーとしてCMに登場してもらうだけでなく、「浅田選手の応援を通じて世の中に勇気と希望をお届けしたい」というコンセプトのもと、WEBサイトやソーシャルメディアを連動させた「応援プロジェクト」を展開してまいりました。浅田選手を応援する特設サイトやインタビュー・練習風景等の映像を公開する動画サイトの公式チャンネルを開設いたしました。応援メッセージは7万通超、動画再生回数は230万回超となるなど大きな反響がありました。

○また、浅田選手のCMが外部機関の調査で歴代の当社CMの中でもトップレベルの好感度となるなど、今回のプロジェクトは当社のブランドイメージの向上に大きく寄与したと認識しております。

○なお、当社のブランドイメージ等を計測する調査につきましては毎年夏頃に実施しており、このプロジェクトの効果は今後の調査結果に反映されてくるのではないかと考えております。

○浅田選手を起用したイメージ戦略に伴う販売面・採用面での影響という点につきましては、販売面での定量的な効果測定は困難ではあるものの、平成25年度第3四半期に実施した浅田選手関連のキャンペーンに前年比1.7倍の応募をいただくなど好影響があったと考えております。

○また、採用セミナーにおいて浅田選手のCMを放映したところ、学生の皆さまから、「CMに感動した」、「CMがきっかけで当社を志望した」というご意見をいただくなど大変好評であり、今回のプロジェクトは採用活動に対してプラスの効果があったと感じております。

○今後のイメージ戦略といたしましては、CM・WEBサイト・ソーシャルメディアといった様々なメディアを融合させながら、「生命保険の本質」や「対面サービスの価値」をお伝えするコミュニケーションを展開し、ブランドイメージの向上に努めてまいります。

○その中で特に、若年層マーケットを対象とする新たなコミュニケーション戦略を検討するとともに、浅田選手のプロジェクトのような「世の中を応援する」といったテーマにも挑戦してみたいと考えております。

## 6. 若年層に対する保障の提供について

第三分野の商品開発など時代の変化や収益性を考慮した商品も大切ですが、30～50年と付き合いながら契約者の『半生の伴走者』ともいうべき若年層に魅力ある生涯保険は信頼のバロメーターでもあり、充実させていくべきものと考えます。もちろん、途中でも見直しなど折々での相談・対応も大事です。

### 【回答】

○ご指摘のとおり、若年層に対して生涯にわたり安心いただける保障をご提供していくことは大変重要と認識しており、魅力ある商品をお届けできるよう取り組んでおります。

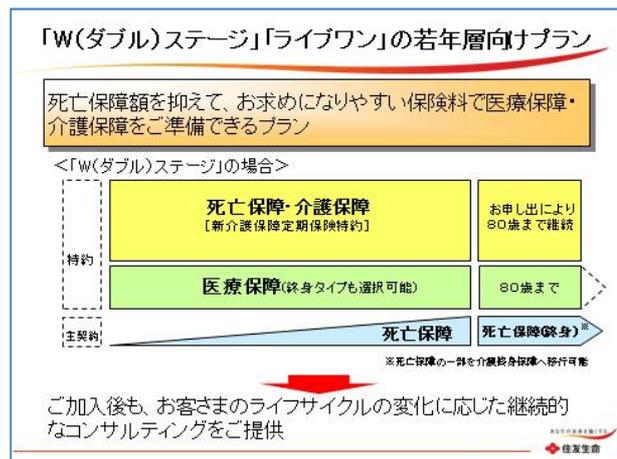
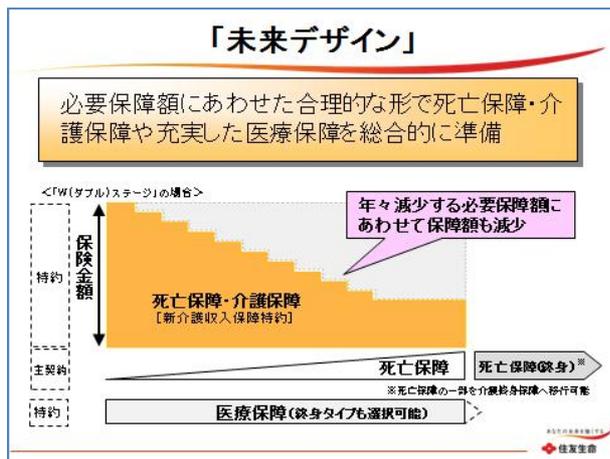
○当社では、お客さまへのご提案に際し、家族構成やライフサイクルに応じて必要保障額をシミュレーションできる「未来診断」を活用のうえ、必要保障額に合わせた合理的な形で死亡・介護や充実した医療保障を総合的にご準備いただける「未来デザイン」をはじめ、様々なニーズにお応えできる納得感のあるコンサルティングのご提供を推進しております。

○若年層の方に対してもこのようなコンサルティングが基本となりますが、近年の晩婚化・非婚化を受けて、若年のお客さまは死亡保障よりも医療や介護、将来に向けての貯蓄といったニーズが強い傾向にあり、また、経済的な余裕が少ない方もおられます。

○このような状況を踏まえ、当社では主力商品の「W（ダブル）ステージ」「ライブワン」について、死亡保障額を抑えてお求めになりやすい保険料で医療保障や介護保障をご準備できる若年層向けプランをご提供しております。

○この若年層向けプランは、ご意見にある「生涯保険」の言わば入門商品とも位置づけられるものであり、ご加入後もお客さまのライフサイクルの変化に応じた継続的なコンサルティングのご提供に取り組んでおります。具体的には、お客さまへの定期的なご訪問を行う「スマセイ未来応援活動」の中で、お客さまやご家族のライフイベントを確認し、お一人おひとりの人生に寄り添いながら、お子さまの誕生や独立などその時々々の状況の変化に応じた必要保障額の確認や保障見直しのご提案等を行っております。

○今後も、質の高いコンサルティングとサービスのご提供を徹底していくことで、若年層をはじめとするお客さまのさらなる満足度向上に努めてまいります。



## 7. 高齢者向けの商品開発について

急激な人口の減少や65歳以上が25%を超える超高齢者社会において、死亡保障の市場は縮小が見込まれるといわれています。顧客層にあわせた商品開発が必要で、高齢者に特化した商品が求められていると思いますが、他社に比べて優れた商品、今後の高齢者向けの商品開発について伺いたい。

### 【回答】

- ご指摘のとおり、人口減少に加え、65歳以上の人口の割合がこの20年余りで倍の25%となるなど高齢化が急速に進行しており、高齢者向けの商品開発は重要な課題であると認識しております。
- ご承知のとおり、生命保険商品の保障内容は様々であり一概には比較できないことから他社商品への言及は差し控えますが、高齢のお客さまは、死亡保障よりも医療保障・介護保障に対するニーズが高い傾向にあり、また、お子さまやお孫さまに資産を残したいといったニーズもあると考えております。当社ではこうしたニーズにお応えできる商品の開発に取り組んでおります。
- まず、医療保障ニーズにお応えする商品といたしましては、死亡保険金や解約返戻金をなくし、お求めになりやすい保険料で入院・手術などのリスクに備えることができる医療保険「ドクターGO（ジーオー）」をご提供しております。また、健康に不安がある方に対しては、医師の診査なしでも加入でき、一生涯の医療保障をご準備いただける「千客万頼」をご提供しております。
- 次に、介護保障ニーズにお応えする商品といたしましては、平成25年9月にお求めになりやすい保険料で一生涯の介護保障をご準備いただける「バリューケア」を発売いたしました。
- さらに、資産を残したいというニーズにお応えするため、貯蓄性商品の販売を推進しております。

す。例えば、相続税への備えとして、80歳までご加入いただける一時払いの終身保険をご提供しております。また、お孫さまの教育資金等の準備にご活用いただける商品として、お孫さまを被保険者とし、ご本人さまの健康状態の告知や医師の診査なしでご加入いただける学資積立保険「たのしみキャンパス」を平成25年12月に発売し、大変ご好評をいただいております。

○今後も医療・介護・貯蓄分野をはじめ、高齢のお客さまのニーズにより一層お応えできる商品の開発に努めてまいります。

### 「ドクターGO(ジーオー)」 「千客万頼」

◆ドクターGO(ジーオー)

入院・手術などのリスクに備えることができる医療保険

＜終身タイプの場合＞

医療保障(終身)

※死亡保険金・解約返戻金はありません。

---

◆千客万頼

健康に不安がある方でも医師の診査なしで加入でき、生涯の医療保障を準備可能

特約

医療保障(終身)

主契約

死亡保障(終身)

※ご契約後1年以内は、お支払いする保険金・給付金は半額。ただし、災害死亡保険金の支払対象となる場合は全額お支払い。 ※死亡保険金・解約返戻金はありません。

佳友生命

### 「バリューケア」

お求めになりやすい保険料で一生の死亡保障・介護保障を準備でき、資産形成機能も備えた終身保険

死亡・介護保障(終身)

解約返戻金

保険料払込期間 (低解約返戻金期間)

佳友生命

### 「たのしみキャンパス」

お孫さま等を被保険者とし、ご本人さまの健康状態の告知や医師の診査なしで加入可能な学資積立保険

＜全期払いの場合＞ ※短期払いも選択可

死亡給付金

年金原資

5年確定年金 (第1回年金倍額型)

保険料払込期間

年金支払期間

佳友生命

## 8. 入院前の検査費用を保障する商品について

医療技術が進歩し、諸々の検査も最新の物は検査代も非常に高額です。(PET検査、核医学(RI)検査等)

病気が発見され入院治療となった場合、一疾病とみなされるなら、入院前の検査代も治療費として給付される特約があれば安心して高額な検査も受けられると思います。

ご検討をお願い致します。

## 【回答】

- 疾病により入院治療が必要となった場合に入院前の検査代そのものを給付の対象とする商品は、検査を受けても入院にいたらない場合にお支払いの対象とならないにも関わらず、給付を期待されて誤ってご請求される可能性があります。逆に、給付対象となる場合にご請求を失念されるといった懸念もあり、こうした点を考慮し、当社では現在、入院前の検査代そのものを給付の対象とする商品を販売しておりません。
- 一方、このような費用に関するお客さまの負担を軽減することができる商品として、当社では「入院保障充実特約」を販売しております。病気やケガにより1日以上入院された場合、この「入院保障充実特約」から最大で10万円までの一時金をお支払いいたします。これを入院前後の検査費用や通院費用等にご活用いただくことができます。
- なお、保険業法上、生命保険は人の生死や病気・ケガを保障するものでなければならず、健康診断や予防目的での検査費用を保障することは困難である点、申し添えます。
- 今後も、医療技術の進歩やお客さまのニーズを踏まえ、一層ご安心・ご満足いただくことができる商品を研究してまいります。

## 9. 株式会社化について

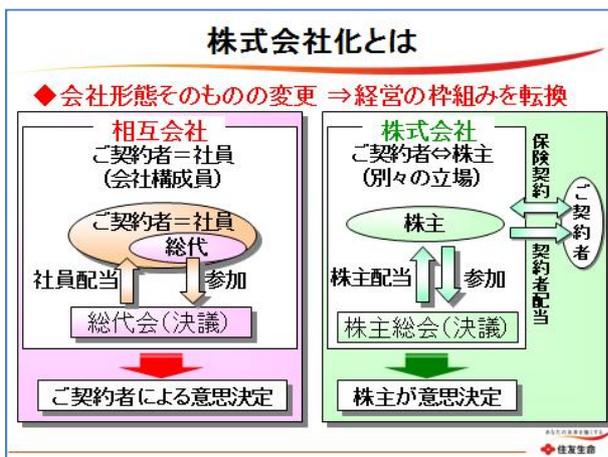
第一生命が米国保険会社を買収したことで、柔軟な資本調達可能な株式会社のメリットが再びクローズアップされております。株式会社化について、現状のご方針についてお聞かせください。

### 【回答】

- 株式会社化はその言葉のとおり、会社形態そのものの変更であり、経営の枠組みの転換と言えるものです。
- 相互会社では、ご契約者の皆さまが会社の構成員である社員となり、総代の皆さまに、社員の代表として会社の重要事項を決定いただいております。一方、株式会社では、ご契約者と株主は別々の立場となり、株主が会社の重要事項について意思決定権を持つこととなります。
- ご指摘のとおり、一般的に株式会社化のメリットとしては、株式の発行等資本調達の柔軟性が増すことや持株会社の設立による他社との経営統合など事業展開の柔軟性が増すことにより、大型M&Aを活用した成長戦略が可能となることが挙げられます。
- 一方で、株式会社化には、200億円から300億円規模の一時的なコストのほか、株主への通知などに毎年数十億円単位の費用が必要となります。また、株式会社化後は、株主配当という新たな負担が生じるうえ、保険契約者と株主との間の利害が必ずしも一致せず、契約者配当

とのバランスをいかにとるかという課題が生じます。

- このように、株式会社化にはメリット・デメリットがあり、また、ご契約者全体に多大な影響を与えることから、保険会社の最大の責務である「ご契約者への長期にわたる保障の提供」という観点や今後の成長戦略を踏まえ、慎重に判断しなければならないと考えております。
- 当社の成長戦略につきましては、「スミセイ中期経営計画2016」のとおり、主に国内の成長分野への取組みによって成長を実現していく計画としております。海外事業は、国内市場における成長戦略に加えて、中長期的に当社グループの収益基盤の多様化、出資先の企業価値向上を通じた当社の持続的成長に資することを目的としており、日本国内を上回る成長が期待されるアジア諸国を中心に展開することを基本的なスタンスとしております。
- こうした戦略の着実な遂行により、相互会社形態のままでも「ご契約者への保障の提供」という最大の責務を十分果たしていくことが可能と考えており、現時点では、コストと時間をかけて株式会社化するよりも現在の会社形態を維持する方がご契約者にとってメリットが大きいと考えております。
- しかしながら、より長いスパンで考えた場合には、競争環境の変化等により持株会社方式による再編や海外における大型M&A等が経営戦略上必要とされることも考えられますが、その際、株式会社化を迅速に実行に移せるよう継続的に調査・研究を行っております。
- 生命保険業界を取り巻く環境は刻々と変化し続けておりますので、引き続き株式会社化を含めた経営戦略の選択肢について研究を重ねるとともに、当社を取り巻く環境変化をしっかりと見定め、適時適切な判断をしまいたいと考えております。



### 株式会社化のメリット・デメリット

|       | 【相互会社】   | 【株式会社】   |
|-------|--|--|
| メリット  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ご契約者自身が社員 ⇒ 配当還元等を通じ、ご契約者利益を最大化</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>株式の発行等柔軟な資本調達が可能</li> <li>大型M&amp;Aを活用した成長戦略が可能</li> </ul>                                    |
| デメリット | <ul style="list-style-type: none"> <li>資本調達は基金など返済義務のある手段のみ</li> <li>事業展開の方法は合併や子会社化に限定</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>転換時の一時コスト (200~300億円程度)</li> <li>維持コスト (年間数十億円)</li> <li>株主配当財源 (契約者配当とのバランス考慮が必要)</li> </ul> |

株式会社化には種々のメリット・デメリットがあり、ご契約者に多大な影響

↓

今後の成長戦略も総合的に勘案し慎重に判断

## 10. グローバル化への対応について

第一生命保険は6月4日、米中堅プロテクティブ生命を57億800万ドル（約5822億円）で買収すると発表し、国内生保でいち早くグローバル化にカジを切った。

住友生命保険のグローバル化の対応についてお尋ね致します。

### 11. 海外戦略について

日本の人口減少が続く中、海外戦略は極めて重要です。業界では合弁型の他にも、保険先進国である米国の企業買収というケースも出てきた。アジア・アフリカなどの途上国も含めた長期的、地球的な取組方針をお伺いしたい。

#### 【回答】

- ご質問にあるとおり、生命保険業界においても海外事業展開に向けた取組みが進められております。
  
- 海外の生命保険市場につきましては、人口減少が続き保険普及率が高い日本とは異なり、人口増加が見込め、保険普及率が低く、今後の拡大余地が大きい国もアジア諸国を中心に多数あります。
  
- 当社では、日本国内での成長戦略に加え、こうした成長性の高い市場を取り込んでいくことで、中長期的に当社グループの収益基盤を多様化し、持続的成長を果たせるよう海外事業に取り組んでおります。
  
- 具体的には、2005年に中国、2013年にベトナム、2014年にインドネシアにおいて、現地パートナーと提携し生命保険事業を展開いたしました。
  
- 今後の進出先につきましても、引き続き成長性の高いアジア諸国が中心になると考えておりますが、一方で、欧米などの先進国につきましても、地域を広く分散する観点や、保険市場の成長段階別に分散を効かせたより効率的な海外事業ポートフォリオを構築していくという観点から進出するメリットも相応にあると考えており、収益性や様々なリスク等を十分に検証しつつ、今後も調査・検討を続けてまいります。
  
- なお、海外事業の現状につきましては、中国のP I C Cライフが開業6年目にあたる2011年に累損を解消しており、今年度、同社から配当を受け取る予定です。また、ベトナムのパオベトホールディングスにつきましても、今後、成長に応じた配当収入が見込まれるなど順調に推移しております。
  
- 保険会社の最大の責務はご契約者に長期にわたって保障を提供することと考えており、この責務をしっかりと果たすという観点から、日本国内での医療・介護・年金といった成長市場への取組みに加え、引き続き海外事業にも取り組んでまいりたいと考えております。

## 12. 海外在住者の保険に関する手続きについて

日本企業の海外進出の増加に伴い、海外在住の日本人（住友生命の契約者）も増えてきていることと思います。

海外在住者が保険の手続きをしたい場合、日本にいる時のように書類を持ってきていただいて手続きをする、あるいは住友生命の事務所に行って手続きをするということは難しいと思います。

現在の手続き、および将来的な対応（例えば、海外の提携先を活用）など教えていただきたい。

### 【回答】

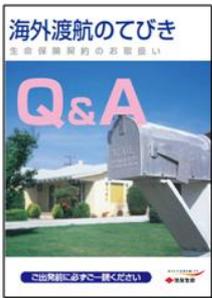
○当社では従前より、お客さまが海外に渡航される際には、保険に関して必要となる手続きや携行書類、海外からの各種請求手続きの方法やお問合わせの際の連絡先などを記載した冊子「海外渡航のてびき」をお渡しすることで、安心してご契約を継続していただけるよう努めております。

○「海外渡航のてびき」には各種のお手続き時に必要な「請求書類」や「英文の診断書用紙」などを綴じ込んでおり、これらを郵送いただくことでお手続きいただけるようにしております。なお、必要書類は国内の場合と同様です。また、国内の代理人さまを通じてのご請求もお取り扱いしており、この際に必要となる「海外渡航時用の委任状」も「海外渡航のてびき」に綴じ込んでおります。

○一方、契約者貸付などの出金手続きやご連絡先の変更手続きなど一部のお手続きにつきましては、ホームページを通じてご利用いただける「スマセイダイレクトサービス」でもお取り扱いしております。

○なお、ご意見にある海外の提携先の活用につきましては、現状においては国・地域が極めて限定的であることから利便性向上につながるご契約者はごく一部にとどまります。そのため、引き続きお客さまのニーズを踏まえながら、郵送での手続き時の必要書類の簡素化など国内と同様に海外においても利便性の高いサービスを提供していけるよう取り組んでまいります。

### 海外渡航のてびき



**海外渡航時に配布**

<内容>

- 渡航前に必要な手続き
- 海外からの各種の請求手続き方法
- 必要書類を綴込み**
- 海外からのお問合わせの際の連絡先

など

住友生命

### 13. 日本版スチュワードシップ・コードについて

先頃、機関投資家向けの行動指針として日本版スチュワードシップ・コードが、金融庁によって取りまとめられました。住友生命は、これに対してどのように対処されるのかお聞かせください。

#### 【回答】

- 「日本版スチュワードシップ・コード」は企業の株式を保有する機関投資家の行動原則を示したものです。今年2月に政府の成長戦略の一環として策定され、投資先企業に対する「議決権行使」「対話」「状況把握」等にかかわる7つの原則に基づき、機関投資家が投資先企業との対話を通じて当該企業の企業価値向上や持続的成長を促すことにより、お客さまからお預かりした資産の中長期的な投資リターンの拡大を果たしていくことを目的としております。
- この「日本版スチュワードシップ・コード」の目指すところは、長期投資を基本スタンスとする当社の資産運用方針にまさに合致しており、その趣旨に大いに賛同するものであることから、先般、受入れを表明いたしました。
- 当社では、これまでも投資先企業と対話を重ねることで経営の改善を促し、長期的な株式価値の向上を図ってまいりました。具体的には、株式価値向上を重視した経営を投資先企業に促すため、経営方針、株主還元方針、コーポレート・ガバナンス体制の確立などについて投資先企業との対話を積極的に行ってまいりました。投資先企業において当社からの働きかけを前向きに受け取っていただけることも多く、買収防衛策に関する議案の修正や株主還元の強化などに至った事例もあります。
- なお、「日本版スチュワードシップ・コード」の受入れに伴い、当社では「スチュワードシップ活動に関する規程」を制定し、スチュワードシップ・コードの原則に則った活動を行っていくことについて明確化を図り、運営面での細目の整備を行っているところです。今後とも「責任ある機関投資家」として投資先企業との対話の機会をさらに増やし、当該企業の企業価値向上や持続的成長を促し、株式価値向上に積極的に努めてまいります。

### スチュワードシップ・コード

企業の株式を保有する機関投資家の行動原則

➡ 日本では、政府の成長戦略の一環として平成26年2月に策定

◆「責任ある機関投資家」の諸原則  
《日本版スチュワードシップ・コード》

機関投資家が、投資先企業との対話を通じて当該企業の企業価値向上や持続的成長を促すことにより、お客さまからお預かりした資産の中長期的な投資リターン拡大を果たしていくための行動原則

住友生命

#### 14. 「健康経営」への取組みについて

最近、健康管理を個人に任せないで、企業や自治体が積極的に関与する「健康経営」が注目されているとのことでした。

企業では、社員の健康増進が業績アップにつながるのみならず、金融機関からの重要な投資基準に加えられたことで、経営戦略の柱へと組み込む動きがあるとも聞いています。

社員の健康は、会社の経営に連結し、生産性を高めることができ、そのため、経営戦略の一環として、「健康経営」をすすめることが会社を変えることにもつながると考えられるようになったものです。

住友生命でも、橋本社長のもと、「職員から見て『いきいきと働ける会社』」への進化を目標の一つにされています。職員の健康管理に積極的に関与するような取組みがあれば教えてください。

#### 【回答】

○ご指摘のとおり、企業が従業員の健康維持・増進に積極的に関与する「健康経営」が注目されております。

○当社では、「職員から見て『いきいきと働ける会社』」を長期的に目指す姿の一つに掲げておりますが、職員の健康維持・増進は一人ひとりのモチベーションやパフォーマンスを高め、企業の生産性向上にもつながるものと考え、「カラダ」と「ココロ」の両方を強化し、健康増進を図る取組みを行っております。

○具体的には、全社的に実施しているウォーキングキャンペーンやスポーツクラブとの提携等を通じた「軽運動の推進」による健康増進・疾病予防に取り組むとともに、社外健康相談窓口を通じた心身両面の健康に関するアドバイス・情報提供等により、従業員の健康管理に向けた意識の向上を図っております。また、健康保険組合とも連携しながら、上記の取組みや健康に関する情報等を健康保険組合の機関誌・ホームページを通じて従業員に周知しております。こうした「カラダ対策」に加え、従業員のメンタル面の相談に応じる専任スタッフの配置や社外カウンセラーの活用等、従業員の「ココロ」のケアに注力しております。

○また、毎年実施している定期健康診断では、検査内容の充実や再検査が必要と診断された職員への2次健診受診の徹底を行うとともに、職員一人ひとりの健康の維持・増進に向けて人間ドック・乳がん検診費用の一部補給を行っております。さらに、従業員をサポートする家族への特定検診を推進し生活習慣病をチェックする取組みや、生活習慣病リスクの高い従業員への特定保健指導も積極的に進めております。

○今後も健康に関するサポートなど職員の健康管理に向けて取り組むとともに、働きがいの向上を図ることで、一人ひとりが一層健康に「いきいきと働ける会社」の実現に努めてまいります。

**職員の健康に関するサポート体制**

◆ **職員の健康維持・増進に向けた取組み**

- ウォーキングキャンペーンの実施
- スポーツクラブとの提携
- 社外健康相談窓口の設置 等

◆ **メンタルヘルス対策**

- 専任スタッフ（社内相談窓口）の配置
- 社外カウンセラーによるカウンセリングルームの設置 等

住友生命

### 15. 職員に対する介護支援について

日本はこれから、かつてどの国も経験したことのない超高齢社会を迎えると言われていています。従って、働きながら家族を介護しなければならない人や介護のために離職を余儀なくされる人が増加することが予想されますが、このような状況に対応するため、積極的な介護支援を社員に対して行う企業も現れてきました。

住友生命では、この点につきどのような対応を考えておられるのかお聞かせください。

#### 【回答】

- 当社では、仕事と生活の調和を図る「ワーク・ライフ・バランス」の推進という考え方のもと、法令上の規定を上回る多様な介護関連の制度を整備するなど働きながら家族を介護する職員を支援するための様々な取組みを実施しております。
- 例えば、短期の休暇として年間10日まで取得が可能な「介護休暇」に加え、月3日まで休暇取得が可能な「両立支援休暇」、介護が長期にわたる場合は、通算して1年まで取得可能な「介護休職」「介護休業」、家族の介護のために取得可能な「看護欠勤」「看護休職」、短時間勤務または時間外勤務の免除が可能な「時間短縮措置」等の制度を利用することができます。利用実績は「介護休職」「介護休業」で年間80名程度となっております。
- また、介護に関する諸制度を掲載した「ワーク・ライフ・バランス ハンドブック」や、本人の心構えや所属長が相談を受けた際のポイント等を記載した「介護関連サポートガイド」を社内イントラ上に掲示し、職員がいつでも閲覧できるようにしております。さらに、職員・管理職を対象に「介護の現状」と「仕事と介護の両立」に関する情報提供を目的とした「介護セミナー」を実施いたしました。
- 今後、ますます高齢化が進行する社会環境に鑑み、仕事と介護の両立をより一層推進すべく、引き続き介護支援に関する制度の職員への周知を図るとともに、介護に関する理解の浸透など制度を利用しやすい環境整備に取り組み、積極的な利用を促進していきたいと考えております。

| 介護関連の制度      |   |
|--------------|---|
| 制度           | 概要（下線部は法令上の規定を上回る制度）  |
| 介護休暇         | 要介護状態にある家族の人数にかかわらず、 <b>年間10日まで取得可能</b> 【法律上は家族一人につき年間5日、二人以上の場合は年間10日まで】 |
| 両立支援休暇       | 小学生未満の子供の養育または家族の介護のため、 <b>月3日まで取得可能（半日単位の取得も可）</b>                       |
| 介護休職<br>介護休業 | 要介護状態にある家族一人につき、 <b>通算1年まで取得可能</b> 【法律上は93日まで】                            |
| 看護欠勤<br>看護休職 | 家族の介護のため、 <b>看護欠勤・看護休職を9か月（営業職員は最大2年間）まで取得可能</b>                          |
| 時間短縮措置       | 家族一人につき <b>通算 93日+1年間（営業職員は期間の定めなし）</b> 、短時間勤務もしくは時間外勤務の免除が可能【法律上は93日まで】  |

### 介護関連制度の周知等に向けた取組み

介護に関する諸制度をまとめた「ワーク・ライフ・バランスハンドブック」の作成



本人の心構えや所属長が相談を受けた際のポイント等を記載した「介護関連サポートガイド」の作成

「介護の現状」と「仕事と介護の両立」に関する情報提供を目的とした「介護セミナー」の実施

## 16. 生命保険業界における価格競争への対応について

ネット生保の参入によって業界の価格競争の兆しが本格化しているといわれていますが、御社のサービスなどの対応についてお聞きします。

### 【回答】

- ご指摘のとおり、ネット専業の生命保険会社は一般的に商品内容をシンプルなものとし、また、保険加入時のコンサルティングを行わず、加入後のサービスもお客さまからの働きかけを必要とするなど必要最低限の水準とすることで、保険料を低価格とする戦略を採っているものと認識しております。
- これに対して、当社は専業営業職員体制を中核とし、お客さまに對面でご加入時はもちろんご加入後の見直しも含め質の高いコンサルティングをご提供するとともに、営業職員を通じた給付金等のご請求や住所等の変更手続き、着金時のご連絡など、「人」による親身で丁寧なサービスをご提供することを重視しております。
- こうした取組みを強化する観点から定期的な訪問活動を推進しておりますが、当社ではお客さまへのアフターサービスを営業職員の職務として明確に定め、定期的かつ確実なコンタクトを徹底することで、ネット専業の生命保険会社との差別化を図っております。
- また、当社ではお客さまの保険に対する考え方について、外部のコンサルティング会社に委託して調査を行っておりますが、この中でお客さまを4つのセグメントに大別し、その構成割合の変化を調査しております。直近の結果では、「勧められてはじめて保険の加入を考える『受動型』」と「しっかりとしたコンサルティングを受けたいと考える『コンサル志向』」の合計が全体の約6割を占めております。このようなセグメントの方々には、保険の選択に際して単に保険料の水準ではなく質の高いコンサルティングとサービスを重視されていると考えております。従いまして、引き続き営業職員による対面での営業力強化とサービスの充実に取り組むことで、しっかりとお客さまのニーズにお応えできるよう努めてまいります。

○なお、「自分自身で保険を選びたいと考える『セルフカスタマイズ』」、「価格を最重視する『ミニマリスト』」に分類される方を中心に、インターネットや保険ショップを通じて保険に加入される方も増加傾向にあります。このような方々のニーズに対しては、メディケア生命を通じた商品のご提供やいずみライフデザイナーズによる保険ショップの展開を行うなど、住友生命グループとしてあらゆるお客さまのニーズにお応えできるよう取り組んでおります。



## ◇当日席上での質問（8問）

### 1. 就職人気ランキングの向上について

日本経済新聞による就職人気ランキングにおいて、住友生命は全業種の中で第13位と躍進しています。これは浅田真央選手の起用による効果も大いにあると考えておりますが、今後も期待しています。

#### 【回答】

○就職人気ランキングにつきましては、ブランド戦略の一環としても有効であると考え、近年は大変重視しており、そのために当社をよりよく知っていただく取組みを推進しています。

○具体的には、自社セミナーの回数を増やしたり、新たに内定者との座談会を実施したほか、引き続きインターンシップも実施いたしました。また、学生の皆さまが当社の情報にアクセスしやすい環境を作り、当社を身近に感じていただくために、当社ホームページやFacebookを通じてPRを行っております。

○今後も優秀な学生の採用に向けて、当社に魅力を感じていただけるような取組みを推進してまいりますと考えております。

### 2. 女性の活躍推進について

総代就任当初から女性の登用ということをお話ししてきましたが、その後、女性の活用に大変力を入れているということで、さらに女性が活躍されることを期待しています。

#### 【回答】

○女性の活躍推進については、従前より、女性が大半を占める営業職員から管理職への登用を進めており、平成26年4月時点で、営業部門・事務部門における課長相当職以上の女性は、合計で700名以上となっております。

○特に事務部門については、女性の活躍推進に本格的に注力し始めた平成18年と比較して約90名増加していますが、これは、一般職員からより幅広い職務を担当する業務職員への職種変更を推進することで、管理職として活躍する機会が増加してきたものと考えております。さらに女性の登用を推進する観点から、「スミセイなでしこ計画」を策定し、職種別の研修を通じたキャリアアップへの動機付けや個別キャリアの策定等による人材育成を進めております。

○このような取組みが評価され、先般、日経WOMAN（2014年5月号）誌の「女性が活躍する会社Best100」において総合第2位を受賞いたしました。

○今後とも性別を問わず、能力のある職員が積極的に自らの仕事にチャレンジし、管理職として登用されるような働きやすい環境、特に育児との両立ができる環境を整備し、さらに女性の登

用を進めていきたいと考えております。そのために、既に実施している子供の小学校卒業までは短時間勤務ができる制度のように、働きやすさの向上に実効性のある制度を研究し、環境整備を進めてまいりたいと考えております。

### 3. 高齢者の保険手続きについて

昨年から運営している住宅型有料老人ホームで高齢の入居者が自室で怪我をされたということがあったが、入居者のご家族や面倒を見られている方は遠方に住まわれているケースも多く、色々なやりとりをするのも大変苦労しました。そこで、現在ではホームへの入居にあたりカルテを作成する際に、健康状態等に加え、どこの保険会社に加入しているかということもご家族の方にお聞きするようにしています。このような取組みが参考になればと思い、お話をさせていただきました。また、住友生命の担当者には親身になってホームに通っていただき、ホームの職員や入居者のご家族の方も含めイメージアップにつながっていると思います。是非ともそういった女性の優しさ・思いやりを活かした営業展開を広げていっていただきたいと思います。

#### 【回答】

- 最近ではご年配の方で保険に加入される方が増えてきておりますが、一方で、ご加入内容等において思い違いをされていたというようなケースが出てくることもあります。
- 当社といたしましては、高齢者の方ご本人へのご加入内容に関する丁寧なご説明はもちろん、ご家族に対するご説明にも力を入れており、今後ともご加入内容に関するトラブル等が起きることなく、ご加入いただいた保険が十分にお役に立てるよう努めてまいり所存です。

### 4. 女性の役員へのさらなる登用について

事務職における女性の活用はかなり進んでいるようですが、生命保険について特に関心があるのは女性であるにもかかわらず、経営陣にはいまだ女性が少ないように思われます。日本の状況も大きく変わっており、少子化で若い世代の保険加入が減少する中で、将来、どのくらい若い方が保険加入されているのか非常に心配しております。また、保険会社によって商品の違いはあるのだと思いますが、一般消費者には大きな違いはわからないように思います。こうした中で、経営陣の中で女性が増えてくれば、状況も変わってくるのではないかと思いますので、是非、女性の役員へのさらなる登用を推進いただきたいと思います。

#### 【回答】

- 今後の保険マーケットを考えた際、女性の視点を経営に取り入れることは極めて重要と考えております。女性の役員につきましては、現在、社外監査役として1名の方に就任いただいておりますが、過去にも、女性の視点を経営に採り入れるという観点から、女性の方に社外役員に就任いただいております。

○一方で、内部からの役員への登用につきましては、現在、性別を問わず、能力・経験のある職員の登用を積極的に進めております。優秀な女性の職員が育ってきておりますので、いずれは、そうした中から、当社の役員として能力発揮できる人材が出てくるものと考えております。

○社外からの役員への登用につきましても、同様に、性別を問わず、専門的知識や広い視野を持った方を社外役員として迎えたいと考えておりますので、その中で優秀な女性がいれば積極的に登用していく所存です。

○今後とも、育児等との両立を含め、女性が働きやすい環境の整備に取り組むとともに、社外からの優秀な女性の登用についても引き続き研究を進めていきたいと考えております。

## 5. ご契約者懇談会について

ご契約者懇談会にこれまで何回も出席しておりますが、折角の貴重な機会ですので、もう少し意見が出やすくなるような工夫や、この会の魅力の向上に向けて何かご検討いただければと存じます。

### 【回答】

○ご契約者懇談会は昭和50年から開催しており、これまで、経営状況等の説明に関するDVDを上映するなど、運営面での工夫を行ってきておりますが、質疑応答では中々ご意見が出にくいという面もあります。

○ご契約者懇談会の主要な目的の一つが、当社の経営状況をお伝えするということではありますが、より多くの方々に魅力を感じていただけるよう、運営を検討していきたいと考えております。貴重なご意見として承らせていただきたいと思います。と存じます。

## 6. がんに対する保険金・給付金支払実績について

2人に1人ががんになるという時代になってきたので、がんに対する保険金支払いが増えてくるのではないかと懸念しています。保険金・年金・給付金の支払いのうち、がんに対してお支払いした保険金はどれくらいあるのでしょうか。

### 【回答】

○がんに対してお支払いした保険金等に関連して、平成25年3月に発売した「がんPLUS（プラス）」（※1）からのお支払実績については、早期発見されるがんも含め、がんと診断された際に保険金をお支払いする「がん診断特約」で累計329件、公的医療保険制度の給付対象となる抗がん剤治療やがんの痛みを和らげる疼痛緩和ケアをカバーする「がん薬物治療特約」で累計272件です。

○また、がん罹患した際にも保険金をお支払いする「リガード」(※2)からの平成25年度のお支払件数は9336件、総額は216億円です。

※1 「がん診断特約」と「がん薬物治療特約」から構成されるがん保障特約です。

※2 3大疾病(がん・急性心筋梗塞・脳卒中)を保障する商品です。

## 7. がんに関する予防活動について

病気の予防に重点を置かないと、保険金支払額が増加していくと思われます。これに対する方策としては、お客さまの病気に対する予防活動の実施が重要だと思いますが、現在、具体的にどのような取り組みを行っているのか教えていただけますでしょうか。

### 【回答】

○お客さまに健康にお過ごしいただくことは大変重要と認識しており、当社ではがん予防に関する取り組みとして、セミナー開催を通じた啓発活動に取り組んでおります。

○また、社会貢献活動として、乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の大切さを伝えるピンクリボン運動の応援や、独立行政法人国立がん研究センターの監修による、がんに関する基本的な知識等を掲載した冊子「知っておきたいがんのこと」の配布等、お客さまの病気予防のお役に立てるよう取り組んでおります。

○今後もお客さまの健康維持・病気予防に役立つ方策を研究してまいります。

## 8. 営業職員のマナーについて

営業職員が訪問活動を行う際、衣服等に煙草の臭いが残ることもあると思われませんが、営業職員の喫煙に対してどのような指導を行っているのでしょうか。

### 【回答】

○営業職員のお客さまに対するマナーに関しては、入社時研修や日常のビジネスマナー研修で教育しております。お客さまがご不快に感じられることはそれぞれ異なり、ケース・バイ・ケースであると思われるため、お客さまお一人おひとりに臨機応変に対応できるよう引き続き全職員のマナー向上に努めてまいります。