

第 77 回 定時総代会 質疑応答

I. 事前質問

1. 保険グループ戦略におけるグループシナジー発揮に向けた具体的な取組みをご紹介します。議案書 6 ページに記載の情報より具体的な取組みに興味がございます。

《回答》

議案書の 6 ページに記載の NHS との共同取組について、より詳細にご説明させていただきます。

NHS は、テレマーケティングで保険ご提案のアポイントを取得し、訪問販売担当者がご提案に伺う、ハイブリッドスキームという分業制のビジネスモデルを展開しています。朝日生命と NHS との共同取組は、NHS が有する電話によるアポイント取得のスキルを活用して、入社して経験の浅い営業職員を中心に、お客様との面談数を増やすことを企図しています。具体的には、朝日生命が用意したお客様リストを対象に NHS でアポイントを取得し、朝日生命の営業職員が訪問し、ご提案するスキームとなります。このスキームは、年間を通じて全国 58 支社で実行しています。

また、本取組により面談数を増やすこととあわせて、NHS が有する電話でのアポイント取得スキルについて朝日生命内で教育も行っています。営業職員向けの教育シートを提供するとともに、本社の教育担当者が出張して実践指導も行うことで、スキルの着実な定着をすすめています。

2. システム化、効率化も大切ですが、face to face も必要と考えます。

時代に逆行するかもしれませんが、保険会社として、そのようなコミュニケーションも考えていますか。

《回答》

当社のメインチャネルである営業職員につきましては、お客様とのコミュニケーションの強化に向けて、face to face での対面をベースとした営業活動に努めています。具体的には、日頃の訪問活動や情報提供活動に加え、「あさひマイレポート」や「ご契約レポート」のお届けを通じて、ご契約内容の説明や、必要なお手続きの有無の確認を行う「安心お届けサービス」活動を実施しています。とりわけ、昨年度においては、コロナ禍で直接にお会いすることが難しかったお客様に対する各種レポートのお届け活動を推進しました。

加えて、対面での営業活動を進める中、2024 年 1 月に新たに導入しました営業用端末「スマートアイⅡ」を活用し、各種お手続きの迅速化等、お客様の利便性向上に向けた取組みを推進してまいります。

3. 2023 年度「ご契約者懇談会」の開催結果報告によりますと、「意思決定の場での女性の占率向上」に向けた具体的な取り組みを行っていらっしゃるようですが、少しご紹介いただければと思います。

《回答》

当社は、2006 年度より、女性の活躍推進を目的に「朝日生命ポジティブアクション」をスタートしました。2021 年度からは、「意思決定の場での女性の占率向上」※をテーマに加え、取り組んでいます。

具体的な取り組みとして、女性上級管理職の候補者数の確保と育成に向けて、女性管理職全体に対して、

- ・課題形成力やコミュニケーション力強化等のスキルアップ研修
- ・社外の活躍されている女性取締役等によるキャリア講話

等の集合研修を実施しました。

また、上級管理職に対しては、さらなるステップアップに向けて、

- ・役員等がアドバイス等を行うメンター制度
- ・経営的思考の醸成やマネジメントスキル向上に向けたマネジメントゼミ

等の個別指導・教育を実施しました。

このような取り組みを通じ、2024 年度始の女性上級管理職比率は 17%となり、上級管理職を含む部下を持つ女性リーダー比率は 33%となりました。

今後も、女性の更なる活躍推進を図ってまいります。

※ 役員・部長・室長等の女性上級管理職の占率向上

4. メタバースの運用はどうなっていますか。
5. 契約者年齢が高めな貴社ですが、メタバース支店では新卒採用以外での活用事例または見込みを教えてください。
6. メタバース空間を活用した採用イベントはどのような評価をしていますか。

《回答》

当社では、今後拡大が見込まれるメタバース市場へのビジネス参入を見据えて、技術研究、知見の蓄積を進めています。

これまでの取組みにつきましては、2023年3月に、朝日生命メタバース支店を開設しました。来店いただいたお客様には、当社のCM動画やお役に立った保険金に関するお客様の体験談、介護保険のサイト等を通じて当社の事業内容を知っていただいたり、生命保険について学ぶことができるコンテンツをご覧いただける仕組みとなっています。今年度は、お客様とのコミュニケーション機会創出に向けて、キャンペーン等の施策展開を検討・準備しています。

また、2023年9月に、これまで対面開催が中心であった学生向けの新卒採用イベントを開催しました。メタバースの活用により、参加いただく学生の方にとって、全国どこからでも参加いただけること、また、アバターに扮して参加いただくことで本音の質問をしやすい環境になること、さらに、「福利厚生」等、各種テーマの資料を展示したブースで自分自身で自由に情報収集いただけること等対面のイベントとは異なるメリットがあると考えています。

参加した学生からも「質問がしやすかった」、「求めている情報を自分のペースで収集できてよかった」等、一定の評価が得られたことから、今年度も開催を予定しています。

7. 議案書の4ページのDX戦略について伺います。社内業務でChatGPTをどのようなことに活用されているのですか。
8. DX分野では生成AIがめざましく発展しています。このテクノロジーを活用した新しいサービス開発など、どのような利用価値があるとお考えでしょうか。

《回答》

生成AIの技術は日々進化しており、すでに生命保険業界も含めて、多くの企業が生成AIを事業に組み込み、活用しています。

社内の更なる業務効率化・生産性向上を目的として、朝日生命専用のChatGPT[※]である「あさひコンシェルジュ（通称：あさコン）」を2024年4月に全社展開しました。文章作成や添削、文章の要約、関数やマクロの作成、各種業務のアイデア創出等、様々な業務において活用されています。導入にあたっては、利用者からの要望を踏まえ、指示内容を定形化したひな形を提供するなど、活用促進に向けても取り組んでいます。今後も利用者から意見をいただきながら、より使いやすくなるようレベルアップも検討してまいります。

また、「あさひコンシェルジュ」をバージョンアップし、現在“人”が対応している社内問い合わせの一部を、生成AIが自動回答するシステムの構築等を研究・開発しています。その他にも、更なる業務効率化の促進は勿論のこと、営業活動の高度化やお客様の体験価値向上に向けて研究・開発等に努めてまいります。

※ ChatGPTとは、アメリカのOpenAI社が開発したAI(人工知能)によるチャットサービス。ユーザーが投げかけた質問に対してAIが自然な文章で回答するため、人間を相手にしているような会話のキャッチボールが可能。

9. 貯蓄性商品の販売再開を検討との事ですが、その後、なにか動きはありますでしょうか。

《回答》

貯蓄性商品につきましては、今年度下期を目途に、契約時に保険料を一括でお払込みいただき、一生涯の死亡保険をご準備いただける一時払終身保険の販売再開を予定しています。

当社は、「お客様一人ひとりの生きるを支える」というビジョンを掲げており、人生100年時代と呼ばれる長生き社会において、老後の生活資金の確保等のニーズに対応するため、貯蓄性商品の商品ラインアップを追加し、お客様の生活設計をサポートしてまいります。

10. 子ども向けのケガや病気の保険に加入しましたが、学資保険のような付加サービス（積立多め等）があれば良いと思います。

《回答》

当社では、お子様向けの商品として、「保険王プラス スマイルキッズ」をメインにご案内しています。この商品は、ケガや病気などに備える保障と、積立保険がセットになっています。積立保険は、ご加入時やご加入後に毎月の積立金額を任意で設定・変更いただくことができ、学資保険のように計画的に積み立てを行うことも可能となります。

なお、積み立てた金額はいつでも引き出し可能で、ご加入から3年経過後は引出手数料もかかりませんので、是非ご活用いただければと思います。

11. iDeCo・NISAに関連する商品がありますか。

《回答》

iDeCo、NISAで、実際に運用する際の中心となる商品は、株式や債券、投資信託であるため、市況の変動によって、運用利益が出る場合もあれば、元本より少なくなることもあります。当社ではお客様に投資リスクをとっていただく商品を、現時点で積極的には展開する予定はありません。

なお、当社子会社の朝日ライフアセットマネジメントでは、iDeCo、NISAの対象となる各種投資信託商品を開発し、銀行や証券会社経由でお取り扱いしています。

12. 企業間のマッチングサービスがあれば良いと思います。

《回答》

現在、当社では経営者の皆様を情報面でバックアップする「朝日ビジネスクラブ（ABC）」を運営しており、その中で最新のビジネス情報を掲載した経営情報誌「ABC マガジン」のお届けや、社外講師を招いての経営者向けのビジネスセミナーである「ABC セミナー」等のサービスを提供しています。これらのサービス提供を通じて、最新のビジネス情報の提供や企業の紹介をさせていただいています。

また、「ABC セミナー」と同時に開催している懇親会において、参加企業間でのビジネスマッチングの機会を提供させていただいています。

一方で、「ABC セミナー」については全社一律での開催はできていない状況です。当社は、多くの法人のお客様からご契約をいただいております、法人のお客様のお役に立つ取組みは重要であると考えていることから、お客様同士の交流の機会を提供できるようセミナーの開催をより一層促進していくとともに、企業のニーズを踏まえ、外部サービスの利用も含めた全社一律でのビジネスマッチングサービスのご提供についても検討してまいります。

13. 今後、スポーツ面でのスポンサー契約などについてお考えはありますか。

《回答》

当社のスポーツ面での協賛については、1974 年以来、体操事業「朝日生命体操教室」「朝日生命体操クラブ」への協賛を行ってまいりましたが、日本体操界における役割もひと段落し、2023 年 3 月末をもって協賛を終了しました。

現状の当社の広告宣伝活動については、「介護保険といえば朝日生命」のブランド確立に向け、CM 放映や新聞広告など各種実施していますが、スポーツ面での協賛については、今のところ、具体的に検討しているものや、予定が決まっているものはございません。

引き続き、介護ブランド確立に資する広告宣伝活動等を中心に展開していく中で、当社のサステナビリティ経営方針も踏まえつつ、各種協賛などについても柔軟に検討してまいります。

Ⅱ. 議場での質問

1. 同じグループのなないろ生命では、プロゴルファーとスポンサー契約を結んでいます
が、朝日生命ではスポーツ選手とのスポンサー契約は考えていますか。

《回答》

現在、具体的な候補を探してはいませんが、スポーツ選手とスポンサー契約を行うことについて排除しているわけではありません。

今後の宣伝・広告活動を行う中で、機会があれば検討していきたいと考えています。

2. 朝日生命は従前より「人的資本経営コンソーシアム」※に参加していますが、参加したことにより、有意義な情報等を得られましたか。また、新中期経営計画の重点取り組みテーマである人的資本経営について、具体的な取組みを教えてください。

※人的資本経営コンソーシアム：人的資本経営を促進することを目的とし、先進事例の共有・企業間協力に向けた議論や、情報の収集・発信・普及を行う団体。

《回答》

「人的資本経営コンソーシアム」で得た情報については、今後、当社として人的資本経営をどのように取り組んでいくかという点において参考にさせていただきました。

当社は人財を重要な資本と捉え、個々の職員がその能力を発揮できるよう注力し、企業価値を高めることを目指しています。

まず、所属員と所属長が円滑にコミュニケーションを取り、所属員のエンゲージメントを高められるよう、1on1 ミーティングを行っています。

また、DX や運用部門、法務など、専門分野で活躍できる人財の育成を推進しています。

さらに、戦略的に取り組む分野やお客様に近い営業分野への積極的な人財の投入を行い、より会社が成長できるよう注力しています。

生命保険という形のない商品を扱う当社において、商品の提供、販売、アフターサービス等、お客様との接点における付加価値は、すべて”人”が生み出します。

日本の人口構造と同様に高齢化する当社職員の構造を考慮しつつ、ビジネスの多様化と成長に向け個人の力を最大限発揮する人的資本経営が重要だと認識しています。

3. 税理士として、朝日生命を含めた保険会社の代理店をしています。個人年金保険は個人年金保険料控除もあり、お客様から高いニーズがあります。また、朝日生命としても個人年金保険を販売再開することで、全国税理士共栄会の発展に資することができ、メリットがあるのではないのでしょうか。個人年金保険の販売再開を要望します。

《回答》

事前質問において、一時払終身保険の販売再開を今年度下期に予定していることをご案内しましたが、個人年金保険の再開についてのご要望が多いことは認識しています。

しかしながら、一時払終身保険と平準払の個人年金保険では予定利率の算出方法が異なるため、現状、お客様へ魅力的な商品のご提供をすることは難しい状況です。

現在、他の生命保険会社で販売している貯蓄性商品は、外貨建てや変額の保険商品が多く、お客様に投資リスクを取っていただくこのような商品のお取り扱いについては、当社の営業職員体制にはやや不向きであると考えています。

定額の個人年金保険を取り扱う場合は、運用面での難易度も上がることから、金利環境等を注視しつつ、再開に向け検討を進めてまいります。

4. 事前質問でメタバースを活用した採用などの取組みについて紹介がありましたが、今後、メタバースのモールを活用した契約者間等での商品の売買ができる仕組みを展開する予定はありますか。

《回答》

昨年度、メタバースのモールにおいて、お客様から全国の名産品をご出品いただき、当社社内で購入を募る取組みを試行展開しました。

一般のお客様を含め、このような取組みを当社メタバース支店においても試行することを検討しておりましたが、来店者数が少ないといった課題もあることから、現在、一般のお客様を含めたモールでの展開については実施しておりません。

しかしながら、メタバース市場は極めて有望な市場と考えていることから、引き続きその発展性に注目し、知見の蓄積をしてまいります。

今年度は、まずは当社顧客とのコミュニケーション強化のためにキャンペーンなどを実施し、来店者数を増やし、状況を踏まえたうえで、今後再びモールを開設するかどうかについて検討してまいります。

5. 事前質問の通番3において、女性管理職の占率向上に関する取組みについて記載されていますが、記載されていること以外で、女性管理職の占率向上に関する取組みがあれば、教えてください。

《回答》

当社では2006年度より女性の活躍推進に向けた取り組みを行っており、女性管理職の占率向上に関する取組みについては、2021年度よりテーマの一つとして取り組んでいます。

女性管理職の占率向上に向けた取組みとして、役員や部長による女性人財の発掘・動機付けがあります。全国にある支社・営業所に、役員や部長が出張した際、今は地域にとどまって仕事をしているものの、きっかけさえあればもっと飛躍する可能性があると考えられる人財に対し、管理職を目指すことの動機づけを行っています。

当社の女性管理職は、2006年度は数十人程度でしたが、現在では440人に増加しており、このような取組みも功を奏していると考えています。今後も更に上位職に進む女性を増やせるよう注力していきます。