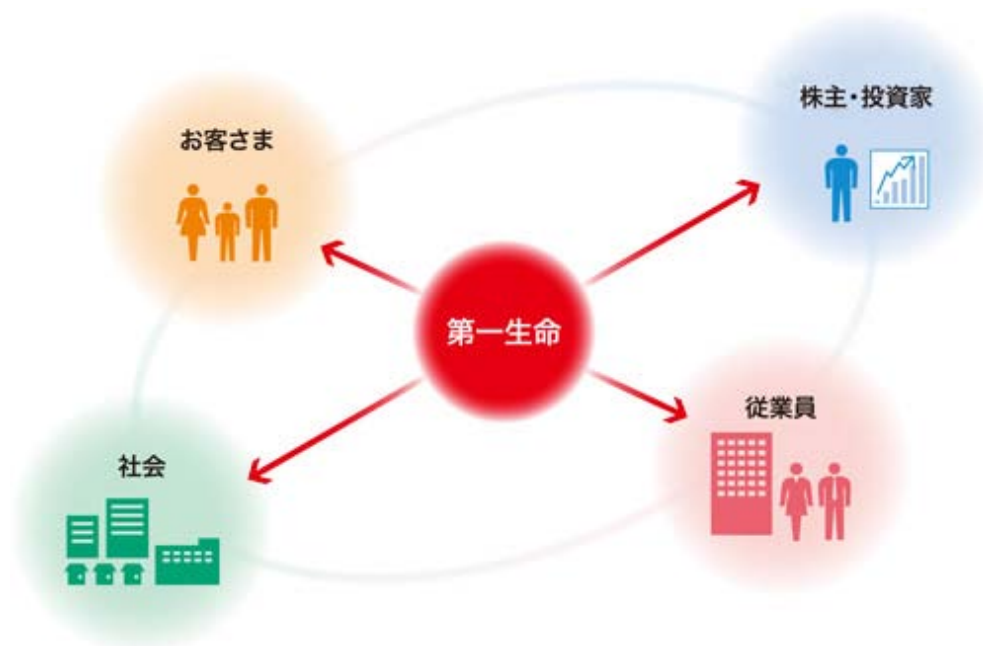


第一生命のステークホルダー

第一生命のステークホルダー

第一生命は、お客さま、社会、株主・投資家、従業員を経営に深いかかわりを持つステークホルダーと捉え、「最大のお客さま満足の創造」「社会からの信頼確保」「持続的な企業価値の創造」「職員・会社の活性化」を経営基本方針として定めています。それぞれのステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを通じて事業活動を振り返り、PDCAサイクルを回すことで経営品質の向上に努めています。



■ お客さま：最大のお客さま満足創造

生涯設計デザイナー(営業職員)、コンタクトセンター、本社・支社など窓口、ホームページなどのさまざまなお客さまとの接点を通じてご意見・ご要望をお寄せいただき、商品・サービスなどの改善に努めています。また、全国の支社で定期的に「お客さま懇談会」を開催し、お客さまのご意見・ご要望を直接お伺いしています。



お客さま懇談会

■ 株主・投資家：持続的な企業価値の創造

決算説明会、経営説明会の開催、機関投資家の皆さまとの国内外でのミーティングの開催、IRイベントへの参加および株主総会での質疑応答などを通じ、株主・投資家の皆さまとコミュニケーションを図っています。



株主総会

■ 社会：社会からの信頼確保

職員によるボランティア活動や、教職員・高校生のインターンシップ受入れ、生涯設計デザイナーによる高齢者見守り活動などを通じ、地域の皆さまとコミュニケーションを図っています。また、企業の消費者対応やお客さま本位の経営のあり方などについて専門分野の有識者と意見交換を行う「消費者問題研究会」を継続して開催しています。



消費者問題研究会

■ 従業員：職員・会社の活性化

経営層と職員との双方向コミュニケーション実現に向け、イントラネットを活用した「ネットワーク社長室」や、全国の各支社・各部での「役員と語る」の運営を行っています。



役員と語る

■ ステークホルダーダイアログ

○ ステークホルダーダイアログ



日本版スチュワードシップ・コードに続きコーポレートガバナンス・コードが策定されたことを受け、第一生命は機関投資家と上場会社という二つの立場からガバナンスと向き合うことが求められています。そこで、当社が果たすべき役割について、グローバル企業のガバナンスにも詳しいEYジャパンエリアCCaSSリーダーの牛島慶一氏をお招きし、当社常務執行役員の稲垣精二が対談を行いました。

■ 二つの立場で責任を果たす

牛島 私から見れば、御社はある意味、今後の金融のあり方を示す存在になり得ると思います。株式会社化し、機関投資家としてスチュワードシップ・コードに取り組む立場と、上場会社としてコーポレートガバナンス・コードに取り組む立場、二つの顔を持っています。これまで持合いで閉鎖的と言われた日本の金融機関と企業との関係が、両コードをきっかけにどう変わっていくのかが問われる中、御社の取組みに注目しています。

稲垣 まず機関投資家としての立場からお話しますと、私どもは責任ある機関投資家としての役割を果たすために、昨年「スチュワードシップ活動方針」を策定しました。二つのコードが動き出した現在、真摯に経営に取り組まれている投資先企業との対話に臨む中で、建設的な議論ができているという手応えを感じているところです。

牛島 投資を通じて世の中にどのようなインパクトを与えていくのか——目先の利益やコスト削減を確実にしつつも、より持続可能性や長期的な視点に立った投資活動をしなければいけません。

稲垣 まさにそれを実現したいと思っており、ESGファンドにも取り組んでいます。財務分析を中心に行ってきたアナリストが非財務側面からも企業を分析することで、当社の投資評価も徐々に変わっていきます。それこそが投

資家としての社会的責任であると考えています。

牛島 株式会社として、自社のガバナンスも大切です。御社は投資家として投資先に適正なガバナンスを要求する立場です。ともすると、他人に厳しく自分には甘い、といった二枚舌とも言われかねない特殊な立場にあり、これからのロールモデルになるような会社に発展することを社会が期待しています。



稲垣 当社は、創業当時よりかなり真面目にガバナンスを考えてきた会社であると自負しています。日本で最初の相互会社を設立したことも、大手生命保険会社の中で最初に株式会社化したことも、「お客さまを第一に」という理念のもと、40～50年単位でステークホルダーに対してどのように責任を果たすべきなのかということを真摯に考え抜いた結果です。

牛島 上場会社として株主と対話された際の反応はいかがですか。

稲垣 上場当初、海外への事業展開に関する話はなかなかご理解いただけませんでした。5年目にして実績が見えてきたこともあり、ようやくご理解いただけるようになってきたと感じています。

牛島 特に海外の長期投資家は、「自社の長期的戦略が、株主をはじめとするステークホルダーの長期的利益にどのように結びつくか」あるいは「長期的な価値創造のストーリーは」といった点に関心があります。一方で、日本企業の多くは、この点における説明が不十分とよく聞きます。

稲垣 私どもも、財務目標だけでなく、どこに向かって何を実現したい会社なのかということや、会社の本質をしっかりと伝えていきたいと考えています。また、こうした話に耳を傾けていただける投資家と対話をする、私どもも視界が開けますし、ビジョンにご賛同いただくと、背中を押していただけた気がします。

グローバル経営の鍵はダイバーシティ

牛島 私は、本当の意味のグローバルなガバナンスの基礎をなすものがダイバーシティであると考えています。グローバルに経営を行っていく上では、日本で育ってきた人だけの感性や視点に頼っていたのでは限界があります。会社の理念や価値観を共有していることを前提に、多様な人財が絶対に必要だと思います。そうした自分にはない視点を持って多面的に経営を見てこそ、グローバルな意思決定を可能にするものと思っています。

稲垣 その点については課題意識を持っています。昨年、シンガポールに地域統括会社を設立しましたが、公用語は英語で、将来的に従業員の半分以上はノンジャパニーズとなる予定です。その地域統括会社ではグローバルな視点とローカルな視点を併せ持った人財が活躍することになるでしょう。2016年10月に持株会社体制に移行する方針ですが、持株会社の運営もこのような視点を持った人財が担っていく必要があると感じています。そうした人財を育成する一環として、当社グループでは、グループ各社から実務レベルのスタッフが集まり、テーマごとにface to faceのミーティングを行うGMC(Global Management Conference)を開催しています。こうすることで、お互いの課題意識や取組みに刺激され、学び合うことができると考えています。



牛島 グローバルなマネジメントは、組織的な仕組みで構築する部分もありますが、インフォーマルなネットワークがどれだけ機能するかといった、やはり「人」に依存する部分も大きいと思います。信頼できる人間関係をグロ

一バルに構築することは重要です。相互に学び合って、感性を磨いた方々がいずれ要職に就けば、グローバルな視点とネットワークを活用した意思決定が容易になるでしょう。

課題先進国の日本から健康経営を発信

牛島 日本は元来、天然資源が少なく、また高齢化や自然災害など、世界に先駆けてさまざまな課題や社会的制約に直面している課題先進国です。だからこそ、そういった課題に真正面から取り組んで生まれたソリューションは、今後の日本の競争優位につながります。そこに企業がどう関わっていくのか—保険もその役割を担う分野だと思っています。

稲垣 私どものお客さまの多くの方は団塊の世代です。その方々が介護や看護が必要な年代になってきたときに、どのように対応していくのか——当社には4万人を超える生涯設計デザイナーがおり、必ず定期的にご契約者さまを訪問していますので、タイムリーな健康情報の提供や迅速な給付金のお手続きができます。そうした当社のビジネスモデル上の強みを生かして社会に貢献することができれば素晴らしいと思っています。お客さまに健康寿命を延ばしていただくことは、お客さまにとっても日本全体にとっても望ましいことであり、結果として保険会社としてもお引き受けしている保険契約全体の健全性が向上します。お客さまに喜んでいただけるサポートをお届けできるよう、各種専門医療機関と連携協定を結び、3大疾病や長寿医療に関する最新の情報をご提供できる体制を構築しています。また地方自治体とも連携し、地域の皆さまに健康情報・啓発情報のご提供を進めています。

牛島 御社ならではの事業を生かした取組みですね。今日は非常に興味深いお話を伺えました。お客さまに対して本当に真摯に期待に応えるべく向き合っている姿勢は、私自身勉強させていただきました。御社はこれからのロールモデルになるような会社に発展することを期待されている企業だと思っています。

稲垣 本日はさまざまな示唆に富んだお話をいただき、まだ課題はたくさんあると再認識しました。ありがとうございました。

お客様の声

お客様の声

お客様の声を活かす仕組み

お客様満足度の把握

お客様の声の開示

消費者からの声

お客様の声

お客様懇談会

全国の支社で定期的に「お客様懇談会」を開催し、商品・サービスなどの改善に向けてお客様のご意見・ご要望を直接お伺いしています。2014年度に開催した懇談会では、「生涯設計レポート」、「商品開発」、「高齢者への対応」などに関してご意見・ご要望をいただきました。



お客様懇談会

お客様の声から実現した改善事例

	お客様にとって不便・不満な事象	改善策・改善結果
ご契約時	<ul style="list-style-type: none"> ● 申込みした後契約についてよく考えてみた結果取消しをお願いした。クーリング・オフの期間が過ぎていて取消しできなかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● クーリング・オフ取扱期間の延長 お客様の申込後の「ご契約のしおり-約款」閲覧期間を十分に確保するため、クーリング・オフの取扱期間を8日から15日に延長してお客様保護を一層強化しました。具体的には、クーリング・オフの取扱期間を申込日または初回保険料払込日のいずれか遅い方から15日以内としました。(2014年10月)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 75歳を超えても相続対策として生命保険を活用したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● グランロードの契約年齢範囲の拡大 一時払終身保険「グランロード」の契約年齢の上限を75歳から80歳に引き上げました。相続税法改正(2015年1月施行)により、相続税が課税されるまたは税率が上がるケースが増える中、保険金という形で財産の受取人を生前に指定することができる生命保険の機能に対するニーズに応えました。(2015年1月)

	お客さまにとって 不便・不満足な事象	改善策・改善結果
ご 契 約 時	<ul style="list-style-type: none"> ● 結婚資金やマイホームの購入資金などの比較的短期の資金を積み立てたい。 ● 孫を受贈者として生前贈与に活用したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● しあわせ物語の契約年齢範囲の拡大などより幅広い世代の貯蓄ニーズにお応えできるように個人年金保険「しあわせ物語」の「契約年齢」「年金受取開始年齢」「保険料払込期間」の取扱範囲を拡大しました。これにより、設計の自在性が向上し、「教育資金」「結婚資金」「マイホームの頭金」などの比較的短期の資金積立ニーズにも活用できるほか、生前贈与による世代間の資産移転ニーズにもお応えできるようになりました。(2015年4月)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 自分に何か予期しないことが起きても、こどもの夢をかなえてあげたい。また貯蓄性を確保したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「こども応援団」の発売などお子さまの進学費用などのために学資金と満期保険金を計画的に準備いただけるだけでなく、ご契約者が3大疾病や所定の要介護状態、所定の身体障害状態など7つの事由のいずれかに該当された場合、以後の保険料払込が不要となる「こども応援団」を発売しました。あわせて、「Mickey」をリニューアルし、保障の広さよりも貯蓄性を重視されるお客さまのニーズに応えました。(2015年1月)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 従来からある特約「インカムサポート」とその後発売された「アシストセブン」は支払事由が同じであり、選び方がわからない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 保障準備を検討する際の情報として、2つの特約の受取内容の違いと特約保険料例をブライトWayパンフレットに掲載し、説明の充実を図りました。(2014年9月)

	お客さまにとって 不便・不満足な事象	改善策・改善結果
ご契約期間中	<ul style="list-style-type: none"> ● 第一生命に問い合わせをしたくても、仕事等で忙しい時間帯が多く、限られた時間にしか連絡を取ることができない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ご照会・お手続きのコールバック予約受付開始 ホームページから24時間365日(メンテナンス期間を除く)コールバック予約を受け付け、コンタクトセンターなどからのコールバックにより、お問い合わせへのご回答およびお手続きのご案内ができるようになりました。(2014年9月) ● 日曜受付の開始 お客さまの利便性向上を目指し、コンタクトセンターの日曜受付(9:00~17:00)を開始しました。(2014年10月)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 音声案内が長く、ボタン操作も困難なため、電話をかけるのが億劫である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● シニア専用フリーダイヤルの開設 音声案内(IVR)による問い合わせ内容選択を希望しないシニア層のお客さまのニーズに対応するため、IVRを介さずオペレーターが直接有人対応を行う専用フリーダイヤルを開設しました。70歳以上のお客さまを対象とし、ご照会に対してゆっくりと丁寧に対応をします。(2014年12月)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 振込用紙の裏面について、記載の取扱金融機関が実際取扱可能な機関と一致しない。はっきりわかりやすくしてほしい。(窓口・ATMで払込可能な金融機関とネットバンキングで取扱可能な金融機関が混在して表示) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「本社一括作成払込票」「送金月払払込票」「送金半年払払込票」について、記載内容を最新化すると共に、払込経路(「窓口」「ATM」「モバイルバンキング」)ごとに整理した記載内容に変更しました。(2014年4月)

	お客さまにとって 不便・不満足な事象	改善策・改善結果
お支払時	<ul style="list-style-type: none"> ● 保険金・給付金をもっと早く受け取りたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 当社から保険金・給付金を送金し、お客さまのご指定口座にお届けするまで、従来1~3営業日を要していましたが、システム変更など送金事務プロセスを改訂し、最短で当日中にお届けが可能となりました。(2014年6月)
	<ul style="list-style-type: none"> ● 死亡保険金を早く請求したいが、必要書類の準備に時間がかかる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 死亡保険金をご請求いただく際には、「被保険者の死亡事実がわかる公的書類(住民票など)」が必要ですが、お亡くなりになった方の住所と死亡届出地が異なるケースなど住民票取得に時間や手間がかかる場合があります。お客さまに、よりスムーズに死亡保険金をご請求いただけるよう、住民票などのかわりに「死亡届の受理証明書」でご請求できる取扱いを開始しました。(2014年6月) <p>※死亡届の受理証明書は、死亡の届出をした人が、届出を行った市区町村役場で取得できます。</p>

(登)C15P0167(2015.7.3)②

■ お客さまから生涯設計デザイナーなどに寄せられた感謝

No.	事例
1	<p>ご契約内容を確認する「安心の定期点検」活動をきっかけに何度か保障の見直しを提案し、より充実した保障内容に変更していただいたお客さまです。</p> <p>それから1年ほど経過した時、お客さまが胃がんの宣告を受けられました。すぐに給付金などのお手続きをさせていただきましたが、保障の見直しを行っていたので多くの給付金をお受け取りいただくことができました。</p> <p>お客さまは現在お仕事にも復帰され、先日お会いした際には、「最新の保障への見直しを提案してくれたおかげで保険がとても役立ちました。本当にありがとうございます」と仰っていただきました。</p>
2	<p>ご契約者のお母さまから私あてに連絡がありました。</p> <p>ご本人が1月上旬から高熱で入院し、検査の結果悪性リンパ腫であったとのことでした。</p> <p>現在無菌室でご両親でさえ限られた時間しか会えない状況で、やっと話せるようになったときに、「保険に入っているからこの人に連絡して」と言われたそうです。</p> <p>書類を作成のうえご自宅へ訪問し、契約内容などを説明しました。保険料の払込免除はもちろん一時金での給付金のお受取りやアフラックのがん保険にも加入されていたので十分に治療費用に回せることにご両親はびっくりされていました。</p> <p>お母さまからは「いつもハガキを届けてくれる方だったんですね。ありがとうございます。そしてこんなに良い商品を提案していただきありがとうございます」と涙ながらに仰っていただきました。</p> <p>後日ご契約者からお礼のメールをいただき、私もお役に立てて嬉しい気持ちでいっぱいになりました。</p>
3	<p>“安心の定期点検”で保険金クイックお受取サービスをご案内した数日後、お客さまの奥様が突然お亡くなりになり、「保険金クイックにて手続きを行いたい」と連絡がありました。ご連絡後お手続き当日にお客さまは保険金をお受け取りになることができ、後日、「無事に葬儀も終わり、葬儀費用の支払いも終わりました。本当に助かりました。ありがとうございます」とお礼の電話をいただきました。</p> <p>※保険金クイックお受取サービスとは、故人の想いが込められた保険金をより早くお受け取りいただくことでご遺族のお役に立てるよう、手続き当日中に保険金を受け取れるサービスです。詳しくはこちらをご覧ください。</p>
4	<p>お客さまを以前訪問した際、雑談をしている中で「結婚記念日」の話題になったことがありました。今年は「50周年を迎える」と仰っていたので、お祝いのメッセージをお届けしようとメモしておき、当日お約束せず訪問してみました。「おめでとうございます」と申しあげたところ、不思議そうな顔をさせていましたが、「今日でご結婚50周年ですよ。おめでとうございます」とお伝えしたところ、「誰にもお祝いなんて言ってもらっていない。こんな嬉しいことはないわ」と大変喜んでいただけました。</p>
5	<p>坐骨神経痛になったお客さまより、「どこかいい病院はある？」と電話がありました。「メディカルサポートサービス」のチラシを準備し、早く治るように思いを込めて、折鶴と手紙を添え、出勤前にお客さまの自宅を訪問しました。病院は朝9時から開くので、その前にお伝えしたかったからです。</p> <p>お客さまは「涙が出るくらいに嬉しいです。わざわざありがとうございます」と喜んでくださいました。</p> <p>※メディカルサポートサービスとは、健康・医療・育児・介護の電話サポートサービスです。詳しくはこちらをご覧ください。</p>

お客様の声

お客様の声

お客様の声を活かす仕組み

お客様満足度の把握

お客様の声の開示

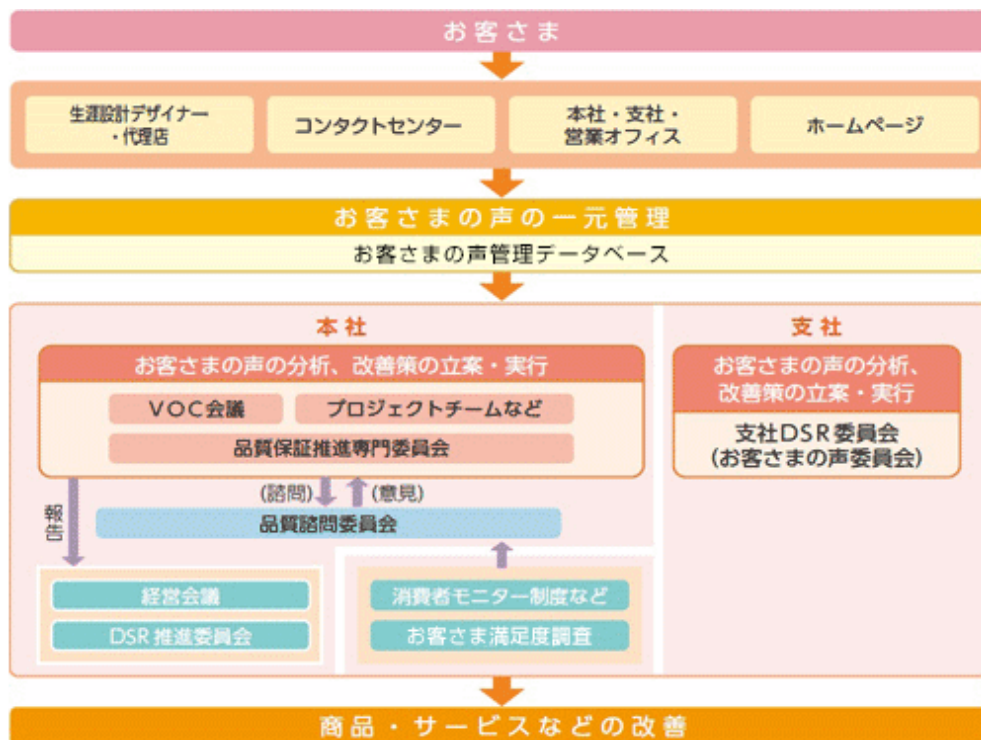
消費者からの声

○ お客様の声を活かす仕組み

第一生命は、寄せられた苦情に対して受付次第すみやかに対応し、事実関係の確認も含め、最優先に取り組みます。ご契約のあらゆる場面(「ご契約時」、「ご契約期間中」、「保険金などのお支払時」)でいただいた「お客様の声」にお応えし、お客様に最も支持される生命保険会社となることを目指しています。

日々全国からいただく「お客様の声」を経営に反映させるための仕組みを1992年に構築し、順次レベルアップを図りながら運営しています。これは、お客様との接点を通じて寄せられる「お客様の声」を集約・分析し、経営や業務改善に反映させる仕組みです。具体的には、「VOC※会議」で分析し、課題を整理後、プロジェクトチームなどにて、具体的な改善策を立案・実行するとともに「品質保証推進専門委員会」でも検討し、その取組みを「経営会議」などに報告しています。また、改善策などの検討に際しては、「消費者モニター制度」などを通じ、消費者の立場からのご意見・アドバイスをいただき、お客様のご要望に応えられるよう努めています。この仕組みのもと、さらなるお客様満足度の向上のために、商品やサービスなどの改善を進めています。

※ VOC: Voice of Customer(=お客様の声)の略



お客様の声

お客様の声

お客様の声を活かす仕組み

お客様満足度の把握

お客様の声の開示

消費者からの声

○ お客様満足度の把握

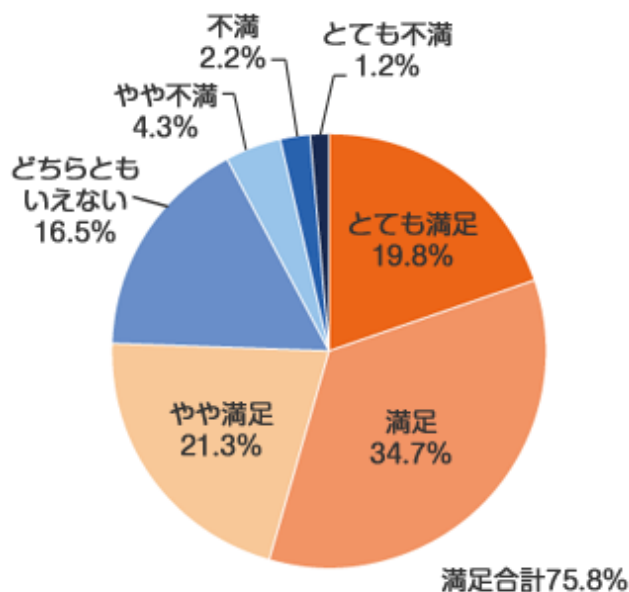
経営基本方針に掲げる「最大のお客様満足の創造」の達成度を測る指標として、お客様満足度を毎年把握しています。個人のお客様および法人のお客様を対象とし、外部機関によるアンケート方式で「お客様満足度調査」を実施しています。

調査によって把握するお客様の総合満足度を中期経営計画の目標値のひとつとし、本社各所管の取組みに反映させるとともに、「品質保証推進専門委員会」を中心としたお客様満足向上の取組みに役立てています。

個人のお客様

第一生命に対してご満足いただいているお客様は合計で75.8%となっています。

そのうち全体の約5人に1人(19.8%)のお客様からは「とても満足」と、非常に高い評価をいただきました。



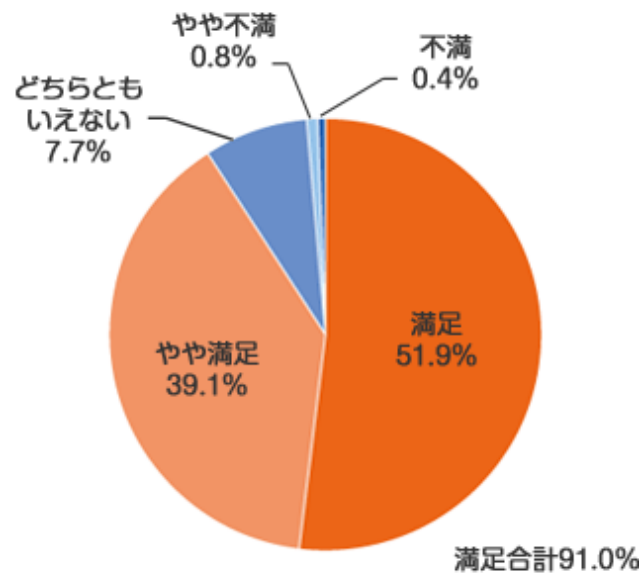
調査概要: 無作為抽出したお客様に対し当社に対する総合的な満足度を「とても満足」から「とても不満」までの7段階のどのレベルにあたるかを郵送にて調査

調査実施期間: 2014年7月~8月 有効回答数: 677

法人のお客様

当社に対してご満足いただいているお客様は合計で91.0%となっています。

そのうち全体の約2社に1社(51.9%)のお客様からは「満足」と、高い評価をいただきました。



調査概要: 法人のお客さまに対し当社に対する総合的な満足度を、「満足」から「不満」までの5段階のどのレベルにあたるかを郵送・Webにて調査

調査実施期間: 2014年9月～10月 有効回答数: 742

お客様の声

お客様の声

お客様の声を活かす仕組み

お客様満足度の把握

お客様の声の開示

消費者からの声

お客様の声の開示

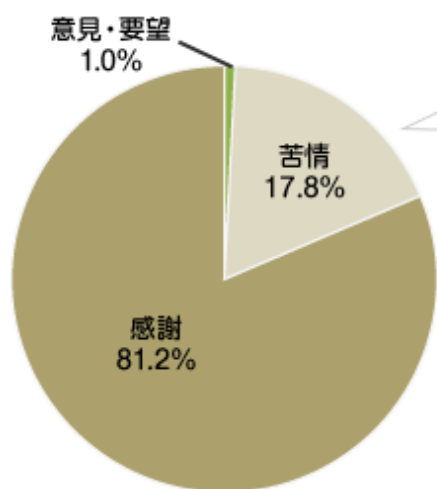
2006年10月より、「お客様の声」の件数および苦情の解決件数を、第一生命ホームページに掲載しています。当社に寄せられた「お客様の声」の受付状況と件数については月単位で掲載し、年度累計としての実績も掲載しています。また、2007年5月からは、「お客様の声から実現した改善事例」を掲載し、当社の具体的な取り組みを紹介しています。

▶ 「お客様の声(苦情、感謝、ご意見・ご要望)」の件数

お客様の声の件数と内訳

	2014年度
苦情	51,253件
感謝	233,633件
ご意見・ご要望	2,916件
合計	287,802件

お客様の声の内訳(2014年度)



苦情	受付件数	占率(%)
保険契約へのご加入に関するもの	4,607	8.9%
保険料のお払込みにに関するもの	3,382	6.5%
ご契約後のお手続きに関するもの	14,321	27.9%
保険金・給付金のお支払いに関するもの	7,128	13.9%
その他	21,815	42.5%
小計	51,253	

お客様から寄せられた感謝は[こちら](#)をご覧ください。

お客様の声

お客様の声

お客様の声を活かす仕組み

お客様満足度の把握

お客様の声の開示

消費者からの声

消費者からの声

品質諮問委員会

消費者の視点からご意見をいただくことを目的に「品質保証推進専門委員会」の諮問機関として2006年に「品質諮問委員会」を設置しました。具体的には、「品質保証推進専門委員会」で検討された課題などについて諮問し、各委員からいただいたご意見などを業務改善に反映させています。

なお、2012年度から「保険金等支払審議委員会」を「品質諮問委員会」に統合し、支払管理態勢に関する確認も実施しています。

消費者モニター制度

消費者の皆さまからご意見をいただくために、1984年から「消費者モニター制度」を運営しています。消費者問題の有識者、消費生活センターの相談員、消費生活アドバイザー※の方々などに消費者モニターとしてご協力いただき、全国の主要都市において懇談会を開催しています。消費者モニターの方々からは、商品・サービスなどについてご意見・アドバイスなどをいただき、業務改善に反映させています。

※消費生活アドバイザー：企業と消費者のパイプ役となる人材を育成することをねらいとした内閣総理大臣および経済産業大臣事業認定資格。なお、当社はこの資格の取得に積極的に取り組んでおり、332人の職員がこの資格を有しています(2015年4月現在)。



消費者モニター懇談会

■ 消費者モニター懇談会の主なテーマ(2014年度開催分)

- ご契約のしおりのDVD化
- ご契約内容説明資料「生命保険証券」などの表示の統一化
- 新商品の発売に伴う「チラシ」「パンフレット」「保障設計書(契約概要)」など
- 第一生命のホームページ(ご請求や各種変更に関するお手続きなど)
- 第一生命の高齢者に対する取組み
- 団体保険の「パンフレット」「事務手続き書類」など
- 経営者向けの保険販売資料
- グループ保険チラシ

消費生活センター訪問によるご意見の収集

各支社の支社長・CS推進統括部長を中心に、全国約180カ所の消費生活センターへの定期的な訪問を実施し、生命保険や当社に関する情報を提供するとともに、消費生活センターに寄せられる生命保険関連の苦情・相談や相談員の方々からのご要望などを収集しています。

株主・投資家とのかかわり

株主・投資家とのかかわり

IR活動方針

第一生命はIR活動を通じ、株主・投資家および証券アナリストの皆さまに対し、経営戦略や財務・業績状況などに関する情報を適時・適切に開示します。2015年6月に施行されたコーポレートガバナンス・コードの趣旨を踏まえ、当社の経営戦略などを的確に理解していただけるように努めることで、株主・投資家の皆さまからの信頼と適切な評価を得ることを目指します。この認識のもと、経営企画部内にIR室を設置し、IR活動を専門とする担当者を適切に配置した上で、経営幹部を中心としてIR活動を展開します。

当社は、金融商品取引法などの法令および東京証券取引所が定める有価証券上場規程などに従い、情報開示を行います。その他、当社への理解を深めていただけると考えられる情報についても、適時・適切に開示を行います。また、説明会の開催や業績に関するお問い合わせへの対応等を通じ、株主・投資家の皆様との対話の充実に努めます。ニュースリリース、アニュアルレポート等で開示する情報は、基本的に当社ホームページにも掲載します。業績に関するお問い合わせへの対応では、すでに開示した情報や周知となった事実に関する説明に限定するよう留意し、公平な情報開示に努めます。

当社は、株主・投資家の皆さまとの対話のなかで把握した有用な意見や要望を、経営会議・取締役会への報告などを通じ経営幹部・取締役に対してフィードバックをすることで、さらなる企業価値の向上に役立てていきます。

※ 当社は「IRポリシー」を制定しています。こちらも合わせてご覧ください。

株主・投資家とのコミュニケーションと株主還元方針

コミュニケーションと情報開示

当社は株主・投資家の皆さまとの対話を重視しています。2014年2月の日本版スチュワードシップ・コードの導入など、投資先とのコミュニケーションの高度化が要請されるなか、当社も株主・投資家の皆さまとの対話の充実に取り組み、2014年度の面談数は2013年度対比で20%増加するなど、IR活動を一層強化することができました。具体的には、年4回の決算説明会、年2回の経営説明会、年間300社を超える（うち海外では100社を超える）機関投資家とのミーティングの実施に加え、「日経IRフェア2014」など、個人投資家向けIRイベントや会社説明会にも参加し、経営幹部が直接、株主・投資家の皆さまとの対話を行うことで、当社に対する理解促進に努めています。

株主総会

2015年6月23日、第5期定時株主総会を開催しました（当日ご出席株主2,077名、所要時間2時間10分）。開催にあたっては、株主の皆さまの利便性向上とコミュニケーションの充実に取り組みました。

株主総会招集ご通知については、早期（総会3週間前）に発送したほか、発送1週間前に当社ホームページなどにその内容を公開し、株主の皆さまに議案を十分ご検討いただけるよう努めました。また、議決権行使については、インターネットでの行使も可能にしているほか、東京証券取引所が推奨する機関投資家向け議決権電子行使プラットフォームに参加するなど、議決権行使環境の整備にも取り組みました。

なお、開催日程は、各社が集中する日を避け、多くの株主の皆さまにご出席していただけるように努めております。

株主の皆さまとのコミュニケーションの充実に向けて、事業内容の報告については、図表や動画を駆使した映像による昨年度の振返りに加え、社長自ら、上場来の成長の軌跡ならびに新中期経営計画の内容について説明を行い、株主の皆さまに十分ご理解いただけるよう努めました。

質疑応答では、14名の株主さまより、当社グループの事業戦略、機関投資家としての日本版スチュワードシップ・コードへの具体的な対応策や、コーポレートガバナンス・コードへの対応などについて、22問のご意見・ご質問をいただき、社長および担当役員が丁寧に回答し、双方向のコミュニケーションの更なる充実を図りました。株主総会の議事以外では、当社をより理解していただくために、創業以来の当社グループの成長の軌跡を描いたパネルを展示したほか、株主さまの声を踏まえた今後の株主総会運営の改善を目的として、ご出席の株主の皆さまへアンケートを実施しました。

株主総会終了後、株主の皆さまへの情報提供充実の一環として、事業内容の報告や新中期経営計画を説明する動画、質問の概要、議決権行使結果などを、当社ホームページにて速やかに公開をしています。

■ 株主還元

当社の還元方針は安定的な株主配当を基本とし、2015-17年度中期経営計画「D-Ambitious」の期間中に連結修正純利益に対する総還元性向を40%程度まで引上げることを見処として、利益成長に伴う株主還元の拡大を目指します。毎期の株主配当については、連結・単体の業績動向、市場環境、規制動向などを総合的に勘案し決定します。自己株式取得については、業績動向、資本の状況などを勘案しつつ実施を検討します。

なお、相互会社の社員であったご契約者が社員配当を受け取る権利は、株式会社化以降契約者配当を受け取る権利として引き継がれており、保険業法の定めにしたがって、契約者配当に係る方針を定款に記載し、ご契約者の配当に関する権利を保護しています。



【連結修正純利益】

連結修正純利益は、実質的な収益力を示す当社独自の指標であり、負債性内部留保（危険準備金・価格変動準備金）繰入額のうち、法定繰入額を超過して繰り入れた額（税引後）を連結当期純利益に加算するなどして算出しています。

【総還元性向】

総還元性向 = (株主配当総額 + 自己株式取得総額) / 連結修正純利益

株主還元の実績

