

生命保険事業における取組と課題

日本生命保険相互会社

有江 貴文

(1) コロナ禍を機とした生命保険の役割の再評価

従来、保険事故発生時に保険の重要性を再認識することが太宗を占めていたところ、「自分が病気（コロナ）になったら」と疑似体験をすることで保険の重要性や保険への認識が世間一般に広まった。潜在的ニーズが表出しにくい保険にとって、稀な事象であり、生命保険の飛躍に向けた転換期となりうる。一方、保険の存在意義と反する事象（例：コロナ保険売止、保険料の高騰、給付金の減額等）が発生したことで、生命保険が培ってきた確実性・信頼性を脅かす懸念もあり、結果として、生命保険の飛躍に向けた転換期の波に乗り切れていない状況。

(2) 生命保険を取り巻く環境の変化（新たなビジネスの台頭）

生命保険に関しても、これまでにない商品（給付金支払事由発生時に事後で加盟者から抛出）や、バーチャルコミュニティの形成（給付金受給者へ他の加盟者からのメッセージが届く）等の動きもあり、競合他業界の台頭や社会課題の変化を見据えた取組が求められる。

(3) 社会課題に対する機関投資家としての役割

生命保険会社は、長期安定資金の供給を行うことで、社会全体の構造転換・経済成長を担っている。その意味では、安定的に収益を確保することを前提に、社会課題解決に資する取組としてESG投融資を強化していく流れは継続。

生命保険会社はこれまでも投資先との対話を大事にしてきた。日本版スチュワードシップコードが13年に制定されたが、そのはるか前より、投資先とESGに関してコミュニケーションをとってきた。

最近のトレンドとして、ルールメイキング制定プロセスの変化。閉ざされた官から、欧米を中心とした国際的なイニシアティブの創設。ソフトローから各国のルールメイキングに繋がる流れ。この意見形成段階から関わっていくことも社会課題解決への貢献のひとつと考える。

（４）業界特性（長期的な保険契約）とサステナビリティとの親和性を活かした企業の社会的責任の全う

長期に渡り保障責任を全うするという生命保険会社は、環境・社会・経済のサステナビリティに対して社会的な責任を負う。取組にあたり、SDGsターゲットとの紐付けをする流れもあるが、従業員の個々業務との紐付けや取組認知向上に向けた工夫も求められる。また、機関投資家としては、投融資先の業種、属性、設定するSDGsターゲット等を踏まえ対話を行うことで、SDGs達成への貢献が期待できる。

（５）生命保険会社の人材育成

また、企業として各種取組を進めるにあたり、非財務資本の中で最も重要なもののひとつである人的資本の強化は欠かせない。属する領域・年齢層・キャリア等によっても育成のポイントは変わるが、共通項として、事業環境の変化に対応できる人材への成長が望まれている。この点、従業員が各々の担当領域において、社会課題解決の視点を養うことが肝要。特に、生命保険のメインチャネルである営業職員を含む営業担当は、商品（会社）とお客様の間に介する代表者・窓口としての側面もあり、スキルや知識の伸長、社会課題解決の視点はもちろんのこと、会社の理念や姿勢を示し、お客様に共感いただくことも重要な要素。

（６）現在、そしてこれからのトレンド

「支払から予防へ」という流れの中、健康増進を組み込んだ商品や、家族とのつながりを活用したサービスも登場。生命保険協会が保険契約照会制度を導入したように協会としての取組も進む。今後は、企業体として各社が競争する領域と、それとは別に共創を進めていくことのできる領域があるとするならば、共創を受け入れていくことで社会のサステナビリティ、SDGs達成に向けた貢献度が高められるのではないか。具体的には、例えば環境取組や人権問題取組等の共通課題に対して協働し、その協働した経験を活かして他の領域でもパートナーシップを組むことが常態化することで、更なる付加価値の創出や業界の更なる発展につながると考える。