

ネット ワーク 通信

2023
No.96
秋号

- 企業と生活者懇談会…………… 1
ANAホールディングス(東京)
- 特集 企業・団体のスポーツ支援…… 5
味の素
ヤマハ発動機スポーツ振興財団
- オンラインセミナー…………… 7
「高齢社会にいかに備えるか」
- 経済広報センターニュース…………… 10
- 質問募集「人生100年時代における
家計管理と資産形成について」…… 11
- ご意見・ご感想…………… 13



企業と生活者懇談会

第236回【東京 2023年6月12日】

ANAホールディングス株式会社 ANAグループ総合トレーニングセンター ANA Blue Base

**ANAの歴史や仕事の舞台裏を、見て、
知って、触れてみよう！**

6月12日、ANA Blue Base（東京都大田区）で「企業と生活者懇談会」を開催し、社会広聴会員14名が参加しました。まず、ANAホールディングスから、会社概要と2021年12月に一般公開された同施設の概要について説明を受けた後、日本最大級の訓練施設を見学しました。また、実際の訓練の様子や実機同様のコックピットなども見学し、最後に質疑懇談を行いました。

ANAホールディングスからは、広報・コーポレートブランド推進部担当部長西祐一郎氏、田口修央氏、同部見学事業推進チームマネージャー井上美保子氏、ツアーナビゲーター加藤雄己氏、ナビゲーター神尾苑果氏が出席しました。

● ANAホールディングスからの説明

ANAの概要

ANAグループは、航空事業を中心としたエアライングループとして、国内外の航空ネットワークや顧客基盤を活かしながら様々な事業を展開しています。旅前から旅後までお客さまに楽しんでいただき、空港に帰着した時に、「ANAにして良かった」と感じていただけるよう、グループ全体で支えあいながら常に安全と最新のサービスを提供することを目指しています。

ANAは、1952年、28人の社員と2機のヘリコプターで事業を開始し、現在、グループ全体で約4万500人の社員が在籍しており、創業以来、安全を第一に航空輸送サービスを提供してきました。1999年には、世界初、世界最大の航空連合「スターアライアンス」

に加盟。当時、同社は国際線事業の規模が現在よりも小さく、十分なネットワークを自力で構築することが困難な状況だったため、スターアライアンスへの加盟はネットワーク拡充に向けた有効な手段でした。加盟後は、欧米路線のネットワーク構築だけでなく、スムーズな乗り継ぎなどお客さまの利便性向上にもつながりました。2011年に、ボーイング787型機を就航し、国際線事業は飛躍的に成長しました。また、同グループは安全の堅持を前提に定時性・品質の向上に努めており、航空データ分析を提供する英国の会社CIRIUMで、2022年の国内線・国際線を合わせた運航実績において定時到着率で2年連続世界1位を獲得しました。他には、英国の航空会社の格付け機関SKYTRAX社より最高評価である「5スター」を10年連続受賞しました。

昨年、創業70周年を迎えた同社は、これからも安全を第一に、高品質なサービスの提供にこだわり、お客さまに寄り添うエアラインを目指しています。

ANA Blue Base Tourの特徴

世界最新鋭の訓練設備を有する日本最大級の訓練施設「ANA Blue Base」では、航空機に関わる6つの職種（グラウンドスタッフ、客室乗務員、貨物スタッフ、グラウンドハンドリングスタッフ、整備士、運航乗務員）の仕事について学ぶことができます。ANA Blue Base Tourでは、「安全・あんしん」な空の旅づくりの舞台裏を見て、知って、触れて、次は飛行機へ！をコンセプトに、現役社員が専任のナビゲーターとして同行し、ツアーを案内。同社の歴史をはじめ、安全・安心への取り組みなど実際に働く社員の解説を聞きながら、訓練の様子を見ることができます。

ツアーは、出発ロビー、搭乗ゲートなどを模したエントランスからはじまり、シアターで施設概要の説明を受けた後、6職種の訓練エリアを3階の見学専用エリアから見下ろす形で見学します。各エリアでは、工夫が凝らされた展示パネルや説明用ムービーも見ることができ、それぞれの職種の仕事内容や訓練内容、働く社員の想いについて深く学ぶことができます。最後

に、実機同様のコックピットや空港のカウンターなどのフォトスポットで記念撮影を行うことができます。

このツアーを通して、同社が安全運航のために努力し、グループ行動指針である「あんしん、あったか、あかるく元気！」をモットーに世界へ、未来へ、挑戦し続ける姿をお客さまに体感いただくことを目指しています。



ANA Blue Base入口の様子

● 見学の様子

6 職種の訓練施設エリア

◆「グランドスタッフ」エリア

グランドスタッフは、空港で最初にお客さまをお迎えし、出発ロビーでのお問い合わせや、自動チェックイン機への案内、機内までのスムーズな案内など、お客さまに気持ちよく空の旅をスタートしていただくことが主な仕事です。このエリアでは、空港と同じチェックインカウンターなど、実際の設備を再現した訓練施設「SPACIA」で、お客さまからの多様な要望に応えるために、搭乗手続きなどの通常業務をはじめ、言葉遣いなどの接客スキルの訓練を行います。また、年に1回、悪天候による対応やシステムトラブルなどリスクに備えた訓練を行っています。

参加者は、客室乗務員との制服の違いや、取得者だけが付けることを許されるインストラクターバッジや手話バッジ、言語バッジなどバッジの種類の説明を聞き、興味を示していました。



空港と同じ仕様のチェックインカウンター（フォトスポット）

◆「客室乗務員」エリア

客室乗務員は、全てのお客さまの安全で快適な空の旅のために、機内でお客さま一人ひとりのニーズに合った案内やお手伝いをするのが主な仕事です。訓練時から常に安全を最優先に考え、きめ細やかなサービスができるように、お客さまの様子や希望に寄り添って考えることを心がけています。このエリアでは、脱出用シューターや緊急着水した時に使用するボートを使って、緊急着水・緊急着陸・緊急脱出訓練を行っています。他にも、飛行中の揺れなどを再現できる、日本初導入の訓練機器「CEET（Cabin Emergency Evacuation Trainer）」や大きな揺れ、火災などあらゆる事態を想定し、実機に近い環境で消火訓練を行える施設などで状況に応じた判断能力を培う訓練を行っています。また、非常時の訓練だけではなく、日本のおもてなしを学ぶために茶室なども併設されています。

◆「貨物スタッフ・グランドハンドリングスタッフ」エリア

貨物スタッフは、貨物を専用のコンテナに積み付け、到着した飛行機から貨物を取り出し、お客さまに受け渡すことが主な仕事です。貨物は、工業部品や医薬品、高級車や動物など様々で、船舶と比べて緊急性の高い貨物を素早く輸送できることが大きな強みです。貨物スタッフは、声なきお客さまである貨物を、安全に、丁寧に、満載することの3点を意識して業務に取り組んでいます。

グランドハンドリングスタッフは、手荷物や貨物を飛行機に搭載・積み下ろし・搬送することに加え、機体の誘導が主な仕事です。自力で後進できない飛行機を運航乗務員と無線で交信しながら、誘導路まで押し

出すプッシュバックは重要なミッションで、機内のお客さまに衝撃を伝えないように細心の注意をしながら行います。このエリアでは、貨物スタッフが様々な形状の貨物を使いながら、フォークリフトで効率よく荷物を積む訓練をしたり、コンテナやパレットの扱い方を学びます。グラウンドハンドリングスタッフは、特殊車両を使用するため、訓練施設ではなく空港で訓練を行っています。



貨物スタッフになりきり、指差し確認の様子（フォトスポットエリア）

◆「整備士」エリア

整備士は、常に安全・安心なフライトを提供するために、機体の点検・修理を行います。

膨大な数の部品が使われ、複雑な仕組みの飛行機を完璧に整備するためには、専門知識や確かな技術が求められます。使用する工具は1万点以上あり、万が一紛失した場合には不具合や事故につながりかねないため、工具にICチップを埋め込むなど管理を徹底しています。このエリアでは、本物のエンジンを使ってネジの締め付けなど整備作業の基礎やトラブルを想定した訓練を行います。参加者は、整備士がマニュアルを全て暗記していることや、キャリアによってヘルメットの色が異なるといった説明を聞き驚いていました。

◆「運航乗務員」エリア

運航乗務員は、客室乗務員や地上スタッフなどと連携し、飛行機を操縦します。このエリアでは、飛行中の急な天候変化など、あらゆる状況を再現できるフルフライトシミュレーターを使って、冷静かつ的確な対応ができるように訓練を行っています。また、運航乗務員は、乗務資格を維持するために年4回の訓練と審査を行い、副操縦士と一緒に進む訓練は4時間にも及びます。参加者は、悪天候時の様子を再現したシミュレーション映像を通して、運航乗務員と地上とのやり

取りを体験しました。



コックピットに座る（フォトスポットエリア）

このようにANA Blue Baseでは、実際の訓練の様子が見学できると同時に、見学用通路に、各エリアの職種で実際に使用している制服や道具などを紹介した説明ブースを設けているため、見学しながらさらに各職種について深く理解することができます。最後のフォトスポットエリアでは、空港と同じチェックインカウンターやビジネスクラスシート、航空機用のタイヤなどに実際に触れることができます。



ボーイング787国際線ビジネスクラスシート体験コーナー（フォトスポットエリア）

● 懇談会の概要

Q ANAグループが目指す経営戦略は何ですか。

A 2022年、創業70周年を機に、社員一人ひとりが未来の「ありたい姿」を語りあい、約10年ぶりに経営ビジョンを「ワクワクで満たされる世界を」に刷新しました。このビジョンには、「私たちは、空からはじまる多様なつながりを創り、社員・お客様・社会の可能性を広げていく」という想いが込められています。お客さまの期待に応えるためには、まず社員が生き生きとしなければ何も実現

しないと考え、世界を期待や喜びで満たしたいという想いを込めて一新しました。この新・経営ビジョンのもと、お客さまへの感謝とともに、挑戦の歴史を刻み続けていきます。

Q 人財育成のためにどのような意識付けを行っていますか。

A ANAグループの行動指針「ANA's Way」として、私たちは、「あんしん、あったか、あかるく元気！」に、「安全」「お客様視点」「社会への責任」「チームスピリット」「努力と挑戦」の5つの指針を掲げ、仕事において、チームの会話において、飛行機の運航前の打ち合わせにおいて、様々な場面でのどのように意識すべきかを社内で根付くよう、一人ひとりが行動しています。

Q デジタル化への取り組みとしてどのようなことを行っていますか。

A お客さまにストレスのないスムーズな旅をご提供するために、スマートフォンアプリを使ったオンラインチェックインや、国際線では顔認証「Face Express」を導入しています。これまでは空港カウンターで行わなければならなかった手続きが、非対面・非接触型の手続きに移行することで、シームレスかつ安全・安心な旅をお届けしています。ANAグループは、人とデジタル技術を融合しながら、最大の提供価値を生み出すことを目標としています。

Q 常に安全第一の航空業界において緊張感を保つためにどのような取り組み・工夫を行っていますか。

A 人間はミスをしてしまうので、一人だけではなく、チームでリスクを軽減することに力を入れています。その方法のひとつとして、上位者がメンバーに対して上下関係なく気づいたことを発言するように依頼する「アサーション」を行っています。経験豊富な社員と経験が浅い社員が共に業務に取り組む場面などがあるため、「アサーション」を行うことで困ったことや良かったことなど様々な事例をチーム内で共有しながら、一人ひとりが発言しやすい雰囲気を作ることを意識しています。そのため、日頃から「アサーション」を取り入れ、組織においてもANAグループの文化として定着するように取り組んでいます。



懇談会の様子

参加者からの感想

- ▶ 安全な飛行を支える6つの職種の人たちの様々なトレーニングを知ることができて大変興味深かったです。新型コロナウイルスの拡大が落ち着いたとはいえ、気候変動や地政学的なリスクなどビジネスを行う上で困難な要因が多々ありますが、安全第一で頑張っていただきたい、応援したいと思いました。
- ▶ 現役の社員の解説があったことで理解を深めることができました。今回の見学や懇談会を通して、空港で働くスタッフの役割、ユニフォームやバッジの違いなどを探す楽しみができて、さらに飛行機に乗ることが楽しみになりました。
- ▶ 安全に機体を飛ばすことだけが目的なのではなく、快適なフライトや万が一のために日頃から訓練が繰り返行われていることに感激しました。
- ▶ ANAの安全を支える研修施設の様子を見学でき、利用者として安心感を高めることができました。コロナ禍で社員の方々が創意工夫を凝らし、レジリエンスを発揮されたことも、素晴らしいと思いました。



ANAホールディングス ご担当者より

このたびはANA Blue Baseの見学にご参加いただきまして、ありがとうございました。施設見学や懇談を通じて、ANAグループの安全・安心への取り組みや事業展開など理解を深めていただけましたら幸いです。また、皆さまから貴重なご意見をいただき、大変有意義な機会となりました。皆さまからのお声を真摯に受け止めながら、これから先もANAグループは安全を基盤に、ワクワクで満たされる世界の実現に取り組んでまいります。

(文責 主任研究員 桑原苗代)

「アミノサイエンス®」を通じた味の素グループのスポーツ支援活動

味の素株式会社

Q アミノ酸のリーディングカンパニーとして味の素グループが目指す姿をお聞かせください。

2023年2月に「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」という新たな志（パーパス）を定めました。「アミノサイエンス®」は、アミノ酸の働きに徹底的にこだわった研究・実装化プロセスから得られる素材・機能・技術などを社会の課題解決やWell-beingの貢献につなげる当社独自の科学的アプローチをいい、調味料・食品などの食品系事業とヘルスケアなどのアミノサイエンス系事業双方に活かした事業展開をしています。この他社にない私たちの強みを活かし、世界中の人々の食と健康、そして地球の課題を解決していくことが我々の役割であると考えています。

Q 味の素グループのスポーツ支援活動にはどのような取り組みがありますか。

代表的な取り組みとして、「ビクトリープロジェクト®」があり、2003年から日本オリンピック委員会と共同で開始し、日本代表選手および候補選手の国際競技力向上のために当社の「アミノサイエンス®」を活用したコンディショニングサポート活動を行っています。この約20年の活動で得た当社ならではの知見に基づいた、なりたいカラダ・コンディションのために必要な栄養素を、「アミノサイエンス®」で、おいしく・手軽に摂取できる栄養プログラムが「勝ち飯®」です。まずは、日本代表選手の強化拠点である「味の素ナショナルトレーニングセンター」などで行われる合宿の際に、各々の課題に応じた食の課題解決ができるよう「勝ち飯®」勉強会を実施し、栄養バランスの良い食事の重要性を理解してもらいます。そして、同施設内の「勝ち飯®」食堂にて、選手自身で「何を食べるか」ではなく「何のために食べるか」を考えながら「勝ち飯®」プログラムを実際に体験、強化期には、選手が「勝ち飯®」を継続して実践できるよう「勝ち飯®」レシピの提供や食事・栄養のアドバイスを実施します。大会期間中は「ビクトリープロジェクト®」スタッフや調理師も現地に帯同して「勝ち飯®」を提供することもあります。さらに、サポート活動で培ったデータを研究し、新製品やレシピの開発などにつなげています。

現在は、パリ2024に向けて、競泳の入江陵介選手、柔道の阿部一二三選手、詩選手や、バドミントン奥原希望選手、ダンス・ブレイキンのShigekix選手などのサ

ポートを行っています。私たちは、選手自身が目指す姿に向けて「アミノサイエンス®」をベースに食と栄養で寄り添い、課題を一緒に解決しながら、彼らの自己成長や目標達成のために並走することを大切にしています。

Q スポーツ支援の知見を、生活者に向けてどのように情報発信していますか。

当社グループの志（パーパス）実現に向けて、トップアスリートへの支援で培ってきた知見を生活者のWell-beingにつなげることも重要な活動です。特に、「勝ち飯®」は、部活生やスポーツ実施者はもちろんのこと、頑張っている様々な人の目的をかなえるためのカラダづくり、コンディショニングに役立つと考えています。

現在、親子向けや高校・大学の部活生向け「勝ち飯®」勉強会を実施し、量販店の店頭では、夏バテ対策・冬の免疫力向上などテーマ別の「勝ち飯®」献立提案を行っています。

「勝ち飯®」勉強会動画はこちらからご覧ください。

東京2020では、選手村ダイニングで提供された味の素冷凍食品の「ギョーザ」が世界一おいしい、と大いに話題になりました。実は、「ビクトリープロジェクト®」では、日本代表選手向けに、「エネルギー摂取」と「コンディション調整」の2つの目的別に応じた「For Athlete」ギョーザを開発し、大会本番での適切な栄養補給と、こころとカラダの元気に役立ちました。このギョーザは、現在、味の素冷凍食品からオンライン限定で販売しております。今後もスポーツ支援を通じて、生活者のWell-beingにつながる情報発信をしていきたいと考えています。



「For Athlete」ギョーザを食べる柔道の阿部一二三、詩選手

味の素グループ スポーツ支援
<https://www.ajinomoto.co.jp/sports/>



(聞き手 主任研究員 桑原苗代)

スポーツの現場や学術研究において「チャレンジする人」を広く応援する

公益財団法人ヤマハ発動機スポーツ振興財団（YMF S）



「スポーツ振興活動」をされているとお聞きしました。財団はどのような趣旨・目的で設立されたのでしょうか。

ヤマハ発動機スポーツ振興財団は、ヤマハ発動機株式会社の創立50周年事業の一環として、「スポーツを通じて、夢の実現に向けてチャレンジする人を応援する」というビジョンを掲げ、2006年に設立されました。ヤマハ発動機は、1955年にモーターサイクル事業に参入しましたが、業界には既に150もの先行企業が存在しており、当時社内には、「淘汰も始まっている市場に最後発として参入して生き残れるのか」という戸惑いの声がありました。しかしながら、技術部門が一丸となって車両開発を進め、富士登山オートレースに挑戦した結果、創業年に初陣で優勝するという快挙を成し遂げ、業界に名を知らしめることになりました。その後も数々の大会に挑戦し、高い性能を証明し続けました。こうした「挑戦の歴史」を原点として、財団では競技レベル・分野・立場にかかわらず、夢を抱き、情熱を燃やし、「チャレンジする人」を広く応援しています。



「スポーツ振興活動」の1つとして、助成制度を運営されているとお聞きしました。具体的にどのような内容なのでしょうか。

高い志を持つ若手アスリートや研究者など、未来人材の「チャレンジャー」を対象に、資金面の支援に加えて人間的な成長を促す機会を提供する「スポーツチャレンジ助成」を2007年度から実施しています。一般的に、トップアスリートや競技人口が多いスポーツの選手への支援体制は充実している一方で、育成年代や競技人口が少ないスポーツの選手・研究者などの支援は十分とはいええず、満足のいく活動を展開できない場合があります。YMF Sでは、スポーツや学術を通じて未来を拓く若者や研究者の挑戦を応援しています。

2022年度は、アイスホッケー・フェンシング・ハングライダーなどの競技で挑戦を続ける10代・20代の選手やスポーツ科学・スポーツ医学に携わる若手研究者など29名に対して助成を行いました。助成対象者は年度始めに目標を設定し、四半期ごとに成果を報告します。また、半期が終了した時点で対面の中間報告会に参加し、上半期の振り返りと下半期の計画を確認します。年度末には助成対象者が一堂に会して成果報告会を行い、1年を振り返り、豊富な経験と高い専門性を持つ審

査委員から指導・激励を受けます。成果報告会では日本オリンピックミュージアムの見学や異分野交流会への参加など、多岐にわたるプログラムが実施され、助成期間終了後の次なる挑戦に向けた意欲発場の場となります。

1年を通じた「しつこい(質濃い)」支援と、普段のトレーニングや研究では関わらない他分野のアスリート・研究者との交流を通じて、多くの刺激を受けながら夢や目標に向かってチャレンジできる点が大きな特色です。



これからの「スポーツ振興活動」についてのお考えをお聞かせください。

YMF Sでは、日本のスポーツ界を支える「縁の下の力持ち」の功績を称える「スポーツチャレンジ賞」を実施しています。アスリートや研究者が優れた成果を収めると、賞や名誉が与えられ、努力が報われます。しかしながら、その功績を「縁の下」から献身的に支える活動が大きな賞賛を受けるということは決して多くありません。目に見えやすい大きな成果の裏には必ず活動を支援する人や団体が存在しており、こうした人々もまた、情熱的に挑戦を続けています。そこで、スポーツ界を下支えする人物・団体にスポットをあて、敬意を表するとともに、さらなる活躍への期待を込めてエールを送ることを目的として、2008年度から表彰を行っています。昨年度は女性アスリートの健康問題を啓発し、アスリートや指導者の健康意識の改善に貢献された産婦人科の女性医師が受賞し、記念シンポジウムでは、女性スポーツ医学について有識者と意見交換を行いました。今後は表彰活動や講演会を通じて、優れたアスリート・研究者だけではなく、「縁の下」の活動をさらに認知していただき、共感や賞賛の輪を広げていきたいと考えています。



ヤマハ発動機スポーツ振興財団スポーツチャレンジ賞 記念シンポジウムの様子

公益財団法人ヤマハ発動機スポーツ振興財団
<https://www.ymfs.jp/>



(聞き手 主任研究員 須藤智也)

「高齢社会にいかに備えるか」

経済広報センターは、高齢社会が抱える課題について広く社会の皆さまに考えていただく機会として、オンデマンド形式によるセミナーを実施しました。生命保険協会の本間慎氏が生命保険について、日本損害保険協会の樋川明則氏が損害保険について、保険の活用やトラブル防止のために知っておくべきことに関する講演を行いました。標記セミナーは、2023年6月1日から3週間、社会広聴会員に配信し、95回の視聴回数がありました。

■生命保険の正しい理解促進の一助に ～今だから聞きたい！生命保険便利帳～

一般社団法人生命保険協会
広報部長

本間 慎 氏 (ほんま しん)



生命保険協会は、1908年に設立された、国内にある生命保険会社全42社が加盟する生命保険業の業界団体で、2023年に115周年を迎えます。

日本は、国内の生命保険の世帯加入率が約80%と多くの方々に生命保険を活用いただいています。世帯加入率は諸外国と比べても高く、世界1位の生命保険市場である米国でも世帯加入率は60%程度にとどまっています。このように高い水準を誇る日本の加入率ですが、細かく見ると29歳以下、80歳以上の年代層については、加入率が60%以下と平均加入率を大きく下回っていることが分かります。若年層である29歳以下の方々には、まずは生命保険の必要性を感じていただくこと、80歳以上の方々には、高齢社会を迎えるにあたり、今後の生命保険の具体的な活用方法を知っていただくことなど、生命保険業界から情報提供をしていく必要があります。また、生命保険に直近で加入してから6年以上経過している方が約60%もおられ、高齢化の進展・医療環境の変化、そして何よりお客様のライフステージが変化している可能性を踏まえ、「今加入している内容のままで今後も大丈夫か」といった定期的な見直しの必要性に関する情報提供も重要であると認識しています。

そのため、生命保険協会では生命保険商品について、保険加入前の検討時から加入後の保険金請求・

受け取りに至るまでのそれぞれの場面において、特に知っていただきたい情報や留意点などをまとめた情報冊子として『今だから聞きたい！生命保険便利帳』を2014年3月に発行しました。その後、生命保険協会の「生命保険契約照会制度」の創設や認知症保険をはじめとした商品の多様化、手続きのデジタル化の進展などを踏まえ、2023年2月に改訂を行いました。改訂にあたっては、生命保険契約に関する誤認を防止し正しい理解を促す観点から、消費者庁にも協力いただき、消費者団体や各自治体へ配布をするなど幅広く活用されています。

生命保険便利帳は、「はじめに」「契約編」「受け取り編」「こんなとき」「知る・相談する」の5つの項目から構成されています。「はじめに」では、生命保険の契約前・契約後・請求時のそれぞれの場面における注意点について、検討段階から意識していただくことを紹介しています。「契約編」では、契約前に確認すべきこと、現在加入している生命保険の定期的な確認方法について紹介しています。年齢やライフスタイルに応じて必要な保障や生命保険商品は変化するため、パンフレットだけではなく、契約概要などの各種資料で十分に確認いただく必要があります。生命保険会社には、契約前に必要書類を交付し、説明する「情報提供義務」と申込時に提案内容がお客様の意向に合致しているか、書面で確認する「意向把握・確認義務」が課されています。これらに加えて、高齢のお客様に対しては、親族などの同席や複数の募集人でおお客様の理解度を確認するなどのガイドラインが定められています。契約後は、保険証券だけではなく、保険会社から届く契約内容の通知などを毎年確認し、必要な保障や新たなサービスなど

の把握をすることが大切です。「受け取り編」では、保険金や給付金を受け取る時の流れを紹介しています。入院・手術が発生した場合は、まず保険会社に電話などで連絡し、保険金請求書を取り寄せていただくことが必要です。「こんなとき」では、ご自身で請求が困難なときの様々な制度を紹介しています。具体的には「指定代理請求制度」は、あらかじめ契約者が指定した指定代理請求人が、病気などで請求が困難な被保険者に代わって保険金等を請求できる制度で、契約時または中途でも無料で付加することができます。

また、「成年後見制度」は、家庭裁判所などによって選任された成年後見人が本人に代わり財産管理などを行います。この制度は、後見人の選任まで相応の時間と費用がかかり、一度利用すると途中でやめることができませんが、保険だけではなく全ての契約等の代理が可能になるメリットがあります。その他、生命保険協会が2021年7月より開始した「生命保険契約照会制度」は、ご家族の死亡または認知判断能力の低下などにより、生命保険契約の存在が分からないときに利用できます。「知る・相談する」では、お客さまの意向に応じて、選択肢となる保険商品や生命保険に関わる知識を紹介しています。

生命保険は、マイホームの次に高い買い物とよくいわれます。時代や医療の変化に伴い、今後も保険商品は進化を続けていきます。ご自身が加入している生命保険内容を定期的に確認いただくことで、将来の余分な費用を抑えたり、最新の医療に備えたりとご自身やご家族が安心して暮らすことにつながります。生命保険便利帳は、皆さまの理解促進の一助としてご利用いただければと思います。また、生命保険協会では、人生100年時代を豊かに過ごしていただくための各種情報発信を行っていますので、ぜひ当協会のホームページもご覧ください。



「生命保険便利帳」

Q. 生命保険の正しい理解とは、どのようなことでしょうか。

A. まずは、ご自身が加入している生命保険の内容を知っていただくことが重要です。ご自身にとって必要な期間、必要な保障を受けられる内容かを確認い

ただくとよいと思います。万が一ご自身が病気になった場合にご家族が請求できるか、社会環境や医療環境の変化を踏まえ、保障内容を見直す必要がないかなどの観点から、ぜひ加入している保険の内容を確認いただければと思います。

■暮らしの中の危険と損害保険 ～あなたの保険金が狙われています～

一般社団法人日本損害保険協会
経営企画部広報室長

樋川 明則 氏 (ひかわ あきのり)



日本損害保険協会は、1917年に設立された、国内の損害保険会社29社が加盟する損害保険業の業界団体です。

損害保険は、暮らしの中に潜む危険、すなわちリスクへの対処法のひとつといえます。損害保険料率算出機構の統計数字によると、交通事故では、2020年度の自賠責保険の保険金支払い件数が約90万件あり、約100人に1人の割合で自賠責保険に関わる事故が発生しています。2018年には、大雪、地震、豪雨、台風などが日本各地を襲い、2019年に発生した台風15号は房総半島に大きな被害をもたらしました。交通事故、火災、自然災害、病気やケガなど暮らしの中には様々なリスクが存在します。損害保険は、このような人生を変えてしまうようなリスクによって生じる経済的な損失に備えるための仕組みになります。

近年の自然災害の状況としては、集中豪雨が増えています。風水害で全壊・半壊した住宅被害件数は、2015年に約7000棟でしたが、2018年には1万9555棟、2019年には前年の2倍の約3万8000棟までのぼり、災害規模の大きさがうかがえます。

すまいを取り巻くリスクに備えるための保険には、火災保険と地震保険の2つがあります。火災保険は、火災、ガス漏れなどによる破裂・爆発だけでなく、風災・ひょう災・雪災・水災などの自然災害に加え、水濡れ、盗難、破損・汚損などが補償対象となります。火災保険は火災リスクを補償する保険として1880

年代に販売を開始しました。その後、日常生活のリスクが多様化する中で、自然災害から盗難まで補償範囲を拡大するようになりました。ただし、地震・噴火またはこれらによる津波の損害や地震による火災は、補償されません。

ご自身がお住まいの地域のリスクについては、自治体からハザードマップなどのリスク情報が公表されていますので、火災保険を検討する際の参考にしてください。なお、火災保険は損害保険会社によって商品に違いがありますので、契約にあたっては損害保険代理店などに相談し、必要な補償をカバーできるようにプランを選ぶことが重要です。

一般的な保険金請求の流れですが、まず損害保険会社またはご契約いただいた代理店に、自然災害により損害が発生したことを連絡します。保険金請求に必要な手続きについて案内がありますので、その後、保険金請求書、損害の程度を確認するための事故状況や修理見積書など必要書類を提出します。保険金請求は契約者自身で簡単に行うことができ、請求手続きの手数料は一切かかりません。

昨今、災害に便乗した悪質な業者とのトラブルに関する相談が多く寄せられています。台風や大雨、大雪、地震の発生に乗じて「保険で住宅の修理ができますよ」「保険金請求のサポートをしますよ」などといって勧誘して高額な手数料を要求するケースや建物を故意に破壊して請求するケースなどが各地で発生しています。2021年度に国民生活センターに寄せられた相談件数は5093件で、60歳以上の方からの相談が7割となっています。日本損害保険協会では、消費者庁、警察庁、国民生活センター等と連携して注意喚起のためのチラシを作成し、保険契約時や災害発生時に幅広く呼び掛けています。ポイントは「業者に勧誘されてもすぐに契約せず、加入先の損害保険会社や代理店に相談すること」です。「消費者ホットライン」188（いやや）や日本損害保険協会の「保険金に関する災害便乗商法相談ダイヤル」0120-309-444（さあ連絡しよう）で、保険申請サポート業者から勧誘を受けたなどの困り事について相談を受け付けています。ぜひご家族・ご近所にもお知らせし、業者とのトラブルに巻き込まれないように注意してください。本件に関する相談事例や注

意喚起動画を当協会のホームページに掲載していますので、ぜひご覧ください。

「住宅の修理などに関するトラブルにご注意」



Q. 地震保険については加入の必要がありますか。

A. 日本は地震大国で、2011年の東日本大震災以降も各地で大きな地震が発生しています。地震・噴火・津波による損害は火災保険では補償されませんので、地震保険に加入いただく必要があります。震災は個人の生活に大きな影響を及ぼします。例えば、新築で住宅ローンを支払っている間に被災した場合、被災前の住宅ローンに加え、新たに修繕するためのローンを組むことになり二重ローンを抱えるリスクがあります。地震保険に加入しているとローンの負担軽減にも役立ちます。大きな私有財産のひとつである建物や家財などを守るために、地震保険の加入を検討いただきたいと思います。

地震保険は、地震保険に関する法律に基づき、政府と民間の損害保険会社が共同で運営しています。被災者の生活の安定に寄与することを目的とする、公共性の高い保険です。保険料は、お住まいの地域と建物の構造によって異なり、建物の強度（免震・耐震性能など）によって10～50%の割引を受けることができます。地震保険の対象は、居住用の建物と家財で、火災保険の契約金額の30～50%の範囲で加入できます。例えば、火災保険の保険金額が2000万円の場合、地震保険は1000万円まで契約することができます。保険金は、迅速にお支払いするため、建物や家財の損害の程度（「全損」「大半損」「小半損」「一部損」）に応じて、契約金額の100～5%の保険金が支払われる仕組みとなっています。保険料や補償内容はどの保険会社でも同じ内容になっています。

本セミナーの動画を当センターのホームページで公開しています。ぜひご覧ください。

(<https://www.kkc.or.jp/movie.html>)



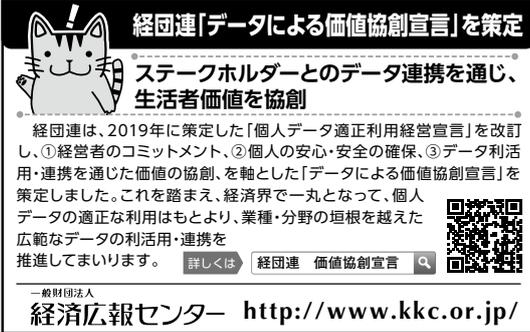
（文責 主任研究員 桑原苗代）

経済広報センターニュース

日本経済新聞に意見広告を掲載

経済広報センターは、経済界の主張・考え方について社会の理解促進を図るため、また、当センターの活動を知っていただくため、新聞を活用した広報活動を行っています。

6月16日 「経団連『データによる価値協創宣言』を策定」



経団連「データによる価値協創宣言」を策定

ステークホルダーとのデータ連携を通じ、生活者価値を協創

経団連は、2019年に策定した「個人データ適正利用経営宣言」を改訂し、①経営者のコミットメント、②個人の安心・安全の確保、③データ活用・連携を通じた価値の協創、を軸とした「データによる価値協創宣言」を策定しました。これを踏まえ、経済界で一丸となって、個人データの適正な利用はもとより、業種・分野の垣根を越えた広範なデータの利活用・連携を推進してまいります。

詳しくは [経団連 価値協創宣言](http://www.kkc.or.jp/)

一般財団法人
経済広報センター <http://www.kkc.or.jp/>

※これまでの掲載内容は
当センターのウェブサイトでご覧いただけます。



2023年6月16日 日本経済新聞掲載

用語解説

このコーナーでは、最近よく耳にする言葉や略語になっていて分かりにくい言葉などを解説します。

「NISA」とは？

NISAとは、「NISA口座」内で購入した金融商品（株式・投資信託など）から得られる利益が非課税になる税制優遇制度です。通常、金融商品を購入した場合、売却利益や受け取る配当には約20%の税金がかかりますが、「NISA口座」を利用すると税金がかかりません。2023年3月末の総口座数は約1237万口座であり、利用者数は年々増加しています。

2024年度以降、NISA制度が抜本的に改正される予定です。新NISA制度では、従来のみみたてNISAで40万円、一般NISAで120万円だった年間非課税投資枠が計360万円と大幅に拡大します。また、有限だった非課税保有期間が無期限となります。さらに、計1800万円の生涯非課税限度額が新たに設定され、商品を売却した場合は、非課税枠の再利用が可能になります。

新NISA制度は、家計の資産形成を支援するとともに、上場企業の成長資金の供給を拡大させる目的から、注目を集めています。

社会広聴活動 お問い合わせ先

● **経済広報センター**
国内広報部 社会広聴グループ
電話：03-6741-0021

● **経済広報センターホームページ**
<https://www.kkc.or.jp/>

● **社会広聴活動のページ
入会・変更のページ**
<https://www.kkc.or.jp/society/index.php>

詳しい活動内容を
知りたい方はコチラ



オンラインセミナー

「人生100年時代における家計管理と資産形成について」への質問募集!!

～生活の中での家計の管理や資産形成などについて、聞きたいことはありますか？
皆さまからのご質問を踏まえてオンラインセミナーを開催します～

■ライフプランとマネープラン、家計管理について



人生100年時代のマネープラン、家計管理について聞きたいことはありますか。

ライフプランとは、将来に向けた人生の設計図のことです。人生の中では、夢の実現や、結婚・住宅購入・子どもの教育さらには老後の生活など様々なライフイベントがあり、それぞれの段階でお金がかかります。そこで、そのような状況を想定して、どのくらいの費用がかかるかを考えて準備したり、病気や災害など予期しない事態に備えたりしておく必要があります。

まずは自分のライフプランをイメージして、マネープランを立てるとともに、ポイントを押さえた家計管理を行っていくことが大切になります。



皆さんが実現したいライフイベント（ライフプラン）を考えてみましょう

ライフプランを考える

■資産形成のあり方や活用できる制度について



将来に備えた資産形成のあり方や資産形成に活用できる制度について聞きたいことはありますか。

ライフプランの実現には、しっかり働いて収入を得ることが基本です。しかし、働いて稼げるお金には限界があるため、収入に加えて、資産形成の観点も重要です。資産形成には、「貯める＝預貯金」と「ふやす＝投資」の2つの考え方があります。まずは、この「預貯金」と「投資」の違いや特徴などを押さえていくことが重要です。貯めるべきお金、投資してよいお金の違いも大切です。また、「ふやす＝投資」に関しては、投資で得た利益への税金を軽減する「NISA」や「iDeCo」などの制度もあります。資産形成に活用できる制度を知っておくことも大切です。

	預貯金 (預金、貯金)	投資商品 (株式、債券、投資信託etc.)
利用目的	確実に貯める	積極的にふやす
元本保証	あり	なし
換金	原則、即時	日数がかかる

押さえておきたい預貯金と投資の特徴

○全国銀行協会

全国銀行協会は、日本国内で活動する銀行、銀行持株会社および各地の銀行協会を会員とする組織で、業界団体としての銀行の発展に向けた活動にとどまらず、消費者保護への取り組みや経済活動に不可欠な決済インフラの運営、コンプライアンスの推進など多岐にわたる活動を行っています。

■全国銀行協会ウェブサイト
「教えて！くらしと銀行」



<https://www.zenginkyo.or.jp/article/>

近年、日本の平均寿命は延び、人生100年時代といわれています。これによって、お金のかかる期間も長くなります。ライフプランを実現し、ゆとりある老後を過ごすためには、お金をふやす工夫も必要となってきます。将来の不安を解消するために、早い段階から無理のない資金準備を始めることこそ未来のための備えになります。そこで、経済広報センターは、社会広聴会員の皆さまを対象にセミナー「人生100年時代における家計管理と資産形成について」（オンデマンド配信）を11月に実施いたします。このセミナーでは、皆さまから多く寄せられた疑問・質問に、全国銀行協会と日本証券業協会の専門家（インストラクター）が可能な限り回答します。人生100年時代に向けた家計管理や資産形成について、皆さまの疑問・質問をお寄せください。

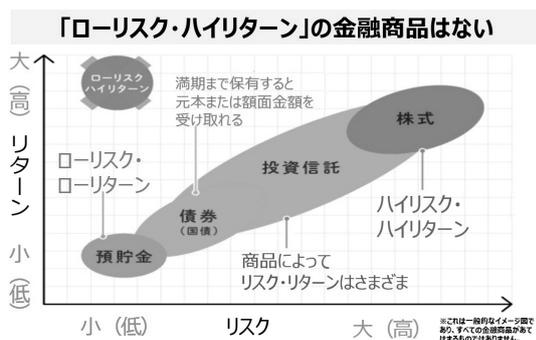
■投資のリスクについて



投資のリスクについて聞きたいことはありますか。

投資とは、将来有望と思われる企業やモノに資金を投じることをいい、金融商品でいえば株式や投資信託などを購入し、その運用成果に期待することです。投資には預貯金よりも大きな収益（リターン）が期待できる一方で、リスクもあります。一言でリスクといっても様々な種類がありますので、どのようなリスクがあるのかを正しく理解しておくことが重要です。

また、リスクについては減らすことができる方法もあります。投資のリスクの抑え方を知ることも大切です。



リスクとリターンの関係

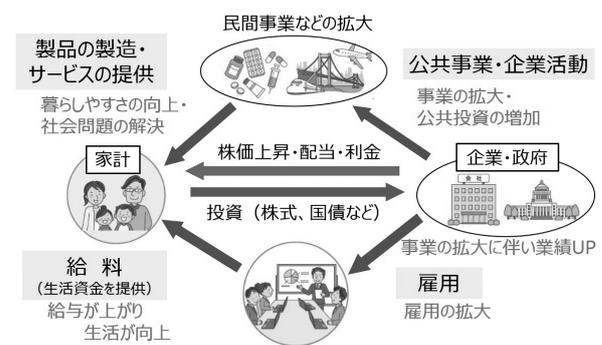
■投資の意義について



投資先を考える際のポイントについて聞きたいことはありますか。

投資は、社会全体の「経済成長を支える」役割も担っています。ある会社に投資することは、その会社を応援することにつながります。企業は投資によって集めたお金で、新しい商品やサービスの提供、雇用の拡大などを行います。環境問題や健康など社会課題の解決への企業の取り組みを評価して投資することもできます。

また、ひとつの企業の中でも環境対応を行う事業に限定して投資したり、CO₂を一定の基準で削減することを目指す企業群に投資したりすることも可能です。



投資における社会との関わり

○日本証券業協会

日本証券業協会は、全国の証券会社を構成員とする組織で、証券会社や銀行などの金融機関が遵守すべき自主規制ルールの制定やその監査などの自主規制業務を行っています。また、金融商品取引業や、国際業務・国際交流、金融・証券知識の普及・啓発活動など、幅広い業務を行っています。

■日本証券業協会ウェブサイト「投資の時間」



<https://www.jsda.or.jp/jikan/>

「社会広聴会員」からの ご意見・ご感想

「企業と生活者懇談会—森永製菓」について

- 実際に懇談会に参加して、とても楽しく見学をさせていただきました。企業の考え方や衛生面における取り組みなどをよく理解することができました。
(70代・女性・千葉県)
- マシュマロがエンゼルフードと呼ばれていることやマリービスケットの由来など、とても面白い情報が得られました。
(50代・女性・神奈川)
- 子どもの頃からなじみのある森永製菓を大人の視点から知ることができました。また童心に戻ってお菓子を買ってみたいくなりました。
(60代・女性・福岡県)
- 森永製菓の商品は昔からずっとお世話になっていますが、ブランドとの絆を改めて刻むことができるミュージアムはとても良い存在だなと感じました。
(50代・男性・東京都)
- 身近なお菓子がどのように製造されているのか、森永製菓がどのような理念をもって経営されているのかをよく理解することができました。
(60代・女性・東京都)
- 時代の味覚や好みを捉えて製品開発されている森永製菓の姿勢がよく分かりました。
(70代・女性・長野県)
- 森永製菓の歴史を垣間見ることができ、子どもの頃のことを思い出し、懐かしく感じました。
(60代・女性・埼玉県)
- 「finゼリー」や「チョコモナカジャンボ」のファンなので、製品が出来るまでのヒミツを知ることができて面白かったです。
(40代・女性・東京都)
- 世界中においしさの笑顔をつないでいく同社の使命感に共感します。
(60代・女性・茨城県)
- 森永の創業から続く企業理念が、そのまま商品になっていて素晴らしいです。
(60代・男性・北海道)

- 子どもの頃、森永のキャラメルが夢の箱のように感じて、匂いを嗅ぎながら一粒一粒を大事に食べていたことが懐かしく思い出されました。

(70代・女性・鳥取県)

「生活者が企業に期待する役割は多様化」について

- 調査結果が掲載されているだけでなく、インタビュー記事による結果の分析や講評が載っているのは参考になると感じました。
(30代・女性・東京都)
- 企業観に関する調査を1997年度から毎年実施し、データを時系列で比較できる点が素晴らしいと思います。企業経営者にとって貴重な指標であると感じます。
(70代・男性・埼玉県)
- 「パーパス経営」の考え方が生活者にあまり浸透していないことは意外でした。企業がより一層、啓蒙する必要があると感じました。
(40代・男性・東京都)
- 企業活動において情報公開や透明性が求められる時代ですが、見せかけの企業も多いというのは共感できました。
(60代・男性・愛知県)

特集「パレスホテルのフードロス削減に向けた取り組み」について

- パレスホテルが四半世紀以上前からフードロス削減に関する活動を始めていたことに驚きました。
(50代・男性・東京都)
- ホテルの特性を踏まえつつフードロスに取り組む姿勢に感銘を受けました。
(80代・男性・東京都)
- ロス食材を活用する発想や商品開発を後押しする経営姿勢が素晴らしいと思いました。
(70代・男性・熊本県)
- 大変興味深く読みました。我が家でも食品ロスはなくしたいと思います。
(50代・女性・福岡県)
- ロス食材から生まれた商品のおかげで、捨てられるはずだった野菜も喜んでいる気がします。こうした商品

は積極的に購入したいと思いました。

(60代・女性・東京都)

- フードロスに取り組んできた実績に驚きました。オンラインショップでも購入することができるパンに興味湧きました。(60代・女性・千葉県)
- SDGsの取り組みの中で、ホテル業界としての役割の重要性を感じました。(60代・男性・北海道)

「企業・団体のCSR活動」について

- 生命保険会社の事業の一環で研究所が設立されているということを知りませんでした。少しでも元気で過ごすためには一人ひとりの行動力も必要だと思います。(50代・女性・大阪府)
- 朝日生命が健康と安全、ライフプランニング、社会福祉の3つの分野で社会貢献活動を行っていることは素晴らしいと感じました。(40代・女性・神奈川県)
- 一人ひとりの“生きる”を支える社会貢献活動に、深く興味を持ちました。(60代・女性・東京都)
- JX金属の記念館があることを初めて知りました。鉱山はあまりなじみがありませんが、興味深く感じ、行ってみたいと思いました。(20代・女性・東京都)
- 日本の鉱工業は、激動の明治大正時代に国をけん引した業態で、学ぶことがたくさんあります。ぜひ、足を運んでみたいと思います。(60代・男性・香川県)
- 模擬坑道など体験しながら分かりやすく学べることは、とても良いと思いました。行ってみたいです。(20代・女性・東京都)
- 企業のCSR活動は普段、積極的に知ることができない情報で、勉強になりました。(50代・男性・東京都)

「企業の周年記念事業の紹介」について

- ダイビルはいつも、通勤途中に見ています。100周年のキャッチコピーが素敵ですね。(50代・女性・兵庫県)

- ダイビルはユニークな外観が特徴的で、昔から好きな建物です。今後も堅実な発展を期待しています。

(70代・男性・東京都)

- 富国生命がYouTubeのチャンネルを開設していることを初めて知りました。親しみが湧きました。

(60代・女性・愛知県)

- 富国生命はイメージキャラクターにハローキティ、アンバサダーに斎藤工さんを起用していて、爽やかさを感じます。(70代・男性・東京都)

- 創業100周年を迎える企業が全国で2649社もあるということに大変驚きました。地道に歩み続けられ、1世紀を迎えられたことは素晴らしいことだと思います。

(70代・女性・千葉県)

- 周年記念事業の取り組みは、一般消費者はキャンペーンなどでもない知る方法がないので、面白く読みました。(30代・女性・神奈川県)

- 企業の周年記念事業は、企業の節目、従業員にとっても大切な節目で、企業の転換期ともなるので、従業員の意識改革としても大切な事ではないかと思いました。

(80代・男性・東京都)

「経済広報センターニュース」ほかについて

- 「パーパス経営」の解説はありがたいと感じました。よく出てくる言葉なのに、きちんと理解できていなかったことが分かりました。(60代・女性・神奈川県)
- 自社以外の企業の取り組みや社会的な行動を知ることができ、勉強になります。(50代・女性・兵庫県)
- 広聴活動に参加する機会が少ないので、これからもネットワーク通信が続いていくことを期待しています。(40代・男性・神奈川県)
- 記事内に、企業のホームページや取り組みに関連したサイトを調べることができるよう、二次元コードを載せてほしいです。より理解を深めることができます。(20代・男性・埼玉県)

表紙のことば

2022年3月、スポーツ庁は2026年度までの5年間で国や地方公共団体・民間事業者などが一体となり取り組むべきスポーツに関する施策や目標を定めた「第3期スポーツ基本計画」を策定しました。

計画では「スポーツの力で前向きで活力ある社会と絆の強い社会を目指す」方針を打ち出しており、具体的な施策目標の一つとして、2022年度に「56.4%」であった成人の週1回以上の運動・スポーツ実施率を、2026年度までに「70%」に向上させるとしています。実施率向上には、国や地方公共団体の振興活動に加えて、企業のスポーツ支援活動が果たす役割も重要となります。

私たちが今まで以上にスポーツに関心を持ち、日々の生活に運動を取り入れる意識を持つことも大切といえます。



桑原 苗代

ようやく暑さも落ち着き、鈴虫の鳴く季節になりましたね。私は毎日駅まで15分歩くのですが、夏以外は駅までの通勤路で季節を感じることができ楽しいです。瑞々しい緑の葉っぱからイチョウや紅葉が色づき、秋だなと感じている日々です。これまで行動制限があり行楽シーズンを楽しむことができなかったので、今年は秋を感じる場所に、特に山へ行きたいですね。

須藤 智也

ドライブが好きで、週末は景勝地を目指して車を走らせます。特に秋は、透き通る青空と赤・黄・橙に染まる山々の紅葉を眺めて運転できる絶好の季節です。車窓から見える大自然にいつも圧倒されています。

清少納言は「秋は夕暮れ」と残しましたが、私の秋は「ドライブ」です。皆さんにとって秋はどのような季節でしょうか？

大蔵 慶子

体力向上のため、スポーツジムに通っています。鍛え上げられたバネのある身体、水の抵抗を感じさせない泳ぎを傍から見ていると、トップアスリートはさぞや…と思います。今年は世界大会が多く開催されています。プロスポーツを陰で支える人たちを感じながら、極められた技を楽しみたいと思います。

多田 優紀

学生の時からテニスを始め、今も続けています。テニスは老若男女を問わず、生涯を通して続けられるスポーツです。私も少しでも長く続けられるようにと日頃の体づくりに気を付けていますが、運動前に何を食べて力にするか、運動後体を回復するために何を食べるか、あらためて「食」も見直してみたいと思います。

社会広聴活動レポート

ネットワーク通信 2023 No.96 秋号



発行／一般財団法人 経済広報センター
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-3-2 経団連会館19階
TEL:03-6741-0021 FAX:03-6741-0022
発行日／2023年9月29日
<https://www.kkc.or.jp/>



社会広聴会員の入会、
詳しい活動内容を知りたい方はコチラ