

2019年6月28日

「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づく取り組み結果 及び取り組み内容の改定について

アフラック生命保険株式会社（代表取締役社長：古出 眞敏）は、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づく2018年の取り組み結果をまとめましたのでお知らせします。また、あわせて「お客様本位の業務運営に係る取り組み内容」について改定します。

当社は、お客様本位の業務運営をより一層推進するため、2017年6月に「お客様本位の業務運営に係る方針」を策定するとともに、その取り組み状況を定期的に公表することとしています。今般、本方針に係る2018年7月から12月末の取り組み結果をまとめましたので、別添のとおりにお知らせします。

また、今般の主な改定内容は以下のとおりです。

- ・「3.お客様にお支払いいただく保険料の対価としてのサービス」について、乗合代理店における手数料体系の考え方を追記しました。
- ・「5.お客様本位の業務運営を実現するための態勢」について、障がいをお持ちのお客様との円滑なコミュニケーションを実現するための態勢を追記しました。

当社は今後も、本方針に基づく業務運営の状況について定期的に検証、見直しを行い、これまで以上にお客様にご満足いただけるようお客様本位の業務運営のさらなる推進に取り組んでまいります。

なお、当社の「お客様本位の業務運営に係る方針」及び「お客様本位の業務運営に係る取り組み内容」については、当社オフィシャルホームページでご覧いただけます。

(https://www.aflac.co.jp/corp/aflac/aflac_satisfaction_customer_oriented.html)

「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づく取り組み結果について



2018年 実績報告

2019年6月

アフラック生命保険株式会社

はじめに	・・・P2
「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づくKPIについて ご契約者数・お客様満足度の2018年結果	・・・P3
「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づく取り組み結果について	
「方針1. 保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案」の取り組み結果	・・・P4
「方針2. 保険契約ご継続中におけるサポート」の取り組み結果	・・・P9
「方針3. お客様にお支払いいただく保険料の対価としてのサービス」の取り組み結果	・・・P14
「方針4. 販売代理店の育成、従業員の教育等」の取り組み結果	・・・P15
「方針5. お客様本位の業務運営を実現するための態勢」の取り組み結果	・・・P17

本資料では、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づくKPI*¹（成果指標）の2018年結果および2018年7月から12月末までの取り組み結果*²についてまとめました。

お客様本位の業務運営に係る方針

方針1.
保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案

方針2.
保険契約ご継続中におけるサポート

方針3.
お客様にお支払いいただく保険料の対価としてのサービス

方針4.
販売代理店の育成、従業員の教育等

方針5.
お客様本位の業務運営を実現するための態勢

2018年の取り組み結果

KPI（2018年）

- ①ご契約者数
- ②お客様満足度

取り組み結果（2018年7月～12月）

左記の方針1.～5.に
それぞれ合致する主な取り組み

*1 KPI（Key Performance Indicator）は、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づく取り組みの進捗状況について定量的に把握し、その取り組みをより一層推進するための成果指標です。

*2 2017年7月から2018年6月末までの取り組み結果については、2018年8月に当社オフィシャルホームページにて公表済みです。

ご契約者数・お客様満足度の2018年結果



ご契約者数*1

1,549万人

引き続き、多くのお客様にご契約いただいております。
今後もお客様に選んでいただけるよう「お客様本位の業務運営」に努めてまいります。

お客様満足度*2

総合満足度 (回答者数 13,129名)



満足層 64.4%
不満層 2.4%



*1 ご契約者数は、個人保険・個人年金保険（年金支払開始後契約を含む）の保有契約を契約者（法人を含む）単位に名寄せした2019年3月末時点の数です。
*2 満足度については、「非常に満足」「まあ満足」「どちらともいえない」「やや不満」「非常に不満」の5択で回答を行い、「非常に満足」「まあ満足」の回答者を満足層、「やや不満」「非常に不満」の回答者を不満層として定義しております。なお、「どちらともいえない」という中間選択肢を設けることで、（1）契約者様の状況をより正しく把握すること、（2）改善の取り組み結果を数値としてより細かく把握することにより、引き続き業務の改善に努めてまいります。
*3 各お手続きの有無は、2018年6月時点において過去1年以内の期間を対象としています。

「方針1. 保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案」の取り組み結果（1/5）

アフラック式*の
導入・推進

お客様の人生に寄り添い、医療環境やライフステージの変化に対応しながら、常に最適な保障をご提供し続ける「アフラック式」の活動を推進しています。

- ① 保険に入るとき・・・
これまで まずは死亡保障
アフラック式 まずは、病気やケガのリスクに備える
- ② 一度保険に入ったら・・・
これまで 見直さず、そのまま継続
アフラック式 ライフステージの変化に合わせて変えられる
- ③ 保険が古くなったら・・・
これまで 新しい保険に入り直す
アフラック式 今の保障を生かして、最新化できる



* 「アフラック式」に関する社外公表は、2019年1月に実施されました。

「方針1. 保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案」の取り組み結果 (2/5)



ちゃんと応える
医療保険EVERの
改定

主力商品のひとつである終身医療保険「ちゃんと応える医療保険EVER」に、新たに就労所得や介護・認知症を保障する特約を追加し、さらに特約中途付加の取り扱い範囲を拡大いたしました。これにより、お客様のライフステージの変化やニーズの多様化に応じて、最新かつ最適な保障を提供できるようになりました。



変わらない保険料で、
一生涯の保障を。
かしこく備える
終身保険の発売

低解約払戻金割合（70%）を設定したことにより、従来の終身保険よりも割安な保険料*で、一生涯の死亡保障を確保できる「変わらない保険料で、一生涯の保障を。かしこく備える終身保険」を発売しました。同時に健康に不安がある方も保険料を割り増すことで加入が可能となる、「特別保険料率に関する特則」を新設し、お申し込み可能なお客様の範囲を拡大しました。



* 一部、従来の終身保険の保険料を上回る年齢があります。

「方針1. 保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案」の取り組み結果 (3/5)

アフラックの
健康応援医療保険
の発売

健康年齢が実年齢を下回った場合に保険料の一部を健康還付金としてキャッシュバックする、「アフラックの健康応援医療保険」を発売しました。本商品は、オンライン専用の健康増進型保険で、手軽にWebでお申込みいただけます。入院の際には1日1万円が保障されます。

ご提供資料の
品質改善

お客様に対して重要な情報をわかりやすくご提供するために、以下のような取り組みを通じて各種資料の品質を改善しています。

- 1 アフラックメール資材について、より見やすい資料とするために、UCDA認証（見やすいデザイン認証）、CUD認証（カラーユニバーサルデザイン認証）を継続して取得しています。
- 2 特約中途付加のパンフレットについて、7年ぶりに大幅なデザインの見直し・改訂を行い、保障を充実させたほうが良い部分をわかりやすく記載し、最新化を検討していただけるような記載内容としました。

「方針1. 保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案」の取り組み結果（4/5）

オフィシャル
ホームページの
利便性向上

以下機能を追加することでオフィシャルホームページの利便性を向上させました。

- 1 文字拡大機能
オフィシャルホームページ（パソコン用サイト）の一部において、ページ上の文字サイズをお客様ご自身で簡単に拡大できるボタンを追加しました。



- 2 ピンチインピンチアウト機能*の拡充
従来iPhoneでしかできなかったピンチインピンチアウト機能をAndroid端末でも対応しました。

* ピンチインピンチアウト機能とは、指でスクリーンを操作してページを拡大縮小させることを指します。

「方針1. 保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案」の取り組み結果（5/5）



アフラックの LINE公式アカウント の機能拡大

アフラックのLINE公式アカウント上で、以下のサービスの提供を開始しました。

- ① 店舗検索機能
位置情報（GPS）に応じて最寄りのアフラックのほけん相談窓口を検索*できます。また、GPSだけでなく、エリアから検索することもできます。
- ② ほけん診断サービス機能
LINEトーク画面上で年代・性別・家族構成など6つの質問に答えるだけで、おすすめの商品を確認できます。
- ③ デジタルパンフレット機能
希望商品のパンフレットをWEBページで参照することができます。資料請求をしなくても、即座に商品内容をご確認いただけます。
（郵送を希望することも可能）
- ④ 有人チャット機能
LINEのトーク内でオペレーターにチャット相談ができます。LINE上で気軽に疑問点を解消できるようになりました。



* LINE公式アカウントのトーク上でお客様の位置情報に基づく店舗検索ができる機能のご提供は、生命保険業界で初の取り組みです。
（2018年11月時点、当社調べ）

「方針2. 保険契約ご継続中におけるサポート」の取り組み結果（1/5）

お客様ふれあい
サポート部の新設

2018年1月に「お客様ふれあいサポート部」を新設し、当社のがん保険を長期間ご契約いただいているお客様を訪問し、保障内容や受取人などご契約内容を確認、必要に応じて保全サービスの提供や保障の最新化の提案をすることによって、万一の場合に備えて、常にお客様に安心してご継続いただくための取り組みを実施しています。

給付金デジタル請求
サービス*の拡充

「給付金デジタル請求サービス」の利用対象を拡大し、疾病に対する入院・通院だけでなく、ケガに対する入院・通院のご請求にもご利用いただけるようになりました。これにより、書類の記入やコピー、郵送等を行うことなく、簡単に給付金のご請求手続きができる本サービスをより多くのお客様にご利用いただけるようになりました。

給付金デジタル請求サービスなら...

- ✓ 面倒な書類の記入が不要で**簡単**。
- ✓ 書類のコピー、郵送も不要で**スピーディー**。

※手帳のご請求（傷病・ケガ問わず）等については、本サービスをご利用いただけません。
詳細な利用条件は手帳き画面上で確認いただけます。

スマホでもっと簡単！



サービスを利用する



* 給付金デジタル請求サービスとは、スマートフォンやパソコンなどを使って、オンラインで給付金の請求手続きを完結できるサービスです。

「方針2. 保険契約ご継続中におけるサポート」の取り組み結果（2/5）

現金受取サービスの
導入

保険料の返金などを目的とした当社からお客様への送金について、全国約2万5,000台のセブン銀行ATM及び約2万店のセブン-イレブンのレジにおいて、受け取ることができるサービスを、生命保険業界で初めて* 導入しました。

- ① 原則24時間365日いつでも、全国のセブン-イレブン・セブン銀行でのお受け取りが可能です（ATM手数料は無料）。
- ② お客様による口座情報の当社への通知およびお受け取り時にキャッシュカードや身分証明書が不要です。
- ③ 受け取りが完了していないお客様へのリマインド通知により、さらに確実なお受け取りが可能です。



* 2018年5月2日時点、当社調べ

「方針2. 保険契約ご継続中におけるサポート」の取り組み結果（3/5）

ご契約者様専用
サイトのサービス拡充

ご契約者様専用サイトにおいて、以下のサービスを拡充しました。

- ① 第二連絡先*の登録・変更サービス
ご契約者様専用サイトから、第二連絡先の登録・変更を可能にしました。これにより届出書の記入や郵送が不要になり、不備なく、迅速なお手続きが可能になりました。
- ② 各種お手続き履歴照会サービス
ご契約者様専用サイトを通じた各種お手続きの受付履歴や、一部のお手続きの完了履歴を照会可能にしました。それにより、従来のお電話や電子メールによるお問い合わせに加え、お手続き状況の照会手段を多様化しました。
- ③ 「給付金・保険金のご請求」への導線の設置
ご契約者様専用サイトの各種お手続き画面に、「給付金・保険金のご請求」へのボタンリンクを設置し、スムーズなお手続きが可能となりました。
- ④ 住所変更時の「自動音声応答サービスの電話番号」の追加
ご契約者様専用サイトの各種お手続き画面に、電話で24時間いつでも住所変更ができる自動音声応答サービスの電話番号を追加しました。

* 第二連絡先制度とは、緊急時（大規模自然災害等）や転居などにより契約者様に連絡がとれない場合に、契約者様とご家族に安心と迅速なサービスをお届けするための制度です。

「方針2. 保険契約ご継続中におけるサポート」の取り組み結果（4/5）



即時支払サービスの導入

がん保険の診断給付年金に関する請求手続きを、スマートフォンアプリにてオンラインで完結できるサービスを開始しました。
スマートフォンの生体認証機能を利用することで本人確認書類が不要になり、書類をご提出いただくことなく、即時に支払いが完結する仕組みが整いました。



「COPC®CSP規格」の認証更新

当社はコールセンターにおいて高いお客様満足度を実現するための業務運営を行っています。2016年12月には、コールセンター業務における国際基準のオペレーション品質保証規格「COPC®CSP規格」の認証を生命保険業界で初めて取得し、以降3年連続認証を更新しています。（最新更新:2018年10月にRelease6.0を取得）



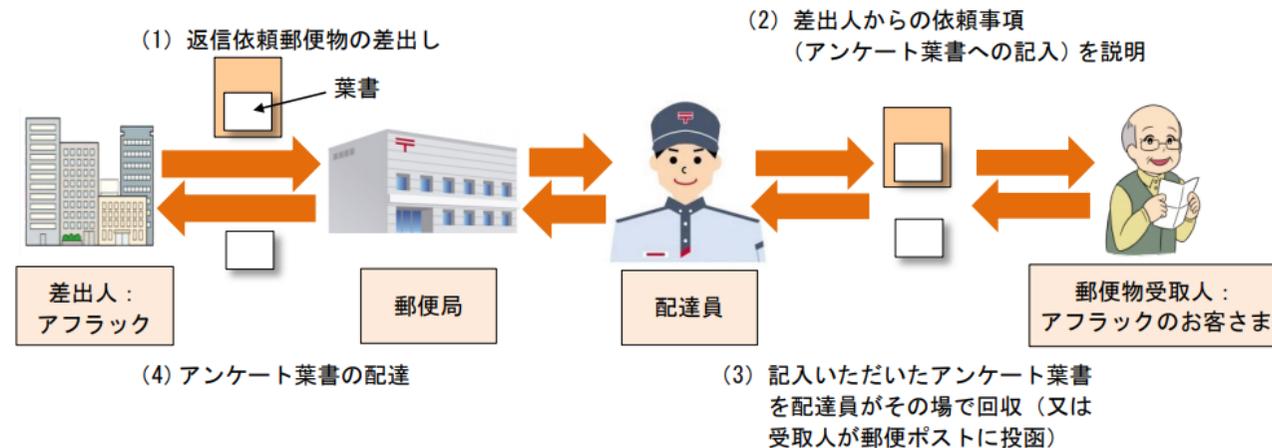
「方針2. 保険契約ご継続中におけるサポート」の取り組み結果（5/5）



高齢のお客様向け 現況確認サービスの 実施

当社では、契約期間が長期にわたる生命保険の特性に鑑み、日本郵便株式会社のネットワークを活用した「高齢のお客様向け現況確認サービス」を2017年7月から継続的に実施しています。

このサービスは日本郵便が提供する特殊取扱サービス「返信依頼郵便」を利用して行うもので、生命保険会社が、日本郵便の配達ネットワークを生かしてご高齢のお客様への現況の確認を行う取り組みです。



「方針3. お客様にお支払いいただく保険料の対価としてのサービス」の取り組み結果



保険金・給付金を
確実にお支払いする
ための態勢

当社は、保険金・給付金をお客様へ正確にお支払いするため、お客様へ保険金・給付金をお支払いする前に、支払内容の正確性と妥当性について全件検証しています。なお、2018年度の保険金・給付金お支払い実績は、合計223万件・4,886億円でした。

また、当社は、大規模災害リスクに備えた事業継続態勢のさらなる強化を図るため、アフラック仙台コールセンターを開設しました。これにより、大規模災害発生時にも安定的な業務の継続が可能になるとともに、雇用創出を通して宮城県仙台地域の経済活性化および復興支援に貢献していきます。

最適な保険商品の
推奨・販売

当社は「お客様にとって価値ある最良の商品・サービス」を提供するため、その担い手である代理店の販売体制を強化し、より幅広く商品・サービスを提供できるよう、代理店等をサポートしています。

2018年は、営業担当役員・営業推進部長が全国71営業部・支社と352の代理店を訪問し、「お客様本位の業務運営に係る方針」の再周知等を行い、代理店管理態勢の強化を図りました。

「方針4. 販売代理店の育成、従業員の教育等」の取り組み結果（1/2）

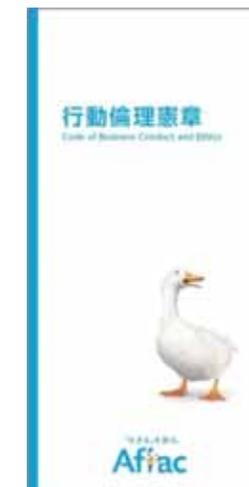


販売代理店の育成

当社は販売代理店に対し、保険募集に関する法令等の遵守、個人情報の適切な管理等を行うための態勢を整備するよう求めています。具体的には、「代理店コンプライアンスマニュアル」を販売代理店に提供し、販売代理店の態勢整備を支援しています。

行動倫理憲章の
遵守・浸透

当社の役職員が遵守すべき倫理規範を規定した「行動倫理憲章」に関する研修を実施して、2018年9月には、全役職員から行動倫理憲章の誓約を取得しました。また、全役職員に対するコンプライアンスに関する研修をe-ラーニングで実施しており、受講者数の合計は、2018年7月～12月末の6カ月間で、延べ30,513人でした。



「方針4. 販売代理店の育成、従業員の教育等」の取り組み結果（2/2）



ダイバーシティの推進

当社は、多様化するお客様のニーズにお応えできるよう「ダイバーシティの推進」に積極的に取り組んでいます。2018年においては、従来の女性活躍推進の取り組みを継続するとともに、性別以外の多様性においても、従業員がその能力や経験を発揮できる職場環境を整備することで、活力ある企業風土の醸成に取り組みました。

- ① 女性活躍推進に関する取り組み
Aflac Global Diversity Conference*の開催、キャリア構築支援のためのグレード別研修、セミナーや座談会等を通じた育児との両立支援施策を実施しました。
- ② 性別以外の多様性に関する取り組み
セミナーや座談会等を通じた介護や傷病（特にがん）との両立支援策、全社員向けeラーニング（LGBT、介護、不妊治療との両立）等を実施しました。

当社の取り組みに対する外部評価

- (1) 平成30年度女性が輝く先進企業表彰内閣府特命担当大臣表彰
- (2) 女性活躍推進法に基づく優良企業認定マーク「えるぼし」
- (3) 平成29年度「なでしこ銘柄」
- (4) LGBT PRIDE指標
- (5) 平成30年度均等・両立推進企業表彰 厚生労働大臣優良賞受賞 ファミリー・フレンドリー企業部門
- (6) 平成28年度「がん患者の治療と仕事の両立への優良な取組を行う企業表彰」優秀賞受賞



* Aflac Global Diversity Conferenceは、ダイバーシティ推進の一環として、多様な人財が活躍する活力ある企業風土を醸成することを目的に、日米合同で2015年から開催しています。

「方針5. お客様本位の業務運営を実現するための態勢」の取り組み結果 (1/3)



利益相反取引の 把握・管理

当社では「利益相反管理方針」等の規程を定め、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反の可能性のある取引）の把握・管理を行っています。

利益相反管理の統括は、コンプライアンス統括部が担当しており、四半期ごとに関係部に対して対象取引の有無を確認していますが、今期間（2018年7月から2018年12月末）においても、対象取引は認められませんでした。

第三者機関による 苦情対応プロセスの 評価

2018年も苦情対応に関する国際規格「ISO10002(品質マネジメント - 顧客満足 - 組織における苦情対応のための指針)」に準拠した苦情対応プロセスになっているか、第三者機関による評価を受けました。その結果、同指針に準拠した苦情対応プロセスを構築、運用していることが確認されました。



「方針5. お客様本位の業務運営を実現するための態勢」の取り組み結果 (2/3)



「お客様の声」に基づく業務改善・サービス向上に向けた取り組み

当社は、「お客様の声」に基づく業務改善・サービス向上に向けた取り組みを積極的に行っています。

- ① 「お客様の声」に基づく業務改善
お客様から寄せられたお申し出のうち「苦情」「相談・要望」「感謝」に関するものを「お客様の声」として専用のデータベースに登録しています。「お客様の声」データベースに登録された内容を分析し、業務の改善が必要な場合は改善に取り組んでいます。
例えば、2017年9月に導入していた声紋認証システム*の機能を拡大し、ご契約者様の自宅のお電話や携帯電話など、複数機器からご本人様確認を行うことができるよう利便性を向上させました。
- ② 「お客様の声」に基づくサービス向上に向けた取り組み
当社役員がコールセンターの視察を実施し、現場での対応状況の確認を行い、「お客様の声」に直接耳を傾けました。その様子を社内で放映し、全社員に向けて「全ての業務がお客様に繋がっていることを念頭に業務に取り組んでもらいたい」とメッセージを発信しました。

* 声紋認証システムとは、コールセンター入電時に、声紋認証によるご本人様確認を行うことができるシステムです。

「方針5. お客様本位の業務運営を実現するための態勢」の取り組み結果 (3/3)



障がい等をお持ちの
お客様への対応

以下のような取り組みを通じて、障がい等をお持ちのお客様との円滑なコミュニケーションを行っています。

- ① お客様窓口における備品等の設置
コミュニケーションを円滑化するための、さまざまな備品等を設置しています。

卓上型対話支援機器
(コミュニン)



お客様の聴こえをよく
します

コミュニケーションボード



絵を指し示して意思疎通
を図ります

耳マーク



筆談でご用件を承
ることを明示します

筆談ボード



筆談で意思疎通が図れます

- ② 書類の代理記入と代読の実施
ご本人の意思は確認できるものの、目や手が不自由等の理由で書類の記入が困難なお客様には、ご親族や民生委員、当社社員等による代理記入を行います。また、目が不自由なお客様には、ご要望に応じ、書類の代読も行います。
- ③ 点字書面の提供
目が不自由なお客様からのご要望により、ご契約内容の一定の基本項目を点字化した「点字 ご契約内容説明書」の提供を行っています。

お客様本位の業務運営に係る取り組み内容

1. 保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案

(1) 保険商品・サービスの開発

- 当社は、最新の医療動向や社会保障制度の現状とこれらの将来的な変化の方向性を把握することに加え、当社に寄せられたお客様のお申し出の分析やお客様へのインタビュー等を通じてお客様のニーズを確認し、保険商品・サービスの開発を行っています。
- 当社の保険商品・サービスは、単一の保障領域（がん保障、医療保障、就労所得保障、死亡保障等）を基本パッケージとして設計しています。複数の保障領域をご希望されるお客様に対しては、特約の付加もしくは複数商品の推奨・販売を行うことで、単一の保障領域でご加入いただく場合との比較検討が可能となっています。
- また、当社は、お客様の属性（性別、年齢、加入目的、収入・資産やご家族の構成等）を踏まえ、お客様の多様なニーズにきめ細かく対応できる保険商品・サービスを提供しています。

(2) 保険商品の推奨・販売

①販売体制

- 当社は、全国の販売代理店を通じて、お客様に当社保険商品をご案内できる体制を構築しています。2018年度末時点で10,006店の販売代理店のほか、業務提携先である第一生命、日本郵政グループ（日本郵便・かんぽ生命）、大同生命および提携金融機関が当社保険商品をお客様にご案内しています。
- 全国の販売代理店の中には、「身近な場所で手軽に保険の相談をしたい」というお客様のご要望にお応えするため、「よくわかる！ほけん案内」および「アフラックサービスショップ」を展開しています。これらの来店型店舗では、保険相談をはじめ、保険のお申し込みや給付金請求等の各種手続きを行うことができます。

②推奨・販売の方針

- 当社は、保険商品の販売等に係る勧誘に際しての方針（勧誘方針）を定め、お客様に最適な保障内容・妥当な保障額の保険商品をご提案するよう努めています。また、販売代理店に対しても勧誘方針の作成・公表を求め、方針に沿って活動するよう指導しています。
- 当社および販売代理店は、お客様に保険商品の内容をご理解いただくために必要な情報を記載した「契約概要」、ご契約のお申し込みに際して特に注意が必要な事項やお客様にとって不利益となる事項を記載した「注意喚起情報」を、書面でお客様にお渡しした上でご説明しています。「契約概要」や「注意喚起情報」の中でご確認いただ

きたい注意点等については、特に強調し作成しています。

- 当社および販売代理店は、お客様に保険商品を推奨・販売するにあたり、お客様のご意向を把握し、そのご意向に沿った商品プランをご提案するとともに、提案内容がご意向に沿っていることを説明しています。また、「意向確認書」を用いてお客様の最終的なご意向とお申込内容が合致していることを確認しています。
- ご高齢のお客様に対しては、保険商品をご説明する機会を複数回設けてご意向を確認する、あるいは申込書の受け付け後に販売した者とは別の担当者がお客様のご意向を確認する等の対応を行っています。

③保険商品の内容等に関する情報提供

- 当社および販売代理店は、保険商品のご説明にあたり、保障を持つ必要性やお客様の資産状況や収入・支出に応じた必要保障額に関してご理解を深めていただくよう努めています。具体的には、保険商品のパンフレットやチラシを用いて、病気の治療に高額な自己負担が発生するケースや、進歩するがん治療の動向等の情報提供を行っています。また、保険商品提案ツール「みらいシミュレーター」を用いて、お客様の資産状況や収入・支出に応じた必要保障額を試算しています。
- 保険商品のパンフレット、お客様宛に送付するダイレクトメール、当社オフィシャルホームページ、広告等の作成にあたっては、表現や文字の大きさ・配色・レイアウト等において、お客様が保険商品の内容や不利益事項をご理解いただきやすいものとなるよう努めています。例えば、パンフレットの作成にあたっては、一般の方に対して分かりやすさ等を確認する事前調査を行ったり、消費者関連団体からご意見を伺う機会を設けています。
- 保険契約の申込書やお申込みに必要なその他の書類については、文字の大きさ、記入欄、選択項目の記述を分かりやすく簡潔なものとする事で、お客様にご確認・ご記入いただきやすい内容とするよう努めています。
- 当社は、お客様にご自身の契約内容をご確認いただけるよう、ご契約内容を記載した「アフラックメール（ご契約内容のお知らせ）」を定期的に郵送しています。本郵送物にはお客様にご利用いただけるサービスや給付金等のご請求方法を掲載した冊子「安心ガイド」も同封しています。これらの資料の作成にあたっては、より分かりやすい資料とするために、UCDA認証（見やすいデザイン認証）・CUD認証（カラーユニバーサルデザイン認証）の基準を満たす内容としています。
- 当社は、一部商品において、お引き受けができない病名等を記載した「事前選択方式」の告知書を採用し、お客様がお申し込みの可否について事前にご確認いただけるようにしています。

2. 保険契約ご継続中におけるサポート

(1) 保険契約ご継続中におけるサポート

①保険料のお払い込みに関するサポート

- 当社は、お客様の意に反して保険契約の効力が失われることを防止するための取り組みを実施しています。具体的には、残高不足により口座から保険料の引き落としができなかったお客様に対して、通知やお電話によるフォローコールを行っています。また、勤務先経由でご加入いただいているお客様については、定年等による退職時に、退職後もご契約をご継続いただける旨を郵送でお知らせしています。

②ご高齢のお客様への対応

- 当社は、業務提携関係にある日本郵便株式会社が有する各家庭への配達ネットワークを活かして、当社のご高齢のお客様の現況を定期的に確認する取り組みを実施しています。
- 認知症等で判断能力が不十分であり、ご契約者ご本人が保険契約内容の変更手続きを行うことができない場合、お客様の利益保護に配慮しつつ、条件を満たした代理人の方にお手続きいただく等の対応を行っています。

③お客様の住所管理

- 当社は、お客様と確実にコンタクトできるよう、お客様がお電話やインターネットで住所をご登録いただける事務を整備しているほか、「アフラックメール」（前述）をお送りすることでお客様にご登録住所をご確認いただく機会を設けるなど、お客様の住所の把握に取り組んでいます。

④LGBT*に関する取り組み

- 当社では、死亡保険金等の受取人を同性パートナーに指定できる取り扱いを行うなど、LGBTに配慮したお客様サービスの対応を進めています。

* LGBTとは、レズビアン（L＝女性同性愛者）、ゲイ（G＝男性同性愛者）、バイセクシャル（B＝両性愛者）、トランスジェンダー（T＝性同一性障がいを含む生まれた時の体の性と心の性が一致しない人）の頭文字をとった言葉です。

⑤お問い合わせ対応

- 当社コールセンターは、お問い合わせいただいたお客様に対し、迅速で正確な対応に努めています。お問い合わせやご要望等をお伺いする際は、お客様の心情や状況に合わせた対応を行い、ご説明する際は専門用語の使用を極力避け、分かりやすく丁寧な対応を心がけています。
- 当社はコールセンターにおいて高いお客様満足度を実現するための業務運営を行って

います。2016年12月には、コールセンター業務における国際基準のオペレーション品質保証規格「COPC®CSP規格Release5.2」（COPC規格）の認証を生命保険業界で初めて取得しました。

（2）保険金・給付金のお支払い

- 当社は保険金・給付金のご請求手続きに関する専用のコンタクトセンターを開設しています。また、より速やかに給付金をお受け取りいただけるよう、一定の条件のもとで給付金に関するご請求手続きをインターネット上で完結できる「給付金デジタル請求サービス」を展開しています。
- 当社は、保険金・給付金をお客様へ正確にお支払いするため、お客様へ保険金・給付金をお支払いする前に、支払内容の正確性と妥当性について全件検証しています。
- 保険金・給付金支払部門による支払査定結果に関するお客様からのご不満の表明については、支払査定結果およびお客様対応の適切性を審査するため、「保険金等支払審査会」を開催しています。

3. お客様にお支払いいただく保険料の対価としてのサービス

- 当社は、お客様にお支払いいただく保険料を将来の保険金・給付金のお支払いに備えて積み立てているほか、最適な保険商品の推奨・販売、保険契約のご継続中におけるサポート、保険金・給付金を確実にお支払いするための態勢や安定的なシステム基盤の維持など、お客様が保険金・給付金を必要とするときにお支払いする上で必要となるさまざまな経費に充てています。
- 販売代理店に対しては、お客様に最適な保険商品の推奨・販売や保険契約のご継続中のお客様へのサポートを行う対価として代理店手数料を支払っていますが、その手数料の開示は、内外のベストプラクティスとその合理性、投資性保険商品と保障性保険商品の相違点等を考慮し判断しております。
- お客様が外貨建保険や変額年金保険など運用実績により保険金額が変動する投資性保険商品（保険業法において規定する特定保険契約）を検討される際、既に手数料の開示がされている投資信託商品等の金融商品と投資効果を比較検討される可能性が高いと思われ、したがって投資性保険商品において販売代理店の手数料はお客様がご契約を判断される上で重要な要素となります。当社は、上記の点を考慮し、投資性保険商品を取り扱う場合は、販売代理店に支払う手数料をお客様に開示する方針にいたしました。なお、現在、当社において投資性保険商品の取り扱いはありません。
- 一方、保障性保険商品の場合、お客様がご契約される時点で保険金額・給付金額が確定しておりますので、これらの商品の場合、お客様がご契約を判断される上で販売代理店への手数料は必ずしも重要な要素にはならないと一般的に考えられています。
- なお、当社では乗合代理店において、適切なお客様対応が実施されることを目的に、

業務品質を評価項目に含めた手数料体系としています。

4. 販売代理店の育成、従業員の教育等

(1) 販売代理店の育成

- 当社は、当社の保険商品の知識やコンサルティングスキルの習得を目的とした研修資料を作成し、営業部・支社を通じて販売代理店を教育しています。その他、冊子や映像ニュースを通じて、がん・医療・公的な保障制度に関する情報や法令等の遵守（コンプライアンス）に関する情報を販売代理店に発信しています。
- 当社は販売代理店に対し、保険募集に関する法令等の遵守、個人情報の適切な管理等を行うための態勢を整備するよう求めています。具体的には、「代理店コンプライアンスマニュアル」を販売代理店に提供し、販売代理店の態勢整備を支援しています。

(2) 従業員の教育等

- 当社は、集合研修やeラーニングを通じて、お客様視点に立脚したお客様への対応、社会に対する行動基準、コンプライアンス等について全役職員に教育を行っています。加えて、販売代理店を指導・管理する当社営業社員の業績評価項目に、販売代理店における適切な保険募集や個人情報管理等を確保するための態勢整備に係る指標を組み込んでいます。
- 当社は多様化するお客様のニーズにお応えできるよう、従業員の多様性を尊重し、その能力を最大限に発揮できる環境を創る「ダイバーシティの推進」に積極的に取り組んでおり、女性の活躍推進を含む様々な取り組みを推進しています。

5. お客様本位の業務運営を実現するための態勢

(1) 利益相反の適切な管理

- 当社は「利益相反管理方針」を策定し、その中で対象取引の範囲・対象取引の類型・利益相反管理体制・対象取引の特定・対象取引の管理方法について定めています。当該方針に基づき、利益相反管理を統括する部門は、各部門が実施する取引における利益相反の有無を定期的に確認しています。
- 利益相反のおそれがある取引を把握した場合は、部門間の情報遮断、取引の条件もしくは方法の変更または一方の取引の中止、お客様への利益相反の開示等の措置を講じるなど、利益相反の顕在化を抑制する上で必要な管理を行っています。
- 当社は、複数の保険会社の保険商品を取り扱う代理店（乗合代理店）がお客様に保険商品の推奨・販売を行うにあたり、お客様の加入目的、収入・資産やご家族の構成等に照らして最適な保障内容・妥当な保障額の商品をご提案するよう指導しています。また、乗合代理店に対して代理店手数料等の報酬を支払う場合、お客様の利益を損なう動機づけとならないよう留意しています。

- 当社では、資産運用統括部門が、資産運用部門が実施したすべての取引について利益相反のおそれがないか確認しています。また、当社のコンプライアンス部門は、資産運用部門の投資案件について利益相反のおそれがないか、定期的にモニタリングを実施しています。

(2) 「お客様の声」を業務運営に活かす取り組み

- 当社では、全国の営業拠点や販売代理店をはじめ、コールセンターやオフィシャルホームページ等を通じ、日々お客様からさまざまなお申し出を承っています。お客様からいただいたお申し出は真摯に受け止め、お客様視点に立ち、迅速、誠実かつ公正な対応を行っています。法令等の遵守（コンプライアンス）上の懸念がある場合は、速やかに社内でコンプライアンス部門等に情報を連携し、必要に応じて調査を実施しています。
- 当社は、お客様から寄せられたお申し出のうち「苦情」「相談・要望」「感謝」に関するものを「お客様の声」として専用のデータベースに登録し、一元的な管理を行っています。また、「お客様の声」の内容を分析のうえ業務の改善が必要な場合は改善に取り組みます。
- 当社では、「お客様の声」に基づく改善策やお客様サービスの向上に関する重要性の高いテーマについて審議するために「お客様サービス推進委員会」を設置しています。同委員会ではお客様サービスの向上に関する事項が審議・報告されます。そのうち重要な事項については社長に報告されます。さらに取締役会への付議が必要な重要事項については、取締役会において討議・決定・報告されます。
- さらに、当社は国際規格である「ISO10002」（品質マネジメント-顧客満足-組織における苦情対応のための指針）に適合したマネジメントシステムを構築していることを宣言しています。当社はこの規格への準拠を維持しつつ態勢の強化に努めています。
- 当社は、筆談ボード等の備品の設置、書類の代理記入・代読、点字書面のご提供等を通して、障がい等をお持ちのお客様との円滑なコミュニケーションを実現するための態勢を整備しています。