

2026年5月1日
アフラック生命保険株式会社

乗合代理店との適切な関係性の構築を推進するための取組の進捗について

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、2025年9月18日に公表した「乗合代理店との適切な関係性の構築の推進に係る当社の考え方」および「乗合代理店との適切な関係性の構築を推進するための取組内容」*1に基づき、これまでに進めてきた具体的な取組の進捗状況についてお知らせします。

当社は、販売チャネルとして「アソシエイツ*2（販売代理店）制度」を採用し、「お客様本位の業務運営に係る方針」*3のもと、アソシエイツが「お客様本位の保険募集」を実践できるよう、事業部門、管理部門および内部監査部門の各機能を3つのラインとする内部統制のベストプラクティスを採用し、保険募集に係る内部統制を確保する態勢を整備しています。そのうえで、課題が発生するリスクは絶えずあるという前提に基づき、いち早く課題を認識できるようモニタリングを実施し、課題を認識した場合には速やかに是正を行い、再発防止策を講じるというPDCAサイクルを実践することにより、内部統制の実効性の継続的な強化に取り組んでいます。

このような態勢のもと、PDCAサイクルの実践として、当社の保険募集に係る内部統制の実効性と乗合代理店の比較推奨販売に係る体制整備状況の検証を行い、「乗合代理店との適切な関係性の構築の推進に係る当社の考え方」および「乗合代理店との適切な関係性の構築を推進するための取組内容」を、2025年9月18日に公表しました。

これまでに進めてきた具体的な取組の進捗状況については、次頁以降をご覧ください。

当社は、引き続き、お客様本位の業務運営と健全な競争環境の実現に対するお客様や社会からの期待に応えるため、保険募集に係る内部統制を確保する態勢のもと、お客様本位の業務運営のさらなる向上を図っていきます。

*1 <https://www.aflac.co.jp/static/corp/profile/news/2025/2025091801.pdf>

*2 「アソシエイツ」とは“仲間”という意味を込めた当社の販売代理店の呼称です。

*3 当社は、企業理念の一つに「お客様第一」を掲げ、お客様のお役に立ちたいという思いから、お客様本位の業務運営を実践しており、「お客様本位の業務運営に係る方針」を2017年に策定しています。詳細は、当社ホームページで公表している「お客様本位の業務運営に係る方針」(<https://www.aflac.co.jp/corp/profile/customer/policy.html>)をご確認ください。

乗合代理店との適切な関係性の構築を推進するための取組の進捗状況

当社が乗合代理店との適切な関係性の構築を推進するために実施している取組の進捗状況は以下のとおりです。

1. 適切な比較推奨販売に関する教育

(1) 当社の役職員に対する教育【2025年9月から開始】

乗合代理店を教育・管理・指導する立場である営業部・支社の役職員に対して、業務品質手数料^{*1}および各種施策の目的や概要、過度の便宜供与・比較推奨販売に係る法令等の改正内容および今後の比較推奨販売や体制整備に係る方針などについて、乗合代理店へ正しい理解を促していけるよう研修の頻度を高めています。

研修受講者に対しては、アンケート等により理解度の把握や意見の収集をしています。今後も受講者の理解度や要望を確認しながら、営業部・支社の役職員の理解を深めるとともに、実務への定着を図ることに継続して取り組みます。

(2) 乗合代理店に対する教育【2025年10月から開始】

乗合代理店に対しても、当社の役職員と同様に、お客様の適切な商品選択の機会を歪めることを防止するために、業務品質手数料および各種施策の目的や概要、過度の便宜供与・比較推奨販売に係る法令等の改正内容および今後の比較推奨販売や体制整備に係る方針などに関する研修を実施しています。

また、お客様に「保険本来の価値」^{*2}を確実にお伝えし、十分にご理解いただいたうえで、お客様のニーズに最適な保険商品をご検討いただくことが「お客様本位の保険募集」であるという当社の考え方について、乗合代理店の理解を促進するための教育を実施しています。

研修受講者に対しては、アンケート等により理解度を把握しています。今後も、内容の理解度が低いテーマ等については継続的に研修を実施する等、より一層の理解・浸透を図ることに継続して取り組みます。

2. 業務品質手数料および各種施策の適切性確保に向けた取組

(1) 業務品質手数料および各種施策の適切性を確保するための判断基準の規程化【2025年9月および2026年2月に実施】

乗合代理店におけるお客様の適切な商品選択の機会を確保する観点から、業務品質手数料および各種施策の実施可否を総合的に判断すること等を規程化しました。

具体的には、①業務品質手数料および各種施策の趣旨・目的、②価格・数量・頻度・期間およびその負担者等を総合的に勘案しつつ、業務品質手数料および各種施策によって生じ得る弊害の内容・程度を考慮し、社会通念に照らして妥当であるかによって実施可否を判断すること、③各種施策について、複数の施策の同時実施や個々の施策の積み重ねが過度の便宜供与として自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引しないかについて確認することを明記しています。

(2) 業務品質手数料および各種施策の適切性の確認における牽制機能の発揮

【2025年1月から開始】

乗合代理店に対する業務品質手数料および各種施策の企画時に、第一ライン（事業部門）がセルフチェックを実施し、当該企画の目的や実施内容等が適切性を確保するための判断基準に沿ったものとなっているかを確認しています。そのうえで、第二ライン（管理部門）が、独立した立場で当該企画の適切性を検証し、第二ラインを合議先に含めることで、牽制機能が適切に発揮されていることを決定者が確認できるプロセスを確立しています。

また、それぞれのラインにおいて上記の意思決定プロセスの適切性のモニタリングを実施しています。

現時点におけるモニタリングでは、課題は検知されておらず、第二ライン（管理部門）が牽制機能を発揮する適切なプロセスが確保されていると評価しています。

(3) 業務品質手数料および各種施策の適切性を確認するモニタリングの実施

【2025年9月から開始】

業務品質手数料および各種施策の適切性のモニタリングとして、第二ライン（管理部門）が比較推奨販売に関連する「お客様の声」*3の確認を実施しています。これに加え、第一ライン（事業部門）が業務品質手数料および各種施策を実施中の乗合代理店の販売動向について確認し、第二ライン（管理部門）がその内容の検証をしています。

上記の第一ライン（事業部門）の確認と第二ライン（管理部門）の検証の結果、不適切な事例は検知されていません。

(4) 広告審査機能の実効性のさらなる強化【2024年11月から開始】

保険代理店等が運営または募集掲載を行う媒体への広告出稿に際し、広告審査を行う会議体において、当該広告出稿が「保険会社の貢献度」として考慮され、比較推奨販売に影響を及ぼし、お客様の商品選択の機会を歪めることはないかという観点から審査を行うことを、規程化しました。

また、全役職員を対象として、広告審査の目的や審査プロセス、広告出稿の適切性評価についての教育を実施しました。今後も継続的に教育を行い、定着を図ります。

3. 乗合代理店が構築する比較推奨販売に係る体制整備状況のモニタリング

(1) 乗合代理店が構築する比較推奨販売に係る体制整備状況の事前検証の実施

【2026年3月から開始】

大規模な乗合代理店に、比較推奨販売に係る体制整備状況の事前検証を、比較推奨販売に係る体制整備に関するチェックシート等を用いて実施しました。これを踏まえ、事前検証を実施した乗合代理店に対して、2026年4月から2027年3月における業務品質手数料の支払い可否に係る評価を実施します。

なお、3. (2) で後述する「乗合代理店が構築する比較推奨販売に係る体制整備状況の事後検証の実施」および3. (3) で後述する「乗合代理店が構築する比較推奨販売に係る体制整備状況や実際の運用に関する代理店検査実施時におけるヒアリング」

の結果を踏まえた本対応の有効性評価を今後行い、必要に応じて見直しを図っていきます。

(2) 乗合代理店が構築する比較推奨販売に係る体制整備状況の事後検証の実施

【2025年9月から開始】

2. (3) で記載の「業務品質手数料および各種施策の適切性を確認するモニタリングの実施」における「お客様の声」および代理店の販売動向のモニタリングにより、乗合代理店が構築する比較推奨販売に係る体制整備状況の事後検証を実施しています。

(3) 乗合代理店が構築する比較推奨販売に係る体制整備状況や実際の運用に関する代理店検査実施時におけるヒアリング【2026年4月から開始】

大規模な乗合代理店に対して、代理店検査実施時に比較推奨販売に係る体制整備状況や実際の運用に関するヒアリングを実施しています。

ヒアリング実施後、第一ライン（事業部門）および第二ライン（管理部門）は、実施状況および確認結果を管理し、乗合代理店への教育・管理・指導や関連する仕組みの見直しにつなげます。

4. 特別検査の実施および特に管理すべき代理店の指定と改善指導

【2026年4月から開始】

乗合代理店において、お客様の商品選択の機会を歪め、お客様の最善の利益を損なうおそれのある事象を検知した場合には、お客様に保険商品の推奨・販売を適切に行うための体制整備の状況や実際の運用状況について、より踏み込んだ確認を行うことを目的として特別検査を実施します。

比較推奨販売を歪めているおそれのある代理店に対する特別検査の実施および特に管理すべき代理店の指定と改善指導に係る運用の設計、特別検査における確認項目・確認手法の策定を実施しました。

また、今後施行が予定されている、乗合代理店における適切な比較推奨販売の確保を目的とした「保険業法施行規則」および「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正に基づく運用設計の詳細な調整について、継続的な検討を進めています。

5. 第三ライン（内部監査部門）による有効性評価【2026年1月から開始】

第三ライン（内部監査部門）は、2026年内部監査計画に基づき、上記の取組を対象とした監査の中で有効性評価を順次実施しています。2026年12月末までに全ての取組の有効性評価を実施する予定です。

*1 当社は、お客様対応品質の向上を目的に実施してきた「営業施策」の名称を「業務品質手数料」に変更しました。

*2 当社は、保険にご加入いただくにあたっては、保障内容や保険料といった分かりやすい項目だけではなく、保険金・給付金等のお支払い業務の品質の高さやお支払いの実績、付帯サービス等の有用性、保険会社の十分な財務の健全性などを含めた「保険本来の価値」をお客様に確実にお伝えし、ご理解いただいたうえで、お客様のニーズに最適な商品をご検討いただくことこそが「お客様本位の保険募集」であると考えています。

「保険本来の価値」

- ・ 最新の医療環境や社会保障制度の実態等を踏まえ、お客様のことを第一に考え設計した保障・サービス内容の充実度
- ・ 保障・サービス内容に応じた保険料の適切性・合理性
- ・ 保険金・給付金等のお支払い業務の品質の高さ（お支払いの正確性・迅速性や適切性、丁寧なお客様対応）やお支払いの実績
- ・ お客様対応力の高さ（あらゆる地域で苦情をお申立て、ご相談いただける窓口の設置等）
- ・ アフターフォローの充実度（保全手続きや保障内容の見直し等のご相談ニーズにお応えする充実した態勢等）
- ・ 付帯サービス等の有用性（治療に関する各種サービスのご案内から精神的なお悩みのご相談まで包括的に承るご相談サービス等）
- ・ 保険会社の十分な財務の健全性（お客様の将来の保険金・給付金等のお支払いに対する安心の確保）
- ・ 保険会社のガバナンス、内部統制、コンプライアンスを確保する態勢の実効性

*3 お客様から日々お寄せいただくご意見・ご要望、または苦情等

以上