

# 「お客様志向自主宣言」に基づく 取り組み結果について

## 2022年実績報告

2023年11月  
アフラック生命保険株式会社



## 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組みについて

当社では、「お客様第一」の企業理念などに表される、お客様を大切に思うコアバリュー（基本的価値観）に基づき、社会と共有できる価値を創造していくCSV（Creating Shared Value）経営を実践し、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者志向の経営をさらに推進すべく、2017年2月に「消費者志向自主宣言」を策定、公表しました（2022年9月に宣言名を「お客様志向自主宣言」に変更、2023年7月に改定）。

また、「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果を、毎年公表しており、今回は主に2022年4月から2023年3月の取り組みについて、ご紹介します。

なお、取り組み結果の詳細は、「アフラック 統合報告書2023」([リンク](#))でご確認いただけます。

### << アフラックのコアバリュー >>

#### ✓ 創業の想い

当社は、「がんに苦しむ人々を経済的苦難から救いたい」という日米両国の創業者の強い想いのもと、1974年に日本で初めてがん保険を提供する保険会社として創業しました。以来、この想いを受け継ぎ、日本の社会に根差した保険会社として、約50年にわたり多くのがん罹患者の方を支援しています。

#### ✓ The Aflac Way（アフラック・ウェイ）

アフラックでは、お客様をはじめとするさまざまなステークホルダーに対する約束を果たしていくという姿勢を「The Aflac Way」として掲げ、社員一人ひとりが日々の業務のなかで常にそれを意識しながらこうしたステークホルダーと向き合っています。  
アフラックは、日米両国で最高の価値の保険商品をお客様に提供しつつ、必要とされるときに必ずお客様のそばでお役に立つとの約束を果たすことに、これからも全力で取り組んでいきます。

#### ✓ 企業理念

新たな価値の創造、お客様第一、人間尊重、法令等の遵守（コンプライアンス）

#### ✓ ブランドプロミス「『生きる』を創る。」

日本初のがん保険でスタートし、「生きるための保険」を切り拓いてきたアフラック。がんをはじめとした病気やケガ、介護にまつわる不安を少しでも取り除き、自分らしく生きていただくためのお役に立ちたい。そんな想いが、私たちの中に脈々と流れ続けています。「生きるための保険」のリーディングカンパニーとして、私たちは、時代の変化を先取りした商品・サービスを創造するとともに、お客様のことを親身になって考えられる心を大切にしていきます。お客様一人ひとりが創る、自分らしく充実した人生。アフラックの願いです。

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組みについて

## ● TOPIC

### 消費者志向経営優良事例表彰 消費者庁長官表彰を受賞

当社は、消費者庁が実施する「令和4年度消費者志向経営優良事例表彰」において、「消費者庁長官表彰」を受賞しました。

本表彰は、「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる「消費者志向経営」の推進を図ることを目的に、平成30年度から毎年実施されており、これまで延べ24事業者が表彰されています。

当社が取り組んでいる「がん生態システムの構築」において、「がん」を単なる「病気」ではなく、当事者を取り巻く「状況」の問題と捉え、医療者だけでなく、患者団体、学校、企業、行政機関などと協働して、がんに関するリテラシーの向上やがん患者のサポートなどがん患者やその家族が直面する幅広い課題の解決策を共創していることが評価され、今回の受賞に至りました。



2023年2月28日 表彰式の様子

# 「お客様志向自主宣言」(2023年7月1日改定)

当社は、「お客様第一」の企業理念などに表される、お客様を大切に思うコアバリュー（基本的価値観）\*に基づき、社会と共有できる価値を創造していくCSV（Creating Shared Value）経営を実践しています。

持続可能性の高い社会の構築に向けて、お客様全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、自らの社会的責任を自覚し、これからもお客様志向の取り組みを推進してまいります。

## (1) アフラックの想い（願い）

当社は、「がんに苦しむ人々を経済的苦難から救いたい」という日米両国の創業者の強い想いのもと、1974年に日本で初めてがん保険を提供する保険会社として創業しました。

がんをはじめとした病気やケガ、介護にまつわる不安を少しでも取り除き、自分らしく生きていただくためのお役に立ちたい。そんな想いが、私たちの中に脈々と流れ続けています。

また、「生きるための保険」のリーディングカンパニーから、お客様一人ひとりの「生きる」を創るリーディングカンパニーへと成長していくことで「誰もが安心して健やかに自分らしく生きる社会」を実現していきたいと考えています。

## (2) 取組方針

### (ア) みんなの声を聴き、かついかすこと

- 1.当社は、お客様から日々お寄せいただくご意見・ご要望、または苦情等の「お客様の声」を貴重な経営資源と位置づけ、さまざまな業務の改善、商品・サービスの向上など幅広く経営に反映させる取り組みを進めています。
- 2.当社では、感動的なお客様体験価値を提供するための社員教育や意識醸成に取り組んでいます。
- 3.当社は、企業・各種団体・行政機関などの社会におけるさまざまなステークホルダー（利害関係者）と連携・協働し、徹底した当事者目線で課題を解決することを目指します。
- 4.当社は、お客様への情報提供の機会とお客様からご意見を伺う機会を設け、双方向のコミュニケーションを行います。

### (イ) 未来・次世代のために取り組むこと

- 1.当社は、コアビジネスの領域における新たな価値の創造に加えて、新たな保障領域及び保険以外の新たなビジネス領域の開拓にも挑戦し、「生きる」を創る共有価値を創造します。
- 2.当社は、多様化するお客様行動を踏まえ、お客様とのさまざまな接点において、感動的なお客様体験を提供できるよう、お客様起点による「生きる」を創る商品・サービスの追求に積極的に取り組みます。
- 3.当社は、がん保険をはじめとした独自の資源や専門性を活かし、幅広い社会的課題の解決へ取り組みます。

### (ウ) 法令の遵守／コーポレートガバナンス（企業統治）の強化をすること

健全で持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現するため、社会的信頼に応えることをコーポレートガバナンス（企業統治）における基本的な考え方とし、強固なガバナンス態勢の維持・強化に努めます。

\* アフラックのコアバリュー

#### ● 創業の想い

当社は、「がんに苦しむ人々を経済的苦難から救いたい」という日米両国の創業者の強い想いのもと、1974年に日本で初めてがん保険を提供する保険会社として創業しました。以来、この想いを受け継ぎ、日本の社会に根差した保険会社として、約50年にわたり多くのがん罹患者の方を支援しています。

#### ● The Aflac Way（アフラック・ウェイ）

アフラックでは、お客様をはじめとするさまざまなステークホルダーに対する約束を果たしていくという姿勢を「The Aflac Way」として掲げ、社員一人ひとりが日々の業務のなかで常にそれを意識しながらこうしたステークホルダーと向き合っています。

アフラックは、日米両国で最高の価値の保険商品をお客様に提供しつつ、必要とされるときに必ずお客様のそばでお役に立つとの約束を果たすことに、これからも全力で取り組んでいきます。

#### ● 企業理念

新たな価値の創造、お客様第一、人間尊重、法令等の遵守（コンプライアンス）

#### ● ブランドプロミス「『生きる』を創る。」

日本初のがん保険でスタートし、「生きるための保険」を切り拓いてきたアフラック。

がんをはじめとした病気やケガ、介護にまつわる不安を少しでも取り除き、自分らしく生きていただくためのお役に立ちたい。そんな想いが、私たちの中に脈々と流れ続けています。

「生きるための保険」のリーディングカンパニーとして、私たちは、時代の変化を先取りした商品・サービスを創造するとともに、お客様のことを親身になって考えられる心を大切にしていきます。

お客様一人ひとりが創る、自分らしく充実した人生。アフラックの願いです。

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

## (ア)みんなの声を聴き、かついかすこと

\*「アフラック 統合報告書2023」の該当頁

「生きるための保険」の商品ラインアップについて	該当頁*
<p>当社は、「生きるための保険」の商品ラインアップとサービスの強化に取り組んでいます。創業以来、がん保険のパイオニアとして、また日本で最も長くがん向き合ってきた保険会社として、先進的ながん保険の開発をしています。また、病気やケガ、介護保障、資産形成、老後保障、就労保障などの課題の解決に向けた商品・サービスも提供しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>がん保険（「生きる」を創るがん保険 WINGS）</b> 最新治療のカバーに加えて、がんの早期発見、早期治療に備えられます。さらに、がんかもしれないと思ったときから、がんの治療・療養中・治療後の日常生活の復帰まで、あらゆる場面でがんに関するお悩みやお困りごとを、お電話もしくはチャットでご相談いただけるサービス「アフラックのよりそうがん相談サポート」を利用できます。</li> <li>● <b>医療保険（医療保険 EVER Prime*）</b> 多様なニーズにお応えできるよう豊富なラインアップから保障を選択できます。多くの方にご加入いただけるよう健康状態に不安のある方でも、保険料を割増ししてご契約をお引き受けできる場合があります。 *医療保険 EVER Primeの販売は、月々の支払いが必要となる医療費の自己負担額に備えることができる新商品く手軽に備える医療保険 EVER シンプルを2023年9月19日に発売したことに伴い停止しております。</li> <li>● <b>介護保険（アフラックのしっかり頼れる介護保険）</b> 認知症に限定しない幅広い要介護原因を保障対象とし、継続的な年金タイプの保障で介護に備えられます。公的介護保険制度と連動した明確で分かりやすい支払事由となっています。</li> </ul>	<p>49頁-54頁</p> <p>50頁-51頁</p> <p>52頁</p> <p>52頁</p>
正確かつ迅速な保険金・給付金のお支払い	該当頁*
<p>当社は、お客様へ最善のサービスを提供するために、保険金・給付金等のお支払いを公正、正確かつ迅速に行うことを行動指針の一つに掲げています。また、保険金・給付金等のお支払いを通じて、安心と満足をお届けすることが、保険会社としてお客様へ提供すべき最も重要かつ根源的な価値であると考えています。この価値をさらに高めていくために、私たちは業界最高水準の支払管理態勢の構築や、デジタル技術の活用による保険金・給付金等のご請求手続きにおける利便性の向上などに取り組んでいます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>保険金・年金・給付金のお支払い額</b> 2022年度の1年間にお支払いした保険金・年金・給付金の合計額は6,171億円（1営業日*当たり25.1億円）、うち、がん保険を通したお支払いは2,863億円（1営業日当たり11.6億円）となっています。 *営業日数：245日（2022年度）</li> <li>● <b>「給付金デジタル請求サービス」の拡充</b> 当社は、インターネット上ですべてのお手続きを完結できる「給付金デジタル請求サービス」を拡充しています。</li> <li>● <b>ご請求手続き書類の簡素化</b> 医療保険の入院給付金・通院給付金・手術給付金など、所定の条件を満たした給付金のご請求に際しては、取得に時間や費用がかかる診断書のご提出に代えて、医療機関の受診時に発行される領収書や診療明細書でのご請求が可能です。</li> <li>● <b>適切なお支払いのための態勢</b> 当社は、適切なお支払い業務の遂行及び支払管理態勢の強化に取り組んでいます。当社では、入力*・支払査定・検証のプロセスにより、お支払い業務の正確性の向上に努めています。（本資料10頁 図1） *2人の担当者がそれぞれ情報を入力し、入力内容が一致すると、次工程に流れる仕組み。</li> </ul>	<p>74頁-75頁</p> <p>74頁-75頁</p> <p>74頁-75頁</p> <p>74頁-75頁</p> <p>124頁-126頁</p>
お客様本位の業務運営	該当頁*
<p>当社は、企業理念の一つに「お客様第一」を掲げ、お客様一人ひとりが創る自分らしく充実した人生を願い、お客様のことを親身になって考えられる心を大切にしています。こうした基本的な考え方を踏まえ、当社は「お客様本位の業務運営に係る方針」を定め、本方針のもとで業務運営を行っています。</p>	<p>112頁</p>

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

## (ア)みんなの声を聴き、かついかすこと

\*「アフラック 統合報告書2023」の該当頁

「お客様の声」を経営に活かす取り組み	該当頁*
<p>当社では、全国に広がる営業拠点をはじめコールセンターやオフィシャルホームページ、来店型店舗を含む全国のアソシエイツなどを通じ、日々お客様からさまざまなお申し出を承っています。また、商品パンフレットや保険証券、ご契約内容の概略のお知らせ（アフラックメール）にコールセンターへのフリーダイヤルを明記するなど、お客様から当社にお申し出いただきやすい仕組みづくりにも努めています。当社は、こうしたお客様からのお申し出の中から「苦情」「相談・要望」「感謝」を「お客様の声」として、全役職員が常時アクセスできる「お客様の声」データベースに集約し、分類・管理・分析することでさまざまな業務改善に役立てています。（本資料10頁 図2）</p>	113頁－ 116頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「お客様の声」の状況 2022年度における「お客様の声」の状況は、当社の業務・商品等に対する不満足の原因である「苦情」が79,203件、当社に業務・商品等の改善を期待する「相談・要望」が151,579件、また、お礼やお褒め等の「感謝」の声は10,321件となりました。（本資料10頁 図3）</li> </ul>	113頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「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事項を審議・報告するために「お客様サービス推進委員会」を設置しています。そのうち重要な事項については代表取締役社長に報告され、決定されます。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・決議・報告されます。</li> </ul>	113頁－ 114頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様からのご意見・ご要望等に基づく改善事例 当社は、お客様から日々お寄せいただくご意見・ご要望等に基づき、業務の改善や商品・サービスの向上に取り組んでいます。主な改善事例として、お客様の申込内容が確定している場合に、お客様ご自身のスマートフォンやパソコンからご都合の良いタイミングで簡単に申込手続きを行うことができる電子申込システムの機能拡充や、ご契約者様専用サイト「アフラック よりそネット」のサービス拡充及び利便性の向上などがあります。</li> </ul>	115頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様調査（満足度）の実施 当社は、ご契約者に対し、定期的なお客様評価として「お客様調査（満足度）」を実施しており、調査にて認識した課題について、業務改善などを行い、お客様満足度の一層の向上に向けた取り組みに活かしています。2022年のお客様調査（満足度）を実施した結果、引き続き多くのお客様にご満足いただいています。（本資料11頁 図4）</li> </ul>	116頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 消費者関連専門家による検証態勢 お客様サービスに関する各種取り組みについて、よりお客様視点に立ったサービスの提供を目的に、消費者関連団体等に所属する消費者関連専門家による検証態勢を構築しています。2022年は、商品のパンフレット、IoT機器、AR*を活用したチラシなど7事案について検証を行いました。 *Augmented Reality（拡張現実）の略称。仮想空間の情報やコンテンツを現実世界に重ね合わせて表示することにより、現実を拡張する技術。</li> </ul>	116頁
感動的なお客様体験の提供に向けた取り組み	該当頁*
<p>当社は、多様化するお客様の行動を踏まえ、「生きるための保険」に加えて、新たな保障領域や保険以外におけるさまざまなお客様との接点において、お客様体験価値を向上させ、感動的なお客様体験を提供できるよう、お客様起点で商品・サービスを追求し、お客様本位の業務運営のさらなる高度化に取り組んでいます。</p>	117頁－ 118頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● お客様起点での継続的な改善の取り組み 当社では、定期的にお客様に対して当社のサービスに関するアンケートを実施しています。アンケートからいただいた評価やご意見に加え、コールセンターやオフィシャルホームページ、来店型店舗を含む全国のアソシエイツを通じ日々寄せられるお申し出等、お客様からいただく顕在的なニーズにお応えし、ご不満を減らすのみならず、お客様の潜在的なニーズを捉え、感動的な商品・サービスを提供できるよう取り組んでいます。</li> </ul>	117頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 感動的なお客様体験を提供するための社員教育や意識醸成の取り組み 当社は、お客様の置かれている状況や、顕在的なニーズだけでなく、潜在的なニーズも的確に捉えるため、独自の研修に加え、専門の社外研修を取り入れ、社員一人ひとりの知識やスキルの向上を図っています（ユニバーサルマナー検定3級取得講座の実施、UCDA認定2級及び1級取得講座の実施、消費生活アドバイザーの資格取得の推進*等）。 *社内の有資格者は84人となり、2年連続で一般財団法人日本産業協会が公表する「企業での消費生活アドバイザー登録者数の上位10社」にランクインしました（2023年4月1日時点）。</li> </ul>	118頁

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

## (ア)みんなの声を聴き、かついかすこと

\*「アフラック 統合報告書2023」の該当頁

ご契約のお申込みからお支払いまでの取り組み	該当頁*
<p>当社は、お客様のニーズを総合的に勘案し最適な保険選びをご提案するとともに、お客様が十分に保障内容をご理解いただけるよう努めています。具体的には、お客様に適切な保障内容への見直し等をご検討いただくために、ご契約に関する情報やお手続き方法を随時お知らせしているほか、保険金や給付金などをもれなくご請求いただくための取り組みを行っています。</p>	119頁-123頁
<p>● 「アフラック式」の展開  「『生きる』を創る。」をブランドプロミスとする当社では、人生100年時代といわれる現代において、長生きのリスクに備え、公的制度や医療環境の変化、ライフステージごとのリスクに応じた「生きるための保険」を中心とした最適な保障を提案し続けることを「アフラック式」と定義し展開しています。</p>	119頁
<p>● 電子証券  当社は、お客様のさらなる利便性向上と環境保護の観点から、「電子証券」の発行を推進しています。お申込み時に「電子証券に関する特約」を付加することで、紙媒体の保険証券・申込書類等の控えを発行・送付せず、「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」で電磁的に発行し、いつでもどこでも「電子証券」を確認することができます。</p>	120頁
<p>● ご契約内容に関する情報提供  当社では、ご契約内容の概略をお知らせし、保障の見直しや給付請求などの際にお役立ていただく資料として、ご契約者に「ご契約内容の概略のお知らせ（アフラックメール）」を郵送しています。あわせて「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」にご登録いただいているお客様に対して、オンライン上でご契約内容をご確認いただくことを推進しています。  また、当社では、がん保険を長期間ご契約いただいているお客様へ「お客様ふれあい活動」を実施しています。「お客様ふれあい活動」は、保障内容や受取人などのご契約内容の確認や、ご継続中の保険契約の各種お手続きのサポートを実施するなど、万一の場合に備えて、お客様に安心してご契約を継続いただくための活動です。</p>	120頁
<p>● 保険料の払込み手続きを充実させる取り組み  当社では、生活様式の変化やキャッシュレス決済の利用の広がりに合わせて対応を行い、保険料の払込みにクレジットカード払いや「LINE Pay<sup>*1</sup>」「d払い<sup>*2</sup>」もご利用いただけるようになりました。また、「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」上でもキャッシュレスでの手続きができるようになり、時間や場所を問わず保険料の払込みができる手段を拡充しています。  *1.LINE Payは、LINE株式会社の登録商標です。  *2.d払いは、株式会社NTTドコモの登録商標です。</p>	121頁
<p>● お支払いに関する情報提供  当社は、保険金・給付金等のお支払いに関して、ご請求手続きの流れや保険金・給付金等をお支払いする場合・できない場合の具体例、ご請求に関するQ&amp;Aをまとめた「給付金等のお支払いについて」を発行しており、当社オフィシャルホームページでもご覧いただけます。</p>	121頁
<p>● ご請求手続きを充実させるための主な取り組み  当社は、保険金・給付金等のご請求手続きに関する専用のコールセンターを東京、大阪、仙台、福岡の4拠点に開設し、災害時でも確実にお問い合わせを受け付ける体制を構築しています。また、インターネット上でお手続きが完結する「給付金デジタル請求サービス」や、保険金・給付金等の請求書類のお取り寄せ（郵送）・ダウンロードサービスをご利用いただけます。「給付金デジタル請求サービス」をご利用いただくと、請求書類のお取り寄せ（郵送）や返送が不要となり、書面でのお手続きよりも速やかに給付金をお受け取りいただけます。</p>	121頁
営業体制	該当頁*
<p>● アソシエイツ制度  当社は創業以来、販売チャネルとして「アソシエイツ（販売代理店）制度」を採用しています。「アソシエイツ」はお客様にとって最も身近な保険の相談相手として、保険全般に関する有益な情報提供や付加価値の高いご提案を行うとともに、幅広いご相談や新規契約の諸手続き、契約内容のメンテナンス、給付に関する手続き等を行っています。</p>	127頁

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

## (イ) 未来・次世代のために取り組むこと

\*「アフラック 統合報告書2023」の該当頁

新たな価値創造への挑戦	該当頁*
<p>当社は昨年、2024年をゴールとする中期経営戦略（2022～2024年）を策定しました。「多様な人財の力を引き出す人財マネジメント戦略」「『生きる』を創るエコシステム戦略」「持続的成長に向けたファイナンス戦略」「ステークホルダーへ新たな価値を提供するデジタルトランスフォーメーションとアジャイル戦略」「積極的で機動的な業務執行を促進する強固なガバナンスとERM戦略」という5つの戦略を着実に実行することで、「生きる」を創るリーディングカンパニーへの飛躍を確実なものとしていきます。</p>	24頁-25頁
多様な人財の力を引き出す人財マネジメント戦略	該当頁*
<p>お客様に新たな価値を提供し、CSV経営を実践しながら企業として成長を続けていくためには、変化に機動的かつ柔軟に対応していく必要があります。そのためには、多様な属性や価値観をもった人財が、自ら考え、一人ひとりが主体的に行動することが求められます。そこで当社は、「多様な人財の力を引き出す人財マネジメント戦略」を中期経営戦略（2022～2024年）の5つの戦略の「第一の柱」に位置づけ、「人財エンゲージメント（所属する組織と自身の仕事に熱意を持って、自律的に貢献しようとする人財の意欲）の強化」に向けて、主体的なキャリア形成のための各種支援、多様な能力開発機会の提供、健康経営や安心・安全に働ける職場環境づくりなど、さまざまな制度や施策を統合的に実行しています。また、多様な人財が能力を最大限に発揮できることを目指しダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進に積極的に取り組んでいます。</p>	26頁-43頁
「生きる」を創るエコシステム戦略	該当頁*
<p>社会的課題を解決するためには、行政・民間、営利・非営利、組織・個人を問わず、社会のさまざまなステークホルダーが連携・協働する「エコシステム」を構築していくことが重要です。当社は、コバリューに基づくCSV経営の実践として、「がん生態系」をはじめとして、介護、そして、医療全般にわたって、「生きる」を創るエコシステム戦略を展開し、社会的課題の解決に貢献していきます。さまざまなステークホルダーと連携・協業することで保険の機能だけでは解決できない社会的課題を解決し、誰もが安心して健やかに自分らしく生きる社会の実現を目指していきます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>がん生態系の構築</b> 通常生活から、がんの診断が下され、告知、治療、治療後の生活とつながっていくサバイバージャーニー（がん患者がたどる人生の道のり）において、患者とそのご家族を中心として、医療者、職場・学校、行政、民間団体、企業などさまざまなステークホルダーが連携・協業する「がん生態系」を構築することで、がんに関する社会的課題を包括的に解決していくことを目指しています。「がん生態系」の構築に向けた取り組みとしては「開かれた相談の場」への支援やがん経験者の就労支援、がんに関する啓発活動、がん教育の支援等に取り組んでいます。（本資料11頁 図5）</li> </ul>	44頁-48頁  46頁-48頁、102頁-107頁
調布スマートシティプロジェクト	該当頁*
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>調布市と「包括的パートナーシップ協定」を締結</b> 当社は、東京都調布市（自社ビル所在地）の持続的な発展と社会的課題の解決に向けて、調布市とともに、それぞれが保有する特性・資源・ノウハウ等を活かしながら、多様な分野において連携・協力することを目的として「包括的パートナーシップ協定」を締結しました。本協定により、両者の連携関係のステージを一段高め、現在では「調布スマートシティプロジェクト」を中心に、具体的な連携・協力について随時検討・実施しています。</li> <li>● <b>調布スマートシティに関連する取り組み</b> 2022年は、子宮頸がん検診の受診率向上を目的として、当社グループ会社であるHatch Healthcare株式会社が提供する「&amp;Scan：HPVセルフチェック*」を調布市に提案し、調布市の令和4年度事業として採択されました。調布市は、国や自治体が推進する細胞診、ワクチン接種に、対象者にとって負担の少ない「HPVセルフチェック」を加えた子宮頸がん対策を三位一体で推進しており、当社はこの活動を支援しています。 *子宮頸がんの原因ウイルスであるHPV（ヒトパピローマウイルス）の感染有無を調べるセルフチェックサービス。</li> </ul>	56頁  56頁-57頁



# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

## (イ) 未来・次世代のために取り組むこと

\*「アフラック 統合報告書2023」の該当頁

長期安定的な資産運用収益の確保と責任投資の推進	該当頁*
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>責任投資基本方針</b> 当社は、お客様への将来の保険金や給付金等のお支払いに備え、お客様からお預かりした保険料を安全かつ確実に運用するため、安定した収益が期待できる運用資産への投資を資産運用の中核としてきました。また、保険商品の長期にわたる負債特性に見合ったポートフォリオの構築を通じて、長期安定的な資産運用収益の最大化と財務の健全性の維持に努めています。当社は、この資産運用方針における資産運用プロセスにESGの要素を組み込むことで、世界経済と企業の安定的な成長に寄与し、また社会的課題の解決に貢献することを目指します。</li> </ul>	58頁-59頁
DX@Aflacの推進	該当頁*
<p>当社は、お客様にとって価値ある商品・サービスの提供をデジタルテクノロジーで実現していきます。また、生命保険事業以外の新たなビジネス領域においてもデジタルテクノロジーを活用し、保険の枠にとらわれない新たな価値を創造します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>DX@Aflacの取り組み事例</b> デジタルを活用した営業活動やその他の業務をサポートし、お客様に新たな体験価値を提供するため、2022年から「ADaaS/Aflac Digital as a Service」という当社独自のクラウド型デジタルサービスを提供しています。また、販売代理店の店頭に来られるお客様へ新たな顧客体験を提供し、コミュニケーションのきっかけをつくり、保険や健康に関心を持っていただいたりすることを目的に、店舗用の「アフラックミラー*」を提供しています。 *当社と取引のあるスタートアップ企業が提供主体のサービス。当社は保険や健康に関わるアプリを提供する。</li> <li>● <b>デジタルサービスを通じた社会的課題の解決を目指して</b> アフラックデジタルサービス株式会社（旧 Hatch Insight株式会社）は、2023年4月にアフラック生命保険株式会社の完全子会社となり、「共通IDの発行・管理事業」と「データ分析事業」に加えて、「DXサービスの企画・開発・販売事業」を展開しています。</li> </ul>	62頁-68頁  65頁-68頁  67頁
Agile@Aflacの推進	該当頁*
<p>「アジャイル」は、元々ソフトウェア開発の手法ですが、変化の激しい時代に多様なお客様ニーズを取り入れ、スピーディーに価値を創出する新しい働き方として、近年注目されています。当社は、2019年からこのアジャイルを、お客様体験価値の向上、商品・サービス提供スピードの向上、効率性の向上、人財エンゲージメントの向上の「4つの目的」を実現するための新たな働き方として導入・推進してきました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Agile@Aflacの取り組み成果</b> 昨年、冊子によるご契約内容の概略のお知らせ（アフラックメール）を、シンプルかつパーソナライズしたハガキに刷新すると共に、インターネットでの各種お手続きの利便性向上や資産形成商品を機動的に創出し、お客様へお届けしています。</li> </ul>	69頁-73頁  72頁-73頁
環境への取り組み	該当頁*
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>当社の環境経営について</b> 持続可能なグリーン社会に向けた国際的な議論が高まる中、当社は、「環境経営宣言」の制定をはじめ、「気候変動への対応」「持続可能な資源利用」「ステークホルダーエンゲージメント」を3つの重点テーマとして目標を設定し、企業活動を通じた一層の戦略的かつ体系的な「環境経営」を推進しています。</li> <li>● <b>環境重点テーマへの取り組み</b> 当社は、気候変動への対応として「再生可能エネルギーの導入」と「省エネルギーの実践」の2つの観点から取り組みを行っています。また、持続可能な資源利用として、例えばオンライン申込完結機能の拡充や電子証券の推進等、多くの業務においてデジタルトランスフォーメーション（DX）を強力に推進しています。ステークホルダーエンゲージメントとしては全社一丸となって環境経営を推進していくために、役職員への啓発活動を展開しています。</li> </ul>	98頁-99頁  100頁-101頁

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

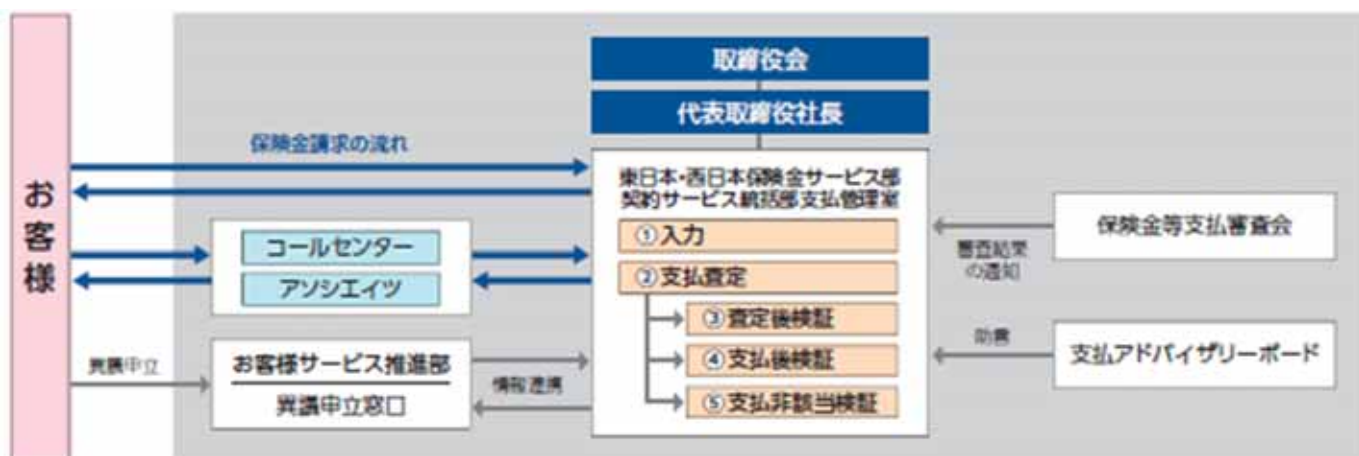
## (ウ)法令の遵守／コーポレートガバナンス（企業統治）の強化をすること

\*「アフラック 統合報告書2023」の該当頁

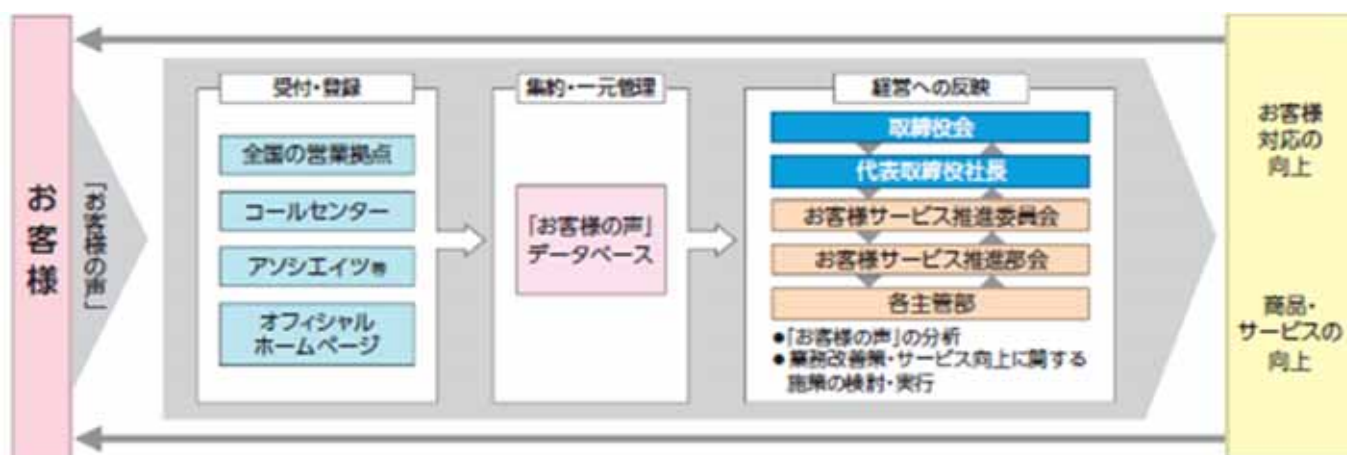
コーポレートガバナンス	該当頁*
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>ガバナンス態勢</b> 当社は、取締役会と業務執行部門との機能分化を前提とした有機的なつながりによって、実効性の高い取締役会の運営と機動的な業務運営の実践を可能とするガバナンス態勢を確保しています。</li> </ul>	76頁-79頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>統合的リスク管理態勢</b> 統合的リスク管理態勢は経営の根幹であるとの認識のもと、当社は、全社的視点でリスクと収益を一体的に管理する仕組みであるERM*の枠組みを活用し、リスク抑制とリスクテイクのバランスを図りながら、十分な健全性の維持と持続的な成長の両面で、経営戦略の実行を支える態勢として統合的リスク管理態勢の構築に努めています。 *Enterprise Risk Managementの略称。</li> </ul>	84頁-87頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>内部統制</b> 当社は、攻めと守りのガバナンスの基盤として、事業部門、管理部門及び内部監査部門の機能を3つのラインとして整理し、事業部門による自律的管理、管理部門による牽制、内部監査部門による検証を通じて機動的な業務執行を行える態勢を整備し、内部統制の実効性を確保しています。</li> </ul>	88頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>内部監査態勢</b> 3つのラインの第三ラインである内部監査部門は、当社ならびに子会社のすべての経営活動及び業務活動を独立的かつ客観的な立場でモニタリングし、有効性を評価しています。監査結果に基づく助言・提案等を通じて経営に付加価値を提供し、経営戦略の実行に貢献しています。</li> </ul>	88頁
コンプライアンス態勢	該当頁*
当社は、法令等の遵守（コンプライアンス）を経営上の重要課題の一つとして位置付け、コアバリュー（基本的価値観）に基づくCSV経営の実践を通じて、健全で持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現するため、強固なコンプライアンス態勢の構築に努めています。	134頁-136頁
情報セキュリティ管理態勢	該当頁*
当社は、お客様をはじめとするステークホルダーの期待・信頼に応えるために、お客様の大切な個人情報を含むさまざまな情報について透明性を持ちつつ、適切に取り扱うことが重要な責務であると考えています。	137頁-138頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>情報セキュリティに関する取り組み</b> 当社は、「情報セキュリティポリシー」のもと、情報の安全確保及び運用にかかる管理態勢の強化に、「組織」「人」「技術」などさまざまな側面から取り組むと共に、サイバー攻撃の傾向やサプライチェーンリスクなどの環境の変化を踏まえた上で、継続的に管理態勢を見直しています。</li> </ul>	137頁
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>お客様の個人情報とプライバシーの保護に関する取り組み</b> 当社は、お客様からお預かりする個人情報を何よりも重要なものとして、取り扱いに関する考え方や、個人情報の取得や利活用における同意取得の在り方などを「個人情報の取り扱いについて（プライバシーポリシー）」に定め、オフィシャルホームページで公表しています。</li> </ul>	137頁-138頁
危機管理態勢	該当頁*
当社は、「コーポレートガバナンス基本方針」に基づき、いかなる危機が発生した場合においても、保険会社としての社会的責任を果たし、社会の要請に適切に対応していくために、危機時に事業継続を実現するための経営レベルの戦略的活動である事業継続マネジメントを実行し、「平常時（危機発生前）」「危機時」及び「危機収束後」の各フェーズに備えた危機管理態勢を整備及び確保しています。また、危機時においては、事前に策定した事業継続計画に基づき業務を遂行するとともに、想定を超える社会に甚大な影響を及ぼす危機に対しては、発生した危機に応じた方針及び当方針に基づく危機収束後の社会変容を見据えた事業変革も目指す事業継続・変革計画を策定・実行し、適切な業務運営態勢を整備・確保します。	139頁

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

＜図1：適切なお支払いのための態勢（4頁）＞



＜図2：「お客様の声」を経営に活かす仕組み（5頁）＞



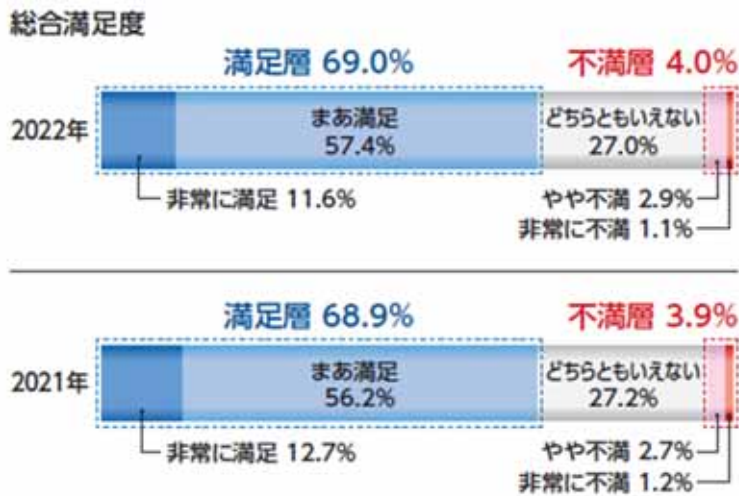
＜図3：「お客様の声」の状況（5頁）＞

「お客様の声」の内容		2022年4月～ 2023年3月	占率
苦情		79,203	100.0
新契約関係	加入時の説明や募集行為に関するご不満等	14,083	17.8
収納関係	保険料の入金や保険料の払込方法の変更手続きに関するご不満等	5,288	6.7
保全関係	解約手続きや契約内容変更手続きに関するご不満等	16,731	21.1
保険金・給付金関係	お支払い手続きに関するご不満等	31,423	39.7
その他	アフターサービスや電話対応に関するご不満等	11,678	14.7
相談・要望		151,579	
感謝		10,321	
「お客様の声」の合計		241,103	

※「お客様の声」データベースには、上記以外にセールス電話停止のご連絡が43,469件、ダイレクトメール停止のご連絡が1,248件登録されています。(2022年度)

# 「お客様志向自主宣言」に基づく取り組み結果

<図4：お客様調査（満足度）（5頁）>



## お客様調査（満足度）の概要

実施時期：2022年10月～11月  
 方法：郵送  
 対象者：当社保険に加入いただいているご契約者  
 配布部数：50,000部  
 回答部数：13,592部(回答率:27.2%)

※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います。

<図5：がん生態系（エコシステム）の概念図（7頁）>

