

お客様本位の業務運営に係る取り組み状況

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。2016年度末時点で12,161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の際に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、お客様の意向を把握し、その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を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。

④ LGBT*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ール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。
- ・ 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。
- ・ 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。

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、現在は女性の活躍推進に優先的に取り組んでいます。

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みます。特に重要性の高いテーマについては「お客様サービス推進委員会」で業務改善策等を審議し、同委員会の審議内容は経営陣に報告され、経営陣が率先して「お客様の声」を経営に活かす取り組みを進めています。
- ・ 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。