

「お客様本位の業務運営に係る取組内容」中の【 】は、金融庁が公表している「顧客本位の業務運営に関する原則」のどの原則に対応しているかを示したものです。「顧客本位の業務運営に関する原則」の詳細につきましては、金融庁ホームページをご確認ください。

(<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>)

## お客様本位の業務運営に係る取組内容

### 1. お客様のニーズに合った保険商品・サービスの開発とご提案

#### (1) 保険商品・サービスの開発

- ・私たちは、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や社会的課題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多様な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。また、保険商品・サービスの開発にあたっては、プロダクトガバナンス（お客様の最善の利益に適った商品提供等を確保するためのガバナンス）の体制を整備しています。

【原則2（（注）を含む）、原則6（本文、注3、注6、注7）、補充原則1、補充原則2（（注）を含む）、補充原則3（（注）を含む）、補充原則4（本文、注2）、補充原則5（本文、注2）】

- ・私たちの保険商品・サービスは、単一の保障領域（がん保障、医療保障、介護保障、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。

【原則2（（注）を含む）、原則5（本文、注2）、原則6（注1）】

- ・また、私たちは、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。

【原則2（（注）を含む）、原則6（注3、注6、注7）、補充原則1、補充原則2（（注）を含む）、補充原則3（（注）を含む）、補充原則4（本文、注2）、補充原則5（本文、注2）】

#### (2) 保険商品の推奨・販売

##### ①販売体制

- ・私たちは、全国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。
- ・当社および全国の販売代理店の一部において、お客様の「身近な場所で気軽に保険の相談をしたい」という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。また、私たちはオンラインでも保険相談や保険のお申し込み手続きを行う体制を整え、お客様のご要望に合わせた対応を行っています。

## ②推奨・販売の方針

- 私たちは、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。

【原則5、原則6（注3）、補充原則3（注2）】

- 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」、保険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、書面の交付またはこれに代替する電磁的方法による提供によって説明を行っています。「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、周囲の文字と色や大きさを変えるなど、お客様の目に留まるような表記で作成しています。

【原則5（注1、注5）、原則6（注3）】

- 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ご説明しています。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。

【原則5（注1、注3）、原則6（注1、注2、注3）】

- 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、または申込書の受付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。

【原則5（注3）、原則6（注2、注3、注4）】

## 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、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、公的保険制度、金融商品リスク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。

【原則5（注3、注4）、原則6（注1、注5）】

- ・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、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や、消費者関連団体からご意見を伺う機会等を設けています。

【原則5（注3、注4）】

- ・保険契約の申込書やお申し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。

【原則5（注3、注4）】

- ・私たちは、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（ご契約内容の概略のお知らせ）」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も掲載しています。また、「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」へ登録いただいているご契約者様には、よりそうネット上で契約内容をご確認いただける旨をメールでご案内しています。

【原則5（注3、注4）、原則6（注1）】

- ・私たちは、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。

【原則5（注3、注4）、原則6（注5）】

## 2. 保険契約ご継続中における充実したサポート

### （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

- ・私たちは、お客様のご意向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、通知や電話によるフォローを行っています。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、退職後に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。

【原則2（（注）を含む）】

#### ②ご高齢のお客様への対応

- ・私たちは、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年1回確認する取組みを実施しています。

【原則2（（注）を含む）】

- ・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。

【原則2（（注）を含む）】

### ③お客様の住所管理

- ・私たちは、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手続き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。

【原則2（（注）を含む）、原則6（注1）】

### ④多様な性への対応

- ・私たちは、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、多様な性に配慮したお客様サービスの対応を進めています。

【原則2（（注）を含む）】

### 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。

【原則2（（注）を含む）】

- ・私たちは、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®CX規格」の認証を生命保険業界で初めて取得し、以降継続してこの認証を取得しています。

## （2）保険金・給付金のお支払い

- ・私たちは、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、より簡便な手続きで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、診断書に代えて領収証等による簡易請求をご用意

意するとともに、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。

【原則2（（注）を含む）】

- 私たちは、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、支払内容の正確性を検証しています。

【原則2、原則7（いずれも（注）を含む）】

- 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」を設置しています。

【原則2、原則7（いずれも（注）を含む）】

### 3. お客様にお支払いいただく保険料の適切な活用

- 私たちは、お客様にお支払いいただく保険料をお客様への将来の保険金や給付金等のお支払いに備え、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中核とし、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・向上に努めています。

【原則3（（注）を含む）、原則4】

- 私たちは、お客様にお支払いいただく保険料を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うえで必要となるさまざまな経費に活用しています。

【原則4、原則5（注1）】

- 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型保険商品の相違点等を考慮し判断しております。

【原則4、原則5（注1）、原則7（（注）を含む）】

- 金融機関において、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ます。したがって投資性保険商品において、保険会社が金融機関に対して支払う手数料は、お客様がご契約を判断されるうえで重要な要素となります。私たちは、上記の点を考慮し、提携金融機関が投資性保険商品を取り扱う場合は、当社が提携金融機関に支払う手数料をお客様に開示する方針としています。

なお、現在、当社において、投資性保険商品の提携金融機関における取り扱いはありません。

【原則4、原則5（注1）】

- 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いますので、これらの商品の場合、お客様がご契約を判断されるうえ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考えています。

なお、当社では、販売代理店において、お客様対応品質の向上が図られることを目的に、業務品質を評価項目に含めた手数料体系としています。

【原則4、原則5（注1）、原則7（（注）を含む）】

#### 4. 多様なお客様のニーズにお応えするための販売代理店の育成、従業員の教育等

##### （1）販売代理店の育成

- 私たちは、業界共通で求められる保険やコンプライアンスに関する知識習得のための教育・研修を販売代理店に対して行っています。加えて、コンサルティングスキルや公的保険制度、当社商品等の知識を習得するための当社独自のプログラムを提供することで、販売代理店の募集人育成を支援しています。

【原則2（（注）を含む）、原則6（本文、注5、注6、注7）、原則7（（注）を含む）、補充原則3（本文、注2、注3）、補充原則4（本文、注2）】

- 私たちは、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。

【原則6（注5）、原則7（（注）を含む）】

##### （2）従業員の教育等

- 私たちは、集合研修やeラーニングを通じて、お客様視点に立った対応、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・管理する営業部・支社の業績評価においては、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定量的な指標や、重大事故の発生、課題のある代理店への対策実施状況等を踏まえた総合的な判断に基づく評価をしています。

【原則2（（注）を含む）、原則6（本文、注5）、原則7（（注）を含む）】

- 私たちは、時代とともに変化する環境や多様化するお客様のニーズにお応えできるよう、すべての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つくるダイバーシティの推進に積極的に取り組んでいます。

【原則 7（（注）を含む）】

## 5. お客様本位の業務運営を実現するためのさまざまな態勢整備

### （1）お客様本位の業務運営を実現するための態勢

- ・私たちは、お客様本位の業務運営の推進に向けて、本方針のもとで業務運営を行います。また、本方針に基づく取組状況や取組結果について、評価および見直しを行い、その結果について公表しています。

【原則 2（（注）を含む）、原則 6（本文、注 5）、原則 7（（注）を含む）、補充原則 1、補充原則 2（（注）を含む）、補充原則 3（本文、注 2）、補充原則 4（本文、注 2）】

### （2）利益相反の適切な管理

- ・私たちは、利益相反管理に関する規程等を策定し、利益相反管理の態勢を整備しています。利益相反管理における対象取引の範囲や類型・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、その定めに基づき、利益相反管理を統括する部は、各部門が実施する取引における利益相反の有無を四半期に 1 回確認しています。

【原則 2（（注）を含む）、原則 3】

- ・利益相反のおそれがある取引を把握した場合は、対象取引を行う部門とお客様との取引を行う部門間の情報遮断、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うえで必要な管理を行っています。

【原則 2、原則 3（いずれも（注）を含む）】

- ・私たちは、複数の保険会社の保険商品を取り扱う販売代理店（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。

【原則 2、原則 3、原則 7（いずれも（注）を含む）】

- ・私たちは、資産運用部門が、投資一任先が実施した取引を含むすべての資産運用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、当社の利益相反管理を統括する部は、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、四半期に 1 回モニタリングを実施しています。

【原則 2、原則 3（いずれも（注）を含む）】

### （3）「お客様の声」を業務運営に活かす取組み

- ・私たちは、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。また法令等の遵守（コンプライアンス）上の懸念がある場合は、お客様対応を担う部署が速やかにコンプライアンス部門を含む関連部署等と連携し、必要な調査・対応を実施しています。

【原則2（（注）を含む）】

- 私たちは、お客様または販売代理店を通じて寄せられた「苦情」「相談・要望」「感謝」に関するお申し出を「お客様の声」として全役職員が常時アクセスできる専用の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の改善に役立てています。

【原則2（（注）を含む）、原則6（注6）、補充原則3（本文、注2）、補充原則4（本文、注2）】

- 私たちは、「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テーマについて審議・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。

【原則2、原則7（いずれも（注）を含む）、補充原則1】

- さらに、私たちは、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）に適合した苦情対応に関する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。私たちは、この規格への準拠を維持しつつ、組織的な苦情管理態勢の強化に努めています。

【原則2（（注）を含む）】

- 私たちは、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・手話通訳サービス等のご提供を通して、障がいのある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。

【原則2（（注）を含む）】