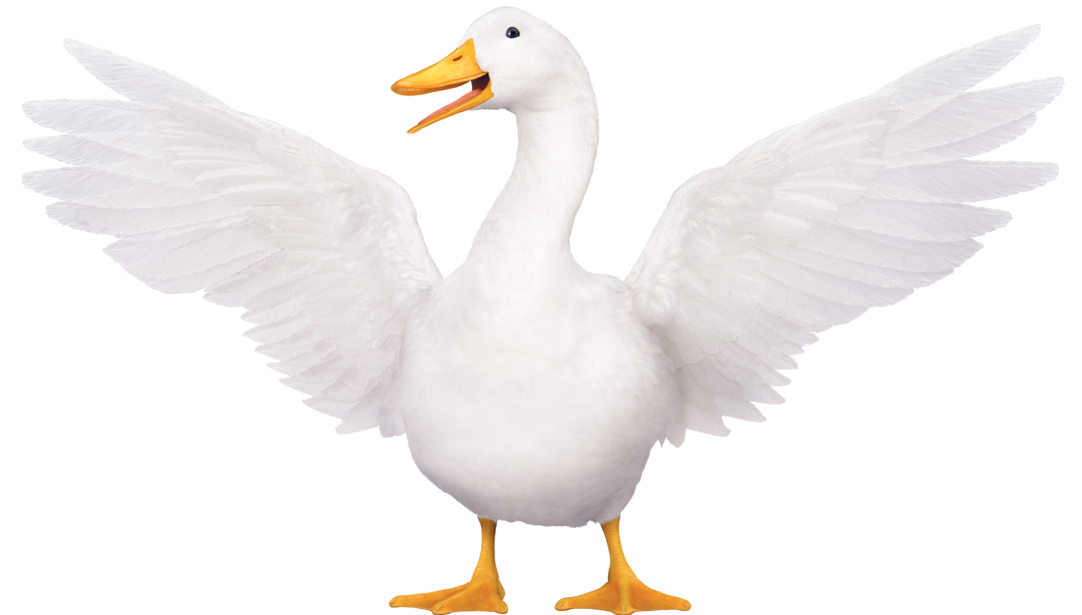


中期経営戦略（2025～2027年）

アフラック生命保険株式会社



次の10年、さらにその先に向かって



当社の次の10年、さらにその先を見据え、長期経営ビジョン「『生きる』を創る”ことで新たな共有価値を創造する」を策定しました。これは、ブランドプロミス「『生きる』を創る。」の想いに基づき、「生きるための保険」はもちろんのこと、保険を超えた顧客価値も合わせて提供し、**お客様の「生きる」をトータルに支えていくことを通じて、社会と共有できる新たな価値の創造を目指す**、というものです。

この長期経営ビジョンを実現するため、最初の3年間における中期経営戦略（2025～2027年）を策定しました。中期経営戦略（2025～2027年）の柱は、「**お客様に最高の価値を提供するための『生きる』を創る8つの成長戦略**」、8つの成長戦略と一体となった「**非市場戦略**」、およびそれら全体を支える「**経営基盤強化戦略**」です。

成長戦略では、がん・医療・介護・資産形成等の領域においてお客様の多様なニーズに応えるために、商品とサービスを統合的に提供していくことに加え、コアバリューに基づくCSV経営に合致する新たなビジネス領域の開拓に取り組んでいきます。また、デジタルテクノロジーを活用した事業変革や、イノベーションを創出し経営戦略を確実に実現する人的資本の強化にも注力していきます。

非市場戦略では、コアバリューに基づくCSV経営を実現するため、非市場ステークホルダーへのエンゲージメントに取り組んでいきます。

経営基盤強化戦略では、成長戦略を確実に遂行するため、成長投資の拡大に向けたファイナンス、戦略の策定・実行においてリスクを統合的にコントロールするERM、機動的な業務運営を実現する強固なガバナンスの3つの領域のさらなる強化に取り組んでいきます。

これからも、長期経営ビジョンと中期経営戦略（2025～2027年）のもと、「生きるための保険」とともに保険を超えた顧客価値も合わせて提供することで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現し、ステークホルダーの皆様の期待と負託に応えていきます。

アフラック生命保険株式会社 代表取締役社長 **古出真敏**

コンテンツ

- I** 大切にしているコアバリュー … P.3
- II** コアバリューに基づくCSV経営 … P.4
- III** 長期経営ビジョン … P.5
- IV** 10年後の目指す姿 … P.6
- V** 中期経営戦略（2025～2027年） … P.8

私たちが社会に存在し、果たすべき役割を示すパーパス（存在意義）は、当社のコアバリュー（基本的価値観）である「創業の想い」「The Aflac Way」「企業理念」「ブランドプロミス」に表されています。

大切にしている コアバリュー

創業の想い

「がんに苦しむ人々を
経済的苦難から
救いたい」

The Aflac Way

「必要とされるときに
必ずお客様のそばで
お役に立つ」

企業理念

「新たな価値の創造」
「お客様第一」
「人間尊重」
「高い倫理観」

ブランド プロミス

「『生きる』を創る。」

※アフラックのコアバリュー（基本的価値観）の詳細については、p.13を参照

当社は、これからも、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するCSV^{*1}経営を実践することで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現していきます。

コアバリューに基づく CSV経営



*1 Creating Shared Value、共有価値の創造

当社はコアバリューに基づくCSV経営のさらなる進化に向けて、長期経営ビジョンを掲げています。

“「生きる」を創る”ことで
新たな共有価値を創造する



長期経営ビジョン

VISION

“「生きる」を創る”ことで新たな共有価値を創造する

MISSION

私たちは、すべての人が、経済的、身体的、精神的、社会的に満たされ、自分らしく生きることができる社会の実現に、より一層貢献していきます。

そのために、お客様のことを親身になって考え、コアビジネスである「生きるための保険」と保険を超えた顧客価値の提供の両面において、私たちの独自の資源や専門性を活用し、さまざまなステークホルダーと共創していきます。

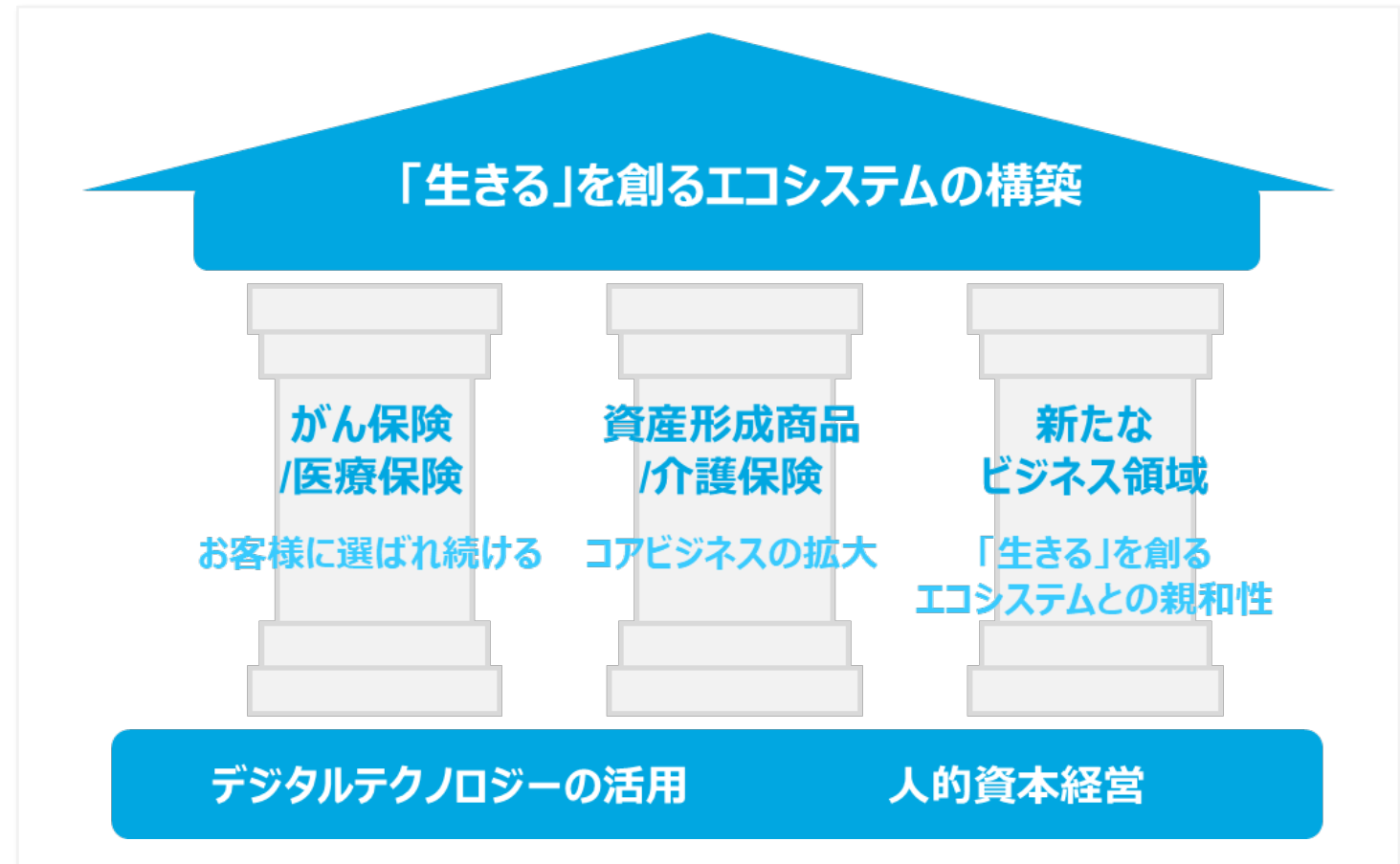
そして、社会的課題の解決と経済的価値の創出を両立することで、新たな共有価値を創造します。

PASSION

私たちのDNAである“パイオニア精神”と“新たな価値を創造する力”を最大限発揮し、お客様の多様な「生きる」に寄りそいながら、高い志と情熱を持って、＜ビジョン＞の実現に挑戦し続けます。

「生きるための保険」のリーディングカンパニーとして、がん・医療・資産形成/介護の3つの領域を強化するとともに、「生きる」を創るエコシステムと親和性のある新たなビジネス領域も開拓することで、お客様の多様なニーズに真によりそう「生きる」を創るエコシステムを構築していきます。

10年後の 目指す姿



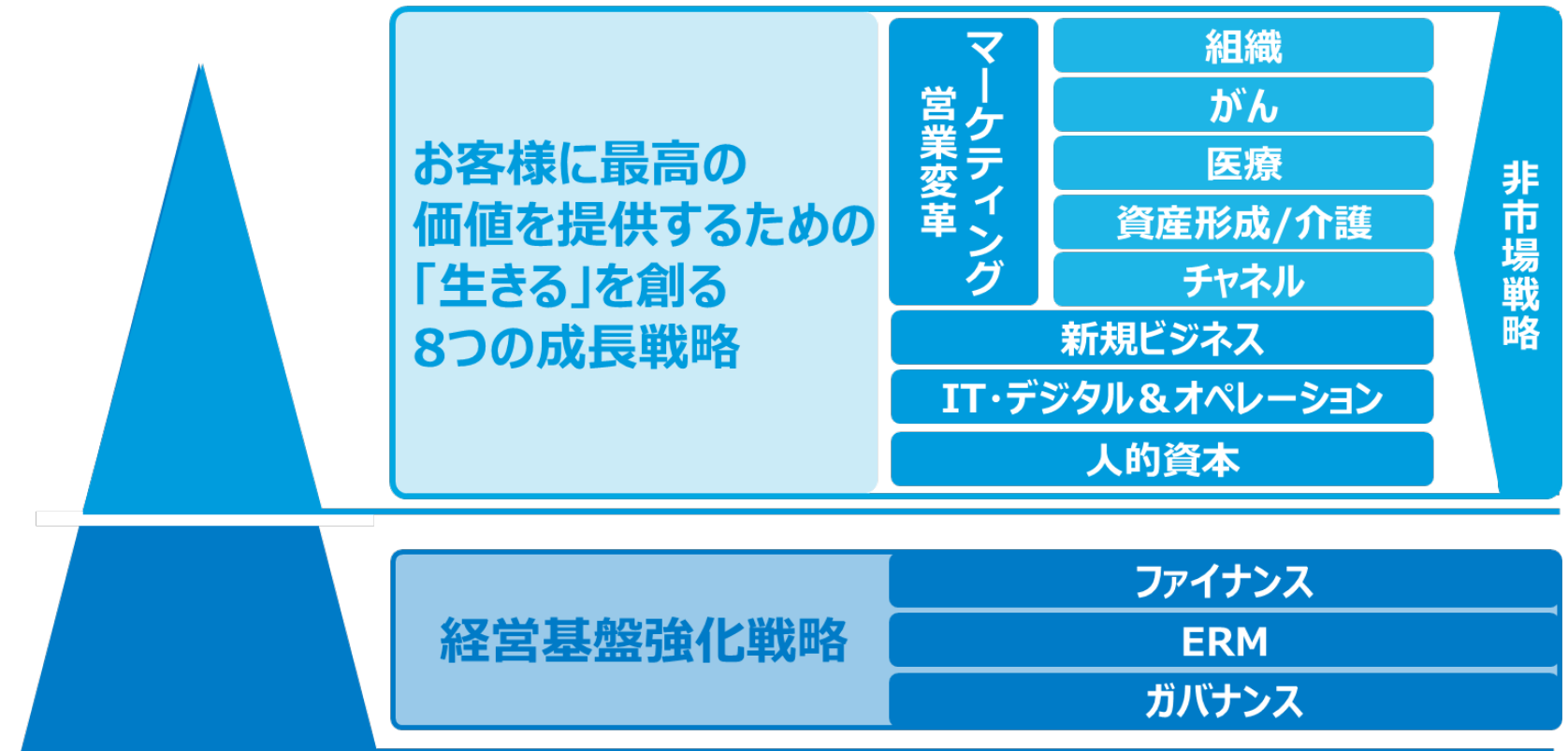
様々なステークホルダーと連携・協業して、お客様のライフジャーニーにおけるがん、医療、介護に関する多様な社会的課題に対するソリューションを総合的に提供する“「生きる」を創るエコシステム”を構築していきます。

「生きる」を創る エコシステム



10年後の目指す姿の実現に向けた最初の3年間の中期経営戦略は、「お客様に最高の価値を提供するための『生きる』を創る8つの成長戦略」、8つの成長戦略と一体となった「非市場戦略」、およびそれら全体を支える「経営基盤強化戦略」で構成しています。

中期経営戦略 (2025～2027年)



5つの戦略からなる「マーケティング営業変革」では、マーケティング営業体制を抜本的に変革し、がん、医療、資産形成/介護を中心とするコアビジネス領域において、お客様視点でのさらなる価値を提供します。

お客様に 最高の価値を 提供するための 「生きる」を創る 8つの成長戦略/ 非市場戦略

マーケティング営業変革



組織

マーケティング営業体制の変革

多様なお客様ニーズにあわせてアジャイルな戦術実行が実現できるマーケティング営業体制へ変革



がんブランド

サービス統合型プロダクトの展開

経済的保障とサービスが一体化したサービス統合型プロダクトを展開*

*がん保険契約者にご提供している「アフラックのよりそうがん相談サポート」については、p.12を参照



医療ブランド

医療エコシステムの構築を視野に入れた医療ブランド戦略の策定

多様なお客様ニーズに対応するとともに、外部環境や生活者のペインポイントを起点としたデザイン思考のもと、中長期的な戦略を策定・実行



資産形成/
介護ブランド

コアビジネスとしての確立・拡大

資産形成ニーズの高まりに応える商品を提供し、コアビジネスとして確立・拡大。加えて、介護関連サービスを活用して介護保険マーケットを開拓



チャネル

多様なお客様ニーズに応えるためのチャネル強化

販売チャネルが抱える課題の解決に向けた取組みを加速

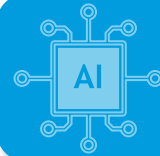
マーケティング営業変革に加え、当社の強みを活かし、新たなビジネス領域の開拓にも取り組んでいきます。

また、成長戦略の実現を強力にドライブするため、デジタルテクノロジーの活用や組織力・人財力の強化にも引き続き取り組んでいきます。



新規ビジネス

「生きる」を創るエコシステムと親和性のある新たなビジネス領域を開拓



IT・デジタル& オペレーション

感動的なお客様体験の提供を実現するため、生成AIなどのデジタルテクノロジーを積極的に活用し、事業を変革



人的資本

人財ポートフォリオに基づく人財育成や、リーダーシップ開発等を通じ、組織力・人財力を更に強化

これらの8つの成長戦略に加え、コアバリューに基づくCSV経営を実現するため、8つの成長戦略と一体となった非市場戦略にも取り組んでいきます。



非市場

コアバリューに基づくCSV経営を実現するため、非市場ステークホルダーへのエンゲージメントに取り組む

お客様に 最高の価値を 提供するための 「生きる」を創る 8つの成長戦略/ 非市場戦略

経営基盤 強化戦略

成長戦略の実現を支えていくため、「ファイナンス」、「ERM」、「ガバナンス」の3つの経営基盤を強化していきます。

戦略的に成長投資を行うとともに、リスクを適切にコントロールしながら、業務執行の機動性向上・内部統制の実効性を強化していきます。



ファイナンス

- ・ 財務戦略立案力の強化
- ・ 長期安定的な資産運用収益の確保と積極的な責任投資の継続
- ・ 再保険の戦略的活用
- ・ 投資原資の確保と成長投資の実現



ERM

- ・ アジャイル思考の統合的リスク管理態勢の確立
- ・ 経済価値ベースのリスク・リターン・資本の一体管理と企業価値の向上



ガバナンス

- ・ 取締役会と業務執行部門の機能分化に基づく業務執行部門の機能発揮のさらなる高度化
- ・ さらなる業務執行の機動性向上に向けたデータドリブン経営の加速
- ・ 内部統制の実効性の強化

ご参考：「アフラックのよりそうがん相談サポート」

サービス統合型プロダクトとして、経済的な保障に加えて「アフラックのよりそうがん相談サポート」をすべてのがん保険のご契約者に提供しています。

よりそうがん相談サポーターが、がん患者やご家族の悩みや不安に傾聴し、寄り添いながら、ご相談の状況に応じた適切なサービス・情報を案内するサービスです。

がん当事者（患者様とご家族）



よりそうがん相談サポーター



 **治療のサポート**

- ・ 専門医紹介サービス
- ・ セカンドオピニオンサービス
- ・ チャット医療相談

など

 **こころのサポート**

- ・ 対面カウンセリング

など

 **生活のサポート**

- ・ 入退院・通院サポート
- ・ オンラインリハビリ・運動
- ・ 家事代行/ミールキット

など

 **お金のサポート**

- ・ 社労士相談

など

※「アフラックのよりそうがん相談サポート」は、アフラックがグループ会社を通じて行うサービスとして提供します。よりそうがん相談サポートで提供する各種サービスの内容は、2025年12月26日現在のものであり、将来変更される場合があります。

ご参考：アフラックのコアバリュー（基本的価値観）

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

多様性と独創性溢れる人間集団として、パイオニア精神をもって常に社会的課題を先取りし、新たな価値の創造に努める。

お客様第一

お客様のニーズに合致した商品と最善のサービスを常に最良の価格で提供し、お客様のことを親身になって考える業務運営を実践し続けることで、お客様の信頼を高め、社会からの厚い信認を獲得する。

人間尊重

社員、アソシエイツをはじめとするビジネスパートナーも含めたすべての人々を尊重し、事業と個人双方の継続的な成長を実現することでステークホルダーの負託に応える。

高い倫理観

企業活動および業務遂行にあたっては、日米両国の法令等の遵守（コンプライアンス）はもとより、公平・正直・誠実など、道理正しく高い倫理観をもって行動することで、企業としての社会的責任を果たす。

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、そして老後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。
私たちは、「生きるための保険」のリーディングカンパニーであり続けるとともに、保険を超えた顧客価値も合わせて提供することで、お客様の「生きる」をトータルに支えていきます。
お客様の多様な「生きる」を支えるために、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る心を大切にしています。
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。

「生きる」を創る。

