

「消費者志向自主宣言」に基づく取り組み結果について

2020年実績報告（継続的取り組み）



2021年8月

アフラック生命保険株式会社

「消費者志向自主宣言」に基づく取り組みについて

消費者志向自主宣言に基づく取り組み一覧 ……P.2～7

「消費者志向自主宣言」に基づく取り組み結果について

方針1. 経営トップのコミットメント ……P.8～22

方針2. コーポレートガバナンスの確保 ……P.23

方針3. 従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成） ……P.24～29

方針4. 部門間の有機的連携 ……P.30～32

方針5. 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換 ……P.33～40

方針6. 消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発 ……P.41～46

アフラックの消費者志向自主宣言



「アフラックの消費者志向自主宣言」の各取組方針に基づく、主に2020年1月から12月の取り組みについてまとめています。

本資料では主に継続的な取り組み、別紙は主に2020年からの新しい取り組みを記載しています。

方針	取組方針		主な取り組み <input checked="" type="checkbox"/> は別紙（新規取り組み） <input type="checkbox"/> は本紙（継続的取り組み）に掲載
方針1	経営トップのコミットメント	<ul style="list-style-type: none"> ● 常に社会のニーズを先取りし、新たな価値の創造に努めます。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「DX認定事業者」の認定を取得 ■ フィンテックの取り組み ■ お客様ニーズの多様化に応える商品ラインアップの充実 ー少額短期保険事業への参入ー ■ 環境経営 □ Aflac VISION2024 □ アフラック 中期経営戦略（2020～2022年） □ お客様本位の業務運営 □ 「がん生態系」の構築 □ がんの予防から予後にわたる広い領域でお客様をサポートするための「がんに関するヘルスケア事業」の推進 □ 「Agile@Aflac」の推進 □ 健康経営 □ 調布スマートシティプロジェクト

アフラックの消費者志向自主宣言



方針	取組方針	主な取り組み <input checked="" type="checkbox"/> は別紙（新規取り組み） <input type="checkbox"/> は本紙（継続的取り組み）に掲載	
方針1	経営トップの コミットメント	<ul style="list-style-type: none"> ● 徹底したお客様起点による商品・サービスを追求します。 ● お客様一人ひとりに対し、思いやりのある親身なサービスを提供します。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 保険のご相談からお申込みまでオンラインで実現できる「アフラックのオンライン相談」の導入 □ お客様のライフステージや医療環境の変化に対応していく「アフラック式」の推進 □ お客様に保険金・給付金を確実に支払うための態勢
		<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティを推進し、すべての社員の多様性を尊重することで、その能力を最大限に発揮できる環境を創り、多様化するお客様のニーズに応えます。 	<ul style="list-style-type: none"> □ イノベーション企業文化の醸成に向けた「ダイバーシティの推進」と働き方改革「アフラック Work SMART」 □ がんや病気に罹った社員の就労支援 □ がんを経験した社員によるコミュニティ「All Ribbons」
		<ul style="list-style-type: none"> ● 法令等の遵守（コンプライアンス）をすべてに対して常に優先し、企業としての社会的責任を果たします。 	<ul style="list-style-type: none"> □ コンプライアンス態勢 □ 利益相反取引の把握・管理

アフラックの消費者志向自主宣言



方針	取組方針		主な取り組み <input checked="" type="checkbox"/> は別紙（新規取り組み） <input type="checkbox"/> は本紙（継続的取り組み）に掲載
方針2	コーポレートガバナンスの確保	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様を保護すること、ならびにお客様の満足度を高めることが、企業として持続的に成長するための基盤であることを深く認識し、それを前提として内部管理態勢を構築します。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 危機管理態勢 事業継続計画（BCP）について ■ 危機管理態勢 新型コロナウイルス感染症に関するお客様への特別取扱いについて □ コーポレートガバナンスに関する基本方針 □ 機関設計
方針3	従業員の積極的活動 （企業風土や	<ul style="list-style-type: none"> ● 全役職員がお客様視点を意識する組織風土の維持・向上に努め、教育・啓発を継続的に実施します。 	<ul style="list-style-type: none"> □ お客様にとって最適な保険商品・サービスを提案するための販売代理店サポート □ 社会貢献活動を支える社員・販売代理店の取り組み □ 多様化するお客様のニーズにお応えするための社員の知識習得や意識醸成
	従業員の意識の醸成)	<ul style="list-style-type: none"> ● ご高齢のお客様や障がいをお持ちのお客様等、お客様の個別事情に配慮し、分かりやすく、丁寧な対応を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> □ 障がい等をお持ちのお客様との円滑なコミュニケーションのためのサービス

アフラックの消費者志向自主宣言



方針	取組方針	主な取り組み <input checked="" type="checkbox"/> は別紙（新規取り組み） <input type="checkbox"/> は本紙（継続的取り組み）に掲載	
方針4	部門間の 有機的連携	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様からお寄せいただくご相談・ご要望および苦情等を「お客様の声」として真摯に受け止め、お客様視点に立ち、迅速、誠実かつ公正な対応を行います。 ● 日々寄せられる「お客様の声」は全社をネットワークで結ぶ「お客様の声」データベースに集約し一元管理するとともに、迅速かつ組織的に対応すべく必要な部門間での情報共有を図ります。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 「お客様の声」を幅広く把握するための取り組み <input type="checkbox"/> 「お客様の声」の状況 <input type="checkbox"/> 「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
		<ul style="list-style-type: none"> ● 法令等の遵守（コンプライアンス）に懸念のある「お客様の声」については、速やかにコンプライアンス部門等必要な部門間の情報連携を行います。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 3つのラインで推進するコンプライアンス

アフラックの消費者志向自主宣言



方針	取組方針		主な取り組み <input checked="" type="checkbox"/> は別紙（新規取り組み） <input type="checkbox"/> は本紙（継続的取り組み）に掲載
方針5	消費者への 情報提供の 充実・双方向 の情報交換	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様がアクセスしやすい環境（コールセンター、ホームページ等）を整備するとともに、各種媒体を通じた情報提供に努めます。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」のサービスの拡充 <input type="checkbox"/> アフラックペアレンツハウス <input type="checkbox"/> アフラック小児がん経験者・がん遺児奨学金制度 <input type="checkbox"/> My Special Aflac Duck <input type="checkbox"/> がんに関する展示会 <input type="checkbox"/> がん教育 <input type="checkbox"/> がん検診受診率向上を目指し、国・地方自治体との連携 <input type="checkbox"/> がん電話相談
		<ul style="list-style-type: none"> ● お客様から商品・サービスに関する評価やご意見を積極的に伺います。 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 2020年お客様評価の調査実施について <input type="checkbox"/> お客様に安心して保険をご継続いただくための「お客様ふれあい活動」の実施 <input type="checkbox"/> お客様視点に立ったサービス向上に向けた取り組み

アフラックの消費者志向自主宣言



方針	取組方針	主な取り組み <input checked="" type="checkbox"/> は別紙（新規取り組み） <input type="checkbox"/> は本紙（継続的取り組み）に掲載	
方針6	消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様にご満足いただける商品・サービスの提供を継続するとともに、さらなる向上・改善に努めます。 ● 「お客様の声」の分析を通じて、真の原因を究明し、業務改善ならびに苦情の再発防止に繋がります。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 簡単で便利な保険料お支払い方法の拡充 ■ がんの治療を幅広くまとめて保障する〈生きるためのがん保険Days1 ALL-in〉〈生きるためのがん保険Days1 ALL-inプラス〉の発売 ■ ムダなく最適な保障を備えられる〈医療保険 EVER Prime〉の発売 ■ がん手帳アプリ「Welby マイカルテONC」の提供 □ 「ご契約に関するお手続きNAVI」のリニューアル □ 「ご高齢のお客様に対する現況確認サービス」の実施 □ AANET「生命保険料控除証明書発行・再発行」デジタル手続きの取り扱い開始について □ コールセンター業務における国際基準のお客様対応力の評価
		<ul style="list-style-type: none"> ● お客様の個人情報の適切な保護および管理の強化に取り組みます。 	<ul style="list-style-type: none"> □ 情報セキュリティに関する取り組み □ 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

方針1.経営トップのコミットメント



- 常に社会のニーズを先取りし、新たな価値の創造に努めます。

Aflac VISION2024

- ✓ 2024年に迎える創業50周年に向けて策定した「Aflac VISION2024」において、「生きるための保険」のリーディングカンパニーから「生きる」を創るリーディングカンパニーへの飛躍を掲げ、企業価値のさらなる向上とともに持続的な成長を目指しています。



アフラック 中期経営戦略（2020～2022年）

- ✓ 2020年からの3年間で「Aflac VISION2024」の実現のための重要な期間と位置付けて、特に注力すべき経営戦略として「アフラック 中期経営戦略（2020～2022年）」を策定しました。

1 新たなガバナンス態勢のもとでの機動的な業務運営の強化

基本的な方針

- 取締役会と業務執行部門の機能分化に基づく機動性向上
- 業務執行部門における権限委譲に基づく機動性向上
- 3つの責任¹⁾に基づく機動性向上

2 人財マネジメントに関する抜本的制度改革

基本的な方針

- 当社のコアバリュー（基本的価値観）との整合性確保
- 多様な人財が互いの価値観を尊重し合い、生き生きと働ける環境整備
- 「自分を創る。未来を創る。」²⁾

4つの戦略

3 成長のためのイニシアチブ

基本的な方針

- ライフステージに応じた最適な保障の提供
- 「生きる」を創る新たな商品・サービスの創造
- 感動的なお客様体験の提供

4 強固な財務基盤の維持と成長投資

基本的な方針

- 成長するための投資原資の創出
- 全社的な観点から事業全体としてリスクをコントロールするリスク管理態勢の強化

*1. 3つの責任とは、「結果責任」「最善のプロセスを確保する責任」「説明責任」を指します。

*2. 「自分を創る。未来を創る。」とは、社員自らが成長し続けることが会社の持続的な成長につながるという想いを込めて掲げている人財育成の方針です。

方針1.経営トップのコミットメント



お客様本位の業務運営

- ✓ 企業理念に「お客様第一」を掲げるとともに、ブランドプロミスにおいてお客様一人ひとりが自分らしく充実した人生を創ることを願いとするなど、お客様に寄り添い、お客様本位に考える姿勢を大切にしています。
- ✓ こうした基本姿勢を改めて社内外に明示するため、2017年2月には「消費者志向自主宣言」を公表、同年6月には「お客様本位の業務運営に係る方針」を策定し、業務運営を行うとともにKPI*を設定し、本方針に基づく取り組み内容を定期的に確認し、その結果をホームページを通じて公表する態勢を整えています。

お客様本位の業務運営に係る方針

方針1.
保険商品・サービスの開発、お客様へのご提案

方針2.
保険契約ご継続中におけるサポート

方針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

方針4.
販売代理店の育成、従業員の教育等

方針5.
お客様本位の業務運営を実現するための態勢

2020年の取り組み結果

KPI（2020年）

保険金・年金・給付金支払件数
お客様満足度

取り組み結果（2020年）

左記の方針1～5の
それぞれに合致する主な取り組み

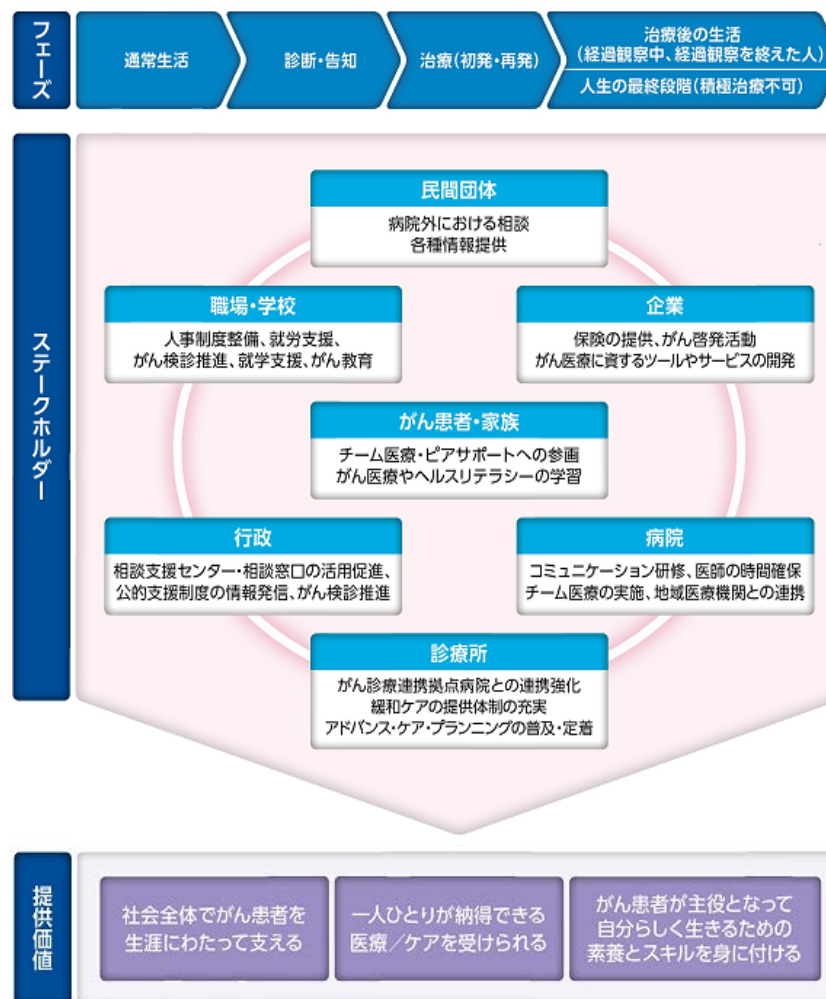
*KPI（Key Performance Indicator）は、「お客様本位の業務運営に係る方針」に基づく取り組みの進捗状況について定量的に把握し、その取り組みをより一層推進するための成果指標です。

方針1.経営トップのコミットメント



「がん患者エコシステム」の構築

- ✓ がんに関する社会的課題を解決するために、さまざまなステークホルダーとともに課題解決を目指す「がん患者エコシステム」の構築に取り組んでいます。
- ✓ 「がん患者エコシステム」とは、がん患者*を取り巻く、身体的・精神的な問題、さらには就労を含む経済的・社会的な問題などを包括的かつ総合的に解決するために、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・協業するためのプラットフォームです。



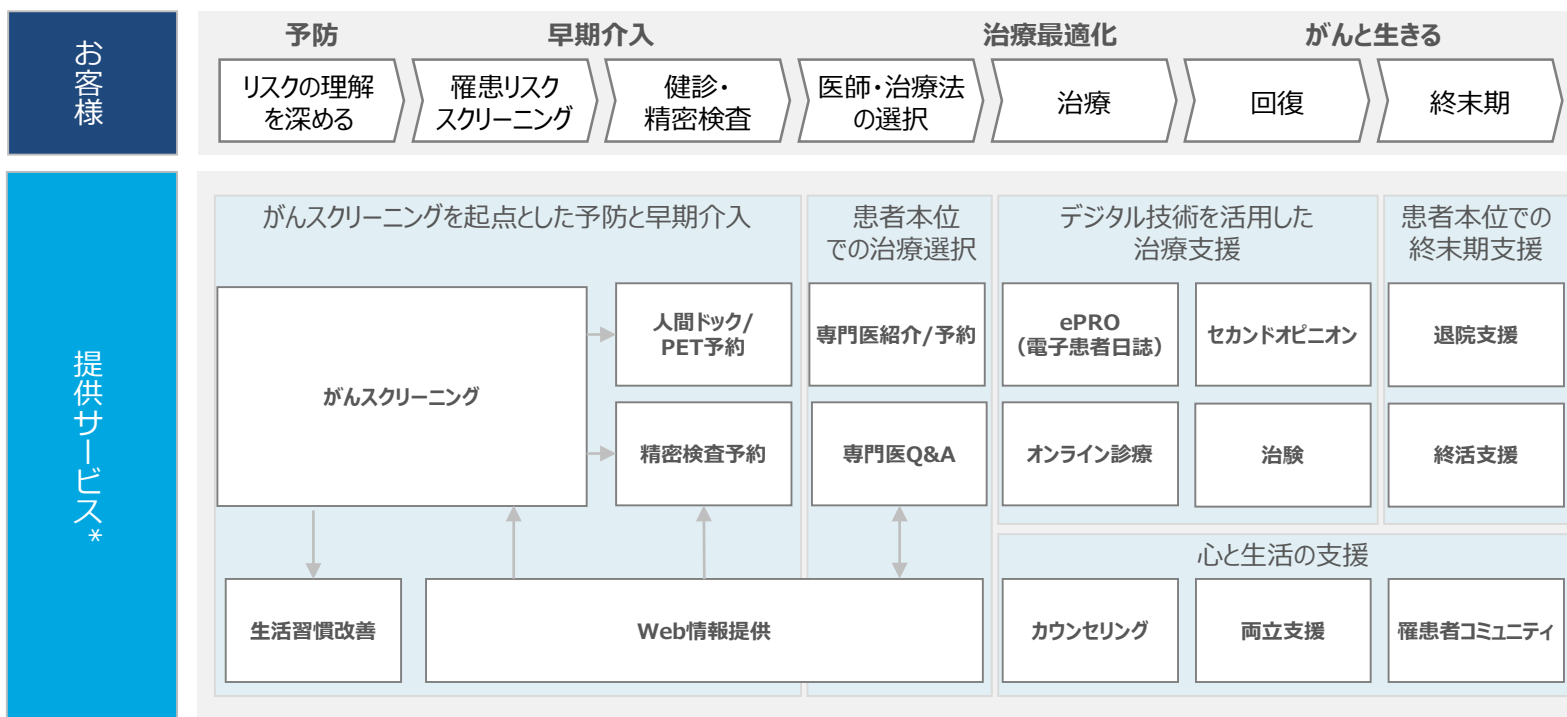
* がんと診断された時から、がんの治療前、治療中、治療後のいかにかわらず、がんを経験された人々すべてを「がん患者」と定義しています。

方針1.経営トップのコミットメント



がんの予防から予後にわたる広い領域でお客様をサポートするための「がんに関するヘルスケア事業」の推進

当社は、がんに関する課題の解決に取り組む協業先とのパートナーシップを通じて、がんの予防から予後にわたる広い領域において、お客様に最適なソリューションを提供することを目指しております。



* 2021年8月時点で提供されていないサービスも含まれます。

方針1.経営トップのコミットメント



「Agile@Aflac」の推進

- ✓ 変化の激しい時代に柔軟かつスピーディーにお客様へ価値を提供していくため、当社独自の取り組みとして「Agile@Aflac」と称し、アジャイル型の働き方*を全社に展開しています。
- ✓ Agile@Aflacの推進専門組織であるアジャイル推進室は、機動的な業務運営に適したガバナンスや権限、組織の在り方などの会社の枠組みを整備するほか、各種トレーニングを社内開発し、これまでに延べ4,000人を超える役職員に展開しています。
- ✓ アジャイル型の働き方を実践する機能横断チームは、これまでに91チーム組成され、延べ700名を超える社員が参画しています。
- ✓ 今後も「Agile@Aflac」を通じ、お客様のニーズや外部環境の変化に対して柔軟かつスピーディーに対応しながらお客様の体験価値の向上に努めていきます。



*お客様ニーズを満たす最小単位の価値を短期間のサイクルで創出し、お客様からのフィードバックを得ながら継続して改善していく働き方を意味しています。

●「Agile@Aflac」の推進を通して実現したいこと

	顧客エンゲージメントの向上 (お客様の体験価値の向上) お客様に最も価値のある商品・サービスの提供を最優先に考え、お客様の体験価値を向上する
	商品・サービスの提供スピードの向上 改善のサイクルを高速度化させ、お客様への価値提供のスピードを早める
	効率性の向上 (資源配分) 透明性と優先順位を明確にし、チームの活動を生産的にする
	人材エンゲージメントの向上 (社員の働きがいの向上) チームの自律性/主体性を大切に、社員の働きがいを高める

●アジャイルを実践するうえでの5つの原則

	顧客価値にフォーカス お客様への価値提供を最優先に考える
	エンパワーメント チームが自律的に活動できるように権限を委譲
	機能横断的 意思決定に必要な専門性をもつメンバーでチームを構成
	反復的プロセス お客様からフィードバックをもらいながら商品・サービスを継続的に改善
	実証的アプローチ 数字やデータを基に、試行し学ぶことで、結果を迅速に次に活かしていく

方針1.経営トップのコミットメント



健康経営(1/2)

- ✓ 「生きる」を創るリーディングカンパニーを目指すためには、社員が生き生きと活躍することが不可欠であるという考えのもと、2016年12月に「アフラック健康経営宣言」を制定し、社員がワークでもライフでも生き生き活躍できる“Keep in Fit!”なライフスタイルの推進に取り組んでいます。
- ✓ 社員が目指すべき理想的なワーク・ライフサイクルの実現に向け、運動・肥満・食事・禁煙・ウーマンズヘルス・睡眠等にフォーカスしたさまざまな施策を実施しています。

「全般」

- ・生活習慣向上のため、運動、肥満、食事、禁煙、ウーマンズヘルス、睡眠等のテーマから、自身の生活習慣目標を設定し、所属部署単位で目標を共有し励まし合いながら、目標達成に向けて、14週間活動するプログラムを実施

※beyond2020マイベストプログラム認証事業として、内閣官房東京オリンピック・パラリンピック推進本部事務局に認証されました。

「運動／肥満」

- ・全社員が参加できるウォーキングキャンペーンを実施（社員の6割以上が参加）

「食事」

- ・食習慣改善のためのオンラインセミナーを実施

「禁煙」

- ・就業時間中は終日禁煙とする「ビジネス禁煙365」を実施

「ウーマンズヘルス」

- ・乳がん啓発のためのオンラインセミナーを実施

「睡眠」

- ・睡眠改善のためのオンラインセミナーの実施や睡眠アプリを提供



方針1.経営トップのコミットメント



健康経営(2/2)

- ✓ ウォーキングキャンペーンや禁煙等の健康増進のための取り組みや、がん・傷病 就労支援プログラム等に取り組んでいます。当社は4年連続で「健康経営優良法人2021（大規模法人部門）～ホワイト500～」(上位500法人)に認定されました。
- ✓ 「健康経営優良法人2021（大規模法人部門）～ホワイト500～」(上位500法人)は、日本健康会議と経済産業省が、健康経営に取り組む優良な法人を「見える化」することで、従業員や求職者、関係企業や金融機関などから「従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人」として社会的に評価を受けることができる環境を整備することを目標とした制度です。
- ✓ 当社は今後も、社員が心身ともに健康かつ生き生きと仕事に取り組むための活動を積極的に行っていきます。

方針1.経営トップのコミットメント



調布スマートシティプロジェクト

- ✓ 1994年に東京都調布市に初の自社ビルを建設し、2007年には同市の企業立地等促進支援条例に基づき調布駅前再開発ビルに新たなオフィスを確保するなど事業基盤を拡大するとともに、四半世紀にわたり調布市との協力関係を築いてきました。
- ✓ 2019年8月には、調布の街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。
- ✓ 調布市におけるスマートシティを実現するため、2021年6月に「調布スマートシティ協議会」を調布市、国立大学法人電気通信大学、特定非営利活動法人調布市地域情報化コンソーシアム、当社の4者で設立しました。調布スマートシティは、産学官が連携のもと、共有価値を創造し、社会的課題の解決と経済的価値の創出を両立する「共有価値創造型スマートシティ」をコンセプトとしており、今後、さまざまな活動を行っていく予定です。



方針1.経営トップのコミットメント



- 徹底したお客様起点による商品・サービスを追求します。
- お客様一人ひとりに対し、思いやりのある親身なサービスを提供します。

お客様のライフステージや医療環境の変化に対応していく「アフラック式」の推進

「アフラック式」とは・・・

当社は、人生100年時代を迎えるなか、お客様が「生きるリスク」にしっかりと備えていただくため、公的制度や医療環境の変化、さらにはライフステージごとのリスクに応じた最適な保障を提案し続ける「アフラック式」を展開しています。



- ✓ お客様が健康に不安をお感じになっていたとしても常に最新かつ最適な保障を備えることができるよう、がん保険や医療保険を中心に継続的に商品ラインアップを強化しています。
- ✓ 当社のがん保険や医療保険にご加入いただいているお客様が保障の見直しを行う際は、お客様のご要望に沿った見直し方法（条件付解約、追加契約、特約の中途付加）*1をご利用いただくことが可能です。
- ✓ テレビCMやご契約者様専用サイト、アフラックメール*2（年に1度お送りしているご契約内容のお知らせ）、代理店からの情報などを通じて広く周知し、代理店に対しては「アフラック式」に基づいたご提案が適切に行えるように教育を行っています。

*1. 条件付解約は、現在のご契約を解約し、新しいご契約に加入することで保障内容などを充実させることができます。
追加契約は現在のご契約はそのまま継続し、そのご契約とは異なる内容を追加することで保障を充実させることができます。
特約中途付加は、現在ご契約の保障内容や保険期間は変えずに保障を充実させることができます。
それぞれの見直し方法の詳細は<https://www.aflac.co.jp/keiyaku/tokuyaku/> をご覧ください。

*2. 年に1度お送りしているご契約内容のお知らせです。

方針1.経営トップのコミットメント



お客様に保険金・給付金を確実にお支払いするための態勢

- ✓ 2020年度の保険金・給付金お支払い実績は、合計225万件・4,866億円*でした。
- ✓ 保険金・給付金をお客様へ正確にお支払いするため、そのお支払いをする前に、支払内容の正確性と妥当性について検証しています。
- ✓ お客様に寄り添った温かみのある給付サービスを目指し、保険金・給付金支払い専門のコールセンターを設置しています。
また、大規模災害時にも確実なお支払いができるよう、東京・大阪・仙台のコールセンターに加え、福岡にも拠点を設置し、4拠点で確実にお支払いするための態勢を整えています。

*保険金・給付金お支払い実績は、年金を含みません。

方針1.経営トップのコミットメント



- ダイバーシティを推進し、すべての社員の多様性を尊重することで、その能力を最大限に発揮できる環境を創り、多様化するお客様のニーズに応えます。

イノベーション企業文化の醸成に向けた「ダイバーシティの推進」と働き方改革「アフラック Work SMART」

- ✓ すべての社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ことで、持続的な成長を目指すダイバーシティの推進に積極的に取り組んでいます。さまざまな能力や発想、価値観を持つ社員が、お互いに影響を及ぼし合いながら働くことで、さらなるイノベーションを起こし、新たな価値を創造していくことを目指しています。

《主な取り組み》

■ 女性の活躍推進に向けた取り組み

- 2014年に「女性の活躍推進プログラム」を開始し、取り組み目標として、「2020年に指導的立場*1に占める女性社員の割合を30%とする」「2025年にライン長*2ポストに占める女性割合を30%とする」という2つの取り組み目標を掲げています。指導的立場に占める女性割合の目標は2019年に1年前倒しで達成しました。また、ライン長ポストに占める女性割合の目標は、2020年にマイルストーンとしていた20%を達成しました。

*1.課長代理以上の役職 *2.直属の部下を持つ管理職

■ 多様な人財が活躍できる環境の整備

- 育児・介護と仕事を両立させるための取り組みとして、子どもが生まれたすべての男性社員を対象に「配偶者出産休暇」と「育児休職（5営業日までは有給）」の取得を目標化し、男性社員の育児参画を促進しました。また、介護と仕事を両立する社員が働きやすい職場環境をつくることを目的とした「仕事と介護の両立セミナー」を実施しました。
- LGBTQ*1に関する取り組みとして、LGBTQ当事者によるコミュニティの運営、お客様向けに同性パートナーの死亡保険金受取人指定や被保険者の性別変更（一定条件を満たした場合）を可能にするなどの取り組みを実施しました。
- PRIDE指標*2において4年連続で最高評価の「ゴールド」を受賞しました。
- 当社のオフィス空間にアフラック・ハートフル・サービスの社員が制作した感性豊かなアート作品を展示しました。

*1.セクシュアル・マイノリティ（性的少数者）の総称の一つ *2.LGBTQなどの性的少数者に関する取り組み評価



方針1.経営トップのコミットメント



- ✓ 当社は、働き方改革に向けて「アフラック Work SMART」を推進しています。本取り組みは、社員一人ひとりが仕事の進め方を見直すとともに、「時間」と「場所」に捉われない働き方の実現に向けた制度・インフラの整備を通して社員のワークライフマネジメントを支援し、組織としてのパフォーマンスを最大化させることを目指しています。

《主な取り組み》

■ 組織パフォーマンス最大化に向けた取り組み

- 仕事の進め方の基本指針として「Work SMART5原則」を定め、時間外労働の削減の観点に留まらず仕事の進め方を抜本的に見直しています。
- ニューノーマルにおける働き方への取り組みを組織単位で策定し、全社へ公開しました。

Work SMART5原則

S	視野を広く持つ	● See the big picture
M	目的を考える	● Maintain focus
A	自分から動く	● Act with Initiative
R	対話を重ねる	● Respect dialogue
T	時間を意識する	● Think time-value

■ ワークライフマネジメントの実現に向けた取り組み

- 「時間」に捉われない働き方として、すべての社員を対象にシフト勤務やフレックスタイム制度などの柔軟な勤務制度や時間単位による年次有給休暇を導入しています。
- 「場所」に捉われない働き方として、すべての社員を対象に在宅勤務制度を導入しました（シンクライアント形式のノートPCやタブレット端末、スマートフォンなどを社員に配布）。
- あわせて、都市部にある部署の業務を地方の社員がリモートで行う「リモートキャリア制度」を導入しました。
- 遠隔勤務でも自らがあたかもそこにいるようなコミュニケーションができる自律走行型パーソナルロボット「temi」を導入しました。



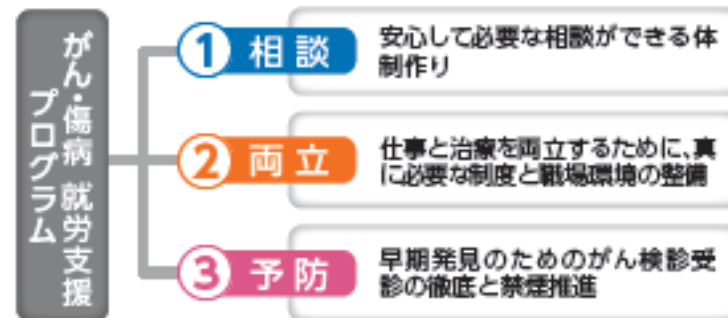
temi

方針1.経営トップのコミットメント



がんや病気に罹った社員の就労支援

- ✓ 社員が「がんや病気に罹っても安心して自分らしく働く」ことを支援するために、「がん・傷病 就労支援プログラム」に取り組んでいます。
- ✓ 治療と仕事を両立できる環境づくりのために、がんなどの傷病に罹患した社員一人ひとりを、本人・上司・産業医・人事部が連携・支援する体制のもと、全社員を対象にe-ラーニングや座談会を実施しています。また、社内体制や制度の周知、両立に役立つ情報を一元化したポータルやがんなどの傷病と仕事の両立のための制度や職場でのサポートの在り方をまとめた「がん・傷病 就労支援ハンドブック」を社員に公開しています。



がんを経験した社員によるコミュニティ「All Ribbons」

- ✓ 2017年12月、がんを経験した社員コミュニティ「All Ribbons」を立ち上げ、がんを経験した社員が自身の経験を活かし、がん治療と仕事の両立に悩む社員のサポートや各種制度の運用の見直し、新たな商品・サービスの開発支援などに協力しています。
- ✓ 現在、社内公募によって集まった30～50代の22人（男性11人、女性11人：2021年6月末時点）が、メンバー同士の情報交換や自身の体験談の公開、相談窓口の開設、社員向けパネルディスカッション、「All Ribbons Cafe（対話型イベント）」の実施、他社交流などの活動を行っています。



方針1.経営トップのコミットメント



- 法令等の遵守（コンプライアンス）をすべてに対して常に優先し、企業としての社会的責任を果たします。

コンプライアンス態勢

✓ 企業理念

当社は、「企業理念」の一つに「法令等の遵守（コンプライアンス）」を掲げ、企業活動及び業務遂行にあたっては、日米両国の法令や役職員の倫理的指針である行動倫理憲章等の遵守をすべてに対して常に優先し、企業としての社会的責任を果たすと宣言し、コンプライアンス重視の企業姿勢を社内外に明確に示しています。

✓ 行動倫理憲章

当社は、「創業の想い」「The Aflac Way」「企業理念」「ブランドプロミス」に表されるコアバリュー（基本的価値観）を「行動倫理憲章」に反映させ、役職員が実際に行動に移す際の具体的な指針としています。役職員は憲章の内容を理解し遵守することについて、毎年誓約を行っています。

✓ 行動指針

当社は、「生きるための保険」のリーディングカンパニーとして、その社会的責任を果たし、お客様や社会からの期待に応えるために「アフラック行動指針」を制定し、オフィシャルホームページにて公表しています。

✓ 法令等遵守に係る基本方針

当社は、企業活動や業務遂行において適切性及び健全性を確保し、生命保険会社の社会的責任と公共的使命を全うするために法令等遵守態勢を整備し、またそれを維持することを「法令等遵守に係る基本方針」に定めています。

方針1.経営トップのコミットメント



利益相反取引の把握・管理

- ✓ 「利益相反管理方針」等の規程を定め、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引（利益相反の可能性のある取引）の把握・管理を行っています。
- ✓ 「利益相反管理方針」等の規程に則り、毎年四半期ごとに対象取引の有無を確認していますが、今期間（2020年1月から12月末）においても、対象取引は認められませんでした。

方針2.コーポレートガバナンスの確保



- お客様を保護すること、ならびにお客様の満足を高めることが、企業として持続的に成長するための基盤であることを深く認識し、それを前提として内部管理態勢を構築します。

コーポレートガバナンスに関する基本方針

- ✓ ステークホルダーとの約束である「『生きる』を創る。」というブランドプロミスを経営の根幹に位置付け、いつの時代においても、社会の要請に応え、健全なビジネスを展開しながら、広く日本の社会に貢献するため、企業活動を行っています。また、当社のステークホルダー（お客様、ビジネスパートナー、社員、株主、社会）を絶えず意識した業務を通して、独自の資源や専門性を活用して社会の課題を解決し、社会のニーズに応える結果、経済的価値を生み出す企業活動、すなわち「共有価値の創造=Creating Shared Value : CSV」を経営のあり方として追求しています。
- ✓ 創業の想いやブランドプロミスなどに表されるコアバリュー（基本的価値観）に基づきながら、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し、社会的信頼に応えることをコーポレートガバナンスにおける基本的な考え方として、強固なガバナンス態勢の維持・強化に努めています。

機関設計

- ✓ 会社法における監査役会設置会社を統治形態として採用し、取締役会と代表取締役を含む執行役員及び業務執行部門との有機的なつながりによって、迅速かつ効果的な意思決定と業務執行が行われるガバナンス態勢を確保しています。



方針3.従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）



- 全役職員がお客様視点を意識する組織風土の維持・向上に努め、教育・啓発を継続的に実施します。

お客様にとって最適な保険商品・サービスを提案するための販売代理店サポート

- ✓ 「お客様にとって価値ある最良の商品・サービス」を提供するため、その担い手である販売代理店の販売体制を強化し、より幅広く商品・サービスを提供できるよう、販売代理店をサポートしています。
- ✓ 販売代理店の特性・成長レベルに応じて、全国の営業部・支社の社員による研修を定期的に行っています。
- ✓ 全国規模の研修会や専門講師による研修を開催することによって、販売代理店のより高度な知識・スキルの習得を支援しています。

方針3.従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）



社会貢献活動を支える社員・販売代理店の取り組み(1/2)

社員や販売代理店がコアバリューを実践する機会として、社会貢献活動を支える取り組みを積極的に行っています。

✓ アフラック・キッズサポートシステム

アフラックペアレンツハウス及びアフラック小児がん経験者・がん遺児奨学金制度の安定的な運営を目的とした当社独自の社会貢献プログラムです。2021年3月末までの累計寄付金額は約37億円となりました。

✓ ワンハンドレッドクラブ

1993年にスタートした社員による任意の募金活動で、社員が指定する金額（1口100円・任意口数）を毎月の給与から控除し、アフラック・キッズサポートシステムやゴールドリボン運動などへ寄付しています。約7割の社員が参加しており、社員による寄付の総額に対して、会社が同額を拠出するマッチングギフトを行っています。

✓ 街頭募金活動

アフラック小児がん経験者・がん遺児奨学金制度を支える活動として、毎年、がん征圧月間である9月を中心にアフラック全国アソシエイツ*会が主体となり、全国各地で街頭募金活動を行っています。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、開催を中止しましたが、街頭募金に代わる新たな募金活動の取り組みとして、公益財団がんの子どもを守る会とともに、Yahoo!ネット募金の受付を開始しました。

*アソシエイツ：アフラックの保険販売代理店

方針3.従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）



社会貢献活動を支える社員・販売代理店の取り組み(2/2)

社員や販売代理店がコアバリューを実践する機会として、社会貢献活動を支える取り組みを積極的に行っています。

✓ ダックチャリティー

アフラックダックのぬいぐるみを購入すると、それに連動してアフラック・キッズサポートシステムへ1羽につき10円の寄付を行う仕組みです。2021年3月末までの累計寄付金額は約2億5,262万円となりました。



《小児がん支援団体に対する支援》

新型コロナウイルス感染症の拡大が長期化するなか、小児がん患者とそのご家族を取り巻く環境は大きく変わりました。治療中の感染リスクという精神的な負担はもちろんのこと、感染を避けるために必要な交通費・宿泊費などの経済的負担も増加しています。その一方で、小児がん支援団体においては、各種チャリティーイベント等の中止により、活動資金となる寄付金が減少する状況にありました。こうした状況を踏まえて、当社は、役職員及びアフラック全国アソシエイツ会に対して寄付を呼び掛けるとともに、その寄付額と同額をマッチングし、小児がん支援団体に対して、総額約4,600万円の寄付を行いました。

方針3.従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）



多様化するお客様のニーズにお応えするための社員の知識習得や意識醸成

- ✓ 高齢者や障がいをお持ちの方など多様なお客様に寄り添い、応対していく意識醸成と知識の習得を目的に、指導的立場である管理職に対して、2019年からユニバーサルマナー検定3級取得講座を実施しました。
- ✓ お客様がご覧になる帳票等のデザインをよりわかりやすいものに改善するために「見やすい、わかりやすい、伝わりやすい」ユニバーサルコミュニケーションデザインの知識・スキルを習得できるUCDA認定2級取得講座を実施しました。また、これまで以上にお客様にとってわかりやすい情報提供ができるように資材を作成した結果、〈医療保険 EVER Prime〉のパンフレットについて、一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会（UCDA*）より、UCDA認証を取得しました。
- ✓ お客様からのご意見等を経営に効果的に反映させるとともに、お客様からのご指摘やご相談等に対して迅速かつ適切な対応が実施できる人財の育成を目的として、内閣総理大臣及び経済産業大臣事業認定資格である消費生活アドバイザーの資格取得を推進しました。その結果、社内の有資格者は66名となり、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（2021年4月1日現在）。

*UCDAとは、産業・学術・生活者の議論によって、「わかりやすさ」の基準を策定し、情報コミュニケーションが生活者にとって「見やすく、わかりやすく、伝わりやすい」デザインになっているかを評価・認証する国内唯一の第三者機関です。

方針3.従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）

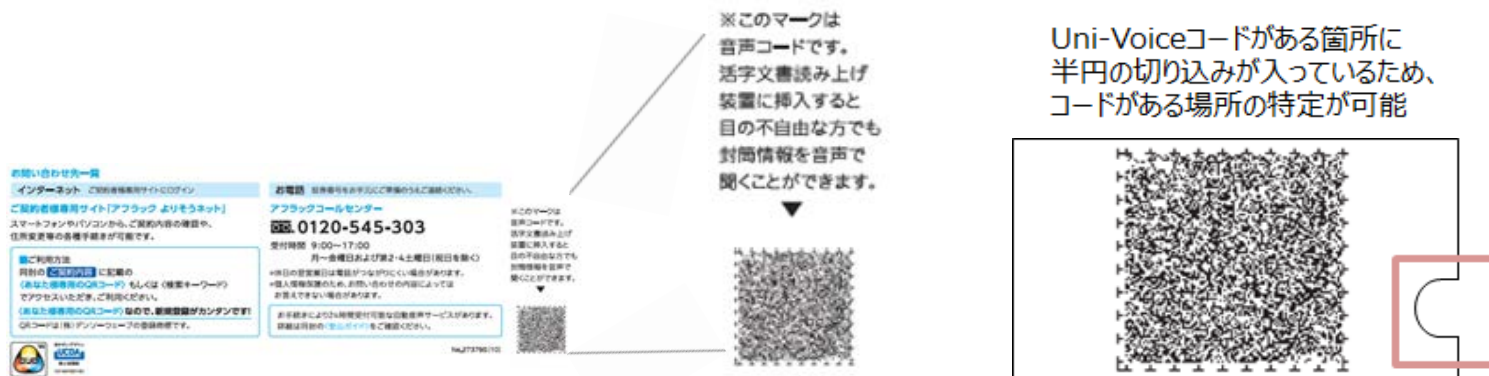


- ご高齢のお客様や障がいをお持ちのお客様等、お客様の個別事情に配慮し、分かりやすく、丁寧な対応を行います。

障がい等をお持ちのお客様との円滑なコミュニケーションのためのサービス(1/2)

1. 音声コードUni-Voice（ユニボイス）の新規導入

- ✓ 目の不自由な方に向けた対応として、アフラックメール発信用封筒に郵送物の情報をスマホアプリより音声で聞くことが出来る音声コードUni-Voice（ユニボイス）を導入しました。



2. 従来からのサービス（1）

- ✓ アフラックのお店（よくわかる！ほけん案内・アフラックサービスショップ）には、コミュニケーションを円滑化するためのさまざまな備品等を設置しています。

コミュニケーションボード



絵を指し示して意思疎通を図ります

耳マーク



筆談でご用件を承ることを明示します

筆談ボード



筆談で意思疎通が図れます

方針3.従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）



障がい等をお持ちのお客様との円滑なコミュニケーションのためのサービス(2/2)

2. 従来からのサービス（2）

- ✓ 耳や言葉の不自由なお客様からのお問い合わせの際に、ミライロ社の手話通訳オペレーターがビデオ電話を通じて手話や筆談により受付、その内容を当社コールセンターにリアルタイムで音声通訳を行う手話通訳サービス*を導入しています。



- ✓ 目や手が不自由などの理由で書類の記入が困難なお客様には、ご親族や民生委員、当社社員などによる書類の代理記入を行います。
- ✓ 目が不自由なお客様には、ご要望に応じて、書類の代読を行います。
- ✓ 目が不自由なお客様からのご要望により、ご契約内容の一定の基本項目を点字化した「点字ご契約内容説明書」の提供を行っています。

*アフラック手話通訳サービスを実際にご利用の場合は「Skype、FaceTimeのアフラック手話通訳サービスをご覧ください。」のアカウントへビデオ通話にてご連絡ください。

詳細は https://www.aflac.co.jp/home_support_sign_language.html をご覧ください。

その他、耳や言葉、目の不自由なお客様向けに手続き方法やお問い合わせ窓口、備品を設置したアフラックのお店の場所など詳細は https://www.aflac.co.jp/home_support_disabilities.html をご覧ください。

方針4.部門間の有機的連携



- お客様からお寄せいただくご相談・ご要望および苦情等を「お客様の声」として真摯に受け止め、お客様視点に立ち、迅速、誠実かつ公正な対応を行います。
- 日々寄せられる「お客様の声」は全社をネットワークで結ぶ「お客様の声」データベースに集約し一元管理するとともに、迅速かつ組織的に対応すべく必要な部門間での情報共有を図ります。

「お客様の声」を幅広く把握するための取り組み

- ✓ 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、ご契約者向け冊子「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。
- ✓ 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。

「お客様の声」の状況

- ✓ 2020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表明である「苦情」が61,198件、当社に業務・商品等の改善を期待する「相談・要望」が82,239件、また、お礼やお褒め等の「感謝」の声は7,279件となりました。

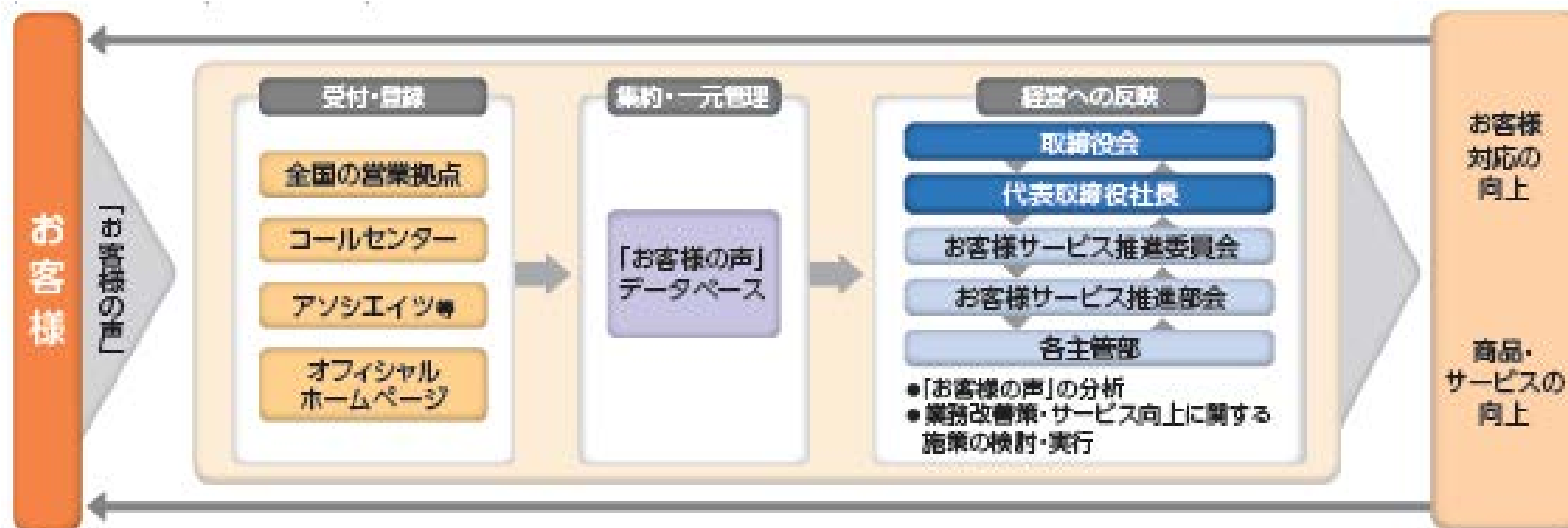
方針4.部門間の有機的連携



「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

- ✓ 「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重要性の高いテーマについて審議するために「お客様サービス推進委員会」を設置しています。同委員会ではお客様サービスの向上に関する事項が審議・報告されます。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・決定・報告されます。
- ✓ お客様サービス推進委員会の下部組織としてより実務的な事項を速やかにかつ幅広く審議する「お客様サービス推進部会」を設置しています。

「お客様の声」を経営に活かす仕組み



*「お客様の声」に基づく具体的な改善事例の詳細は、以下のURLをご覧ください。

https://www.aflac.co.jp/corp/profile/customer/satisfaction_3.html

方針4.部門間の有機的連携



- 法令等の遵守（コンプライアンス）に懸念のある「お客様の声」については、速やかにコンプライアンス部門等必要な部門間の情報連携を行います。

3つのラインで推進するコンプライアンス

- ✓ 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ています。第一ラインである事業部門は、主体的・自律的にコンプライアンス・リスクの管理を行い、第二ラインであるコンプライアンス統括部等の管理部門は、独立した立場からコンプライアンス・リスクのモニタリング等を実施し、牽制するとともに、事業部門のコンプライアンス・リスク管理態勢の構築等を支援する機能を果たしています。
- ✓ コンプライアンス態勢の強化及びその推進のために「コンプライアンス委員会」を設置しています。同委員会では全社的なコンプライアンスに関する事項が審議・報告されます。そのうち重要な事項については代表取締役様に報告され、決定されます。さらに取締役会への付議が必要な業務執行に関する重要な事項については、取締役会において討議・決定・報告されます。
- ✓ コンプライアンス委員会の下部組織として各関連部門長によってコンプライアンスの推進に関するより実務的な事項が審議・報告される「コンプライアンス部会」を設置しています。

方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」のサービスの拡充（1/2）

「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」*1とは…

スマートフォンやパソコンからご契約内容の確認、住所・電話番号の変更やクレジットカード払いへの変更など、さまざまなお手続きを簡単に行うことができるサービスです。

1. 保険に関するサービス

従来の住所変更や保険料振替口座の登録/変更等に加え、以下の手続きが可能となりました。

- ✓ 新契約申込手続き後の審査結果に伴う保障内容や料率変更の手続き
- ✓ Amazon*2ギフト券による一部の据置金（健康支援金・健康祝金・生存祝金）の受け取り



2. 健康に関するサービス

「オンライン医療保険相談サービス」に加え、以下のサービスの利用が可能となりました。

- ✓ 人間ドック・健診予約サービス（提供：マース株式会社）
- ✓ 妊活コンシェルジュサービス（提供：株式会社ファミワン）



*1.「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」の利用にはご登録が必要となります。

FAQも準備しておりますので、URLよりご確認ください。<https://www.aflac.co.jp/canet/>

*2.Amazonは、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。

方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



「ご契約者様専用サイト『アフラック よりそうネット』」のサービスの拡充（2/2）

3. 操作性の向上

- ✓ より利便性の高いサイトに進化させるべく、登録方法・登録ステップをより簡便なものに改善しました。
- ✓ また、迷わず目的のページに移動できるよう、またスマートフォンでも見やすいよう、メニューボタンの配置変更やアイコンを追加するなど画面デザインを刷新しました。

4. アフラックメールのオンライン配信対応

アフラックメールを郵送物ではなく、オンラインで希望されるお客様に対しては、同意取得の上、アフラックメールの送付を停止する対応をしています(この同意は毎年取得します)。



方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



- お客様がアクセスしやすい環境（コールセンター、ホームページ等）を整備するとともに、各種媒体を通じた情報提供に努めます。

アフラックペアレンツハウス

- ✓ 小児がんなどの難病の子どもとそのご家族のための総合支援センターです。自宅から離れた病院で治療を受ける子どもとそのご家族が1人1泊1,000円（患児は無料）で宿泊できます。
- ✓ 当社の保険契約の有無にかかわらず誰でも利用可能なこの施設は、これまで海外からも含め延べ14万人以上（2021年3月末時点）にご利用いただいています。
- ✓ 宿泊施設としての機能に加え、駐在している専門カウンセラーが利用者の不安や悩みに応じるなど、情報提供や相談事業を通して付き添いのご家族を経済的・精神的にサポートしています。



- アフラックペアレンツハウス亀戸（2001年オープン）
- アフラックペアレンツハウス浅草橋（2004年オープン）
- アフラックペアレンツハウス大阪（2010年オープン）

アフラック小児がん経験者・がん遺児奨学金制度

- ✓ 小児がんを経験した高校生や、親をがんで亡くした高校生を対象とした返還不要の奨学金制度で、月額2万円を高校卒業まで給付しています。この奨学金制度は当社の保険契約の有無にかかわらず応募でき、他の奨学金制度との併用も可能です。
- ✓ これまでに支援した奨学生は、累計3,149人（内定者含む）にのぼり、奨学金給付額は累計で19億円を超えています（2021年6月末時点）。



方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



My Special Aflac Duck

- ✓ 「My Special Aflac Duck」は、治療そのものとう向き合うかはもちろんのこと、同世代と同じような生活ができないことや、大人に囲まれた入院生活などさまざまな課題を抱える小児がんの子どもたちを応援するために、米国で開発されたアヒル型ロボットです。
- ✓ 米国での開発にあたっては、1年以上をかけて100名以上の小児がんの子どもたち、医療関係者や児童心理学者などの専門家とのテストを通じて改良を重ねました。
- ✓ 子どもたちが自分の感情を伝えるのが難しいときに7枚の気持ちカードを使って子どもたちに代わり感情を表現することができます。また、大人たちもその子がどんな気持ちなのかを理解して、会話のきっかけを作ることができます。小児がん支援の一環として、「My Special Aflac Duck」を子どもたちの元へ届ける取り組みを行っており、これまでに約768羽（2021年3月末時点）を小児がんの治療に取り組む病院等に寄贈しました。

《第6回ACAP「消費者志向活動章」を受賞》

消費者志向経営の推進や、その支援を行う企業や団体等の優れた活動を表彰する「第6回2020年ACAP消費者志向活動章」の受賞



My Special Aflac Duck



方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



がんに関する展示会

- ✓ がんの「早期発見・早期治療」の大切さについて考えるきっかけにしてほしいとの思いで、2004年にがんに関する展示会「がんを知る展」を開始し、その後2018年にはより多くの方に関心を持っていただくために「なるほどなっとく がんを知る教室」としてリニューアルしました。
- ✓ 学校の教室をイメージした展示セットは、学科ごとにまとめたがんに関する情報パネルやがんに関する映像、乳がんの自己検診を疑似体験できるコーナーなどで構成されています。
- ✓ アソシエイツをはじめ、業務提携先である全国の金融機関や郵便局などとも協力しながら、これまでに全国122カ所で開催し、来場者数は延べ38万人を超えるなど幅広い方々に身近な場所でがんを知っていただく機会を提供しています。（2020年12月時点の実績）

※2020年は新型コロナウイルス感染症の拡大防止のために開催を中止しました。

がん教育

- ✓ がん対策基本法のもと、2017年10月に策定された第3期がん対策推進基本計画に基づいて、全国の学校においてがん教育の取り組みが開始されています（2020年度からは小学校、2021年度からは中学校において全面実施）。
- ✓ 子どものうちからがんについての正しい理解を身に付けることが、その子ども本人だけではなく、周囲の大人も含めたがん検診受診率の向上、がんの早期発見・早期治療につながると考え、積極的にがん教育に取り組んでいます。2018年に調布市の中学校において初めて授業を開催し、その後も愛知県豊川市、東京都新宿区の小中学校など順次取り組みを拡大しています。

方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



がん検診受診率向上を目指し、国・地方自治体との連携

- ✓ 当社はがん検診受診率向上などを目指し、地方自治体と連携した活動を進めています。
- ✓ 47都道府県にとどまらず、政令指定都市やその他市町村を含めて連携を進めており、2021年3月末時点で全国113に及ぶ自治体（47都道府県、66市区町）と連携し、協力関係を築いています。厚生労働省による国家プロジェクト「がん対策推進企業アクション」の推進パートナー企業として、職場におけるがん検診受診率向上及びがんに関する啓発に取り組んでいます。



地方自治体との連携

がん電話相談

- ✓ 1982年にがん研有明病院、産経新聞社の協力により当社がはじめて取り組んだ社会貢献活動で、がんに罹患した方やそのご家族向けの日本初のがん専門電話相談事業です。
- ✓ 専門医や看護師資格を持つ専任カウンセラーが症状の正しい理解や適切な治療を選択するためのアドバイス、心のケアなどの相談に応じます。
- ✓ これまでに9万人を超える方々のご相談をお受けしています。



がん電話相談

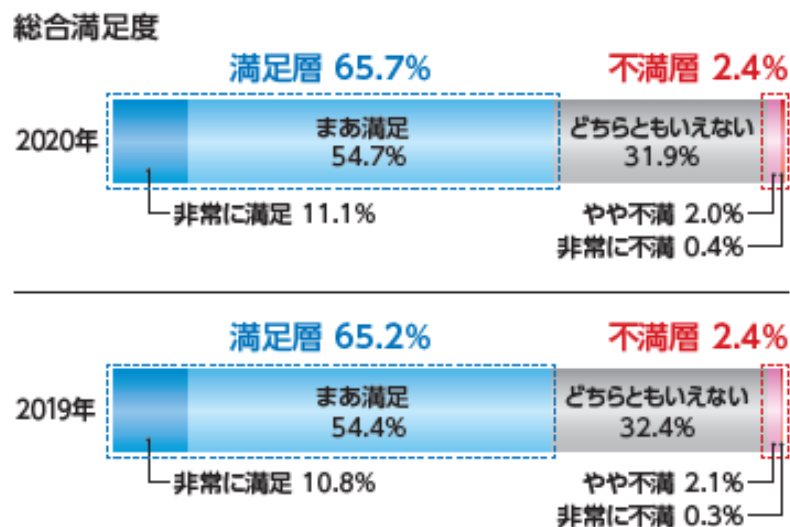
方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



- お客様から商品・サービスに関する評価やご意見を積極的に伺います。

2020年お客様評価の調査実施について

- ✓ 当社は、ご契約者に対する定期的な「お客様満足度調査」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。2020年のお客様満足度調査では満足層が微増しており、引き続き、多くのお客様にご満足いただいています。



※アフラックの総合満足度の回答の選択肢は「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択で行っています。

「どちらともいえない」という中間選択肢を設けることで(1)ご契約者の状況をより正しく把握すること(2)改善の取り組み結果を数値として細かく把握し、引き続き業務の改善に努めています。

2020年の満足層の割合について、内訳数値の小数点第二位の四捨五入の関係で、65.7%となります。

(実施時期：2020年10月～11月、調査方法：郵送調査、調査対象：ご契約者50,000名、回答数：14,918名)

方針5.消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



お客様に安心して保険をご継続いただくための「お客様ふれあい活動」の実施

- ✓ 2018年1月に「お客様ふれあいサポート部」を新設し、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。
- ✓ 保障内容や受取人などのご契約内容の確認や、保険契約のご継続中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ご継続いただくための活動を推進しています。
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、2020年7月からはお客様のご希望に応じて非対面での「お客様ふれあい活動」を開始しています。

お客様視点に立ったサービス向上に向けた取り組み

- ✓ 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整備しました。2020年は、帳票や保険の申込書など4事案について検証を行いました。

方針6.消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発



- お客様にご満足いただける商品・サービスの提供を継続するとともに、さらなる向上・改善に努めます。
- 「お客様の声」の分析を通じて、真の原因を究明し、業務改善ならびに苦情の再発防止に繋がります。

「ご契約に関するお手続きNAVI」のリニューアル

- ✓ お客様がご契約に関する手続きをする際のサポート機能として「ご契約に関するお手続きNAVI」を表示しています。
- ✓ 従来の「ご契約に関するお手続きNAVI」では文字によるご案内のみでしたが、さらなるサービス向上を目指してキャラクター付きのチャット型ガイダンスへリニューアルしました。
- ✓ リニューアルした機能では、キャラクターのナビゲートにより、オフィシャルホームページ上でお客様にスムーズに必要なお手続き画面をご案内します。



方針6.消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

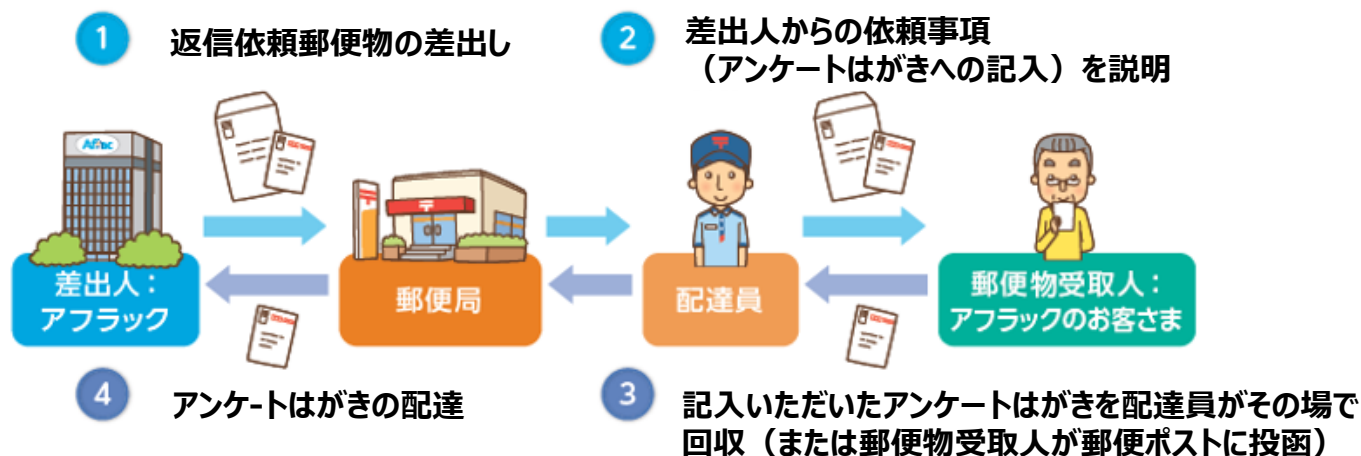


「ご高齢のお客様に対する現況確認サービス」の実施

- ✓ 当社では、契約期間が長期にわたる生命保険の特性に鑑み、日本郵便株式会社のネットワークを活用した「ご高齢のお客様向け現況確認サービス」を2017年7月から継続的に実施しています。
- ✓ 「ご高齢のお客様向け現況確認サービス」は、アンケートなどの郵便はがきが添付された書留郵便を配達した際、その受取人（同居人などの代理人を含みます）の承諾を得たうえで、アンケートへの記入をお願いし、その場で回収させていただくサービスです。
- ✓ 当社は、郵便はがきにお客様の現況をお尋ねするアンケートを印字し、お客様の現況を確認させていただきます。

2020年7月～12月に書留郵便を発送した件数は91,453件で、お受け取りいただいたお客様のうち、93.0%の方からアンケートをいただき、現況を確認することができました。

(新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、一部スケジュールを変更し、実施しました。)

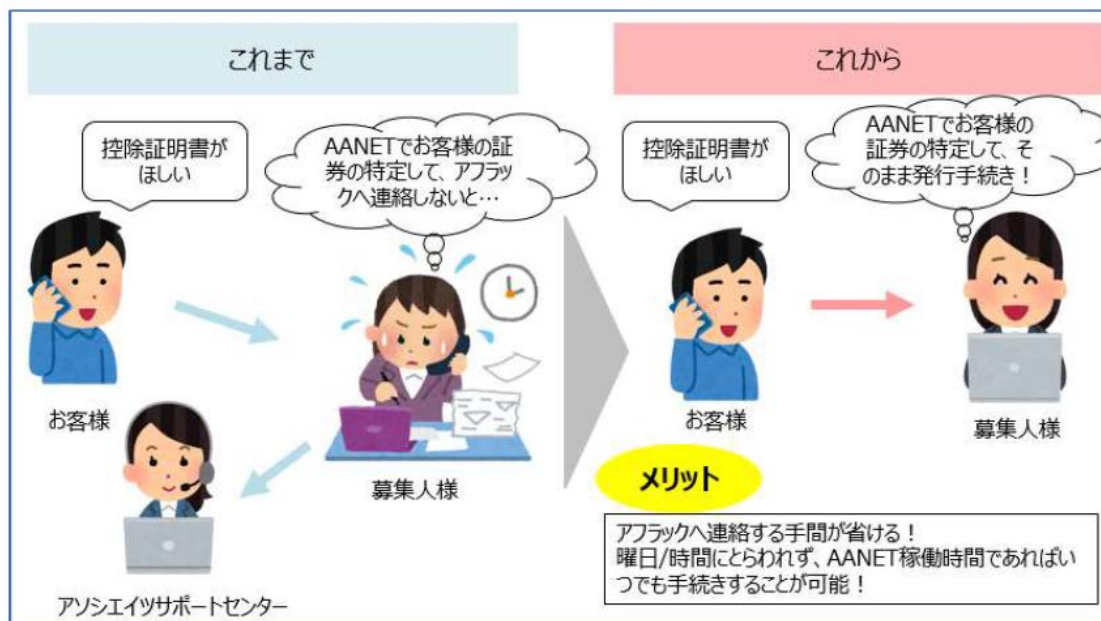


方針6.消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発



AANET*「生命保険料控除証明書発行・再発行」デジタル手続きの取り扱い開始について

- ✓ これまで、アソシエイツがお客様から生命保険料控除証明書（以下、控除証明書）の発行依頼を受けた場合、アソシエイツサポートセンター等へ電話でご連絡いただく必要があり、営業日や営業時間の制約により、タイムリーにお客様あての発送ができませんでした。
- ✓ 2020年9月1日の本サービス開始後は、お客様の依頼を受けたアソシエイツが、営業日や営業時間にとらわれることなく「AANET」に該当の証券番号またはお客様情報を入力することで、控除証明書がスムーズにお客様あてに発送されるようになりました。



* AANETとは、アソシエイツ(当社販売代理店)の営業活動を支援する当社独自の情報支援システムです。

方針6.消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発



コールセンター業務における国際基準のお客様対応力の評価

- ✓ 国際基準のオペレーション品質保証規格である「COPC®CX規格 CSP版」は、コールセンターのサービス、質、顧客満足度、業務運営の効率性等に関する厳しい基準を達成・維持できているコールセンターに対して認証が与えられるものです。
- ✓ 当社は、2016年12月に「COPC®CSP規格」の認証を生命保険業界で初めて取得し、以降毎年、認証を取得しています（最新更新2020年10月）。



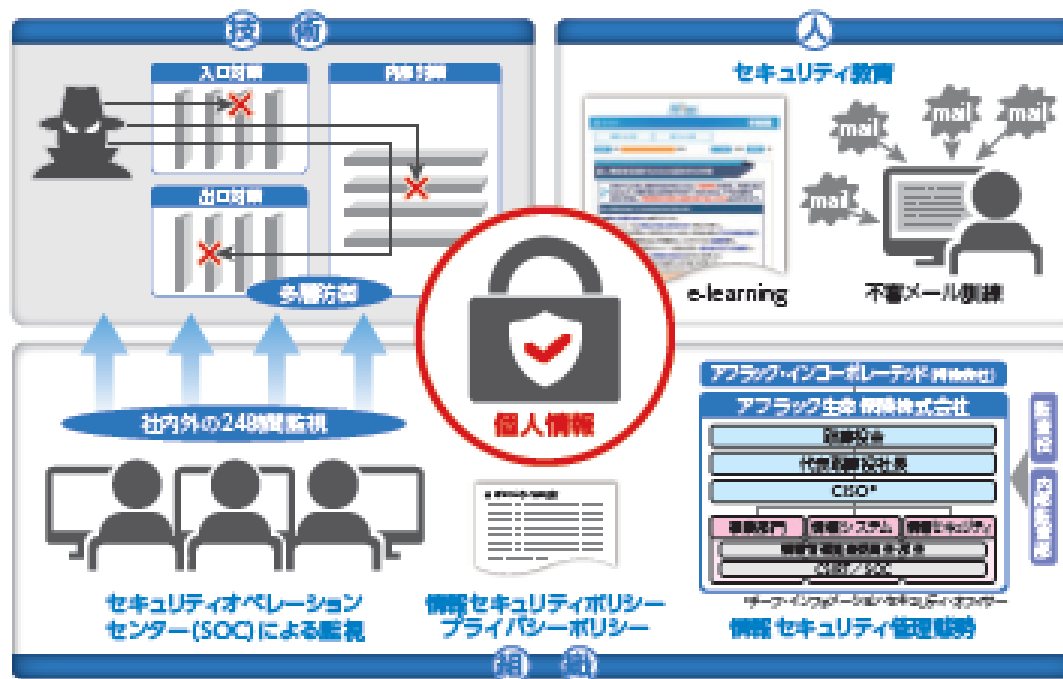
方針6.消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発



- お客様の個人情報の適切な保護および管理の強化に取り組みます。

情報セキュリティに関する取り組み

- ✓ 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、お客様からの信頼に応えるための重要な責務であるとの考えのもと、情報セキュリティ管理態勢の整備・強化に取り組んでいます。
- ✓ 「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んでいます。



方針6.消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発



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

- ✓ 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）」^{*1}に定め、オフィシャルホームページで公表しています。
- ✓ 当社のプライバシーポリシーは、お客様によりご安心いただくため、個人情報保護法^{*2}などの法令遵守に加え、倫理的、社会的な観点からもプライバシー保護に配慮する姿勢を示すなど、法令より踏み込んだ内容となっています。

*1.個人情報の取り扱い（プライバシーポリシー）について詳細は、以下のURLをご覧ください。

https://www.aflac.co.jp/home_privacy.html

*2.個人情報の保護に関する法律（平成十五年法律第五十七号）