



トップメッセージ

平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社は、KDDI株式会社とあいおい損害保険株式会社(現あいおいニッセイ同和損害保険株式会社)との合併事業により、2010年に設立されました。

以来、自転車向け保険やスマートデバイス向け保険、ペットの保険、旅行の保険など、お客さまの日常における安心・安全を支える商品・サービスの提供に取り組んでまいりました。

近年、私たちを取り巻く環境は急速に変化しています。

テクノロジーの進化により利便性が高まる一方、お客さまの価値観やライフスタイルはますます多様化しています。

また、サステナビリティへの関心の高まりとともに、企業にはこれまで以上に高い信頼性と社会的責任が求められるようになっています。

こうした変化の中にあっても、当社パーパス「毎日に寄り添い、先進技術を取り入れ、お客さまの未来を支える。」を体現し、真にお客さまの役に立つ商品・サービスを追求し続けることが、私たちの普遍的な使命であると考えています。

お客さまや社会から信頼される企業であり続けるために、当社で働く従業員一人ひとりを大切にしながら、高い倫理観をもって、健全な企業活動に邁進してまいります。

今後とも変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長 中井 武志

Contents

au損保の現状 2026

- 01 トップメッセージ
- 02 au損保のあゆみ
- 03 auフィナンシャルグループの全体像
- 04 お客さま第一の業務運営に関する方針
- 06 「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく2025年度の取組状況
- 12 トピックス
- 13 サステナビリティ

経営について

- 19 代表的な経営指標等
- 20 品質向上活動
- 22 勧誘方針
- 22 個人情報保護
- 29 情報開示
- 30 コーポレート・ガバナンスの状況
- 36 コンプライアンス
- 37 リスク管理
- 39 内部監査および社外監査・検査

保険商品・サービス

- 40 取扱商品と新商品開発・改定
- 42 保険の仕組み
- 43 ご契約手続きの流れ
- 44 保険金
- 46 損害サービス
- 48 お客さまサポート体制

業績データ

- 49 事業の状況
- 62 経理の状況

会社概況

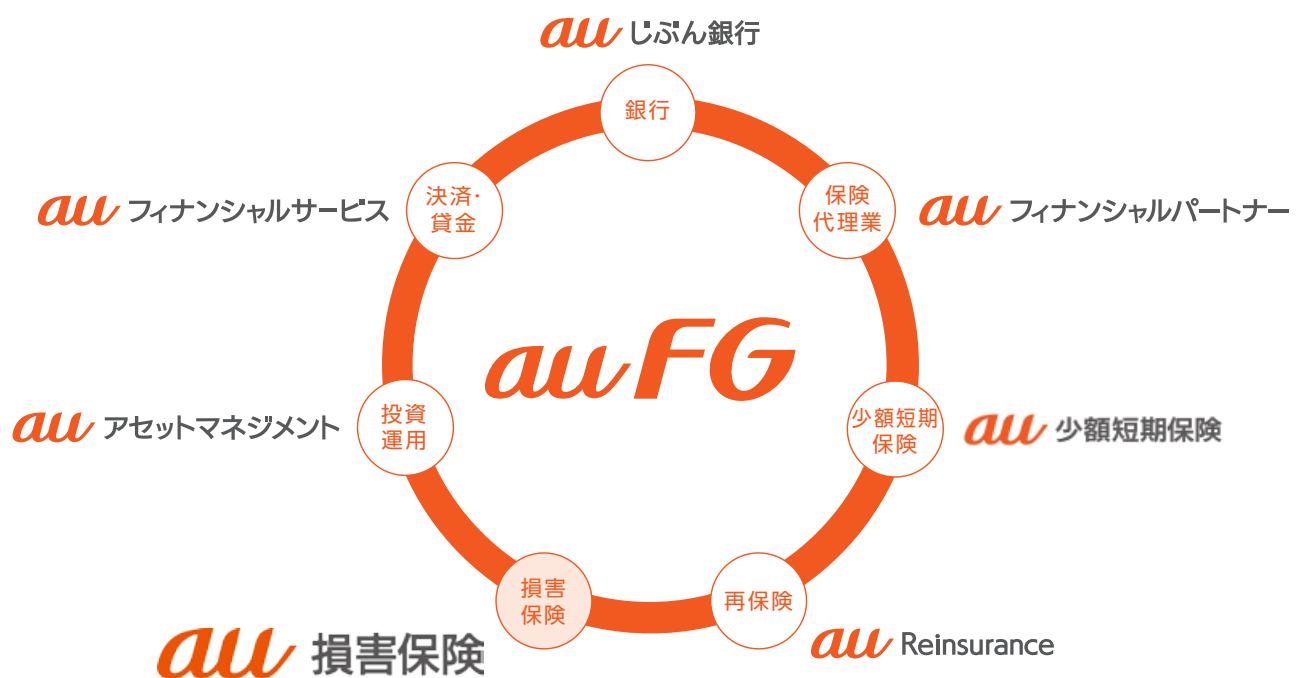
- 80 組織
- 81 主要な業務、株式の状況
- 82 役員・従業員・設備の状況

au損保のあゆみ

- 
- 2010年 2月 あいおい損害保険株式会社(現あいおいニッセイ同和損害保険株式会社、以下「AD社」とKDDI株式会社(以下「KDDI社」)により「モバイル損保設立準備株式会社」として設立
資本金3億円(AD社67%、KDDI社33%)
- 9月 増資(増資後の資本金、資本準備金合わせて45億円)
- 2011年 2月 損害保険事業免許取得
- 3月 社名を「au損害保険株式会社」に変更
- 5月 営業開始
(開業記念自転車プラン、スタンダード傷害保険、国内旅行傷害保険発売)
- 11月 海外旅行保険を販売開始
- 2014年 4月 ペット医療費用保険を販売開始
- 10月 AD社代理店を通じて販売する「保険募集の再委託制度」スタート
- 2016年 3月 大阪府と自転車の安全な利用促進に関する協定(以下「協定」)締結
さらに同年、東京都、埼玉県とも協定締結(以降、自治体との協定締結を進める)
- 2017年 3月 クレジットカード用旅行傷害保険(国内旅行・海外旅行)を販売開始
- 2018年 4月 増資(増資後の資本金、資本準備金合わせて60億円)
- 2019年 5月 東京都がau損保を「東京都自転車安全利用サポーター」に認定
- 7月 資本異動(KDDI社51%、AD社49%)
- 9月 神奈川県と連携し、自転車交通安全官民連携プロジェクトを発足
- 12月 株主異動(KDDI社→auフィナンシャルホールディングス株式会社)
- 2020年 4月 KDDI「au自転車サポート」向け包括契約の提供開始
- 7月 コーポレートステートメント
「Discoverからはじめよう。」を制定
- 2021年 5月 開業10周年
- 2022年 2月 がん保険・介護保険分野に参入(「団体総合生活補償保険」の販売開始)
- 3月 法人向け損害保険の取扱範囲拡大(AD社法人向け商品の代理販売)
- 2024年 3月 KDDI「auわんにゃんサポート」向け包括契約の提供開始
- 7月 スタンダード傷害保険・ペット医療費用保険の自動継続特約開始
- 12月 公益社団法人日本ユネスコ協会連盟と「持続可能な社会の実現に関する連携協定」を締結
経済産業省の「DX認定事業者」に認定
- 2025年 7月 海外旅行保険を全面リニューアル
海外旅行キャンセル保険を販売開始
- 2026年 5月 新たに「経営理念・パーパス・ブランドメッセージ」を制定

auフィナンシャルグループの全体像

一人ひとりの「想い」とつながり
お客さまが夢や目標を叶えるための
「**つながる金融。**」の実現へ



auフィナンシャルグループ (auFG) は、2019年4月に中間金融持株会社として設立されたauフィナンシャルホールディングス株式会社を中心とする、銀行・決済・資産運用・保険が集約された総合金融グループです。当社は2019年12月より、auフィナンシャルグループの一員として、損害保険事業を担っています。

お客さま第一の業務運営に関する方針

当社は、お客さま一人ひとりを大切にし、お客さまからの確かな信頼によって選ばれる会社を目指し、以下の方針を制定し、お客さま第一の業務運営の更なる推進に努めてまいります。

方針

1

全役職員が「お客さま第一」を意識し、 お客さまに安心と満足を提供します

当社は、全役職員が「お客さま第一」に明るく生き生きと働くことで、すべての「お客さまの安心と満足」を実現するよう努めてまいります。

方針

2

お客さまニーズに応える商品・サービスを提供します

当社は、「お客さまの安心と満足」を実現するために、社会環境の変化に伴う新しいリスクや多様化するお客さまニーズに迅速かつ柔軟に対応した商品・サービスを開発し、提供してまいります。

方針

3

ご契約へのご理解・ご納得を得られる説明に努めます

当社は、お客さまがニーズに合った最適な商品を選択し、安心と満足を実感いただけるよう、適正な保険募集およびご契約後の対応を行ってまいります。

- (1)お客さまに商品内容を十分ご理解いただけるよう、説明方法等について工夫し、分かりやすい説明に努めてまいります。
- (2)お客さまのご意向に沿った適切な商品を選択いただけるよう、お客さまにとって見やすく、分かりやすい説明に努めてまいります。また、当社のインターネットを通じた販売方法は、お客さまがご自身の都合の良い場所・良い時間にご契約することが可能となっています。
- (3)ご契約後も、ご契約の継続・変更・解約等を迅速かつ適切に行い、お客さまの利便性の向上に取り組んでまいります。

方針

4

代理店によるサービスの品質向上に取り組めます

当社は、代理店を通じた販売においては、「お客さまの安心と満足」を実現するために、代理店への委託を判断する際の事前審査や委託後の継続的な教育・指導を通じて、サービスの品質向上に取り組んでまいります。

方針

5

お客さまに寄り添った事故対応を実践します

当社は、常に「お客さま第一」の視点に立ち、事故に遭われたお客さまならびにお相手への説明責任および保険金の支払責任を果たすよう努めてまいります。

方針

6

お客さまの利益を不当に害することのないよう 適切に業務を行います

当社は、当社が行う取引に関し、お客さまの利益が不当に害されることがないように、利益相反のおそれのある取引を管理し、適切に業務を行ってまいります。

方針

7

お客さまの声に真摯に耳を傾け、改善に活かします

当社は、お客さまの声を幅広くお伺いするとともに、寄せられたすべてのお客さまの声に真摯に耳を傾け、迅速かつ適切に対応してまいります。

また、お客さまの声を品質の向上・お客さま満足度の向上に活かしてまいります。

方針

8

全役職員が「お客さま第一」の対応を実践します

当社は、「お客さま第一」を意識した誠実・親切・丁寧な対応がすべての役職員に実践されるよう指導と教育に継続して取り組んでまいります。

また、社員一人ひとりの取組みを評価する仕組み作りや研修を通じて風土の醸成を図ってまいります。

「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく2025年度の実行状況

「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく2025年度の実行状況と客観的な評価指標は以下のとおりです。今後ともお客さま一人ひとりに安心と満足をお届けし、お客さまから確かな信頼によって選ばれる会社を目指してお客さま第一の業務運営の推進に努めてまいります。

1. 『お客さま第一の業務運営』の実行

対応する方針

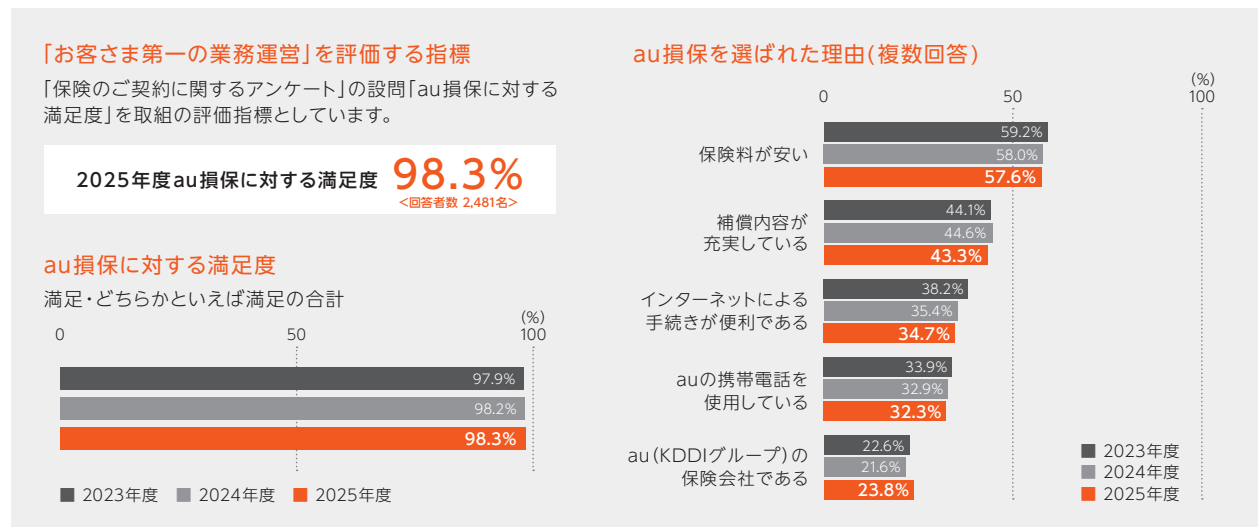
- 方針 1 全役職員が「お客さま第一」を意識し、お客さまに安心と満足を提供します
- 方針 4 代理店によるサービスの品質向上に取り組めます
- 方針 8 全役職員が「お客さま第一」の対応を実践します

お客さまに安心と満足を提供する実行

「お客さま第一」を意識し、お客さまに安心と満足を提供

「お客さま第一」を常に意識し、お客さまから信頼によって選ばれる会社となるよう、全役職員が誠実・親切・丁寧な対応の実現に向けて努めています。

保険のご契約に関するアンケート



代理店によるサービス品質向上の実行

代理店への指導・支援

全代理店を対象に毎年実施している代理店監査を通じて、代理店における適正な保険募集体制の整備について、指導・支援を行っています。

全役職員が「お客さま第一」の対応を実践するための実行

「お客さま第一」の浸透

2020年度に制定した「コーポレートステートメント」に基づき、「お客さま第一」の対応を全役職員が共有するとともに、経営陣からの継続的なメッセージの発信等を通じて「お客さま第一」の意識の定着を図っています。

2. 『お客さまニーズにお応えする商品・サービスの提供』の取組

対応する方針

方針 2 お客さまニーズに応える商品・サービスを提供します

お客さまニーズにお応えする商品・サービスの提供の取組

持続的かつ安定的に提供できる商品・サービスの開発・管理

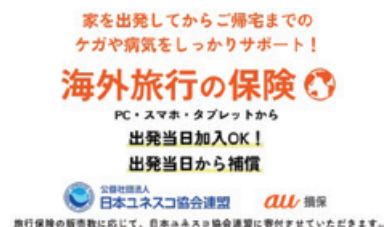
当社は、商品開発にあたりお客さまニーズを的確に把握するとともに、商品の持続可能性や合理性等を確認して提供しています。また、お客さまのニーズ・課題に対応している商品・サービスであるかを定期的に検証するなど、適切に商品管理態勢を整備しています。

海外旅行の保険をリニューアル!(2025年7月)

多様化するお客さまのニーズにお応えするため、「海外旅行の保険」をリニューアルし、あわせて、やむを得ず旅行をキャンセルする場合の費用を補償する「海外旅行キャンセル保険」を新たに販売しました。

リニューアル後の商品では、補償を重視した「スタンダードコース」と保険料を抑えた「ライトコース」を設け、それぞれに3つのプランを用意し、お客さまのご希望に合わせた保険を選択いただけます。

また、リピーター割引(2回目以降3%割引)の新設、最大10名までのグループ契約やマイページからの保険期間の変更など、利便性向上につながる対応を行っています。なお、サステナビリティの取組の一環として、ご契約1件につき30円を、世界遺産活動へ寄付しています。



スタンダード傷害保険の商品改定(2025年12月)

スタンダード傷害保険の「ケガの保険 日常の事故」プランで、ご家族の形や生活スタイルに合わせ、新しく「家族タイプ」・「本人・親族タイプ」を追加しました。お客さまのご要望にあわせて、より選びやすくなりました。

お客さまニーズを把握するための市場調査

当社は各種市場調査を行い、お客さまニーズの把握に努めるとともに、結果をホームページで公表し、結果を踏まえメルマガ等を通じた有益な情報提供にも取り組んでいます。

a.自転車保険加入率 調査(2018年から実施)

毎年多くの反響を頂いている自転車保険の加入率調査を今年度も実施しました。

b.ヘルメット着用率 調査(2023年から実施)

自転車利用時のヘルメット着用が全年齢で努力義務化されたことを受け、着用率の調査を実施しています。

c.青切符 調査(2026年1月から実施)

改正道路交通法の施行を受け、自転車の「青切符制度」導入の認知度の調査を実施しています。

	項目	2025年度	前年度差
a	自転車保険の加入率	64.2%	(▲1.4pt)
b	ヘルメット着用率	23.1%	(+0.2pt)
c	青切符制度が自転車にも適用されることの認知率	76.0%	—

3.『お客さまに寄り添った事故対応』の取組

対応する方針

方針 5 お客さまに寄り添った事故対応を実践します

お客さまに寄り添った事故対応の取組

親切丁寧な損害サービスの提供

親切・丁寧な対応の実践と迅速な保険金支払を行うことで、お客さまの満足度向上を目指しており、「保険金お支払に関するアンケート」における「総合満足度」は、毎年95%以上の評価をいただいています。

プロフェッショナルな事故対応サービス

お客さまにより安心いただくために、品質の高い事故対応サービスを迅速に提供できるよう、損害サービス体制を構築しています。あいおいニッセイ同和損保社の全国の損害サービス網をはじめとする各社との提携により、確かで迅速、きめ細かなお客さま対応と早期の事故解決に努めています。

お客さまの利便性を高める取組

- ・お客さまのご都合のよい時間にいつでも当社担当者へコンタクトいただけるよう、デジタルコミュニケーションツールの活用・拡大に努めています。
- ・ペット保険では、ペット保険金請求用「アニポスアプリ」により、スマートフォンによる保険金請求が可能となっており、多くのお客さまにご利用いただいています。

保険金支払審査

保険金支払部門から独立した「保険金審査室」が、保険金のお支払対象外とした事案の判断が適切か、また、お支払すべき保険金が正しく支払われているか等を毎月検証しています。

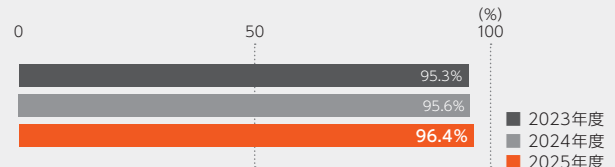
保険金お支払に関するアンケート

「親切・丁寧な損害サービスの提供」を評価する指標
「保険金お支払に関するアンケート」の設問「総合満足度」を、
取組の評価指標としています。

2025年度 総合満足度 **96.4%**
<回答者数 987名>

総合満足度

(満足・どちらかといえば満足の合計)



4.『お客さまの利益を不当に害することのない適切な業務運営』の取組

対応する方針

方針 6 お客さまの利益を不当に害することのないよう適切に業務を行います

お客さまの利益を不当に害することのない適切な業務運営に向けた取組

社内の管理態勢の整備

「利益相反管理方針」を策定し、方針に基づいた規程・マニュアル等を整備するとともに、社内の体制を整備・構築することで、「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」の把握および管理を行っています。

- ・コンプライアンス部を利益相反管理統括部署とし、管理態勢の適切性を定期的に検証し、必要に応じて見直しを行っています。
- ・「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」の管理対象となる会社の範囲および取引の類型を定め、適切な管理を行っています。
- ・「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」が認められたときは、社内ルールに従い、適切な対応措置を講じます。

社内への周知・徹底

「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」を適切に把握・管理するため定期的に全社一斉点検を実施するとともに、周知・徹底を図っています。

2025年度の取組状況

2025年度においては、「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」の発生有無および管理態勢の適切性について、四半期ごとの点検等を通じて検証を実施しました。その結果、問題事案の発生は認められず、既存の管理態勢が有効に機能していることを確認しています。

5.『ご契約内容等の適切な説明ならびにお客さまの声を活かした業務改善』の取組

対応する方針

方針 3 ご契約へのご理解・ご納得を得られる説明に努めます

方針 7 お客さまの声に真摯に耳を傾け、改善に活かします

ご契約内容をご理解・ご納得いただくための取組

お客さま向け照会窓口の設置

お客さま向けに電話・メール等による照会窓口を設置し、お客さまのご意向に沿った商品のご案内や、商品内容をご理解いただけるよう丁寧な説明を行っています。

保険のご契約に関するアンケート

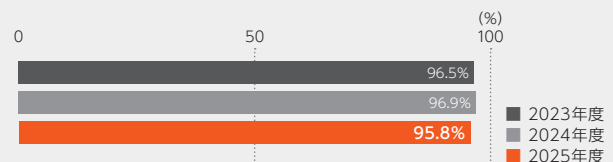
「補償内容の説明の分かりやすさ」を評価する指標

「保険のご契約に関するアンケート」の設問「補償内容の説明の分かりやすさ」を、取組の評価指標としています。

2025年度 補償内容の説明の分かりやすさ **95.8%**
<回答者数 2,481名>

補償内容の説明の分かりやすさ

(分かりやすかった・どちらかといえば分かりやすかったの合計)



カスタマーセンターお問い合わせアンケート

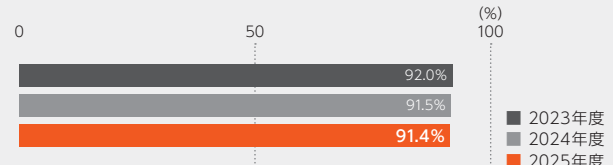
「お客さまへの対応」を評価する指標

「カスタマーセンターお問い合わせアンケート」の設問「照会窓口担当者(コミュニケーター)のお客さま対応に関する満足度」を、取組の評価指標としています。

2025年度 コミュニケーターの対応満足度 **91.4%**
<回答者数 371名>

コミュニケーターの対応満足度

(満足・どちらかといえば満足の合計)



お客さまの声に真摯に耳を傾け、改善に活かす取組

お客さまの声を業務改善に活かす取組

お客さまからいただくご照会等の「お客さまの声」を分析し、業務等の改善を検討する「お客さまの声検討会」を行っています。また、その改善結果が「お客さまの声」に十分応えられているかの検証も行うなど、改善の品質向上にも努めています。

改善を行った件数

「お客さまの声を業務改善に活かす取組」を評価する指標

お客さまの声に基づく「要改善と認識し改善を行った件数」を、取組の評価指標としています。

2025年度
お客さまの声に基づく改善を行った件数 **2件**

お客様の声に基づく改善事例

2025年度に実施したお客さまの声に基づく改善取組は、次のとおりです。

お客さまの声		改善内容
(1)	自転車ロードサービスで「手配で時間がかかる」ことや「サービス対象外(鍵トラブルなど)」について知らなかった。	これまでロードサービスにご連絡をいただいた際や利用規約にてご案内していましたが、ホームページにも注釈・例を掲載し、事前に確認できるよう改善しました。
(2)	au自転車サポートに付帯されている付帯保険が「通院不担保であること」がよく分からなかった。	お客さまにお渡しをするチラシに「通院不担保であること」を明記して、分かりやすく確認できるよう改善しました。

「自転車ロードサービス」HP

- [illegible]

お客さま体験の向上に向けた取組

au損保では、定期的に実施しているお客さまアンケート調査の結果をもとに、お取引の利便性向上や各種サービスの改善、お客さま体験向上に取り組んでいます。

有益な情報のメルマガを配信

2026年4月導入となった自転車の交通違反に対する「青切符制度」の詳細や、ペットの熱中症対策など、社会的な関心が高いテーマに合わせて、タイムリーで有益な情報発信を年間を通して実施しています。2025年度は自転車関連7本、ペット関連7本の合計14本のメルマガを配信しました。

また、メルマガ内に設置した5段階評価を参考に、高評価のテーマは新しいメルマガのテーマ選定に活かすなど有益な情報の提供に取り組んでいます。

●自転車関連のメールマガジン

- 

●ペット関連のメールマガジン

●リモコンを触ってエアコンを停

お留守番中など人の目が届かないときにアンちゃん・ネコちゃんやアコちゃんに預けて、勝手にエアコンを停まらせてしまう可能性が恐ろしい。外出時には手の届かないところにエアコンを置くのが理想です。

●「人感センサー」付きエアコンによる熱中症

製品設計時の前提として顧客側が満たしているのが、人間センサー付きエアコンによるもので、人がいなくなり自動でエアコンのスイッチを切ってしまいうための装置が必要です。人間センサーは手動でもオフにできるので、万全策はオフにしておくことが好ましいです。

● 外注中の要電時に於ける熱中症対策

アンソニー・マクブライアンが監督を務めた傑作。音楽家仲間がズブズブしているエアバンドでメロディを演奏しながら自動車を走りますが、その有様は明らかでない。面白さは言葉が重要です。

携帯電話からスマートフォンからリモートでエアコンを付けられる機能が付いたものもあるので、ご自宅のエアコンの機能を確認してみましょう。

ただし、無類によっては押電線に設定しなおさないと使えないものがあるので注意。「押電線」のリポート操作で必ずに見た。得た方うちの電気がブツブツしてて危なかった」といふ声もありました。

特設ページ「青切符ガイド」をリニューアル

2026年4月の改正道路交通法の施行により、いわゆる「青切符」が自転車にも適用されることになりました。改正道路交通法の発表を受けて、従来の「青切符ガイド」にはなかった、113項目の違反行為と反則金といった自転車利用者の最も知りたい情報をイラストや動画も入れながら分かりやすく解説するなどの追加を行い、自転車の安全利用に対する情報提供を行っています。

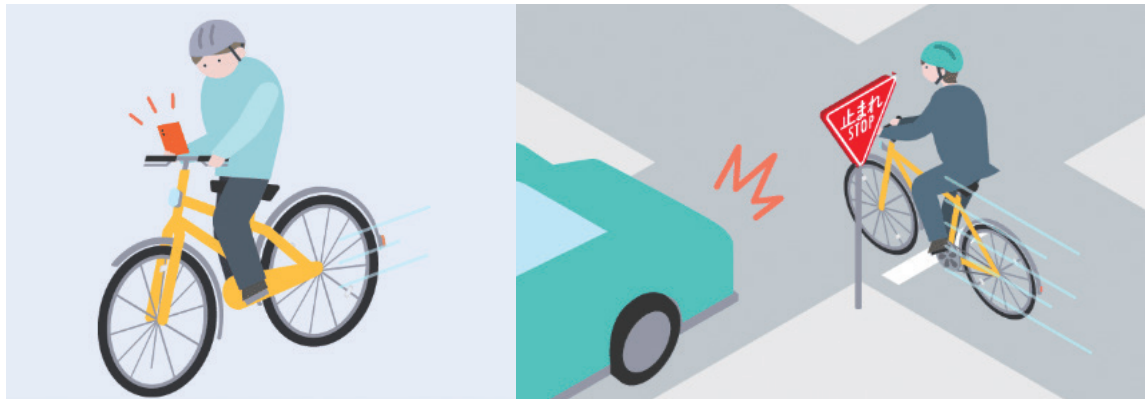
●自転車に乗る人のための“青切符ガイド”決定版！



トピックス

「自転車への青切符制度」施行に伴う関心の高まりとガイドの刷新・意識調査の実施

2026年4月1日の改正道路交通法の施行を迎えるにあたり、昨年リリースしていた青切符ガイドを刷新しました。青切符制度は自転車利用者の関心事でありガイドのリリースとともに多くのアクセスを頂いています。また、これに合わせて行った調査では、違反行為と知りながら行っている「ながらスマホ」や「一時不停止」などの実態も明らかになりました。



新たに「経営理念・パーパス・ブランドメッセージ」を制定

当社は2026年5月、新たに「経営理念・パーパス・ブランドメッセージ」を制定しました。本理念は、2025年度より社内での議論を重ね、従業員一人ひとりの想いと当社の将来像を反映して策定したものです。パーパスおよびブランドメッセージとともに、企業活動を支える考え方として定めています。今後は、本理念のもと、さらなる企業価値の向上に努めてまいります。

パーパス

毎日に寄り添い、先進技術を取り入れ、お客さまの未来を支える。

ブランドメッセージ

あなたとともに、もっとずっと。

経営理念

わたしたちの
使命

お客さまの安心・安全を支える

わたしたちは、身近な存在として、いつでもどこでもお客さまの安心・安全を支え、社会の発展に貢献します。

提供価値

時代の先をいく商品を、いち早く届ける

わたしたちは、社会の変化やお客さまの課題に先まわりし、先進技術や豊富なデータを駆使してお客さま体験価値向上にこだわると共に、これからの時代に必要とされる商品・サービスをいち早く届けます。

従業員への
想い

従業員の物心両面の幸福を追求し、挑戦を称賛する

わたしたちは、全従業員の物心両面の幸福を追求すると共に、さらなる飛躍に向けた熱意ある挑戦を称賛します。

社会への
責任

健全な企業活動を書き続ける

わたしたちは、高い倫理観をもってすべてのステークホルダーから信頼される公正で開かれた経営を貫きます。

サステナビリティ

au損保のサステナビリティについて

当社は、auフィナンシャルグループのサステナビリティ経営方針をもとに、中長期的な視点で社会課題と当社の経営の重要度を総合的に網羅した重要課題(マテリアリティ)を定めています。

重要課題(マテリアリティ)

1

新しい安心の創造、リスク低減の取り組み

見過ごされがちな細かなリスク、世の中の変化にともなう新しいニーズと向き合うことで、お客さまに最適な保険商品・サービスを開発します。また併せて関係機関やパートナー企業と連携してリスク低減に向けた取り組み(自転車利用の安全啓発等)を推進します。

2

お客さま体験価値の向上とアクセシビリティの確保

デジタル技術を活用したイノベーションを推進し、新たなお客さま体験価値を創出するとともに、すべての人にとってアクセス可能なフロントエンド(お客さま接点)を構築します。

3

レジリエントな企業態勢と経営基盤の確立

社会課題の複雑化・多様化により不確実性が高まる中、オペレーショナル・レジリエンス(業務の強靭性)の実効性を確保し、より安心・安全な保険商品・サービスを提供します。

4

全従業員の幸福の追求

従業員が生き生きと意欲的に働ける環境づくりを推進するとともに、多様な従業員の能力発揮・成長を通じて、マルチステークホルダーの期待に応えます。

5

気候変動への対応

auフィナンシャルグループの目標(2030年度カーボンニュートラル達成)に向けて、各種手続きのペーパーレス化を含む省エネ・省資源活動に取り組みます。

1

新しい安心の創造、リスク低減の取り組み

見過ごされがちな細かなリスク、世の中の変化にともなう新しいニーズと向き合うことで、お客さまに最適な保険商品・サービスを開発します。また併せて関係機関やパートナー企業と連携してリスク低減に向けた取り組み(自転車利用の安全啓発等)を推進します。

自転車の安全利用に対する取組み

当社は各地の自治体との「自転車の安全利用に関する協定」に基づく寄付金等を通じて、自治体による条例周知や自転車の安全利用推進活動をサポートしています。

2025年度の事例としては、東京都などが主催する「自転車安全利用TOKYOキャンペーン」のキックオフイベントにブース出展(2025年4月)し、「東京都自転車安全利用サポーター企業」として、東京都が条例で定める自転車保険の加入義務化の周知を行いました。また、大阪府とは自転車の安全啓発を行う「ジテシラProject」に参画し、「ABCラジオまつり」へのブース出展(2025年11月)や大阪府が行う自転車ヘルメット着用推進の取組(2025年12月～)に協力するなど、各自治体と連携し、自転車の安全利用を啓発する活動を行っています。



2

お客さま体験価値の向上とアクセシビリティの確保

デジタル技術を活用したイノベーションを推進し、新たなお客さま体験価値を創出するとともに、すべての人にとってアクセス可能なフロントエンド(お客さま接点)を構築します。

お客さま体験価値の向上

当社はデジタル技術を積極的に活用し、より分かりやすく簡単にお申込みや保険金のご請求等のお手続きができるように取組む等、お客さまの体験価値向上に努めております。

お客さまがご覧になりたい情報にストレスなくスピーディにアクセスいただけるよう、特にスマートフォンでの操作を意識した画面表示とすることで操作性の向上を図っています。また、ご契約者さま向けのページは、事故のご連絡や自転車ロードサービスのご利用等のお手続きをスムーズに進めていただけるようデザインしております。



3

レジリエントな企業態勢と経営基盤の確立

社会課題の複雑化・多様化により不確実性が高まる中、オペレーショナル・レジリエンス(業務の強靱性)の実効性を確保し、より安心・安全な保険商品・サービスを提供します。

内部統制システムの運用

当社は、「内部統制システムに関する基本方針」に基づいて、透明性と牽制機能を備えた経営体制を構築するとともに、運用状況のモニタリングや検証を通じて、内部統制システムの実効性の確保および継続的な改善に取り組んでいます。また、これらの取り組みにより、当社、KDDI、auフィナンシャルグループおよびMS&ADインシュアランスグループ全体の企業価値向上に努めています。(内部統制システムに関する基本方針および運用状況はP30に記載しています。)

リスク管理とERM経営の実践

当社は「リスク管理方針」に基づき、多様化・複雑化する経営上のリスクを正確に把握・評価し、適切に管理を行っています。また、ERM経営の推進により企業価値の持続的な向上を目指しています。([ERM経営推進の取り組み]と「リスク管理」についてはP37に掲載しています。)

「リスク選好方針」を踏まえて策定した中期事業計画を遂行する中で、リスク選好状況のモニタリング・評価を行い、必要に応じて計画等の見直しを実施しています。

不確実な未来の機会と脅威をとらえた経営の意思決定が可能となるように、このサイクル(経営のPDCA)を高速化・効率化することで、ERMの高度化に努めています。

お客さま情報の保護とシステムの正常稼働維持

当社は、「お客さまの情報の取扱いに係る基本方針(プライバシーポリシー)」に基づき、個人情報の保護と適正な取扱いに努めています。特に、サイバーリスクの増大に伴いサイバーセキュリティ対策を強化し、システムの正常かつ安定的な稼働維持に努めています。([お客さまの情報の取扱いに係る基本方針]はP22に掲載しています。)

4

全従業員の幸福の追求

従業員が生き生きと意欲的に働ける環境づくりを推進するとともに、多様な従業員の能力発揮・成長を通じて、マルチステークホルダーの期待に応えます。

LGBTQ+理解・支援

当社では、同性パートナーおよびその子供も家族と認め、休暇・慶事制度の適用対象とする等の社内制度を設けています。また、LGBTQ+等の性的マイノリティに関する社員の理解促進を図る研修の実施や、アライ(支援社員)の輪の拡大等に向けた取り組みを継続的に行っています。全国最大規模のイベント「東京レインボープライド」(TRP)への参加や各地のイベントへの寄付活動も行っており、これらの取り組みに対して評価指標「PRIDE指標」において、最高位「ゴールド」を2025年11月14日に4年連続で受賞しました。



健康経営の取り組み

当社では、社員の健康は本人・家族の幸福の基礎であるとともに、活力ある職場づくりにも不可欠であると考え、社員が心身ともに健康的に、安心して働ける職場環境を整えるため、健康経営を推進しています。社員の自立した健康管理を支援する取り組みとして、健康管理に関連する情報の定期的な配信、健康相談窓口の社内外への設置等を行っています。また、2022年6月に健康企業宣言を行い、2026年3月に「健康経営優良法人2026」に3年連続で認定されました。



人的資本経営の推進

社員を重要な資本として捉え、auフィナンシャルグループ共通研修ツールや当社固有の課題解消のための各種研修を通じた能力開発、適切な報酬体系やモチベーション向上のための人事制度見直し、社員と上司間での能力開発のためのオープンなコミュニケーションとフィードバック、柔軟な働き方実現によるワークライフバランスの推進、さらにDEI(ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン)を尊重した組織文化の構築等、様々な活動を通じて従業員の満足度や生産性を向上させ、組織の競争力向上を目指しています。

ワークライフバランス向上に向けた取り組み

社員のワークライフバランス向上が、社員の満足度やパフォーマンスを向上させるだけでなく、組織全体の生産性と競争力向上につながるものと考え、多様な勤務体制や休暇制度を設けて運用しています。

育児や介護と仕事を両立する社員等、多様な社員が活躍できるよう、短時間勤務、時差出勤、テレワーク活用による効率的な業務遂行が可能な環境を提供しています。

また、休暇制度においては、社員のライフスタイルに応じて半日単位・1時間単位で有給休暇を取得できる仕組みや、年次有給休暇に加えて社員が希望する時期に取得できる「ワークライフバランス休暇」を設ける等、ワークライフバランス向上に向けて取り組んでいます。

5

気候変動への対応

auフィナンシャルグループの目標(2030年度カーボンニュートラル達成)に向けて、各種手続きのペーパーレス化を含む省エネ・省資源活動に取り組めます。

当社では、保険商品のお申込みや保険金請求を、WEBやアプリを通じてオンラインでお手続きいただくことができます。また、保険証券やご契約のしおり(普通保険約款および特約)は原則として電子化し、ホームページ等でいつでもご確認いただくことができます。

これらに加え、社内業務のペーパーレス化を推進することで、省エネ・省資源の取り組みを進めています。