



「お客さま本位の業務運営」を実現するための 一年間の取り組み結果について (2018年8月~2019年7月)

2019年7月

アクサ生命保険株式会社

アクサ生命では、お客さま本位の業務運営を推進し、お客さまへ最善の利益を提供するために、以下**5つの基本方針**を策定し、実践・推進しております。

1. お客さまの声を活かした業務運営を実現します。
2. お客さまの最善の利益を追求します。
3. お客さまへ重要な情報を分かりやすくご提供します。
4. お客さまのニーズ・ご意向などにお応えし、お客さまに適したサービスをご提供します。
5. 役員を含む全社員に「お客さま第一」の意識を醸成するための枠組みを構築します。

基本方針に則って実施した一年間の取り組み結果をご報告いたします

基本方針1：お客様の声を活かした業務運営を実現します。

「お客さまからの評価」を『保全手続きをされたお客さま』へ導入（2018年7月、2019年1月）

- ✓ 2018年7月より「お客さまからの評価*」を新規にご契約されたお客さま / 給付金をお受け取りいただいたお客さまに続き、『保全手続きをされたお客さま**』へ導入いたしました。
- ✓ 2019年1月には、貸付手続き（書面およびインターネット）をされたお客さまへもアンケート配信を拡大したことにより、書面よりもインターネットで手続きをされたお客さまのほうが満足度が高い傾向にあることが算出されました。
- ✓ お客さまから頂戴したさまざまなご意見・ご要望を真摯に受けとめ、サービスの品質向上や改善に引き続き反映させていただきます。
 - * お手続きいただいたお客さまの携帯電話番号(ショートメッセージ)やEメールアドレスにアンケートを配信し、お手続きに関する総合的な満足度などに回答いただくスキームです。
 - ** 保全手続きをされたお客さまに対しては、手続の種類ごとに順次拡大しております。

A screenshot of a survey form titled 'AWA アクサ生命'. At the top, there is a progress bar with 'はじまり' (Start), 'アンケート' (Survey), and 'ありがとうございます' (Thank you). The first question asks for an overall satisfaction rating from 1 to 5 stars. The second question asks for specific comments. The third question asks for contact information for follow-up. A blue callout box is overlaid on the bottom right of the form.

「お客さまからの評価」
アンケートイメージ

<https://www.youtube.com/watch?v=3-zkMePy3aw>

基本方針1：お客さまの声を活かした業務運営を実現します。

カスタマー・コンプライアンス月間の実施（2019年7月）

アクサ生命では、「カスタマー・コンプライアンス月間」を毎年7月に開催しております。2019年はAXAグループのビジョン「プレイヤーからパートナー」をテーマとし、役員を含む全社員が「お客さま」のために、何を実行するべきかを考えるための期間といたしました。

- 1 実際には給付金を受け取られたお客さまの声を反映したビデオを制作いたしました。
- ✓ お客さまが自信をもってより良い人生を送るためのパートナーとして何をすべきなのかを社員一人ひとりが深く考えるための機会といたしました。



CXとは「カスタマーエクスペリエンス（顧客体験）」を示しております。アクサ生命がお客さまの真のパートナーとなるために、何をすべきか、どのようなCXをお届けするべきかを考えるためのビデオであるため「CXビデオ」として社内へ展開しております。

- 3 1 3 ✓ お客さまからの感謝の声に対し、担当者がお客さまのために心がけていることを全社員へ紹介いたしました。



- 2 2 ✓ お客さまの声を活かし、この一年間でお客さまのためにどのような取り組みを実施したかを各部門より共有いただきました。
- ✓ 優秀賞として選定された取り組みは、エグゼクティブ・コミッティ（経営会議）で7月末に表彰予定です。

アクション/Action
コーポレート医療ガン保険パンフレットの改訂/Revision of brochure for Corporate Medical Cancer Insurance

部門/Division
マーケティング部門 / Marketing

概要/Summary
コーポレート制度募集資料で使用している入院保障保険（終身型09）、ガン治療保険（無解約払いもどし金型）パンフレットについて、

- ①お客さま調査を実施し、現状のパンフレットの課題とお客様の保険に対する興味ごとを洗い出し、また、
- ②ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会的手法を取り入れることにより、お客さまにとってわかりやすいパンフレットを作成した

Revised the brochure for Hospitalization insurance (whole-life 09) and Cancer treatment (no CV) used by Corporate sign-up.

1. Conducted user research to extract issues of the current brochure and the customer's interest in insurance
2. Adopted the method of Universal Communication Design association and created comprehensible brochure for customers.

お客さまへの貢献/Customer Impact

- ・お客さまがパンフレットを読み、より当該商品に対する理解を深めること
- ・当該商品に対する理解を深めた上で加入意向を高めていただくこと
- For the customers to be able to deepen their understanding of the product by reading the brochure
- For the customers to increase their intention to purchase the product by deepened understanding of the product.

- 4 4 ✓ 「お客さま本位の業務運営」について、各基本方針のオーナーである役員より一年間を振り返っていただき、強化した点や改善点等を全社員へ共有いたしました。

基本方針2：お客さまの最善の利益を追求します。

「手術照会コール」の導入（2018年10月）

- ✓ 「手術照会コール」は、給付金請求をされるお客さまからのお問い合わせに早く正確にお応えすることで、お客さまの不安や不満を解消したり、お手続きの手間を省くことを目的として、2018年10月に導入いたしました。
- ✓ 専門知識を持った担当者がお客さまへ直接電話をし、治療状況を掘り下げて聴くことで、支払可能かどうか、また手術倍率や支払額までお伝えすることを可能といたしました。
- ✓ また、電話の最後に、お客さまが内容をご理解いただけたかどうか、ご説明が分かり易かったかどうかの満足度アンケートを実施することで、品質管理を行っております。
- ✓ 2019年1月～6月に実施した満足度アンケートの結果は、架電件数に対し90%以上のお客さまより「理解した」「説明が分かり易かった」などの肯定的な回答をいただきました。

| | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 |
|------------|------|------|------|------|------|------|
| お客さまへの架電件数 | 131件 | 139件 | 139件 | 121件 | 130件 | 148件 |
| 満足度*の割合(%) | 92% | 97% | 99% | 91% | 92% | 93% |

*満足度は架電件数に対し、お客さまが「理解した」「説明が分かり易かった」などの肯定的な回答をいただいた方の件数割合を示しています。

基本方針2：お客さまの最善の利益を追求します。

「AXA コンプライアンス・倫理規範」の適用開始（2019年3月）

- ✓ AXAグループにより改訂・発行された「AXAコンプライアンス・倫理規範」について、日本のアクサ生命においても2019年3月より適用開始いたしました。
- ✓ 内容は今日の課題を反映し、ソーシャルメディアの利用、差別・ハラスメントの防止、お客さま情報の保護と責任ある利用など、新しいテーマを追加いたしました。
- ✓ 「AXAコンプライアンス・倫理規範」の適用開始および「公正かつプロフェッショナルなお客さま対応」が追加されたことに伴い、「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」の具体的な取り組み例として取り上げました。
- ✓ 今後も、お客さまからの信頼にお応えしていくための原則と高い倫理基準を示す「AXAコンプライアンス・倫理規範」を社員ひとりひとりが遵守し、「お客さま本位の業務運営」の実践に努めてまいります。



基本方針3：お客さまへ重要な情報を分かりやすくご提供します。

大規模法人に所属するお客さまへの職制配布パンフレットの改訂（2019年3月）

- ✓ 大規模法人に所属するお客さまへ配布している入院保障保険（終身型09）/ガン治療保険（無解約払いもどし金型）のパンフレットを2019年3月に改訂いたしました。
- ✓ 現状のパンフレットの課題や保険に対する興味を洗い出すため、お客さまへ調査を実施いたしました。
- ✓ ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会の手法を取り入れながら、フォントの大きさや全体の文字量を少なくするなど、お客さまにとってわかりやすいパンフレットへ改訂いたしました。

改訂前

The 'Before' pamphlet is characterized by a dense, cluttered layout. It features a large table of insurance details with small text and many overlapping elements. The design is less user-friendly, with a lot of information packed into a small space, making it difficult to read and navigate. The fonts are small, and the overall aesthetic is more traditional and less modern.

改訂後

The 'After' pamphlet represents a significant redesign. It features a clean, modern layout with clear sections and large, legible fonts. The design is more user-friendly and visually appealing. It includes a prominent 'Support for you and society' section with icons and clear text, and a 'Always healthy' section with a bar chart showing premium reductions. The overall aesthetic is more professional and easier to understand.

基本方針3：お客さまへ重要な情報を分かりやすくご提供します。

代理店報酬制度の改定（2019年7月）

- ✓ 当社では、これまで新契約の販売数量と保有契約の継続率に基づき、募集代理店を評価しておりました。
- ✓ 今般、保険募集活動のさらなる品質向上へ向けて、丁寧なお客さま対応など募集代理店のお客さまに対する業務運営の「品質」、長期にわたりご契約を守ることにフォーカスし、募集代理店を評価する代理店報酬制度を2019年7月より導入いたしました。（詳細は[こちら](#)）
- ✓ 当社の募集代理店手数料は、「①基本手数料」「②クオリティ報酬」「③長期保全報酬」に分けられます。募集代理店に対して、特定商品の販売量に偏った上乘せ報酬等の支払いはありません。

| 評価対象 | 代理店手数料 | |
|---------|-----------|--|
| 保険販売の数量 | ① 基本手数料 | 次の要素を考慮して、手数料ランクを決定し、それに応じた報酬をお支払いします。 <ul style="list-style-type: none">・保険商品の種類、契約内容・当社商品の販売状況と継続状況 |
| 業務運営の品質 | ② クオリティ報酬 | クオリティ報酬の査定項目の達成状況と新契約実績により、支給率を決定する報酬です。代理店属性に応じて査定項目は異なります。 |
| | ③ 長期保全報酬 | 長期にわたる保障と資産形成を目的とした一部の変額保険（ユニット・リンク保険、ライフプロデュース(06)）を対象とし、ご契約から7年以上ご継続いただいた契約に対し、7～20年目に支払う報酬です。 |

基本方針4：お客さまのニーズ・ご意向などにお応えし、お客さまに適したサービスをご提供します。

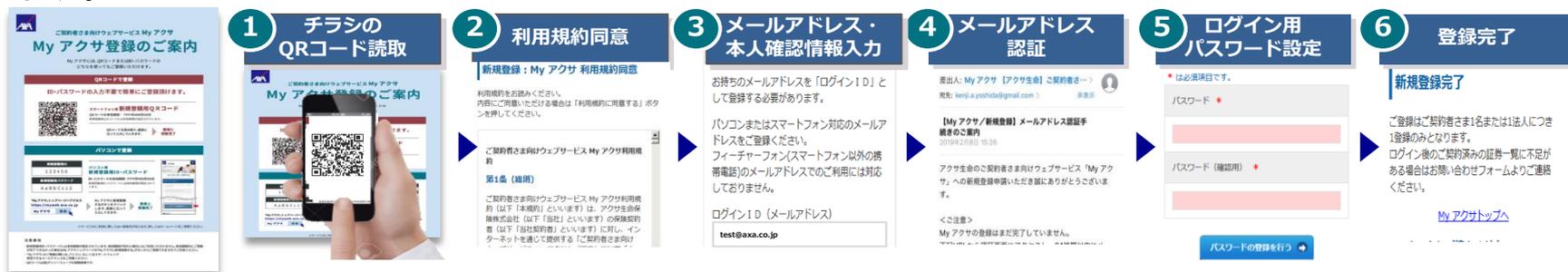
インターネット手続きの改善（2018年10月、2019年4月、6月）

2018年10月 「インターネットによる給付金請求サービス」における取扱範囲の拡大

- ✓ 当該拡大により、入院・手術給付金請求の約50%が「インターネットによる給付金請求サービス」の取扱い対象となりました。

2019年4月 ご契約締結後に送付する保険証券への「My アクサ」新規登録用の仮ID・パスワードの同封開始

- ✓ 従来の証券番号を用いての新規登録に加えて、以前よりユニット・リンク保険/ライフ プロデュース(06)で利用されていた仮ID・パスワードを全商品に対して発行し、シンプルかつ簡単に登録ができるようになりました。特にQRコードをご利用になると、仮ID・パスワードの入力も必要なく、簡単に登録が完了します。



2019年6月 Myアクサでの「契約者貸付のご返済」サービスを開始

- ✓ 「My アクサ」より、365日・営業時間外でも、Pay-easy（ペイジー）を利用して、契約者貸付のご返済手続きを行うことが可能となりました。（利用時間は毎日0：30～23：00）
- ✓ 従来、ご返済希望のお申し出に対して返済用振込用紙を郵送していたため、数日の待ち時間がありましたが、お申し出当日のお手続きが可能になりました。

基本方針4：お客様のニーズ・ご意向などにお応えし、お客様に適したサービスをご提供します。

新商品 がん保険「マイ・セラピー」販売開始（2019年4月）

2019年4月より販売を開始した『アクサの「治療保障」のがん保険 マイ・セラピー』《正式名称：ガン治療保険（無解約払いもどし金型）》は、治療技術の進歩に合わせて、お客様が最新・最適なガン治療を安心してお受けいただけるよう、従来商品の保障内容を拡充いたしました。

「マイ・セラピー」の特長

アクサの
治療保障のがん保険

マイ・セラピー

① 最新のガン治療に対応する保障を拡充（「化学療法給付金」・「緩和療養給付金」）

「化学療法給付金」の給付範囲を従来の保障内容より拡大し、多様化する抗がん剤治療を幅広く保障できるようにしました。また、ガンと診断された時から安心して緩和ケアを受けていただけるよう、「緩和療養給付金」のお支払限度拡大（60ヵ月分に拡大）なども行っています。

② ガンの診断確定などにより一時金（ガン一時金）をお支払いする特約を新設（任意付加）

ガン一時金額は最高1,000万円までご契約可能※¹。「ガン・上皮内新生物一時金特約」※²を新設し、治療に伴い生じる収入減少などの経済的リスクに幅広く対応できるようになりました。

※¹「一時金1回のみ支払特則」を付加した場合。※²この特約はご契約日から90日間は保障されません。

③ ガンに関して専門的且つ幅広いアドバイスをご提供する「がん治療総合窓口ダイヤル」を新設

お客様のガンに関する不安の軽減に貢献するため、総合的な電話相談窓口を開設しました。女性のお客様には「がん治療女性専用ダイヤル」もご用意しております。

これにより、従来からご好評をいただいております「セカンドオピニオンサービス」に加えて、お客様の生活習慣改善に向けたアドバイス、ガン検診に関する情報、治療と仕事や生活の両立、カバーメイク（化粧）や頭皮・頭髪ケアといった外見ケアに関するアドバイス等をご提供できるようになりました。

基本方針5：役員を含む全社員に「お客さま第一」の意識を醸成するための枠組みを構築します。

「Our Commitments-私たちの誓い」の導入（2019年1月）

- ✓ 行動指針である「AXAバリュー」に代わり、より具体的な行動ガイドラインとして進化させた「Our Commitments - 私たちの誓い」を2019年1月より導入いたしました。
- ✓ 社内で「Our Commitments - 私たちの誓い」のワークショップを開催し、役員のMy Commitmentsをイントラに提示、また社員一人ひとりもMy Commitmentsを作成し、日頃の業務において「お客さま第一」を意識できるように取り組みました。

| | | | |
|---|---|--|---|
|  <h3>Customer first</h3> <p>お客さま第一</p> <p>私たちは、すべての行動をお客さまを思うところから始めます。</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 私たちは、あらゆるプロジェクト、業務プロセス、そして商品開発において、お客さまの立場で考えることから始めます。✓ 私たちは、お客さまにとって簡単でシンプルであることを目指し、それを実現するためにエネルギーと創造力を注ぎます。✓ 私たちは、現状に関わらず、常にお客さまと私たちの利害が一致するような行動をとります。 |  <h3>Courage</h3> <p>勇氣</p> <p>私たちは、他者を勇気づけて行動を促し、自ら学び成長につながる機会を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 私たちは、80%の確信性でもより迅速な意思決定を行い実行することで革新性を追求します。完璧を目指して手遅れになるより、適切な速度、適切な水準で実施する方を好むからです。✓ 私たちはお客さまのため、仲間のためによりシンプルに物事を考え、決断し、そして行動をします。✓ 私たちは、フィードバックを求め、また他者に対しても敬意を持って提供します。✓ 学びの機会、自己成長の機会を求め、仲間にも同様の行動を促します。 |  <h3>Integrity</h3> <p>誠実</p> <p>私たちは、責任を持ち、常に有言実行を約束します。</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 私たちは、難しい選択を前にしても、長期的な視点で考え、AXAの倫理観に沿った行動をとります。✓ 私たちは、透明性を持って、言葉にしたことを実行し、実行できることを言葉にします。✓ 私たちは、自らの信念を勇気を持って発言します。しかし、決定が下された後は、異なる意見を持っていたとしても、全面的に決定を支持し協力します。 |  <h3>One AXA</h3> <p>ひとつのチーム</p> <p>私たちは、多様性と協調性を通じてともに成功することを追求します。素晴らしい判断、革新性に富んだ発想そして持続的な成功は他者の知性、支援、そしてエネルギーなくして実現はできません。</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 私たちは、協働を最も大切なスキルと考え、昇進、採用、報酬を決定する重要な要素とします。✓ 私たちは、ダイバーシティ&インクルージョンを醸成します。異なる考え方や多様な経歴／経験は、長期的な成功には欠かせないと確信しているからです。 |
|---|---|--|---|

基本方針5：役員を含む全社員に「お客さま第一」の意識を醸成するための枠組みを構築します。

社員パルスサーベイの実施（2019年1月）

- ✓ 「お客さま第一」を意識して業務遂行しているかなど、社員の意識を測定するため、社内調査として、「社員パルスサーベイ」を2019年1月に実施いたしました。
- ✓ 質問『私は常に「お客さま第一」を目指して行動している』に対して、「強く同意する」、「同意する」と回答した社員の割合は95%となりました。
- ✓ 本サーベイは継続的に実施を続け、社員の「お客さま第一」に向けた意識を測定し続ける予定です。

社員のコメント（例）

- お客さまがあつてのアクサ生命であるから
- 営業の仕事において、この仕事を永く継続し、お客さまの信頼獲得のためには、「お客さま第一」以外に考えられない
- 完璧にできているかはわからない
- お客さまのご要望に沿った対応ができるよう、お話を傾けることを継続的に行っているため
- お客さまのお役に立った結果が自分の幸せにつながっていると思うので
- お客さまのために行動しているつもりでいるが、まだ全力では無い感じがする
- お客さまからの信頼を得るためにはお客さまを第一に考えなければ成り立たないため
- 全てがお客さまに繋がっていると考えるため
- 業務上、お客さまの目線に常に立ち、どうアクサの魅力をPRするか、アクサを好きになってもらえるか、考えながら対応しています