



Press release

2017年9月25日パリ発

AXA、9年連続で世界No.1保険ブランドに

- インターブランド社によるベスト・グローバル・ブランドランキングでAXAは4ランク上昇し42位に。
- AXAは引き続き金融サービス部門において世界でトップ3入り。

本日、インターブランド社のベスト・グローバル・ブランドランキングにより、引き続きAXAのブランド力と業界トップのポジションが確認されました。AXAは全業種の総合ランキングで昨年より4位上昇して42位にランクインするとともに、9年連続で、世界No.1保険ブランドを獲得、金融サービス部門全体のブランドとして3位に選出され、ブランド価値は110億米ドルと評価されました。

AXA グループのマーケティング&デジタル・オフィサーであるアメリー・ウデア-キャステラは次のように述べています。「9年連続で世界 No. 1 保険ブランドであることを大変誇りに思っています。1億700万人のお客さまの変わらぬ信頼、そして社員やディストリビューターの皆さまの献身的な日々の貢献に感謝します。私たちは Ambition2020 戦略に向けて引き続き尽力しており、AXA ブランドが私たちの成功へ寄与していることが再度認められた事を光榮に思っています。

AXA は、人々が自信をもってより良い人生を送れるように寄り添うことを目指し、お客さまにさらなる価値を創造することや、生涯に渡って真のパートナーとなるために、ビジネスモデルの大規模な変革に着手しています。AXA ブランドは、この変革の道のりにおいて非常に重要な役割を果たしています。」

インターブランド社は次のように述べています。「AXA のブランドへのコミットメントは同社の一番の強みであると考えます。AXA は時間をかけて目標やビジョン、バリューを定めています。ここには徹底した変革を実現するための本質的な原動力があり、これがさらなる成長の基礎となるでしょう。お客さまとの関係を再定義することにより顧客体験において差別化を図るその野心もまた説得力があり、時間をかけて継続することにより、ブランドの役割を変える可能性を持っています。」

AXA グループのブランドディレクターであるポール・ベネットは次のように述べています。「この1年の間に私たちはブランド表現の重要な変更を行ってきました。例えばブランド・アイデンティティを新しくし、広告プラットフォームをよりシンプルかつ人間的でモダンなブランドを表現するものにしました。私たちはまた AXA 特有の顧客体験を体現する My AXA やサービスの品質保証など、顧客資産を世界的に展開しています。」



アクサ生命について

アクサ生命は AXA のメンバーカンパニーとして 1994 年に設立されました。AXA が世界で培ってきた知識と経験を活かし、237 万の個人、2,200 の企業・団体のお客さまに、死亡保障や医療・がん保障、年金、資産形成などの幅広い商品を、多様な販売チャネルを通じてお届けしています。2016 年度には、2,522 億円の保険金や年金、給付金等をお支払いしています。また、「アクサ損害保険」と「アクサダイレクト生命」を連結する親会社として、子会社各社の経営管理・監督を行っています。

本件に関するお問い合わせは下記までお願いいたします:

アクサ生命保険株式会社 広報部
電話:03-6737-7140
FAX:03-6737-5964
<http://www.axa.co.jp>

AXA グループについて

AXA は世界 64 ヶ国で 16 万 5,000 人の従業員を擁し、1 億 700 万人のお客さまにサービスを提供する、保険および資産運用分野の世界的なリーディングカンパニーです。国際会計基準に基づく 2016 年度通期の売上は 1,002 億ユーロ、アンダーライニング・アーニングス(基本利益)は 57 億ユーロ、2016 年 12 月 31 日時点における運用資産総額は 1 兆 4,290 億ユーロにのびります。AXA はユーロネクスト・パリのコンパートメント A に上場しており、AXA の米国預託株式は OTC QX プラットフォームで取引され、ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス(DJSI)や FTSE4GOOD などの国際的な主要 SRI インデックスの構成銘柄として採用されています。また、国連環境計画・金融イニシアチブ(UNEP FI)による「持続可能な保険原則」および「責任投資原則」に署名しています。