



# Press release

2019年2月20日

## アクサ生命、「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」にかかる評価指標の結果を公表

アクサ生命保険株式会社(本社:東京都港区、代表執行役副社長:幸本智彦)は、「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」(以下、「当方針」)の定着度を測る指標として設定した『「お客さまからの評価」の総合評価(満足度)』のスコア※1ならびに当社の全役職員を対象とした『「お客さま本位の業務運営」にかかる意識の浸透度を測る社内調査』の結果※1を公表します。

■2018年度の「お客さまからの評価」の総合評価(満足度)の平均スコア  
新規にご契約いただいたお客さま: 4.35 (5段階評価)  
給付金をお受け取りいただいたお客さま: 4.43 (5段階評価)

■2019年1月実施の「お客さま本位の業務運営」にかかる意識の浸透度を測る社内調査結果  
『私は常に「お客さま第一」を目指して行動している』という質問に対して、「強く同意する」または「同意する」と回答した社員の割合: 95%

※1 評価指標の結果の詳細については添付資料1をご参照ください。

また、当社は「AXAバリュー(価値基準)」をより具体的な行動ガイドラインとして進化させた「コミットメント - 私たちの誓い」を策定し、今年度より行動指針としてまいります。それに伴い、「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」を一部改定しましたので併せてお知らせします※2。

※2 改定後の基本方針については添付資料2をご参照ください。

今後も、第一のコミットメントである、「お客さま第一(CUSTOMER FIRST)」を経営の根幹に置き、常にお客さまに寄り添い、単に保険金や給付金をお支払いする「支払者(ペイヤー)」から、お客さまのリスクを予防・軽減するアドバイスやサービスの提供を通じてお客さまの健やかで幸せな人生をお守りする「パートナー」となることを目指してまいります。

### 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。2017 年度には、2,500 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。

### AXA グループについて

AXA は世界 62 ヶ国で 16 万人の従業員を擁し、1 億 500 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 2017 年度通期の売上は 985 億ユーロ、アンダーライニング・アーニングスは 60 億ユーロ、2017 年 12 月 31 日時点における運用資産総額は 1 兆 4,385 億ユーロにのぼります。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。

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>

添付資料 1

「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」にかかる評価指標の結果

「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」の定着度を測る指標として設定した「お客さまからの評価」の総合評価(満足度)のスコアならびに「お客さま本位の業務運営」にかかる意識の浸透度を測る社内調査結果を公表いたします。

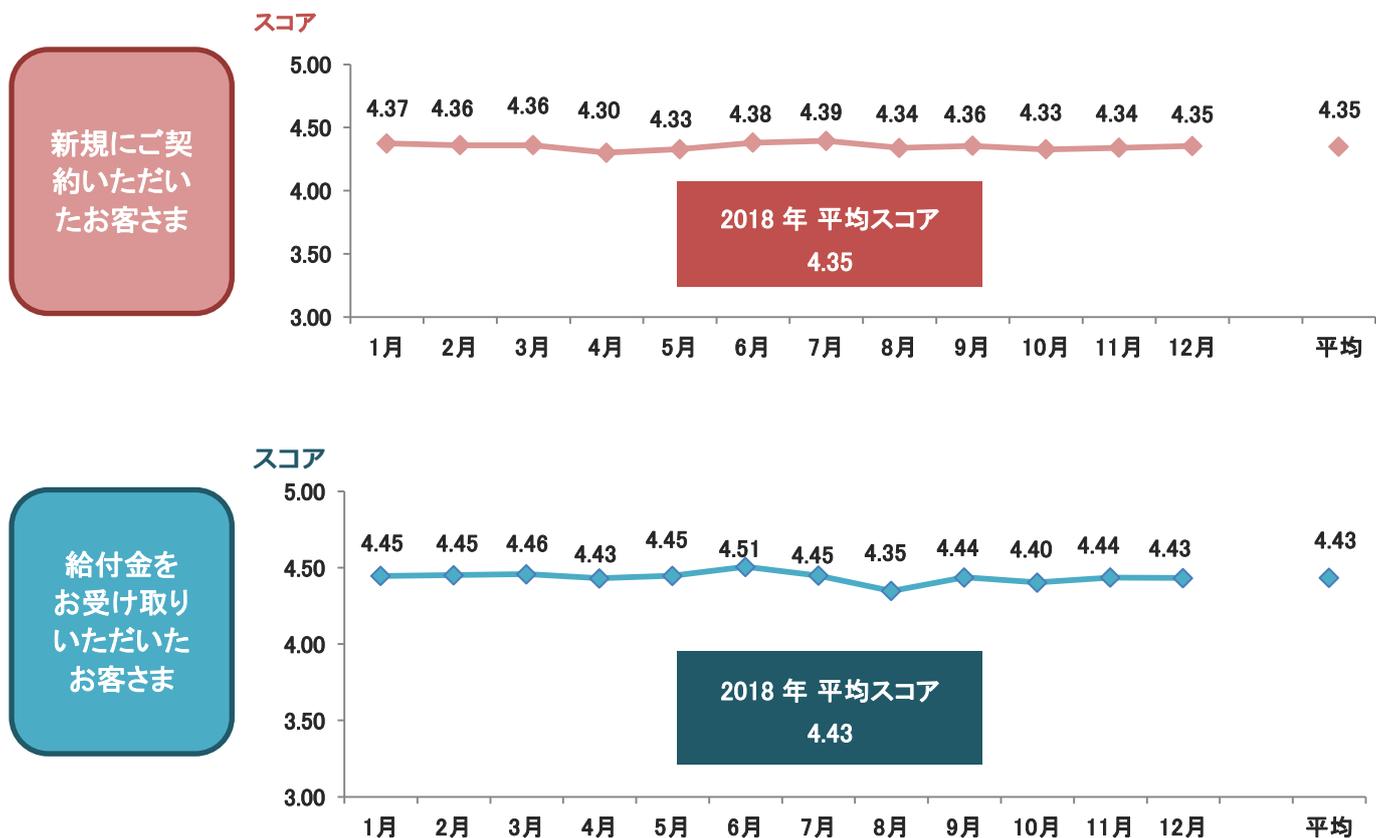
「お客さまからの評価」の総合評価(満足度)とは？

お客さま満足度の調査結果をタイムリーに公式ホームページから閲覧可能とするスキームです。客観性および透明性の確保を目的に、調査からレビュー・評価の公開まで一連の管理・運営を第三者機関に委託し、いただいた評価を原則すべて公開する取り組みとなります。この取り組みでは、情報公開を積極的に行うことによって、保険加入を検討中のお客さまに、より納得してご契約いただくことだけでなく、お客さまからの声に迅速に対応し、商品やサービスの品質向上に役立てることを目指しています。

「お客さまからの評価」のスコア\*  
2018年1～12月の推移

最新の状況はこちら ⇒ <https://www.axa.co.jp/customer-feedback/>

\*スコアは、質問「今回のお手続きに関して、総合的な満足度を教えてください。」に対し、お客さまが5段階評価(★の数)で回答した月毎の平均、ならびにそれらを1年間で平均したスコアを示しています。



## 「お客さま本位の業務運営」にかかる意識の浸透度を測る社内調査とは？

当社では「お客さま本位の業務運営」にかかる意識の浸透度を測る社内調査として、「社員パルスサーベイ」を実施しています。「パルス」というのは「脈拍」と訳す通り、社員のその時々々の認識をタイムリーに測定する仕組みです。この社内調査により、「お客さま第一」を意識して業務遂行しているかなど、社員の意識を測定します。

「社員パルスサーベイ」の結果  
社内調査：2019年1月実施

Q. 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」と回答した人の割合

# 95%



### 社員のコメント

- ・お客さま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、お話を耳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ているため
- ・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



添付資料 2

**お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針**

2017年6月16日策定  
2018年7月27日改訂  
2019年2月20日改訂

アクサ生命保険株式会社

アクサ生命保険株式会社(代表執行役副社長:幸本智彦)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、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。

この5つの基本方針は、「コミットメント－私たちの誓い」に則り、「お客さまがより健やかな人生を送れるようお守りする」という当社の使命を実現するために策定しています。このコミットメントの中で、「お客さま第一(CUSTOMER FIRST)」を経営の根幹に置き、当社のビジョンである「お客さまから最も信頼されるパートナー」となることを目指して日々の業務を遂行していきます。

**コミットメント－私たちの誓い**

- ・・お客さま第一 (CUSTOMER FIRST)  
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。
- ・・勇気 (COURAGE)  
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。
- ・・誠実 (INTEGRITY)  
私たちは、責任を持ち、常に有言実行を約束します。
- ・・ひとつのチーム (ONE AXA)  
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。

**<5つの基本方針と具体的な取り組み例>**

**1. お客さまの声を活かした業務運営を実現します。**

私たちは、お客さまの声を幅広く収集し、お客さまにご満足いただける商品やサービスの開発に取り組むとともに、お客さまの満足度を多様な方法で測定し、その結果を業務運営に活用します。

(具体的な取り組み例)

- (1) 私たちは、お客さまからいただいた声を、透明性を持って公開するために、「お客さまからの評価」を当社ホームページに掲載しています。
- (2) 私たちは、さまざまな方法で寄せられたお客さまの声に迅速かつ継続的に対応できるように、強固な管理体制を構築しています。「お客さま第一」にフォーカスした経営会議、部門横断的にお客さまの声を集約し議論する会議などを通じて、お客さまからの声を積極的に活かせるよう努めています。
- (3) 私たちは、お客さまの推奨のご意向を知るための指標である「NPS(ネット・プロモーター・スコア)」を経営の数値的指標としています。



## 2. お客様の最善の利益を追求します。

私たちは、お客様の最善の利益を図るべく、保険分野その他金融取引における専門性を高めるとともに、職業倫理を強く意識して業務を遂行します。

(具体的な取り組み例)

- (1) 私たちは、現状のお客様本位の取り組みに満足することなく、さらなるお客様本位の業務運営の良策を模索し続けるために、常に業務改善を実行し、定期的に本基本方針への遵守状況や取り組み状況などを見直す機会を設けて、課題を解決していくアクションを実行していきます。
- (2) 私たちは、「利益相反管理方針」を策定し、お客様の利益を不当に害することがないよう、利益相反を抑止する適切な措置を実施します。

## 3. お客様へ重要な情報を分かりやすくご提供します。

私たちは、保険商品の販売時はもちろんのこと、お客様と接するさまざまな場面において、お客様の取引経験や金融知識なども考慮のうえ、適切な情報を分かりやすくご提供します。

(具体的な取り組み例)

- (1) 私たちは、お客様におすすめする保険商品を分かりやすくご理解いただくため、お客様目線で分かりやすい募集資料(パンフレットなど)を作成し、丁寧な説明を行います。
- (2) 私たちは、保険商品の販売時はもちろんのこと、ご加入後のご契約内容などについても、適宜、適切な情報を分かりやすくご提供します。
- (3) 私たちは、お客様にご負担いただく手数料その他の費用について、商品特性や販売経路に照らして、お客様に正しくご理解いただくため、分かりやすい開示を行います。
- (4) 私たちは、募集代理店に支払う報酬の水準について、業績面での評価とともに、ご契約を長期に亘ってお守りすることも評価して設定しております。また、さらなる保険募集活動の品質向上へむけ、上記評価に加えて丁寧なお客様対応など、募集代理店のお客様に対する活動全般にかかる「活動品質を評価する体系」を設計し、2019年度に代理店報酬制度へ反映させる予定です。

## 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。

私たちは、保険商品の特性および保険販売マーケットを踏まえ、お客様にふさわしい保険商品・サービスを開発し、販売します。

(具体的な取り組み例)

- (1) 私たちは、保険販売マーケットやお客様が求めているものを追求・調査のうえ、それらを特定するとともに、そのマーケットのお客様にふさわしい保険商品・サービスを開発します。
- (2) 私たちは、お客様の資産の状況、取引経験、知識および取引目的・ご意向を把握し、個々のお客様にふさわしい保険商品・サービスを販売します。
- (3) 私たちは、お客様が正しくご理解のうえ、当社の保険商品をご選択いただけるよう、保険商品を含めた金融商品に関する基本的な知識を得られるための情報をご提供します。

## 5. 役員を含む全社員に「お客様第一」の意識を醸成するための枠組みを構築します。

私たちは、あらゆる場面において、お客様本位を実践するための給与、教育・研修体系などの整備を行うとともに、本基本方針の浸透に向けた取り組みを進めていきます。

(具体的な取り組み例)

- (1) 私たちは、お客様の最善の利益をお守りするために、定期的に研修・教育を実施します。
- (2) 私たちは、短期的な当社収益に固執することなく、お客様本位の業務運営を促進するような「報酬・業績評価体系」および適切な「ガバナンス体制」を設計・構築します。
- (3) 私たちは、コミットメント - 私たちの誓いの1つである「お客様第一 (CUSTOMER FIRST)」に基づく行動に対する評価を行い、報酬に反映する仕組みを構築しています。

以上