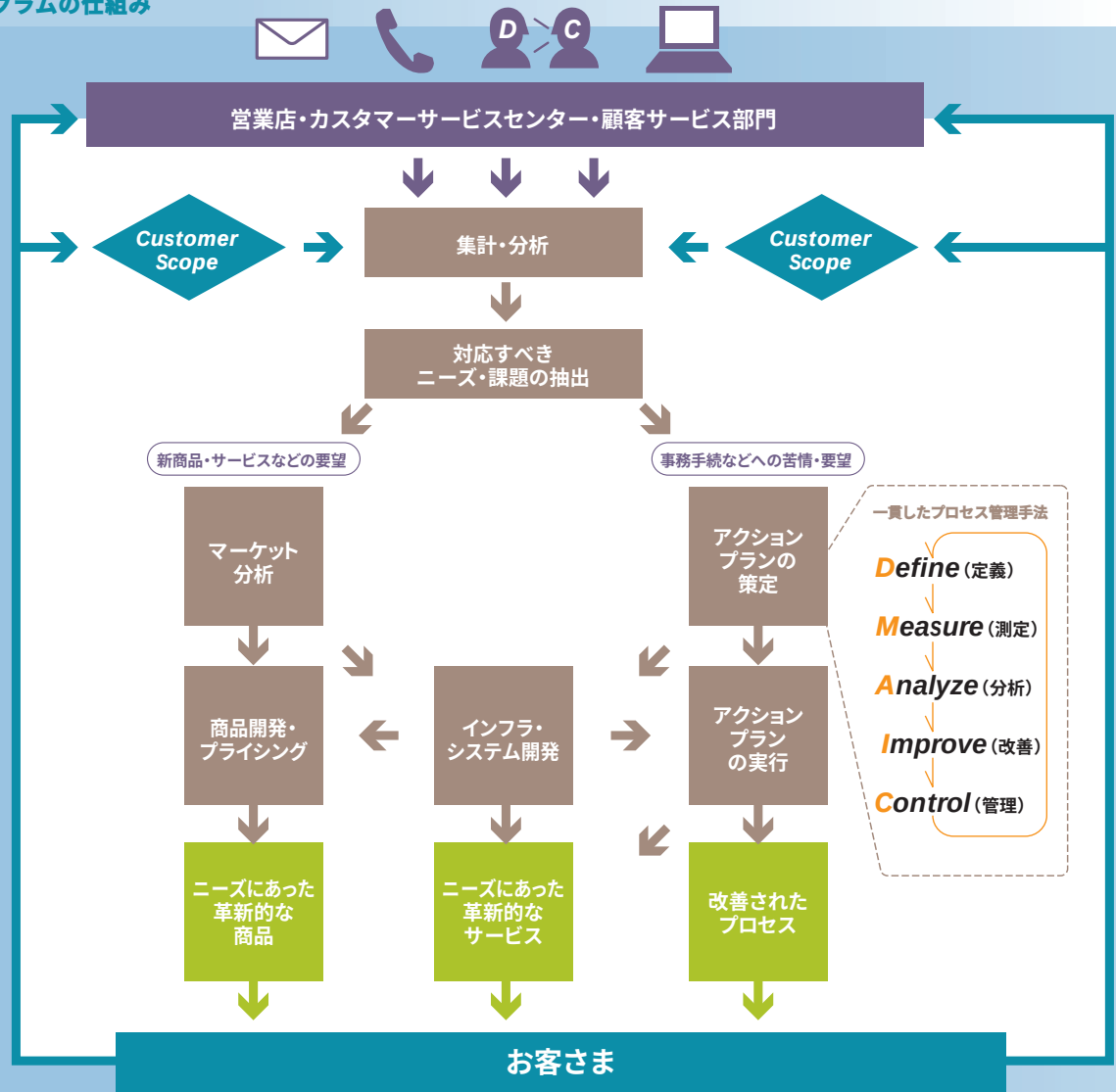


顧客満足度向上への取組み VOCプログラム

アクサジャパンでは、一層の顧客満足度向上を図るため、「VOCプログラム」を導入しています。
VOCとはVoice of Customerの略で、"お客さまの声"を表しています。
会社には日々、商品・サービスの改善の礎となる"お客さまの声"が寄せられます。
これらをムダにすることなく、新しい商品・サービスに反映させていくために
構築されたのが「VOCプログラム」です。
このプログラムは、新しい商品・サービスや業務プロセスが開発された後にも
モニタリングを続けることによって、常に弛まぬ改善が続けられる仕組みとなっています。

VOCプログラムの仕組み



カスタマーサービスセンター

カスタマーサービスセンターでは、お客さまから寄せられる電話でのお問い合わせに対して、迅速かつ的確なソリューションを提供できるよう、トレーニングを積んだプロフェッショナルなアドバイザーが、最新の情報管理システムを駆使して対応にあたっています。

■ 2004年度アクサ生命の相談（照会・お申し出）の状況

(件)

	新契約関係	収納関係	保全関係	保険金・ 給付金関係	税金	その他	計
4～6月	757	1,036	9,020	1,069	33	2,000	13,915
7～9月	1,209	1,838	12,847	2,709	140	3,001	21,744
10～12月	1,736	2,223	22,353	4,470	2,760	3,703	37,245
1～3月	2,146	2,254	22,883	6,787	1,469	3,387	38,926
計	5,848	7,351	67,103	15,035	4,402	12,091	111,830

Customer Scope

アクサジャパンでは、重要な経営目標のひとつに顧客満足度を掲げ、その改善に努めています。

顧客満足度の向上を目指していくためには、その成果を測る客観的な指標が必要となりますが、アクサジャパンでは "Customer Scope" と呼ばれる調査を定期的の実施し、その指標のひとつとしています。

一貫したプロセス管理手法

企業が健全な成長を続けていくためには、適正な利益が確保できるよう業務の効率化を図っていく必要があります。しかし、効率化も進め方を間違えると、利益の追求ばかりが先行し、お客さまへ提供するサービスレベルが下がってしまうという事態を招くことにもなりかねません。

アクサジャパンでは、業務プロセスの効率化を行なう場合の管理手法として「DMAIC」と呼ばれる手法を導入し、一貫したプロセス管理を行なっています。

この「DMAIC」手法は、業務効率を測る尺度に必ずカスタマーの視点を組み入れるところが特徴で、プロセス改善の過程でサービスレベルの低下を招くような案が提示された場合には、先へ進めない仕組みとなっています。

Customer Service Dashboard

VOCプログラムから生まれた顧客満足度向上のための具体的なアクションプログラムのひとつが "Customer Service Dashboard" です。

Customer Service Dashboardは、顧客サービス部門がお客さまに提供しているサービスのうち、お客さまの満足度に大きな影響を与えるいくつかのサービスをピックアップし、その精度やサイクルタイムを日毎に測定。基準値から大きくはずれた場合の要因を探り、改善を進めることでサービスレベルの向上を図るというものです。

現在は、「申込書受付から証券発送までの日数」や「支払い請求受付から支払い完了までの日数」などの項目をDashboardに設定し、きめ細かな業務プロセスの管理を行なっています。

契約者懇談会

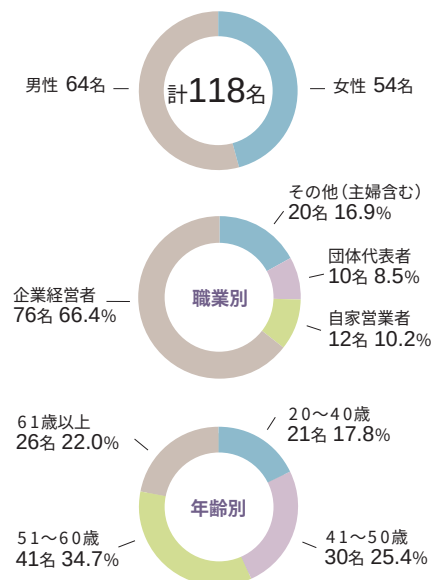
アクサジャパンでは会社の経営状況をご契約者の方々にご説明するとともに、ご質問・ご要望・ご提言をいただく場として、毎年全国の支社で契約者懇談会を実施しています。

2004年度は全国10支社で開催し、118名のご契約者の方々にご出席いただきました。

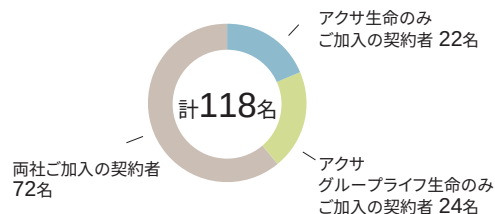
■ 契約者懇談会のご質問・ご要望の内容

- ① 保険商品について
- ② 契約や保険金の支払いについて
- ③ 生保業界について
- ④ 損保兼営について
- ⑤ 社員教育について
- ⑥ 広報・CMについて
- ⑦ 顧客情報管理について

■ 契約者懇談会のご出席者数



■ 契約者懇談会のご出席者のアクサ生命・アクサ グループライフ生命ご契約状況



■ 開催地 10支社(2004年8月以降、開催順)

- ① 9/6 鳥取
- ② 9/9 新潟
- ③ 9/14 沖縄
- ④ 9/15 宇都宮
- ⑤ 9/15 富山
- ⑥ 9/17 熊本
- ⑦ 9/21 山形
- ⑧ 9/22 岐阜
- ⑨ 9/22 神戸
- ⑩ 9/27 多摩

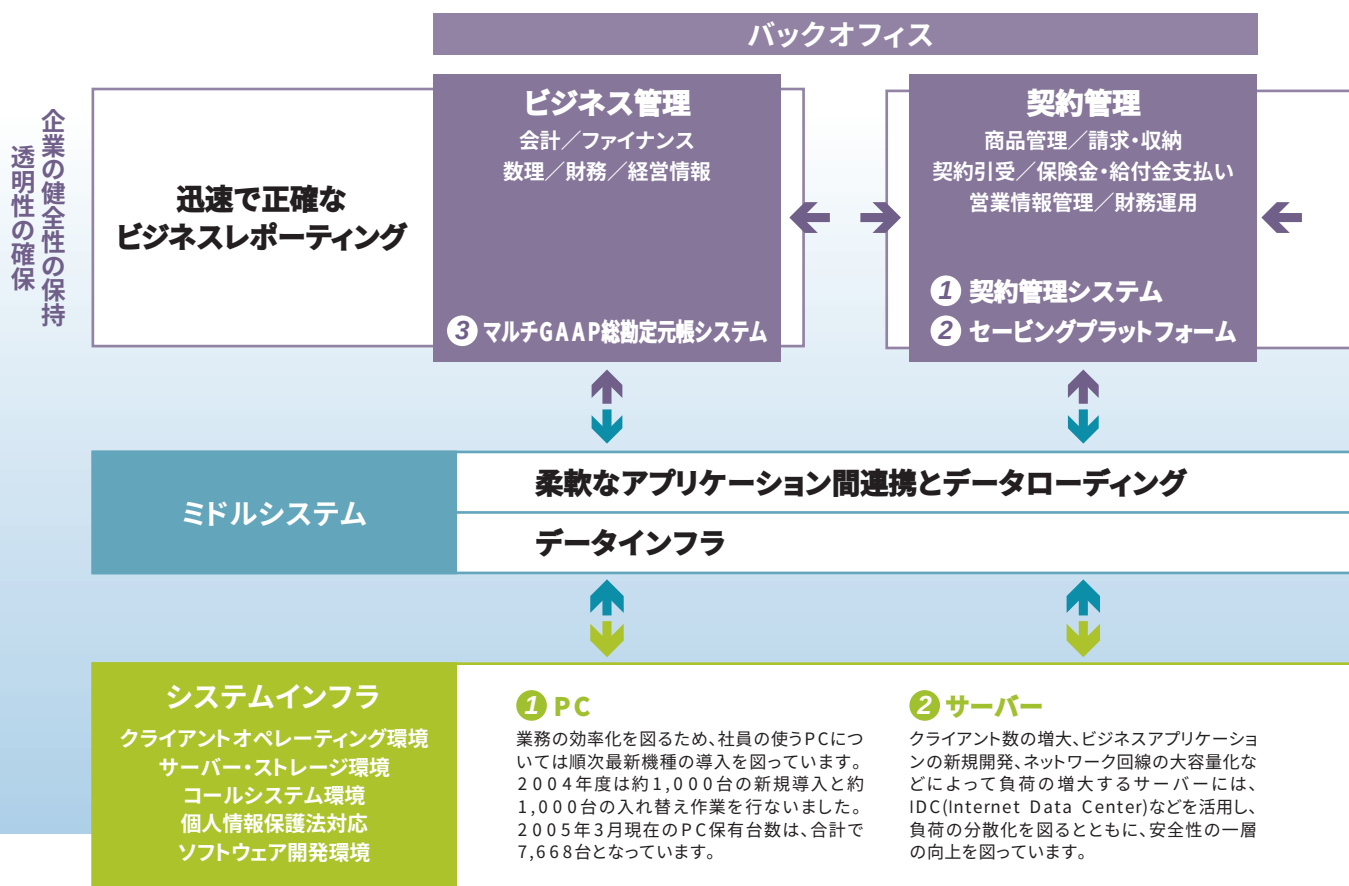


VOCから生まれたソリューション 1 (システム開発)

—サービス・デリバリー・プラットフォームの構築とビジネスアプリケーションの開発—

VOCプログラムは2004年度、さらに多くのソリューションを生み出しました。とくにシステム部門では、営業支援や契約管理など、お客さまに高品質なサービスを提供するために必要なビジネスアプリケーションを効率よく開発するためのサービス・デリバリー・プラットフォームを構築、同時に各ビジネスアプリケーションのオープン化を図り、各アプリ

ケーション間のスムーズな連携とシステム開発の低コスト化を実現しました。また、高付加価値サービスの提供に不可欠な顧客データベースを充実させるとともに、顧客データウェアハウスを構築し、ビジネスアプリケーションの要求に迅速に応えることのできるデータ管理環境を充実させました。



バックオフィス系システム

① 契約管理システム

契約管理業務の効率化を図るため、Web技術を活用し、処理画面によりわかりやすいインターフェイスを採用した契約管理システムを開発、2001年から導入しています。

② セービングプラットフォーム

貯蓄性商品の開発・販売とともに、契約管理業務のパッケージ・ソフトウェアを利用したプラットフォームを確立しました。これにより、ASP（アプリケーション・サービス・プロバイダー）によるシステム改訂を、完全にアウトソース化することが可能となりました。また、顧客サービス機能の充実にWeb技術を活用し、開発期間のスピードアップ・品質向上・費用の抑制を図りました。

③ マルチGAAP総勘定元帳システム

AXAグループの一員であるアクサジャパンは、日本の会計制度に即した決算報告のみならず、米国の会計制度やフランスの会計制度に即した決算報告書の作成を義務づけられています。2005年1月より導入を開始したマルチGAAP総勘定元帳システムは、複数の会計制度に即した決算報告書を同時に作成できるシステムです。決算事務作業にかかる負荷を軽減することで、より迅速で正確なビジネスレポートの作成が可能となりました。

ミドルシステム

① 顧客データベースの拡充

ビジネスアプリケーションからの高い要求に応えるため、顧客データベースの拡充を行ないました。

② 顧客データウェアハウス

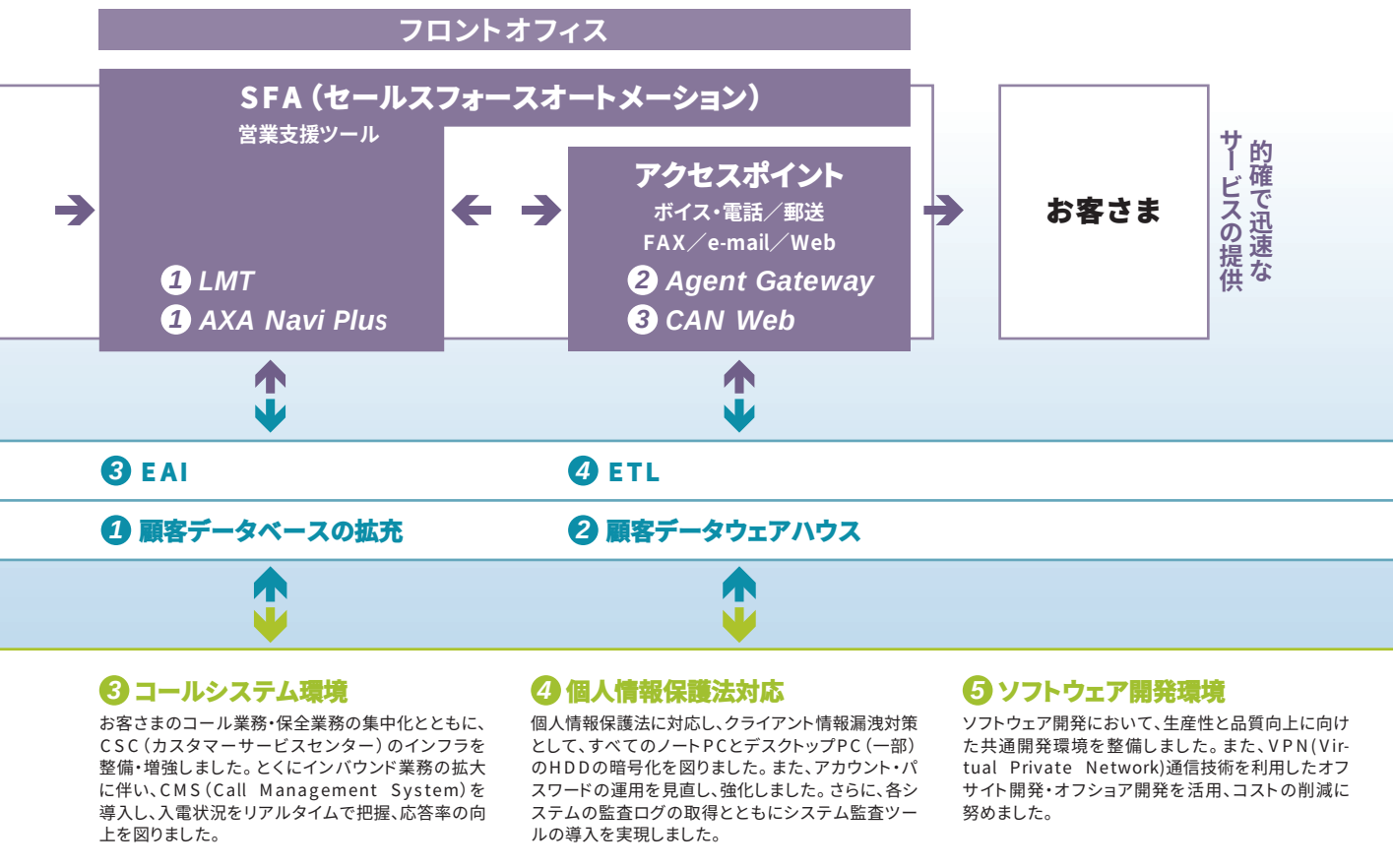
ビジネスアプリケーションのスムーズな動作を実現させるため、2003年に顧客データウェアハウスの導入を行ないました。これにより、膨大な顧客データの中から目的のデータを素早く抽出することが可能となり、オンデマンドサービスアプリケーションの開発につながっています。

③ EAI (Enterprise Application Integration)

ビジネスアプリケーション間の連動を可能とするためEAIを2003年に導入、アプリケーションのオープン化を図り、迅速で高品質なお客さまサービスを提供するためのアプリケーション環境が実現しました。

④ ETL (Extract Transform Load)

基幹システムなどに蓄積されたデータを抽出し、分析のためのデータ収集や変換を行なう仕組みを2003年に導入。短期間でデータベース環境の構築が可能となりました。



フロントオフィス系システム

① 営業社員システムのバージョンアップ

営業活動に有効な顧客セグメンテーションが可能な“**LMT (Lead Management Tool)**”に、企業データ等の外部情報の取得ができる機能をプラスしました。また、LMTと保険設計書・申込書作成システムの連動を可能にした営業支援システム“**AXA Navi Plus**”をリリースしました。

② 代理店業務支援システムの機能拡充

代理店業務に必要な顧客管理、活動管理を支援するシステム“**Agent Gateway**”の機能拡充を行ないました。Web技術をベースに開発されたAgent Gatewayは、インターネット経由で24時間サービスを提供できます。

③ 商工会議所向け事務処理支援システムのWeb化

共済制度の運営を行なっている商工会議所の加入者管理や掛け金処理などの事務処理を支援する“**CAN システム (CCI AXA Network System)**”のWeb化を図りました。インターフェースの刷新やキャンペーンのサポート機能の付加などにより、利便性が一層向上しました。



VOCから生まれたソリューション 2（新商品の開発）

—お客さまの声に、よりの確に応えられる体制の構築と新商品開発状況—

VOCプログラムで集められるお客さまからの要望や提言のなかには、新しい商品・サービスに関するものも多く含まれています。アクサ生命ではこうしたお客さまの声をとり入れた商品を迅速に提供するための商品開発体制を整えています。

法人のお客さま向け

【LTTP フェアウインド】—低払いもとし金型定期保険—

アクサ生命は歴史的背景から全国の商工会議所や商工会とのつながりが深く、お客さまに中小企業経営者や個人事業主の方が多いのが特徴のひとつです。こうした中小企業経営者や個人事業主のお客さまのニーズにお応えして、「LTTP フェアウインド」を2004年10月に発売しました。

お客さまのニーズ

割安な保険料で大きな保障を確保したい

勇退時の退職慰労金を確保しておきたい

いざ資金が必要となった場合にも頼れる保険がいい

できるだけ合理的に保障を確保したい

アクサ生命のソリューション

➡ 契約当初の払いもとし金を抑えることで、割安な保険料を実現

➡ 払いもとし金を退職慰労金として活用することも可能

➡ 契約者貸付制度で不意な事業資金ニーズにも対応

➡ 一定の条件を満たせば、保険料は全額損金扱いも可能

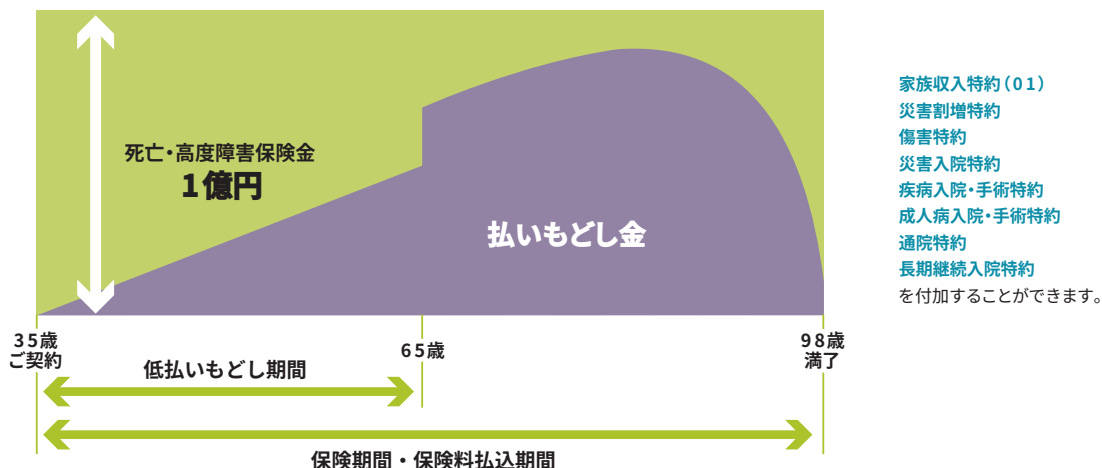
<ご契約例> 35歳 男性の場合

低払いもとし金型定期保険（65歳低払いもとし期間型）

死亡保険金額:1億円

保険期間:98歳満了

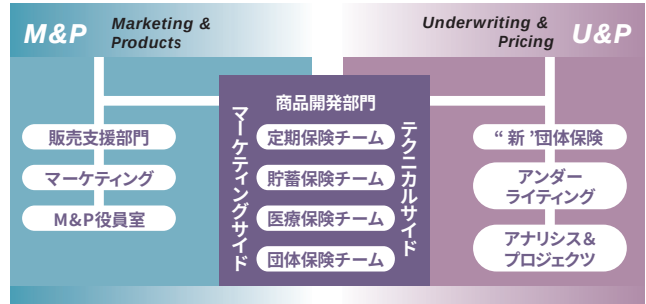
保険料払込期間:98歳



※法人税等のお取扱いに関しては、税理士または税務署等に必ずご確認ください。将来税制の改正等により保険料の経理処理が変更となる可能性があります。
(注) 保険商品のご検討にあたっては、「重要事項説明書」「ご契約のしおり・約款」「パンフレット」をご確認ください。

新商品開発体制

お客さまのニーズや市場動向などの収集・分析、各販売チャネルとの調整などを担当する部門である **Marketing & Products** と、契約引受業務や収益分析などを担当する部門である **Underwriting & Pricing** が、横断的なチームを作って商品企画から開発までのプロセスを共同で担当しています。よりお客さまのニーズにあった商品を、より迅速に提供するための商品開発体制です。



【LTPA ゴー・アヘッド】—長期傷害保険—

企業経営のリスクはさまざまです。
不慮の事故にも十分な備えが欲しいという
お客さまのニーズにお応えして、
「LTPA ゴー・アヘッド」を2005年3月に発売しました。

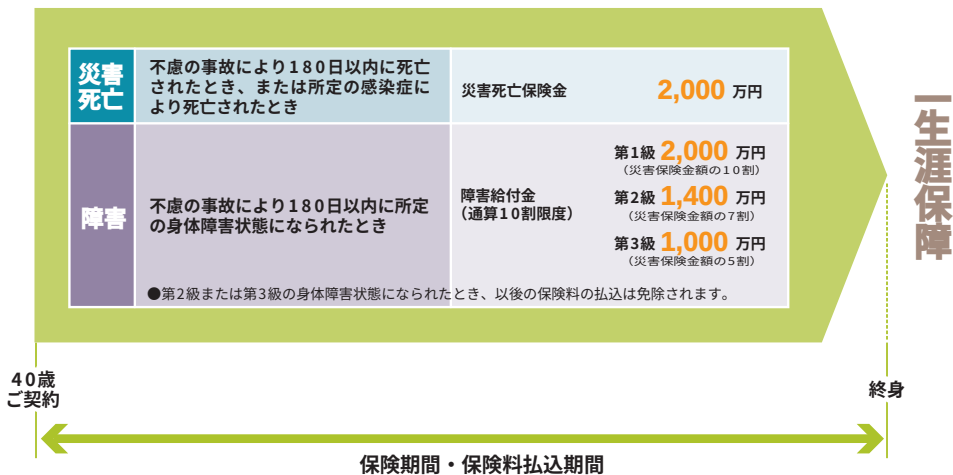
お客さまのニーズ

アクサ生命のソリューション

不慮の事故などに対する備えを確保したい	➡ 不慮の事故による死亡や障害に保障を絞った、傷害保険を新規開発
勇退時の退職慰労金を確保しておきたい	➡ 払いもどし金を退職慰労金として活用することも可能
いざ資金が必要となった場合にも頼れる保険がいい	➡ 契約者貸付制度で不意な事業資金ニーズにも対応
できるだけ合理的に保障を確保したい	➡ 一定の条件を満たせば、保険料は全額損金扱いも可能

<ご契約例> 40歳 男性の場合

長期傷害保険
死亡保険金額:2,000万円
保険期間:終身
保険料払込期間:終身



※法人税等のお取扱いに関しては、税理士または税務署等に必ずご確認ください。将来税制の改正等により保険料の経理処理が変更となる可能性があります。
(注) 保険商品のご検討にあたっては、「重要事項説明書」「ご契約のしおり・約款」「パンフレット」をご確認ください。



個人のお客さま向け

【終身医療保険1095（いちまるきゅうごう）】—終身医療保険（03）—

健康保険法改正などで医療費に対する関心が高まるとともに、医療保障を充実させたいというお客さまの声も高まってきました。

アクサ生命では、このようなニーズに対応する商品として2003年6月に「終身医療保険1095」を開発、その後もお客さまのニーズに合わせて改定を行ってきました。

お客さまのニーズ

老後の医療費が心配

入院の長期化が心配

保険料の負担をできるだけ軽くしたい

医療保障は一生確保しながら、老後にも備えたい

入院初期にかかる費用も保障して欲しい

アクサ生命のソリューション

➡ 終身医療保障で一生をサポート

➡ 通算支払日数限度を業界トップクラスの1,095日に設定

➡ 払いもどし金がない分、保険料が割安となる「払いもどし金に関する特則」を開発

➡ 「払いもどし金に関する特則」を改定し、割安な保障と貯蓄機能の両立を可能としました

➡ 2004年7月に3大疾病診断給付特約（03）を新たに開発し、ガン・心筋梗塞・脳卒中の際の初期費用負担にも対応できるようになりました

<ご契約例> 35歳 男性の場合

		保険期間	保険料払込期間
終身医療保険（03）〈120日型〉IIタイプ 主契約 （「払いもどし金に関する特則」有／死亡保険金額10倍型）	入院給付金日額	10,000円	終身
高度先進医療給付特約（03）	特約基本給付金額	20,000円	80歳
特定疾患給付特約（03）	特定疾患給付金額	30万円	80歳
生活習慣病入院給付特約（03）〈120日型〉	生活習慣病入院給付金日額	10,000円	80歳
3大疾病診断給付特約（03）	3大疾病診断給付金額	200万円	80歳
介護終身保険特約（「払いもどし金に関する特則」無）	介護保険金額	350万円	終身
家族収入特約（01）I型A 5年保証定額型	特約基準年金年額	200万円	60歳

ご家族への保障は
家族収入特約（01）を
プラスしてご準備いただけます

死亡・高度障害状態になられたとき（年金）
毎年 200万円

例）50歳で死亡された場合のお受取り総額は…特約死亡年金年額200万円×10年＝2,000万円

← 保険期間・保険料払込期間 →

ご契約

60歳満了

特約	ガン、急性心筋梗塞または脳卒中と診断され所定の状態になられたとき 3大疾病診断給付特約（03）	ガン診断給付金・急性心筋梗塞診断給付金・脳卒中診断給付金 1疾患1回限度	200万円
	所定の生活習慣病で2日以上継続入院されたとき 生活習慣病入院給付特約（03）〈120日型〉	1日につき	生活習慣病入院給付金 10,000円
	高度先進医療による療養を受けられたとき 高度先進医療給付特約（03）	技術料に応じて	高度先進医療給付金 610～10万円
	特定疾患を発病され、所定の診断基準に該当されたとき 特定疾患給付特約（03）	1疾患1回限度	特定疾患給付金 30万円
	所定の要介護状態が180日以上継続したとき 介護終身保険特約		介護保険金※① 350万円
主契約	死亡・高度障害状態になられたとき 介護終身保険特約		死亡・高度障害保険金※① 350万円
	病気・ケガで2日以上継続入院されたとき	1日につき	入院給付金 10,000円
	所定の手術を受けられたとき	1回につき 手術の種類に応じて	手術給付金 50・30・15万円
	死亡されたとき		死亡保険金 10万円

ご契約

65歳払込満了
（介護終身保険特約）

80歳払込満了
（介護終身保険特約以外の特約）

終身払
（主契約）

年金払移行特約を付加することにより、保険料払込期間満了後、一生涯の保障（死亡・高度障害・介護）に代えて、介護終身保険特約部分を年金でお受取りになることもできます。

例）10年確定年金を選択された場合

年金年額 × 10年

※年金の種類はお選びいただくことができます。
※年金払移行特約を中途付加された場合、保険料払込期間満了日以後の移行が可能です。

左記の特約以外にも、
定期保険特約
災害割増特約
傷害特約
女性疾病入院給付特約（03）
通院給付特約（03）
災害入院給付特約（03）〈120日型〉
疾病入院給付特約（03）〈120日型〉
を付加することができます。

※①は重複してお支払いいたしません。

（注）保険商品のご検討にあたっては、「重要事項説明書」「ご契約のしおり・約款」「パンフレット」をご確認ください。

【アップサイド/アップサイド10（テン）】—株価指数連動追加年金付予定利率市場連動型年金保険（米ドル建）—

公的年金制度が変革期を迎える昨今、「大きな投資リスクは負いたくないが老後の生活資金準備はしておきたい」というニーズが高まってきました。アクサ生命ではこのようなニーズにお応えして、投資元本を確保しながら大きなリターンも期待できる画期的な年金保険商品「アップサイド/アップサイド10」を開発しました。

お客さまのニーズ

- 元本割れはしたくない
- やっぱり受取額は多い方がいい
- できるだけ為替リスクは回避したい
- 保険だからこそ、死亡保障も欲しい

アクサ生命のソリューション

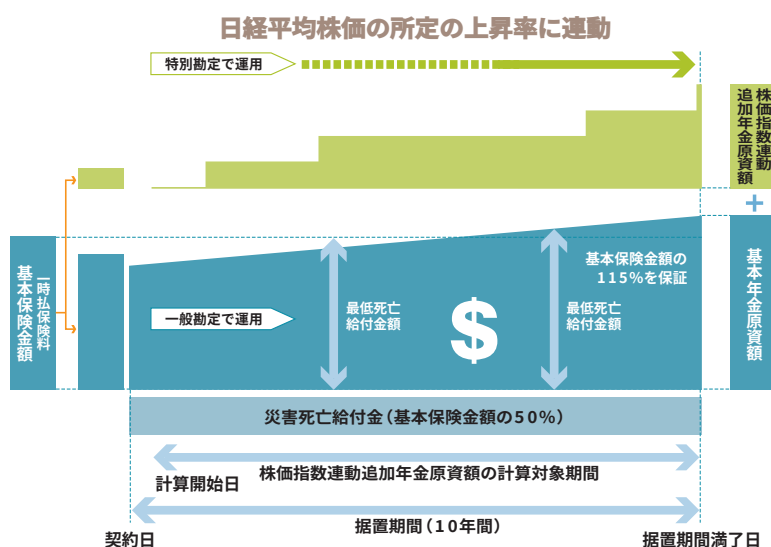
- ➡ 年金原資額は、元本の100%～135%を米ドル建てで確保
- ➡ アップサイドは日経平均株価の上昇率に、アップサイド10は世界の10株価指数の上昇率に連動して、受取額アップの期待
- ➡ 年金受取時期を繰り延べることも可能
- ➡ 亡くなられた時にも、元本の100%～135%を米ドル建てで確保

【アップサイド】

<ご契約例> 50歳 男性の場合

株価指数連動追加年金付
予定利率市場連動型年金保険（米ドル建）I型

基本保険金額：10万米ドル
据置期間：10年
年金受取開始年齢：60歳
基本年金原資保証率が115%の場合

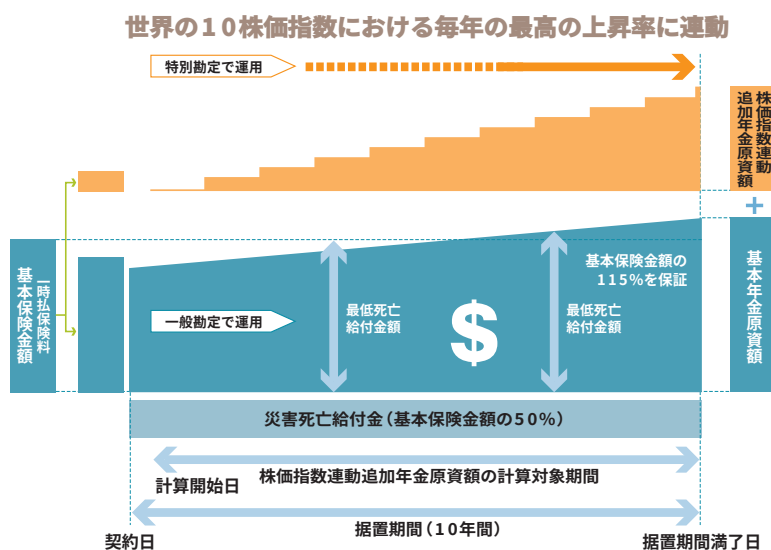


【アップサイド10】

<ご契約例> 50歳 男性の場合

株価指数連動追加年金付
予定利率市場連動型年金保険（米ドル建）II型

基本保険金額：10万米ドル
据置期間：10年
年金受取開始年齢：60歳
基本年金原資保証率が115%の場合



※この保険は、一時払保険料の一部を一般勘定で、残りの一定割合を特別勘定で運用する米ドル建ての個人年金保険です。特別勘定資産の運用成果とリスクは、ご契約者に帰属します。

※特別勘定資産の運用によっては、株価指数連動追加年金原資が、特別勘定に繰り入れる金額を下回る場合またはまったく無い場合があります。

※この保険は米ドル建てですので、外国為替相場の変動による影響を受けます。したがって、年金などの受取時における外国為替相場によって円に換算した年金などの額が、ご契約時における外国為替相場によって円に換算した年金などの額を、下回ることがあります。また、受取時における外国為替相場によって円に換算した年金受取総額などが、払込時における外国為替相場によって円に換算した一時払保険料相当額を、下回ることがあります。

（注）・この商品は、一部の金融機関のみで販売しております。また所定の金融機関で販売する際には、「アップサイド」は「トリプレット プラス」、「アップサイド10」は「クロノグラフ」という販売名称で取扱っております。

・保険商品のご検討にあたっては、「重要事項説明書」「ご契約のしおり・約款」「パンフレット」をご確認ください。



VOCから生まれたソリューション 3（教育研修制度の見直し） —営業担当者は、私たちにとって最も重要なお客さまとの接点です—

VOCプログラムで集まるお客さまの声には、営業担当者に関する事柄が数多くあります。
アクサジャパンでは、さらなる顧客満足度向上を目指し、
営業社員の採用・教育体制の抜本的な見直しを行ないました。
採用面においては、新しい面接プロセスを導入し、
潜在能力の高い人材を確保するための採用システムの構築に努めました。
また、より実践的なトレーニングを導入し、お客さまのニーズに的確にお応えできる、
質の高い営業社員の早期育成が可能な仕組みづくりを行ないました。

営業社員のトレーニングシステム

■ 入社前トレーニング

「キャリアセッション1～5」では、アクサジャパンの概要、マーケットの概略などを説明し、生命保険の持つ社会的役割を通じて営業社員職務の理解促進を図っています。また、入社した営業社員に対して、受講した入社前トレーニングの内容について理解度・満足度アンケートをとり、スタッフのスキル向上を図っています。

■ 入社後トレーニング

入社後6カ月間、P.T.C. (Primary Training of CCI) カリキュラムを実施します。まず、入社初月の支社集合研修からスタートし、入社後2カ月目、3カ月目、4カ月目に全国12営業局において集合研修を実施しています。集合研修はロールプレイングを中心とした実践的なトレーニング構成となっており2カ月目は個人における4大リスク、3カ月目は企業の福利厚生制度、4カ月目は退職金制度を学び、個人・法人の

お客さまのニーズにお応えするためのベーシックなスキルを身につけます。その後実施されるS.T.C. (Step-up Training of CCI) のII期昇格時局集合研修や、入社1年以降に実施されるT.T.C. (Take-off Training of CCI) の正社員昇格前局集合研修まで、一貫したトレーニングプログラムとなっています。

また、より高度な販売ノウハウやスキルを身につけるため、本社選抜トレーニングとして「ステップアップトレーニングセッション ディスカバリー」「上級正社員昇格前研修」「テイクオフトレーニングセッションエンデバー」を実施しています。これらのトレーニングは毎回実施時に研修項目、内容についての理解度・満足度アンケートをとり、トレーナーのトレーニングスキルやプログラムの質の向上を図っています。
また、各種e-learning (PCを利用したトレーニング) や通信教育講座などを提供し、外部教育機関の資格取得に対するバックアップを行っています。



※業界共通試験

ライフプランアドバイザーのトレーニングシステム

■ 入社前トレーニング

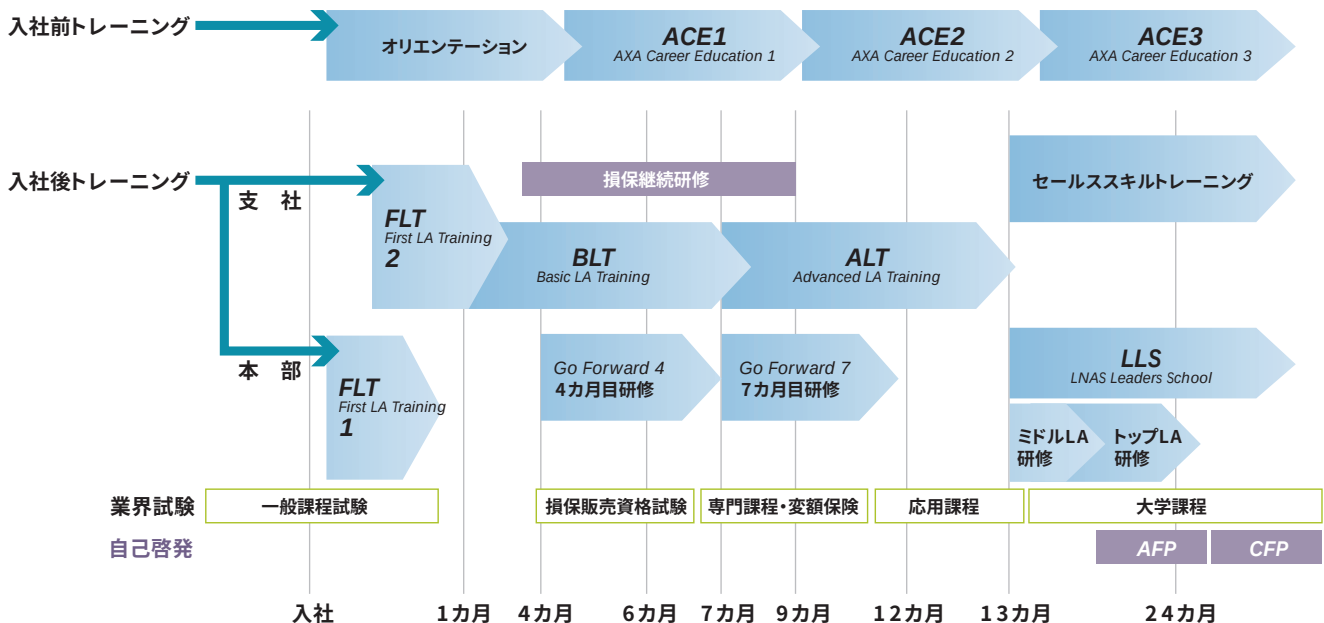
入社前の採用候補者に対して「ACE (AXA Career Education)」を実施しています。オリエンテーションからACE1・2・3の4段階構成で、ライフプランアドバイザーの営業スタイルについての理解促進を図っています。

■ 入社後トレーニング

入社初月のトレーニングには全国から研修センターに集合して実施するFLT1 (First LA Training 1)、その後支社にて実施するFLT2 (First LA Training 2) の2つがあります。また、入社後1年間は支社

において「BLT (Basic LA Training)」「ALT (Advanced LA Training)」を定期的の実施しています。これらの研修は、業界共通試験制度に対応するとともに、ライフプランアドバイザーに不可欠なライフプランを作成するために必要なノウハウ・スキルを身につけられる内容となっています。

さらに入社後4カ月目、7カ月目の区切りで、活動状況の振り返りとマーケットの拡大をテーマに、目標達成への進捗確認を行なう集合研修を設けています。2年目以降は「ミドルLA研修」「トップLA研修」「LLS (LNAS Leaders School)」を実施し、プロとしてのスキル向上を支援しています。



代理店のトレーニングシステム

多様な営業スタイルにあわせた研修が必要な代理店部門では、Career Agent Partner=CAPと呼ばれる専門の担当者が個別の研修を行なっています。業界共通試験制度に対応しつつ、リスクマネジメントを通じた質の高いサービスの提供を実践できるプロフェッショナルな代理店の育成を行なっています。

■ 業界共通試験制度

生命保険協会が定める代理店教育を基本に、成長段階にあわせて各種の業界共通試験を受験できるよう、さまざまなステップアップ研修を随時実施しています。

■ 個別研修

生命保険のプロとして自立した代理店の育成を目標に、CAPがひとりひとりの経験のレベルにあわせた研修を実施しています。

■ 自己啓発制度

日本FP協会の資格取得研修・各種公開セミナーなど、希望によりさまざまな教育を受けることができる環境を整えています。

金融機関代理店のトレーニングシステム

銀行や証券会社などの金融機関代理店に対するトレーニングについては、ホールセール・プロモーターと呼ばれる経験豊富な担当者を中心とする教育体制を整えています。各金融機関のニーズにあわせて、商品内容、販売手法、契約手続き、コンプライアンスなどのきめ細かな研修を随時行なっています。また、金融機関代理店の販売担当者専用の問い合わせ回線 (サポートデスク) を用意し、販売担当者の自己研鑽をサポートする環境を整えています。

03.4

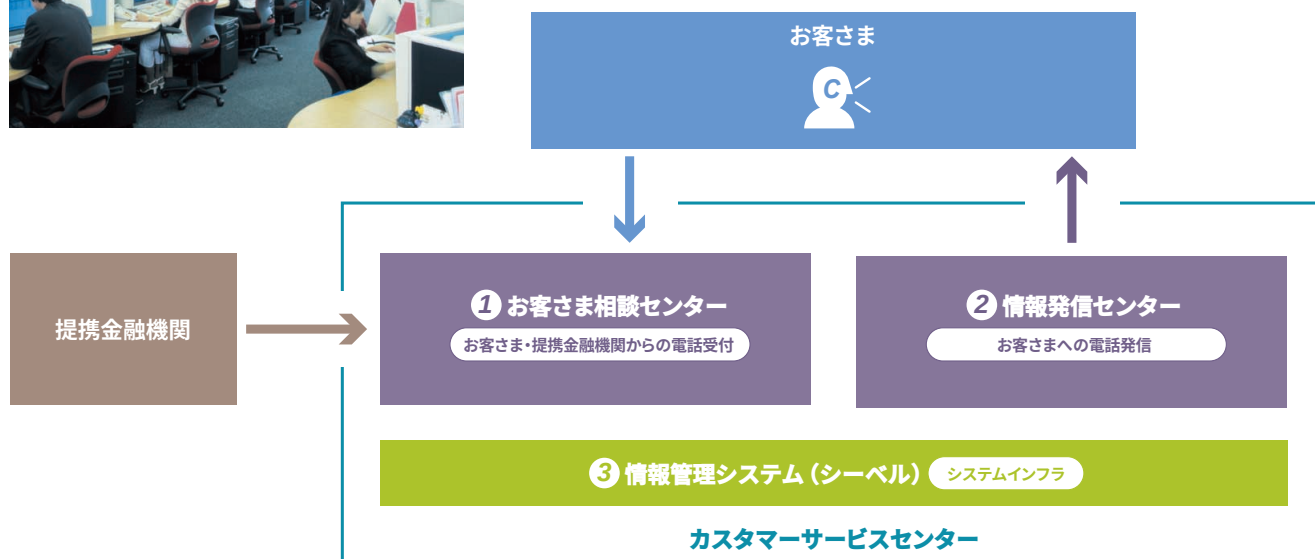
VOCから生まれたソリューション 4 (カスタマーサービスセンターの拡充) —カスタマーコンタクトポイントの集約と強化—

アクサジャパンでは、お客さまと電話でのコミュニケーションを行なう、カスタマーサービスセンターを設けています。お客さまとのコンタクトポイントをカスタマーサービスセンターに一元的に集約し、常に質の高いサービス・情報を継続的に提供することができる体制構築を目指しています。2004年はこのカスタマーサービスセンターの機能強化と拡充を行いました。



■ カスタマーサービスセンターの機能強化、拡充

年度	2004	2003
項目		
スタッフ数	124人	87人
お客さま相談センターでの電話受付数	26,000～30,000回／月	7,000～8,000回／月
情報発信センターからの電話発信数	13,000～14,000回／月	14,000～15,000回／月



① お客さま相談センター

お客さまからの電話受付業務を行なっています。ご契約内容の照会や変更手続きなどの各種お問い合わせなどを通してお客さまへの情報提供を行なっています。また金融機関と販売提携を行なっている資産形成商品については、投資に関する専門知識を有するアドバイザーが対応し、お客さまや提携金融機関からのお問い合わせにも対応しています。

③ 情報管理システム (シーベル)

アクサジャパンは、アドバイザーとお客さまとのコミュニケーション履歴を管理するシステムとして「シーベル」を導入しています。このシステムによって、お客さまがいつカスタマーサービスセンターにお問い合わせいただいても、またどのアドバイザーが対応しても常に過去の相談履歴を踏まえた対応が可能となっています。また、蓄積されたお客さまの声を分析し、サービスの改善に役立てています。

② 情報発信センター

契約内容の見直しをご希望されるお客さまに対して、適切なソリューションを提供し、ご検討いただくコンサルティング業務を行なっています。また、保険料の口座引落しに関するご案内や年金保険の年金受取に関するご説明などきめ細かいサービスを提供し、お客さまにより満足いただける体制を整えています。

アドバイザーの教育体制

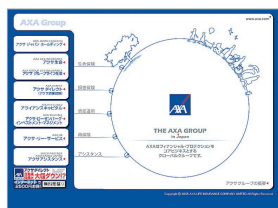
カスタマーサービスセンターでは、「アドバイザー」と呼ばれるスタッフがお客さまの対応窓口となります。アドバイザーは、約40項目に及ぶトレーニングを積み、専門的な知識を身につけたプロフェッショナルです。トレーニングは、保険商品や事務手続きなどに関する基本知識の習得から、お客さまとの対応などの実践的なスキルアップまで広範囲に及び、常に迅速かつ適切な情報提供が行なえる人材の育成に努めています。

情報提供について

お客さまから信頼される保険会社であり続けるために、
アクサジャパンでは、商品パンフレットやディスクロージャー誌、ホームページなどを通して、
さまざまな情報提供を行なっています。

ホームページを活用した情報提供

アクサジャパンでは、お客さまサービスの一環としてホームページでの情報提供を行なっています。ホームページには、AXAグループおよびアクサジャパン各社の会社案内や販売商品の紹介、健康とお金に関する情報などが掲載されています。また、お客さまひとりひとりのご質問やご相談などにお答えするコンテンツもご用意。ホームページならではの特性を活用して、サービスの向上に取り組んでいます。



経営状況に関する情報提供



商品に関する情報およびデメリット情報の提供

■ 商品情報の提供

保険種類のご案内

アクサ生命が販売している商品について、仕組みや特徴をわかりやすく説明した冊子。

商品パンフレット

各商品の仕組みや特徴をわかりやすく説明した資料。

ご契約のしおり・約款

ご契約に伴う大切な事項を記載した冊子。

保険設計書

お客さまごとに設計したプランの保障内容、保険料などについて説明した資料。

■ デメリット情報の提供

「告知義務違反」「免責」「解約」など、お客さまが知らないと不利になるような情報については、商品パンフレットやご契約のしおり・約款に明示するとともに、口頭での説明についても、その徹底を図っています。



ご契約のしおり・約款

■ ディスクロージャー関連資料

「アニュアルレポート」を毎年作成し、本社をはじめ、アクサ生命の各営業店舗に常備しています。



■ 業績のお知らせ

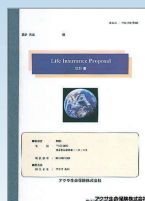
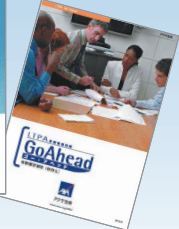
アクサジャパンの業績をコンパクトにまとめたリーフレットです。毎年アニュアルレポートと同時期に作成し、アクサ生命の担当営業社員がお客さまにお届けしています。



保険種類のご案内



商品パンフレット



保険設計書