



Press release

2022年3月10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および取り組みを公表

アクサ生命保険株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO:安淵 聖司)は、「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[※]ならびに当社の全従業員を対象とした調査である『「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[※]を公表します。また、お客さま本位の業務運営をより一層推進するために実施してきた取り組みについて、併せて公表します。

- 2021年の「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: 4.55 (対前年 +0.03)
 - ・ 給付金をお受け取りいただいたお客さま: 4.37 (対前年 -0.03)
- 2022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」「同意する」と回答した従業員の割合: 95% (対前年 +2%)
- ◆ お客さま本位の業務運営をより一層推進するために実施してきた取り組みの詳細は、『[「お客さま本位の業務運営」を実現するための取り組みについて](https://www2.axa.co.jp/about-axa/voc/pdf/fd_202103.pdf)』をご覧ください。
(https://www2.axa.co.jp/about-axa/voc/pdf/fd_202103.pdf)

※ 評価指標の結果の詳細については別紙1をご参照ください。

今後も、お客さまへ最善の利益を提供するため、全世界のアクサグループ共通の「Our Commitments - 私たちの誓い」の1つである「CUSTOMER FIRST(お客さま第一)」を経営の根幹に置き、私たちはお客さまや地域社会の皆さまにとって大切なものをお守りし、より良い未来のために行動してまいります。

アクサ生命について

アクサ生命はアクサのメンバーカンパニーとして1994年に設立されました。アクサが世界で培ってきた知識と経験を活かし、264万のお客さまから487万件のご契約をお引き受けしています。1934年の日本団体生命創業以来築いてきた全国511の商工会議所、民間企業、官公庁とのパートナーシップを通じて、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、企業福利の増進やライフマネジメント[®](人生を経営する)^{*}に関するアドバイスをお届けしています。2020年度には、2,344億円の保険金や年金、給付金等をお支払いしています。
^{*}ライフマネジメント[®]はアクサ生命保険株式会社の登録商標です。

アクサグループについて

アクサは世界54ヶ国で15万3千人の従業員を擁し、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2020年度通期の売上は967億ユーロ、アンダーライティング・アーニングスは43億ユーロ、2020年12月31日時点における運用資産総額は10,320億ユーロにのびます。アクサはユーロネクスト・パリのコンパートメントAに上場しており、アクサの米国預託株式は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>

別紙 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

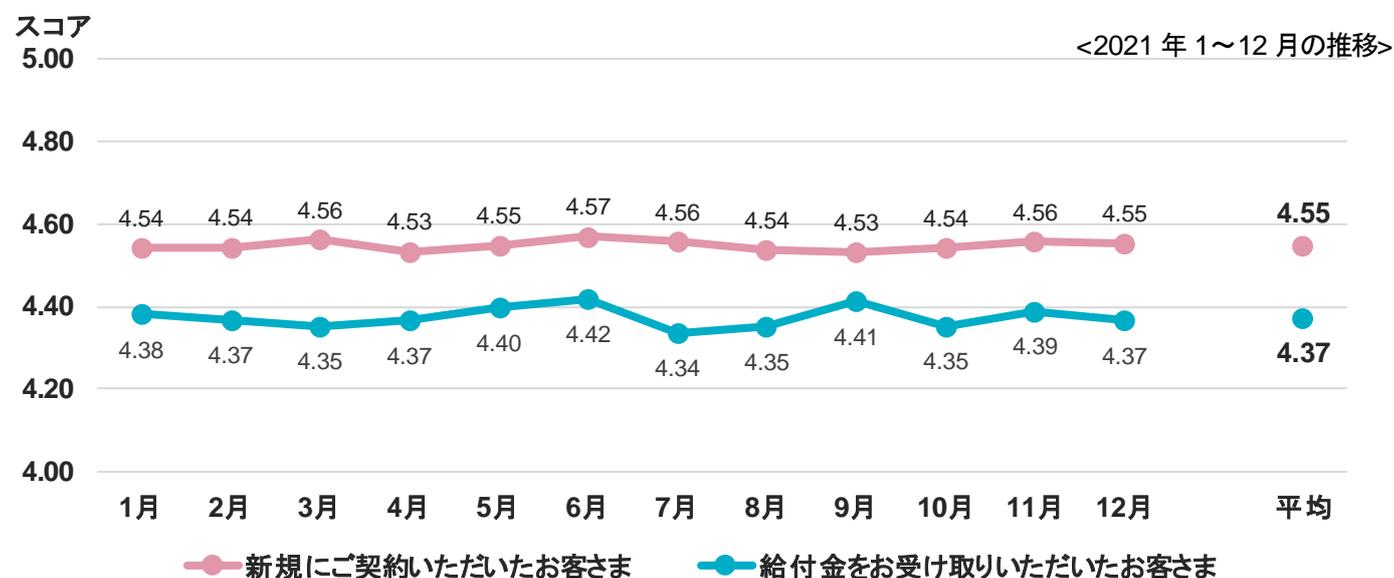
「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」の定着度を測る指標として設定した「お客さまからの評価」の総合評価(満足度)のスコアならびに「お客さま本位の業務運営」にかかる意識の浸透度を測る社内調査結果を公表いたします。

「お客さまからの評価」の総合評価(満足度)の結果

「お客さまからの評価」のスコアは、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」に対して、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。

■ 2021年の「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: 4.55 (対前年 +0.03)
- 給付金をお受け取りいただいたお客さま: 4.37 (対前年 -0.03)



「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です。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。(最新の情報はこちら:<https://www.axa.co.jp/customer-feedback/>)



『「お客さま第一」に関する従業員サーベイ』の結果

<社内調査: 2022年1月実施>

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」と回答した人の割合

95%

(対前年 +2%)

■「強く同意する」、「同意する」と回答した従業員のコメント

- ◆ お客さまにアクサを理解いただき、良い会社であると思ってもらうことがアクサ生命を成長させていく原動力であると考えます。このために顧客第一の考え方は大切であると確信しているから
- ◆ お客さま第一の仕事をするのが、自分に与えられた責任と目標を達成することにつながるため
- ◆ 私にとってのお客さまとは誰なのかを常に意識し、そのお客さまのために業務をすることで、より効果的でよい結果を生むことができると思うため
- ◆ お客さまの意向を充分くみとり、常に寄り添い、無理のない、安心していただける提案を心がけている
- ◆ お客さま第一であることが、持続的なビジネス拡大につながるのと同時に、個人としても働きがいを見いだせることを理解しているため
- ◆ お客さま本位の業務運営を常に心がけている。目先の利益を追う事は、お客さまのためにも会社のためにもならないと考えて行動しているから
- ◆ 自分がお客さまの立場に立った時に、この人が担当でよかったと思っていただけるような営業パーソンでありたいと常に思って行動しているから
- ◆ お客さまの幸せが自分の幸せに返ってくると思うから

「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、『「お客さま第一」に関する従業員サーベイ』を実施しています。この社内調査で、「お客さま第一」を意識して業務遂行しているかなど、従業員の意識を測定しています。



別紙 2

お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針

策定日：2017年6月16日
最新改定日：2021年6月29日
アクサ生命保険株式会社

アクサ生命保険株式会社(代表取締役社長 兼 CEO:安淵 聖司)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. 役員を含む全従業員に「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、アクサグループ共通の「Our Commitments - 私たちの誓い」に沿ったものです。この「Our Commitments - 私たちの誓い」の中で、「お客さま第一 (Customer first)」を経営の根幹に置き、お客さまや社会のより良い未来のために日々の業務を遂行してまいります。

また、2017年2月に公表しました「消費者志向自主宣言」を統合して、「お客さま本位の業務運営を実現するための基本方針」としてしております。

Our Commitments - 私たちの誓い

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

〈5つの基本方針と具体的な取り組み〉**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)

- (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. お客さまの最善の利益を追求します。

私たちは、お客さま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)

- (1) 私たちは、現状のお客さま本位の取り組みに満足することなく、さらなるお客さま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、お客さまからの信頼にお応えしていくため、正しい行動をするための指針である「アクサコンプライアンス・倫理規範」に従業員一人ひとりが遵守し、高い職業倫理の実践に努めています。
- (3) 私たちは、「利益相反管理方針」を策定し、お客さまの利益を不当に害することがないよう、利益相反のおそれのある取引類型として、例えば保険契約者等の取引先に対する投資や代理店・グループ会社を通じた保険取引などを特定し、利益相反を抑止する適切な措置を図っています。
- (4) 私たちは、保険の持つ価値と商品の内容を常にわかりやすく、丁寧に、お客さまに対し説明し、加入ニーズの確認を徹底します。また、保険本来の趣旨を逸脱した保険勧誘は行いません。

3. お客さま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、お客さまと接するさまざまな場面において、お客さま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)

- (1) 私たちは、お客さま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、お客さま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。また、必要に応じて同種の金融商品と比較検討いただく資料および情報を提供します。
- (2) 私たちは、保険商品の販売時において、お客さまのご契約の目的、年齢、資産の状況を正しく理解し、お客さま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。
- (3) 私たちは、お客さま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、お客さま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向け、上記評価に加え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7月より代理店報酬制度を改定しました。詳細は[こちら](http://www2.axa.co.jp/about-axa/voc/pdf/fd_commission.pdf)をご参照ください。(http://www2.axa.co.jp/about-axa/voc/pdf/fd_commission.pdf)

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。

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、お客さま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)

- (1) 私たちは、保険販売マーケットやお客さま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さま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、お客さまの資産の状況、取引経験、知識および取引目的・ご意向を把握し、個々のお客さま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、お客さま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が得られる動画を閲覧できるようホームページ上に公開しています。
- (4) 私たちは、ご加入後においても、お客さまと接するさまざまな場面において適切な情報を分かりやすくご提供するなど、継続的なアフターフォローを行う態勢を整備・強化します。

5. 役員を含む全従業員に「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。

私たちは、あらゆる場面において、お客さま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)

- (1) 私たちは、お客さまの最善の利益をお守りするため、従業員に対し、定期的に研修・教育を実施するとともに、本基本方針の取り組みにおいて定期的な検証・改善を実施します。
- (2) 私たちは、短期的な当社収益に固執することなく、お客さま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、アクサの「Our Commitments-私たちの誓い」の1つである「CUSTOMER FIRST(お客さま第一)」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。