



# お客さま本位の業務運営に関する基本方針 2021年の取り組み

2022年3月8日

アクサ損害保険株式会社

アクサダイレクトでは、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お守りするために、以下、**基本理念と5つの基本方針**を策定し、実践・推進しております。

### 【基本理念】

当社は、保険商品・サービスを通して、安心して豊かな社会と喜びのある暮らしづくりに貢献します。常にお客さまの立場に立って考え、利便性やサービスの質の向上に取り組んでいきます。「お客さまから選ばれる企業」となるために、真にお客さまにご満足いただける顧客体験を提供できるよう社内体制の構築を進め、お客さまのニーズを追求し、商品開発や革新的サービスの提供を行うことで、新たな価値の創造を目指すと共に、お客さまの声を企業活動全般に活かします。

### 【基本方針】

#### 1. **お客さまの声を財産とし、お客さま本位の業務運営に努めます。**

私たちは、お客さまから「選ばれ」「頼られる」保険会社として評価いただけるよう、お客さまの声・苦情を貴重な財産として管理・分析し、役職員が心を1つにして、真の顧客満足体験をご提供できるよう、お客さま本位の業務運営に努めます。

#### 2. **お客さまの最善の利益を追求するため、誠実に業務を遂行します。**

私たちは、お客さまの最善の利益を図るべく、業務の専門性と職業倫理を保持し、お客さまに対して誠実・公正に業務を遂行します。お客さま、株主、社員、サプライヤーなどを主要なステークホルダーと考え、信頼と成果を重要視する責任ある企業としての役割を果たす努力を続けます。

#### 3. **お客さまへ重要な情報を分かりやすく適切にお伝えします。**

私たちは、お客さまへの情報提供や説明にあたっては、商品・サービスの内容を明確にし、重要な情報に関しては、お客さまが十分にご理解いただけるようわかりやすく説明して、適切な情報提供を行います。お客さまからいただいた貴重なお声を通じて改善した事例はウェブサイトに掲載します。

#### 4. **お客さまに寄り添った商品・サービスの提供を行います。**

私たちは、お客さまにわかりやすく利便性の高い保険商品・サービスの提供を行います。デジタル化の進行に合わせた日々変化するニーズ・ご意向に適した価値あるサービスをご提供できるよう常に意識し、この目的をよりよく実現するための技術の革新・専門性の向上に努めます。

#### 5. **「お客さまを大切にできる会社」としての枠組みを構築し、維持します。**

私たちは、お客さまの最善の利益をお守りする体制を維持するため、これに適した業績評価体系、従業員研修の整備など適切な動機付けの枠組みを構築し、ガバナンス体制の強化を図るとともに、さらなるお客さまの満足の実現と保険ビジネスの革新を目指します。この方針を社内に浸透させ、お客さまにとって価値あるサービスの提供に結びつけます。なお、全社員がすべての事業活動においてお客さま目線とお客さまの声を意識できるように、定期的にお客さまの声を共有いたします。

2021年の本方針に則って実施した取り組みの一例をご報告いたします

## 基本方針 1 : お客さまの声を財産とし、お客さま本位の業務運営に努めます。

### 「お客さまからの総合評価」(満足度)

私たちは、お客さまの声を活かした経営の定着、推進度合いを測る指標として「お客さまからの総合評価」(※)を経営の数値的指標としています。

#### (※)「お客さまからの総合評価」とは？

お客さま目線を軸にしたサービス品質の向上を図るため、新規契約、継続契約、保険金請求をされたお客さまにアンケートを実施しています。

透明性、公平性を確保するため、いただいたコメントとご評価(5点満点)はご不満の声も含め、そのまま[当社ウェブサイト](#)に掲載しています。

2021年の総合評価

**4.2** / 5 (対前年比 : +0.1)



### タイムリーなお客さまの声の収集

当社ウェブサイトが、今まで以上に分かりやすく使いやすくすることを目指し、2021年4月より「お客さまからの総合評価」とは別途、新規契約、継続契約それぞれのお手続きを、当社ウェブサイトを通じて完了いただいた直後にアンケートを実施しています。

お手続き完了直後の、お客さまのリアルかつ忌憚のないお声は「お客さま目線」の「精度が高い」ウェブサイトの改修につながっており、お客さまの声は当社の財産であることを強く認識しています。

アクサダイレクトは、これからも一層、お客さまにより良いサービスをご提供してまいります。末永くご愛顧いただけますよう、心からお願い申し上げます。

**WEBサイトの使いやすさについて、アンケートにご協力ください。**

お見積り・お申込手続きはスムーズに行えましたか？

① ② ③ ④ ⑤  
悪い 良い

お見積り・お申込手続きの中で、わかりづらい箇所や、説明が足りない箇所がありましたら教えてください。(任意)

【任意記述】

※ お客さま情報の保護のため、個人情報の入力をご遠慮ください。

送信する

## 基本方針2：お客さまの最善の利益を追求するため、誠実に業務を遂行します。

### カスタマー・コンプライアンス月間2021の実施

「カスタマーファースト」や「コンプライアンス」の重要性を再認識いただくための機会として、カスタマー・コンプライアンス月間を2021年7月に開催しました。2021年は「アクサ・ホールディングス・ジャパン」傘下のアクサダイレクト、アクサ生命、アクサダイレクト生命に所属する全ての従業員が一体となり、お客さまの大切なものをお守りし、より良い未来のために今何ができるかを考える機会としました。

#### カスタマーファースト

- ✓ グループ3社合同のCXセミナーを、外部講師をお招きし開催いたしました。外部講師からはカスタマーファーストのテーマにより、良い未来のための顧客体験の創造や改革について、ご経験を交えたエピソードをお話いただき、お客さま目線においての多くの学びを得る有意義な機会となりました。
- ✓ アクサダイレクト、アクサ生命、アクサダイレクト生命の代表者より、「カスタマーファーストに向けた変革」をテーマに事例を共有いただくパネルディスカッションを開催し、グループ3社ともにお客さまのことを考える機会としました。

#### コンプライアンス

- ✓ セキュリティと個人情報保護の重要性に対する意識を高めるためのラーニングを実施しました。
- ✓ グループ3社のさらなる成長の基盤となるコンプライアンス遵守の組織や風土の醸成に向け、役職員の意識レベルと職場におけるコンプライアンス・カルチャーの浸透度合いを測定し、潜在リスクを点検するため、コンプライアンスサーベイを実施しました。
- ✓ 「適合性の原則と保険の募集におけるコンプライアンス」をテーマにリスクマネジメント研修を実施しました。



## 基本方針3：お客さまへ重要な情報を分かりやすく適切にお伝えします。

### お客さまとカスタマーアドバイザーの「Duoオペレーション」

当社のコンタクトセンターでは、アクサのビジョンである「Payer to Partner」の実現を目指し、お客さまの人生に寄り添う「パートナー」となれるよう変革に取り組んでいます。

お申し込みやお手続きのサポートをするだけでなく、お客さまが真に望んでいるニーズを引き出し、プロアクティブにお客さまに最適な補償内容やサービスを提案することで、お客さまの期待を超える顧客体験を創出することを目指しています。

ホスピタリティを持ってお客さまと信頼関係を築き、相互に納得しながら保険契約をサポートしていく様子は、さながらカスタマーアドバイザーとお客さまとの二重奏であることに見立て、私たちはこの新たなオペレーションを「Duo（デュオ）」と名付けました。「Duoオペレーション」を通じて、お客さまが日々安心してカーライフを送っていただけるよう、当社コンタクトセンターは「お客さま第一(Customer First)」の体現を目指してまいります。



### お客さまの声を活かした改善事例の公表

お客さまの声（VOC…Voice of Customer）は社内専用のシステムに登録し分析を行い、お客さまにご満足いただける顧客体験(カスタマーエクスペリエンス)を感じていただくことを目的として、日々の改善活動に活用しています。

特に、多くのお客さまにとって有益かつご満足につながるお声からの改善事例については、当社ウェブサイト「[お客さまの声の反映事例](#)」ページに公表しています。



## 基本方針4：お客さまに寄り添った商品・サービスの提供を行います。

### 自動車保険業界初『子育て応援割引』の導入

子育てをしている世帯を応援するため、「アクサダイレクト総合自動車保険」に『[子育て応援割引](#)』(※1)を、保険始期日が2021年7月27日以降のご契約を対象に、自動車保険業界で初めて導入しました(※2)。

これまでの補償内容はそのままに、よりリーズナブルな自動車保険の提供を実現しました。

ご契約いただいたお客さまからは、多くの好意的なお声をいただきました。

#### (お声の一例)

- ・今回の決め手は子育て応援割引です。自分のニーズに金額的にも合致したことでアクサに決めました。
- ・孫の送迎をしています。おばあちゃんにも子育て応援割引が付いて嬉しかったです。



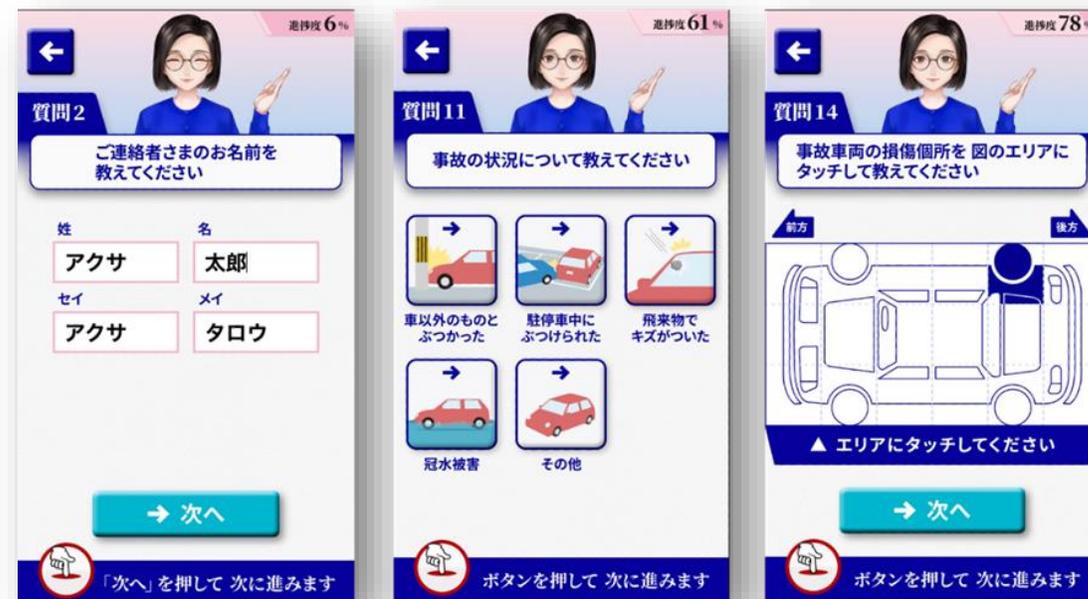
(※1) 『子育て応援割引』は、「乳幼児同乗割引」の愛称(ペットネーム)です  
(※2) 2021年3月現在(当社調べ)

### 動画サポートによる事故受付

お客さまの利便性向上を目的として、ウェブサイト上での事故受付について、当社公式ウェブサイトのナビゲーターであるEmma(エマ)による[動画サポートサービス](#)を2021年12月1日に本格稼働いたしました。

この動画に従ってご報告を進めていただくと約3分で事故報告が完了するため、より分かりやすく、より簡単に事故報告をすることが可能となりました。

事故受付後のアンケートにおいても、約96%のお客さまより好意的なご回答をいただきました。

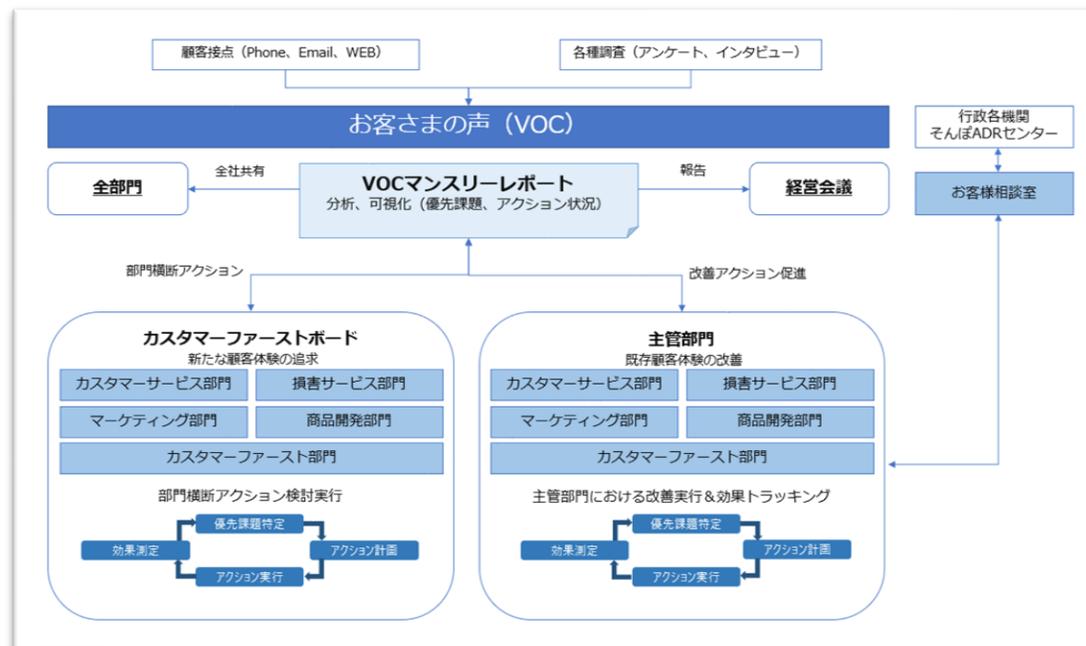


## 基本方針5：「お客さまを大切にできる会社」としての枠組みを構築し、維持します。

### お客さまの目線に立った改善活動

当社では、さまざまな方法で寄せられたお客さまの声を分析した結果や改善に向けたアクション状況を纏めた「VOCマンスリーレポート」を発行し、経営会議への報告、ならびに全社員がすべての事業活動においてお客さま目線とお客さまの声を意識することを目的として全部門への共有を行っています。

そのほか、特にお客さまの日々変化するニーズ・ご意向に適した価値あるサービスの提供の実現と、新たな顧客体験を追求するための会議（カスタマーファーストボード）を月次で開催し、部門を横断した共働のアクションを適時にPDCAサイクルを機能させながら進めています。



### 「お客さま第一 (Customer First)」に基づく行動評価

本方針は、全世界のアクサグループ共通のアクサバリュー (価値基準) に則り策定され、当社は「お客さま第一 (Customer First)」を経営の根幹に置き日々の業務を遂行しています。

当社で働く全ての従業員がこの価値基準を理解し、インスパイアされる職場環境の構築、社内コミュニケーションの活性化、エンゲージメントの向上に努め、深く相互理解を図ることができる評価体系を構築しています。



#### 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。  
Our customers at the center  
of my actions.

- ✓ 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。