

# CONTENTS

01 アクサグループの主要指標

02 アクサグループの日本における事業展開

04 OUR PURPOSE

08 CEOメッセージ

11 Our Strategy

12 最近の経営トピックス

- 12 Growth 成長
- 14 Digitalization デジタル化
- 15 Customer First and Operational Efficiency  
お客さま第一と効率性
- 16 Employee Well-Being 従業員のウェルビーイング
- 17 Corporate Responsibility 企業の社会的責任

18 I アクサ損害保険の現況

- 18 1 事業の経過および成果等
- 21 2 内部統制システム構築の基本方針
- 23 3 コンプライアンス(法令遵守)の体制
- 23 4 リスク管理の基本方針
- 25 5 勧誘方針(セールスポリシー)
- 25 6 お客様に関する個人情報の  
取扱いについて(プライバシーポリシー)
- 27 7 利益相反管理体制
- 27 8 保険金等支払管理態勢
- 28 9 反社会的勢力に対する基本方針
- 28 10 監査・検査体制
- 29 11 主な取扱商品
- 31 12 お客さまサービス
- 33 13 保険のしくみ

39 II 業績データ 当社の主要業務に関する事項

51 III 業績データ 財産の状況

60 IV 会社概要

66 損害保険用語の解説(50音順)

# Our Strategy

アクサダイレクト

2021-2023 中期経営計画

「デジタル化」を中核とする3つの戦略的な柱を建て、  
真の顧客主導の企業へ成長するとともに、  
それを支える従業員のウェルビーイングを拡充させてまいります。

Growth  
成長



お客様の新たな  
ニーズに応える

Digitalization  
デジタル化



デジタルマインドを持つ  
すべての人々をターゲット

Customer First &  
Operational Efficiency

お客さま第一と効率性



顧客利便性とサービスを  
商品に付加していく

Employee Well-Being

従業員のウェルビーイング



スマートワーキング



インクルージョン&ダイバーシティ



グッドコミュニケーション

# Growth

## 成長

アクサのグローバルブランドを強みとしながら、成長戦略としてのブランドコミュニケーションを軸にお客さまの変化するライフスタイルやニーズにお応えする新商品、サービスを展開しています。

### ブランド構築を通じて、成長を加速

2020年6月にリリースされたアクサグループの新しいパーパス(存在意義)。「すべての人々のより良い未来のために。私たちはみなさんの大切なものを守ります。」これは、お客さまはもちろんのこと、社会全体として前進できるよう、大切なものをリスクから守るために行動していくことが私たちの存在意義であることを示したものです。これを踏まえてブランド戦略をより進化させる活動を開始しています。

引き続き、「Know You Can - そう。あなたなら、できる。」というタグラインを、世界共通のブランドメッセージとして位置づけ、社会全体を含む広い視野で、お客さまを勇気づけることをブランドとして約束しています。

その一環として、自動車保険のTVCMにおいても、日本ですらにアクサブランドを浸透させるべくブランドの世界観を重視した表現を継続しています。2020年の「家族の思い出」篇では、アクサがそばにいてお客さまが自信をもって一歩踏み出す瞬間を、慣れない長距離運転にチャレンジする

主人公のストーリーで表現しました。

こうしたブランドストーリーを重視したコミュニケーションにより、お客さまの中でアクサブランドの世界観が蓄積され、当社の成長を支える大きな原動力となっています。

2021年の新CM「妹の一人暮らし」篇では、ブランドストーリーも重視しつつ、デジタルトランスフォーメーションを通じて開発が実現した、AIによる「補償おすすめ機能」を機能的な便益として訴求することにもチャレンジしました。引き続き岡田将生さんを起用し、自身が補償おすすめ機能を使って自動車保険を選んだ体験を基に、部屋選びに悩む妹にアドバイスをします。「納得して補償内容をお選びいただくことで、いざというときのための心の準備ができる」という感情面の便益もお伝えし、ブランドを重視しつつ当社独自の機能的な便益も訴求するハイブリッドなコミュニケーションになっています。

2021年もブランドを通じた成長を加速させるべく、積極的に新たな活動に取り組んでまいります。

#### 2020年CM「家族の思い出」篇



#### 2021年新CM「妹の一人暮らし」篇





## 子育てファミリーを応援

アクサダイレクトは、ご家族の「安全で充実したカーライフを送りたい」という思いに応えるため「子育て応援割引」\*1の提供を開始\*2しました。自動車保険に本割引の適用を導入するのは業界初\*3となります。通園や通学、習いごとの送迎やお出かけなど、同居する0～12歳のお子さまやお孫さまとの移動のために、ご契約のお車を年間平均月2回以上ご使用される場合、最大約3%の割引が適用になります。

当社が実施した調査\*4によると、お子さまを乗せて運転するドライバーは、「安全な運転」「スピードを出さずにゆっくり」など、より安全を心がけている様子が見られました。

一方で、「子どもがぐずると運転に集中できないことがあり怖い」「自分は安全運転していても周りの車が荒い運転をするのが怖い」

といった不安の声も多く、お子さまを乗せて運転するようになってから「ドライブレコーダーを設置した」「安全な車に買い替えた」など、設備投資をされたご家族もいらっしゃいました。

このように安全運転に対する意識が高く、いざというときのために備えたいドライバーのお子さまとの充実したカーライフを応援するため、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。

※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：保険始期日が2021年7月27日以降の「アクサダイレクト総合自動車保険」のご契約が対象です

※3：国内の自動車保険会社19社における子育て世帯への割引制度の有無自社調べ（2021年3月現在）

※4：2021年2月実施 自社調べ

### 0～12歳のお子さまを乗せて運転される子育て世帯の自動車保険加入を支援



子どもと月に2回くらい買い物や公園などに出かける



子どもの習いごとの送迎を月2回以上している



子どもの通園のために毎日送迎している

## 戦略的パートナーシップ

SBI損害保険株式会社（以下、SBI損保）と代理店委託契約を締結し、2021年4月16日よりSBI損保のウェブサイト上で「アクサダイレクトのバイク保険」（アクサダイレクト総合自動車保険）の販売を開始しました。約10万件以上の「アクサダイレクトのバイク保険」契約件数を持つ当社としては、同じダイレクト販売チャネルに強みを持ち、デジタル志向を共にするSBI損保を通して、

「アクサダイレクトのバイク保険」をより多くのお客さまにご提供することが可能となりました。

今後も、他企業との戦略的なパートナーシップ構築を通して、より多くのお客さまに当社のサービスをご体験いただき、安心を提供してまいります。

# Digitalization

## デジタル化

顧客主導の企業を目指すアクサダイレクトでは、2017年より経営戦略としてデジタルトランスフォーメーションを推進しています。

刻々と変化する時代にお客さまのニーズをより深く理解し、洗練された顧客体験を提供してまいります。

### AIとデータを活用した「補償おすすめ機能」

お客さまを取り巻く事情は刻々と変化していきます。お客さまが「いま」求めているものを見極める方法として、データから個々のお客さまの「いま」を深く理解し、最適なサービスの提供を実現するため、お客さまと当社との接点（お見積り・契約内容、広告、Eメール、電話やウェブサイトなど）での「リアルタイム」なデータ連携・蓄積・活用を進めています。

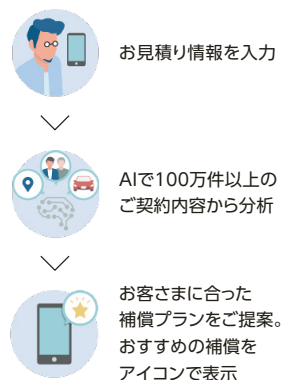
2020年9月には、ダイレクト自動車保険業界初<sup>\*1</sup>となる、ウェブサイトでの自動車保険のお見積り結果画面上で特定の補償内容をAIが提案する「補償おすすめ機能」の提供を開始し、導入後わずか1カ月で成約率5%向上<sup>\*2</sup>を実現しました。100万件以上のご契約内容を含む匿名化したビッグデータ<sup>\*3</sup>と、お客さまが入力した情報<sup>\*4</sup>をもとに、AIがリアルタイムで個別の分析を行い、お見積りを検討中のお客さまと類似した属性のご契約者さまに選ばれた補償の組み合わせをおすすめプランとして提案<sup>\*5</sup>します。

お客さまを深く理解し、寄り添うパートナーになるためにデータの価値を最大化する活動は、当社にとどまらず、ONE AXAとして

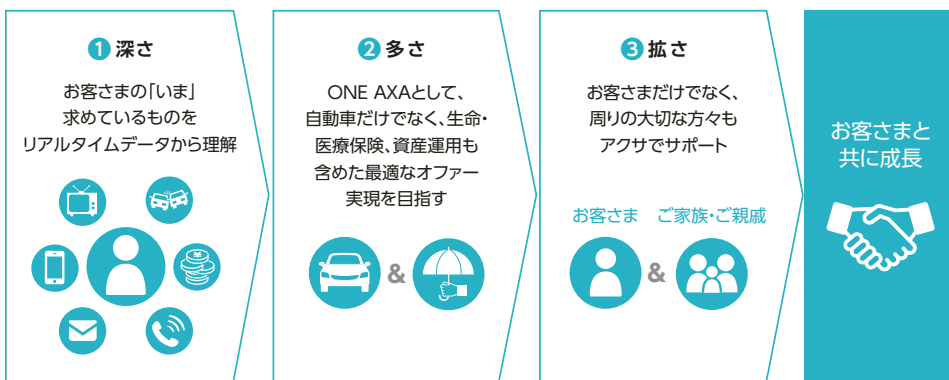
の活動に昇華しつつあります。グループ会社であるアクサ生命、アクサダイレクト生命、そして、当社、アクサダイレクトのデータ部門が協力することで、自動車保険だけでなく、生命・医療保険、資産運用において、ライフイベントの変化に合わせ、お客さま、そして、お客さまの周りの大切な方々に、最適なサービスを提供できるようなデータ活用の取組みを進めています。

- \*1：ダイレクト型自動車保険8社の当社比較（2021年1月現在）
- \*2：補償おすすめ機能を導入した2020年9月17日の前/後1カ月の成約率をそれぞれ算出。開始前1カ月の成約率を基準とし、導入後1カ月目の成約率の上昇率を算出
- \*3：当社はお客さまからお預かりした情報は適切に取り扱い、正確性・機密性の保持に努めています。専任のセキュリティチームおよび経営層を含む管理体制を維持し、業界のセキュリティスタンダード、および金融庁のガイドラインを順守しながら、社内ルールの整備・徹底、情報システムに対する安全対策の実施等を通じて、お客さまの情報を守るために情報セキュリティ管理の向上に常に取り組みんでいます  
 アクサグループデータプライバシー宣言：[https://www.axa-direct.co.jp/data\\_privacy/](https://www.axa-direct.co.jp/data_privacy/)  
 プライバシーポリシー：[https://www.axa-direct.co.jp/privacy\\_policy/](https://www.axa-direct.co.jp/privacy_policy/)
- \*4：住まいの地域や年齢、車の情報など
- \*5：契約条件によって、車両保険がセットできない場合や補償おすすめ機能が表示されない場合があります

#### < 補償おすすめ機能 >



#### < ONE AXAで取り組むデータ活用ロードマップ >



### 進むペーパーレスのお手続き

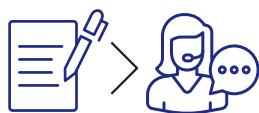
さまざまなデジタル化の取組みにより、お客さまの利便性を高めながら、お手続きやお申し込みにおけるペーパーレス化を進めています。



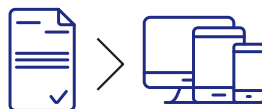
オンラインデータ照会により車検証コピーのご提出が不要になりました  
 ※一部車種除く



コンビニ払い(オンライン)の導入により払込票を待たずにお支払いが可能になりました



お電話でのご契約意思確認によりお申込書の郵送が不要になりました



オンラインで契約内容証明書のダウンロードが可能になりました

# Customer First and Operational Efficiency

## お客さま第一と効率性

お客さまの声を経営に活かしながら、  
最適化されたオペレーションで創出された時間でお客さまと向き合い、  
付加価値のあるサービスを提供してまいります。

### 業務効率化により従来以上にお客さまと向き合う時間を

アクサダイレクトでは、お客さまのライフスタイルの変化やデジタルツールの発達に伴い、多様化するニーズに対応するため、経営戦略として2017年からデジタルトランスフォーメーションを推進し、クラウド型コールセンターシステム、基幹システムの刷新、ウェブサイトリニューアルにより、保険のお見積りからお申し込み、ご契約内容の変更・更新までを一貫してデジタルで完結できる仕組みを構築してまいりました。一方で、事故解決を図りサポートを担う損害サービス部門は、従来紙をベースとした業務プロセスを行ってきたため、デジタル化の推進や在宅勤務の実践に困難があり、手動のオペレーションによる業務量の多さも課題でした。この度、損害サービス業務にデジタルプラットフォームを導入

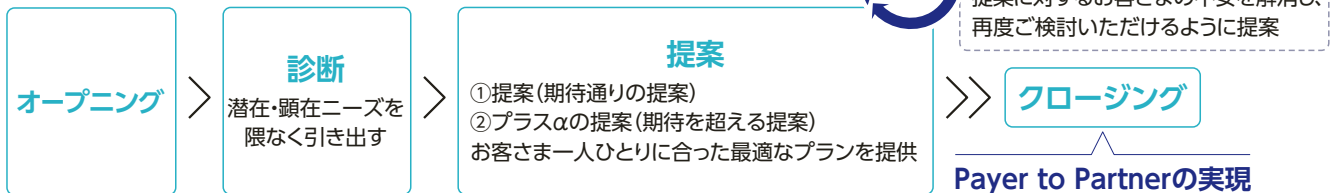
したことで、自動車事故事案情報や社内外の送受書類がシステム上で管理、閲覧できるようになり、ペーパーレスオペレーションによる業務効率化を可能にする環境が整いました。また、さまざまなデータを用いた分析・改善が可能になることで、新商品やサービスのスピーディーな提供開始が期待できます。今後はお客さまが必要な時にいつでも情報を確認できるプラットフォームの構築やSNSなどデジタルコミュニケーションツールを導入し、お客さまの利便性向上を目指します。創出される時間でお客さまと今まで以上に向き合い、新たな価値を提供していくとともに損害サービスを通じて「安心」という形でお客さまへお届けしてまいります。

### 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。自動車保険に関する幅広い知識を兼ね備えたカスタマーアドバイザーが、お客さまの不安を解消し、責任を持って一人ひとりのお客さまに向き合えるよう、人材

の育成や職場環境の改善に取り組んでいます。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」の体現を目指してまいります。

#### < Duoオペレーション >



### 福祉車両サービス

国際障害者デーである2020年12月3日から、修理中の代車として福祉車両を保有する修理工場をご案内することが可能になりました。お子さまの車椅子を容易に運搬できる車を必要としていたお客さまとの対話がきっかけとなり始まったサービスです。当社だけではなく、修理工場との連携による「お客さまのお困りごとを解消したい」という思いが新しいサービスの実現につながりました。約80の修理工場が保有する福祉車両は約150台(2020年12月時点)にのぼります。





# Employee Well-Being

## 従業員のウェルビーイング

従業員のウェルビーイングは当社の最重要課題です。  
多様な働き方を尊重する職場環境、対話やキャリアアップの機会を提供することで  
社員個々の可能性を引き出し、共に成長してまいります。

### 在宅勤務とオフィス勤務のハイブリッドな新しい働き方「スマートワーキング」

アクサグループでは自分の働き方に合わせて在宅勤務とオフィス勤務を選択することができるハイブリッドな働き方「スマートワーキング」を推進しています。アクサダイレクトにおいては、従業員の自発的な行動（ボランタリズム）をベースとし、より良いワークライフバランスを実現すると同時に、チームスピリットを大切にしながら高い成果をあげることを目的としています。

また、従業員の多様な働き方を基にオフィスの在り方を再定義し、「グッドコミュニケーション、グッドカンパニー」をコンセプトとして、2021年4月に本社（台東区）のフルリノベーションを行いました。新しいオフィスはABW（アクティビティ・ベースド・ワーキング）に対応し、業務目的や内容に合った働き方ができるほか、部門の垣根を越えた交流やコラボレーションが生まれ、新たなサービス

やイノベーションにつながる職場を目指します。

2020年春に発出された緊急事態宣言下で要請された全社的な在宅勤務への移行に際しては、以前から経営戦略として取り組んでいたクラウド型コールセンターやシフト管理システムのクラウド化を実装していたことにより、事業を中断することなく早急にスムーズに在宅勤務へ移行することができました。



### インクルージョン & ダイバーシティの推進

当社は従業員の属性にかかわらず、一人ひとりの存在が尊重され、自分らしく働き、その能力や経験が発揮できる環境を実現すべく、インクルージョン&ダイバーシティの取組みを推進しています。



女性管理職比率のさらなる向上を目指した次世代女性管理者の育成プログラムの実施、育児の男女共同参画支援のための男性従業員の育児休業取得推進など、性別にかかわらず活躍できる環境を整備しています。

また、当社の半数以上の職場において、障がいを持つ従業員が勤務しています。障がいを持つ従業員に対しては、入社後に個々の状況に応じたキャリア形成や職場定着に向けた面談を行うとともに

に、従業員間の相互理解を深めるための研修を実施しています。

また、LGBTQ+（セクシュアル・マイノリティ）フレンドリーな職場環境を整えるべく、就業規則上の結婚の定義に同性婚も含めることで育児休業や慶弔休暇取得を可能とする制度を導入し、採用の応募書類に性別の記入や顔写真の提出を求めない、通称名での勤務を可能にするなど、性別や性的指向、性自認にかかわらず社員が自分らしく活躍できる職場を目指しています。これらの取組みや社員の自発的なネットワーキング活動が評価され、2020年11月には「PRIDE指標」\*において最上位の「ゴールド」を3年連続で受賞しました。

\* 任意団体「work with Pride」が、企業・団体などの枠組みを超えて、セクシュアル・マイノリティの方々が働きやすい職場づくりを日本で実現することを目指し、2016年6月に策定した指標

### 1 on 1 対話の品質向上を通じ「グッドコミュニケーション、グッドカンパニー」を実現

当社は、目指すべき組織文化ビジョンとして「インスパイアされる職場」を掲げ、社員がその個としての存在が認められ、各々が自己実現できると感じられる職場を目指しています。その実現のための施策のひとつとしてコーチング技法を活用した対話（1on1コミュニケーション）の質の向上をすべての社員において実践しています。

役員を含む全管理職に対しては、6カ月におよぶ当社オリジナルのコーチングスキル研修を、その他全社員に対しては主体性をもって対話に取り組む研修を実施することで研修効果を高めています。

する中でも社員の目標達成と成長に向けた主体的な行動を促すコミュニケーションが活性化し、「インスパイアされる職場」に向けて大きな前進を始めました。



今後も対話の質の向上を社員の成長につなげ、お客さまに選ばれる会社としてさらに成長していくため、コーチングカルチャー醸成に取り組んでまいります。

# Corporate Responsibility

## 企業の社会的責任

アクサダイレクトをはじめとするアクサグループは、「すべての人々のより良い未来のために。私たちはみなさんの大切なものを守ります。」というパーパス(存在意義)のもと、全世界でコーポレート・レスポンシビリティ(CR = 企業の社会的責任)活動を行っています。

### 地域社会とコミュニティへの貢献

当社は、医療スタッフとしてのファシリティドッグとそのハンドラーを派遣する認定NPO法人「シャイン・オン!キッズ」とのパートナーシップを通じ、長期入院する子どもたちへの支援を2018年から続けています。2019年7月には神奈川県立こども医療センターで働くファシリティドッグ「アニー」のオフィシャルスポンサーとなり、2020年も継続的に子どもたちを支援したいという想いから、「自分らしく生きること」をテーマに社長のハンス・ブランケンが考案したストーリーに社員がイラストを添えたオリジナル絵本500冊を神奈川県立こども医療センターに入院する子どもたちへ贈呈しました。新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、特に医療機関では面会や立ち入りが制限されるなど、子どもたちは家族との交流もままならない状況にあります。このような困難な状況下

で病気と闘う子どもたちを励ますため、2020年7月から11月にかけて、当社の拠点がある東京都、福井県福井市、高知県高知市、北海道旭川市の各拠点で入院中の子どもたちに分身ロボット“OriHime”を通して「外の世界の体験」をプレゼントしました。遠隔操作型分身ロボット“OriHime”には内蔵カメラとマイク・スピーカーが備わっているため、子どもたちは病院にいながら、外の世界を見たり、人と双方向で会話したりすることができます。ロボットの貸与期間中には、当社の従業員とお買い物体験やオフィス見学に参加したほか、リモートで学校の行事に参加したり、ご家族との団らんの時間を過ごしたりするなど、入院生活から離れたひと時を過ごしてもらいました。



ロボットが子どもたちの分身として  
アクサダイレクトの拠点を訪問



子どもたちは入院中の病院から  
タブレットを使ってロボットを操作

### 新型コロナウイルス感染症に伴う社会的課題解決を支援

アクサグループでは、毎年世界の全従業員を対象にCR(コーポレート・レスポンシビリティ)活動に取り組む週間を設けています。この活動は2020年に10周年を迎え、当社はアクサ生命、アクサダイレクト生命と共に、コロナ禍における医療・社会的課題解決の支援ならびに従業員の健康促進を目的として、デジタルツールを活用したオンラインイベントや少人数で参加できる屋外での活動を実施しました。

自身の健康を維持しながらランニングやウォーキングの歩数が

寄付につながる「ウォーキングチャレンジ」を通して、医療従事者や経済的に困難な状況にある人々を支援するNPO団体への寄付を行ったほか、近隣の清掃活動、環境問題などへの理解を深めるオンラインイベントを開催しました。新型コロナウイルス感染症による影響を受けられたご契約者さまに対しては、「継続契約の締結手続きの猶予」および「保険料払込みの猶予」の特別措置を継続的に実施しました。

### 気候変動に対する取組み

近年多発する台風や豪雨などの異常気象は企業だけでなく、お客さまをはじめ、すべてのステークホルダーの皆さまにとって大きなリスクです。「すべての人々のより良い未来のために。私たちはみなさんの大切なものを守ります。」というアクサのパーパス(存在意義)に基づき、アクサダイレクトにおいても全従業員を対象に環境問題について理解を深める活動を行ってきたほか、CO<sub>2</sub>排出量や資源の削減目標を新たに策定しました。

具体的には、全社的な在宅勤務とオフィス勤務を併用した「スマートワーキング」によって消費電力と水道使用量を2021年度中に約1割削減することを目標とするほか、さまざまなデジタル化によるペーパーレスの取組みを推進しています。今後もデジタルトランスフォーメーションによる抜本的な構造変革により、長期的に環境保護に取り組んでまいります。