

## 「お客さま第一」を経営の根幹に置き、 最も選ばれる保険会社を目指してまいります

日頃よりアクサ損害保険をお引き立て賜り、誠にありがとうございます。2021年9月に代表取締役社長兼CEOに就任いたしました、佐伯 美奈子と申します。本ディスクロージャー誌をお届けするにあたり、ご挨拶申し上げます。

新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の国内感染拡大から既に2年以上が経ちますが、変異株の出現など依然予断を許さない状況が続いております。新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、また、感染拡大により困難な状況にある皆さまに、謹んでお見舞い申し上げます。皆さまの一日も早いご回復と感染症の終息を願ってやみません。

当社は『Payer to Partner:単に保険金をお支払いするだけの会社から、より良い人生、より良い社会のために皆さまに寄り添うパートナーになる』というアクサグループのビジョンのもと、お客さまに寄り添い、お客さまから常に信頼されるパートナーとなることを目指し、お客さまのご要望に沿った高品質な商品および、サービスの提供に尽力しております。自動車保険市場におきましては、半導体供給不足の影響で2021年度の新車販売台数が45年振りの落ち込みを記録する等、厳しい状況に置かれる面もございましたが、お客さまのご愛顧に支えられ、昨年度(日本会計2021年4月~2022年3月)決算におきましては、引き続き好調な収益と堅実な成長を実現することができました。元受正味保険料は、自動車保険の持続的

成長により前年同期比2.4%増の57,572百万円、税引後の当期純利益は、同1.9%増の3,856百万円となりました。今後も国内損害保険市場の動向と急速に変化する社会環境下におけるお客さまのご要望にお応えするため、強固な財務基盤を支えとしながら変革への持続的な投資を行ってまいります。

2021年度におきましては、損害サービス業務のプラットフォームリニューアルならびにペーパーレスシステムの導入を5月末までに行い、2017年から経営戦略として取り組んできたデジタルトランスフォーメーション(DX)の基盤作りを完了させました。これにより新商品やサービスのよりスピーディーな提供が可能になります。

商品の面では、子育て世帯を応援するために、保険契約始期日が2021年7月27日以降のアクサダイレクトの自動車保険契約を対象として、業界初<sup>\*1</sup>となる「子育て応援割引」<sup>\*2</sup>の提供を開始し、ご好評をいただいております。また、保険始期日が2022年5月10日以降の「アクサダイレクト総合自動車保険」のご契約を対象に、業界最多8区分<sup>\*3</sup>の『走行距離区分の細分化』、現在20等級で無事故のお客さまには他社からの切り替え初年度からでも保険料を割り引く『20等級継続割引』等を導入いたしました。これは「安全運転を続けているのに保険料が下がらない」といったお声や、お客さまの多様化するライフスタイルを反映させたサービスです。今後も、「お客さま第一」を経営の根幹に置き、お客さまのご要望に応える商品やサービスをご提供してまいります。

一方、成長の基盤となる従業員の職場における幸福度(ウェルビーイング)向上に関しましては、在宅勤務とオフィス勤務それぞれのメリットを最大限に活かすハイブリッドな働き方「スマートワーキング」の一環として本社のリノベーションを行いました。これまで継続的に職場環境整備に取り組んできた結果、地方拠点におきましては、旭川コンタクトセンターが北海道働き方推進企業に認定されました。

近年多発する気候変動対策についても、社会を構成する一企業として責任を果たしていく所存です。具体的には、日本のアクサグループ全体で2019年実績に対し、2022年にはCO<sub>2</sub>排出16.5%削減を目指すとともに、一部オフィスへの再生可能エネルギーの導入を開始いたしました。今後も環境負荷低減の取組みを加速してまいります。

今後も、「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)を体現するべく、社会の一員として次世代に残す自然資本の保護にコミットするとともに、お客さまに寄り添う保険会社としての役割を果たしていきたいと考えております。

皆さまにおかれましては、今後とも変わらぬご支援・ご愛顧を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



アクサ損害保険株式会社  
代表取締役社長 兼 CEO

佐伯 美奈子

※1: 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の自社調べ(2021年12月時点)

※2: 「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

※3: ダイレクト型自動車保険8社が設定している距離区分数の自社調べ(2022年2月時点)

# 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** アクサグループと日本におけるアクサの歩み
- 06** OUR PURPOSE
- 08** パーパスを遂行するために  
アクサの持続可能性を高める取り組みと戦略
- 10** 環境を守るためのアクサグループの取り組み
- 12** 環境を守るための日本におけるアクサの取り組み
- 14** 気候変動へのアクサダイレクトの取り組み
- 16** CEOメッセージ
- 19** Our Strategy
- 20** 最近の経営トピックス
- 20 Growth 成長
  - 22 Digitalization デジタル化
  - 23 Customer First and Operational Efficiency  
お客さま第一と効率性
  - 24 Employee Well-Being 従業員のウェルビーイング
  - 25 Corporate Responsibility 企業の社会的責任
- 26** I アクサ損害保険の現況
- 26 1 事業の経過および成果等
  - 29 2 内部統制システム構築の基本方針
  - 30 3 コンプライアンス(法令遵守)の体制
  - 31 4 リスク管理の基本方針
  - 32 5 勧誘方針(セールスポリシー)
  - 33 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)
  - 35 7 利益相反管理体制
  - 35 8 保険金等支払管理態勢
  - 36 9 反社会的勢力に対する基本方針
  - 36 10 監査・検査体制
  - 37 11 主な取扱商品
  - 39 12 お客さまサービス
  - 41 13 保険のしくみ
- 47** II 業績データ 当社の主要業務に関する事項
- 59** III 業績データ 財産の状況
- 69** IV 会社概要
- 75** 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

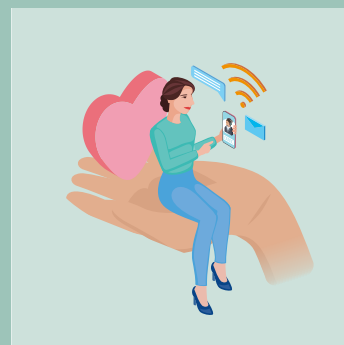
Digitalization  
デジタル化



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、「子育て応援割引」<sup>\*1</sup>を導入するなど、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。

### より強固なブランド構築を実現

2021年はアクサグループの存在意義(パーパス)である「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。」を体現するべく、お客さまはもちろん、さまざまなステークホルダーの皆さまを勇気づけるメッセージを発信することで、ブランド構築を通じて成長を加速させた一年となりました。子育てをしている世帯の「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に、2021年7月に「子育て応援割引」を導入しました。お子さまを乗せての運転はいつも以上に安全を意識する一方で、何かと不安がつきものです。アクサダイレクトは、補償内容はそのままだけでなく、よりリーズナブルな自動車保険を提供することで、お子さまとの安全で充実したカーライフを応援したいと考え、業界初<sup>\*2</sup>の割引制度をリリースしました。TVCMにおいても、子育て世帯を応援するために、「子育て応援割引」を紹介しています。

新TVCM「子育て応援割引」篇では、ブランドストーリーを重視したコミュニケーション展開により、お客さまのなかで蓄積されたアクサブランドの世界観を継続しながらも、業界唯一<sup>\*2</sup>の「子育て応援割引」を訴求することで、アクサブランドの更なるイメージ強化と「子育て応援割引」の認知向上を実現しました。前作に引き続き、日本におけるアクサのブランドアンバサダーでもある俳優の岡田将生さんを起用し、今作では、子育てに奮闘する夫婦をあたたく見守り、そっと応援する弟役を演じていただきました。このストーリーには、「お客さまやそのご家族の人生に寄り添うパートナーとして、安心と自信をお届けしていきたい。」というアクサダイレクトの願いも込められています。2022年もブランド戦略と連動しながら、先進的な保険料体系やさまざまな補償をご提供できるよう、積極的に取り組んでまいります。

#### 2021年CM「子育て応援割引」篇



<sup>\*1</sup>: 「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。適用条件詳細は、当社ウェブサイトをご確認ください。

<sup>\*2</sup>: 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の当社調べ(2021年12月時点)

## オリコン顧客満足度ランキングでバイク保険が1位に

アクサダイレクトは、2022年のオリコン顧客満足度®調査の「バイク保険」において、総合第1位に選ばれました。

本調査は、手続きの容易さなどを評価する「加入・更新手続き」、担当者の丁寧さや対応の早さなどを評価する「事故対応」、商品内容の豊富さや分かりやすさなどを評価する「商品内容の充実度」、補償内容に対する保険料を評価する「保険料」など


全7つの評価項目について実際にバイク保険を利用された方が評価した満足度調査となっており、当社のバイク保険は2015年に続く2度目の総合第1位受賞となりました。



## 『20等級継続割引』の新設\*1

安全運転ドライバーによる「無事故を続けているのに保険料が下らない」「長く契約しているのに保険料が下らない」という声にお応えするため、現在20等級で無事故のお客さまには他社からの切り替え初年度からでも保険料を割り引く『20等級継続割引』を新設\*1しました。現在20等級で無事故のお客さまには4区分（「1年目」「2年目」「3年目」「4年目以降」）にわたっ

て割引をご提供します。アクサダイレクトで既に契約されている方はもちろんのこと、他社で20等級（事故有係数適用期間0年）、保険期間1年以上で無事故のままアクサダイレクトに切り替えた方にも、切り替え初年度から割引が適用され、無事故であれば長期的に割引は継続されます。



20等級ドライバーの安全運転に応える割引制度

# 『20等級継続割引』登場!

20等級・無事故なら、保険料を割引。他社からの乗り換えでもOK

## 『走行距離区分の細分化』を実施\*2

アクサダイレクトは、お客さま一人ひとりのライフスタイルに合わせた、より合理的な保険料をご提案するために、年間予想最大走行距離区分を、従来の3区分から業界最多\*3の8区分に拡大し

ました。併せて、年間を通して自動車をあまり使用されないお客さま向けに、業界で最も短い\*3「1,000km未満」を新設しました。

改定前	
1)	5,000km未満
2)	5,000km以上 10,000km未満
3)	10,000km以上



改定後	
1)	1,000km未満
2)	1,000km以上 3,000km未満
3)	3,000km以上 5,000km未満
4)	5,000km以上 7,000km未満
5)	7,000km以上 10,000km未満
6)	10,000km以上 15,000km未満
7)	15,000km以上 20,000km未満
8)	20,000km以上

## 『日常生活賠償責任保険特約（示談交渉付）』\*2を特約として単体付帯が可能に

これまで『アクサ安心プラス』\*4のパッケージとして販売していた『日常生活賠償責任保険特約（示談交渉付）』を特約として単体で自動車保険に付帯することが可能となりました。また、保険金額を3,000万円から1億円に増額しました。お子さまの自転車事故やマンションでの水漏れなど、日常生活における偶然な事故

で、他人の財物（モノ）を壊したり、他人にケガをさせたりして、法律上の損害賠償責任を負った場合に補償する保険です。利便性が高まり、また、お客さまに安心して当社の商品・サービスをご利用いただけるようになりました。

※1：現在19等級で新たに20等級になった場合には適用されません。

※2：バイク保険は今回の改定項目の対象外となります。

※3：ダイレクト型自動車保険8社が設定している距離区分数の自社調べ（2022年2月時点）

※4：複数の特約をパッケージした「ファミリープラス」、「レディースプラス」、「ペットプラス」の総称

# Digitalization

## デジタル化

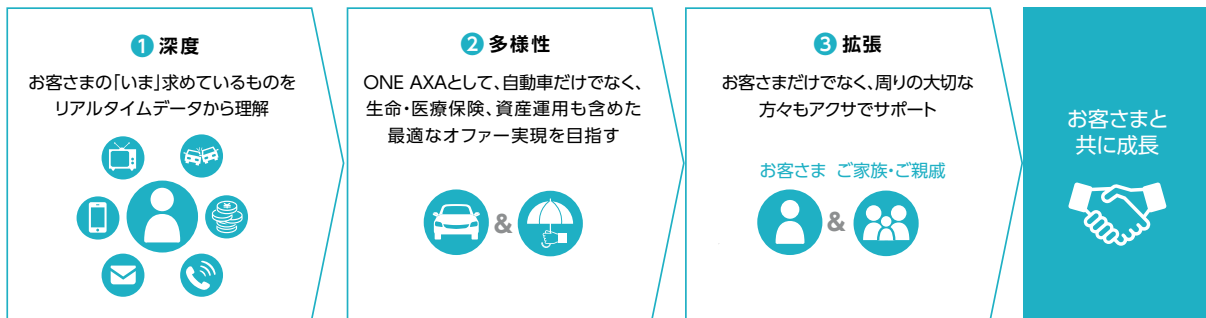
アクサグループのデータ部門が協力することにより最適なサービスが提供できるよう取組みを進めています。  
刻々と変化する時代にお客さまのニーズをより深く理解し、洗練された顧客体験を提供してまいります。

### データ管理体制のさらなる向上

昨今急速に拡大するデジタル化の波に先駆け、当社では2014年にデータ分析の専門部署を発足させ、データの活用および価値化を通じた、洗練された顧客サービスを可能にするイノベーションの実現を加速させています。さらに現在、データの価値を最大化する活動はグループ会社であるアクサ生命、アクサダイレクト生命、そして当社のデータ部門が“ONE AXA Data”チームとして統合・協力しており、自動車保険だけでなく、生命・医療保険、資産運用においても、ライフイベントの変化に合わせてお客さま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。その取組みの中で現在、アクサジャパン三社の顧客データを統合した、三社共通のデータマネジメ

ント基盤の構築を進めています。今後、統合されたデータを分析・活用し、最適なサービス・商品をタイムリーに提供することにより、データ活用を通じた価値提供の実現を推進します。その一方、お客さまからお預かりした情報を適切に取り扱うため、データマネジメントに関する専門組織も立ち上げ、データガバナンスやデータ品質・セキュリティの強化、社内におけるデータカルチャーの推進など、データ管理体制の向上にも常に取り組んでいます。また、AI・機械学習など高度なデータサイエンス的アプローチを強化するため、ビッグデータを活用した次世代のテクノロジーや分析手法の調査、専門人材の積極的な採用などにも力を入れています。

#### <ONE AXAで取り組むデータ活用ロードマップ>



### アニメーションによるかんたん事故受付

アクサダイレクトは、2021年12月にウェブサイト上での事故受付を動画によってサポートするサービス(「アニメーションによるかんたん事故受付」)を導入いたしました。当社公式ウェブサイトのナビゲーターであるEmma(エマ)のサポートのもと、お客さまは動画を視聴しながらスマートフォンまたはパソコン画面上で事故状況を入力、タッチしてステップごとに事故報告を進めることができます。この動画に従って事故報告をすると約3分で事故受付が完了するため、事故の受付がより分かりやすく、より簡単になりました。その結果、従来の文字入力によるウェブサイトでの事故受付に比べて、受付完了率が約50%アップしました。



※ お電話ではなくウェブサイトにて事故のご報告をいただいたお客さまのうち、最後の項目まで記入し事故申請をご完了いただいた割合

# Customer First and Operational Efficiency

## お客さま第一と効率性

デジタルを活用しながら、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。

### デジタル上のナビゲーターEmma(エマ)によるお客さまサポート

Emma(エマ)はすべてのお客さまの生涯にわたるパートナーとして、より革新的でお客さまのニーズに合ったサービスをお届けするために誕生しました。Emmaはアクサのビジョンである『Payer to Partner:単に保険金をお支払いするだけの会社から、より良い人生、より良い社会のために皆さまに寄り添うパートナーになる』を象徴するサービスであり、今後は、当社ウェブサイトでの商品の説明やお手続きをより分かりやすくナビゲートし、当社とのデジタルコミュニケーションを親しみやすいものにするためのサービスを提供してまいります。2021年には、お客さま専用ページ「マイ・アクサファイル」を「Emma by アクサ」へとリニューアルいたしました。これは

パソコン・スマートフォンから24時間いつでもご利用いただけるお客さま専用ページです。お客さまは、ご契約内容の確認やご契約の継続のお手続き、対応中の事故の進捗確認などができます。

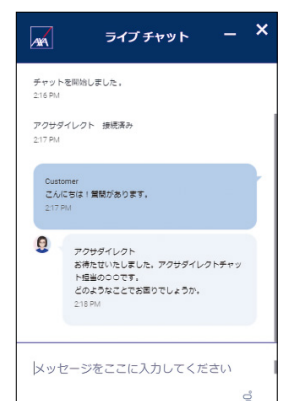
また、別のサービスとして、お客さまが当社ウェブサイトにてお見積りを取られる際に、複雑な自動車保険の補償内容をよりご理解いただきやすいよう、補償内容の説明を動画でご案内しています。「どのような補償内容なのか」「どのような補償内容を選ぶべきか」というお客さまの不安や疑問に対して動画内で分かりやすくご説明することでサポートしております。今後もお客様のニーズにあった更なる機能拡充を進めてまいります。



### 新たなコンタクトチャネルでお客さまの利便性を向上

2021年9月より、新規契約申し込み手続きや契約継続に関するウェブページにて、チャットでのお問い合わせ受付を開始いたしました。「いつでも、どこでも、気軽に問い合わせ、スピーディに問題解決ができる」をコンセプトとし、電話やメールよりもチャットで気軽に、すぐに相談したいというお客さまに対して、自動車保険・バイク保険の質問や疑問点にお答えしています。お客さまからいただいたご質問にはEmma(エマ)を通して当社のカスタマーアドバイザーが回答し、ご契約手続きを迅速にサポートしています。カスタマーアドバイザーは複数のお客さまからのお問い合わせに同時に対応することで、電話よりもスピーディに応答しま

す。また、チャットでのお問い合わせをご利用されたお客さまからは好評をいただいております。今後も現状チャットでは解決できない内容への対応範囲拡大や、チャットボットによる24時間対応など、お客さまに一層便利に感じていただけるチャット対応の実現を目指してまいります。





# Employee Well-Being

## 従業員のウェルビーイング

成長を支える従業員のウェルビーイングは当社の最重要課題です。

コーチングや、トレーニング機会を適切に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。

### スマートワーキングの推進

アクサダイレクトでは、働く場所(在宅・オフィス)と働く時間(スーパーフレックス制度)を自由に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。従業員の自発的な行動(ボランタリズム)と成果へのコミットメント(結果責任)をベースとした「スマートワーキング」を推進することで、従業員1人ひとりが、自由を享受し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

多様な働き方をサポートするための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」を新たなコンセプトとして、本社(台東区)のフルリノベーションを実現しました。さらにアクサグループ従業員の法人間での垣根を超えたコラボレーションやイノベーションの創出を目的に、一部部門は他アクサグループ各社と共に白金オフィスで業務を実施することで、アクサグループとしての最大限のシナジー効果を発揮しています。



### インスパイアされる職場を目指して

当社の目指すべき組織文化ビジョンは「インスパイアされる職場(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)の実現」です。社員1人ひとりの「Will(キャリア目標)」をサポートし、それを実現できる「Can(能力)」の付与(トレーニングプログラム)と「機会」(社内公募制度)を提供できるさまざまな人事制度を提供しています。特にトレーニングプログラムは3つのポイントにフォーカスすることで、その実現をサポートします。

1つ目は、自分よりもチームを意識し成果にコミットするリーダーを育てる「リーダーシップ開発」。2つ目は、オープン&フラットな組織カルチャーをつくるための「コーチングカルチャーの浸透」。3つ目は、世代別に分かれたキャリア開発研修や、セルフラーニングを推進する環境を整える「自律的キャリア支援」。これらを実行することで、社員1人1人の自己実現のサポートを通じ、お客さまに選ばれ続ける会社として更なる成長を目指してまいります。



# 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)活動を積極的に行っています。

### シャイン・オン!キッズとのパートナーシップ

当社は、病気と闘う子どもたちやご家族の皆さまが心からの笑顔で過ごせるようにとの想いで、神奈川県立こども医療センターに入院している子どもたちに寄り添い元気づけるファシリティドッグの支援を認定NPO法人シャイン・オン!キッズを通して2018年から続けています。2020年には、当社の社員が作成したオリジナル絵本『スマイルランドのミツバチとどうぶつたち』500冊を神奈川県立こども医療センターへ贈呈しました。その続編として、2021年には在宅で治療に取り組む小中学生5人と一緒にワークショップを通して絵本『スマイルランドのミツバチ〜新しい世界へ〜』を制作しました。絵本制作を通して「どのような状況においても自分らしく生きるすばらしさ」や、「一歩を踏み出す勇気」を感じてほしい、という想いが込められています。



### 地域社会への貢献

地域貢献プログラムの一環として、コンタクトセンターのある北海道旭川市、ならびに福井県福井市にて、2020年に引き続き遠隔操作型分身ロボット「OriHime」を使った入院中のお子さんとのリモート交流会を行いました。新型コロナウイルス感染症対策の影響を受け、医療機関では面会や立ち入り引き続き制限されるなど、入院中の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。当社は、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したいという想いから、分身ロボットを使った「外の世界の体験」のプレゼントを企画しました。ロボット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、景色を見たり、家族や友達と双方向で会話したりすることができます。

7人の子どもたちには、まず3週間ロボットを貸与し、自分の分身として自由にお出かけをしてもらいました。久しぶりに学校の行事に参加したり、ご家族と団らんしたりと、今まで制限されていたことをロボットを通じて体験してもらうことができました。体験の最終日には、子どもたちの分身となったロボットをアクサダイレクトのセンターに招待し、交流会を開催しました。

交流会では、社員が作成したオリジナル絵本『スマイルランドのミツバチとどうぶつたち』の読み聞かせや、オフィスツアー、ショップへのお買い物体験を実施し、子どもたちに楽しいひと時を過ごしてもらうことができました。子どもたちの反応は、ロボットが手や首を振るモーションなどを通じて社員に伝わるた



め、まるですぐそこにいるかのようなコミュニケーションが可能となり、社員も子どもたちと一緒に交流会を楽しみました。交流会後には、子どもたちが選んだキャラクターのカプセルトイなどに加え、オリジナル絵本、絵本に登場するキャラクターをあしらったバンダナ、交流会に参加した社員が子どもたち一人ひとりに心を込めて書いたメッセージ入りのカードをプレゼントしました。

今後も、「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。」というアクサグループのパーパスのもと、地域社会に根差し、人々に寄り添うCR(コーポレート・レスポンシビリティ=企業の社会的責任)活動に取り組んでまいります。