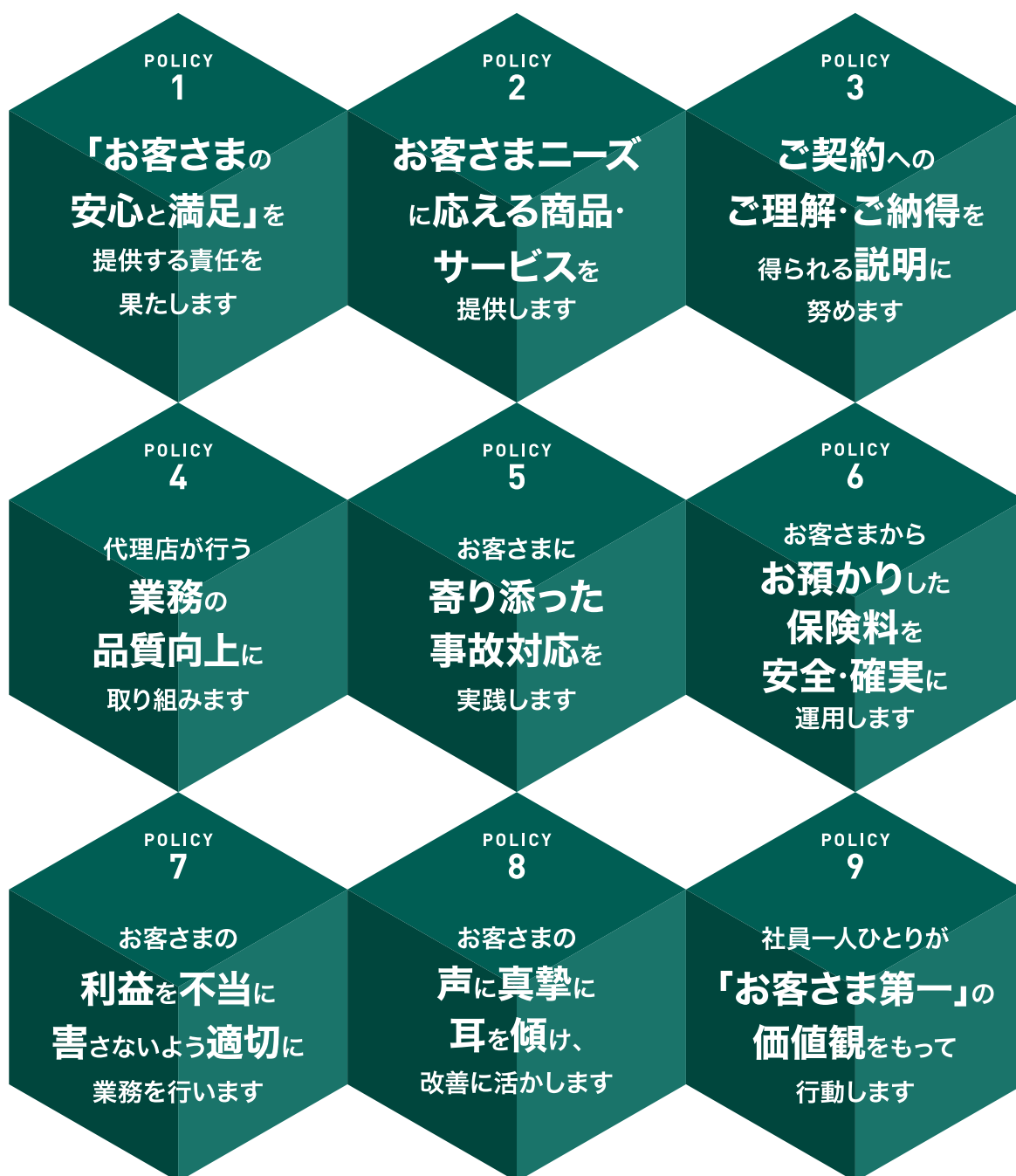


お客さま第一の 業務運営に関する方針

に基づく取組状況について



2020年度版



方針 1	「お客さまの安心と満足」を提供する責任を果たします	P2
方針 2	お客さまニーズに応える商品・サービスを提供します	P4
方針 3	ご契約へのご理解・ご納得を得られる説明に努めます	P7
方針 4	代理店が行う業務の品質向上に取り組みます	P9
方針 5	お客さまに寄り添った事故対応を実践します	P11
方針 6	お客さまからお預かりした保険料を安全・確実に運用します	P13
方針 7	お客さまの利益を不当に害さないよう適切に業務を行います	P14
方針 8	お客さまの声に真摯に耳を傾け、改善に活かします	P15
方針 9	社員一人ひとりが「お客さま第一」の価値観をもって行動します	P16

MS&ADインシュアランス グループの三井住友海上火災保険株式会社(社長:原 典之)は、2017年6月に策定した「お客さま第一の業務運営に関する方針」(以下、本方針)に基づく、主な取組状況をP. 2以降のとおりお知らせいたします。

今後も、年度ごとに取組状況を総括・検証のうえ、当社オフィシャルWebサイトで公表してまいります。

URL : <https://www.ms-ins.com/company/aboutus/trust/>

なお、本方針は、消費者庁の「消費者志向経営自主宣言」の枠組みにも沿っております。

当社はお客さまの視点に立ち、消費者志向経営にも誠実に取り組んでまいります。



<「お客さま第一の業務運営」の定着度合いを評価する指標>

1. 当社取組を総体として評価をいただく「お客さま満足度」を総合指標とします。
2. お客さまと接点の多い「代理店」および「当事故対応」担当者へのお客さま評価や「お客さまの声に基づく改善件数」、「社員意識調査」を評価指標とします。
 - ・方針1 (P.2~3)に、上記の評価指標をまとめて掲載しています。
 - ・お客さまにわかりやすい有益な情報を提供していく趣旨から、「主力商品の販売状況」や「代理店の教育状況」等の実績値も方針2以降(P.4~)に掲載しています。

「お客さまの安心と満足」を提供する責任を果たします

当社は、「お客さまの安心と満足」を実現するため、お客さまの不安とリスクに対して最善の解決策を提供することにより、お客さまへの責任を果たします。

▶ 実施している主な取組

1. 「お客さま」が事業活動の基点

- 「お客さま」が事業活動の基点であるとの認識のもと、社員の具体的活動基準である「三井住友海上行動憲章」の冒頭に「お客さまへの責任」を掲げ、全社員へ浸透させています。
 - また、経営計画「Vision 2021[※]」に、お客さまから選ばれ続ける保険会社をめざし、「中長期にわたるお客さまの信頼を獲得する活動」および「あらゆるお客さま接点の品質向上」を掲げ、お客さま第一の業務運営の定着に取り組んでいます。
- ※ 2018年度から2021年度までの中期経営計画

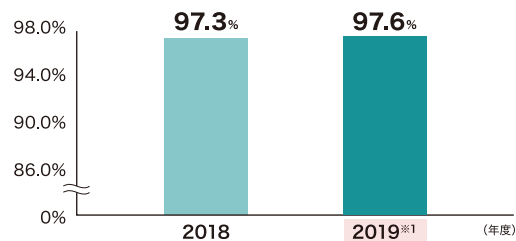
2. 「お客さま第一の業務運営」の定着度合いを評価する指標

- お客さまに当社取組を総体として評価をいただく「お客さまアンケート／お客さま満足度」を、お客さま第一の業務運営の定着度合いを評価する総合指標としています。
- あわせて、お客さまに直接対応している代理店および当社事故対応担当者へのお客さま評価（「お客さまアンケート／事故対応満足度、代理店推奨度」）、「お客さまの声に基づく改善件数」、および社員の意識を測る「社員意識調査」を評価指標としています。
- これらの2019年度末実績値は、以下のとおりです。

(1) 総合指標

■ お客さまアンケート／お客さま満足度 (2018年4月新設)

※ 4段階の回答選択肢のうち、「満足」「やや満足」の上位2段階の回答割合

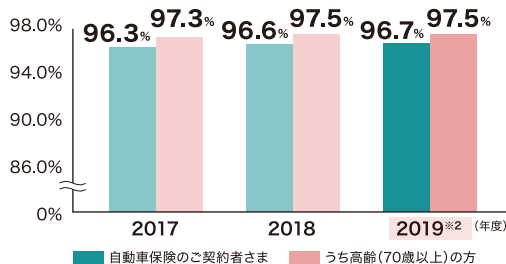


※1 2019年度実施概要

回答件数	約35万件
------	-------

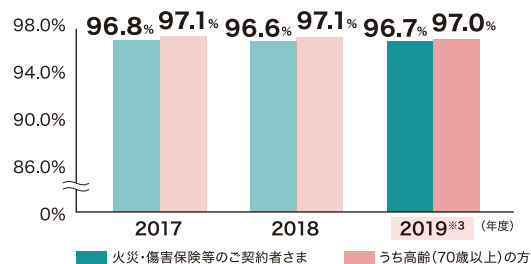
(2) 評価指標

■ お客さまアンケート／事故対応満足度 ※ 4段階の回答選択肢のうち、「満足」「ほぼ満足」の上位2段階の回答割合



※2 2019年度実施概要

アンケート送付件数	約60万件
回答件数	約8.5万件
うち高齢(70歳以上)の方	約2.2万件



※3 2019年度実施概要

アンケート送付件数	約53万件
回答件数	約12.0万件
うち高齢(70歳以上)の方	約3.5万件

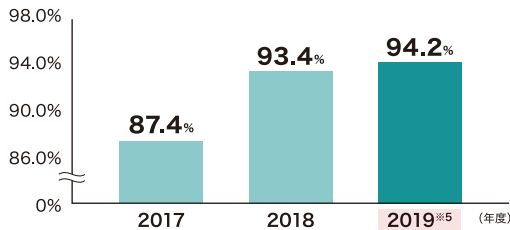
「お客さまの安心と満足」を提供する責任を果たします

■ お客さまアンケート/代理店推奨度※4

*4 4段階の回答選択肢のうち、「紹介してもよい」

(2018年4月新設)

「どちらかといえば紹介してもよい」の上位2段階の回答割合



※5 2019年度実施概要



調査対象契約数	約720万件
回答件数	約28万件

※4 契約手続き時に代理店との接点がない契約(ネット加入できる保険等)では、お客さまから「代理店を評価できない」との声をいただいたため、2018年度から回答対象外としました。

■ お客さまの声に基づく改善件数

- 2019年度にお客さまの声に基づき実施した改善件数は、105件です。

主な改善事例は、以下のとおりです。

お客さまの声	改善結果
フリート契約※1向けに、事故時の緊急自動通報機能があるドライブレコーダーのサービスを開発してほしい。	フリート契約※1向けドライブレコーダー・テレマティクスサービス「F-ドラ」を開発しました。 
三井住友海上から事故対応にかかわる電話をもらったが、平日の日中は仕事で電話に出ることができない。	SMS(ショートメッセージサービス)でお客さまにご連絡し、現在の状況や今後の予定等をWebアンケート機能でご回答いただく仕組みを構築しました。
地震で被害を受けた。 保険金が支払われるか確認するためパンフレットを見たが文字ばかりで理解できない。 門、塀のみの損害が、地震保険の対象外とは知らなかった。	地震保険の「保険金をお支払いしない主な場合」の説明にイラストや例示を加え、GK すまいの保険※2のパンフレットをお客さまにわかりやすく改定しました。 (UCDAアワード※3 2019特別賞受賞) 
大雨の影響でおクルマQQ隊※4に電話が繋がらなかった。	「LINE」のトーク画面で質問に回答することで、ロードサービスを要請できるようにしました。
休日・夜間でも、住所変更できるようにしてほしい。	24時間365日、オフィシャルWebサイトのチャットボット※5で、自動車保険の住所変更ができるようになりました。

※1 自動車10台以上所有・使用しているお客さま向けの契約方式

※2 個人向け火災保険の主力商品

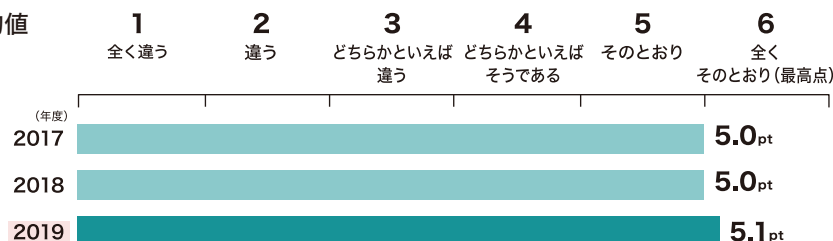
※3 企業・行政が生活者に発信するさまざまな情報媒体を第三者が客観的に評価の上、優れていると評価されたデザインを一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会が表彰

※4 「ロードサービス費用特約」をセットしたお客さまにご提供する当社のロードサービス

※5 「チャット(対話)」と「ボット(ロボット)」という二つの言葉を組み合わせた造語で、「自動会話プログラム」のこと

■ 社員意識調査(設問:私は、常にお客さまの安心と満足のために、行動している。)

6段階回答選択肢の平均値



お客さまニーズに応える商品・サービスを提供します

当社は、社会環境の変化に伴う新しいリスクや多様化するお客さまニーズに迅速かつ柔軟に対応した商品・サービスを提供します。

▶ 実施している主な取組

1. SDGs※の軸(社会、人、環境)を踏まえた商品・サービスの提供による共通価値の創造

※「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」: 2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標。17のゴールと169のターゲットから構成される



(1) 社会・地域の課題を解決する

<新しいリスクに対処する>

- 当社とアクセンチュア株式会社は、ビッグデータや最新の分析アルゴリズムを活用することで、企業の抱えるリスクを最適化し、課題解決を図る新サービス「RisTech(リステック)」の提供を開始しました。 2019年5月
- スマホ決済事業者総合補償プランを発売しました。スマホ決済のユーザー保護水準が大手クレジットカード会社の利用規約で定める基準に引き上げられ、より安心してスマホ決済をご利用いただけるようになりました。 2019年9月
- 一般社団法人重要生活機器連携セキュリティ協議会と共同で、最低限守るべきサイバーセキュリティ基準を満たしたIoT機器を認証する制度を開始しました。認証には、IoT機器製造業者または販売業者を対象とするサイバー保険がセットされます。 2019年10月



<事故のない快適なモビリティ社会をつくる>

- GK 見守るクルマの保険(ドラレコ型)に、専用リアカメラによる後方録画機能を追加しました。 2019年5月
- 当社と小田急電鉄株式会社は、MaaS*と保険を組み合わせた新たな仕組みとなる「MaaS×保険」(MaaSかける保険)に関する協業取組を開始しました。 2019年5月
- 当社、ヤマハ発動機株式会社、MS&ADインターリスク総研株式会社の3社は、高齢者の移動手段の確保等、低速モビリティ(ランドカー)を利用したMaaS*の実現に向けた共同取組を開始しました。 2019年10月

※「Mobility as a Service」: 出発地から目的地までの移動ニーズに対して最適な移動手段をシームレスに一つのアプリで提供する等、移動を単なる手段としてではなく、利用者にとっての一元的なサービスとして捉えるもの

- 福井県鯖江市で、高齢者ドライバー事故ゼロ社会の実現に向けた実証実験を共同で実施しました。 2019年10月
- 長野県伊那市の「AI最適運行・自動配車サービス(ドアツードア乗合タクシー)」の実証実験に参画しました。 2019年11月
- スマートフォンの「ながら運転」防止支援サービス FOUR SAFETYを開発しました。 2020年1月
- 企業の安全運転を支援するため、ドライブレコーダー・テレマティクスサービス「F-ドラ」を開発し、当社フリート契約向けにサービスの提供を開始しました。専用ドライブレコーダーと業界初のインカメラを活用し、事故・緊急時のサポートに加え、企業の事故防止や運行管理をサポートします。 2020年1月

- 当社、MS&ADインターリスク総研株式会社、大和タクシーコールネット株式会社、株式会社クスリのアオキ、株式会社未来シェアの5社は、デマンド交通を利用した「相乗り通勤」の実証実験(都市中心部の渋滞緩和等の交通課題解消や交通事故減少の検証)を行いました。 2020年2月



デマンド交通を利用した「相乗り通勤」のイメージ

■当社は、空飛ぶクルマ※を開発するドイツのVolocopter GmbH(ボロコプター社)との業務提携に合意しました。ボロコプター社の実証実験への参画により、空飛ぶクルマの機体やオペレーションに関するノウハウを収集し、空飛ぶクルマの特徴をふまえた商品・サービスの開発を行います。 **2020年2月**

※「電動」「垂直離着陸」「自動飛行」等による次世代エアモビリティをいいます



<レジリエントなまちづくりに取り組む>

■災害発生時には、全国各地のアドバンスクラブ※会員の各店舗にあるカーバッテリーを活用し、災害時にスマートフォンを充電できる災害時充電サービスの提供を開始しました。 **2019年8月**

※当社がサポートする業界トップレベルの自動車整備業代理店組織、お客さまの豊かなカーライフの創造と社会の健全な発展を目的とする

■大規模自然災害が発生した際の避難行動等をより安全にサポートできるよう、スマ保 災害時ナビ(スマートフォン向け無料アプリ)にハザードマップ表示機能と防災情報翻訳機能を追加しました。 **2019年12月**

(2) 人々の幸せを支える

<「元気で長生き」を支える>



■「抗がん剤治療特約」と「傷害/疾病による集中治療室等利用時一時保険金補償特約」を新設しました。 **2019年10月**

■傷害や疾病の通院補償にオンライン診療による診察を追加しました。 **2019年10月**

(3) 地球とその未来を守る

<気候変動の緩和と適応に貢献する>

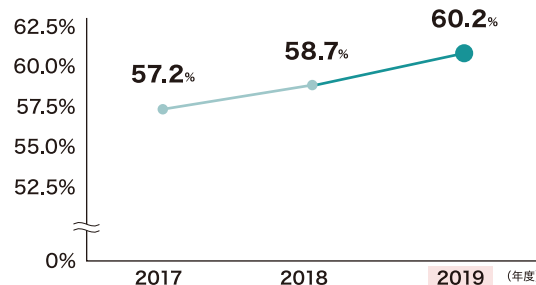
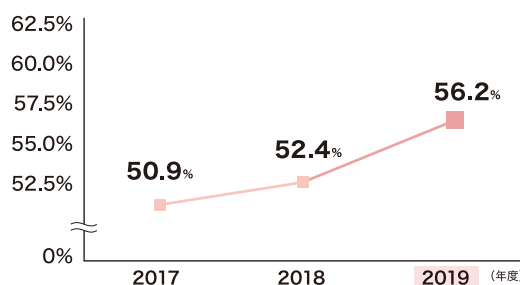
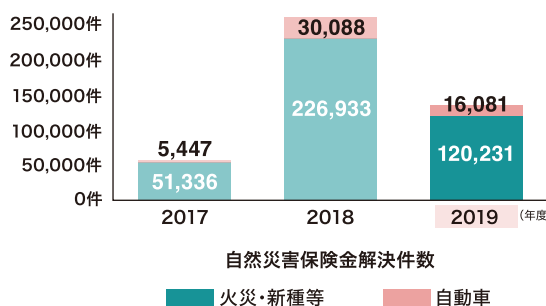


■再生可能エネルギー事業を支援する商品・サービスの提供により、同事業の普及に貢献しています。

■「自然災害への備え提案運動」により、お客さまの防災意識の向上と自然災害に関する補償の充実を進めています。

■住宅物件の火災保険ご契約のお客さまの半数以上に地震保険を、GK すまいの保険ご契約のお客さまの半数以上に水災補償をセットしていただいています。

■自然災害における保険金のお支払件数(解決件数)は右記のとおりであり、今後ともお客さまのリスクへの備えとしてお役に立てるよう、取り組んでいきます。



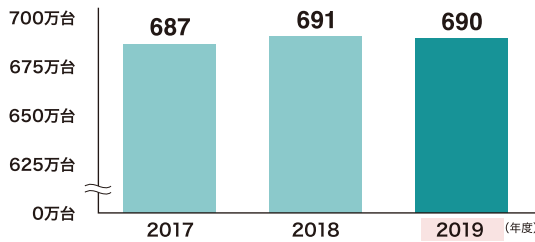
—■— GK すまいの保険 水災セット率

—●— 家計火災地震セット率(住宅物件)

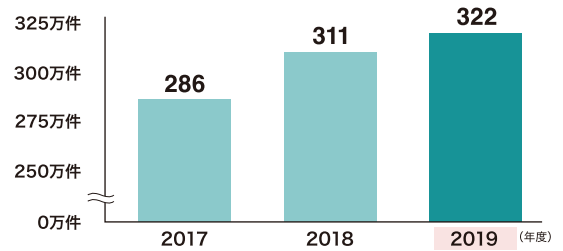
2. 多様化するお客さまニーズを先取りした商品・サービスの提供

(1) お客さまのリスクに備え、生活を支える商品・サービスの提供

■個人のお客さま向け主力商品「GK(ジーケー)」シリーズでは、お客さま一人ひとりのニーズにあわせて充実した補償をご提供しています。



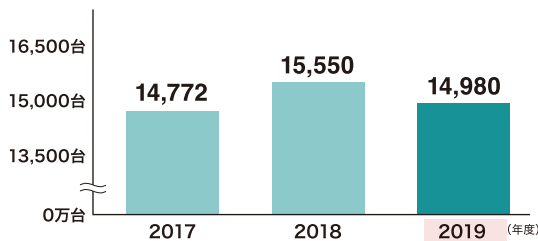
■ GK クルマの保険契約台数



■ GK すまいの保険契約数

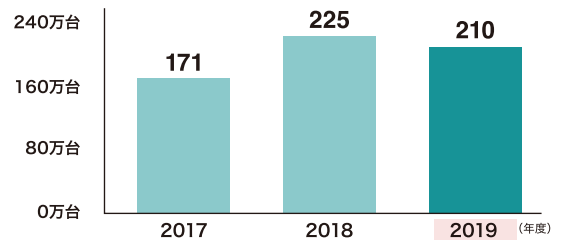
(2) 多様性に応える商品・サービスの提供

■初めてお車を保有される方にお求めやすい保険料の「はじめての自動車保険」は、2015年10月の発売以降、お客さまにご支持いただき、2019年度末のご契約台数は、約15,000台となりました。



■ 「はじめての自動車保険」契約台数

■自動車を借りて運転するときに、24時間単位で加入できる自動車保険「1DAY保険」は、クルマを持たない若年者に多くご支持いただき、2019年度末のご契約台数は、累計700万台を超えました。



■ 「1DAY保険」契約台数



ご契約へのご理解・ご納得を得られる説明に努めます

当社は、お客さまニーズに合った最適な商品をご選択いただけるよう、適正な保険募集および契約管理を行います。

- (1) お客さまに商品内容を十分ご理解いただけるよう、説明方法等を工夫し、わかりやすく説明します。
- (2) お客さまのご意向に沿った適切な商品をご選択いただけるよう、お客さまの商品に関する知識、ご予算、ご契約の目的等を総合的に勘案して説明します。
- (3) ご契約後も、ご契約の変更・更改・解約等を迅速かつ適切に行い、お客さまの利便性を向上させます。

▶ 実施している主な取組

1. わかりやすい説明に向けた取組

- お客さまの見やすさを重視し、パンフレット等の改善に取り組んでいます。図表の活用や、どなたにも読みやすい文字フォントの採用、専門的な用語・表現の一覧解説等を行っています。
- 説明ツールがお客さまの視点でわかりやすい内容になっているか、社内の検証部門が点検しています。また、必要に応じ、社外の有識者にご意見をお聴きし、改善に活かしています。
- 障がいのある方や高齢の方、外国人の方に配慮した署名ルールや手話通訳サービス、翻訳サービスを提供しています。

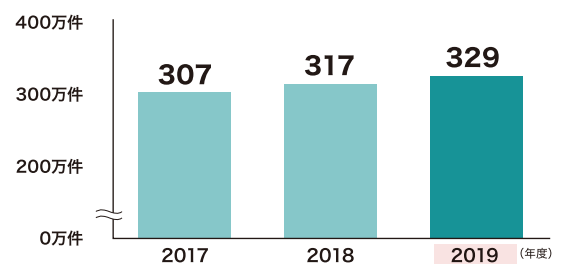
2. ご意向に沿った商品を選んでいただくための取組

- スマートフォン等で撮影した自動車保険証券の画像をAIが自動で読み取り、簡単かつスピーディに保険料の見積書を作成するアプリを開発しました。本アプリで自動車保険の見積作成における、お客さまの待ち時間の大幅な短縮が可能になりました。 2019年10月
- AIを活用した新たな代理店システム「MS1 Brain」を開発しました。お客さまに関するあらゆる情報を収集・分析・活用する機能を有し、お客さま・代理店・当社をビッグデータとAIで結ぶことでお客さまニーズを的確に把握し、お客さま体験価値の向上につながる提案や最適な商品・サービスの提供を行います。 2019年11月



3. ご契約後もお安心いただくための取組

- お客さまのスマートフォン等により、ご利用いただく決済サービスを選択し、保険料の支払いができる「保険料スマホ決済サービス」を開発しました。本取組は、公益社団法人企業情報化協会主催の2019年度「IT賞」のIT賞(顧客・事業機能領域)を受賞しました。2019年7月
- オフィシャルWebサイトでチャットボットによる保険手続きサービスを開始しました。24時間365日、保険料控除証明書の再発行、リビングFIT*の契約終了、事故の受付、自動車保険の住所変更等、各種手続きが可能となりました。2019年10月・2020年2月
※賃貸住宅にお住まいの方専用の家財の火災保険
- LINEを活用したロードサービスの提供を開始しました。専用フリーダイヤルの音声ガイダンスでLINEによる受付を選択してロードサービスを要請できるようになり、従来の電話と比べて所要時間が半分程度に短縮されました。2019年11月
- パソコンやスマートフォンで、契約内容・自動車事故対応状況・代理店連絡先等の確認や、引越し時の住所変更ができる「お客さまWebサービス」を導入しています。「お客さまWebサービス」は、LINEアカウントと連携することで、さらに簡単・便利にご利用いただけます。2019年度末現在、320万人を超えるお客さまにご登録いただいています。



■ お客さまWebサービス登録件数

▶ 新たな取組

- 「お客さまWebサービス」は、名称を「ご契約者さま専用ページ」に変更します。同時にスマートフォンでのご利用を中心としたデザインへの変更や、契約内容の親族への共有等の機能拡充を実施します。今後、ますます簡単・便利にご利用いただけるようになります。



代理店が行う業務の品質向上に取り組めます

当社は、代理店への委託を判断する際の事前審査や、委託後の継続的な教育・指導を通じて、代理店が行う業務の品質向上に取り組めます。

▶ 実施している主な取組

1. 代理店への委託の考え方

- 当社は、商品・サービスの提案や情報提供等の業務を、主に代理店を通じて行っています。このため、代理店への委託にあたっては、質の高い業務を行うための体制の整備状況等、当社が求める水準に照らしてその適否を判断しています。
- 新設代理店に対する登録前・登録後研修を実施し、コンプライアンスの徹底と品質向上に取り組んでいます。

2. 代理店への教育・指導・サポート

(1) 総合指標

- お客さまを取り巻くさまざまなリスクや、当社の商品のラインナップ、各商品の補償内容等の知識を代理店が習得できるよう勉強会の開催や資料の提供を行っています。

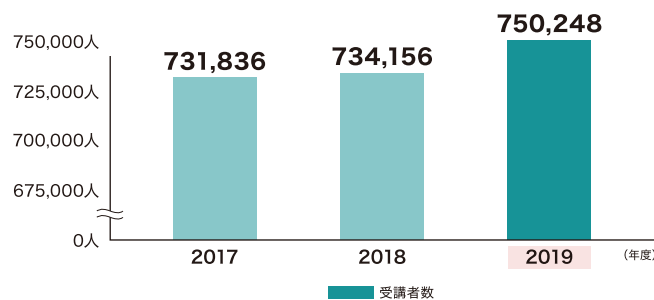
(2) お客さまをサポートするためのノウハウ向上の取組

- お客さまのニーズに適した商品の提案・説明、事故への対応をはじめとするご契約後のアフターフォロー等、代理店がお客さまをサポートするためのノウハウについて、研修を通じ、その向上に取り組んでいます。
- 保険の満期が近づいていることをお客さまへ早期にお知らせする等、お客さまにとって特に重要な活動を確実にご案内できるよう、日常から代理店とのきめ細やかな対話を行っています。

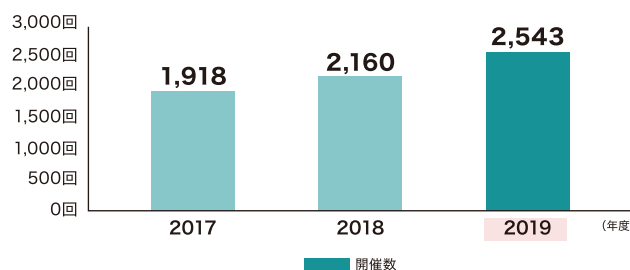
(3) 幅広いニーズにお応えするための取組

- 代理店がお客さまのニーズに幅広くお応えできるよう、事故・災害の防止・軽減策や保険に関する法令・税務等、保険の周辺分野について、知識を得る機会を提供することにより、その支援を行っています。

【代理店研修※の受講者数】 ※保険募集ルールや関係法令の改正等について理解促進をはかる研修



【スタッフ向け教育プログラム※の勉強会開催数】 ※商品学習等、代理店へ専任講師を派遣し、スタッフの教育を支援するプログラム



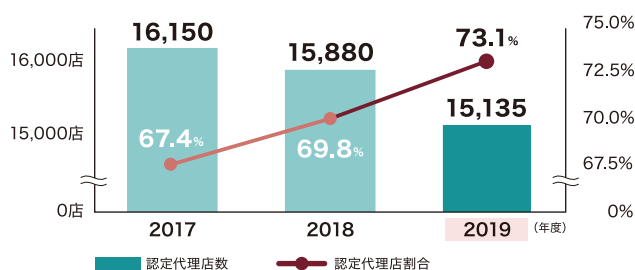
3. 代理店への適切な動機づけ

(1) Qマーク※の認定

- 代理店の業務全体の品質向上を促すため、一定の基準を上回る取組を行っている代理店に、品質が高いことを示す「Qマーク」を認定しています。全代理店に占めるQマーク認定代理店割合は、着実に上昇しています。具体的な代理店数・代理店割合は、以下のとおりです。

※Qマーク：より高いレベルの代理店募集品質を実現するための当社独自の「代理店品質認定制度」

【Qマーク認定代理店数・認定代理店割合※】



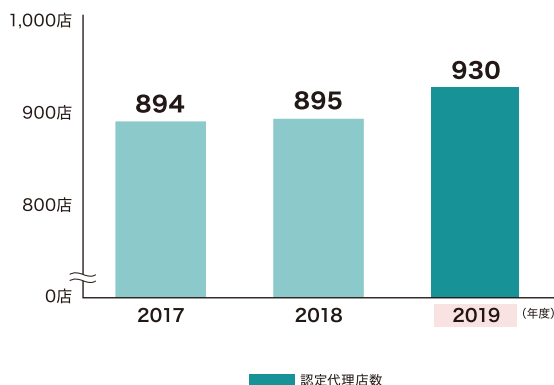
代理店品質認定制度ロゴマーク

※当社は、代理店が募集品質の特に高い他の代理店と業務提携して、共同で保険募集を行う制度を設けています。本制度を導入している代理店(共同募集の非幹事代理店)は、お客さまとの契約手続きを担っていないことをふまえ、「2020年度版」では集計対象外に変更しました。

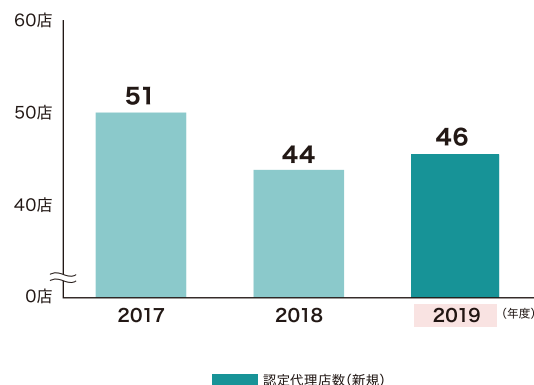
(2) 代理店手数料への反映

- 当社が代理店に支払う手数料は、Qマークの有無も含めて、代理店ごとの取組状況を客観的に評価し、反映させる仕組みを設けています。
- 当社が、「お客さまから選ばれ続ける最高品質」を提供していると評価する、代理店業務ランク最上位の「ハイグレードエージェント」認定代理店数は、着実に増加しています。具体的な代理店数は、以下のとおりです。
- Qマークの認定要件、「ハイグレードエージェント」の認定要件に、お客さまとの接点強化につながる「お客さまWebサービス」登録件数の評価を追加し、品質向上の取組が代理店の手数料に適切に反映されるよう運営しています。

【認定代理店数※】



【認定代理店数(新規)※】



※2017年10月から認定要件を厳格化しています。

お客さまに寄り添った事故対応を実践します

当社は、事故に遭われたすべてのお客さまや事故のお相手の方に、迅速かつ丁寧な説明と適切な保険金のお支払いを行うとともに、お客さま第一の「心にまで向き合う事故対応」を実践します。

▶ 実施している主な取組

1. お客さまにご安心いただける丁寧かつタイムリーな説明

- 事故に遭われたお客さまや事故のお相手の方に、十分なお理解とご納得をいただけるよう、お支払いする保険金の金額、内訳および金額算定に至った理由について、わかりやすく説明しています。
- 損害調査や事実確認の結果、保険金のお支払いができない場合には、お支払いできない判断に至った理由および当社の判断に不服がある場合の対応方法をわかりやすく説明しています。
- 事故の受付から保険金のお支払いまでの一連の業務を適切に管理し、お客さまに対して、事故対応の進捗に応じてタイムリーな経過の報告や確認を行っています。また、事故のお相手の方にも定期的に連絡を行い、治療状況等の経過をお伺いしています。

2. 自然災害における迅速・丁寧なお客さま対応

- 地震、台風、洪水、豪雪等の発生時にも、災害の規模に応じて事故受付センターと保険金お支払センターの要員や運営体制を強化して、迅速に保険金をお支払いすることにより、お客さまの生活再建に貢献しています。2019年度に発生した自然災害では、いち早く“安心”をお届けするために、挙社体制で対応を行い、お客さまの生活再建や企業活動の維持をサポートしました。
- さらに、南海トラフ地震や首都直下地震、荒川氾濫等の大規模自然災害発生時において、万全なお客さま対応を実現し被災者の生活の安定に寄与するため、会社全体で保険金支払を最優先とする体制の構築と自然災害支援システムの強化・開発を進めています。
- お客さまにとって「見やすく、わかりやすく、書きやすく」をコンセプトに作成した「火災・新種保険金請求書(自然災害用)」が、実利用者ユニバーサルデザイン認証※を取得しました。**2019年5月**
※わかりやすさの向上を目的に、実際に利用するお客さまへ行動観察調査を実施し、その結果、得られた課題を適切に改善していくことで与えられる認証
- 水災発生時にドローンとAIを活用して立会調査を行うことなく浸水高を算定し、全損として判断できる地域を特定する手法を導入しています。2020年度中に本格活用を開始し、より迅速な保険金支払につなげます。

3. 多様なお客さまニーズに応える事故対応

- 事故に遭われたお客さまのさまざまなニーズに応えるため、積極的に新たな技術を活用したサービスを開発・展開しています。
 - 事故のご連絡から保険金のご請求、経過のご確認、保険金のお受取りまでのすべての手続きをお客さまのモバイル端末で完結するサービスを提供しています。
 - オフィシャルWebサイトを通じ、お客さまから当社へ事故発生時の動画や損害物の画像を送信できるサービスを提供しています。
 - 迅速にお客さまの損害を調査するため、ビデオチャットを活用しています。
 - 保険金支払システムに支払漏れ防止機能を搭載し、事故内容をご契約内容からお支払対象となる保険金を確実に把握できるシステムを構築しています。



ビデオチャットのイメージ

- 保険金不正請求検知ソリューションの運用により、不正の疑いがある請求を効率的に検知できるようになりました。これにより、これまで以上に迅速な保険金支払が可能になりました。 **2019年4月**
- 外国語を話すお客さまとメール、手紙等でのやりとりを迅速かつスムーズに行えるよう、「翻訳サービス」を導入しました。 **2020年1月**
- AIがドライブレコーダーの映像から事故状況を自動かつ正確に、文章や図で説明するシステムを開発し、2020年度中に本格活用します。本システムの導入により、自動車事故が発生した際にお客さまが詳細な事故状況を保険会社へ説明する手間が省かれるほか、事故のご連絡にかかる時間が大幅に短縮されるため、事故時に不安を抱えるお客さまの負担が軽減されます。
- 事故車両の修理見積をAIが自動で点検することにより、修理費のお支払いに要する期間を短縮するシステムを開発し、2020年度中に本格活用します。

4. 高齢のお客さま、障がいのあるお客さまへの対応

■高齢のお客さまや障がいのあるお客さま向けの対応等、お客さまの状況に配慮したサービスの充実に取り組んでいます。

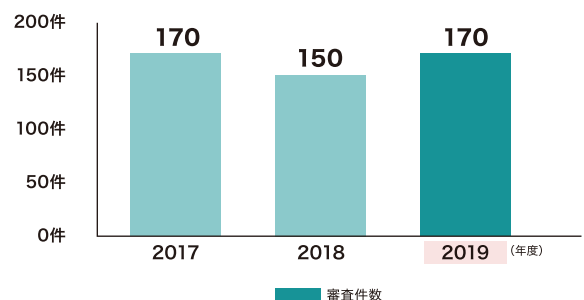
- 携帯電話のWeb機能を活用してロードサービスを要請できる「聴覚障がい者のお客さま向けWebロードサービスシステム」を提供しています。
- 事故受付センターおよび全国の保険金お支払センターで聴覚に障がいのあるお客さまに対する「手話通訳サービス」を提供しています。



「手話通訳サービス」のイメージ

5. お客さまに適切に保険金をお支払いするための対応

- 保険金支払部門から独立した社内の検証部門が、保険金のお支払対象外と判断した事案の判断内容が適切か、またお支払いすべき保険金が適切に支払われているかを検証しています。
- 弁護士、消費者代表、医師等の社外の有識者による「支払審査会」を設置しています。
- 「支払審査会」では、保険金支払部門が保険金のお支払対象外と判断した事案の事前審査や、お客さまからお支払いできないことへの不服申立がなされた事案の審査を行っています。
- 具体的な審査件数は、右記のとおりです。



▶ 新たな取組

- 現在、事故受付後にお客さまへ郵送している「補償内容に関するご案内」のWeb・動画化等、最新のデジタル技術を活用しお客さまの利便性向上に取り組んでいきます。

お客さまからお預かりした保険料を 安全・確実に運用します

当社は、お客さまに確実に保険金をお支払いするため、保有資産の安全性と十分な流動性、収益の安定性を確保するなど、財務の健全性に留意した資産運用を行います。

▶ 実施している主な取組

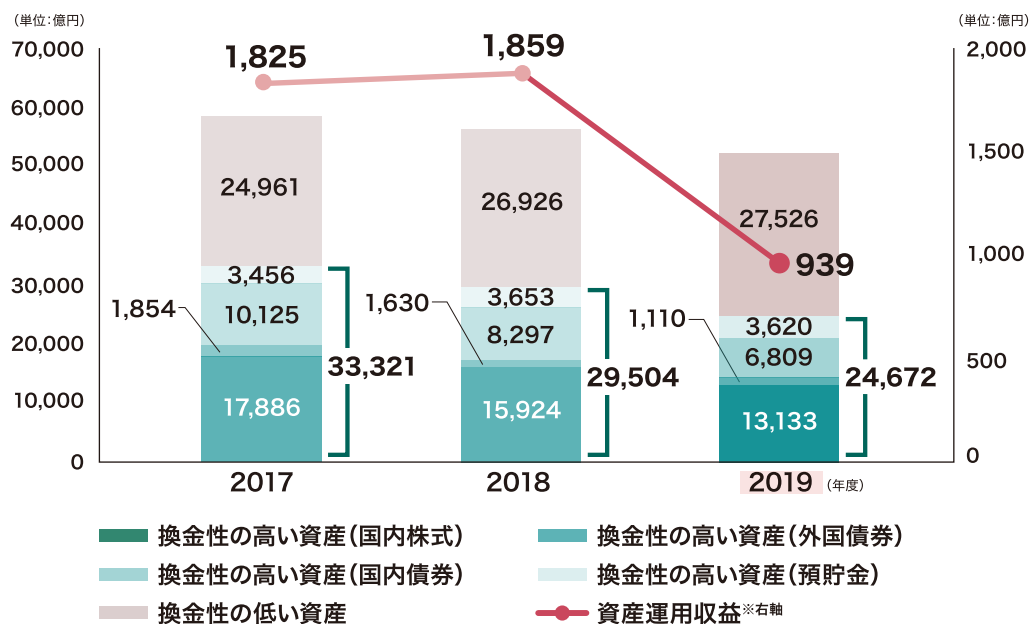
1. 「お客さま」が事業活動の基点

- 万が一の大規模な自然災害が発生した場合でも、お客さまに迅速に保険金をお支払いできるように、債券・株式などの流動性の高い有価証券を中核資産として運用しています。
- また、保険契約の期間に応じた資産を保有するALM(資産・負債の総合管理)の考え方を基本とし、長期間にわたるご契約についても、確実に保険金をお支払いできるように適切に管理を行っています。

2. 安全・確実な資産運用

- 分散した資産運用ポートフォリオを構築し、リスクをコントロールしつつ、安定した資産運用収益を確保する方針としています。
- また一部の資金を使って海外の国債や社債、上場株式や未公開株式等にも投資を行い、運用収益の拡大と収益源の多様化を進めています。
- 個々の資産への投資にあたっては、安全性を重視して案件を選別すると同時に、資産運用ポートフォリオ全体の市場・信用・流動性等の各種リスクを厳格に管理しています。
- 加えて、リスク管理部門がリスクの総量や投資案件の審査等を通じて牽制を働かせることにより、安全性の高い資産運用を行う態勢としています。
- 経営計画「Vision 2021」では、資産運用戦略を「グローバルに多様な資産への投資を進め、分散を効かせた資産運用ポートフォリオの構築をめざす」としており、運用態勢を整備しながら外国債券投資を中心に投資の拡大を進めています。
- SDGsに貢献する投融資案件への取組等のESG投資を進展させ、中長期的な投資リターンを獲得と社会の課題解決の両立をめざしています。

【一般勘定運用資産の構成割合と資産運用収益】



お客様の利益を 不当に害さないよう適切に業務を行います

当社は、お客様の利益を不当に害するおそれのある取引を管理し、適切に業務を行います。

▶ 実施している主な取組

1. 社内の管理態勢の整備

- 「お客様の利益を不当に害するおそれのある取引」を適切に把握・管理するため、コンプライアンス部門をその統括部署とし、方針・規程・マニュアルに以下の管理態勢を定めています。
 - 「お客様の利益を不当に害するおそれのある取引」の類型を明確にしています。
 - 類型に該当するおそれのある事案が発生した場合、適切な対応措置を講じる運営としています。
 - 新規の業務活動、法規制・業務慣行の変更状況を確認し、必要に応じて類型を定期的に見直す等、適切な管理態勢の維持に取り組んでいます。(2017年度から検証回数を年1回から年2回に見直しました。)

2. 社員への教育

- 「お客様の利益を不当に害するおそれのある取引」を適切に把握・管理するため、社員への教育を定期的実施し、周知・徹底を図っています。(「本社各部での職場研修の実施」、「全社員eラーニング必修研修の実施」、「コンプライアンス・ニュースの発行」等の取組)

お客様の声に真摯に耳を傾け、改善に活かします

当社は、お客様の声を幅広くお伺いするとともに、寄せられたすべてのお客様の声に真摯に耳を傾け迅速かつ適切に対応します。また、お客様の声を品質の向上に向けた諸施策に活かします。

▶ 実施している主な取組

1. お客様の声一つひとつにお応えするために

- お客様の声の数だけニーズがあると考え、お客様の声を大切にしています。この声に一層お応えしていくため、AIやICT(情報通信技術)等も活用して改善に取り組んでいます。当社コンタクトセンターの取組は、公益社団法人企業情報化協会主催の2019年度「カスタマーサポート表彰制度」において、特別賞(IT活用賞)を受賞しました。
- お客様の声一つひとつにお応えする姿勢を社内に浸透させるため、お客様の声を基にした業務改善事例を収集し社内に共有しています。
- AIを活用した電話対応スクリプトの自動表示システム(オートコールスクリプトシステム)を導入しました。自動車保険の契約内容変更手続きや新規契約手続きの際に、お聴きすべき項目がオペレーターのパソコン画面に自動的に表示され、お客様をお待たせすることなく、より丁寧な対応が可能になりました。2019年12月



お客様デスクのイメージ

2. 幅広くお客様の声を伺う取組

- 全国の営業・損害サポート拠点に加えて「お客様デスク」を設置し、保険のご契約から保険金のお支払いまで幅広くお客様の声をお聴きし、商品・サービスの改善に取り組んでいます。
 - コンタクトセンターの丁寧な電話対応や、オフィシャルWebサイトの使いやすさが評価されHDI※格付けベンチマークの「問合せ窓口」「Webサポート」で最高評価『三つ星』を獲得しました。2019年7月
- ※ITサポートサービスにおける世界最大の会員団体、アメリカの経済誌「フォーチュン」による世界の企業ランキング上位500社のうち約90%が加盟
- ご契約いただいたお客様や保険金をお支払いしたお客様を対象に「お客様アンケート」を実施し、お客様の満足度を確認するとともに、お客様の商品・サービスへの期待や多様化するお客様ニーズの積極的な把握に取り組んでいます。

3. 社外の有識者のご意見の反映

- 社外の有識者との定期的なミーティングや消費者インタビューを行い、消費者の立場からのご意見を、お客様の満足度向上につながる商品・サービスの改善に活かしています。

4. 国際標準の態勢整備に向けた取組

- 2007年7月に国内の保険会社で初めて、国際規格「ISO10002※」に適合した苦情対応マネジメントシステムを構築し、お客様の声を基点とした自主的な改善活動に取り組んでいます。

※品質マネジメント-顧客満足-組織における苦情対応のための指針

社員一人ひとりが 「お客さま第一」の価値観をもって行動します

当社は、社員一人ひとりが「お客さま第一」の価値観をもって行動するよう、社員教育を継続的に行います。また、組織や個人の目標管理、評価においても「お客さま第一」に高い価値観を置くことにより、企業文化としての定着を図ります。

▶ 実施している主な取組

1. 経営陣による「お客さま第一」の価値観の浸透

- 「お客さま第一」の価値観を企業文化として全社員へ浸透させるため、役員メッセージの社内報への掲載等、経営陣からの発信を継続しています。

2. 企業文化の定着に向けた取組

(1) 研修を活用した「お客さま第一」の価値観の浸透

- さまざまな教育・研修の場において、「お客さま第一」の価値観の浸透に取り組んでいます。
- 毎年7月を「企業品質の月」と定め「お客さま第一」の品質向上取組の重要性について、社員一人ひとりが理解を深めるための取組を実施しています。2019年度は、当社に寄せられた苦情やおほめ等、お客さまからの実際のお電話やお手紙を題材に全職場でミーティングを実施しました。
- 認知症の方が増加しつつある中、認知症に対する理解を深め、お客さま対応および商品・サービスの品質向上に活かしていくため、多くの社員が「認知症サポーター養成講座」を受講しています。
- 社員が法令等を遵守し、「お客さま第一」の業務運営を実施していく上で、法令違反、社内規定違反、不適切な行為またはこれらのおそれのある行為があった場合は、直接会社に相談・通報することで違法行為等の放置・拡大を防止する制度（スピークアップ制度）を設けています。相談の受付、匿名受付の拡充、通報対象行為の拡大、相談・通報者への不利益取扱の禁止やフォローアップ等、相談・通報者の保護や秘密保持を強化し、制度の実効性向上を図っています。当社のスピークアップ制度は、消費者庁の「自己適合宣言登録制度^{*}」に登録されています。

※事業者が自らの内部通報制度を評価し、認証基準に適合している場合、当該事業者からの申請に基づき、消費者庁の指定登録機関がその内容を確認した結果を登録する制度



(2) 社員への動機づけ

- 組織評価にお客さまアンケート結果を取り入れる等、「お客さま第一」の視点を反映しています。
- 社員一人ひとりの目標管理において、「お客さま第一」をはじめとする「行動指針(バリュー)」を基軸とした目標を設定し、上司と部下が年数回の面接対話を行っています。これにより、「お客さま第一」の価値観で行動する動機づけを図っています。

以上