

お客さまの声 白書2022

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組結果

「お客さまの声白書」について

当社は、お客さまから寄せられた当社の事業活動に関するご相談、お問い合わせ、ご要望、ご不満、感謝のお言葉のすべてを「お客さまの声」と捉えています。

当社はお客さまの声を真摯に受け止め、商品やサービスの改善に活かしています。改善内容等については、2007年度以来、本白書の発行をとおしてお伝えし、ご理解いただけるよう努めてまいりました。2020年度から、これまでの本白書の役割を継承・発展させ、「お客さま本位の業務運営方針」に基づく「お客さま志向」の取組み全般について、具体的な取組状況を加えて、お知らせする内容に改編いたしました。

当社は2017年6月に「お客さま本位の業務運営方針」（以下「本方針」）を公表し、2018年6月の改定時に、「消費者志向自主宣言」を統合して本方針を更新いたしました。本方針に基づく業務運営状況を定期的に検証・見直すことにより、本方針のさらなる推進を図ってまいります。

※本方針は、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」（P.2参照）および消費者庁等で構成する消費者志向経営推進組織が呼びかける「消費者志向経営」に応じて策定する「消費者志向自主宣言」（P.2参照）に対応したものです。

お客さま本位の業務運営方針

SOMPOグループは「お客さまの視点ですべての価値判断を行い、保険を基盤としてさらに幅広い事業活動を通じ、お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービスをご提供し、社会に貢献します。」という経営理念を掲げています。

当社は、上記理念に基づき、あらゆるお客さま接点において、徹底したお客さま視点に基づくお客さま本位の業務運営を実現するとともに、すべてのステークホルダー*に対して企業としての社会的責任を果たすべく、本方針を定めます。

※お客さま、お取引先、株主、社員、地域社会などの利害関係者をいいます。

方針1：お客さまへの新たな価値の提供

方針2：お客さまの声を活かした品質向上

方針3：商品・サービス等の開発・販売・管理

（1）お客さまニーズに対応した商品・サービス等の開発

（2）重要な情報の分かりやすい提供

（3）お客さまに最適な商品・サービス等の提供

方針4：保険金のお支払い業務の品質向上

方針5：利益相反の適切な管理

方針6：企業としての社会的責任を果たす取組み

方針7：お客さま本位の業務運営の定着

「お客さま本位の業務運営方針」の取組みの詳細は、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.co.jp/company/fiduciaryduty/>



目 次

「お客さまの声白書」について	P.1
お客さま本位の業務運営方針	P.1
トップメッセージ	P.3
方針1 お客さまへの新たな価値の提供	P.4
方針2 お客さまの声を活かした品質向上	P.6
方針3 商品・サービス等の開発・販売・管理	P.15
方針4 保険金のお支払い業務の品質向上	P.21
方針5 利益相反の適切な管理	P.23
方針6 企業としての社会的責任を果たす取組み	P.24
方針7 お客さま本位の業務運営の定着	P.27
お客さま本位の業務運営の定着状況を評価する指標 (KPI)	P.30
当社の取組みに対する評価	P.33
「お客さまの声白書 2022」に対する第三者意見	P.34

〈ご参考：金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係〉

顧客本位の業務運営に関する原則※1	対応する方針
原則1：顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等	当該方針に関する取組状況を定期的に公表し、定期的に見直しを実施します
原則2：顧客の最善の利益の追求	方針1 / 方針2 / 方針4 / 方針6
原則3：利益相反の適切な管理	方針5
原則5：重要な情報の分かりやすい提供	方針3 (1) (2) (3)
原則6：顧客にふさわしいサービスの提供	方針3 (1) (2) (3) / 方針4 / 方針7
原則7：従業員に対する適切な動機づけの枠組み等	方針7

※1：原則4および投資性商品またはパッケージの商品・サービスを対象とした注（原則5注2・注4、原則6注1・注2・注4）については、当社の取引形態および取扱商品の特性に鑑み、方針の対象としておりません。
金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」の詳細については、金融庁ホームページでご確認ください。

〈ご参考：消費者庁等で構成する消費者志向経営推進組織が呼びかける「『消費者志向経営』の3つの活動」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係〉

「消費者志向経営」の3つの活動※2	対応する方針
みんなの声を聴き、かついかすこと	方針1 / 方針2 / 方針3 / 方針4
未来・次世代のために取り組むこと	方針1 / 方針2 / 方針3 / 方針4 / 方針6 / 方針7
法令の遵守 / コーポレートガバナンスの強化をすること	方針1 / 方針2 / 方針5 / 方針7

※2：消費者庁等で構成する消費者志向経営推進組織が呼びかける「消費者志向経営」の3つの活動の詳細については、消費者庁ホームページでご確認ください。

Innovation for Wellbeing

昨年も新型コロナウイルス感染症による影響が続く一年となりました。新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになった方々に謹んで哀悼の意を表するとともに、罹患されている方々の一日も早いご快復を心よりお祈り申し上げます。また、日夜ご尽力なさっている医療・介護従事者などエッセンシャルワーカーの皆さまに、心から敬意を表します。加えて、昨年も日本列島各地に豪雨・豪雪や地震などが相次ぎました。被害を受けられた皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

当社は、徹底したお客さま視点に基づくお客さま本位の業務運営を実現するとともに、すべてのステークホルダーに対して企業としての社会的責任を果たすべく、「お客さま本位の業務運営方針」を定めております。本白書は、この方針に基づく当社の取組状況をお伝えし、ご理解いただくことを目的に毎年発行しております。

昨年度の具体的な取組みとしては、新商品「入院パスポート」を発売し、入院時にかかる治療費を実費型で補償するほか、スマートフォンであらゆる手続きを行い、保険金のお支払いを原則24時間以内、最短30分とすることで、お客さまの万が一の場面における出費への不安解消と、手続きの利便性向上を実現しました。

また、近年頻発する災害で被災されたお客さまへ、一日でも早く保険金をお届けするために、水災等で浸水した際に、保険金をLINEでご請求いただけるツール「SOMPO水災サポート」を新たに開発しました。AIが、お客さまの撮影した写真をもとに概算の損害額を自動で算定することで、被害箇所の損害確認にかかる時間を短縮し、迅速な保険金支払いの実現につなげております。

当社は、中期経営計画のビジョンとして、「すべての人々・地域・社会にたくさんの笑顔と活力あふれる確かな明日をお届けする」を掲げ、ブランドスローガンとして「Innovation for Wellbeing」を定めております。これからもさまざまな環境変化に的確に対応し、常にお客さまに寄り添い、安心・安全・健康に資する最高品質の商品・サービスをご提供し続けることで、社会に貢献してまいります。

今後も皆さまの変わらぬご支援とご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

2022年7月

損害保険ジャパン株式会社
取締役社長

白川 儀一

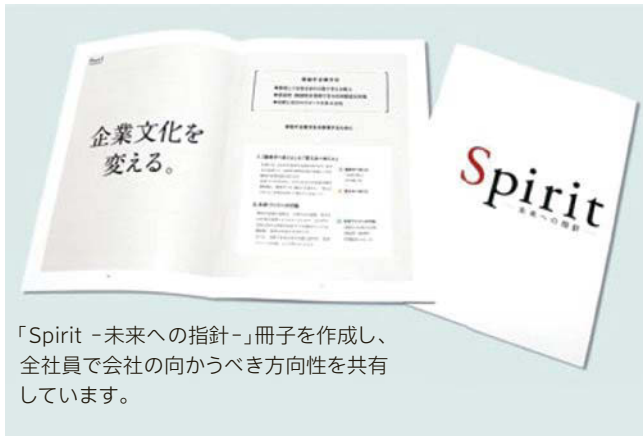


方針 1 お客さまへの新たな価値の提供

企業風土の醸成

1. トップメッセージの発信

- 当社は、目指す企業文化として「徹底してお客さまの立場で考える風土」を第一に掲げています。この目指す企業文化への理解を深めるため、社員一人ひとりの行動指針となる冊子「Spirit -未来への指針-」を作成しています。
- 目指す企業文化の実現に向けた価値基準の変革と全社員の行動変革を目的に、経営からのメッセージを動画などで直接届ける「Executive Letter ～経営からのメッセージ～」を社長および役員が定期的に発行しています。



目指す企業文化

- 徹底してお客さまの立場で考える風土
- 創造性・独創性を発揮できる自由闊達な社風
- 決断と実行のスピードを尊ぶ文化

目指す企業文化を実現するために

1. 継承すべきこと

- ▶ 「人のために」
- ▶ 「やり抜く力」

2. 未来づくりへの行動

- ▶ 「徹底したお客さま志向」
- ▶ 「創造性・独創性」
- ▶ 「圧倒的なスピード」

2. 全社員のCX（顧客体験価値）理解と浸透に向けた取組み

「品質をブランドに変えること」を目的とし、社内の顧客接点部門を中心に、部門横断でお客さま視点の顧客体験価値（CX）について検討する「CX推進会議」を2021年度に立ち上げました。また、同会議が主体となり、CXマインドを浸透させるための社内向けの動画コンテンツやワークショップ形式の研修ツール、「お客さまの声」を起点とした勉強会ツール（P.27参照）等の提供を行いました。

これらの取組みを通じて、全ての部門で一貫性のある良質な顧客体験の提供を目指していきます。



〈部門横断で議論している様子〉

方針 1 お客さまへの新たな価値の提供

情報発信の充実

1. 情報の開示

お客さま、株主、幅広いステークホルダーの皆さまに当社の取組みなどをご理解いただくための情報を冊子や公式ウェブサイトなどでご提供しています。



統合レポート



ディスクロージャー



サステナビリティレポート

2. お役立ち情報の提供～「SOMPO Park」

「SOMPO Park」は、当社が掲げる「すべての人々・地域・社会に、たくさんの笑顔と活力あふれる確かな明日をお届けする」という中期経営計画のビジョンのもと、ご契約者さまに限らず、有益な情報を広くお届けすることを目的として、2019年7月にサービスを開始しました。2022年6月時点で会員数520万人、月間7,600万ページビューを超える、国内企業では最大規模の媒体力を持つ自社プラットフォームに成長しました。

これからも「楽しい」「得する」「役に立つ」コンテンツを通じて、さらなるお客さまとの接点強化を実現していきます。



3. 公式ウェブサイトの改修

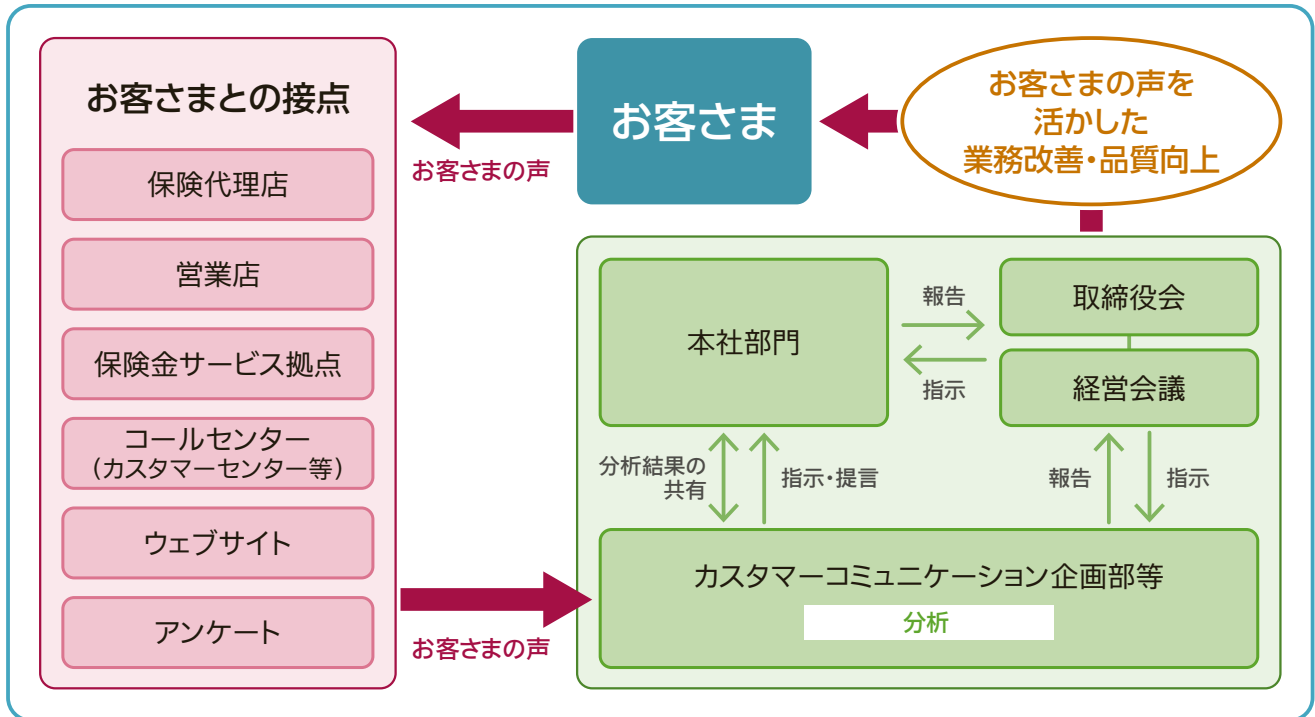
「お客さまの利便性」と「分かりやすさ」を向上させるため、公式ウェブサイトの改修を順次行っています。改修にあたり外部コンサルタントの意見やアドバイスを参考にしながら公式ウェブサイトの品質向上に活かしています。

方針 2 お客様の声を活かした品質向上

「お客様の声」の対応管理態勢

1. 「お客様の声」の活用

当社は、お客さまから寄せられる「お客様の声」を経営に反映するため、「お客様の声」の傾向や内容を分析し、分析結果を本社部門で共有して、業務改善・品質向上につなげています。



声の受け止め

保険代理店、営業店、保険金サービス拠点（保険金支払い部門）、コールセンターなどを通して寄せられたお客さまからのご相談、お問い合わせ、ご要望、ご不満、感謝の言葉などの「お客様の声」を真摯に受け止め、迅速かつ丁寧な対応を行っています。

原因分析 社内共有

「お客様の声」を経営に活かす態勢を構築・強化するため、お客様の声から把握される課題について深度ある原因分析を行い、商品開発・販売・保険金支払いなどさまざまな場面で発生している課題を本社部門で共有しています。なお、お客様の声を起点としたこれらの取組みや業務改善の状況は定期的に経営に報告し、積極的な議論を行っています。

業務改善 品質向上

特に重要な課題は、カスタマーコミュニケーション企画部等が、本社所管部門に「再発防止・業務改善」に向けた指示をし、苦情の根本的な再発防止および継続的な業務改善・品質向上に取り組んでいます。

2. 「苦情対応マネジメントシステム (ISO10002) 規格」への適合宣言

当社は、苦情対応の国際規格である「ISO10002」*に適合するお客様の声対応管理態勢を構築し、適切に運用していることを宣言しています。当該規格に準拠して、お客様の声対応管理態勢の継続的な整備・向上を図っています。

*国際標準化機構 (ISO) が2004年7月に制定した「苦情対応マネジメントシステム」に関する国際規格です。

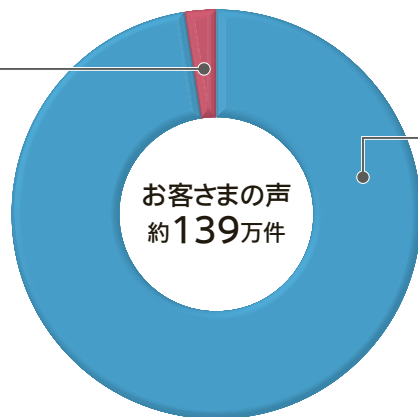
方針 2 お客さまの声を活かした品質向上

2021年度に寄せられたお客さまの声

1. お客さまの声の内訳

2021年度に保険代理店・営業店・保険金サービス拠点・コールセンターなどを通じて当社に寄せられた「お客さまの声」は、合計で約139万件でした。

2.5%
 ご不満の声
 約3万4千件



97.5%
 お問い合わせ・ご相談
 約135万件

主なお問い合わせ・ご相談内容

- パンフレットなどの資料のご請求
- 補償内容のご相談 など

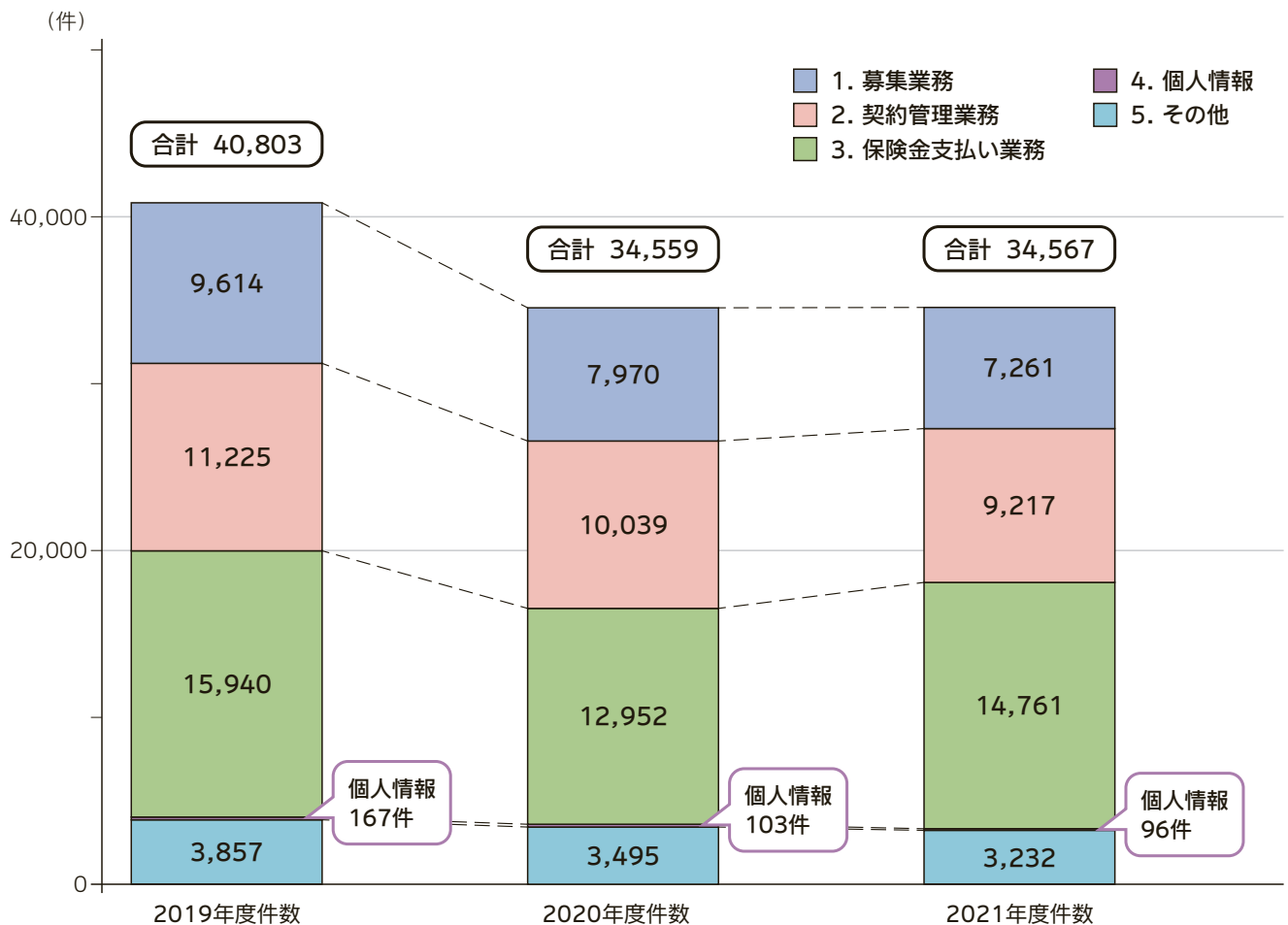
2. 2021年度 ご不満の声の受付件数

項目	概要	受付件数	構成比
募集業務 当社保険商品の説明や 契約手続きなどに 関するご不満	保険の補償内容や規定に関するもの	694	7,261 21.0%
	ご契約の更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの	779	
	ご契約の勧誘方法やご契約手続きに関するもの	1,487	
	ご契約に関わる重要事項や商品内容の説明不足・誤りに関するもの	2,279	
	ご契約の引受制限に関するもの	210	
	保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの	143	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	331	
	申込書、パンフレット等帳票に関するもの	237	
	上記以外のご契約の手続きに関するもの	1,101	
契約管理業務 契約内容の変更手続きや 保険料支払いなどに 関するご不満	保険証券の未着や記載内容の誤りに関するもの	551	9,217 26.7%
	保険料の支払い方法(口座振替など)に関するもの	1,066	
	ご契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの	2,731	
	ご契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの	2,522	
	満期返戻金の手続きにおける遅延や誤り、返戻金額に関するもの	47	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	634	
	上記以外の契約の管理・保全に関するもの	1,666	
保険金支払い業務 事故の受付から 保険金支払いまでの 事故対応に関するご不満	保険金のお支払い金額に関するもの	2,156	14,761 42.7%
	保険金のお支払い手続きにおける誤りや遅延に関するもの	8,904	
	保険金お支払いの判断に関するもの	1,405	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,349	
	上記以外の保険金お支払いに関するもの	947	
個人情報	誤送付に関するもの	33	96 0.3%
	本人の許可なく第三者への情報漏洩に関するもの	23	
	上記以外の個人情報に関するもの	40	
その他	上記以外のもの	3,232	9.3%
合計		34,567	100.0%

過去3年間のご不満の声推移

2019年度から2021年度にかけて「ご不満の声」の推移をみると、次のような特徴があります。

- 2021年度は、新型コロナウイルス感染症関連のご不満の声は大きく減少したものの、全体件数は2020年度とほぼ同じでした。
- 2016年5月の改正保険業法施行以降、保険契約時のご意向の把握や情報提供の徹底、保険代理店における募集品質向上の取組み等を継続して進めたことで、契約・募集行為に関するご不満は、2016年度以降年々減少しています。
- 2021年度は、2019、2020の各年度に比べて台風や豪雨等の自然災害による影響は少なかったものの、自動車事故など全体の事故件数が増加したことにより、お客さまや被害に遭われた方から「連絡がない、書類が届かない」「説明不足・誤り」といった声を多くいただき、保険金支払いに関するご不満は増加しました。



方針 2 お客さまの声を活かした品質向上

お客さまからいただいた実際の声

- 保険代理店のさらなる業務品質の向上や人材育成を通じた担当者の対応力向上により、ご不満の声は年々減少しているものの、依然としてお客さまからお寄せいただいているのも事実です。お客さまからいただいたご不満の声の一部をご紹介します。

1 募集業務に関するご不満

- 保険料の月払いを希望していたが、届いた証券を見ると一時払いになっていた。
- 契約時に26歳の同居の子どもが運転できるようにして欲しいと伝えていたが、年齢条件が変更されていなかった。

2 契約管理業務に関するご不満

- 自動車を手放すため日付を指定して解約手続きをお願いしたが、希望と異なる日付で手続きがされていた。
- 契約内容の変更をお願いしたが、変更後の保険料について詳しい案内がなかった。

3 保険金支払い業務に関するご不満

- 事故の担当者にドライブレコーダーの映像の確認状況についてLINEで問い合わせをしているが、連絡がない。
- 損害賠償金の提示額が記載された書類が送られてきたが、内容がよくわからない。

4 新型コロナウイルスに関するご不満

- 事故の担当者あてに電話をしたら、「在宅勤務中なので後ほど連絡させる」と言われたが、まだ連絡がない。
- 新型コロナウイルス感染症による損害が補償される特約の案内がなかった。

- 感謝のお言葉もいただいています。保険代理店と社員はお客さまからのお言葉を励みにこれからもお客さまに安心をご提供し、頼られるパートナーとなれるよう努めていきます。

[カスタマーセンターに寄せられた感謝の声の一例]

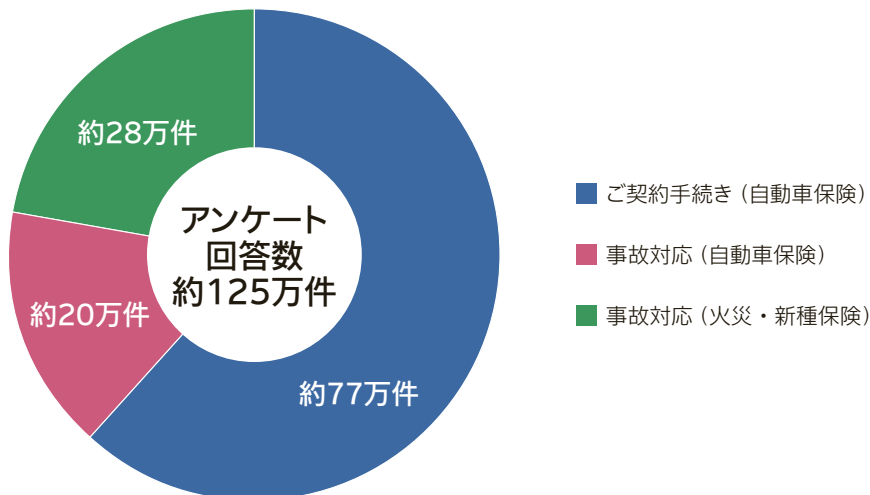
- 自賠責保険の件で問い合わせしましたが、とても親切丁寧で、感じの良い対応、そして、いろいろな気配りをいただき感謝しています。とても気分の良くなる一日になりました。
- 丁寧な対応とこちらへの気遣いがとても優しく、今までで一番丁寧な電話対応をしていただきました。気持ちの良い対応と心遣いをありがとうございました。
- 初めて電話をしましたが、とても分かりやすく説明していただき安心できました。契約内容の確認で不安だったので、ありがとうございます。

「お客さまアンケート」の実施

「お客さまの声・期待」を受け止めるために、保険代理店による契約手続きや当社の事故対応サービスに関する「お客さまアンケート」を実施しています。

はがきやインターネット、LINE、SMS（ショートメッセージサービス）でお客さまからご回答をいただき、業務改善・品質向上に活かしています。

回答数



アンケート	回答数
ご契約手続き (自動車保険)	771,896
事故対応 (自動車保険)	201,738
事故対応 (火災・新種保険)	278,114
合計	1,251,748

[アンケートに寄せられたご不満の声の一例]

- 以前は契約の更新時にフォローがあったが、時代なのか何の提案もない。
- 更新の案内が届いてから、更新の手続きの電話が来るまでかなり待った。

[アンケートに寄せられた感謝の声の一例]

- 契約の更新でいくつか分からないことがありましたが、丁寧に教えてくれました。
- 親身になってくれて、説明も分かりやすく、何度も連絡をくれたので、安心感を持つことができました。知人にも紹介の機会があれば教えてあげたい。
- 事故があったことで動揺してとても不安でしたが、寄り添った話をしてくれたのでとても心強かったです。電話だけでなくLINEでもやり取りができたので、自分のタイミングで連絡ができて良かったです。

方針 2 お客さまの声を活かした品質向上

お客さまからいただいた声を起点に改善した事例

改善
1

【お客さまの声】

電気自動車が燃料切れ（電池切れ）になったが、ガソリン車と異なり現地での充電ができないと言われたため自動車を運搬した。運搬費用を補償して欲しい。

【改善内容】

契約自動車が以下のいずれかに該当する場合は、その場での充電・燃料補給が困難であることから、充電または燃料補給が可能な場所までのレッカーけん引費用をロードアシスタンス特約の対象としてお支払いできるように改定しました。（2022年1月1日以降のご契約が対象です。）

- ①電気自動車
- ②燃料電池自動車、圧縮天然ガス自動車、液化石油ガス自動車等の所定の場所以外での補給が困難な燃料のみにより走行する自動車

改善
2

【お客さまの声】

近隣のレンタカーが枯渇しており代車を借りることができないため、代替の交通手段としてタクシーを利用した場合も代車費用を支払って欲しい。

【改善内容】

代車費用における「代替の交通手段としてタクシー、バスまたは電車等を利用するために要した費用」については、台風、竜巻、洪水、高潮その他異常な自然現象の影響によりレンタカーを借りられない場合等に限り支払対象としていました。これを、被保険者が事前に当社に通知し当社が認めた場合は、自然災害の有無にかかわらず対象とするよう改定しました。（2022年1月1日以降のご契約が対象です。）

改善
3

【お客さまの声】

安全運転教育費用特約で対象となる安全運転教育の補償範囲を広げて欲しい。

【改善内容】

安全運転教育費用特約の補償対象とする安全運転教育を「道路交通法に定める指定自動車教習所等の機関が行うもの」と規定していましたが、指定自動車教習所等以外であっても、当社の同意を得て運転者に受けさせる教育を安全運転教育の対象とするよう改定しました。（2022年1月1日以降のご契約が対象です。）

改善
4

【お客さまの声】

運転技術を反映した保険料体系となっている走行特性割引を適用する条件を拡大して欲しい。

【改善内容】

走行特性割引の適用のために付帯する「保険料算出に関する特約（運転特性反映型）」の付帯条件にコネクティッドカー*を追加し、当社が指定する車載機が搭載されており、走行情報等を当社に提供することにお客さまが同意している場合に任意で付帯することができるよう改定しました。（2022年1月1日以降のご契約が対象です。）

*コネクティッドカーはP.23をご覧ください。

方針 2 お客様の声を活かした品質向上

お客様からいただいた声を起点に改善した事例

改善
9

【お客様の声】

賠償責任保険の書類に記載されている契約者名および契約者住所がカタカナ表記で見づらい。

【改善内容】

カタカナ表記されていた保険証券、更改申込書の契約者名および契約者住所を漢字表記に修正しました。(一部の契約を除く)

※「みんなの声BOX (P.13参照)」に提案された事例です。

改善
10

【お客様の声】

公式ウェブサイトの「臨時費用保険金とは」にある「災害で損害を受けたホテルに宿泊。このような出費をカバーするのが、臨時費用保険金です。」の記載が分かりづらい。

【改善内容】

文言や支払われる事例も含め記載を修正しました。

※「みんなの声BOX (P.13参照)」に提案された事例です。

思わぬ出費に自由に使っていただけるのが、臨時費用保険金です。

災害や事故などで損害を受けた場合、保険の対象となっている建物や家財の修理費用とは別に費用がかかってしまうことはよくあります。例えば火事でお住まいが焼けてしまった場合、お住まいの建て替え費用だけでなく、引越費用や家財を一時的にトランクルームへ保管するなどの費用が必要になるかもしれません。そういった臨時に出費する費用に、自由にお使いいただけるのが、臨時費用保険金です。

改善
11

【お客様の声】

「乗るピタ! (時間単位型自動車保険)」で、契約のたびに自動車情報、免許証番号、払込情報 (クレジットカード番号) を入れ直すのは面倒だ。

【改善内容】

過去に「乗るピタ!」にご契約いただいたことのあるお客様であれば、前回のご契約の運転者情報、自動車情報をワンクリックで取り込むことができ、ご入力のお手間を大幅に削減することが可能になりました。

※「VOCミーティング (P.14参照)」による改善事例です。

みんなの声BOX

みんなの声BOXは、社員および保険代理店がお客様視点で問題意識や創意工夫の意欲を持ち、徹底してお客様の立場に立って考えた改善を提案する仕組みです。提案内容については、商品・サービスの開発や改善を行う本社部門で検討するだけでなく、提案した当事者以外が当該提案内容に「👍 いいね」で投票して賛同を示したり、提案に対するコメントを入力することができるため、現場と本社部門とのコミュニケーションツールとしても活用しています。

VOC (Voice of Customer) ミーティングの実施

当社のカスタマーセンターに入る「お客様の声」を当社の品質向上に反映させることを目的に、本社部門とカスタマーセンター部門が定期的にミーティングを行っています。カスタマーセンターの職員が、実際に寄せられたお客様の声から気付いたことについて、商品・サービスの開発や改善を行う本社部門に提案し、改善策を協議しています。「お客様の声」を実際に聴くことで、徹底してお客様の立場で考える社員の意識醸成にもつながっています。

カスタマーコミュニケーション企画部 秋田カスタマーセンター室 芦原 葉子

VOCミーティングでは、「お客様の声（音声）」を聴きながら「徹底してお客様の立場に立ち、お客様がWellbeing^{*}になるために会社として何ができるか、今できる事はないか」を考えて取り組んできました。

お客様の声を起点として、本社部門と一体となり、カスタマーセンターの知見を活用しながら改善に向けて取り組んでこられたことが、センターのメンバーのモチベーション向上にもつながっています。

※「Innovation for Wellbeing」は当社のブランドスローガンです。



リテール商品業務部 未来革新グループ 櫻井 晃司

私が所属する部署は、主に自動車保険の商品開発、営業推進を行っており、保険証券やパンフレットといったお客様がご覧になる印刷物の管理も行っています。VOCミーティングの場でお客さまからの入電を実際に確認しながら、「なぜこのようなお声をいただいたのか」徹底的に議論することによってサービス改善を図っています。またこの取組みを重ねることによって、日常業務においても「お客様の視点ですべての価値判断を行う」ことを常に心がけることができていると感じています。



社外モニター制度

お客様にご提供している商品・サービスなどについて、消費者問題の専門家である消費生活相談員の方々とは会議を開催しています。お客様視点でさまざまなご意見をいただき、業務改善・品質向上に活かしています。また、本制度を利用することで社員の「お客様視点」のさらなる醸成にもつながっています。

2021年度実施回数：5回 議題：7件



〈会議の様子〉

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS) 丹羽 典明 氏

損害保険というのは、一般に市販されている商品とは違い、使ったり食したりしてすぐにその商品の良し悪し分かるものではありません。そのために事前にお客様への情報をどれだけ分かりやすく伝えることができるかが大切になります。また契約された方々が事故等に遭った際に手厚くフォローするのも重要な使命となります。本会議では消費者の手に届けられる情報や事故遭遇での手順などについて、すべて消費者に分かりやすい内容であるか、また情報の配信は適切かなどを議論してまいりました。議題に対して私共は消費者目線で時には厳しい意見を申し上げたこともございましたが、担当の方々には耳を傾けて頂き、多くの提案をすることができたと思います。また議題についても担当者の方々の「より良くなりたい」という熱意を強く感じる事ができました。今後も消費者視点に立った事業活動を進めることを願っております。

公益社団法人 全国消費生活相談員協会 北出 千鶴子 氏

本会議では、毎回、消費者目線での発言を受け止めようとする社員の皆さまの真摯な姿勢が強く印象に残ります。また、「どうしたらお客様に寄り添えるか」という「お客様本位」の熱い思いも感じ取れます。昨今の自然災害や感染症等により、保険に対する関心が高まっている中、今後も社会の変化に柔軟に対応し、安心・安全な生活を支える商品やサービスの提供を期待しています。

方針 3 商品・サービス等の開発・販売・管理

① お客さまニーズに対応した商品・サービス等の開発

● 移動リスクを補償する保険「UGOKU (移動の保険)」の販売開始 (2021年6月)

近年、CASE^{※1}やMaaS^{※2}に代表されるモビリティ産業構造およびビジネスモデルの大きな変革により、「自動車を所有から使用へ」という、お客さまの移動に対する価値観や行動の変化が加速しています。

自動車保険では、お客さまの日常生活での他人への賠償責任やご自身のケガの補償など、運転中以外の補償もご提供してきましたが、「自動車保険を解約しても、日常生活に必要な補償は残したい」といったお客さまの声もいただいていたことから、当社は、運転中以外の移動中のリスクを幅広く補償し、安心・安全な移動を支援する新商品を開発しました。

「UGOKU」は、ご家族全員の他人への賠償や交通乗用具搭乗中のケガなど、日常生活にかかわるリスクを幅広く補償します。「自分の保険で、子どもまで対象になるのが良い」「日常に必要な補償がまとまっていて分かりやすい」といったお客さまの声をいただいています。



※1 CASEとは、Connected (つながる)、Autonomous (自動運転)、Share (共有)、Electric (電動化) の頭文字をとったものです。

※2 MaaSとは、Mobility as a Service (移動のサービス化) の頭文字をとったものです。

● つながるドラレコ 通信機能付きドライブレコーダーを活用した安全運転支援サービス「Driving!」リニューアル (2021年9月)

ドライブレコーダーは、昨今のあおり運転事故などにより、一般車両への普及も急速に進んでいます。当社は、2018年に個人向け安全運転支援サービス「Driving!」の提供を開始して以来、事故のない社会の実現に向けて取り組んできました。サービス提供開始前後を比較すると、事故削減の効果があることも判明しており、「高齢ドライバーによる事故の増加」や「あおり運転」といった社会課題の解決に加え、ドライブレコーダーの映像を保険会社の事故対応に活用することで、事故解決におけるお客さまの納得感の向上および事故解決の迅速化にも寄与しています。「Driving!」のリニューアルにあたり、端末本体に音声通話機能、Wi-Fi[※]通信機能を備えた新しいサービスを提供します。万が一の際には、端末本体から直接、当社のオペレーターとつながり、必要に応じて「ALSOKかけつけ安心サービス」を手配するなど最適なサポートを提供します。また、日常の運転時には前方衝突警告などの4つの安全運転サポート機能を備え、運転後には充実したセルフメンテナンス機能でお客さまへのさらなる安心・安全の提供と、事故が起こらない社会づくりに貢献します。



※Wi-Fiは「Wi-Fi Alliance」の登録商標です。

① お客さまニーズに対応した商品・サービス等の開発

● スマホでピタッと充実保険「入院パスポート」の販売開始（2021年6月）

当社は、約1万人の入院時の不安の声を集め、その不安を解消するために実費型医療保険「入院パスポート」を開発しました。

将来の予測不能な入院の治療費を不足なく実費型で補償するだけでなく、入院前にお受け取りいただける入院準備保険金、入院されたご本人や看病されるご家族の負担軽減を目的とした入院時選べるサポート等、入院前から退院後まで安心をご提供し、治療に専念できる補償内容となっています。また、保険金のご請求は、病院から発行される領収証等をスマートフォンで撮影・送信することで、最短30分・原則24時間以内で保険金をお受け取りいただけます。

入院時の不安の声

近年、医療技術の進歩などにより「入院日数」が短くなる一方、「入院1日あたりの治療費」は増加傾向にあります。このような環境変化を背景に、入院に関するお客さまの声を直接ヒアリングし、お客さまが求めているものは何かを検討してきました。ヒアリングの中から、「入院の準備のために必要なものが意外と多く出費がかさむ」「入院した際に、家事の負担や子供の世話など、残された家族の生活に負担がかかる」「これまでの『入院日数に連動した保険』では、将来入院したときの補償が足りるか分からない」といったお客さまの声に着目しました。



● 「不妊治療と仕事の両立支援プラン」の販売（2022年4月）

日本では、晩婚化、晩産化などを背景に不妊治療を受ける夫婦が増加し、2015年の調査では、5.5組に1組*の夫婦が不妊の検査や治療を経験しています。高額な費用がかかる不妊治療（体外受精、顕微授精等）については、2022年4月から公的医療保険の適用対象となり、多くの方にとって治療が受けやすい環境になるものの、依然として経済的負担は発生します。このような経済的負担を軽減するために、不妊治療を受けている従業員およびその配偶者を企業等が福利厚生として金銭面で支える際の下支え商品として、当社は企業等を対象に「不妊治療と仕事の両立支援プラン」を販売しました。福利厚生の充実、企業等における働き手の確保の観点でも重要であり、多様な働き方を推進する企業等の従業員の福利厚生を下支えする商品、サービスの1つとして、「不妊治療と仕事の両立支援プラン」の普及に努めることにより、従業員が働きやすい社会の実現を後押ししていきます。

※「不妊治療を受けながら働き続けられる職場づくりのためのマニュアル」（厚生労働省）参照

〈商品販売後の検証〉

商品販売前のリスクアセスメントにより、常に変化する内外環境を踏まえ、適切な保険募集、適正な保険金のお支払い、お客さまに提供するサービス品質への影響などのリスクを網羅的に洗い出しています。そして、対策を講じるとともに、商品販売後に「お客さまの声」を定期的に分析するなどして、商品の適切性を検証し、お客さまニーズをさらに反映できるよう、取り組んでいます。

② 重要な情報の分かりやすい提供

〈分かりやすいパンフレット等の提供〉

個人向けの主力商品である「THE クルマの保険」「THE すまいの保険」「THE カラダの保険」のパンフレットは、UCDAの「見やすいデザイン」認証[※]を取得しています。



THE クルマの保険



THE すまいの保険



THE カラダの保険

※UCDA (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) が定める情報コミュニケーションにおける「分かりやすさ」を評価するための基準 (情報量、文字、色彩設計等) をクリアすることにより得られる認証です。

〈高齢者・障がい者への配慮〉

1. 保険販売マニュアルによる周知

ご高齢のお客さまには、商品・サービスなどをご理解いただけるように、理解度や判断力を確認するなどの保険販売方法をマニュアルに具体的に定め、適切に対応するよう努めています。

障がいのあるお客さまには「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律 (障害者差別解消法)」を踏まえ、障がいの状態に応じた必要かつ合理的な配慮ができるよう、保険販売方法をマニュアルに具体的に定め、適切に対応するよう努めています。

2. 社員・保険代理店への意識醸成

- 2016年度に施行された「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律 (障害者差別解消法)」を踏まえて、外部機関の監修のもと、社員・代理店向けに「障害者差別解消法対応ハンドブック」を作成し、研修等で活用しています。
- 新型コロナウイルス感染症拡大防止などを踏まえた新たな生活様式の浸透による非対面での保険契約手続き等への対応として、同ハンドブックに留意すべきポイント等を追加するとともに、障害者週間[※]の12月7日に外部講師による社員向けオンライン研修を実施しました。

※障害者基本法第9条第2項により12月3日から12月9日までの1週間を障害者週間と定めています。

研修に参加した社員の声 (アンケートより抜粋)

- 障がいのある方への対応のポイントや、合理的配慮の具体例を学ぶことができました。
- 職場メンバーに聴覚障がいをお持ちの方がおり、一緒に働いていくうえでの配慮を知る機会となった。
- 法律だからというのではなく、一人ひとりがお互いに相手に対する思いやりをもって行動をおこしていく世の中になっていけばいいなと思った。

2 重要な情報の分かりやすい提供

3. 聴覚・発話障がいをお持ちの方へのサービス

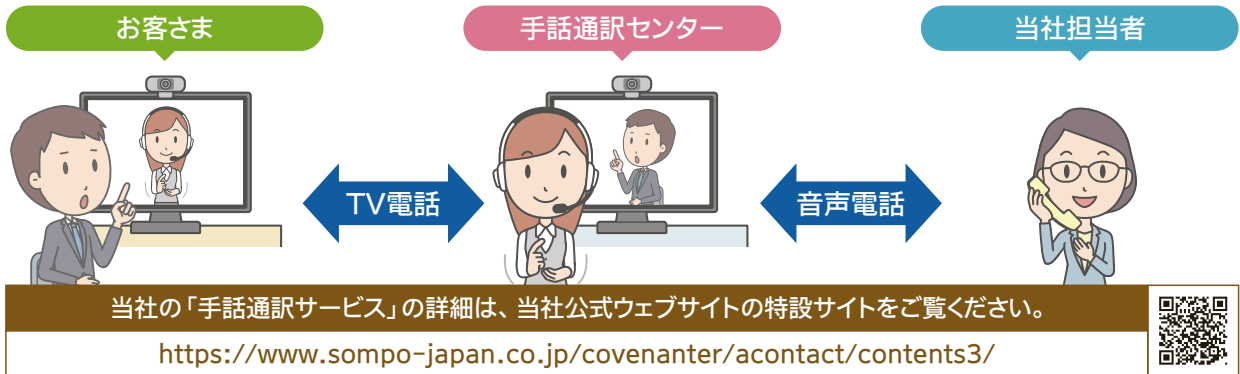
- (1) 2020年12月1日に施行された「聴覚障害者等による電話の利用の円滑化に関する法律」に基づく「電話リレーサービス」の提供が2021年7月1日から開始されることを踏まえ、社内のルール等を整理し、全社への周知を図りました。

「電話リレーサービス」の詳細は、以下の総務省ホームページをご覧ください。

https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/telephonerelay/index.html



- (2) 当社は、2017年9月、業界で初めて手話通訳事業者と連携したテレビ電話を通じた手話や文字チャットによる事故受付を開始しました。2020年6月からは、事故受付からその後の事故の対応まで本サービスを拡大しました。聴覚・発話障がいを持つお客さまからは「思わぬ交通事故で動揺している中、保険会社への連絡時の手間や不安感が払しょくされた」などの声をいただいています。今後も、さまざまな社会環境の変化等に対応すべく、あらゆる人に安心・安全をお届けするためのサービスの提供を目指します。



4. 高齢者の運転寿命延伸を支援する「運転シミュレーター」

当社と株式会社セガ・ロジスティクスサービスは高齢者の事故の削減を目的として、運転に関する認知機能や運転技能を診断・トレーニングできる機能を備えた「運転シミュレーター」を共同で開発し、2020年3月から提供しています。昨今の高齢ドライバーによる事故の増加を背景に、2022年5月13日から改正道路交通法が施行され、サポートカー限定免許の導入や運転免許更新時に一定の違反歴がある75歳以上の方は運転技能検査が必要となるなど、高齢者の事故の削減が重要な課題となっています。事故を未然に防ぐためには、運転者自身が運転に関する認知機能や運転技能の状態を把握し、機能維持や技術向上のトレーニングを行うことで、健康で安全に運転できる状態を維持していくことが重要といえます。高齢者の事故削減に向けて運転シミュレーターを多くの方々にご利用いただくことで事故の削減と安全なクルマ社会の実現を目指しています。



方針 3 商品・サービス等の開発・販売・管理

③ お客さまに最適な商品・サービス等の提供

〈非対面による保険手続きの強化〉

新たな生活様式の浸透によるお客さまニーズを踏まえ、非対面募集を可能とする保険商品や契約手続きを拡充し、お客さまのご希望に応じた対応を可能としています。

保険募集時には、電話・オンライン会議システム・メール等を活用し、非対面での分かりやすい説明・手続きを強化しています。

また、非対面の保険募集方法に関するマニュアルを策定し、保険代理店のさらなる品質向上を図っています。

オンライン会議システムを利用した非対面募集

保険代理店・お客さま双方の画面上で手続き画面を共有し、お互いの顔を見ながら手続きができます。

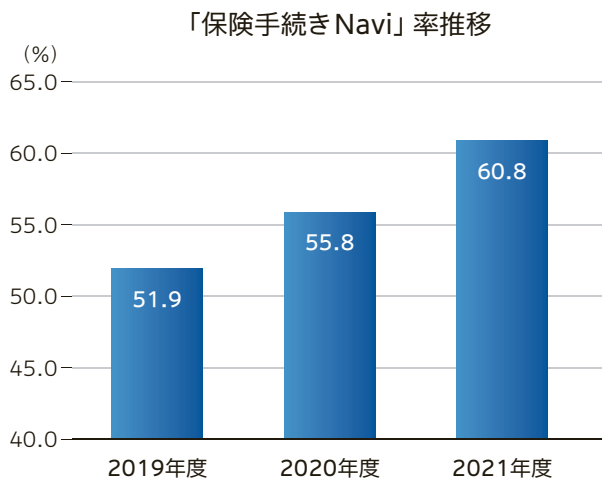


〈「保険手続きNavi」の推進〉

重要事項等の説明やお客さまのご意向等を確認したうえでご提案するために、パソコン・タブレット端末を活用した「保険手続きNavi」での保険募集を推進しています。

パソコン・タブレットの画面を利用して、お客さまに契約内容をビジュアルで分かりやすく説明するとともに、お客さまに寄り添う行動を目指し、保険代理店のさらなるお客さま視点での品質向上を図っています。

※対面・非対面にかかわらず、「保険手続きNavi」での保険募集を推進しています。



③ お客さまに最適な商品・サービス等の提供

〈カスタマーセンターによるサポートの充実〉

カスタマーセンター（電話）

お客さまからの各種保険に関するご相談・お問い合わせに迅速に対応できるよう、自動音声案内の導入など、お待たせすることなく電話がつながる体制の構築に向けて取り組んでいます。

また、対応品質の向上を目的に、AIや音声認識技術を活用した「アドバイザー自動知識支援システム」や「音声認識自動受付システム」等を導入しています。

オンラインカスタマーセンター（WEB）

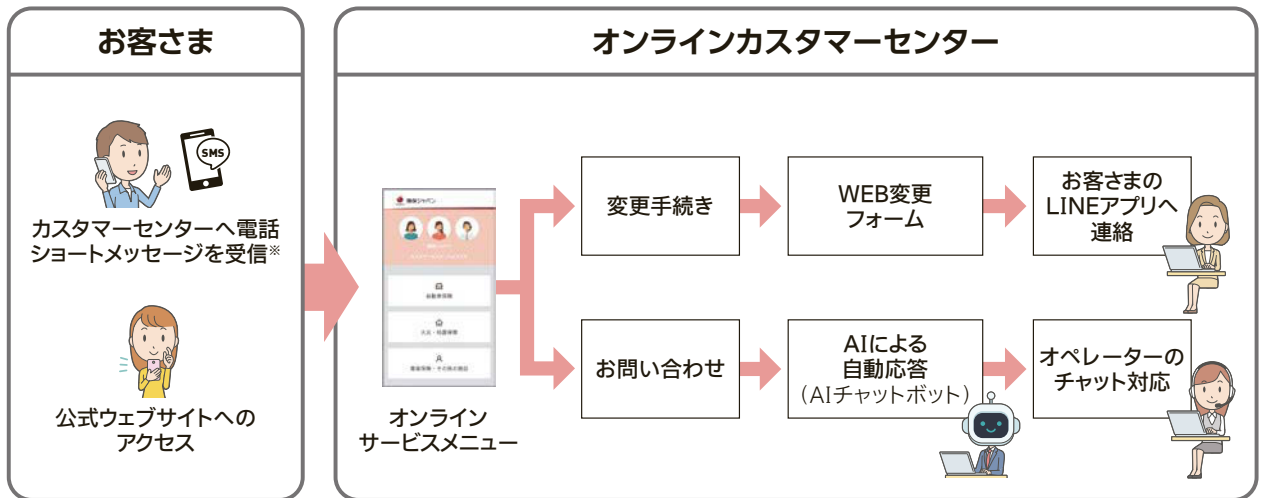
オンライン上で契約内容の主な変更手続きやお問い合わせが完結できる「オンラインカスタマーセンター」を導入しています。

(1) WEB変更フォームでの変更受付、LINEへのご連絡

主な変更手続きについて、WEB変更フォームで受付を行っています。また受付後に当社からお客さまへの追加確認が必要な場合も、LINEを通じてご連絡する仕組みを導入し、これらによりオンライン上で主な変更手続きを完結していただけるようになりました。

(2) AIチャットボット（自動応答）およびオペレーターによるチャットでのお問い合わせ対応

公式ウェブサイト上のAIによる自動応答サービス（AIチャットボット）を設置するとともに、AIチャットボットでの回答が不十分な場合はAIに代わりオペレーターがチャット上で対応します。



※オンラインでの対応をご希望のお客さまには、サービスメニューのURLを記載したショートメッセージをスマートフォンにお送りします。

方針 4 保険金のお支払い業務の品質向上

自然災害時のご不安のいち早い解消

広域自然災害に対する取組み

2022年3月16日、福島県沖を震源とするマグニチュード7.4の地震が発生しました。最大震度6強の揺れを観測した宮城県と福島県では断水や停電が続いた地域があったほか、一部区間で不通となった東北新幹線は全線で運転を再開するまでにおよそ1か月を要するなど、交通機関にも影響が出ました。同地域では前年2月13日にもほぼ同規模の地震が発生しており、早い段階から被害が拡大することが予想され、速やかに現地宮城県と福島県の2か所に災害対策本部を設置しました。



損害調査の推進

短い期間で2度の大規模地震に見舞われたことから、家屋の損害調査が複雑化する可能性が考えられたため、実際に現地へ赴いて損害状況を精査し、お客さまへ丁寧にご説明する必要がありました。また、被害が広範囲に及んでいるため宮城県内および福島県内に複数の拠点を設け、全国から社員を災害対応要員として派遣しました。



損害調査を行った社員の声

勤務地の大阪から応援社員として被災地の宮城県に入り、お客さまのご自宅を訪問して被害状況を確認する業務に携わりました。派遣されたのは2年連続で地震の被害を受けた地域であったため、より丁寧な調査や分かりやすい説明が必要でしたが、そのポイントについてはお客さまとの対話から学ぶことも多く、災害対策本部の仲間とその学びを共有しながら次の日の業務に活かしていくという日々でした。今後の災害対応においてもお客さまのお力になれるよう「記録を残す」「記憶を残す」を合言葉にお客さまと向き合う時間を過ごしましたが、被災され大変な状況のなかでも笑顔で感謝の言葉を掛けてくださるお客さまに元気をいただき、保険会社の使命をあらためて実感できる経験となりました。



大阪北支店 梅田支社 浦山 由紀

早期お支払いに向けて

被災されたお客さまに1日でも早く保険金をお届けするため、これまでは現地災害対策本部で行ってきた「損害調査のためのお客さま訪問アポイント業務」を全国の部署にも分散して対応を促進しました。また、保険金の請求書類一式に不備がないかの事前点検についても全国で分散対応を行い、お支払いの体制を強化するなど全社一丸となって災害対応に取り組みました。



災害対応を行った社員の声

地震保険は修繕のための見積もり費用が対象となる保険ではないため、丁寧な説明を心掛けました。お客さまの心のご負担を減らすことができると信じて、ご納得いただけるよう説明の仕方を工夫したり、お客さまのお話をしっかり傾聴するよう努めました。

私が所属する部署では、防災・減災をテーマにした新規事業を検討していますが、今回の災害対応で実際に被災されたお客さまの対応を行い、よりお客さまに寄り添ったサービスをデザインしていきたいという使命感が増しました。

ビジネスデザイン戦略部 清野 文朗



保険金の迅速なお支払い

「SOMPOらくらくスマート請求」開始によるお客さまニーズへの幅広い対応

当社では2020年8月から、傷害保険の保険金請求において、LINEで自動応答機能がお客さまの請求手続きのナビゲートを行う「SOMPOらくらくスマート請求」を開始し、24時間365日、お客さまのご都合にあわせて保険金の請求手続きが行えるサービスを提供しています。このたび、国内初の試みとして（2021年10月当社調べ）、迅速な保険金の支払いを実現するため、事故状況等の入力内容からAIが保険金支払可否を判断するシステムの導入に着手しました。これらを組み合わせることにより、将来的に、ご請求内容によっては最短30分での手続き完了が可能となります。

事故に遭われたお客さまに一層の安心をお届けするため、今後もさまざまなデジタル技術を積極的に導入し、これまでにない革新的かつ高品質な事故対応サービスを提供していきます。



方針 4 保険金のお支払い業務の品質向上

お客さまを想う「SCクレド」の実践

クレドマイスター制度

当社では一人ひとりのお客さまに接する保険金支払い部門の職員の「心のあり方」「行動のあり方」を明確にした行動指針を「SCクレド」としてまとめ、毎年、徹底したお客さま志向による最高品質のサービス提供ができる人材を「クレドマイスター」として認定しています。2022年3月末時点の認定数は延べ4,189名（前年度より737人増）となっており、クレドマイスターの対応スキルを社内で共有することで、全社的にお客さま対応の向上に継続的に取り組んでいます。

クレドマイスター認定社員の声

お客さまにとって非日常である「事故」は、お一人おひとりに合わせたオーダーメイドの対応が理想です。私たちはお客さまの言葉を受け止め、真意を読み取り、最善の対応ができるよう日々研鑽していく必要があります。また、私たちがチームで助け合って対応することで、より多くのお客さまに向き合うことができます。「SCクレド」はお客さまはもちろん、保険代理店やともに働く仲間など全ての人に対する心構えにも通じます。クレドマイスターに認定されることは誇りですが、その名に恥じないよう『すべてはお客さまのために』これからも真心を込めた言動を心掛けていきたいと思えます。



クレドマイスター最多回数（累積7回）認定者
中国保険金サービス第二部 倉敷保険金サービス課 平松 綾

事故発生時のご不安のいち早い解決

次世代ロードサービスシステムの開発

近年のデジタル化の加速により、自動車業界においてもコネクティッドカー※やスマートフォン等のデジタルデバイスを接点とした顧客体験の向上が求められています。当社と株式会社プライムアシスタンスは、万が一の事故の際に優れたロードサービスの提供を実現すべく、2021年10月から次世代ロードサービスシステムの実証実験をスタートしました。手配後のレッカー車の位置情報と到着時間を可視化し、お客さまにタイムリーにお知らせするサービスは損害保険業界初めての導入となります。

※コネクティッドカーとは、ICT端末としての機能を有する車両のことをいいます。センサーにより取得した車両の状態や周辺の状況を送信し、送られた情報を収集、分析することができます。

〈画面イメージ〉



方針 5 利益相反の適切な管理

利益相反の適切な管理態勢の構築

当社は、利益相反の報告および措置に関する基本事項を社内規則に定め、また、利益相反管理の統括部署を設置し、定期的に管理状況を確認しています。

方針 6 企業としての社会的責任を果たす取組み

SDGsを始めとする社会課題の解決に貢献することを経営の主眼とし、多様なステークホルダーとの共創等により本業を通じて当社ならではの社会価値を創出し、お客さま価値を高めることを目指します。



SOMPOのマテリアリティ特定プロセスやKPI(重要業績評価指標)、重点課題取組みの詳細は、公式ウェブサイト掲載の「サステナビリティレポート」をご覧ください。<https://www.sompo-hd.com/csr/communications/report/>

2021年度に実施した「SOMPOのマテリアリティ(重点課題)」の主な取組み

重点課題 1 あらゆるリスクに対する備えの提供

床上浸水時の保険金自動算定サービス「SOMPO水災サポート」

当社は、火災保険の床上浸水による事故の保険金請求において、お客さまがスマートフォンで撮影された被害状況をもとに、お受け取りいただける保険金の概算を算出するサービス「SOMPO水災サポート」を、2020年10月から開始しています。AI技術の活用により、お客さまがスマートフォン上でペットボトルとともに撮影した被害箇所の画像データをもとに、浸水高の測定と概算の保険金を自動で算出し迅速に保険金をお支払いします。お客さまを取り巻く環境変化を踏まえ、保険金請求においてもデジタル活用による非対面の接点の拡充等、今後もお客さまのニーズに答える事故対応サービスを提供していきます。



「SOMPO水災サポート」利用イメージ

方針 6 企業としての社会的責任を果たす取組み

2021年度に実施した「SOMPOのマテリアリティ(重点課題)」の主な取組み

重点課題 2 事故や災害を未然に防ぎ、レジリエントな社会に貢献

防災教育の普及啓発「防災ジャパンダプロジェクト」(2014年～)

当社は、将来を担う子どもたちとその保護者を対象に、災害から身を守るための知識や安全な行動を学んでもらうことを目的として、「防災人形劇」および「体験型防災ワークショップ」を実施しています。新型コロナウイルス環境下においても防災の学びを止めないため、場所を問わずに楽しく学べる動画コンテンツもご用意しています。



〈体験型防災ワークショップ〉



〈動画コンテンツ：紙食器づくり〉

参加者人数：延べ59,000人
(イベント参加者数に限る)
(2022年3月末現在)



重点課題 3 経済・社会・環境が調和したグリーンな社会づくりへの貢献

SAVE JAPAN プロジェクト(2011年～)

当社は、地域の環境団体やNPO支援センター、日本NPOセンターと協働し、毎年全国で市民参加型の生物多様性保全活動を行う「SAVE JAPAN プロジェクト」を展開し、10年を迎えました。以前から開催していたフィールドワークに加え、2020年度からはオンラインイベントなどを開催。より多くの地域市民の皆さまが生物多様性の取組みに参加できる機会を提供しました。



〈フィールドワークの様子〉



〈オンラインイベントの様子〉

イベント開催：延べ890回以上
参加人数：延べ47,800名以上
(2022年3月末時点)

重点課題 4 健康と笑顔を支えるソリューションの提供

文化・芸術を通じた取組み「SOMPO美術館」

SOMPO美術館は1976年の開館以来、600万人を超えるお客さまにご来館いただき、アジアで唯一ゴッホの《ひまわり》を鑑賞できる美術館として親しまれています。公募展など新進作家への助成や美術鑑賞教育の普及支援を通じた社会貢献活動にも取り組んでいます。東郷青児を核にゴーギャン、セザンヌ、ルノワール、グランマ・モーゼスなど国内外作家の作品を収蔵し、地方美術館への作品貸出を通して地方創生にご活用いただいています。企画展は年5回ほど国内外の作品の展覧会を開催、国内外から幅広い世代が訪れ楽しめる新宿のアートランドマークとして、多様な芸術・文化を発信しています。



〈SOMPO美術館 外観〉

重点課題 5 持続可能な高齢社会への貢献

高齢者の運転寿命延伸を支援する「運転シミュレーター」

- 詳細は方針3 (P.18) をご覧ください。

2021年度に実施した「SOMPOのマテリアリティ(重点課題)」の主な取組み

重点課題 6 未来社会を変える人材集団の実現

パーパス浸透と連動させた「働き方改革」の推進

当社グループでは、社員の仕事におけるやりがい、幸福度の向上および圧倒的に高い生産性を実現するために「働き方改革」を推進しています。働き方改革では、MYパーパスの追求を土台として、3つの人材コア・バリューである「ミッション・ドリブン」、「プロフェッショナリズム」、「ダイバーシティ&インクルージョン」を共有する人材集団を実現し、「SOMPOのパーパス」実現の原動力としています。



重点課題 7 価値創造に向けたパートナーシップのプラットフォーム構築

災害に強い地域社会の実現を目指す「水災害プロジェクト」

気候変動により台風や豪雨などの自然災害が激甚化し、地域のレジリエンス力の向上が重要になっています。当社では、AIを活用した防災・減災システムの実証実験を行うなど、水災害で悲しむ人をゼロにすることを目標として災害に強い地域社会構築のための協働の仕組み「水災害プロジェクト」を開始し、企業、自治、NPOなどのステークホルダーとの対話を進めています。

2022年3月には、岡山NPOセンターおよび災害支援ネットワークおかやまとレジリエンスな岡山の構築に向けたパートナーシップ締結を行い、第一弾の取組みとして西日本豪雨の経験から生まれた被災地に必要な物資の調整システム「できるかもリスト」の説明会および普及促進に向けたキックオフミーティングを開催しました。



「The Action～SDGsカードゲーム～」

SDGsが目指す世界への道のりや、さまざまな視点からSDGsに関する取組みをゲーム形式で体感することで、SDGsの理解を深め、SDGs達成に向けた行動につなげるための当社オリジナルのワークショップを開発しました。このワークショップでは、チームのゴール達成を目指し、与えられたお金と時間を使ってプロジェクト活動を実行していくことで、現在から2030年までの道のりを体験します。当社社員が「The Action～SDGsカードゲーム～」のファシリテーターとなり、多様なステークホルダーに提供していくことで、SDGsの本質の理解促進およびパートナーシップ構築を図り、地域課題の解決を目指します。



当社グループでは、企業としての社会的責任を果たすために「グループサステナビリティビジョン」を策定しています。

グループサステナビリティビジョン

SOMPOグループは、未来に向けた対話を通じてステークホルダーと積極的にかかわりあいながら、高い倫理観のもと国際的な行動規範を尊重し、気候変動や生物多様性などの環境問題、人権やダイバーシティ&インクルージョン、地域社会への配慮などを自ら事業プロセスに積極的に取り組むとともに、社会に対して透明性の高い情報を積極的かつ公正に開示していきます。

また、常に一步先を見据えて、社会の安心・安全・健康に資する商品・サービスの提供をすることで、ソリューションプロバイダーとしてレジリエントで持続可能な社会の実現に貢献していきます。

グループサステナビリティビジョンの詳細は、当社の公式ウェブサイトが開示しています。

<https://www.sompo-japan.co.jp/csr/management/system/policy/>

方針 7 お客さま本位の業務運営の定着

社員の意識醸成（教育・育成）

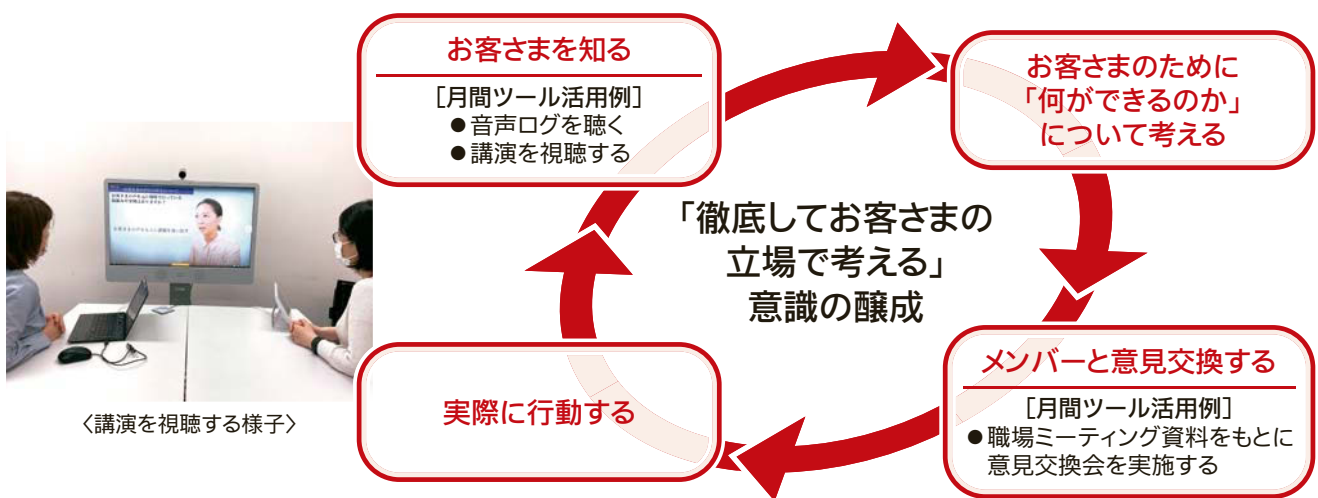
「お客さまの声月間」の開催

多くの貴重な「お客さまの声」を聴き、お客さまを知り、何ができるかを考えるために「お客さまの声月間」を実施しました。

実際に入電したお客さまの音声ログを聴いてディスカッションをする職場ミーティングツールや「徹底してお客さまの立場で考える」「品質をブランドにすること、そのために私たちが何を考え行動すべきか」をテーマに社外講師によるオンラインセミナーを開催しました。

セミナーの参加者からは、「お客さまの声を知る」ことの重要性を改めて認識する機会になったという声が多く寄せられました。

これらの取組みを通して社員一人ひとりが、徹底してお客さまの立場で考える意識の醸成を図っています。



社員の評価制度

- 社員の人事評価制度は、仕事評価・行動評価の2軸の評価制度としています。そのうち、期待される行動の発揮度を評価する「行動評価」の判断基準に「徹底したお客さま視点で価値判断を行っているか」を定めるなど、社員がお客さま評価の向上に取り組むための仕組みを構築しています。
- 「目指す企業文化※」の実現に貢献し、他の範となる取組みを社長賞として年4回表彰しています。2021年度は、112件が社長賞として表彰されました。そのうち20件が品質に関する取組みとして表彰されています。※「目指す企業文化」はP.4をご覧ください。

保険代理店の教育・育成・認定制度

1. お客さま視点による業務品質向上

お客さまの期待にお応えする高品質なサービスをお届けできるように、お客さまと直接接点を持つ保険代理店の品質向上支援をしています。

「お客さま視点品質ガイドブック」の提供

保険代理店が、お客さまの視点に立ち、お客さまから期待されるサービスを確実にご提供できるよう保険募集人向けの推奨行動を記載した「お客さま視点品質ガイドブック」を提供しています。本ガイドブックは、お客さまアンケートに寄せられた感謝の声・ご不満の声を基に作成しています。



保険代理店の教育・育成・認定制度

「体制整備支援プログラム」の展開

地域で活躍することを目指す保険代理店向けに、お客さま視点で創意工夫を行い、ベストプラクティスの取組みを実現する体制構築の支援策として「体制整備支援プログラム」を展開しています。

～保険代理店とともに、お客さまから選ばれ続けるために～佐賀支店唐津支社の取組み

唐津支社では2021年8月に本プログラムを活用し、プロ代理店の体制整備に取り組みました。これまででも保険代理店では、体制整備専任者を中心に体制整備を実施していましたが、保険代理店の発展に伴って、より実効性の伴った体制整備の構築が必要であったため、本プログラムを提案・実施しました。今後もプログラムを起点に課題解決のPDCAサイクルを確立し、着実に課題の解決を図るよう保険代理店を支援していきます。

佐賀支店 唐津支社 森木 菜摘

今回プログラムを実施して現状課題を洗い出し、課題に対しての具体的な改善取組策を推奨事項とすることで、新たな気づきを得ていただくことができたと感じています。プログラム実施後、推奨事項に優先順位をつけ実践いただいているので、営業店としては取組みと定着のフォローを継続して行っていきたいと考えています。

また、今回代理店全員参加としたことで、保険代理店としての方針や考え、保険代理店に求められていることなどを改めて周知する機会になったと思います。



株式会社ライフマスター 代表取締役 松岡 浩司

将来にわたり、限りない発展を続けたいという想いで体制整備に取り組んできましたので、その現在進行形の状態に新たな指摘を受けて、今後の参考にしたいと考え、このプログラムを受けました。

体制整備の重要性を認識する機会となるよう、ヒアリングと報告会には全員参加で臨み、体感できたことがとても良かったと思えました。

報告書で課題・推奨事項として有難いご提案を頂戴しました。新たな気づきもあり、直ちに着手し、毎週のミーティングで進捗状況を確認して、完全定着に向け取り組んでおります。

これからも、お客さまに支持される保険代理店を目指し、経営・業務品質の向上を推進してまいります。



「品質チャレンジシート」の提供

保険代理店の品質レベルのステップアップを後押しするツール「品質チャレンジシート」を提供しています。「品質チャレンジシート」は品質レベルを判定する項目と判定の根拠となるチェック項目で構成されています。本シートを活用することで、保険代理店自身が品質レベルを見える化し、ステップアップに向けた取組みの進捗を把握することができます。実効性の高い改善取組みとするためにも、チェック結果については、保険代理店と営業社員で対話をしています。

「SOMPO Report」の提供開始

従来、品質に関わる指標などは営業店から保険代理店へ提供していましたが、保険代理店自身が指標やアンケート結果を管理・確認できるツール「SOMPO Report」の提供を開始しました。複数の指標の総合的な分析に加え、お客さまアンケート結果をタイムリーに確認できることで、お客さまの声に基づく保険代理店の業務改善・品質向上を支援しています。

適切な保険募集に向けた各種支援

保険代理店の各種データやお客さまへの最適提案書等を、保険代理店自身で簡便に出力することができる営業支援ツール「SOMPO 代理店支援bot」や、保険募集時にスマートフォンで必要な情報へアクセスができる「モバイル!SOMPO」などのデジタルツールを活用した保険代理店の支援にも取り組んでいます。

方針 7 お客さま本位の業務運営の定着

保険代理店の教育・育成・認定制度

～保険代理店とともに、お客さまから選ばれ続けるために～群馬支店太田支社の取り組み

太田支社では「品質チャレンジシート」を活用し、保険代理店と品質向上について対話を行っています。

対話時は、指標の確認にとどめることなく、掲載されている指標を向上することでお客さまにどのように影響するのか、お客さま視点で話し合いを行っています。保険代理店からは、「代理店品質の通知表のようだ」との声が寄せられています。



〈保険代理店と対話している様子〉

群馬支店 太田支社 矢田堀 幸恵

「品質チャレンジシート」は、保険代理店のあるべき姿に基づいて作られているため、シートを活用して取り組みを継続することによって、自立した保険代理店に育成することができます。新人の事務員さんが入った保険代理店で「品質チャレンジシート」を活用したところ、事務員さんがやるべきことをしっかり理解し、自立してくれました。保険代理店にとってもシートの指標や行動が、日々の業務の目安となったようです。各指標は、具体的な数字で確認できるため、品質向上が目に見えて分かります。それが保険代理店のモチベーションアップにもつながったと思います。今後も保険代理店の先にいるお客さまのために、代理店品質向上のサポートをしていきたいと思っています。



群馬支店 太田支社 平賀 結衣

日々取り組んでいる各品質指標は、最終的にお客さま対応につながっていることを「品質チャレンジシート」の活用で伝えることができ、なぜ品質指標を当社が重要視しているのかを理解いただけたいと思います。項目の一つにある「教えて! SOMPO[®]の活用」は、当社の業務削減という観点ではなく、お客さまをお待たせすることなく対応することでお客さま満足度につながるという観点から訴求したところ、何でも支社に問い合わせていた募集人が「教えて! SOMPO」を活用し、自ら規定集を見てくれるようになりました。今後も、お客さまにより良いサービス・対応ができるように、保険代理店とともに保険品質向上を意識して取り組みます。
※複数のシステムを横断して一度に検索することができるシステムです。

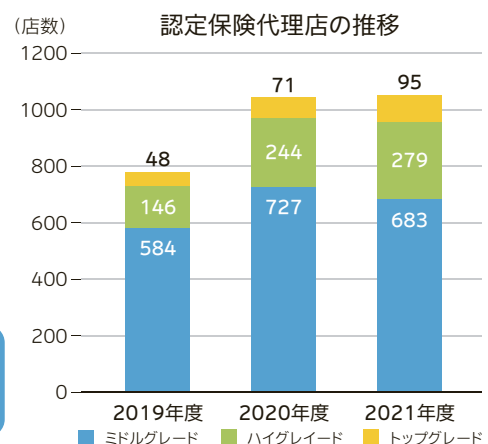
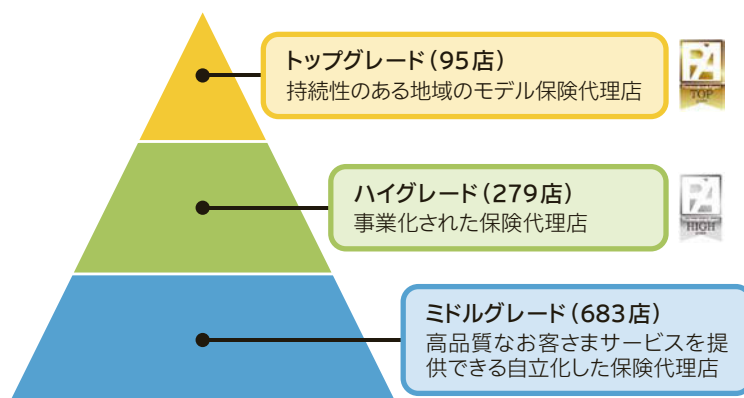


2. 保険代理店の認定制度

プロ代理店^{*}におけるお客さま本位の業務運営と持続的成長を後押しすることで、地域を代表するプロ代理店になっていただくことを目的とした「損保ジャパンプロフェッショナルエージェント(PA)制度」を発足し、認定しています。

^{*}保険販売を専業とする「専業代理店」をいいます。

【2021年度認定保険代理店数】



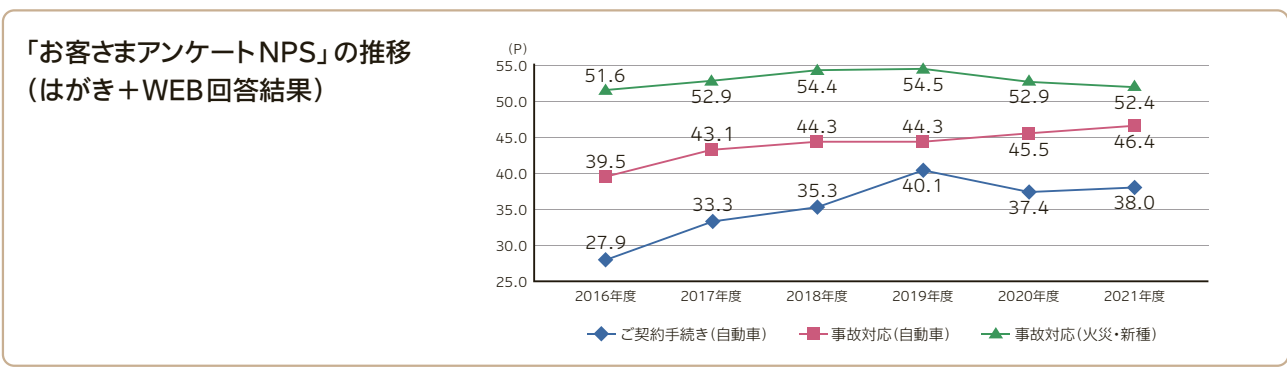
お客さま本位の業務運営の定着状況を評価する指標 (KPI) ^{※1}

1. お客さまアンケートNPS[®]^{※2}
 - ご契約手続き (自動車保険) ● 事故対応 (自動車保険および火災・新種保険)
2. お客さまアンケート (ご契約手続き)
 - 「保険のご説明内容」および「保険のご提案内容」への評価
3. 苦情件数
4. 感謝の声の割合

指標の2021年度結果は以下のとおりです。

1. 「お客さまアンケートNPS」の結果

契約手続きをされたお客さまおよび当社の事故対応サービスを受けられたお客さまからの評価は、お客さま本位の業務運営方針の公表前と比較して向上しています。

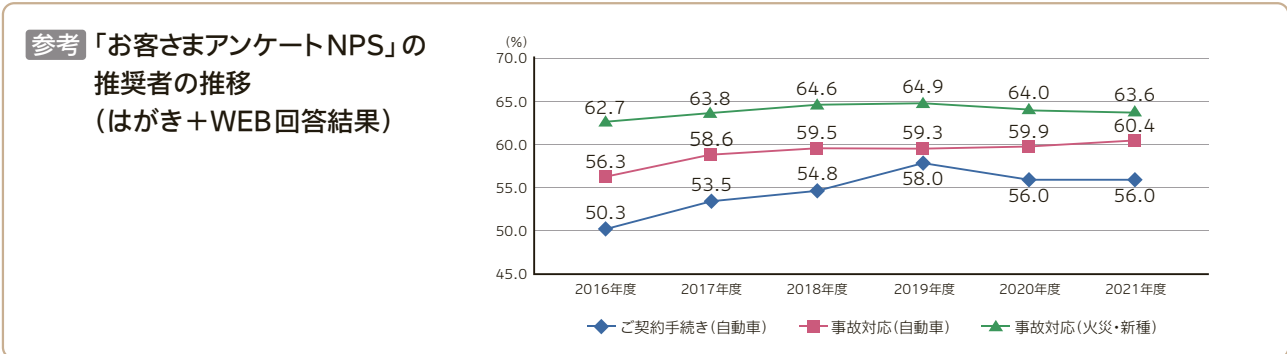


アンケート回答数(はがき+WEB) 「ご契約手続き」(自動車保険)：555,945件
 「事故対応」(自動車保険)：201,738件
 「事故対応」(火災・新種保険)：278,114件

なお、多くのお客さまの声を収集するため、「ご契約手続き」(自動車保険)において、2018年10月からSMS(ショートメッセージサービス)を利用したお客さまアンケートを開始しています。

※アンケートの取組みについては方針2(P.10)をご覧ください。

SMS回答数：215,951件 SMSによる回答結果：NPS 21.5p(対前年度+7.2)



※1：KPIとは、Key Performance Indicatorの略で、企業目標の達成度を評価するための重要業務評価指標のことです。

※2：NPS[®]とはNet Promotor Scoreの略で「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨意向の質問に、0～10点の11段階でご回答いただきます。「推奨者割合」(9点・10点をつけた人の割合)から「批判者割合」(0～6点をつけた人の割合)を差引いた数値で、お客さまのロイヤルティを図る指標のひとつです(単位：P(ポイント))。

なお、NPSは、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。

2. お客さまアンケート(契約手続き)

「保険のご説明内容」および「保険のご提案内容」への評価結果

当社は、保険契約の募集に際し、商品の仕組み、補償内容、保険料に関する事項等を記載した「重要事項等説明書」をお客さまにご提供し説明するとともに、お客さまのご意向・実情に沿った適切な保険募集を行っています。

これらの行動について「お客さまアンケート」により、お客さまの満足度を調査するとともに、不十分な点については保険代理店の改善行動につなげています。

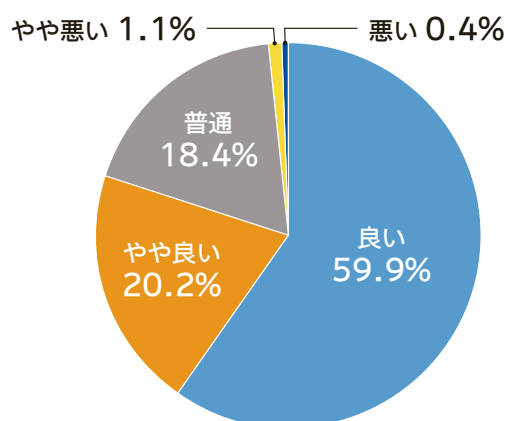
具体的な取組みは、「お客さまに最適な商品・サービス等の提供」(P.19)をご覧ください。

(1) お客さまアンケート(ご契約手続き)「保険のご説明内容」※3

アンケートは、5段階評価(5 ← 良い・やや良い・普通・やや悪い・悪い → 1)でご回答いただいています。

〈はがき+WEB回答結果〉

- 「良い」「やや良い」の合計：80.1%
- 平均値：4.4



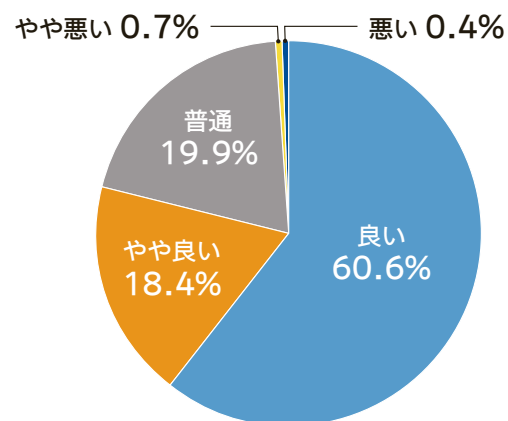
〈SMS回答結果〉「良い」「やや良い」の合計：71.9%

(2) お客さまアンケート(ご契約手続き)「保険のご提案内容」※3

アンケートは、5段階評価(5 ← 良い・やや良い・普通・やや悪い・悪い → 1)でご回答いただいています。

〈はがき+WEB回答結果〉

- 「良い」「やや良い」の合計：79.0%
- 平均値：4.4



〈SMS回答結果〉「良い」「やや良い」の合計：75.8%

※3：2022年1月をもってアンケートはがき(証券同封)は終了しました。上記結果は、2022年3月末までに返送していただいたご回答を集計しています。

3. 苦情件数

お客さまからいただいたご不満の声(苦情)を真摯に受け止め、業務改善・品質向上につなげています。具体的な取組みは、方針2(P.6~P.14)をご覧ください。

34,567件

4. 感謝の声の割合^{※4}

お客さまアンケートのフリーコメント欄にはお客さまから感謝の声も寄せられています。アンケートに寄せられたお客さまからの感謝の声の一例は、方針2(P.10)をご覧ください。

19.2%

※4：感謝の声の割合は、お客さまアンケートのフリーコメントに感謝の言葉(「ありがとう」「感謝」等)が記載されている割合。

〈当社の取組みに対する評価〉

■ 第1回消費者志向経営優良事例表彰において「消費者庁長官表彰」を受賞

【2018年11月】

当社は「お客さま本位の業務運営方針」およびその取組みが評価され、第1回消費者志向経営優良事例表彰において2018年11月26日に「消費者庁長官表彰」を受賞しました。消費者志向経営優良事例表彰は、「消費者志向自主宣言」を公表し、かつその活動（フォローアップ）結果を公表している事業者の中から、優れた取組みを表彰するものです。当社は、お客さま視点での商品開発や防災・減災への取組みなどが、誰一人取り残さないSDGsの理念そのものと高い評価をいただきました。



岡村消費者庁長官(左)と二宮会長(右)(当時)

■ 「第4回エコプロアワード」において「優秀賞」を受賞

【2021年9月】

「第4回エコプロアワード」(主催：一般社団法人サステナブル経営推進機構)において、洋上風力発電事業者向け「ONE SOMPO WINDサービス(包括保険とリスクマネジメントサービス)」が評価され、優秀賞を受賞しました。

■ J.D. パワー社

「2021年コンタクトセンターサポート満足度調査」で、代理店系損害保険部門で第1位を獲得

【2021年11月】

直近1年以内に金融機関において、商品・サービスに関する困りごと解決や各種問い合わせ、情報収集でコンタクトセンターサポート※を利用した人を対象に、利用状況や各種経験、満足度を聴取し明らかにする調査です。当社は、「利用のしやすさ」「用件に対し提供された情報や回答内容の適切さ」「説明の丁寧さ/対応の丁寧さ」「問題の解決や対応に要した時間」の全4ファクターで最高評価を得て代理店系損害保険会社部門で第1位を獲得しました。

※「コールセンター」「オペレーターによるチャットサポート」「自動応答によるチャットサポート」「メール問い合わせ/問い合わせフォーム」「FAQ(よくある質問)ページ」



(株)J.D.パワージャパン 山本社長(左)
お客さま事故サポート部 馬場部長(中央)
カスタマーコミュニケーション企画部 中島部長(右)

■ LGBT取組評価「PRIDE指標」において評価「ゴールド」を受賞

【2021年11月】

セクシュアルマイノリティ(以下「LGBT」)に関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体work with Pride(wwP)より、企業のLGBTに関する取組みにおいて、最高評価「ゴールド」を3年連続で受賞しました。

※当社では「LGBT」をセクシュアルマイノリティの総称として使用しています。

■ 医療保険「入院パスポート」が「2021年日経優秀製品・サービス賞」最優秀賞を受賞

【2022年1月】

「日経優秀製品・サービス賞」とは、毎年1回、日本経済新聞社が主催し、日本経済新聞系列のメディアに掲載されたものの中から特に優れた製品・サービスを表彰するものです。今回「入院パスポート」は、AIを活用して最短30分で保険金の支払いを可能にした商品の「開発力」や、保険の加入から保険金支払いまでスマホ完結の手続きを実現している「独自性」、また、デジタル完結型のビジネスモデルを採用していることから、デジタル化社会における「成長性」など、その他複数の審査項目で総合的に評価され受賞となりました。

※入院パスポートについては、P.16をご覧ください。



■ 「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」において金融サービス部門・銀賞を受賞

【2022年2月】

「ESGファイナンス・アワード・ジャパン」(主催：環境省)の金融サービス部門(保険部門)において、銀賞を受賞しました。

■ 令和3年度「準なでしこ銘柄」選定

【2022年3月】

SOMPOホールディングスは、経済産業省および東京証券取引所が共同企画で実施する令和3年度「準なでしこ銘柄」に選定されました。

■ 「健康経営優良法人大規模法人部門(ホワイト500)」に認定

【2022年3月】

経済産業省および日本健康会議が運営する健康経営優良法人認定制度において、当社は6年連続で健康経営優良法人大規模法人部門(ホワイト500)に認定されました。

※本ページに記載の役職等は受賞当時のものです。

「お客さまの声白書 2022」に対する第三者意見



公益社団法人
全国消費生活相談員協会 理事長
増田 悦子 氏

2021年度は、引き続きインターネット取引の増加とともに消費者トラブルも増加したことから、消費者行政においては、特定商取引法の改正、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の制定、そしてアフィリエイト広告の問題を踏まえた景品表示法検討会の開始など、コロナ禍を背景としたデジタル化に起因する課題への手当てが進んでいます。

貴社におかれても、2021年は新型コロナウイルス感染症感染拡大が収まらない中での活動を余儀なくされたと思いますが、「お客さまの声白書2022」を拝見して、これまでの取り組みが大きく展開されたのだと思いました。

特に、デジタル完結型の商品「入院パスポート」が、将来の予測不能な入院治療費の補償を二次元コードから簡単に手続きが完了する利便性が評価され、2021年日経優秀製品・サービス賞最優秀賞を受賞されたことは大変素晴らしいと思います。

また、お客さまからいただいた声を起点とし改善した事例が数多く紹介されています。中でも、電気自動車等燃料補給が簡単ではない自動車に対する補償の拡充や、消防団員の所有する自動車の災害時利用の際の補償対応、つながるドラレコの性能のバージョンアップ等は、社会課題解決に資する改善です。ともすると単なる苦情として終了になる可能性のあったお客さまの声を、社会課題解消のために資するような商品の改善につなげたことは、お客さまの声をしっかりと受け止めていただいているからこそだと思います。

お客さまの声のうち、ご不満の声の推移をみると全体の件数は2020年度とほぼ横ばいですが、2019年度と比較すると大きく減少しています。そして、保険契約時のご意向の把握や情報提供の徹底、保険代理店における募集品質向上の取組み等を継続して進めたことで、契約・募集行為に関するご不満が2016年度以降年々減少していることは評価されるものと思います。引き続きご尽力いただくようお願いします。

また、高齢のお客さまの理解度や判断力を確認するなどの保険販売方法のマニュアルや、障がいのあるお客さまに対して障がいの状態に応じた配慮ができるような保険販売方法のマニュアルを整備して周知することで、社員・保険代理店の方は対応方法を習得でき、こうした取組みを継続することで、真にお客さまの立場を理解することができるようになると思います。そして、お客さまに最適な商品・サービスを提供するために、オンライン会議システムを利用した非対面募集や保険手続きNaviなど、非対面による保険手続きの強化とともに、保険代理店の品質向上への支援、対面を必要とするお客さまへの対応等、対面・非対面を併用することで、顧客満足度は大きく高まるものと思います。

損害保険事業はさまざまな社会課題の解決につながっています。今後、自然災害の減災、防災を目指し、お客さまだけでなく、国民全体の安心安全を目指していただくことを期待しています。

〈公益社団法人〉全国消費生活相談員協会

1977年に全国で初めての消費者問題の専門家集団「国民生活センター消費生活相談員養成講座修了者の会」として発足。その後1987年に経済企画庁（現在は消費者庁）所管の「社団法人 全国消費生活相談員協会」として許可を受け、2012年に「公益社団法人 全国消費生活相談員協会」となっています。また、2007年11月には、内閣総理大臣から「適格消費者団体」として認定を受けています。

お客様の声を受け止める各種窓口

商品・お手続き
などに関する
お問い合わせ窓口

オンラインカスタマーセンター (WEB)
《受付時間》 スマートフォン・パソコンから
24時間365日ご利用いただけます。
<https://cc-vivr.sompo-japan.co.jp/>



カスタマーセンター (電話)

0120-888-089

《受付時間》 平日:午前9時～午後8時 土日祝日:午前9時～午後5時
(12月31日～1月3日は休業)

保険金の
お支払いに関する
ご相談窓口

保険金支払ご相談窓口

0120-668-292

《受付時間》 平日:午前9時～午後5時
(土日祝日、12月31日～1月3日は休業)

各種アンケート

お客様の声・期待を受け止めるために保険代理店による契約手続きや
事故対応サービスに関するお客様アンケートを実施しています。

[お客様アンケートご回答サイト]
<https://entry.sompo-japan.dga.jp/senq/>



社員・保険代理店

お客様との直接の接点である、保険代理店、営業店、保険金サービス
拠点を通じてお寄せいただいた声についても商品・サービスの改善に
つなげるよう取り組んでいます。

損害保険ジャパン株式会社

〒160-8338 東京都新宿区西新宿1-26-1
公式ウェブサイト <https://www.sompo-japan.co.jp/>



※この印刷物は、環境に配慮した用紙、インキ、印刷方式を使用しています。
※この印刷物は、ユニバーサルデザインに配慮したフォント(書体)を使用しています。

2022年7月発行

(22050390) 401622-0900