

## 「お客さま本位の業務運営方針」の改定と 「お客さまの声白書2021」の発行について

損害保険ジャパン株式会社（取締役社長：西澤 敬二、以下「当社」）は、このたび、2021年6月23日付で「お客さま本位の業務運営方針」を改定しましたのでお知らせします。

また、本方針に基づく主な取組状況を「お客さまの声白書2021」として取りまとめましたので、あわせてお知らせします。

### 1. 「お客さま本位の業務運営方針」の更新

- ・2021年5月に公表しました中期経営計画をふまえ、またお客さまの分かりやすさの観点から、本方針を改定しました。
- ・更新後の「お客さま本位の業務運営方針」は、**別紙1**のとおりです。
- ・以下の公式ウェブサイトにも公表しています。  
<https://www.sompo-japan.co.jp/company/fiduciaryduty/>
- ・なお、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」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「消費者志向自主宣言」に対応しています。

### 2. 「お客さまの声白書2021」の公表

- ・「お客さまの声白書2021」は、**別紙2**のとおりです。
- ・以下の公式ウェブサイトにも公表しています。  
<https://www.sompo-japan.jp/whitepaper/pc/>

当社は、より一層、お客さま本位の業務運営を推進し、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。

以上

## 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。

### 方針 1：お客さまへの新たな価値の提供

当社は、お客さまの変化を見つめ、お客さまの立場に立って考え続けることで、自らを絶えず進化させ、お客さまとのあらゆる接点において期待を超える価値の提供に努めてまいります。また、最高品質の商品・サービスでお客さまの生活や事業活動を支えることで、損害保険会社の社会的使命を果たし続けてまいります。

### 方針 2：お客さまの声を活かした品質向上

当社は、お客さまの声を真摯に受け止め、誠実、迅速かつ適切に対応するとともに、お客さま視点で自らの業務を捉え直すことで、事業活動の品質向上に活かしてまいります。

### 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

当社は、多様化するお客さまニーズや社会・経済等の環境変化を的確に捉え、お客さまのリスクに対応する商品・サービス、お客さまのニーズに即した手続き方法、事故・災害による被害を防止・軽減するソリューションを開発し、それらがお客さまのニーズ・リスクにどのように対応しているかを分かりやすくご案内するよう努めてまいります。

#### (2) 重要な情報の分かりやすい提供

当社は、商品販売時に、お客さまの知識、経験、財産の状況、ご加入目的等を総合的に勘案し、商品内容やリスク内容等の重要な情報につき、お客さまにご理解いただけるよう適切にかつ分かりやすく説明を行ってまいります。

#### (3) お客さまに最適な商品・サービス等の提供

当社は、お客さまを取り巻くリスクの分析やコンサルティング活動等を通じて、お客さまのご意向と実情に沿った適切な商品設計、販売・勧誘活動を行ってまいります。また、販売後もお客さまのご契約を適切に管理するとともに、お客さまの利便性の向上を実現してまいります。

#### 方針4：保険金のお支払い業務の品質向上

当社は、保険金のお支払い業務の適切性を維持・確保する態勢を整備するとともに、品質向上に向けた持続的な取組みを行うことで、ご満足いただける説明と真にお客さまの視点に立った保険金のお支払いに努めてまいります。

#### 方針5：利益相反の適切な管理

当社は、お客さまとの利益相反のおそれのある取引について、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切に管理する態勢を構築してまいります。

#### 方針6：企業としての社会的責任を果たす取組み

企業としての社会的責任を果たすべく、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けた社会的課題の解決に資する取組みを行ってまいります。

#### 方針7：お客さま本位の業務運営の定着

当社は、すべての社員および商品の販売を行う保険代理店等に対する継続的な教育・指導を行うとともに、お客さま本位の業務運営の動機付けを図る枠組みを構築し、本方針の定着に向けて取り組んでまいります。

※下線部分が主な改定点了。

# お客さまの声 白書 2021

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。この度、2021年5月に公表しました中期経営計画を踏まえ、また、お客さまの分かりやすさの観点から、2021年6月23日付で以下のとおり改定いたしました。

※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「消費者志向自主宣言」に対応したものととなります。

## 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。

### 方針1：お客さまへの新たな価値の提供

【原則2に対応】

当社は、お客さまの変化を見つめ、お客さまの立場に立って考え続けることで、自らを絶えず進化させ、お客さまとのあらゆる接点において期待を超える価値の提供に努めてまいります。また、最高品質の商品・サービスでお客さまの生活や事業活動を支えることで損害保険会社の社会的使命を果たし続けてまいります。

### 方針2：お客さまの声を活かした品質向上

【原則2に対応】

当社は、お客さまの声を真摯に受け止め、誠実、迅速かつ適切に対応するとともに、お客さま視点で自らの業務を捉え直すことで、事業活動の品質向上に活かしてまいります。

### 方針3：商品・サービス等の開発・販売・管理

【原則5、原則6に対応】

#### (1) お客さまニーズに対応した商品・サービス等の開発

当社は、多様化するお客さまニーズや社会・経済等の環境変化を的確に捉え、お客さまのリスクに対応する商品・サービス、お客さまのニーズに即した手続き方法、事故・災害による被害を防止・軽減するソリューションを開発し、それらがお客さまのニーズ・リスクにどのように対応しているかを分かりやすくご案内するよう努めてまいります。

#### (2) 重要な情報の分かりやすい提供

当社は、商品販売時に、お客さまの知識、経験、財産の状況、ご加入目的等を総合的に勘案し、商品内容やリスク内容等の重要な情報につき、お客さまにご理解いただけるよう適切にかつ分かりやすく説明を行ってまいります。

#### (3) お客さまに最適な商品・サービス等の提供

当社は、お客さまを取り巻くリスクの分析やコンサルティング活動等を通じて、お客さまのご意向と実情に沿った適切な商品設計、販売・勧誘活動を行ってまいります。また、販売後もお客さまのご契約を適切に管理するとともに、お客さまの利便性の向上を実現してまいります。

### 方針4：保険金のお支払い業務の品質向上

【原則2、原則6に対応】

当社は、保険金のお支払い業務の適切性を維持・確保する態勢を整備するとともに、品質向上に向けた持続的な取組みを行うことで、ご満足いただける説明と真にお客さまの視点に立った保険金のお支払いに努めてまいります。

### 方針5：利益相反の適切な管理

【原則3に対応】

当社は、お客さまとの利益相反のおそれのある取引について、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切に管理する態勢を構築してまいります。

### 方針6：企業としての社会的責任を果たす取組み

【原則2に対応】

企業としての社会的責任を果たすべく、SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向けた社会的課題の解決に資する取組みを行ってまいります。

### 方針7：お客さま本位の業務運営の定着

【原則6、原則7に対応】

当社は、すべての社員および商品の販売を行う保険代理店等に対する継続的な教育・指導を行うとともに、お客さま本位の業務運営の動機付けを図る枠組みを構築し、本方針の定着に向けて取り組んでまいります。

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/>



# 「お客様の声白書」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「お客様の声」と捉えています。

当社はお客様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年以來、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。

なお、本白書は、改定前の「お客さま本位の業務運営方針」に基づく2020年度の取組状況をお知らせしています。

## 目次

お客さま本位の業務運営方針について .....	P.1
「お客様の声白書」について .....	P.2
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 お客さまの声を経営に活かす取組み .....	P.6
方針3 保険商品の開発・保険募集・契約管理 .....	P.14
方針4 保険金のお支払い業務の品質向上 .....	P.19
方針5 利益相反の適切な管理 .....	P.21
方針6 企業としての社会的責任を果たす取組み .....	P.22
方針7 お客さま視点の業務運営の定着 .....	P.25
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.27
当社の取組みに対する評価 .....	P.29
「お客様の声白書 2021」に対する第三者意見 .....	P.30

〈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〉

原則	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

※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にてご確認ください。

## Innovation for Wellbeing

昨年は新型コロナウイルス感染症が猛威を振るう一年となりました。新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになられ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、感染症対応のために、日夜ご尽力されている医療従事者や介護従事者をはじめ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ぐ一年となりました。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、この方針に基づく取り組み状況をお伝えし、ご理解いただくことを目的に毎年発行しています。

昨年度の具体的な取組みとしては、新型コロナウイルス感染症拡大により新たな生活様式が浸透し、非対面・非接触での契約手続きニーズが高まったことを踏まえて、オンライン上で保険契約の主な変更手続きやお問い合わせを受け付ける「オンラインカスタマーセンター」を開設するなど、非対面での募集範囲の拡充を実現いたしました。

また、保険金支払い部門においては自動応答機能（チャットボット）による事故対応サービス「SOMPOらくらくスマート請求」を開始しました。これにより傷害保険において24時間365日、最短30分で保険金の請求手続きをしていただけるようになりました。

今後とも、お客さまの声に真摯に耳を傾け、ご期待に沿うことができるように全力で取り組んでまいります。

2021年5月、当社は新たな中期経営計画を公表しました。そして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」を定めました。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。

今後とも、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。

2021年6月

損害保険ジャパン株式会社  
取締役社長

西澤 敬二



# 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の実現と全社員の行動変革を目的に、経営トップ自らが講師となる「部店長道場」などのマネジメント層向け研修やさまざまな会議などで、経営トップ自らの言葉で発信しています。
- 目指す企業文化実現に向けた価値基準の変革と、全社員の行動変革に向け、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。
- また、「損保ジャパン大学」\*では、経営陣と社員が直接対話できる座談会が開催されています。  
※詳細は、「3. オンライン企業内大学「損保ジャパン大学」の設立」をご覧ください。

#### 社員の声(アンケートから抜粋)

- 役員や本社部門も変革について悩んでいることや本気度が伝わってきた。
- あらためて数値ではなく、お客さまの立場で何ができるか考えて行動する必要があることを実感した。

### 2. 目指す企業文化への理解を深めるために

- 社員一人ひとりの行動指針となる冊子「Spirit -未来への指針-」をもとに、各職場でミーティングを実施し、目指す姿の実現に向けた取組みを行っています。



#### 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」

- 役職員全員が気軽に共有しあう参加型コミュニティ【社内SNS：「Spirit+ (すぴりっとぷらす)】を立ち上げ、「こんなことを思った、知った、考えた」ことについて投稿しています。



### 3. オンライン企業内大学「損保ジャパン大学」の設立

変化の激しい現代社会において、お客さまにとって価値のある安心・安全・健康に資する商品・サービスを提供することで社会に貢献するという当社の使命(存在意義)を果たすためには、一人ひとりの学びやチャレンジ、教えあい・学びあいの風土の醸成、定着が必要不可欠です。

全社員がどこからでも学べるオンラインを活用した企業内大学「損保ジャパン大学」を2020年10月に設立しました。





# 方針 1 お客さまへの新たな価値の提供

## 情報提供の充実

### 1. 情報の開示

お客さま、株主などの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。

※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。



統合レポート



ディスクロージャー誌



SDGsブックレット

CSRコミュニケーションレポートは、2020年度より公式ウェブサイトのみの掲載となりました。

### 2. 「SOMPO Park」でのお役立ち情報の提供

会員サイト「SOMPO Park」では、「楽しい」「得する」「役立つ」コンテンツを無料で提供しています。さまざまなサービスを一つのIDで利用可能とし、トラブルに遭遇した際に使える情報や保険に関するご案内などお客さまに役立つ情報を掲載しています。

当社は今後も「SOMPO Park」を通じてお客さまとの日常接点を創出し、お客さまのニーズを捉えてサービスに活かす取組みを進めていきます。



### 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」を向上するため、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品質向上に活かしています。

2020年度は、24時間365日お客さまにお問い合わせいただけるAIチャットボット（自動応答）をリリースしました。お客さまの問い合わせ結果をもとに、精度向上を図っていきます。

「オンラインカスタマーセンター」の取組みの詳細は、P.11をご覧ください。

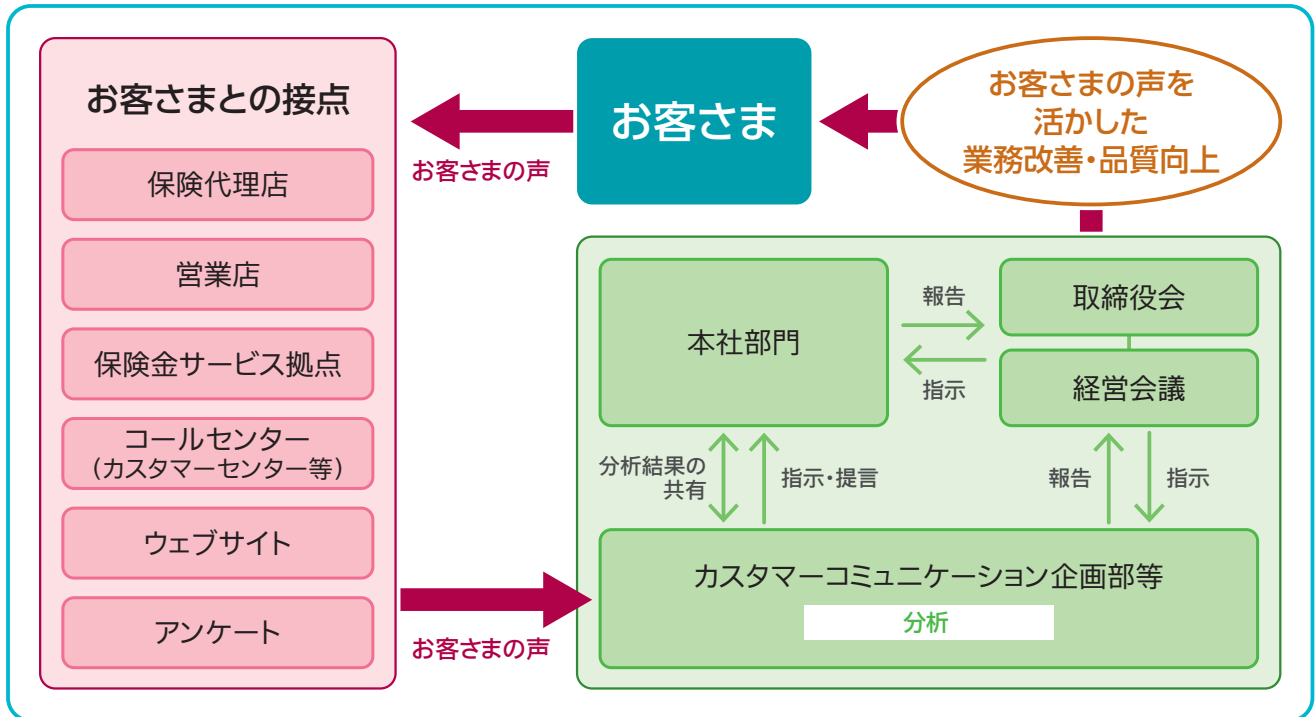


# 方針 2 お客様の声を経営に活かす取組み

## 「お客様の声」の対応管理態勢

### 1. お客様の声を活かす仕組み

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、顧客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

苦情対応の国際規格である「ISO10002」※に準拠して、お客様の声対応管理態勢の継続的な改善・向上を図っています。

※国際標準化機構 (ISO) が制定した「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 お客さまの声を経営に活かす取組み

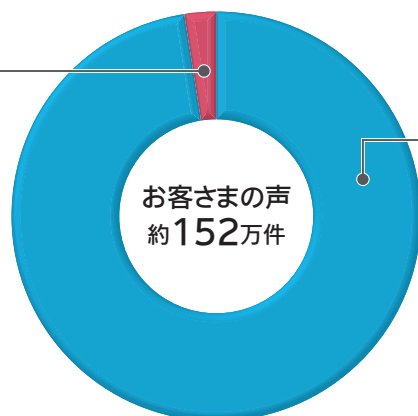
## 2020年度に寄せられたお客さまの声

### 1. お客さまの声内訳

2020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152万件でした。

**2.3%**

ご不満の声  
約3万件



**97.7%**

お問い合わせ・ご相談  
約149万件

#### 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

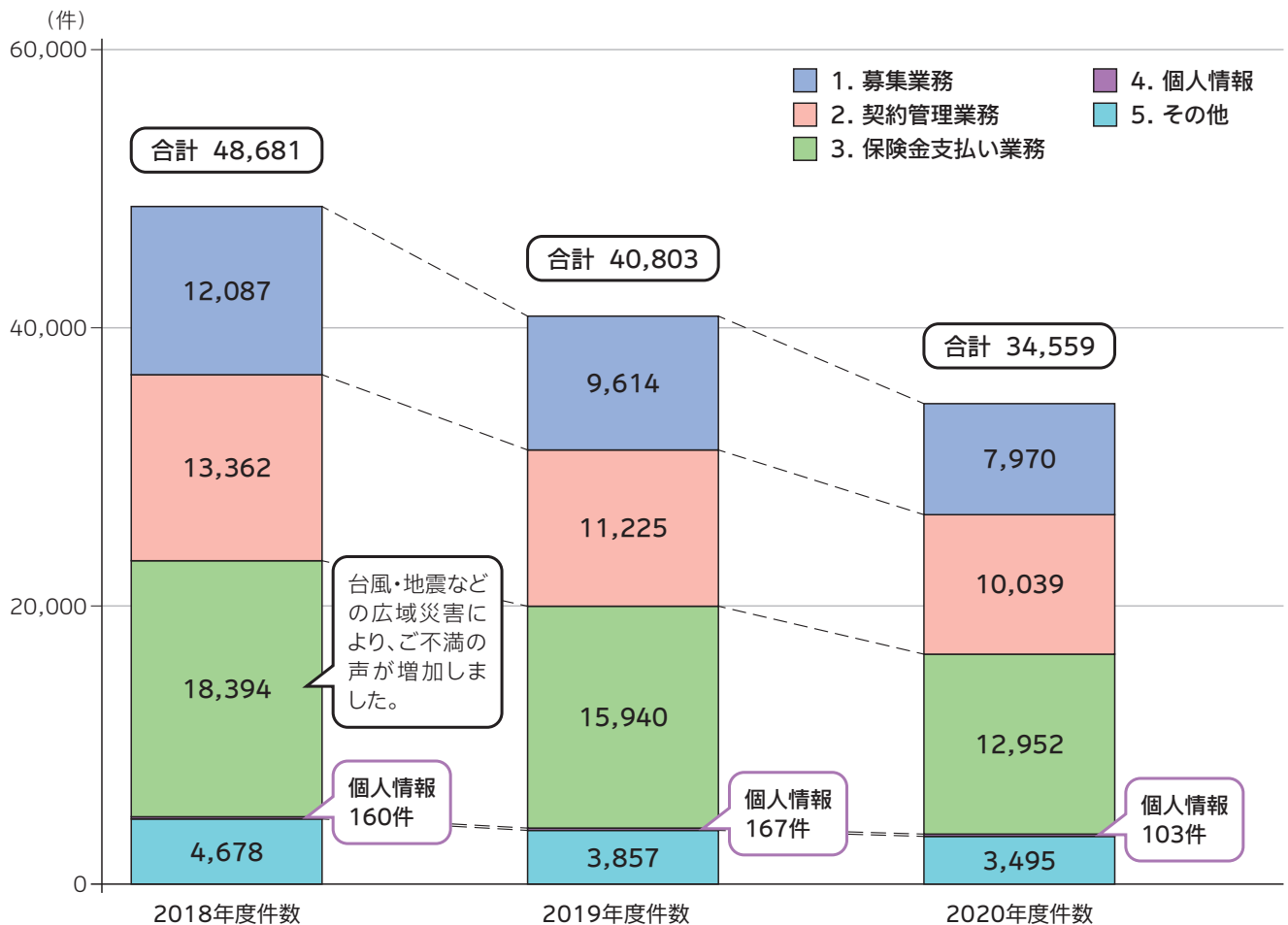
### 2. 2020年度 ご不満の声の受付件数

項目	概要	受付件数	構成比
<b>募集業務</b> 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	817	7,970 23.1%
	ご契約の更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの	794	
	ご契約の勧誘方法やご契約手続きに関するもの	1,576	
	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	2,310	
	ご契約の引受制限に関するもの	208	
	保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの	224	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	425	
	申込書、パンフレット等帳票に関するもの	274	
	上記以外のご契約の手続きに関するもの	1,342	
<b>契約管理業務</b> 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	576	10,039 29.0%
	保険料の支払い方法(口座振替など)に関するもの	1,187	
	ご契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの	2,917	
	ご契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの	2,614	
	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	39	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	970	
<b>保険金支払い業務</b> 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	上記以外の契約の管理・保全に関するもの	1,736	12,952 37.5%
	保険金のお支払い金額に関するもの	2,088	
	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	7,044	
	保険金お支払いの判断に関するもの	1,181	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,078	
<b>個人情報</b>	上記以外の保険金お支払いに関するもの	1,561	103 0.3%
	誤送付に関するもの	22	
	本人の許可なく第三者への情報漏洩	15	
<b>その他</b>	上記以外の個人情報に関するもの	66	3,495 10.1%
	上記以外のもの	3,495	
<b>合計</b>		<b>34,559</b>	<b>100.0%</b>

## 過去3年間のご不満の声推移

2018年度から2020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。

- 2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による、営業時間縮小に伴う対応遅延等に関するご不満がありました。しかし、全体件数は、各種取組みを進めた結果、3年連続で減少しています。
- 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により、契約・募集行為に関するご不満が減少しました。
- 2020年度も、台風や豪雨、地震等の自然災害が相次いで発生しました。「事故連絡の電話が繋がらない」というお客さまの不安を軽減するために、電話以外にも、お客さまのご都合に合わせて、LINEやインターネットによる連絡方法をお選びいただけることを積極的にご案内しました。また、保険金支払いの各業務を業務内容に応じて集中または各地区に分散させることで迅速な対応を進めた結果、保険金支払いに関するご不満も減少しました。



## 方針 2 お客様の声を経営に活かす取組み

### お客様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、依然としてお客様からお寄せいただいているのも事実です。お客様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

- 火災保険の契約時に特約の説明をしてもらい付帯を希望した。届いた証券を見ると付帯されていなかった。
- 自動車保険の補償内容を見直し、いくつか条件を変更したが、希望していない特約が付帯されていた。

#### 2 契約管理業務に関するご不満

- 別居の親族が運転できるように契約内容の変更をお願いし手続きしたが、運転者が限定されたままだった。
- 手続き時に聞いていた保険料の引き落とし月と実際に引き落とされた月が違った。

#### 3 保険金支払い業務に関するご不満

- 事故の受付をしてもらった時に、書類が届くまでの目安を教えてもらったが、まだ届かない。
- 事故の相手方の修理額が決まり次第連絡すると言われていたが、まだ連絡がない。

#### 4 新型コロナウイルスに関するご不満

- 「新型コロナウイルス感染症に伴う特別措置」で保険料の支払いが猶予される期間の説明をしてもらえなかった。
- 保険金支払いに関する書類を送ったが、連絡がないので問い合わせた。「出社人数が少なく時間をいただいている、順番にやっている」と言われた。

- 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様からの言葉を励みにこれからもお客様に安心をご提供し、頼られるパートナーとなれるよう努めてまいります。

#### [アンケートに寄せられた感謝の声の一例]

- 今回ライフスタイルの変化に伴い、保険内容の変更が必要だったが、現在の生活にあったものを提案していただいた。丁寧な説明で、納得して更新することができた。
- 新型コロナウイルス感染症拡大によるテレワーク中でも、メールや電話等で迅速に対応していただいた。
- 深夜に車のトラブルで困っていたところ、ロードサービスを思い出して連絡した。「大丈夫ですか?」と気遣っていただき安心した。

#### [カスタマーセンターに寄せられた感謝の声の一例]

- 私の母に電話してほしいという依頼にも快く対応してもらった。母も電話をくれた人が大変良い方で驚いたと言っており、丁寧に対応してもらい感謝している。
- こちらの意向を丁寧に聞いて一番良い方法を選択できるようにしてくれた対応が素晴らしい。安心して話すことができた。
- 顧客の心配ごとや困りごとに丁寧に対応する姿勢にとても好感が持てた。

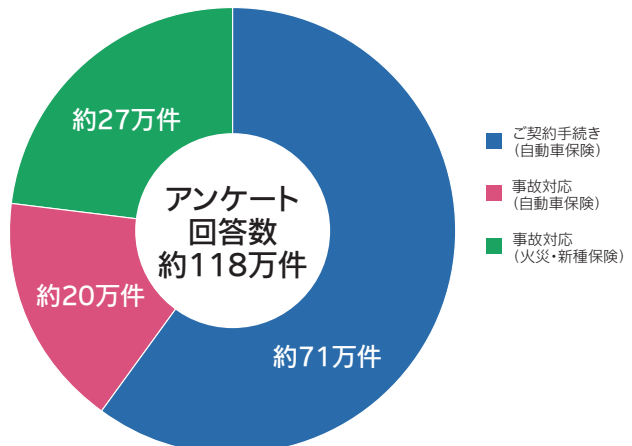
当社はこのようなお客様の声を真摯に受け止め、業務改善・品質向上につなげてまいります。

# お客さまアンケートの実施

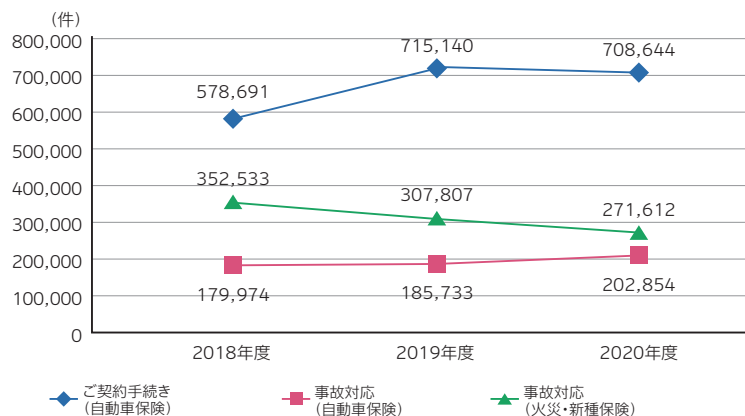
保険代理店による契約手続きや当社の事故対応サービスに関する「お客さまアンケート」を実施しています。はがきやインターネット、LINE、SMS（ショートメッセージサービス）でお客さまから回答をいただき、業務改善・品質向上に活かしています。

## 回答数

アンケート	回答数
ご契約手続き(自動車保険)	708,644
事故対応(自動車保険)	202,854
事故対応(火災・新種保険)	271,612
合計	1,183,110



## 回答数推移



ご契約に関するお客さまアンケート  
2022年3月31日

Q1 代理店の手続きやお客様の対応の満足度としてお答えの数字を1～5までお答えください。

Q2 代理店や個人、担当者の方から保険の加入の勧誘を受けた場合、勧誘の内容がわかりずらいと感じましたか？

Q3 Q2の勧誘の内容がわかりずらいと感じた場合、勧誘の内容がわかりずらいと感じた理由をお答えください。

Q4 以下の一連の代理店からの対応は、お客様にとっての必要に感じましたか？

Q5 代理店にいただいたお電話の対応が満足でしたか？

Q6 代理店にいただいたお電話の対応が満足でしたか？

ご契約手続き(自動車保険)

お客さまのご意見を、ぜひお聞かせください。

アンケートに書いてくださった皆様の中から抽選でプレゼントを差し上げます！

グルメギフト 500名まで (10,000円相当)

Q1 保険の契約時に説明がわかりましたか？

Q2 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q3 お答えに納得していただくよう説明がわかりましたか？

Q4 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q5 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q6 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q7 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q8 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q9 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q10 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q11 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q12 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

Q13 保険の契約時に説明がわかりませんでしたか？

事故対応(自動車保険)

## 業務改善の取組み

### 改善 1

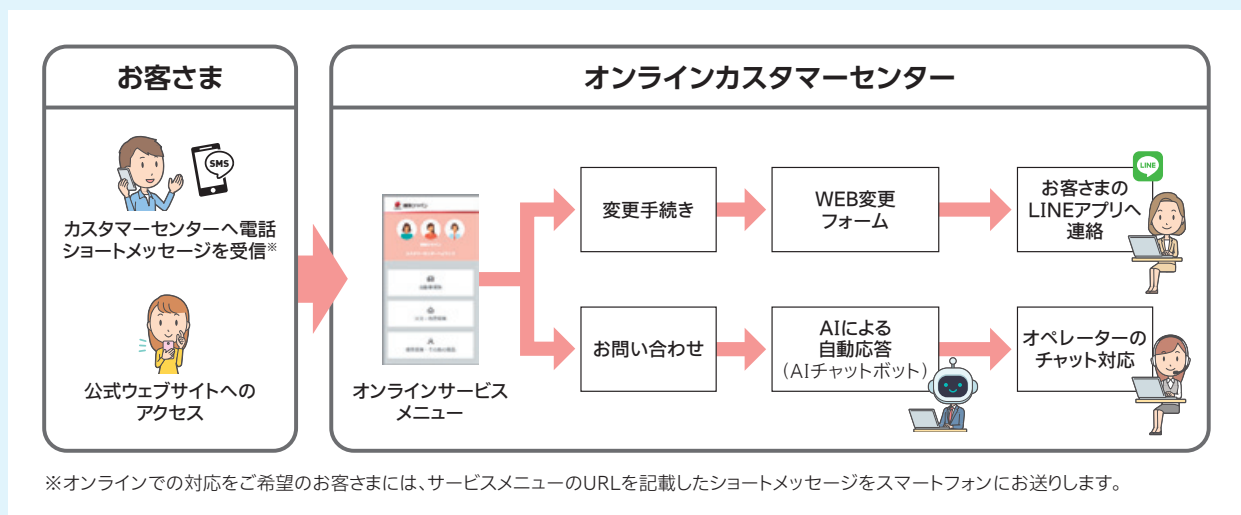
#### 【お客様の声】

電話でなく、インターネットなどオンラインで手続きや問い合わせができないでしょうか。

#### 【改善内容】

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2021年1月に開設しました。

#### 〈オンラインカスタマーセンターのイメージ〉



#### (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できるよう改善を行いました。また受付後に当社からお客様への追加確認が必要な場合も、LINEアプリ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するサービスを開始しました。

## 業務改善の取組み

### 改善 2

#### 【お客さまの声】

保険料をキャッシュレス(クレジットカード以外)で支払いたい。

#### 【改善内容】

お客さまのお手持ちのスマートフォンにより保険料決済を行うサービスを開始しました。保険代理店から提示されたQRコードを読み込む、またはメール送信されたURLをクリックし、お支払い方法の選択画面で決済サービスを選択します。各決済サービスサイトへ自動遷移しますので、支払い手続きを完了いただけます。



他にも、インターネット上でお客さまが各金融機関に口座振替申込を行う「ネット口座振替登録サービス」やパソコン、スマートフォン、ATMから保険料を支払うことができる「Pay-easy (ペイジー) 収納サービス」のオンライン決済などキャッシュレスサービスを順次開始しています。



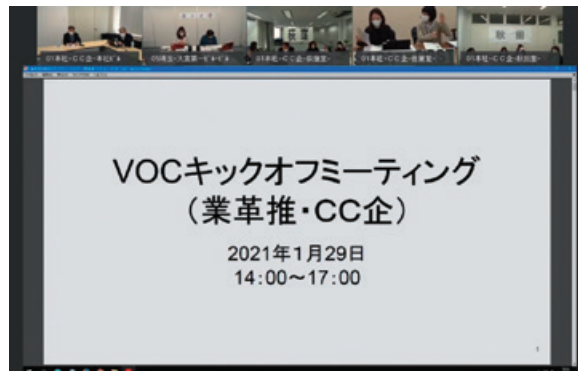
## 方針 2 お客様の声を経営に活かす取組み

### 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具体的な「お客様の声」を当社の品質向上に反映することを目的に、本社部門とカスタマーセンター部門がミーティングを開催しました。

年間約150万件のお問合せをいただく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を行い、具体的な改善策を協議しました。

本ミーティングでの提案が改善に繋がった事例もあり、今後も開催を継続し、徹底してお客様の立場で考えることを続けていきます。



### 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、消費生活の専門家である消費生活相談員の方々と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。

2020年度実施回数：9回 議題：14件

主な  
テー  
マ

- 事故対応時の新たなサービス
- 新たな契約募集スキーム
- 契約募集関連ツールの操作性向上
- 公式ウェブサイト苦情受付窓口等の表示
- パンフレット



〈社外モニター会議の風景〉

公益社団法人 全国消費生活相談員協会 田浦 道子氏

社外モニター会議では毎回活発な意見交換が行われ、消費者の視点から時には厳しい指摘をさせていただきますが、意見を受け止め品質向上に役立てようという担当の方々の強い思いをいつも感じます。自然災害の増加や新型コロナウイルス感染症の流行、デジタル化の進展に伴う生活環境の変化など刻々と変わっていく社会状況にあって、お客様の「保険に入っていてよかった」との声を支えに、消費者重視の事業活動を更に展開されるよう期待しています。

#### 【本制度を利用した社員の感想】

- 普段当然と思って違和感なく感じていたことを消費者視点でご意見をいただきました。(企画部門)
- 自分たちでは思いつかない問題点、解決策を具体的に提示いただきました。(企画部門)
- 消費者の立場で感じる疑問点を率直に伺えました。(商品開発部門)
- 世の中の動向を踏まえたお客様視点でのご意見をいただきました。(企画部門)
- 見た目には何の問題もなさそうなウェブサイトでも、無駄が多いことを指摘いただき、大変参考になりました。当課は、全国で使用するパンフレットを作成する部署なので、作成する際には今回いただいたご意見を役立てていきます。(営業部門)

# 方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理

## お客さまのニーズに基づく商品の開発

### 新型コロナウイルス感染症に関する傷害保険等の商品改定(2020年5月～)

当社では新型コロナウイルス感染症の感染拡大や、保険での補償対象化を望むお客さまの声が高まっていることを踏まえ、特定感染症危険補償特約に新型コロナウイルス感染症を補償の対象に拡大する商品改定を実施しました。

#### 〈個人向け商品 ケガを補償する保険〉

商 品	概 要
<ul style="list-style-type: none"><li>■ 傷害総合保険</li><li>■ 家族傷害保険</li><li>■ ぐらしの安心保険 などのケガを補償する保険</li><li>■ 普通傷害保険</li><li>■ 積立傷害保険</li></ul>	特定感染症危険補償特約をセットしている全契約に、新特約「指定感染症追加補償特約(特定感染症用)」を追加保険料なしで自動セットします。これにより、新型コロナウイルス感染症を2020年2月1日に遡及して補償の対象に含めます。

(注1) 特定感染症危険補償特約は 感染症法上の一類から三類感染症に該当する感染症を補償する特約であるため新型コロナウイルス感染症は、従来、補償の対象外となっていました。

(注2) 新型コロナウイルス感染症に感染し、医師の指示のもと、軽症や無症状の方等がホテル等の臨時施設または自宅で療養する場合も「入院」とみなし、入院保険金の対象となります。

(注3) 特定感染症危険補償特約をセットしていない契約は、補償の対象外です。

#### 〈個人向け商品 疾病を補償する保険〉

商 品	概 要
<ul style="list-style-type: none"><li>■ 海外旅行保険<ul style="list-style-type: none"><li>● インターネット海外旅行保険「新・海外旅行保険【off!】」</li><li>● 海外旅行総合保険</li><li>● 学校旅行総合保険 など</li></ul></li></ul>	新特約「指定感染症追加補償特約」を追加保険料なしで自動セットします。これにより、保険責任期間中に新型コロナウイルス感染症に感染した際に、事由の発生(「治療費用」は治療の開始、「疾病死亡」は死亡)が保険期間終了後30日以内の場合も2020年2月1日に遡及して補償対象となります。

(注) 従来、新型コロナウイルス感染症の「治療費用」は、責任期間終了後72時間以内に治療を開始した場合に補償対象でしたが、本改定により、責任期間終了後30日以内に治療を開始すれば補償対象となります。

### 個人用火災総合保険で「置き配」の盗難などの補償を開始(2021年1月～)

「個人用火災総合保険」を改定し、「置き配」に対する損害の補償を開始しました。

新型コロナウイルス感染症の影響によりネット通販の利用が急速に拡大する中、新しい生活様式に合わせ宅配物の受取方法の多様化が進み、宅配ボックスや「置き配」<sup>※1</sup>の利用が増えています。

一方、宅配された荷物の盗難や破損に対して不安を感じる声は多く、売主や運送人が保険に加入していない場合や、加入していても、適切に配達を完了しているため利用者が受け取るまでの間に発生した事故は補償されない場合もあることなどが課題となっていました。

このような背景を踏まえ、宅配物の受け取りにおける安心感を高めるため、

「置き配」された宅配物を「個人用火災総合保険」の家財に含め補償対象<sup>※2</sup>に追加します。

※1 「置き配」は、玄関先など、荷物の受取人からあらかじめ指定された場所に非対面で荷物などを届けるサービス。

※2 補償対象の事故は、ご契約の内容によって異なります。



## 方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理

### お客さまのニーズに基づく商品の開発

#### 「学生スマホ保険」の提供開始(2021年3月～)

当社の子会社で、デジタル保険商品を中心に事業展開している少額短期保険会社のMysurance株式会社では、お子さまのスマートフォン所有率の増加に伴い、SNSでの誹謗中傷などのトラブルも増えている社会課題を踏まえ、スマホを持つ学生やその保護者の方向けに、万が一のスマホトラブルに備える「学生スマホ保険」を提供しています。

画面割れなどの破損・汚損のみを補償するシンプルな「ライトプラン(月額200円)」と、破損・汚損のほか故障や水濡れ、盗難・紛失まで幅広く補償する「スタンダードプラン(月額470円)」の2プランを用意しています。どちらのプランも、SNSでの誹謗中傷や課金トラブルといった、スマホ利用上のトラブルに遭遇した際に、無料で弁護士に相談できる「スマホトラブル法律相談サービス」をセットしています。

Mysuranceは、今後も市場環境やユーザーニーズの変化を先取りした商品を開発し、学生のスマホ利用にまつわるさまざまなトラブルの防止など、社会課題の解決に積極的に取り組んでいきます。



### 事故・災害による被害の防止・軽減に向けたサービスの開発

#### 熱中症予防のための労務/熱中症管理サービス「みまもりふくろう」の販売開始(2020年7月～)

当社およびSOMPOリスクマネジメント社は、熱中症や一人作業中の労災事故など、近年深刻化している労働安全衛生上のリスクを軽減するため、ウェアラブルIoTサービス「みまもりふくろう」の販売を開始しました。

- 特徴1** 個々の体調を考慮して管理者へアラート通知  
4秒に1回の高頻度測定により、体調変化を即時把握できます。
- 特徴2** アラートの基準値はAIが自動的に設定  
使い続けることで基準値が変化し、より精度を高めます。
- 特徴3** GPS機能により位置情報やルートを把握可能  
夜間や一人作業中の異常も早期に発見し、作業員を守ります。
- 特徴4** 多彩なダッシュボード機能で現場管理を支援  
取得したデータを見える化し、より高度な現場管理を支援します。
- 特徴5** 低価格で導入しやすい  
従来の対策と比べ、高い費用対効果を得られます。

「みまもりふくろう」はリストバンド型デバイスにより就業者の脈拍と位置情報をリアルタイムに計測し、企業の労務管理と熱中症対策をサポートするウェアラブルIoTサービスです。多様化する就業環境において、就業者の体調変化をリアルタイムに把握することで、熱中症予防の「本質的な課題解決」をサポートします。

**ポイント1** 体調異常をアラートでお知らせ! 本人にもメールを自動送信!

**ポイント2** 画像を変えてわかりやすく!

**ポイント3** 危険な人から並べて表示!

## 重要事項等の説明および意向の把握

### 非対面による保険契約手続きの強化

これまでの保険契約手続きは対面を原則としており、電話等による非対面募集の対象は個人のお客さま向けの一部の保険商品や契約手続きに限定していましたが、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う特別措置として、2020年4月6日から時限的に対象となる保険商品・契約手続きを拡大しました。

このたび、新型コロナウイルス感染症拡大防止を目的とした新たな生活様式の浸透により、保険契約においても非対面・非接触での契約手続きニーズが高まっていることを踏まえ、一時的な特別措置としてではなく、恒常的に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、お客さまの多様なニーズにお応えできるようになりました。

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

### 〈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に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。



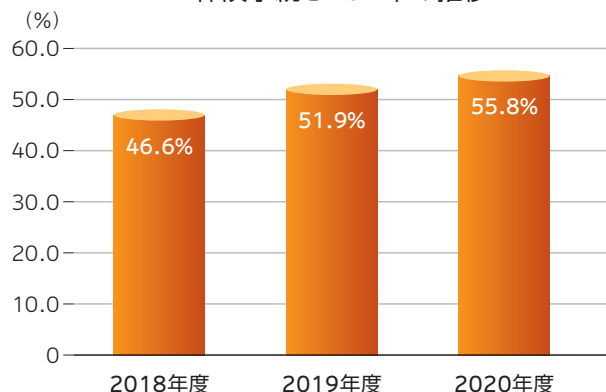
### 「保険手続きNavi」の推進

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。

保険手続きNavi率の推移



## 方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理

### 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。

### 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、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、また、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。

## 高齢者・障がい者への配慮

### 1. 保険募集マニュアルによる周知

ご高齢のお客さまには、商品・サービスなどにつき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募集方法をマニュアルに具体的に定め、適切に対応するように努めています。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、例えば、聴覚に障がいをお持ちのお客さまには保険代理店が必要に応じて筆談やコミュニケーションボード（タブレット端末等含む）の利用を行いながら手続きを進める配慮など、保険募集方法をマニュアルに具体的に定め、適切に対応するように努めています。

### 2. 社員・保険代理店への意識醸成

障がいのある方とのコミュニケーションのポイントを理解し、寄り添った対応を実施するために、公益財団法人日本ケアフィット共育機構<sup>※</sup>監修のもと「障害者差別解消法対応ハンドブック」を作成し、社員および保険代理店向けの研修に活用しています。



#### 公益財団法人日本ケアフィット共育機構

1998年に「サービス介助（ケアフィット）」の考え方を啓発する目的で発足し、1999年に特定非営利活動法人日本ケアフィットサービス協会として登録。高齢者や障がいとともに生きる方々など、すべての方が安心して暮らせる社会づくりのために「サービス介助士」、「認知症介助士」などの資格認定制度の設置や障がいの有無に関わらず共働できる場（ケアフィットファーム）の提供などの活動に取り組んでいます。2013年度に内閣総理大臣から公益認定を受けています。



公益財団法人  
日本ケアフィット共育機構  
そっと、さっと、あんしんを。

### 3. 事故対応における手話通訳サービスの開始

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、その後の事故の対応まで本サービスを拡大し、聴覚・発話障がいを持つお客さまへより利便性の高いサービスの提供を目指します。



手話通訳サービスやLINEを活用した事故対応サービスなど、あらゆる人に安心・安全をお届けするためのサービス内容を掲載した特設ページを、公式ウェブサイトで公開しています。

#### 事故対応における手話通訳サービス

<https://www.sompo-japan.jp/company/hand/pc/>



※本サービスは、2021年7月1日から開始される公共インフラ「電話リレーサービス」とは別に、当社が独自にご提供するものです。

# 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

お客さまのお役に立ち、ご満足いただくために、お客さま対応に関する判断、思考、行動の指針を「SCクレド」としてまとめています。

「SCクレド」を実践し、お客さまから高い評価を得ている社員を「クレドマイスター」として認定し、その取組みを社内に共有することで、全体の事故対応力の向上に努めています。



クレドマイスター：延べ3,452名認定（前年度より663人増）  
（2021年3月末時点）



### 「保険金が使える」と言って営業活動を行う業者に対する注意喚起チラシの同封を開始

2020年11月9日以降、当社から事故に遭われたお客さまにお送りする保険金請求書類に、日本損害保険協会作成の注意喚起チラシを同封しています。

住宅修理等に関し「保険が使える」と言って営業活動を行い、事故偽装や過大請求、高額な保険申請代行手数料を請求するなどの問題行為を行っている業者の活動が年々活発化しています。

お客さまがトラブルに巻き込まれるケースも増加しており、トラブルの内容は、「しつこい勧誘」「高額な保険金申請代行業務の手数料を請求され適切な修理ができなくなる」などが多く、お客さまに大きな被害が生じています。問題行為を行う業者によるトラブルからお客さまを保護するため、注意喚起を行い、勧誘に応じない環境の醸成に取り組んでいます。

## 保険金の迅速なお支払い

当社が2018年10月から開始した「LINEによる保険金請求サービス」では、スマートフォン上で保険金のご請求手続きができます。このたび以下のとおり新たな機能を追加しました。

### 傷害保険のチャットボットによる事故対応サービスの開始

2020年8月から、傷害保険の保険金請求で、自動応答機能(チャットボット)による事故対応サービス「SOMPOらくらくスマート請求」を開始しました。これにより、当社は、傷害保険について「24時間365日」お客さまのご都合にあわせて、最短30分で保険金の請求手続きができるサービスを提供します。

〈お客さま画面イメージ〉



〔補償内容・流れの説明〕



〔入院・通院日の登録〕



〔お支払金額の案内〕

### 床上浸水時の保険金自動算定サービスの開始

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月に開始しました。「SOMPO水災サポート」は、お客さまがスマートフォン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AIが浸水高さを判定し、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です。これにより、当社の調査担当者が訪問する必要がなくなるため、お客さまを長期間お待たせすることなく、迅速に保険金をお支払いすることが可能となりました。



〈SOMPO水災サポート利用イメージ〉



## 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

当社は、お客さまに一日でも早く保険金をお届けするという強い使命感のもと、災害対策本部を設置し、営業部門・保険金支払い部門・本社部門から社員を派遣するなど、全社員が一丸となって保険金のお支払い業務を行いました。また、保険代理店と連携し、迅速に保険金をお支払いする体制を構築しました。

#### 【令和2年7月豪雨】

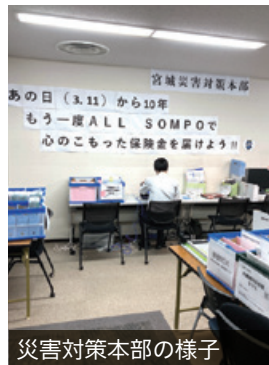
停滞した前線の影響で、暖かく非常に湿った空気が継続して流れ込み、特に九州地方、中部地方を中心に広い範囲で大雨となりました。河川氾濫の影響等で、各地で停電や断水等のライフラインへの被害や交通にも障害が発生し、住民生活に支障をきたしました。

#### 【福島県沖地震・宮城県沖地震】

2月13日、福島県沖を震源とするマグニチュード7.3の地震が発生。宮城県、福島県で最大震度6強を観測し、住宅等の建物への被害や交通への影響が発生しました。また、3月20日には宮城県沖を震源とするマグニチュード6.9の地震が発生しました。



被害確認の様子



災害対策本部の様子



災害対策本部の様子

#### 災害対応を行った社員の声

福島県沖地震で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、応援社員として建物の被害状況を確認する実地調査に携わりました。

応援期間中にも大きな余震が発生し、津波注意報が発令されるなど、お客さまも大変なご不安を抱えていたものと思います。

10年前の震災を思い出し、すぐに高台へ避難されたとお話も伺いました。さらに新型コロナウイルス感染症の影響もあり、いつも以上に安心・安全への気配りが必要な状況でしたが、お客さまから「このような状況の中来てくれてありがとう」「本当に助けられました」と感謝の言葉を多くいただき、保険会社としての使命を全うできたものと実感しました。



ビジネスデザイン戦略部  
尾方 洋之

## 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。

当社は、SOMPOホールディングスの「グループCSR※1重点課題」に基づき、さまざまな社会的課題に対し、企業としての社会的責任を果たすべく、取り組んでいます。また、「グループCSR重点課題」の取組みを通じ、SDGs※2の達成に向け取り組んでいます。

※1:「Corporate Social Responsibility」の略で企業の社会的責任と訳されます。

※2: 2015年9月の国連サミットで採択された、2030年までに世界で達成すべき17の社会的課題に対する目標です。



## 2020年度の5つの重点課題

1 防災・減災への取組み	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	13 CLIMATE ACTION	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS
2 健康・福祉への貢献	1 NO POVERTY	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	
3 地球環境問題への対応	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	13 CLIMATE ACTION	15 LIFE ON LAND	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS
4 よりよいコミュニティ・社会づくり	4 QUALITY EDUCATION	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS
5 ダイバーシティの推進・啓発	5 GENDER EQUALITY	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	10 REDUCED INEQUALITIES	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

なお、2021年度にCSR重点課題の見直しを予定しています。

## 2020年度に実施した「グループCSR重点課題」の主な取組み

### 重点課題 1 防災・減災への取組み



#### 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として、災害から自分自身・周囲の人を守るための知識や安全な行動を身につけてもらうことを目的に、「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。

2020年度は、場所を問わず楽しく学べる動画コンテンツをご用意しました。ご家庭や学校でご活用いただけるよう、ワークシート、保護者・先生向け解説資料もあわせて当社公式ウェブサイトに掲載しています。



〈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〉



参加人数：延べ72,000名以上(2021年3月末時点)

### 重点課題 2 健康・福祉への貢献



#### 食品ロス削減に寄与する費用保険の提供

本商品は、貨物保険および運送保険の特約として食品事業者向けに提供し、まだ食べられるにもかかわらず、さまざまな理由で市場価値を失った食品をフードバンクに寄贈することにより、食品ロスを削減し、寄贈にかかる費用を補償します。

当社は、本業を通じて食品ロス削減に貢献するため、フードバンクとして多数の実績を有するセカンドハーベスト・ジャパンと連携することで、食品事業者が抱える課題解決に寄与できる仕組みを構築し、提供しています。

# 方針 6 企業としての社会的責任を果たす取組み

## 2020年度に実施した「グループCSR重点課題」の主な取組み

### 重点課題 3 地球環境問題への対応



#### 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」を展開しています。2020年度は例年行われているフィールドワークの実施が困難となり、新たな試みとしてオンラインイベントの開催や動画の配信により、多くの地域市民の皆さまが生物多様性の取組みに参加す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870回以上  
参加人数：延べ46,000名以上  
(2021年3月末時点)

#### 洋上風力発電事業者向け損害保険の提供

当社は、国内の洋上風力発電事業者を対象に、発電設備の建設・工事期間中だけでなく、操業開始後の自然災害などのリスクも一括して補償する、「洋上風力発電事業者向け損害保険「ONE SOMPO WIND サービス」を開発し、提供しています。また、洋上風力発電設備をとりまく台風などの自然災害、電気的機械的事故のリスクを確率的に評価した「リスク評価モデル」を東京大学と共同で開発しました。洋上風力発電事業者のリスクマネジメントに貢献し、安定的な経営を支援することで、気候変動の緩和に貢献していきます。



出典：国立研究開発法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構 (NEDO)

### 重点課題 4 よりよいコミュニティ・社会づくり



#### 文化・芸術を通じた取組み

1976年に社会貢献の一環で開館し、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、これまで約600万人のお客さまにご来館いただきました。

2020年7月、本社ビル敷地内に建築された新たな美術館棟で、「SOMPO美術館」としてリニューアルし、さらなる文化・芸術の振興を通じて社会に貢献していきます。



〈SOMPO美術館 外観〉

#### 「SOMPO SDGs月間」の開催

2020年12月には、SOMPOグループで「SOMPO SDGs月間」を開催しました。

損保ジャパンでは、SDGsの理解・促進およびSDGsを自分事として捉えてもらうことを目的に、社員向けに「SOMPO Earth Challenge～いつもよりちょっと地球のことを考える7日間～」と題したメールマガジンの配信や社内コミュニケーションツールを活用し、取組事例の紹介などを行いました。



〈プラスチックごみを減らすため My バッグを持ち歩く社員〉

## 2020年度に実施した「グループCSR重点課題」の主な取組み

### 重点課題 5 ダイバーシティの推進・啓発



当社は、2003年からダイバーシティ&インクルージョンの推進に本格的に取り組んできました。まず、女性社員が仕事と家庭を両立しながらも働きやすく、そして働きがいのある会社の実現に向けて、制度や仕組みの構築・拡充を行ってきました。加えて、今では多様な人材の活躍支援と全社員の働き方改革の取組みを強化しています。

#### ダイバーシティ & インクルージョン学部の設立

損保ジャパン大学※に「ダイバーシティ & インクルージョン学部」を設立し、「ダイバーシティ時代のマネジメント～新しい価値の創出に不可欠なインクルーシブな組織づくりの実践～」を研究テーマにゼミナールを開講しています。全国のリーダーがゼミ生となり、多様な価値観や発想を取り入れビジネス変化に迅速・柔軟に対応する力を高め、ダイバーシティ & インクルージョンの理解浸透、意識改革に取り組んでいます。

※詳細はP.4をご覧ください。

#### 「SOMPO LIVE (オンライン型講義)」の開催

社内外からの講師を招聘し、女性活躍、障がい者活躍、LGBT 活躍などのテーマで全社員を対象に「SOMPO LIVE(オンライン型の講義)」を開催し、ダイバーシティ & インクルージョン推進の加速を図っています。アンコンシャスバイアスをテーマとしたLIVEには、約9,000名の社員が参加し、インクルージョンした組織づくりについて理解を深めました。



〈SOMPO LIVEの様子〉

当社は、経営理念である「安心・安全・健康」に資する最高品質のサービスを提供し、社会に貢献するため、5つの重点課題(P.22参照)を特定しました。

また、重点課題に取り組むにあたって、当社グループの強みを活かすアプローチ方法として3つを特定しました。さらに、新たな重点課題に即したグループCSR-KPI(重要業績評価指標)を策定したうえで、PDCAを通じた取組みを推進し、パフォーマンスの向上を目指しています。

#### 3つの重点アプローチ

- ① 金融機関やデジタル技術などを活かした革新的な商品・サービスの提供
- ② 人材育成を意識したNPO/NGOなどをはじめとするさまざまなステークホルダーとの連携
- ③ 継続的に支援し、培ってきた文化・芸術を通じた取組み

特定プロセス、CSR-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「グループCSR重点課題」をご覧ください。

<https://www.sompo-hd.com/csr/materiality/>

CSR経営の改善や向上に向けて、ステークホルダーと未来への対話を行うための重要なツールとして、社会的責任に関する取組みをまとめた公式ウェブサイトの「CSR」ページを活用した情報発信をしています。

また、SDGsの達成に向けた取組みをグループCSR重点課題ごとに簡潔に紹介する「SDGsブックレット」を発行しています。P.5をご覧ください。

公式ウェブサイトURL <https://www.sompo-hd.com/csr/communications/report/>



# 方針 7 お客様視点の業務運営の定着

## 「お客様本位の業務運営方針」の社員教育・育成

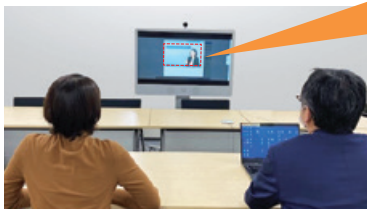
### 1. 研修の実施

- マネジメント研修や新入社員研修などの各種研修で「お客様視点で考え、行動すること」をテーマに取り上げ、その定着に向けて取り組んでいます。  
社員一人ひとりが、自らの強みを発揮しお客様のニーズに応える行動を実践できるよう、強みに着目した育成を推進しています。
- 「徹底してお客様の立場で考える」意識や行動の浸透・定着に向けて「お客様本位の業務運営方針」に関するeラーニング講座を社員向けに開講しました。

### 2. 「お客様視点」について考えるセミナーの開催

社外講師による「お客様の期待と私たちの役割・使命は何か」を学ぶオンラインセミナーを開催しました。本セミナーにより、社員一人ひとりが、自らの日常行動を振り返りお客様視点に立った具体的・積極的な行動について考える意識の醸成を図っています。

セミナー受講者：  
1,513名(2021年4月末現在)



## 社員の評価制度

### 1. 評価項目の設定

社員の人事評価制度における「行動評価」の判断基準に、徹底したお客様志向など当社の「Spirit - 未来への指針 -」（P.4参照）と連動させることで、目指すべき企業文化の実現を図っています。

### 2. 社内表彰制度

「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。  
2020年度は、83件が社長賞として表彰されました。そのうち12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

- 徹底してお客様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

## 保険代理店の教育・育成・認定制度

### 1. お客様視点による業務品質向上

- ビジネスパートナーである保険代理店が、お客様の視点に立ち、お客様から期待されるサービスを実践にご提供できるよう「お客様視点品質ガイドブック」を策定し、保険代理店のさらなる業務品質の向上を図っています。
- 地域で活躍することを目指す保険代理店向けに、お客様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。
- 代理店の各種データやお客様への提案対象リスト等を、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、スマートフォンで保険募集に必要な情報にアクセスできる「モバイル! SOMPO」などのデジタルツールを活用した代理店支援にも取り組んでいます。



お客様視点品質ガイドブック

## 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～ 静岡自動車営業部の取組み

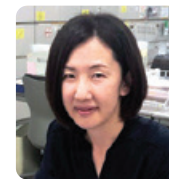
- 静岡自動車営業部では、自動車販売会社代理店の3社合併をきっかけに、「体制整備支援プログラム」を活用しました。本プログラムをとおして、代理店各社の課題を洗い出し、あるべき姿について当該代理店の経営陣と議論を重ね、新たな体制を一緒に構築していきました。当該代理店からは、体制整備作りの重要性や問題意識を持つ機会になったとの声が寄せられました。
- 同部では、保険募集人の募集および事務品質向上に向け、2021年4月から、担当する課の垣根を超え、静岡地区の自動車販売会社代理店横断の「WEB研修」を開催しています。オンラインによる研修は、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策だけでなく、距離の離れた拠点からでも同時に参加できることから、業務の標準化、平準化が可能となります。この取組みにより、業務の効率化も加速し、信頼される保険代理店として多くのお客さまから選ばれ続けることを目指します。



〈「WEB研修」実施風景〉

### 営業社員の声

今回、自動車販売会社代理店の合併を控え、保険業務体制を整えていく必要性を感じているという声をいただき、本プログラムを合併会社3社で同時に実施しました。本支援プログラムを実施の中で、各社の経営陣に現場（店舗）での実状を肌で感じていただくことで問題認識などの「気づき」の機会となり、体制整備作りの重要性を認識いただくことや、課題を洗い出しながら保険代理店として「あるべき姿」を示すことで、新会社での業務統一化に向けた体制構築に貢献できたのではないかと感じています。



静岡自動車営業部  
第一課  
伊豆川 華子

各課の代表者がアイデアを出し合い、誰が見ても飽きずに、少しでも楽しく品質向上に取り組めるよう、自動車販売会社代理店横断の「WEB研修」を企画運営しています。不備の未然防止だけでなく、募集時のお役立ち情報など、幅広い研修テーマを設定することで、代理店で保険に従事する全ての方に寄り添える工夫をしています。この「WEB研修」をとおして、お客さまの期待を超えたサービスを提供し、地域で必要とされ、選ばれる保険代理店・保険会社を目指していきます。



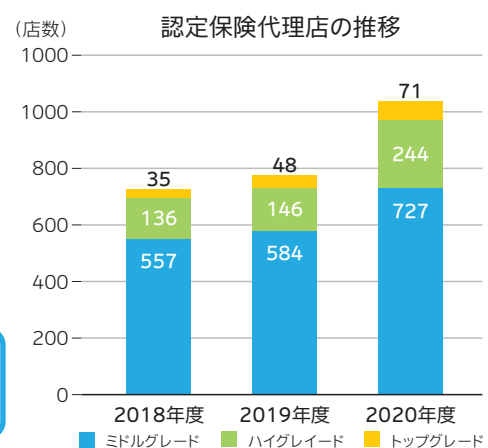
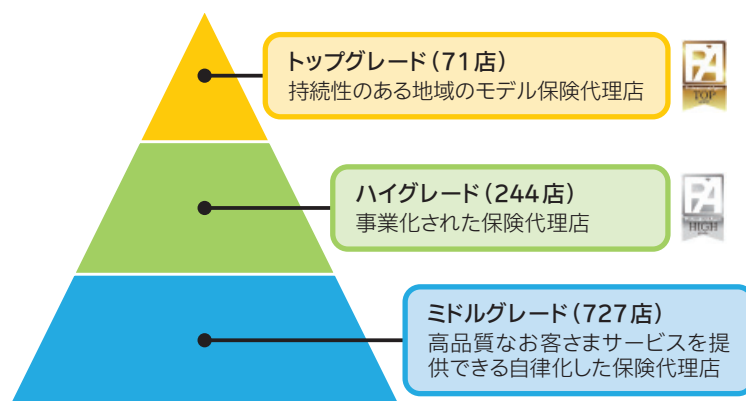
静岡自動車営業部  
第二課  
尾内 仁美

## 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。

### 【2020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) <sup>※1</sup>

### 1. お客さまアンケートNPS<sup>®</sup>※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)

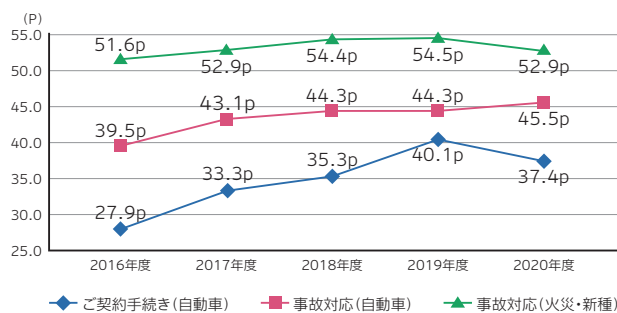
- 「保険のご説明内容」および「保険のご提案内容」への評価

指標の2020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。

### 「お客さまアンケートNPS」の推移



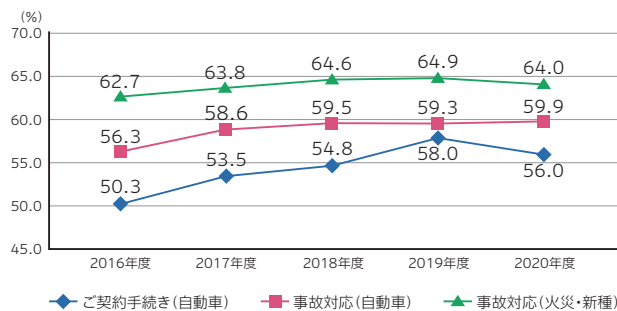
アンケート回答数 (SMS除く) 「ご契約手続き」(自動車保険) : 544,348件  
「事故対応」(自動車保険) : 202,854件  
「事故対応」(火災・新種保険) : 271,612件

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新たに開始しています。

※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 : 164,296件    SMSによる回答結果 : NPS14.3p (対前年度+0.9)

### 参考 「お客さまアンケートNPS」の推奨者の推移



※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<sup>®</sup>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. お客様アンケート(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「お客様アンケート」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。

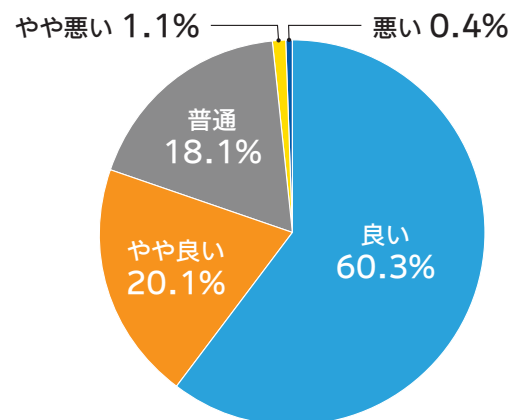
具体的な取組みは、P.16「重要事項等の説明および意向の把握」をご覧ください。

### (1) お客様アンケート(ご契約手続き)「保険のご説明内容」

※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：80.4%
- 平均値：4.39



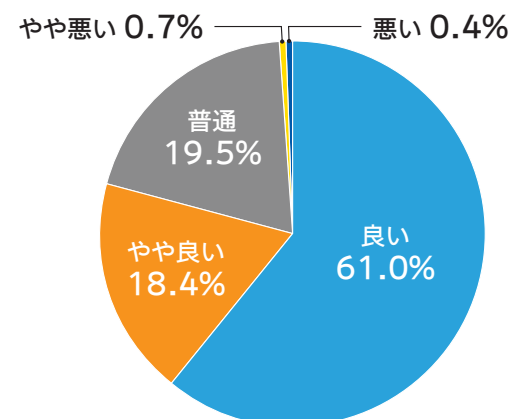
〈SMS回答結果〉「良い」「やや良い」の合計：68.3%

### (2) お客様アンケート(ご契約手続き)「保険のご提案内容」

※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：79.4%
- 平均値：4.39



〈SMS回答結果〉「良い」「やや良い」の合計：71.9%



# 〈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。



岡村前消費者庁長官(左)と二宮会長(右)

## ■ 安全運転支援サービス「スマイリングロード」の「うっかり運転検知機能」が「2020年度グッドデザイン賞」を受賞

【2020年10月】

年間101,915件\*発生している交通規則違反事故に対して、ドライブレコーダーのGPSデータと地図データを組み合わせることで、具体的な地点と結びついた指導や意識付けにより事故につながりかねない無意識な交通違反の低減を実現している点が評価されました。

※警察庁交通局「平成29年中の交通事故の発生状況」より

## ■ LGBT取組評価「PRIDE指標」における最高評価「ゴールド」を受賞

【2020年10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(以下、「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2年連続で受賞しました。この評価は、1.Policy(行動宣言)、2.Representation、(当事者コミュニティ)、3.Inspiration(啓発活動)、4.Development(人事制度・プログラム)、5.Engagement / Empowerment(社会貢献・渉外活動)の5つの評価指標で採点するものです。当社は、5項目すべてを満たし最高評価を受賞しました。



## ■ J.D. パワー「2020自動車保険事故対応満足度調査」総合満足度ランキング第1位

【2020年11月】

年に1回、自動車保険(任意保険)の契約者を対象に実施し、過去2年以内における契約先保険会社への事故連絡(保険金請求)時の対応、各種手続きや問い合わせ時の保険会社・代理店の対応実態や満足度を明らかにする調査です。当社は、同調査における総合満足度ランキングにおいて第1位を受賞するとともに、「事故受付体制」、「事故対応担当者」および「代車/レンタカーサービス」の3ファクターで最高評価となりました。



㈱J.D. パワー ジャパン 山本社長(左)と手島常務(右)

## ■ CRMベストプラクティス賞

【2020年11月】

ITを活用した顧客中心経営に向けて企業が顧客と長期的な関係を築く経営手法(CRM)で成果を上げている企業・組織・団体を表彰する賞です。2004年から毎年開催され、今回で第17回目の開催となります。当社は、「SOMPO Park※」での取組みにおいて、初めて受賞しました。なお、設立から1年目のサイトが選ばれるのは珍しいとのことでした。

※SOMPO ParkについてはP.5をご覧ください。



中村執行役員

## ■ 「令和2年度なでしこ銘柄」選定

【2021年3月】

なでしこ銘柄は、「女性活躍推進」に優れた上場企業を「中長期の企業価値向上」を重視する投資家にとって魅力ある銘柄として紹介することを通じて、企業への投資を促進し、各社の取組みを加速化していくことを狙いとしています。SOMPOホールディングスは4年連続の選定となりました。



## ■ 「健康経営銘柄2021」選定

【2021年3月】

健康経営に優れた企業として経済産業省と東京証券取引所が共同で選定する「健康経営 銘柄2021」にSOMPOホールディングスは3年連続で選定されました。「健康経営銘柄」とは、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる上場企業を選定するもので、SOMPOホールディングス、損保ジャパン、SOMPOひまわり生命の取組みが評価されました。



# 「お客さまの声白書 2021」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

新型コロナウイルス感染症の拡大という過去にない環境において、企業として大変ご苦労されたことと思います。しかし、今回の白書を拝見して、デジタル化が一層推進され、お客さまの利便性が高まったと思います。

緊急時、災害時は情報が錯そうして、普通の判断力を持った人も混乱し、脆弱な消費者になり消費者トラブルに遭遇しています。コロナ禍においても、必要な情報が必要な人に届きにくい状況にありました。行政以外の信頼できる情報発信元がどこなのかということは、平常時から知っておかなくてはならないと考えます。

その点、会員サイト「SOMPO Park」は、保険に関する情報だけでなく、防災、減災など、お客さまに役立つ情報を発信し、信頼できる発信元としてお客さまにとって有益なものとなっています。

また、改善事例として、クレジットカード以外のキャッシュレス支払いを導入したり、オンラインで手続きや問い合わせができるようにし、非対面による保険契約手続きの強化、AI、チャットボットの導入が実現されました。自宅にすることを要請され、社会全体がキャッシュレス化、デジタル化へ移行している時代に沿った対応だと思えます。

一方で、国は強力にデジタル化を推進していますが、消費者はいまだ備えが十分ではなく、情報の真偽のわかりにくいインターネット情報に混乱し、オンライン手続き等においては、デジタルサポートは不可欠です。

デジタルツールを活用するにあたって、お客さまのデジタルの適合性判断が求められる時代となっています。高齢者や障がい者への配慮はもちろん、そうではないお客さまに対しても、個別の事情を把握した上での対応を引き続きお願いいたします。

また、苦情の件数や具体的事例が示されていますが、それは、企業としてマイナスイメージになるのではなく、苦情を苦情としてしっかり受け止める体制にあることを、消費者が知る機会になります。

そして、企業の評価は消費者に接する社員一人ひとりの対応が大きく影響します。「徹底してお客さまの立場で考える」という企業風土を醸成することを企業として推進することは大変素晴らしいことですが、社員一人ひとりが、毎日の業務に反映できるかどうかがとても重要と考えます。そのための仕組みとして、「お客さま視点」について考えるセミナーの実施に加え、オンライン企業内大学「損保ジャパン大学」が設立されました。経営陣と社員が直接対話できる座談会が開催され、企業の使命を果たすために必要な学びを全社員がいつでもどこでもできるものとなっています。2021年に社員一人ひとりが「徹底してお客さまの立場で考える」ことは、企業利益に反するものではなく相乗効果があることと納得し、それぞれの業務に反映できるよう、継続、発展させ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



カスタマーセンター

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)

ウェブサイト上での  
お問い合わせ窓口



インターネットでのお問い合わせ

<https://entry.sompo-japan.dga.jp/cs/>  
画面内「フォームにすすむ」

「お問い合わせフォーム」で商品・お手続きに  
関するご相談を承っています。



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



お客さま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。

2021年6月発行

(21060369) 401622-0800