

「お客さま第一の業務運営」に関する具体的取組み

三井住友海上火災保険株式会社

「お客さま第一の業務運営」に関する主な具体的取組みは以下のとおりです。
今後も、お客さま一人ひとりを大切に、「お客さまから選ばれ支持される会社」として成長し続けるため、「お客さま第一の業務運営」をさらに推進してまいります。

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

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。

<主な具体的取組み>

(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、「品質向上→信頼→成長→さらなる品質向上」のサイクルを好循環させていくことを経営計画に掲げ、品質の向上に絶えず取り組んでいます。

(2) コーポレートメッセージに込めた社員の想い

- ・「コーポレートメッセージ」には、一人ひとりのお客さまとの接点を大切に、一つひとつの仕事を心を込めて丁寧に行っていくという、社員の想いを込めています。そして、このコーポレートメッセージをすべての社員が実践しています。

【三井住友海上・コーポレートメッセージ】

わたしたちは 一人ひとり一つひとつを 大切にします。ありがとうございます。あふれるように。

(3) 「お客さま第一の業務運営」の定着度合いを評価する指標

- ・以前より、お客さまアンケートに基づく「事故対応満足度」「会社・代理店推奨度」の数値を公表しています。

(4) 取組状況の定期的な公表

- ・「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、定期的に取り締り役会等へ報告するとともに、オフィシャルホームページ等を通じて公表します。
- ・取組状況については、定期的実施している社外の有識者（消費者代表を含む）とのミーティングに報告するとともに、社外の有識者からの助言や提言を業務改善に活かします。

方針2. お客様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様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。

<主な具体的取組み>

(1) お客様ニーズを先取りした商品・サービスの積極的な提供

・社会環境の変化や技術の進展等により、多様化するお客様ニーズを先取りした商品・サービスの提供にこれまで以上に積極的に取り組みます。

【取組例】

- ①若年者や高齢者の方、障がいのある方等、それぞれのお客様のニーズへの対応
 - ✓ 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」
 - ✓ 認知症の方が線路に立ち入って電車を止めた場合に生じる賠償責任等を補償する特約（「GKすまいの保険 グランド」にセット）
- ②日常生活の必要な時に必要な期間だけの補償の提供
 - ✓ 他人のお車を運転される方が24時間単位で加入できる「1DAY保険」
- ③地球温暖化防止に貢献する再生可能エネルギーの普及への寄与
 - ✓ 各再生可能エネルギーの発電事業者を取り巻くリスクを総合的に補償するプラン
- ④健康・医療等の社会的に関心の高い分野や自然災害・サイバー攻撃等増加するリスクへの対応
 - ✓ スマートフォン向けアプリ「スマ保」により安心と安全をサポートする機能を提供（大規模自然災害時の避難行動をサポートする「災害時ナビ」、ココロとカラダの健康づくりをサポートする「ココカラダイアリー」等）
 - ✓ サイバー攻撃の増加を踏まえた「サイバーセキュリティ総合補償プラン」
- ⑤ブロックチェーン技術の活用によるお客様の利便性向上
 - ✓ ブロックチェーン技術の活用による貨物保険証券の電子化

(2) お客様の利便性向上に向けた取組み

・商品・サービスをご利用いただく際の利便性をさらに向上させるため、スマートフォンやコンビニエンスストア端末の活用、ICT（情報通信技術）等最新技術の活用等にも取り組みます。

(3) お客様対応の改善取組み

・保険の提案から保険金のお支払いまで、お客様への一連の対応を、適切に行えるかに留意しつつ商品開発を行っています。また、新商品発売後も、お客様対応が適切に行えているかを定期的に確認しています。

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

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。

<主な具体的取組み>

(1) わかりやすい説明に向けた取組み

①パンフレット等の改善

- ・パンフレット等、商品の説明ツールについて、お客さまの見やすさを重視した改善に取り組んでいます。具体的には、図表の活用や、どなたにも読みやすい文字フォントの導入のほか、専門的な用語・表現をリスト化し、解説をつけるなどの取組みを行っています。
- ・また、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、社内の検証部門による点検を行うとともに、必要に応じ、社外の有識者にご意見を聞き、改善に活かしています。

②高齢のお客さまへの対応

- ・高齢のお客さまには、より丁寧に説明し、ご希望に応じて親族にご同席いただく取組みを行っています。なお、家族と離れて暮らす高齢のお客さま向けに、緊急時の連絡先として親族をご登録いただく「家族Eye（親族連絡先制度）」をおすすめしています。

③障がいのあるお客さまへの対応

- ・障がいの有無に関わらず、商品・サービスの内容をご理解いただけるよう、安定した声でゆっくりとはっきり区切って話す、カタカナ用語、専門用語を言い換えて説明する、筆談で丁寧に説明するなど、お客さまの状態に応じ柔軟に対話しています。また、「ご契約概要」や「商品概要」の点字対応等、障がい者に配慮したさらなる商品・サービスの改善に取り組んでいます。

(2) ご意向に沿った商品を選んでいただくための取組み

- ・お客さまのリスクに応じた特約、付帯サービスのほか、保険料のお支払方法等のご契約条件について、お客さまのご意向を確認しつつ丁寧に説明しています。
- ・お客さまのご意向・ご予算にあった最適な商品選択となっているかをご確認いただくため、保険申込書やタブレット端末等を活用してお客さまと対話をしながら、段階を追ってご契約手続きを行っています。

(3) ご契約後もご安心いただくための取組み

①ご契約後の利便性の向上

- ・パソコンやスマートフォンで、ご契約内容・自動車事故の対応状況・代理店の連絡先等のご確認や、お引越し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。

②ご契約の更改を十分にご検討いただくための取組み

- ・「満期のご案内」に「重要事項のご説明」を同封してお届けするなど、満期までの間にお客さまに時間的余裕をもって更改内容をご検討いただけるよう取り組んでいます。また、お電話等により「満期のご案内」の到着やご契約条件の変更有無の確認、今後のお手続きの進め方等を連絡しています。

方針4. 代理店が行う業務の品質向上に取り組みます

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みます。

<主な具体的取組み>

(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することとしています。

(2) 代理店への教育・指導・サポート

①保険商品に関する基本知識習得のための取組み

- ・お客さまを取り巻く様々なリスクや、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等を行っています。

②お客さまをサポートするためのノウハウ向上の取組み

- ・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と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、研修等を通じ、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目にお知らせするなど、お客さまにとって特に重要な活動が確実に行われるよう、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み

- ・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、保険に関する法令や税務等、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。

(3) 代理店への適切な動機づけ

- ・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み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。
- ・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。

※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」

方針5. 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。

<主な具体的取組み>

(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ご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等の結果、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等を行っています。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確認しています。

(2) 広域災害における迅速・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保険金お支払センターと受付センターの要員体制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、お客さまの生活の再建に貢献しています。
- ・さらに、首都直下地震や南海トラフ巨大地震等の大規模広域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広域災害支援システムの強化・開発を進めています。

(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様々なニーズに応えるため、新たな技術を活用したサービスを展開しています。当社は今後も積極的にお客さまの期待に応えるサービスの開発に取り組みます。
 - ✓ 事故の受付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全てがお客さまのモバイル端末で完結するサービス
 - ✓ スマートフォン向けアプリ「スマ保」や公式HP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
 - ✓ コミュニケーションアプリ「LINE」を使って当社に事故発生をご連絡いただけるサービス
 - ✓ スマートフォンのビデオチャットを活用した事故対応
 - ✓ 電話通訳サービスを活用した「3者間通話」サービス

(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事故時「まごごろ訪問サービス」など、お客さまの状態に応じたサービスを行っており、今後もお客さまの障がい等に配慮した取組みを進めます。

(5) お客さまに適切に保険金をお支払いするための対応

①システムによる保険金支払漏れの防止

- ・保険金支払システムに支払漏れ防止機能を搭載し、事故内容と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。

②独立した組織による検証

- ・保険金支払部門から独立した品質管理部門が、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。

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

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。

<主な具体的取組み>

(1) 損害保険の特性を踏まえた資産運用

- ・万が一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、債券・株式等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適切に管理を行います。

(2) 安全・確実な運用

- ・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。

方針7. 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。

<主な具体的取組み>

(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など、適切な管理態勢の維持に取り組んでいます。

(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。

方針 8. 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。

<主な具体的取組み>

(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（人工知能）等のICT（情報通信技術）も活用して、今後も改善に取り組みます。

【お客様の声をもとにした業務改善事例】

お客様の声	対応
自分自身に何かあった場合は不安なため、遠方に住む子供を緊急連絡先として登録することはできないか。	お客様が、その保険契約に関する緊急連絡先として親族（1名）をご登録いただける「家族Eye（親族連絡先制度）」を創設しました。満期案内等の郵送物が宛先不明で返送され、お客様と連絡が取れない場合にも、当社または代理店からご登録の親族の方に連絡します。
事故や災害発生時に、LINEから事故の連絡ができるようにしてほしい。	「お客様Webサービス」にご登録済みのお客様には、LINEからご契約内容のご確認や事故のご連絡をいただけるようにしました。

(2) 幅広くお客様の声を伺う取組み

- ・全国の営業・損害サポート拠点に加えて「お客様デスク」「保険金支払相談デスク」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聞きし、商品・サービスの改善に取り組んでいます。
- ・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み

- ・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

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

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。

<主な具体的取組み>

(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、継続的に経営陣によるメッセージを発信しています。

(2) 企業文化の定着に向けた取組み

①研修等を活用した「お客さま第一」の価値観の浸透

- ・様々な教育・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」と定めて職場ミーティングを実施しています。職場ミーティングでは、「品質向上→信頼→成長→さらなる品質向上」の認識を共有し、「お客さま第一」の重要性について理解を深めるための取組みを実施しています。

さらに、「品質向上推進月間」を年数回設けるなど「お客さま第一」の意識づけの機会を増やすことにより、全社員が品質向上の意識を高めるための取組みも行っています。

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など、「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。