

「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

(2018年度版)

2017年6月に策定・公表いたしました、「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく主な取組状況を
P. 2以降のとおり公表いたします。

今後も、年度ごとに取組状況を総括・検証のうえ、当社オフィシャルホームページで公表してまいります。

目次

方針 1	「お客様の安心と満足」を提供する責任を果たします	2
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	4
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	7
方針 4	代理店が行う業務の品質向上に取り組みます	9
方針 5	お客様に寄り添った事故対応を実践します	11
方針 6	お客様からお預かりした保険料を安全・確実に運用します	13
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	14
方針 8	お客様の声に真摯に耳を傾け、改善に活かします	15
方針 9	社員一人ひとりが「お客様第一」の価値観をもって行動します	16

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。

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「Vision2021※」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・進化に取り組んでいます。

※ 2018年度から2021年度までの新たな中期経営計画

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ました。
- 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」、およびこれらを支える社員の意識を測る「社員意識調査」を評価指標としました。
- これらの2017年度末実績値は、以下のとおりです。

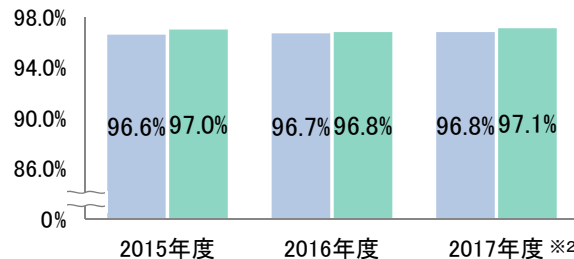
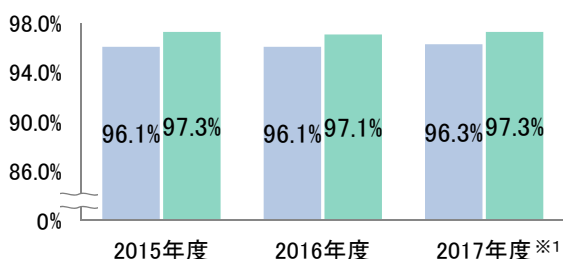
(1) 総合指標

- お客さまアンケート／お客さま満足度（2018年4月新設の設問であるため、2018年4月～6月の指標を7月に公表予定）



(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、上位2段階の回答割合



■ 自動車保険のご契約者さま ■ うち高齢者(70歳以上)

■ 火災・傷害保険等のご契約者さま ■ うち高齢者(70歳以上)

※1 2017年度実施概要

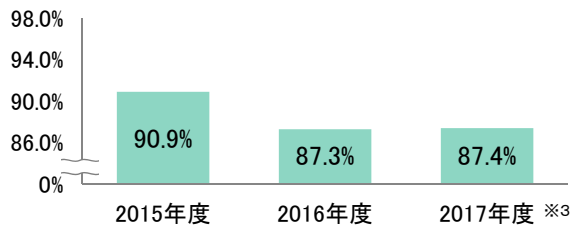
アンケート送付件数	約54万件
回答件数	約7万件
うち高齢者	約1.7万件

※2 2017年度実施概要

アンケート送付件数	約77万件
回答件数	約11万件
うち高齢者	約2.6万件

● お客さまアンケート／代理店推奨度

* 4段階の回答選択肢のうち、上位2段階の回答割合



※3 2017年度実施概要

調査対象契約者数	約676万件
回答件数	約17万件

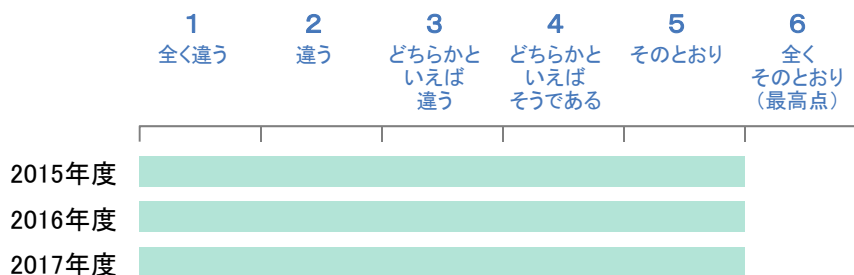
● お客さまの声に基づく改善件数

- 2017年度にお客さまの声に基づき改善を実施した件数は、108件です。
- また、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
「GK すまいの保険」パンフレットの水ぬれ事故のイラストが、補償対象外である雨漏りのように見えるため、誤認しないように改善してほしい。	イラストを修正しました。
@シリーズ※の契約手続中、「重要事項のご説明」がPDF形式で別ウィンドウに立ち上がるため、元の画面に戻る方法がわからない。 ※ インターネット上で申込手続が完結する保険	契約手続と同一ウィンドウ内で「重要事項のご説明」を表示するように改修しました。
事故対応を手話でやり取りできるようにしてほしい。 	お客さまやお相手の方が手話でのコミュニケーションを希望される場合に、手話通訳オペレータを介してやり取りできるサービスを導入しました。
自動車保険の証券再発行をいつでも手続できるようにしてほしい。	音声認識技術を活用した「証券再発行自動受付サービス」を開設し、24時間365日電話受付が可能となり、お客さまの利便性が向上しました。
払込票の裏面に「10万円を超える場合、郵便局の窓口では本人確認書類が必要なこと」の記載があるが、高齢者は見落とすこともあるため表記を見やすくしてほしい。	詳細説明の表記を見やすくなるように修正しました。

● 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



- なお、上記のほか、お客さまにとってわかりやすい情報提供を行う趣旨から、P. 4以降の方針ごとに「実施している主な取組」の実践状況を確認できる実績値を公表してまいります。

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。

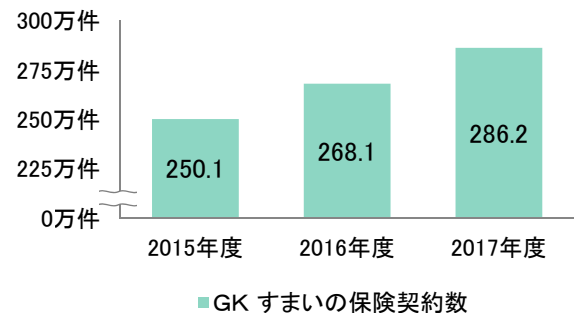
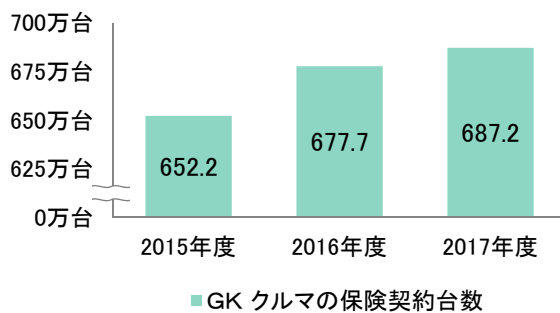
実施している主な取組

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

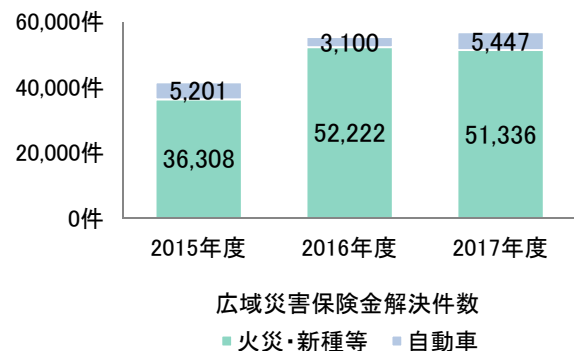
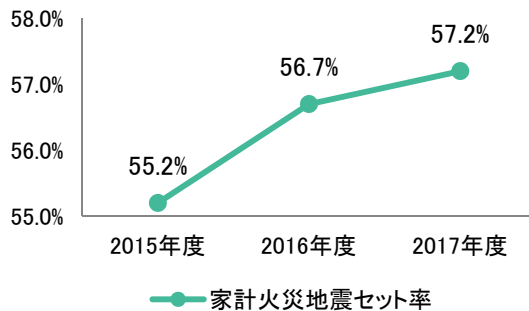
- 社会環境の変化や技術の進展等により、多様化するお客様ニーズを先取りした商品・サービスの提供に積極的に取り組んでいます。

(1) お客様のリスクに備え、生活を支える商品・サービスの提供

- お客様一人ひとりのニーズにあわせて充実した補償をご提供する、個人のお客様向け主力商品「GK(ジーケー)」シリーズ



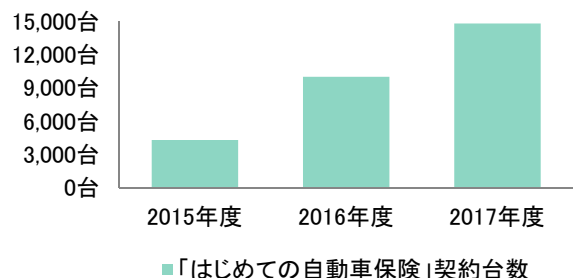
【ご参考】火災保険ご契約の個人のお客様の半数以上に、地震保険をセットいただいています。また、広域災害における保険金のお支払件数(解決件数)は以下のとおりであり、お客様のリスクへの備えとしてお役に立てるよう取り組んでいます。



(2) 若年者や高齢者の方、障がいのある方、介護の必要な方等、それぞれのお客様のニーズへの対応

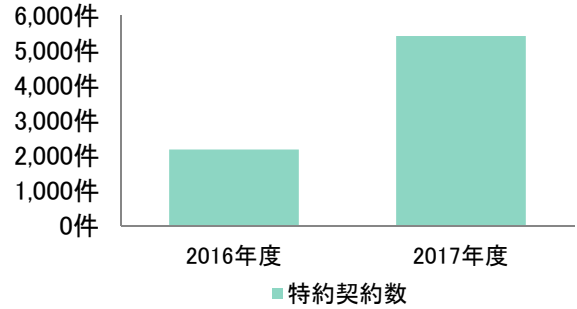
- 初めてお車を保有される方にお求めやすい保険料の「はじめての自動車保険」

2015年10月の発売以降、多くのお客様にご支持いただき、2017年度末の契約台数は、約1.5万台となりました。



- 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）

2017年1月の発売以降、多くのお客さまにご支持いただき、2017年度末の特約契約数は5千件を超えました。



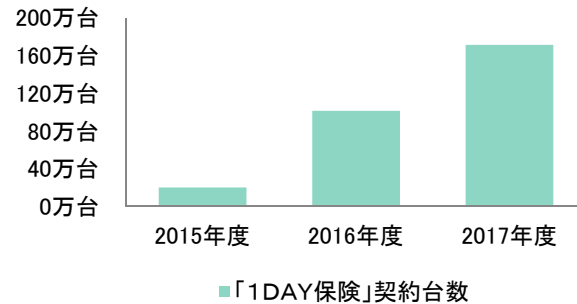
- 最先端技術の活用により、安全運転をサポートし運転状況を見守るサービスを実現した「GK 見守るクルマの保険」【2018年1月発売】
- 介護休業を取得した際に減少する所得の一部を補償する「親の介護による休業補償特約」【2017年10月発売】

(3) 日常生活の必要な時に必要な期間だけの補償の提供（オンデマンド型保険の開発）

- 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」）

クルマを持たない若年者に多くご支持いただき、2017年度末には累計300万件にせまるご契約をいただいています。

- レジャーに行くとき等に、24時間単位で加入できる傷害保険（「1DAYレジャー保険」）【2018年4月発売】



(4) 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

- 再生可能エネルギーの発電事業者に事業を取り巻くリスクを総合的に補償するプランを提供

(5) 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

- 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」や、大規模自然災害時の避難行動をサポートする「スマ保災害時ナビ」等、安心と安全をサポートするスマートフォン向けアプリを提供。
- 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」
- グループ会社（MS & ADインターリスク総研(株)）による企業向け健康経営支援サービスの提供、健康増進に繋がる健康・医療サービスおよび新商品の開発



ココカラダイアリー



スマ保災害時ナビ

(6) ブロックチェーン技術の活用によるお客さまの利便性向上

- 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を検討

2. お客様の利便性向上に向けた取組

- 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)等最新技術の活用にも取り組んでいます。

3. お客様対応の改善取組

- 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。

新たな取組

- 社会環境やテクノロジーの変化を踏まえ、自動運転やテレマティクス等を活用した商品・サービスの研究・開発を強化していきます。
- 技術の進展に伴う新しいリスクに対応する保険商品を迅速に開発するため、自動運転に対応する商品(サイバー、PLリスク等を含む)について、社内組織横断の「自動運転検討会」を発足させるなど、研究・開発体制を強化していきます。
- AIの機能によって、お客様にデジタルな体験を提供するとともに、お客様ごとにパーソナライズしたサービスの提供を検討していきます。

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。

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

(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。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、ご要望があった際に、「点字による保険加入内容」に加え、「点字による商品概要(自動車、火災、傷害)」を提供するなど、障がいのあるお客さま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。

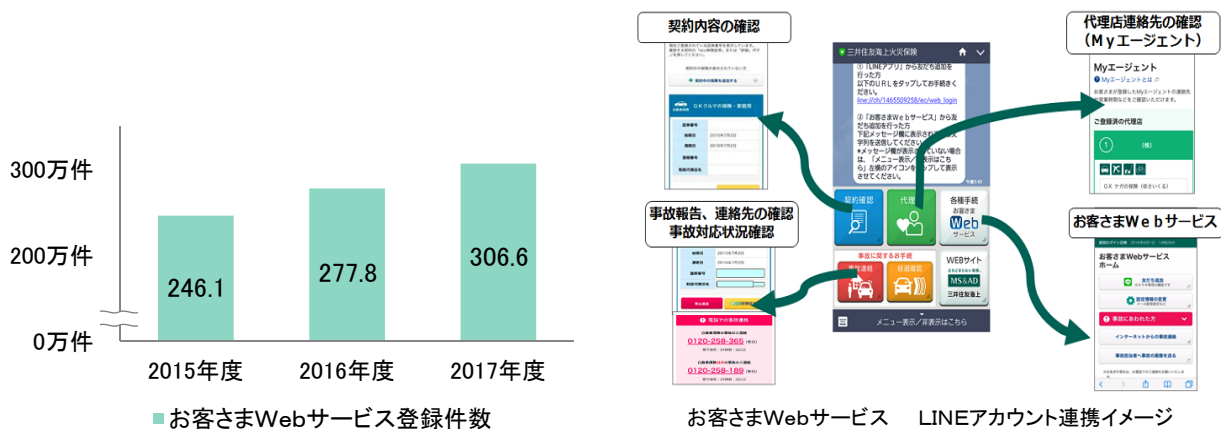
2. ご意向に沿った商品を選んでいただくための取組

- 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しながら、段階を追ってご契約手続を行います。

3. ご契約後もご安心いただくための取組

(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。2017年度末現在、300万人を超えるお客さまにご登録いただいています。



(2) ご契約の更改を十分にご検討いただくための取組

- 「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、今後のお手続の進め方等を連絡しています。

新たな取組

- 商品改定において、販売ツールや機械帳票のわかりやすさ向上を図るとともに、データを活用した自動車保険の更改おすすめ等、新しい価値をお客さまに提供していきます。
- 今後も損害保険商品の「わかりやすさ」と「正確さ」を両立させていくため、現在の消費者アドバイザーの活用に加えて、新たな外部機関を含めた多面的な検証を通じた課題抽出を行うことを検討していきます。

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。

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。

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

- 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。

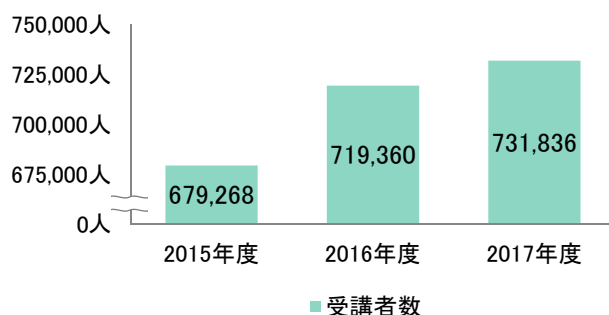
(2) お客さまをサポートするためのノウハウ向上の取組

- 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期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。

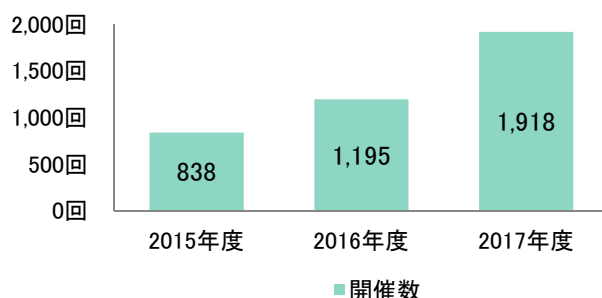
(3) 幅広いニーズにお応えするための取組

- 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。

【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



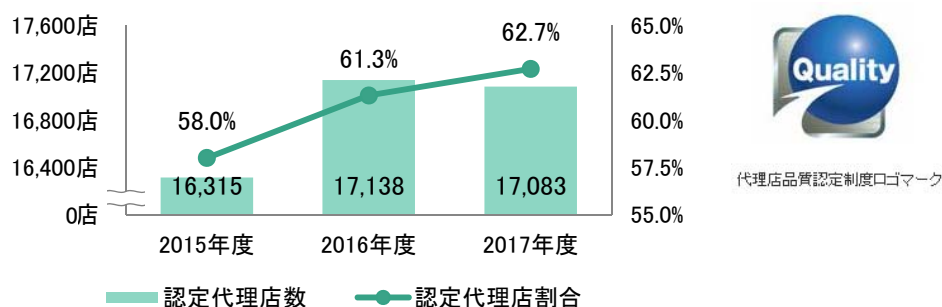
3. 代理店への適切な動機づけ

(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。

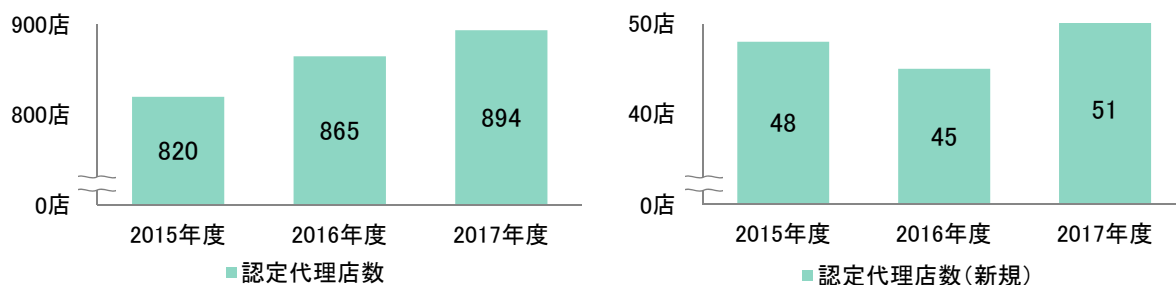
※ Qマーク:より高いレベルの代理店募集品質を実現するための当社独自の「代理店品質認定制度」

【Qマーク認定代理店数・認定代理店割合】



(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。



新たな取組

- 代理店に新たに委託する際には漏れなく研修を実施するなど、研修の改善と充実を通じて、代理店の品質向上を促していきます。あわせて、それら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きます。

方針5. お客様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様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、お客様第一の「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. お客様にご安心いただける丁寧かつタイムリーな説明

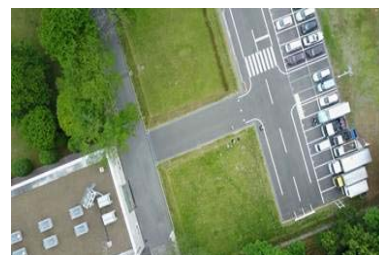
- 事故に遭われたお客様や事故のお相手の方に、十分ご理解とご納得いただけるよう、お支払いする保険金の金額、内訳および金額算定に至った理由について、わかりやすく説明しています。
- 損害調査や事実確認等の結果、保険金のお支払いができない場合には、お支払いできない判断に至った理由および当社の判断に不服がある場合の対応方法をわかりやすく説明しています。
- 事故の受付から保険金のお支払いまでの一連の業務を適切に管理し、お客様に対して、事故対応の進捗に応じてタイムリーな経過の報告や確認等を行っています。また、事故のお相手の方にも定期的に連絡を行い、治療状況等の経過を確認しています。

2. 広域災害における迅速・丁寧なお客さま対応

- お客様の生活の早期再建に貢献するため、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体制や運営体制を強化して、迅速に保険金をお支払いしています。
- さらに、首都直下地震や南海トラフ巨大地震、荒川氾濫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。
- 具体的取組は、以下のとおりです。
 - 広域災害発生時の迅速・丁寧な事故対応に向けた事前準備として、広域災害対策室の設置演習【2017年7月】
 - 大規模広域災害への迅速な対応のため、早期動員体制の整備【2017年7月】
 - 冬期の降雪影響により迅速なお客さま対応に支障が生じる損害サポート部に対する、全国での事案対応支援等、迅速なお客さま対応体制の強化【2017年12月】
 - 速やかな損害調査のため、地図情報等を活用した「立会管理システム」の稼働【2017年12月】
 - 首都直下地震における保険金支払いのマニュアル策定による万全なお客さま対応体制の構築【2018年4月】

3. 多様なお客様ニーズに応える事故対応

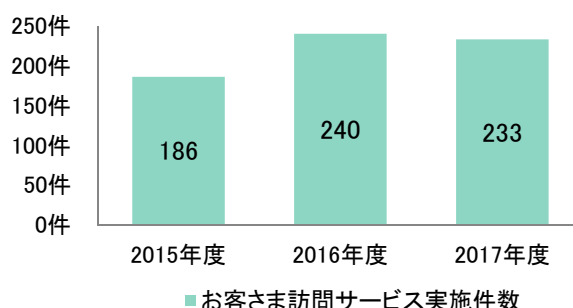
- 事故に遭われたお客様のさまざまなニーズに応えるため、積極的に新たな技術を活用したサービスを開発・展開しています。
 - 事故の受付から保険金のご請求、経過のご確認、保険金のお受取りまでの全てがお客様のモバイル端末で完結するサービス
 - スマートフォン向けアプリ「スマ保」や公式HPを通じ、お客様から当社へ事故発生時の動画や損害物の画像を送信できるサービス
 - コミュニケーションアプリ「LINE」を使って当社に事故発生をご連絡いただけるサービス
 - スマートフォンのビデオチャットを活用した事故対応
 - ドローンやEDR(事故発生直前のデータを抽出・解析する機器)を活用した損害調査【2018年3月】
 - 外国語を話すお客様向けの電話通訳「三者間通話」サービス



ドローン撮影画像のイメージ

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。
- 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
- 聴覚に障がいのあるお客さまに対する事故受付センターおよび全国の保険金お支払センターの「手話通訳サービス」【2018年2月】
- 高齢のお客さま、障がいのあるお客さまに対する「お客さま訪問サービス」



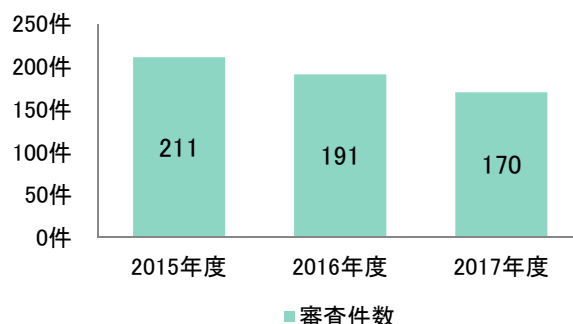
5. お客さまに適切に保険金をお支払いするための対応

(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

- 2019年度に保険金支払部門の基幹システムをリニューアルし、ペーパーレスによる事故対応やモバイル端末での保険金請求手続の完結等、お客さま利便性の飛躍的な向上を図っていきます。
- 首都直下地震や南海トラフ巨大地震、荒川氾濫等の大規模広域災害発生時の万全なお客さま対応の実現に向けて、保険金支払部門以外に在籍する支援候補社員の教育、迅速な損害確認に向けたシステム開発等、全社的な対応体制の整備を進めていきます。

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。

実施している主な取組

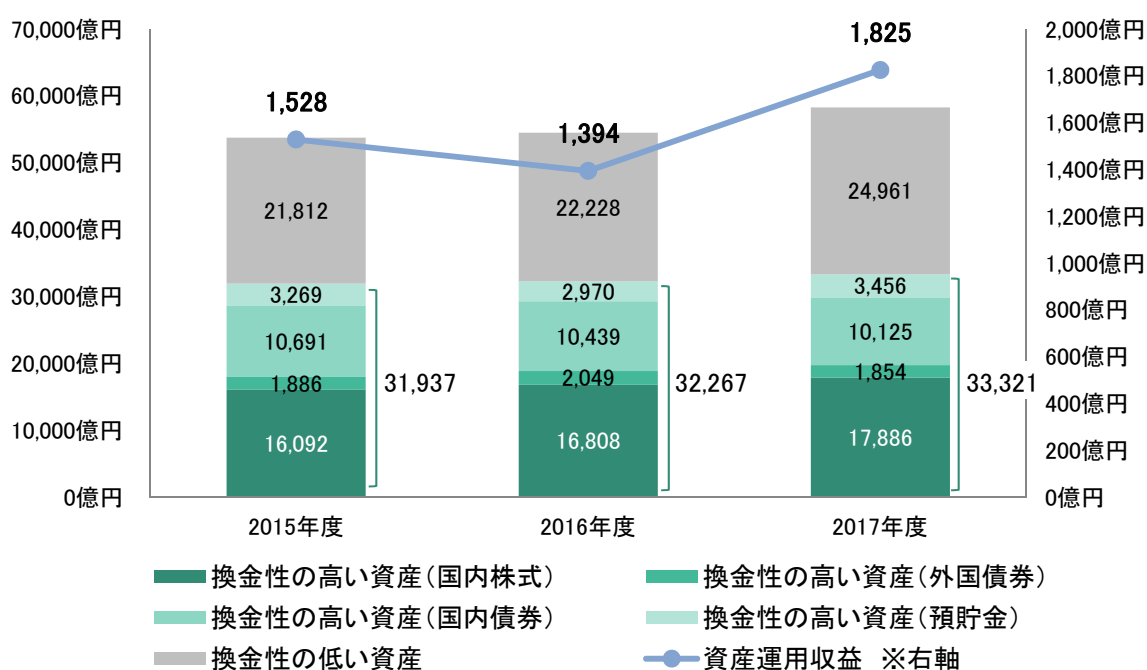
1. 「お客さま」が事業活動の基点

- 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、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。

【一般勘定運用資産の構成割合と資産運用収益】



新たな取組

- 新たな中期経営計画における資産運用戦略で「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目指す」としており、外国債券投資を中心に投資を拡大するための態勢強化を含めた具体策の検討を進めています。
- 社会の信頼に応えるためESG投資※を進展させ、投資手法やプロセスの深化を図っていきます。

※ 環境(Environment)、社会(Social)、企業統治(Governance)に配慮している企業を重視・選別して行う投資

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。

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など、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)

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。

実施している主な取組

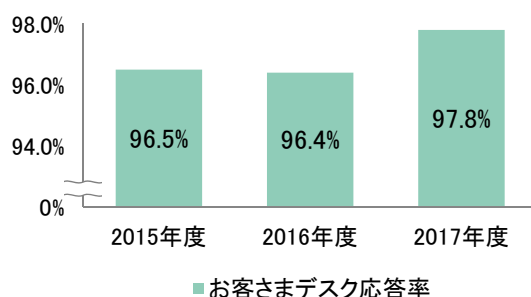
1. お客様の声一つひとつにお応えするために

- 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(人工知能)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。
- 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する取組を2017年度から新たに開始しました。【2017年10月】

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聞きし、商品・サービスの改善に取り組んでいます。
- お客様の声を確実に聞き取るため、応答率※を高水準で維持できるよう取り組んでいます。

※ 応答率: 着信した電話に対して応答できた割合



お客様デスクのイメージ

- 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

新たな取組

- お客様の当社に対するご意見を幅広く聞き取るため、お客様アンケートの設問を大幅に見直したことを受け、今後、これらの回答の分析を進め、お客様への商品・サービスの改善に一層努めていきます。※

※ 2018年4月から、お客様とのさまざまな接点に関する満足度を測る設問を追加(アンケートの対象を自動車保険、火災保険のご契約者さまに加え、傷害保険等のご契約者さまへも拡大予定)

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。

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、継続的に経営陣によるメッセージを発信しています。
- 2017年度は「お客さま第一の業務運営に関する方針」の策定・公表を受け、社内衛星放送で役員メッセージを発信するとともに、社内報に社長メッセージを掲載しました。

2. 企業文化の定着に向けた取組

(1) 研修等を活用した「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を実施しています。2017年度は「お客さま第一の業務運営に関する方針」をテーマとして、方針への理解を深めるとともに新たな課題認識の共有を行いました。
- 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きました。

新たな取組

- 新たな中期経営計画では、「中長期にわたるお客さまの信頼獲得」の重要性を改めて掲げるとともに、あらゆるお客さま接点の品質向上に取り組むことを明確にしました。中期経営計画の浸透を図ることにより、「お客さま第一」の企業文化の一層の定着に努めていきます。
- 2018年度より、「お客さま第一の業務運営に関する方針」の意識をさらに高めていくため、目標管理制度における全社員共通の行動目標(行動基準)に、「お客さま第一」を設定することとしました。
- 今後、同基準を人事評価の基準とし、かつ能力開発体系も同基準を軸に再構築することで、中長期的な視点で、継続的に「お客さま第一」の意識を高めていきます。

以上