

「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

(2019年度版)

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

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

＜本方針の定着度合いを評価する指標＞

1. 当社取組を総体として評価をいただく「お客さま満足度」を総合指標とします。
2. お客さまと接点の多い「代理店」「事故対応」におけるお客さま評価や「お客さまの声に基づく改善件数」、「社員の意識」を測る指標を評価指標とします。

- ・方針1(P.2～3)に、上記の評価指標をまとめて掲載しています。
- ・お客さまにわかりやすい有益な情報を提供していく趣旨から、「主力商品の販売状況」や「代理店の教育状況」、「お客さまデスクの電話応答率」などの実績値も方針2以降(P.4～)に掲載しています。

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	P2
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	P4
方針 3	ご契約へのご理解・ご納得を得られる説明に努めます	P7
方針 4	代理店が行う業務の品質向上に取り組みます	P9
方針 5	お客様に寄り添った事故対応を実践します	P11
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	P13
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	P14
方針 8	お客様の声に真摯に耳を傾け、改善に活かします	P15
方針 9	社員一人ひとりが「お客様第一」の価値観をもって行動します	P16

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「Vision 2021※」に、お客さまから選ばれ続ける保険会社をめざし、「中長期にわたるお客さまの信頼を獲得する活動」および「あらゆるお客さま接点の品質向上」を掲げ、お客さま第一の業務運営の定着・深化に取り組んでいます。

※ 2018年度から2021年度までの中期経営計画

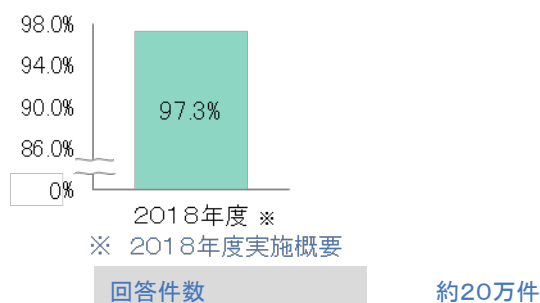
2.「お客さま第一の業務運営」の定着度合いを評価する指標

- お客さまに当社取組を総体として評価いただく「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2018年度末実績値は、以下のとおりです。

(1) 総合指標

- お客さまアンケート／お客さま満足度
(2018年4月新設)

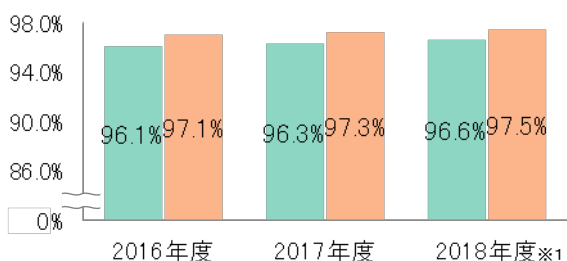
* 4段階の回答選択肢のうち、上位2段階の回答割合



(2) 評価指標

- お客さまアンケート／事故対応満足度

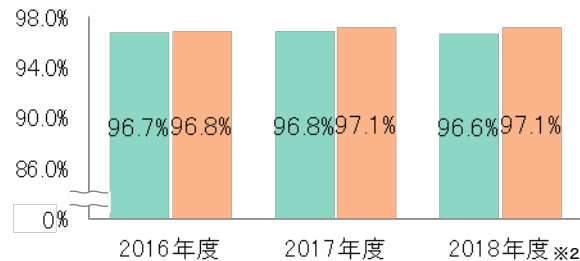
* 4段階の回答選択肢のうち、上位2段階の回答割合



■ 自動車保険のご契約者さま ■ うち高齢者(70歳以上)

※1 2018年度実施概要

アンケート送付件数	約59万件
回答件数	約8万件
うち高齢者	約1.9万件

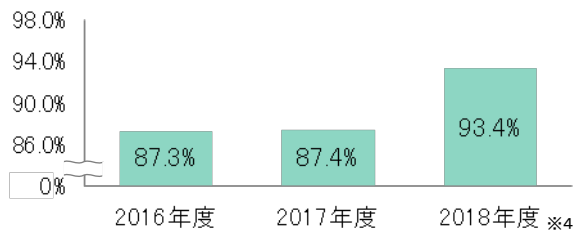


■ 火災・傷害保険等のご契約者さま ■ うち高齢者(70歳以上)

※2 2018年度実施概要

アンケート送付件数	約51万件
回答件数	約14万件
うち高齢者	約4.2万件

● お客さまアンケート／代理店推奨度※3 * 4段階の回答選択肢のうち、上位2段階の回答割合







※4 2018年度実施概要

調査対象契約者数	約695万件
回答件数	約20万件

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

● お客さまの声に基づく改善件数

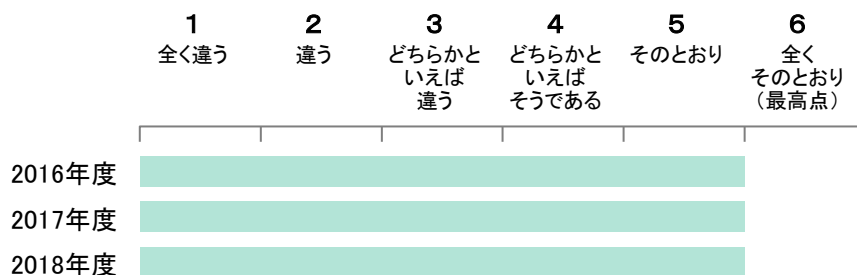
- 2018年度にお客さまの声に基づき改善を実施した件数は、90件です。
- また、主な改善事例は以下のとおりです。

お客さまの声	改善結果
<p>ドライブレコーダーを貸出する自動車保険を発売してほしい。</p> 	<p>従来のスマホ型よりも高度・的確な事故対応サービスの提供などを行う「GK 見守るクルマの保険(ドラレコ型)」を発売しました。</p>
<p>私だけしか車に乗らないので、運転者「本人限定」の特約を新設してほしい。</p>	<p>運転者限定特約に、「本人限定」の区分を新設しました。</p> 
<p>お客さまデスクのオペレーターにつながるまでの自動音声応答ガイダンスが長い。</p> 	<p>スマートフォンで、オフィシャルホームページのお客さまデスクの電話番号をタップすると、利用目的に応じたガイダンスの画面から担当窓口へ接続できるサービスを開始しました。</p>
<p>平日9時～17時は働いているため、ネット手続きに関して聞きたいことがあっても、なかなか問い合わせができない。</p>	<p>「1DAY保険」、「ネットde保険@とらべる」、「お客さまWebサービス」のお問い合わせについて、24時間365日対応可能なチャットボットでの照会応答サービスを開始しました。</p>
<p>保険金請求書の文字が小さい、記入スペースが狭い、分かりにくい。</p> 	<p>自動車保険金請求書を「見やすく、分かりやすく、書きやすく」刷新し、「実利用者ユニバーサルデザイン」認証※を取得しました。</p>

※ わかりやすさの向上を目的に、実際に利用するお客さまへ行動観察調査を実施し、その結果、得られた課題を適切に改善していくことで与えられる認証

● 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

企業活動を通じて社会との共通価値の創造(CSV※)に取り組むことで、お客様に安心と安全を提供し、活力ある社会の発展と地球の健やかな未来を支えることで当社は成長していきます。

※「Creating Shared Value」:企業が存在する基盤である社会に価値をもたらすことで、企業自身も経済的価値(収益)を生み出し、それによりさらに社会に価値をもたらすという「社会と企業の双方向で持続性」のある活動をめざすもの

1. 社会との共通価値の創造(CSV)取組

(1) 新しいリスクに対処する

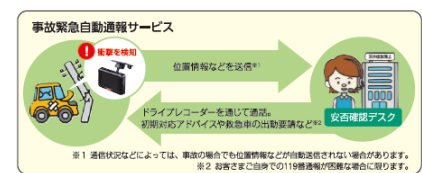
技術進展に伴い出現するリスク、および多様化するライフスタイルに対応するための商品・サービスの開発・提供を進めています。

- サイバーリスクに対応するサーバー脆弱性対策サービスを提供しました。【2018年12月】
- 「シェアワーカーのもしもに備えるシェアって安心プラン」を発売しました。【2019年3月】

(2) 事故のない快適なモビリティ社会を作る

事故防止や安全運転に資する商品・サービスの開発・提供を進めています。

- テレマティクス技術の活用により、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(ドラレコ型)」を発売しました。【2019年1月】
- グループ会社(MS&ADインターリスク総研)と提携し、全国の市区ごとにまとめた「事故多発マップ」を提供しています。



「GK 見守るクルマの保険(ドラレコ型)」
事故緊急自動通報サービス

自動運転対応型商品の研究・開発を進めています。

- 自動運転に起因する事故などの不安を解消する「不正アクセス・車両の欠陥等による事故の被害者救済費用特約」を提供しています。
- 福島第一原発構内での自動運転EVバス実用化におけるリスクマネジメントなどへの取組を開始しました。【2018年4月】
- 後続車無人システムを用いたトラック隊列走行向けの自動車保険を発売しました。【2019年1月】

(3) レジリエントなまちづくりに取り組む

- 自治体と提携し、地場産業の振興や県民の安全向上(BCP策定、防災・減災)に貢献しています。
- オフィシャルホームページで防災・減災に関する2つのコンテンツ「知ろう・備えよう災害対策」「緊急実践知恵袋」を提供しています。



緊急実践知恵袋

(4) 「元気で長生き」を支える

企業の健康経営を支援する商品・サービスを提供しています。

- 「健康経営優良法人」認定企業などへの「ビジネスJネクスト」の割引制度を導入しました。【2018年4月】

ヘルスケアサービスと保険を融合した健康経営支援型商品の発売に向けた準備を進めています。

- 東京大学センター・オブ・イノベーション(COI)開発のAIによる健康リスク予測モデルを搭載した健康管理アプリの活用により企業の健康経営を支援する「健康経営支援保険」を開発しています。【2020年3月発売予定】

(5) 気候変動の緩和と適応に貢献する

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

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」など、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しています。

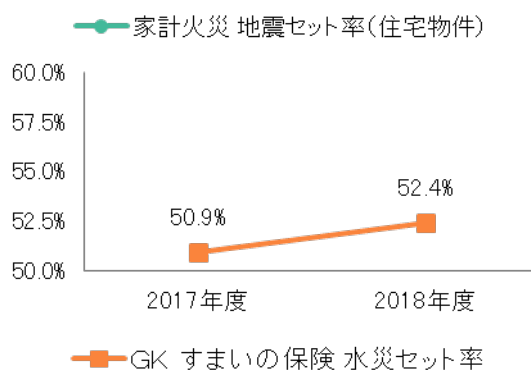
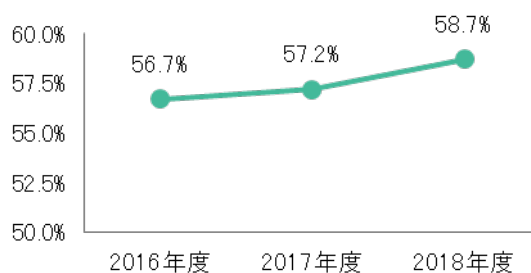
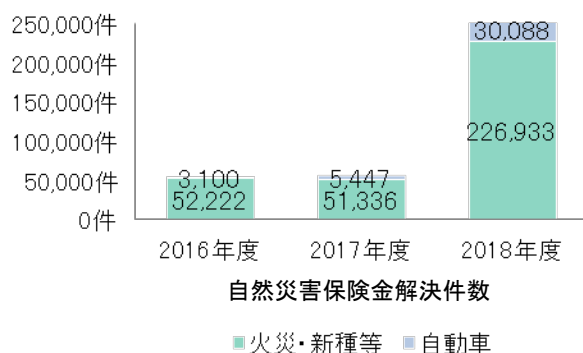
自然災害の頻発を踏まえ、お客さまの防災意識の向上と自然災害に関する補償の充実をはかるため、「水災・地震への備え提案運動」に取り組んでいます。



スマ保災害時ナビ

【ご参考】

- 住宅物件の火災保険ご契約のお客さまの半数以上に地震保険を、GK すまいの保険ご契約のお客さまの半数以上に水災補償をセットしていただいています。
- また、自然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、今後ともお客さまのリスクへの備えとしてお役に立てるよう、取り組んでいます。



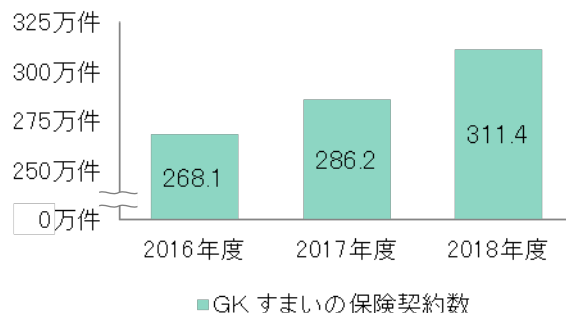
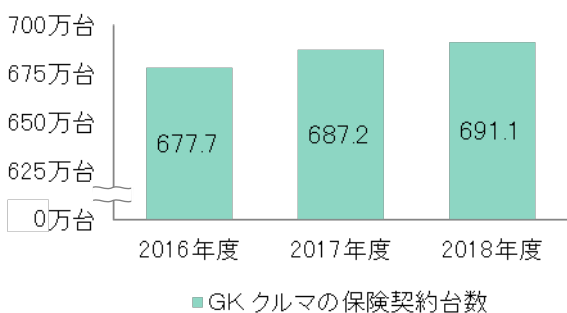
(6) 「誰一人取り残さない」を支援する

- 大阪府との包括連携協定において、里親向け保険制度を構築しました。【2018年4月】
- 認知症の方が加害者となる事故の被害者救済制度を神戸市と構築しました。【2018年12月】

2. 多様化するお客さまニーズを先取りした商品・サービスの提供

(1) お客さまのリスクに備え、生活を支える商品・サービスの提供

- お客さま一人ひとりのニーズにあわせて充実した補償をご提供する、個人のお客さま向け主力商品「GK(ジーケー)」シリーズ

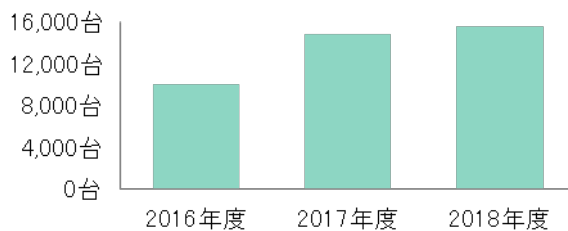


(2) 多様性に応える商品・サービスの提供

- 自動車保険において、同性パートナーを配偶者に含める改定を行い、多様なライフスタイルを支援しています。【2019年1月】

- 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、多くのお客さまにご支持いただき、2018年度の契約台数は、約1.6万台となっています。



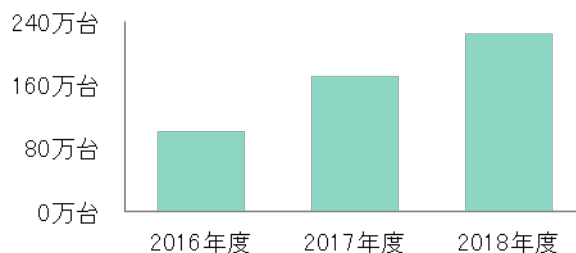
■「はじめての自動車保険」契約台数

- 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を補償する特約を火災保険以外の商品に拡大しました。
- 認知症などの運転者による交通事故被害者の迅速な救済を図るため、業界初となる自動車保険「心神喪失等による事故の被害者救済費用特約」を発売しました。【2019年1月】
- 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」を提供しています。

(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層に多くご支持いただき、2018年度末には累計500万件を超えるご契約をいただいています。



■「1DAY保険」契約台数

3. お客さま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)など最新技術の活用にも取り組みます。
- 安全運転支援サービス「スマNavi※」で赤信号無視や一時不停止などの危険運転映像だけを自動的に保存する「危険運転映像抽出サービス」の提供を開始しました。【2018年11月】

※ 企業のお客さまを対象にテレマティクス技術を活用した安全運転取組サービスを提供し、取組結果に応じて自動車保険のフリート契約の次回保険料を最大6%割引する商品・サービス

4. お客さま対応の改善取組

- 保険の提案から保険金のお支払いまで、お客さまへの一連の対応を、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、お客さま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

- ご契約の締結から保険金のお支払いまでをスマートフォンで完結できる保険の開発など、技術進展や社会環境の変化を踏まえた商品・サービスの研究・開発を強化していきます。
- 「CASE※1」「MaaS※2」に代表される自動車産業をとりまく環境変化への対応力強化、当社が保有するビッグデータの分析・活用を通じたビジネスモデルの企画・構築を図るため専門部署を新設しました。ビジネス環境変化の動きを敏感に捉え、お客さまニーズに的確に応える商品・サービスの開発や新たなビジネスモデルの構築を通じて、安心・安全な社会の実現に貢献していきます。

※1 C: Connected(コネクティッド)、A: Autonomous(自動運転)、S: Shared&Service(シェアリング&サービス)、E: Electric(電動化)の頭文字を取ったもの

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

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) AIなどのデジタル技術を活用した対応

- お客さま一人ひとりに最適化したパーソナライズド動画「どこでもすまいの保険ガイド」を開発し、提携銀行を通じた運用を開始しました。【2018年8月】
- AIを活用し、オフィシャルホームページ上で24時間365日、お客さまからのお問い合わせに自動応答するチャットボット※を開発しました。「1DAY保険」、「ネットde保険@とらべる」、「お客さまWebサービス」のお問い合わせに対応し、お客さまのご希望に応じてコンタクトセンターのオペレータ(有人チャット)に変更することも可能です。【2018年12月】

※ 「対話(chat)」と「ロボット(bot)」という二つの言葉を組み合わせたもので、AIを活用した「自動会話プログラム」のこと



チャットサポートのイメージ

(2) パンフレットなどの改善

- パンフレットや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、どなたにで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聴き、改善に活かしています。
- 自動車保険パンフレットの「実利用者ユニバーサルデザイン」の認証を取得しました。【2018年10月】

(3) 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。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。
- 認知症の方など、契約行為が可能かどうかの判別が難しいお客さまへは、ご親族または施設職員に成年後見人などの選任有無を確認のうえ、適正な保険募集に取り組んでいます。



(4) 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商品・サービスの改善に取り組んでいます。
- 聴覚・発話障がいのあるお客さま向けの「手話通訳サービス※」を提供しています。

※ P.12 に「手話通訳サービス」のイメージを掲載しています。

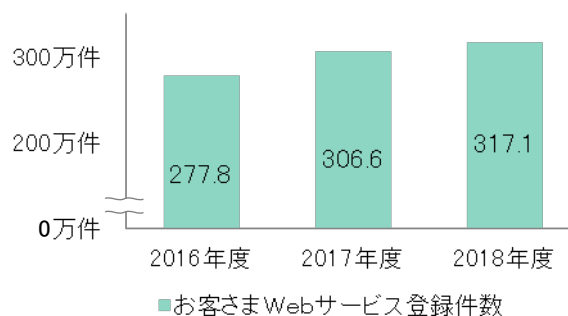
2. ご意向に沿った商品を選んでいただくための取組

- 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など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

(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・代理店の連絡先などのご確認や、お引越し時の住所変更ができる「お客さまWebサービス」を導入しており、2018年度末現在、310万人を超えるお客さまにご登録いただいています。
- 「お客さまWebサービス」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

- 「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などを連絡しています。

新たな取組

- 障がいのあるお客さまに不自由なく商品・サービスを利用いただくための取組を進めています。自筆が困難で同行者もいないお客さまから署名代行を依頼された場合、一定の条件のもと当社社員でも署名代行できるよう、ルールを改定する予定です。
- 自然災害で被害にあわれたお客さまの声を広く収集し、募集文書の改善に取り組んでいます。地震保険制度の詳しい内容や、イラストにより補償されない事例の説明を補強する改定を実施する予定です。

方針4. 代理店が行う業務の品質向上に取り組めます

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

実施している主な取組

1. 代理店への委託の考え方

- 当社は、商品・サービスの提案や情報提供などの業務を、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など、当社が求める水準に照らしてその適否を判断しています。
- 新設代理店に対する登録前・登録後研修を実施し、コンプライアンスの徹底と品質向上に取り組んでいます。

2. 代理店への教育・指導・サポート

(1) 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、各商品の補償内容などの知識を代理店が習得できるよう勉強会の開催や資料の提供を行っています。

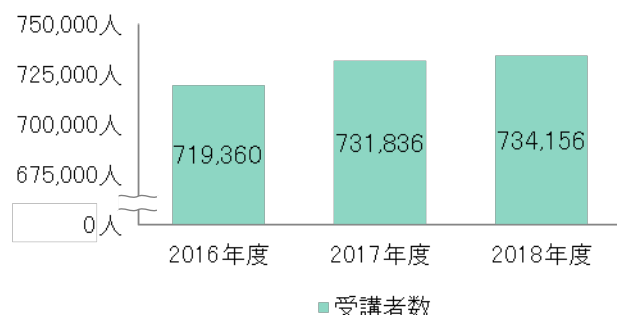
(2) お客さまをサポートするためのノウハウ向上の取組

- お客さまのニーズに適した商品の提案・説明、事故への対応をはじめとするご契約後のアフターフォローなど、代理店がお客さまをサポートするためのノウハウについて、研修を通じ、その向上に取り組んでいます。
- 保険の満期が近づいていることをお客さまへ早期にお知らせするなど、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。

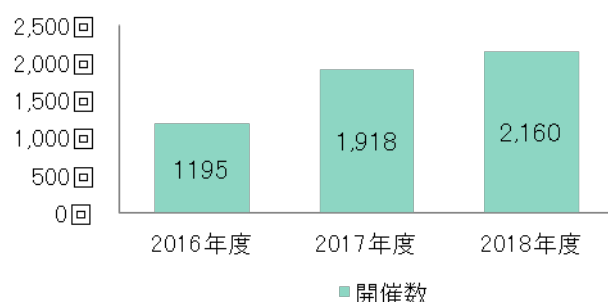
(3) 幅広いニーズにお応えするための取組

- 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など、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など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】 ※ 商品学習など、代理店へ専任講師を派遣し、スタッフの教育を支援するプログラム



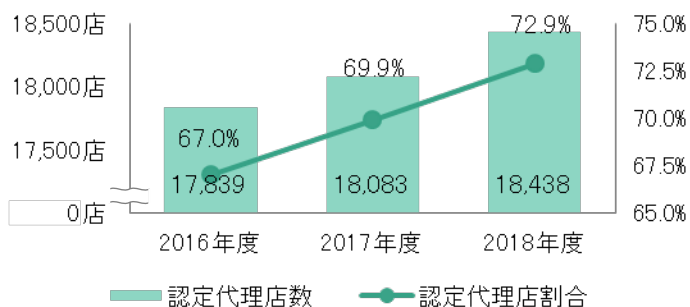
3. 代理店への適切な動機づけ

(1) Qマーク※の認定

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

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

【Qマーク認定代理店数・認定代理店割合※】

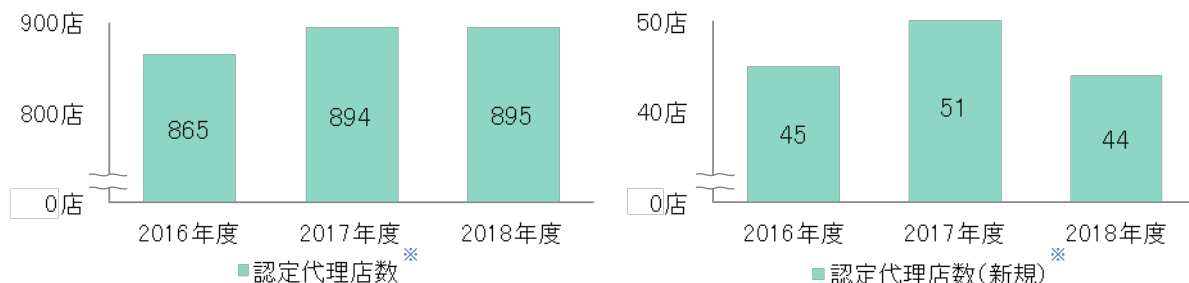


代理店品質認定制度ロゴマーク

※ 2代理店が連携してお客さま対応する場合など、募集の実態に合わせて集計しています。

(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。



※ 2017年10月から認定要件を厳格化しています。

新たな取組

- Qマークの認定要件、「ハイグレードエージェント」の認定要件に、お客さまとの接点強化につながる「お客さまWebサービス」登録件数の評価を追加し、品質向上の取組が代理店の手数料に適切に反映されるよう運営しています。

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、治療状況などの経過を確認しています。

2. 自然災害における迅速・丁寧なお客さま対応

- 地震、台風、洪水、豪雪などの発生時にも、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することにより、お客様の生活再建に貢献しています。2018年度に発生した自然災害では、いち早く“安心”をお届けするために、挙社体制で対応を行い、お客様の生活再建や企業活動の維持をサポートしました。
- さらに、南海トラフ地震や首都直下地震、荒川氾濫などの大規模自然災害発生時において、万全なお客さま対応を実現し被災者の生活の安定に寄与するため、会社全体で保険金支払を最優先とする体制の構築と自然災害支援システムの強化・開発を進めています。
- 具体的取組は、以下のとおりです。
 - 首都直下地震を想定した保険金支払いマニュアルを策定し、万全なお客さま対応体制を構築しました。【2018年4月】
 - 迅速なお客さま対応のため、オフィシャルホームページのWeb事故受付画面を改修しました。【2018年10月】
 - 事故受付情報の登録業務支援システム(RPA※)を構築しました。【2018年10月】

※「Robotic Process Automation」:人工知能を備えたソフトウェア型ロボットが定型的事務作業を代行・自動化するもの

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。
 - オフィシャルホームページを通じ、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を提供しています。
 - ビデオチャットを活用した事故対応を実施しています。
 - 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」を提供しています。
 - AIで自動車の事故画像から損傷部位や損傷程度を瞬時に判定する機能を開発しています。
 - AIによりお客様に最適な裁判例を検索するシステムを導入しました。【2019年2月】
 - 自動車保険金請求書の「実利用者ユニバーサルデザイン」認証を取得しました。【2019年3月】
 - AIによる保険金支払業務の高度化、不正請求探知ソリューションを導入しました。【2019年4月】



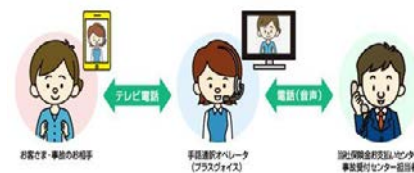
ビデオチャットのイメージ



損傷部位判定画面のイメージ

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など、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すべてがお客さまのモバイル端末で完結するサービスを開発しています。
- 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」を提供しています。
- 携帯電話のWeb機能を活用してロードサービスを要請できる「聴覚障がい者のお客さま向けWebロードサービスシステム」を提供しています。



「手話通訳サービス」のイメージ

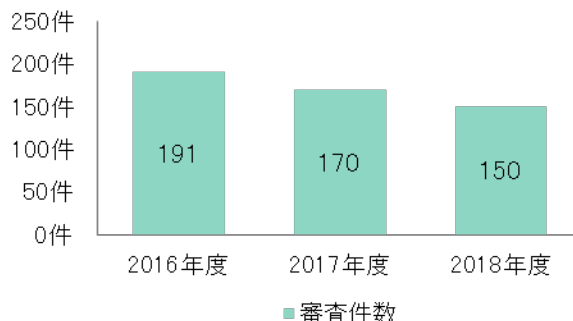
5. お客さまに適切に保険金をお支払いするための対応

(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、医師など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

- AIによる過失割合・損害額の算定など高度な分析基盤を構築するとともに、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きの開発など、デジタル技術を活用してお客さま利便性を飛躍的に向上していきます。
- 各種保険金請求書類をお客さまにとって「見やすく、分かりやすく、書きやすく」改定していきます。

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

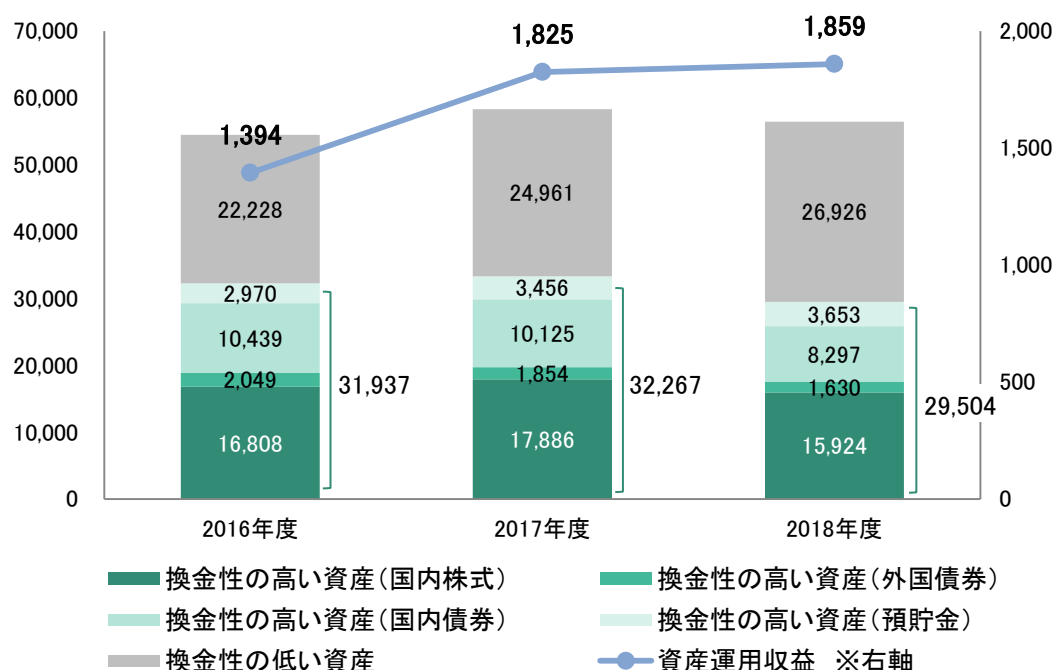
- 万が一大規模な自然災害が発生した場合でも、お客さまに迅速に保険金をお支払いできるよう、債券・株式などの流動性の高い有価証券を中核資産として運用しています。また、保険契約の期間に応じた資産を保有するALM(資産・負債の総合管理)の考え方を基本とし、長期間にわたるご契約についても、確実に保険金をお支払いできるよう適切に管理を行っています。

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などにも投資を行い、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・流動性など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など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】

(単位: 億円)



新たな取組

- 経営計画「Vision 2021」では、資産運用戦略を「グローバルに多様な資産への投資を進め、分散を効かせた資産運用ポートフォリオの構築をめざす」としており、運用態勢を整備しながら外国債券投資を中心に投資の拡大を進めていきます。
- 社会の信頼に応えるため、SDGs※に貢献する投融資案件への取組などの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。

※ 「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」: 国連が定めた持続可能な世界に向けた2030年までのグローバルな目標で、17の目標と169のターゲットから構成されている

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」などの取組）

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

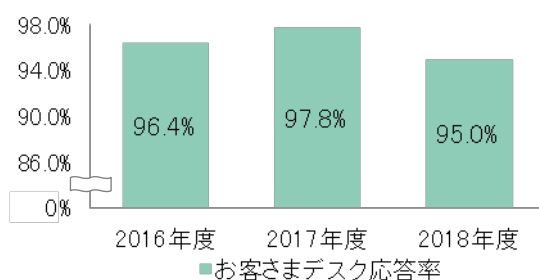
1. お客様の声一つひとつにお応えするために

- 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やICT(情報通信技術)など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し社内に共有しています。
- お客様デスクの「自動音声応答ガイダンスの見える化サービス」を開始しました【2018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聴きし、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聴き取るため、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



- コンタクトセンターの丁寧な電話対応や、オフィシャルホームページの使いやすさが評価されHDI※格付けベンチマークの「問合せ窓口」「Webサポート」で最高評価『三つ星』を獲得。【2018年8月】
※ ITサポートサービスにおける世界最大の会員団体、アメリカの経済誌「フォーチュン」による世界の企業ランキング上位500社のうち約90%が加盟
- ご契約いただいたお客様や保険金をお支払いしたお客様を対象に「お客様アンケート」を実施し、お客様の満足度を確認するとともに、お客様の商品・サービスへの期待や多様化するお客様ニーズの積極的な把握に取り組んでいます。

3. 社外の有識者のご意見の反映

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

4. 国際標準の態勢整備に向けた取組

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

※ 品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針

新たな取組

- 「保険金の支払内容にご不満をお持ちのお客様」や「保険会社を変更されたお客様」など、さまざまな声を広く収集することにより、お客様のご期待やニーズの把握に取り組んでいます。
- 先進的な商品や新サービスの発売前には、消費生活専門家などの外部視点からの評価をいただくとともに、発売後、お客様の声を定期的に確認し品質向上に活かしていきます。

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。
- 「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。2018年度は「社外の声をしっかり聴く」をテーマとして、コンタクトセンターに届いた実際の音声やお客さまからの手紙、消費者団体理事長のインタビューを題材に、品質向上の取組を振り返り、課題認識を共有しました。
- 認知症の高齢者が増加しつつある中、認知症に対する理解を深め、お客さま対応および商品・サービスの品質向上に活かしていくため、多くの社員が「認知症サポーター養成講座」を受講しました。
- 社員が法令等を遵守し、「お客さま第一」の業務運営を実施していく上で、法令違反、社内規定違反、不適切な行為があった場合は、直接会社に相談・通報することで違法行為などの放置・拡大を防止する制度（スピークアップ制度）を設けています。相談の受付、匿名受付の拡充、通報対象行為の拡大など、相談・通報者の保護を強化し、制度の実効性向上を図っています。また、当社のスピークアップ制度は、消費者庁の「自己適合宣言登録制度※」に2019年4月26日付で登録されました。

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



(2) 社員への動機づけ

- 組織評価にお客さまアンケート結果を取り入れるなど、「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

- 消費者庁などで構成する消費者志向経営推進組織の呼びかけに対応し、消費者志向の考え方や取組方針を表明する「消費者志向自主宣言」を実施し、これまで以上にお客さまの安心と満足の実現に取り組んでいきます。

以上