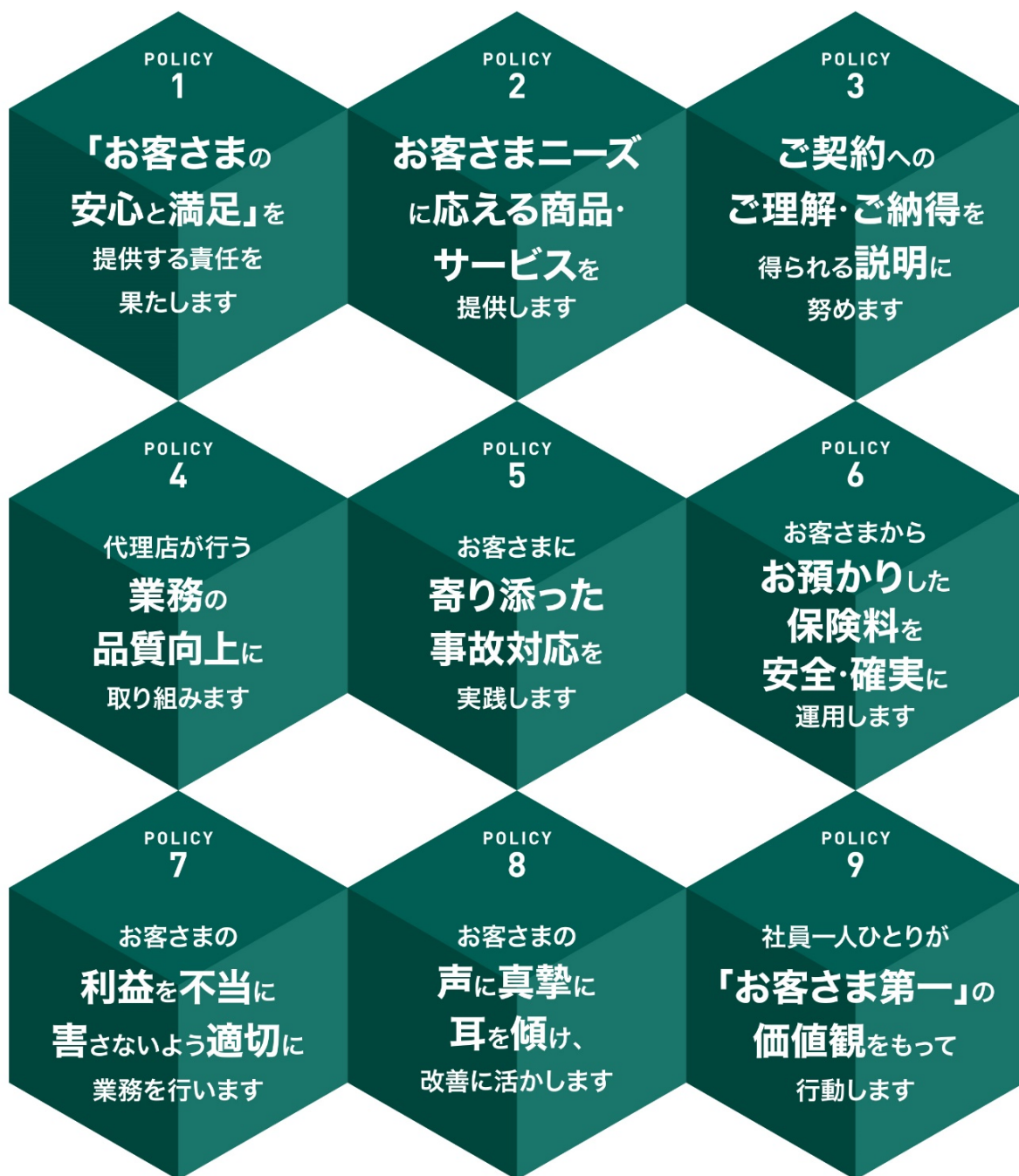


お客さま第一の 業務運営に関する方針

に基づく取組状況について



2021年度版



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	P3
方針 2	お客さまニーズに応える商品・サービスを提供します	P5
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	P9
方針 4	代理店が行う業務の品質向上に取り組めます	P11
方針 5	お客さまに寄り添った事故対応を実践します	P13
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	P15
方針 7	お客さまの利益を不当に害さないよう適切に業務を行います	P16
方針 8	お客さまの声に真摯に耳を傾け、改善に活かします	P17
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	P19

<ご参考：金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま第一の業務運営に関する方針」との関係>

- 当社は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下、原則）を採択し、「お客さま第一の業務運営に関する方針（以下、本方針）」を当社オフィシャルWebサイトで公表しております。原則と本方針の関係は以下のとおりです。

原則※1 ※2	対応する本方針	原則※1 ※2	対応する本方針
原則2	方針1～方針9	原則6	方針2
原則3	方針7	原則7	方針9
原則5	方針3～方針5		

※1 原則4、原則5（注2）（注4）および原則6（注1～4）は、当社の取引形態上、または、投資リスクのある金融商品・サービスの取扱いがないため、本方針の対象としておりません。
 ※2 原則の詳細につきましては、金融庁ホームページにてご確認ください。

「お客さま第一の業務運営に関する方針」に基づく取組状況の公表

- 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：船曳 真一郎）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.3以降のとおり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Webサイトで公表してまいります。

URL：<https://www.ms-ins.com/company/aboutus/trust/>

<「お客さま第一の業務運営」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当社事故対応担当者および代理店へのお客さま評価や「お客さまの声に基づく改善件数」、「社員意識調査」を評価指標とします。
 - 方針1（P.3～4）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」等の実績値も方針2以降（P.5～）に掲載しています。

なお、本方針は、消費者庁の「消費者志向自主宣言」の枠組みに沿っております。当社はお客さまの視点に立ち、消費者志向経営に誠実に取り組んでまいります。



「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

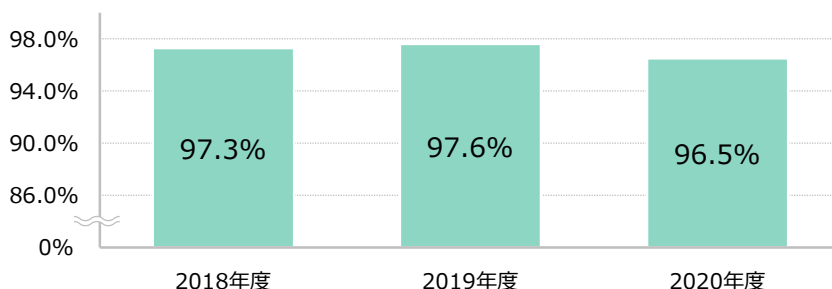
2 「お客さま第一の業務運営」の定着度合いを評価する指標

- お客さまに当社取組を総体として評価をいただく「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ています。
- あわせて、お客さまに直接対応している当社事故対応担当者および代理店へのお客さま評価（「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」、および社員の意識を測る「社員意識調査」を評価指標としています。
- これらの2020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

* 4段階の回答選択肢のうち、「満足」「やや満足」の上位2段階の回答割合



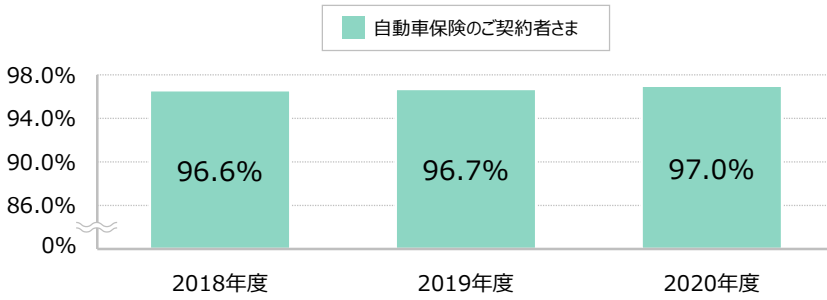
<アンケート実施概要（回答件数）>

2020年度	約51万件
2019年度	約35万件
2018年度	約20万件

2 評価指標

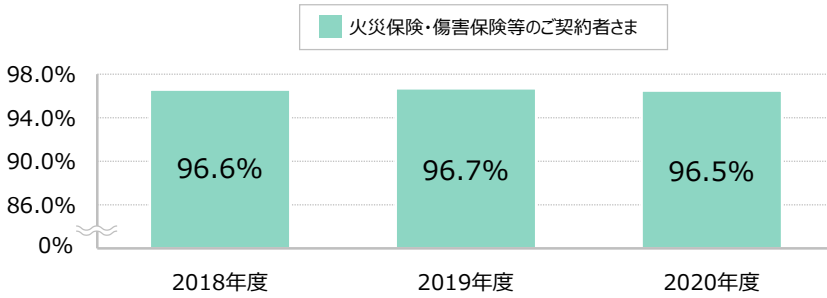
■ お客さまアンケート / 事故対応満足度

* 4段階の回答選択肢のうち、「満足」「ほぼ満足」の上位2段階の回答割合



<アンケート実施概要>

	送付件数	回答件数
2020年度	約56万件	約8.2万件
2019年度	約60万件	約8.5万件
2018年度	約59万件	約8.0万件

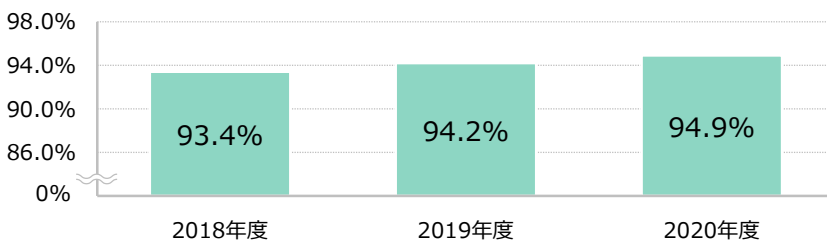


<アンケート実施概要>

	送付件数	回答件数
2020年度	約47万件	約10万件
2019年度	約53万件	約12万件
2018年度	約51万件	約14万件

■ 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、「紹介してもよい」「どちらかといえば紹介してもよい」の上位2段階の回答割合



<アンケート実施概要>

	調査対象契約数	回答件数
2020年度	約750万件	約39万件
2019年度	約720万件	約28万件
2018年度	約695万件	約20万件

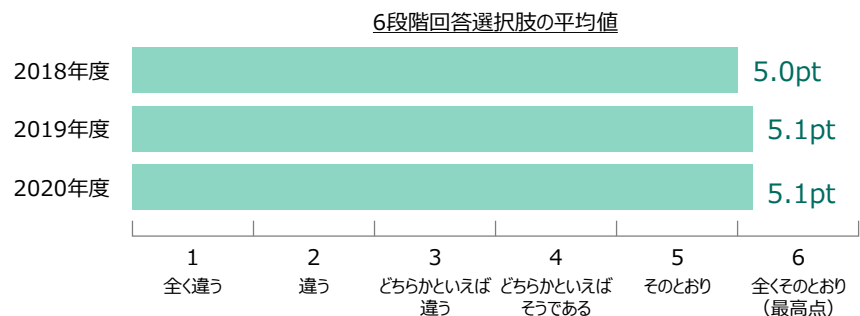
■ お客さまの声に基づく改善件数

- 2020年度にお客さまの声に基づき実施した改善件数は、79件です。
- 主な改善事例はP.18に掲載しています。お客さまの声の受付状況は当社オフィシャルWebサイトをご参照ください。
URL : <https://www.ms-ins.com/company/aboutus/trust/voice.html>

■ 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



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さま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

当社は、ステークホルダーとともに地球環境と社会の持続可能性を守り、誰もが安定した生活と活発な事業活動にチャレンジできる社会の実現をめざしています。国連の持続可能な開発目標（SDGs※）は、気候変動や自然資本の持続可能性向上等の社会的課題の解決をめざす世界共通の目標です。当社は、多様なリスクに対応する商品・サービスの提供を通じて、このような社会的課題の解決に貢献しています。

またSDGsのうち、特に社会からの期待が高く、当社の強みを活かせる目標を独自の重点課題として整理し、社会との共通価値を創造する商品・サービスの開発に注力しています。

※「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」：2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標。17のゴールと169のターゲットから構成される

1 社会との共通価値を創造する商品・サービスの提供

「あおり運転の疑い」検知機能の提供を開始 2021年1月～

社会・地域の課題を解決する

『F-ドラ*』は、専用ドライブレコーダーと専用インカメラを活用し、「事故・緊急時」「事故防止取組」「運行管理」の3つのサポートで企業の皆さまに安心と安全を提供するサービスです。昨今の「あおり運転」の社会問題化、道路交通法改正（2020年6月）を踏まえ、『F-ドラ*』に「あおり運転の疑い」検知機能を追加しました。この機能は、一定速度以上で走行し、前方車両との車間距離が継続的に短い状態となっている場合に、専用ドライブレコーダーが「あおり運転の疑い」として検知し運転者に注意喚起を促すアラートを発信します。企業の管理者は、専用サイト上で、その発生事実と映像を確認することができます。



「あおり運転の疑い」を検知すると注意喚起を発話



検知した映像は専用サイトで確認可能

F-ドラ紹介ページ



※ 画像をクリック（またはタップ）すると、詳細ページに遷移します。

自動車保険部
小川 真一郎 課長代理

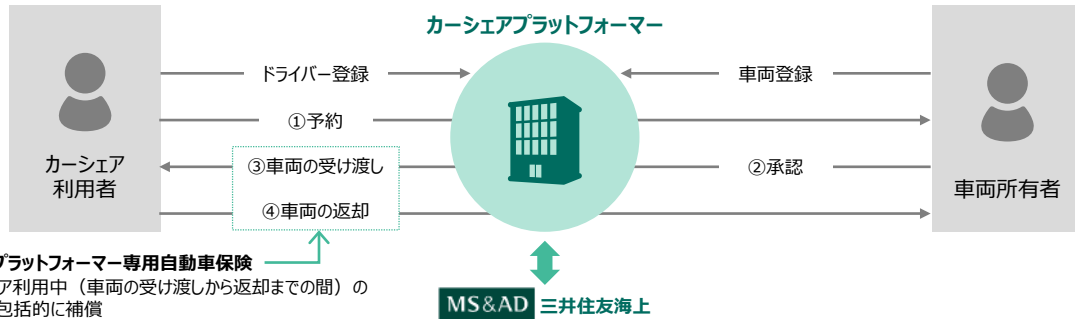


あおり運転が社会問題となり、2020年6月には道路交通法が改正され妨害運転罪が適用されることとなりました。企業では、従業員を「あおり運転の加害者」とさせないための教育を行う必要性が高まりましたが、具体的な教育方法がわからないとお声をいただいていた。そこで、『F-ドラ*』の専用ドライブレコーダーに「あおり運転の疑い」検知機能を追加しました。ドライブレコーダーが「あおり運転の疑い」を検知すると、検知時の映像を専用のポータルサイト上にアップロードします。企業の管理者はこの映像を使い、ドライバーへ具体的な教育やアドバイスを行うことができるようになりました。今後も、当社は社会の変化に迅速に対応しながら、お客さまのニーズに合ったサービスを提供してまいります。

* フリート契約向けドライブレコーダー・テレマティクスサービス

個人間カーシェア等のカーシェアプラットフォーム運営事業者（以下、「カーシェアプラットフォーム」）が契約者（記名被保険者）となり、カーシェア利用中の事故を包括的に補償する専用保険を開発しました。柔軟な補償設計が可能であり、従来の自動車保険では補償対象外であった「持ち逃げ」リスクも補償する等、シェアリング特有のリスクに対応しています。「社会との共通価値創造型」の保険商品提供を通じて、安心・安全なモビリティ社会の実現に貢献していきます。

個人間カーシェアと保険のイメージ



- カーシェアプラットフォーム専用自動車保険
- ① カーシェア利用中（車両の受け渡しから返却までの間）の事故を包括的に補償
 - ② カーシェアプラットフォームごとに補償内容をカスタマイズ可能
 - ③ 車両の持ち逃げ等の「詐欺・横領損害」も補償可能

企業の課題解決を図るサービス「RisTech※」のサービス対象範囲を拡大します。これまでの企業課題の解決を通じて培ったノウハウを活かして、新型コロナウイルスの感染拡大や自然災害等、社会課題の解決に資する新たな事業として展開していきます。

※ 「Risk」と「Technology」を掛け合わせた造語です。リスクに関する知見や業界知識・最新技術のノウハウをもとにビッグデータ分析を活用し、企業の課題解決を図るサービスです。

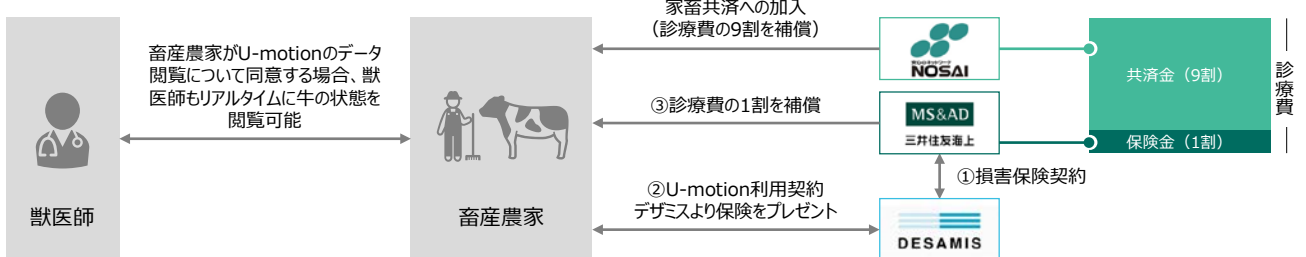
検討中のサービス概要

スマートモビリティ 取組		デジタルタコグラフのトップメーカーである矢崎総業株式会社（社長：矢崎 信二）とともにデジタルタコグラフが蓄積する自動車データ（加減速、運転時間等）と当社の自動車事故データと掛け合わせて分析し、事故発生予測モデルを構築します。このモデルを活用した運転リスク診断や運転アラート等各種安全運転サービスを通じ、交通事故ゼロの安全な社会を実現します。
スマートシティ 取組		当社の過去の自然災害による保険金支払データと人流データや気象データを活用し、水災被害予測を迅速に実施、人的被害を最小限に抑えます。また、災害発生時に「密」を回避した避難を実現するために人流データやAIカメラによる画像データにより避難所の密状態を把握、避難住民の安全を確保します。

畜産業の課題解決に向け、新たなサービスである牛の行動モニタリングシステム「U-motion®※」に保険を付帯した「牛の診療費補償サービス」の提供を開始しました。牛の疾病・事故の早期発見および畜産農家の皆さまが負担する牛の診療費の軽減を可能とし、早期かつ適切な治療を促すことで死亡率の低減を推進します。

※ 牛の首に取り付けたセンサーが牛の行動をモニタリングし、反芻・動態・横臥・起立等の牛の主要な行動を24時間365日記録することで、牛の健康状態をリアルタイムに把握できるサービスです。

診療費補償サービスのイメージ図



従業員の健康増進、企業の健康経営推進に向けた取組を支援するサービスである、スマートフォン向け健康管理アプリ「ココカラダイアリー」をリニューアルしました。法人向け健康ポイント管理機能や体温計測機能の追加、連携できるウェアラブル端末の拡充を行い、利便性が向上しました。今後も「元気で長生き」を支える社会の実現に貢献していきます。

ココカラダイアリー紹介ページ



※ 画像をクリック（またはタップ）すると、詳細ページに遷移します。



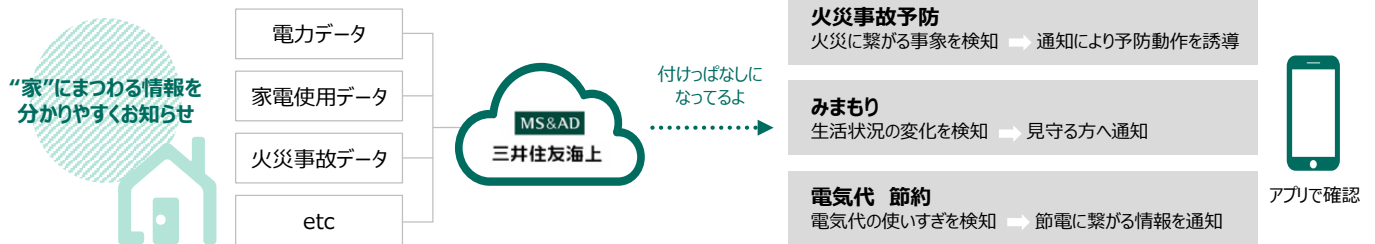
大阪モデルのスマートシティ実現に向けて、「スタートアップ企業等との連携で“地域のまちづくり”に貢献する」提案が評価され、大阪スマートシティパートナーズフォーラム※の“高齢者にやさしいまちづくり”分野で、コーディネーターの1社として選出されました。

※ 市町村が抱える地域・社会課題を見える化し、産学官共同で解決に向けた仕組みづくりの取組推進を目的に設立。

買い物弱者問題解決のアプローチ例



AI・IoTを活用して暮らしをサポートする商品・サービスの共同開発に向けた実証実験を開始しました。家庭の電力使用データの収集、分析を通じた行動把握や異常検知により、防災・減災、省エネ、見守りに関する情報をお客さまに提供し、レジリエントでサステナブルな社会の実現に貢献します。



2021年4月より、当社の経営企画部に「気候変動対策チーム」を組成し、全社をあげて気候変動への対応に取り組んでいます。

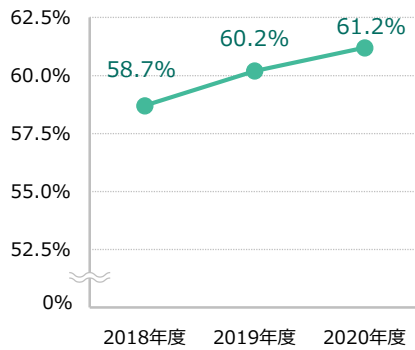
気候変動は損害保険ビジネスにおける重要な課題であり、『CSV×DX』の推進を軸に、すべての事業領域・部門において、課題解決に向けた取組を推進していきます。

2 多様化するお客さまニーズに応える商品・サービスの提供

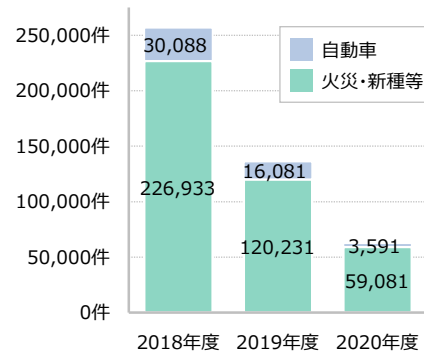
1 自然災害への備えに関する商品・サービスの提供

- 「自然災害への備え提案運動」により、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進めています。
- 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。
- 自然災害における保険金のお支払件数（解決件数）は下記のとおりであり、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、取り組んでいきます。

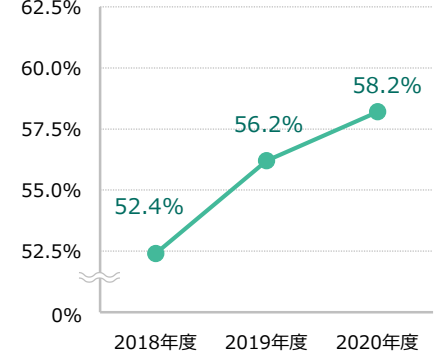
火災保険 地震セット率（住宅物件）



自然災害保険金解決件数



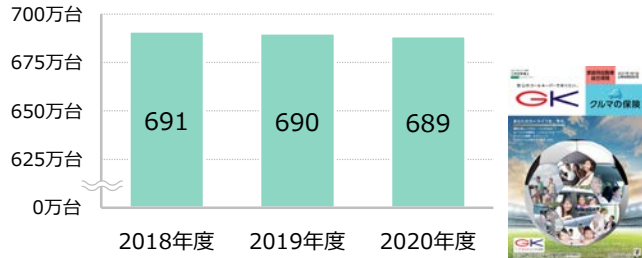
GK すまいの保険 水災セット率



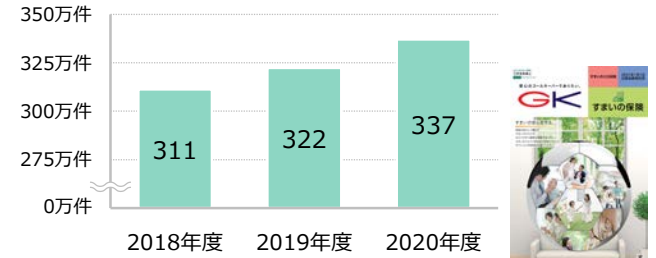
2 お客さまのリスクに備え、生活を支える商品・サービスの提供

- 個人のお客さま向け主力商品「GK（ジーケー）」シリーズでは、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しています。

GK クルマの保険 契約台数



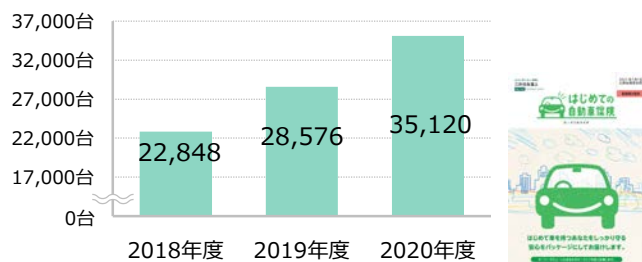
GK すまいの保険 契約件数



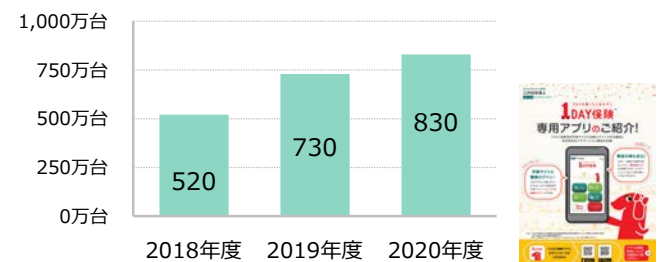
3 多様性に応える商品・サービスの提供

- 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」は、2015年10月の発売以降、お客さまにご支持いただき、2020年度末のご契約台数は、累計約35,000台となりました。
- 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」は、クルマを持たない若年者に多くご支持いただき、2020年度末のご契約台数は、累計800万台を超えました。

「はじめての自動車保険」累計契約台数



「1DAY保険」累計契約台数



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 お客さまのご理解を得られるわかりやすい説明

- お客さまの見やすさを重視し、パンフレット等の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採用、専門的な用語・表現の一覧解説等を行っています。
- 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、社内の検証部門が点検しています。また、お客さま向けツールのわかりやすさ向上に向けて、消費者問題の豊富な知識と実務経験を有する外部専門家に消費者目線でご評価いただいています。加えて、全国消費生活相談員協会のご協力のもと、消費者へのアンケートを実施しています。

評価対象

- リリース前の商品・サービスについての意見聴取
- 「GK 見守るクルマの保険（ドラレコ型）」のサービスについて
- 健康経営支援保険の健康管理アプリ「Myからだ予想」の操作性について
- 事故対応におけるシステムの操作性について など
- QRコードなど、消費者向けデジタルサービスの利用について
- 高齢者向けパンフレットの見やすさについて



外部専門家評価会議の様子

- 障がいのある方や高齢の方、外国人の方に配慮した署名ルールや手話通訳サービス、翻訳サービスを提供しています。

2 ご意向に沿った商品を選んでいただくための工夫

【業界初】セールススタックを活用したリモート営業を開始 2020年8月～

アフターコロナを見据えたデジタル技術の活用

AIを搭載した代理店営業支援システム「MS1 Brain」に、新しいお客さま向け説明動画機能（「Brain Video（ライト）」）を導入しました。新型コロナウイルスの感染拡大に伴い対面営業が制限される中、こうした機能を代理店が活用することにより、お客さまはスマートフォン等からリモートで商品説明や提案動画を視聴でき、これまで以上にご理解いただきやすくなりました。

「Brain Video」動画のイメージ



◀「Brain Video（ライト）」サンプル動画

「MS1 Brain」の機能を拡張し、お客さまと代理店がスマートフォン等を介して新たなデジタル接点を持つことを可能にした、「MS1 Brain リモート」の提供を2021年2月から開始しました。メッセージの送受信やWeb面談、契約手続きをセキュアな環境で行うことが可能となり、非対面でご契約手続きが完了します。「MS1 Brain リモート」を始めとする様々なデジタルインフラの構築により、新たなビジネスモデルを実現します。

「MS1 Brain リモート」のご利用イメージ



お客さまと代理店はメッセージ機能やWeb面談でプランの打合せ



お客さまは手続き画面からプランを選択



お手続き中にご契約者さま専用ページ※を登録



ご契約手続きが完了

※ご契約者さま向けインターネットサービス

デジタル戦略部
黒田 幸広 課長



新型コロナウイルスの影響による新たな生活様式の定着や、急速なデジタル化に伴う環境変化により、お客さまと代理店の間で、Web面談等の新しいコミュニケーション方法が求められるようになりました。また、非対面で保険手続きを行う仕組みの構築も必要となり、「MS1 Brain リモート」を開発しました。保険のご加入から保険金のお支払いまで、保険に関するEnd to Endの流れを全てデジタル化することにより、お客さま体験価値（CX）の飛躍的な向上を目指します。

3 ご契約後もご安心いただくための工夫

- パソコンやスマートフォンで、契約内容・自動車事故対応状況・代理店連絡先等の確認や、引越し時の住所変更ができる「ご契約者さま専用ページ」を導入しています。「ご契約者さま専用ページ」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。2020年度末現在、360万人を超えるお客さまにご登録いただいています。

スマートフォン版

パソコン版



※ 画像をクリック（またはタップ）すると、詳細ページに遷移します。

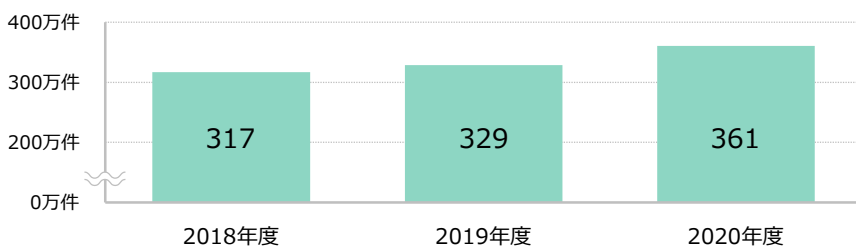
ご契約確認画面



自動車事故の対応状況の確認画面



ご契約者さま専用ページ登録件数



ご契約者さま専用ページ



機能紹介動画



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。
- 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、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を行っています。

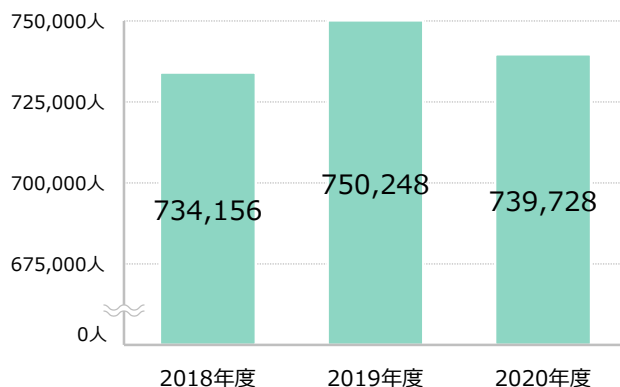
2 お客さまをサポートするためのスキル向上の取組

- 研修やeラーニングを通じ、お客さまのニーズに適した商品の提案・説明、事故対応等、代理店がお客さまをサポートするためのスキル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等、お客さまにとって特に重要な活動を確実にご案内できるよう、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

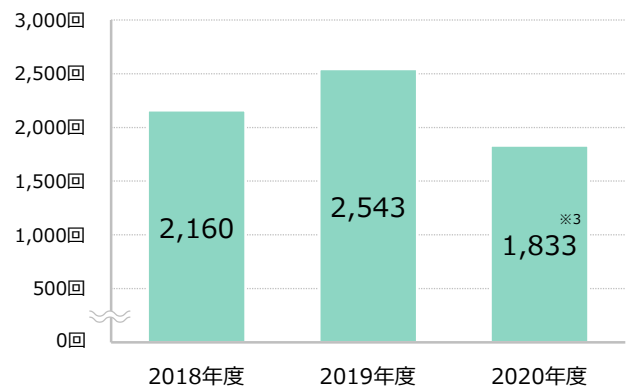
- 代理店がお客さまのニーズに幅広くお応えできるよう、事故・災害の防止・軽減策や保険に関する法令・税務等、保険の周辺分野について、知識を得る機会を提供し支援を行っています。

代理店研修※1の受講者数



※1 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※2の勉強会開催数



※2 商品学習等、専任講師が代理店独自のスタッフ教育を支援するプログラム

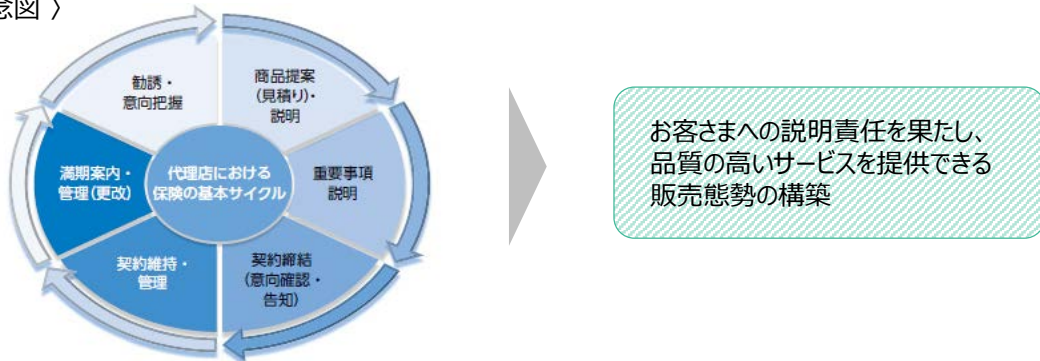
※3 2020年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため、一時的に研修を中止

3 代理店への適切な動機づけ

1 代理店における「保険の基本サイクル」

- 「勧誘・意向把握」「商品提案（見積り）・説明」「重要事項説明」「契約締結（意向確認・告知）」「契約維持・管理」「満期案内・管理（更改）」といった保険募集に関わる一連の業務プロセスを、代理店における「保険の基本サイクル」と称して、その確実な履行を代理店に徹底しています。

〈概念図〉

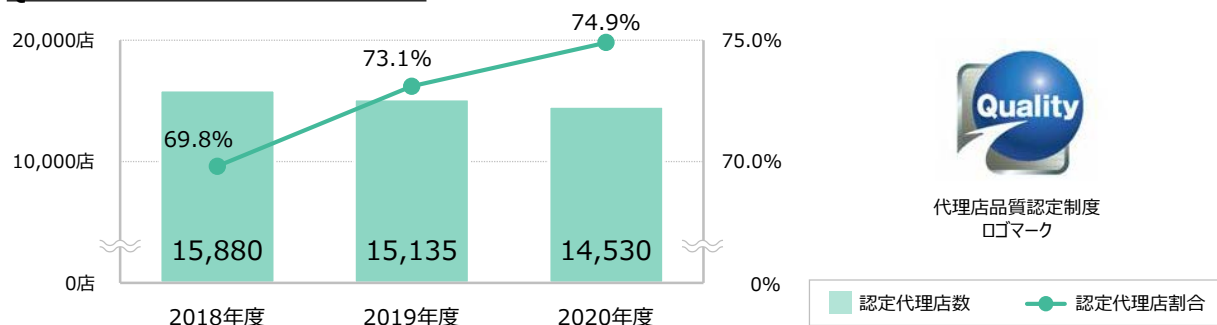


2 Qマーク※の認定

- 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。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※

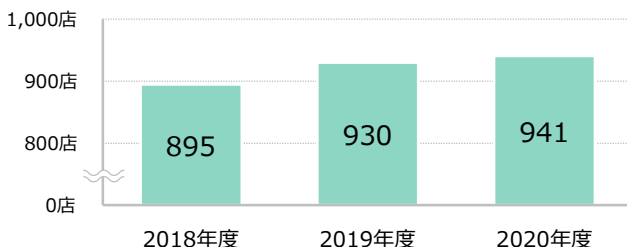


※ 当社は、代理店が募集品質の特に高い他の代理店と業務提携して、共同で保険募集を行う制度を設けています。本制度を導入している代理店（共同募集の非幹事代理店）は、お客さまとの契約手続きを担っていないことをふまえ、集計対象外としています。

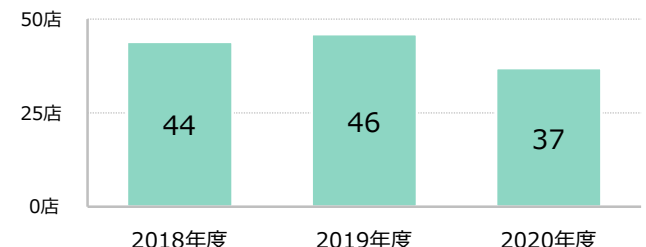
3 ハイグレードエージェントの認定

- 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」認定代理店は、着実に増加しています。代理店数は、以下のとおりです。

認定代理店数



認定代理店数（新規）



4 代理店手数料の反映

- 当社が代理店に支払う手数料は、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マークや「ハイグレードエージェント」の認定有無など、代理店の品質向上取組が適切に反映されるよう運営しています。

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。

実施している主な取組

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お伺いしています。

2 TECH FOR HEART ～デジタル技術を活用した事故対応サービス～



～TECH FOR HEARTとは～

当社は、お客さまに選ばれ続ける事故対応を目指し、デジタル技術を積極的に取り入れながら、お客さまの心に寄り添い、安心をお届けするサービスの提供に取り組んでいます。この取組を「進化する損害サポート TECH FOR HEART」というコンセプトメッセージで表現しています。

※ 画像をクリック（またはタップ）すると、詳細ページに遷移します。

紹介ページ



ドラレコ型AI事故状況説明システム「Ai's（アイズ）」を導入 2020年11月～

デジタル技術を活用して一歩先を行く事故対応サービスの実現

「GK 見守るクルマの保険（ドラレコ型）」にご加入のお客さまを対象に、AIがドライブレコーダーの映像から事故状況を自動かつ正確に、文章や図で説明するシステム「Ai's（アイズ）」を導入しました。「Ai's」によりお客さまが詳細な事故状況を保険会社へ説明する手間が省かれるほか、事故のご連絡にかかる時間が大幅に短縮されるため、事故時に不安を抱えるお客さまの負担が軽減されます。



「Ai's（アイズ）」のイメージ

損害サポート業務部
丸山 倫弘 課長



これまででは、お客さまと電話でお話をさせていただき、詳細な事故状況を把握しておりました。しかしながら、事故後で動揺されるお客さまから記憶を頼りに事故状況をご説明いただくことは、お客さまにとっても大変なご負担であると感じていました。本システムの導入により、AIがお客さま自身の車両と、相手車両の挙動を文章と図で的確に再現し、事故状況の説明を補助することが可能となったほか、相手保険会社に対しても映像に基づいた詳細な事故状況を説明し円滑な交渉ができるようになりました。その結果、これまで以上にお客さまに寄り添ったより迅速な事故解決が可能となりました。

AIによる自動車修理見積チェックシステムを導入 2020年6月～

デジタル技術を活用して一歩先を行く事故対応サービスの実現

AIによる自動車修理見積チェックシステムを導入しました。事故車両の損傷画像から修理工場が作成した修理見積書の妥当性をAIが自動でチェックします。見積書の点検、交渉プロセスを簡略化することで早期に車両の損害額を確定させ、迅速な保険金支払につなげていきます。これからも、「一日も早い保険金支払」に努めていきます。

AI査定の業務フローのイメージ



AIが適正と判定した見積書は、見積書点検、交渉プロセスなくお支払額が確定

水災発生時にドローンで撮影した映像から浸水エリアの3Dモデルを作成し、AIが浸水高を算出する仕組みを導入しました。広範囲に家屋毎の浸水高を計測できるため、1件1件の物件調査が不要となり、従来、保険金支払完了まで30日程度かかっていましたが最短5日に短縮できるようになりました。

浸水高算出イメージ

契約者	証券番号	浸水高
三井	C123456	3.2m
住友	A123456	2.6m
三友	C987654	0.5m

従来、事故対応時に冊子として送付していた、「補償内容に関するご案内」のWeb動画を作成しました。文章・イラストに加え、動画による説明により、補償内容をよりわかりやすくイメージ・ご理解いただけるようになりました。



※ 画像をクリック（またはタップ）すると、動画が再生されます。

3 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。
 - 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。
 - 事故受付センターおよび全国の保険金お支払センターで聴覚に障がいのあるお客さまに対する「手話通訳サービス」を提供しています。

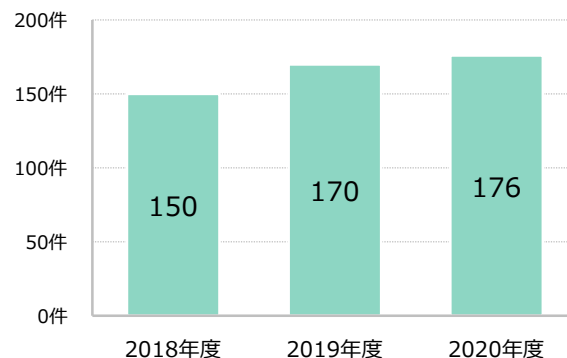
「手話通訳サービス」のイメージ



4 お客さまに適切に保険金をお支払いするための対応

- 保険金支払部門から独立した社内の検証部門が、保険金支払・不支払の適切性を検証しています。
- 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。
- 審査件数は、右記のとおりです。

審査件数



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

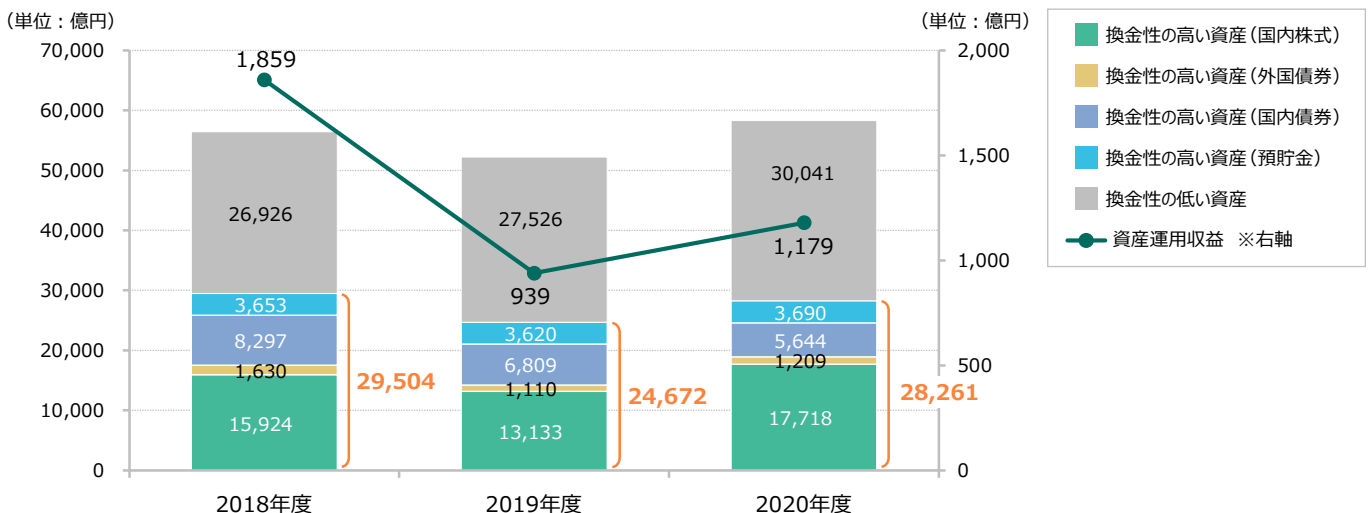
1 「お客さま」が事業活動の基点

- 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。
- 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ます。
- SDGsに貢献する投融資案件への取組等のESG投資を進展させ、中長期的な投資リターンを獲得と社会の課題解決の両立をめざしています。

一般勘定運用資産の構成割合と資産運用収益



お客さま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、お客さま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

- 「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」を管理するため、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、適切に業務を行っています。（当社オフィシャルHPに「利益相反管理方針」を掲載しています）
 - 「お客さま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等、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

- 「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」を管理し、適切に業務を行うため、社員への教育を定期的を実施し、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）

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 幅広くお客様の声を伺うために

- 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。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。
- コンタクトセンターの丁寧な電話対応や、オフィシャルWebサイト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』を獲得しました。【2020年7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

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。

2 お客様の声一つひとつにお応えするために

- お客様の声に一層お応えしていくため、AI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。当社コンタクトセンターの取組は、公益社団法人企業情報化協会主催の2020年度「カスタマーサポート表彰制度」において、特別賞（IT活用賞）を受賞しました。
- 2007年7月に国内の保険会社で最初に、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。

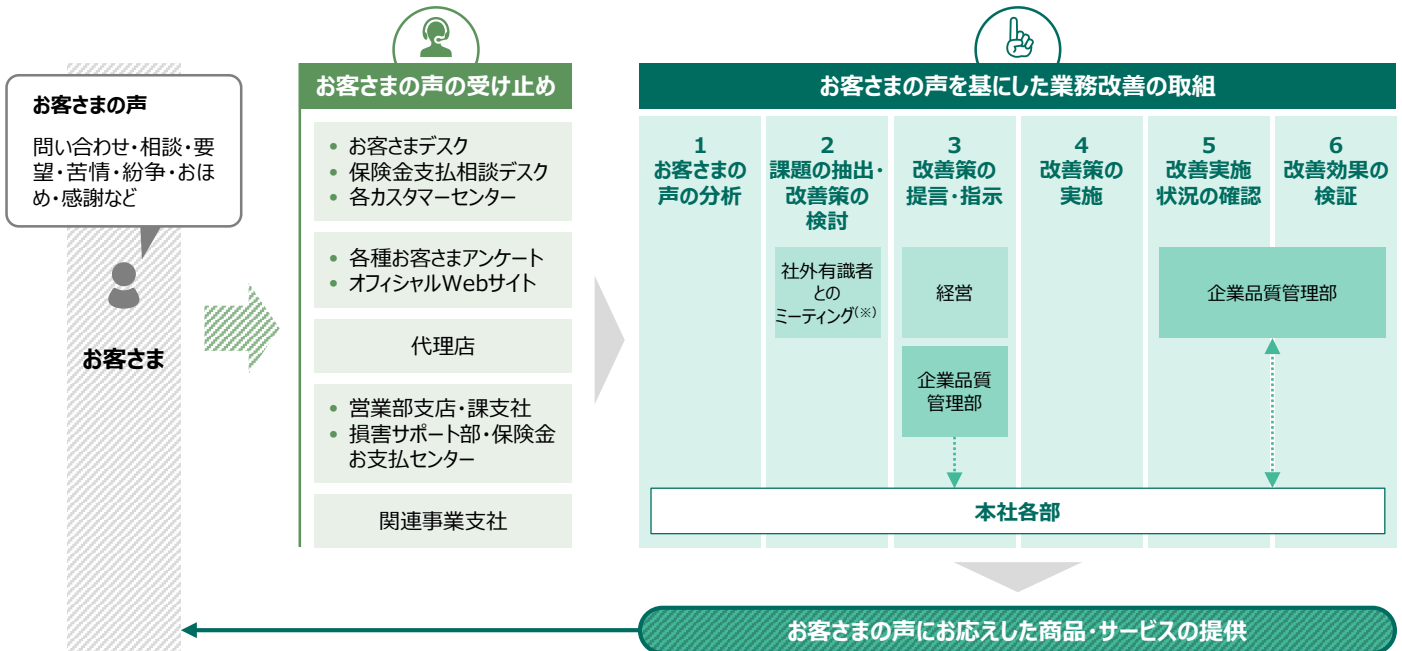
※ 品質マネジメント－顧客満足－組織における苦情対応のための指針

- 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共有しています。

お客さまの声に応える取組

● 全体像

当社は、全社員がお客さまの声に対して迅速・適切・真摯に対応することを基本姿勢としています。社員一人ひとりがお客さま第一の視点に立ち、各種窓口やお客さまアンケートを通じて寄せられたすべての「お客さまの声」に真摯に耳を傾け、全社一体となって商品・サービスの改善に取り組んでいます。



※ 社外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、お客さま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。

● 改善事例

お客さまの声

改善結果

- 証券の再発行をWeb上で手続きしたい。



オフィシャルWebサイトのAIチャットボット※1に新たな機能を追加し、「自動車保険証券の再発行手続き」をお客さま自身で完結できるサービスを開始しました。

- 建物が老朽化し自然に壊れた場合や、開いている窓からの雨水の吹込みが、火災保険の支払対象外とは聞いていない。



GK すまいの保険※2パンフレットの「保険金をお支払いしない主な場合」の説明にイラストを加え、お客さまによりご理解いただけるよう改定しました。

- 台風被害で保険金を請求したが、営業時間外でも、保険金請求手続きを行う場合の流れを説明してほしい。



オフィシャルWebサイトに、自然災害時の保険金請求手続きご案内の動画を掲載し、請求方法等をわかりやすくご理解いただけるようにしました。

- 保険金請求時の書類提出は必要最低限とし、Webを併用したわかりやすい手続きにしてほしい。



オフィシャルWebサイトにて、事故の連絡から保険金請求手続きまでを即時に完結できる「保険金請求WEB」を提供しています。SMSやチャットボット※1等の活用によりさらにお客さまの利便性向上を実現しました。

※1 「チャット（対話）」と「ボット（ロボット）」という二つの言葉を組み合わせた造語で、「自動会話プログラム」のこと

※2 個人向け火災保険の主力商品

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、役員メッセージの社内サイトへの掲載等、経営陣からの発信を継続しています。

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「お客さま第一」の品質向上取組の重要性について、社員一人ひとりが理解を深めるための取組を実施しています。2020年度は、各職場においてこれまでの当社の品質向上取組やお客さまからの声を題材とした動画を視聴し、「お客さま第一の業務運営」への理解を深めました。
- 認知症の方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」を受講しています。
- 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、不適切な行為またはこれらのおそれのある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等の放置・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。不祥事件等の問題の未然防止や早期発見につながることから会社の自浄作用に寄与しています。なお、秘密保持や情報の取扱いには十分配慮し、通報・相談を行ったことを理由として不利益な取扱いを受けないよう、フォローアップ等をおこない通報・相談者の保護を図っています。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※」に登録されています。

※ 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

- 「お客さま第一の業務運営」や組織力強化につながる人財育成等、持続的成長の実現に向けた目標を掲げ、取り組んでいます。
- 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談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。

以上

MS&AD

三井住友海上