

私たちの宣言

～ 「お客さま本位」の実現に向けた取組 ～

2025 年度版

「お客さま本位の業務運営」に関する宣言

日頃より三井住友海上をご愛顧賜り、厚く御礼申し上げます。

保険料等の調整行為、代理店による保険金不正請求、そして保険代理店との間で発生した情報漏えいにより、お客さまをはじめ関係者の皆さまに多大なるご迷惑をおかけしておりますことを、深くお詫び申し上げます。

当社は、「お客さま本位」と「法令遵守」をすべての事業活動の根幹に据え、経営陣と全社員が一丸となって業務改善計画を確実に実行することにより、「ビジネスモデルの変革」を実現させ、お客さまや社会からの信頼回復に全力を挙げて取り組んでまいります。

当社は、お客さまの期待を深く理解し、真に必要な保険・サービスを提供することを最優先に考え、商品・サービスのシンプル化を推進していきます。また、社員一人ひとりがスキルを高度化させ、お客さまニーズの理解、アンダーライティング力の向上を通じて、お客さまに最良の商品・サービスを提供するための環境づくりに努めています。さらに、デジタル技術を活用した代理店支援体制の強化により、全国のお客さまへのサービス品質を一層高めてまいります。すべての役職員が「お客さまのために何ができるか」を常に考え、日々の業務において実践してまいります。

「お客さま本位の業務運営に関する方針」に基づき、保険会社としての専門性と職業倫理を高め、お客さまに対して誠実・公平な業務を行うとともに、「お客さまの最善の利益」を追求した商品、サービスを提供することに全社で取り組んでいくことをお約束します。

さらに、適切な業務運営に向けたガバナンスを強化するため、あいおいニッセイ同和社との2027年4月の合併に向けた検討を進めてまいります。

引き続きのご支援とご指導を賜りますよう、お願い申し上げます。



三井住友海上火災保険株式会社
取締役社長

船曳 真一郎

保険料調整行為事案および保険代理店と保険会社間で発生した情報漏えい事案における行政処分について

当社は、個人情報保護法および不正競争防止法に関する不適切行為等、並びにその背景にある態勢上の問題が認められたことを理由に、2025年3月金融庁より業務改善命令を受けました。 [行政処分に関するニュースリリース](#)

問題発生の原因

[問題の真因・業務改善計画に関するニュースリリース](#)

当社は、保険料調整行為事案および情報漏えい事案の真因分析に加えて、外部専門家による当社役員・社員へのヒアリングを踏まえた検証を行い、徹底的・網羅的に真因を洗い出しました。

<真因の全体像>

観点	導き出された真因(仮説)
経営陣の姿勢	<ul style="list-style-type: none"> 代理店への牽制/教育の必要性や、代理店ビジネスモデルの適切性 コンダクトリスク検知、コンプライアンス・リスク管理の必要性に対する意識 (トップライン重視ではなく)5つのバリューを尊重する経営メッセージとその浸透度
企業文化	<ul style="list-style-type: none"> 視野の狭さやサイロ化、課題を指摘することや声をあげることにに対する意識
ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> 持株会社によるグループガバナンス 取締役会への責任と監督機能、ビジネスモデルに対する理解とリスク感度 監査役への期待役割、監査役監査の機能 経営会議におけるリスクの認識/審議
第一線	<ul style="list-style-type: none"> リスクオーナーとしてリスクの認識/是正意識 代理店監査の実効性 営業推進部門のコンプライアンス意識と、営業部支店へコンプライアンスを徹底する能力、適切なリソース
第二線	<ul style="list-style-type: none"> マニュアル作成や研修・教育を行う部署の、営業部支店の実務に対する理解やリスク認識、研修制度の実効性、モニタリング態勢 出向者管理の必要性 本来構築すべき法令遵守の枠組み
第三線	<ul style="list-style-type: none"> 経営陣からの期待役割と適切なリソース配賦 潜在的なリスクの特定と業務に内在するリスクの洗い出し
レポート	<ul style="list-style-type: none"> 営業部支店の業務実施状況の適切なモニタリングと報告、部門間の情報連携
ルール・規程	<ul style="list-style-type: none"> ルールや規程で定められている役割と責任に対する認識
人財	<ul style="list-style-type: none"> 営業実務を理解した内部管理人財(第二線、第三線)の量及び質
人事/業績評価	<ul style="list-style-type: none"> (プロセスが評価されず)トップライン等の結果が重視される人事評価制度
内部通報	<ul style="list-style-type: none"> 内部通報に伴うイメージ、目安箱を使用するインセンティブ

I 顧客本位の業務運営の態勢の整備と実践

II 経営陣の姿勢と企業文化

III 第二線・第三線の機能発揮

IV 取締役会・監査役のガバナンス

V 持株会社によるガバナンス

主な改善取組項目

命令	取組項目
1. 適切な法令等遵守態勢の確立(漏えい等事案)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 教育体制の整備 (2) 管理体制の整備
2. 適切な顧客情報管理態勢の確立(漏えい等事案)	<ul style="list-style-type: none"> (1) 当社における顧客情報管理態勢の確立 (2) 代理店における顧客情報管理態勢の確立 (3) DL等代理店を中心とした関係再構築
3. 経営管理態勢の構築	<ul style="list-style-type: none"> (1) 社員の代理店等への出向方針の改定と管理 (2) リスクの予見・予兆検知及び対策の強化 (3) 第三線による取組強化、経営への提言の強化
4. 現業務改善計画の抜本的な見直し	<ul style="list-style-type: none"> (1) コンプライアンス及び顧客保護を重視する健全な組織
5. 適正な競争環境の構築	<ul style="list-style-type: none"> (1) 顧客本位の業務運営 (2) 顧客企業の態勢整備支援 (3) 競争要素の是正 (4) 共同保険運営の適正化 (5) 独占禁止法に関する規定・ルール整備と社員・代理店教育
6. 適正な営業推進態勢の確立	<ul style="list-style-type: none"> (1) 営業予算と評価基準の見直し (2) 企業営業部門の態勢強化
7. 適正な保険引受管理態勢の確立	<ul style="list-style-type: none"> (1) 採算管理の抜本的強化 (2) 部門間連携の強化
8. 適切な法令等遵守態勢の確立	<ul style="list-style-type: none"> (1) コンプライアンス・リスク管理態勢の強化 (2) コンプライアンスプログラムの高度化と実効性の向上 (3) 第一線への牽制強化 (4) 第二線の機能強化 (5) 第三線の機能強化 (6) 代理店に対するモニタリング手法の検討
9. 健全な企業風土の醸成	<ul style="list-style-type: none"> (1) 経営陣が主導する取組 (2) その他の取組
10. 経営管理態勢の抜本的な強化	<ul style="list-style-type: none"> (1) 経営陣によるガバナンスの強化 (2) 監査役監査の強化 (3) 第二線・第三線の機能強化 (4) 持株会社による経営管理態勢の改善 (5) グループ再編によるガバナンス強化

**「お客さま本位の業務運営に関する方針」
に基づく2024年度取組状況**

お客さま本位の業務運営に関する方針

全社員が本方針を日常業務の判断の基点として、お客さまのためにできることは何かを常に考え、日々活動してまいります。

方針は、消費者庁の「消費者志向経営」の取組^{※1}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。

**私たちは、高度な専門性と職業倫理を保持し、お客さまに対して
誠実・公平に業務を行い、「お客さまの最善の利益の追求」に代理店とともに取り組みます。**

該当ページ

方針 1. 最適な商品・サービスの提供 【金融庁の原則 2, 5, 6, 補充原則 1, 3, 4, 5 に対応^{※2}】

- ・お客さまのリスクとニーズを把握し、意向に沿った最適な商品・サービスの提供に努めます。
- ・お客さまに合わせたわかりやすい説明や希望に沿った説明方法により、適切な保険募集に努めます。
- ・適切な保険募集を通じて、お客さまに最適な商品・サービスを提供し続けるため、代理店とともに品質向上に取り組みます。

P5～

方針 2. 安心と信頼の事故対応 【金融庁の原則 2, 5, 補充原則 1, 5 に対応^{※2}】

- ・事故に遭われたお客さまや、事故のお相手の思いに寄り添った事故対応を行います。
- ・事故が発生した際は、適正な保険金の迅速なお支払いに努めます。
- ・自然災害が発生した際は、迅速に保険金をお支払いし、被災者の生活再建支援および被災地域の復興に貢献できるよう努めます。

P9～

方針 3. お客さまの声を基にした商品・サービスの開発・改善 【金融庁の原則 2, 6, 補充原則 1～5 に対応^{※2}】

- ・持続的かつ安定的に提供できる商品・サービスの開発に努めます。
- ・社会環境や技術進展等の変化に伴う新しいリスクや多様化するお客さまのニーズ・課題に迅速かつ柔軟に対応した商品・サービスの開発に努めます。
- ・お客さまからの要望や苦情等を真摯に受け止め、商品・サービスの適時・適切な改善に努めます。

P12～

方針 4. お客さまの利益を不当に害さないための適切な業務運営 【金融庁の原則 2, 3 に対応^{※2}】

- ・あらゆる場面で法令や社会規範等を遵守し、かつ、お客さまの利益を不当に害さないことに高い意識と価値観を持った業務運営を行います。
- ・「利益相反管理方針」を正しく理解し遵守するとともに、利益相反のおそれがある取引を適切に管理します。

P17～

方針 5. お客さま本位の企業風土の醸成・定着 【金融庁の原則 2, 7, 補充原則 1 に対応^{※2}】

- ・社員一人ひとりが行動指針(5つのバリュー)*を常に意識し、行動します。
 - ・「お客さまの最善の利益の追求」に高い価値観を置く企業風土の醸成・定着を図ります。
- *行動指針(5つのバリュー)：お客さま第一、誠実、チームワーク、革新、プロフェッショナリズム

P18～

▶「お客さま本位の業務運営」の実践に向けた社員の具体的な行動の例については、[こちら](#)を参照ください。

※1 消費者志向経営の詳細は、消費者庁ホームページ(URL:https://www.caa.go.jp/consumers/consumer_oriented_management/)でご確認ください。

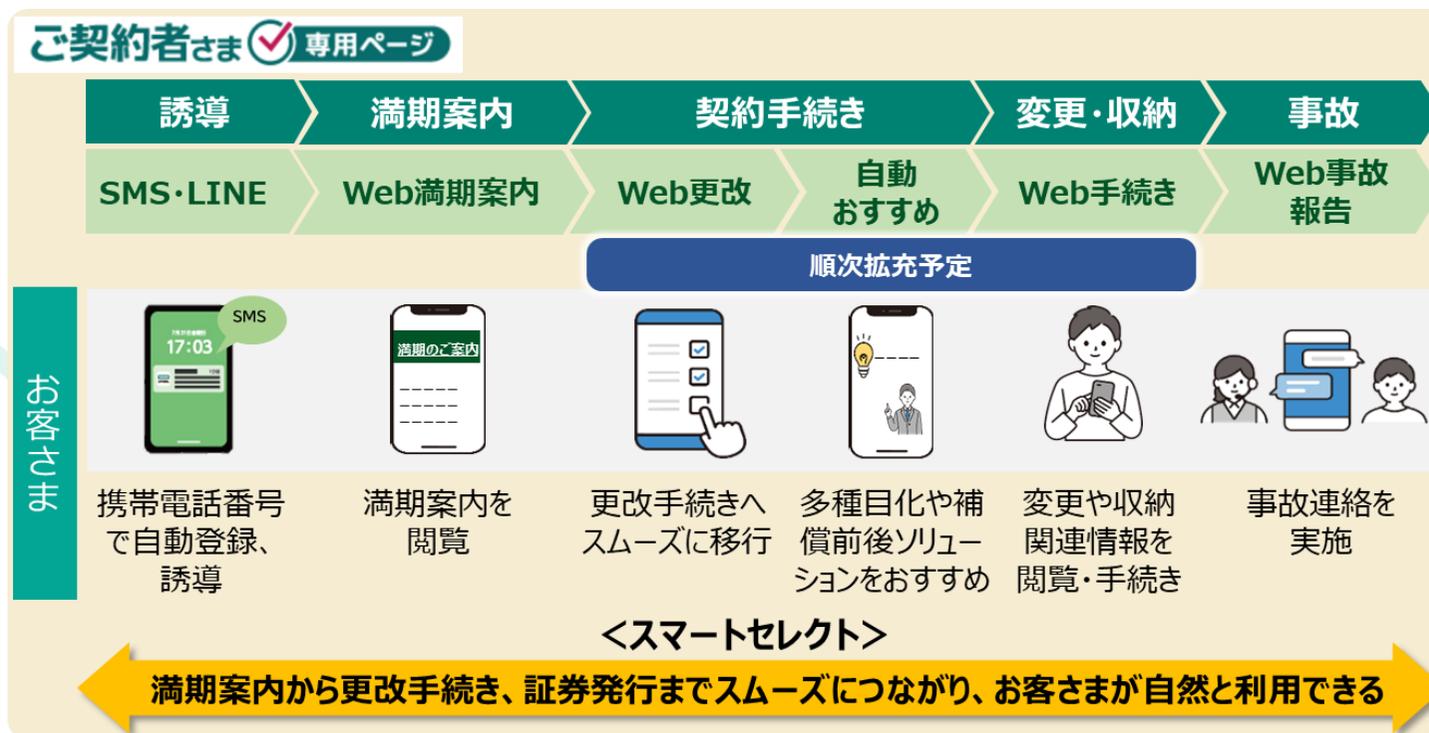
※2 原則の詳細は、金融庁ホームページ(URL:<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoji/kokyakuhoji.html>)でご確認ください。なお、原則4、原則5の(注2)、原則6の(注2)および補充原則4の(注3)は、当社の取引形態上、または投資リスクのある金融商品・サービスの取扱いがないため、本方針の対象としておりません。

方針 1 最適な商品・サービスの提供

- ◆お客さまのリスクとニーズを把握し、意向に沿った最適な商品・サービスの提供に努めています。
- ◆お客さまのニーズに沿ったご契約手続きを行い、わかりやすい説明を通して、適切な保険募集を行います。

01 お客さまのニーズに沿ったご契約手続きや各種サービスの実現

- 当社では、お客さまにとってわかりやすいと感じていただけるご契約手続きや各種サービスを実現するプロセスを「スマートセレクト」と称して、推進しています。
- 「スマートセレクト」の実現に向け、「ご契約者さま専用ページ」では、ご契約の満期案内から契約締結、証券発行までの各プロセスがつながり、お客さまにスムーズにサービスをご利用いただけることを目指しています。
- 例えば、2025年1月には、「ご契約者さま専用ページ」上で、保険料の請求内容の確認および保険料の振替口座やクレジットカードの変更手続きを可能としました。本サービスでは、従来、代理店からお客さまに直面や電話で手続き等のご案内をしていたものを、お客さま自身で、いつでも、どこでも、好きな時にご確認・お手続きを可能とすることで、お客さまの利便性向上を図っています。
- より良いお客さま体験を提供できるプロセスの構築を引き続き目指してまいります。



02 お客様に商品をご理解いただくためのわかりやすい説明や工夫

- 「GKすまいの保険」(火災保険)では、2024年10月の商品改定に伴い、お客さまに「アンケート調査」や「グループインタビュー」を実施し、当社商品についてお客さまが魅力に感じる補償やパンフレットの見やすさ・わかりやすさ等に関するご意見をお聞きしました。
- お客さまからのご意見を踏まえ、「商品の長を冒頭にわかりやすく記載する」、「文字数を極力減らしイラストをメインにする」、「具体的な補償事例をできるだけ多く掲載する」等の改善を行い、パンフレットを刷新しています。
- 今後もよりお客さまにわかりやすいパンフレットを目指して改善を続けてまいります。

冒頭で幅広い補償をPR!

文字を減らしてイラストをメインに!

刷新後パンフレット

パーソナル・SME商品部
業務チーム
伊藤 菜々子



火災保険を検討されるお客さまが最初に手にされるのが「パンフレット」です。大切なおすまいを守る保険だからこそ、お客さま一人ひとりに合った補償内容を選んでいただけるよう、当社商品の魅力をわかりやすくお伝えたいと考えています。今回の刷新テーマのひとつである「文字数を極力減らし、イラストをメインにする」という方向性は一見シンプルですが、内容を厳選する難しさがあり、試行錯誤の連続でした。お伝えするべき情報は削らず、かつわかりやすく表現するにはどうしたらよいか。お客さまが特に気になるポイント、つまずきやすいポイントはどこか。「お客さまの視点」を軸に、関連部署とも意見を交わし、検討を重ねました。現在も、変わりゆくリスク環境やお客さまのニーズを踏まえ、さらなる改善に向けて取り組んでいます。お客さまの声を反映しながら、皆さまに安心して、納得して選んでいただけるパンフレットを目指してまいります。

◆適切な保険募集を通じて、お客さまに最適な商品やサービスを提供し続けるため、代理店とともに品質向上に取り組んでいます。

03 代理店のお客さま対応品質向上に向けて

- 当社は、「お客さま、地域のリスク解決策を提示できるリスクソリューションプロバイダー」を「代理店の目指す姿」とし、その実現に向けて「代理店スタッフ教育支援プログラム」や「代理店内教育プログラム」等を展開し、代理店の品質向上および「お客さま本位」の活動を後押しする教育・管理・指導体制を構築しています。
- また、代理店とともに、お客さまアンケートを積極的に収集し、お客さまの声を活用した品質向上に取り組んでいます。

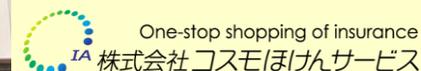
お客さま対応の品質向上に取り組む代理店

株式会社オフィスT.I.A



- 社員全員が、「地域密着型の保険代理店としてお客さまの信頼を裏切らないきめ細かなサービスを提供します」という当社の経営理念を意識して行動しています。
- お客さまからご依頼いただいたことのみに対応するのではなく、お客さまに本当に必要な補償なのかを見極めたうえで提案・対応を行っています。
お客さまにとって一番良いことは、「事故を起こさない」「事故に遭わない」ことであり、例えば、自動車の契約手続きの際には、実際のドラレコの事故映像をご視聴いただき、事故の原因や注意点についてアドバイスをしています。
- また、お客さまから事故のご連絡があった際には、できる限り直接お客さまとお会いし、事故現場を見に行く等、お客さまに寄り添った対応を心がけています。
- お客さまからの苦情やお褒めの言葉を代理店内で共有し、「自分も気を付けよう」「このようなお客さま対応が喜ばれるのか」といった気付きに繋げ、対応のレベルアップ、均質化に活かしています。

株式会社コスモほけんサービス



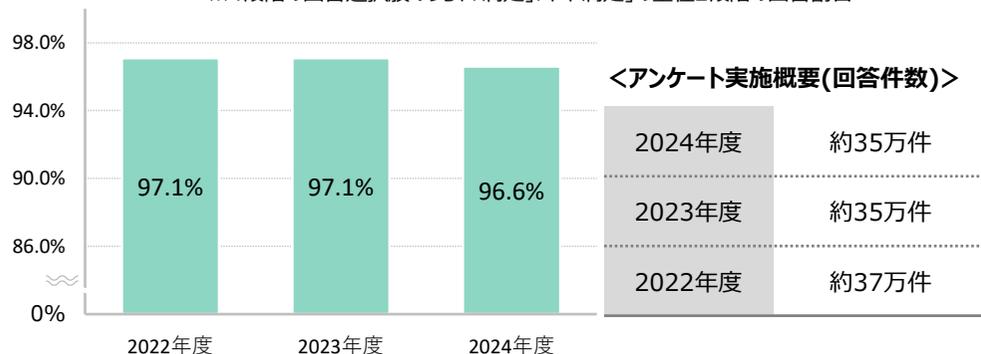
- 当社では「3つの理念」「8つの販売姿勢」を策定しており、特に「3つの理念」、「販売姿勢1～5」を当社の「コア・バリュー」と定めています。
- 社内ミーティングにおいては、社員が自身の「コア・バリュー」について話すようにしており、実際の業務と常に連動させて考えることで、社員全員への理解・浸透を図り、「お客さま本位の業務運営」を実践するようにしています。
- 「販売姿勢4」では、「事故発生時にはお客さまの不安を最低限に抑制するように説明を尽くします」を掲げており、事故対応において、進捗状況を密にお客さまに報告し、お客さまの不安を軽減するように努めています。また、お客さまが置かれた状況に合わせた対応やお客さまのニーズに先んじて対応することが重要だと考え、水害等の大きな災害が発生した際には、お客さまに被害がないかの確認連絡等も行っています。

04 お客様アンケートの活用による保険募集の品質向上

- 当社では、ご契約いただいたお客さまを対象に「お客様アンケート」を実施しています。アンケートを通じて、お客さまの期待やニーズをお伺いし、商品やサービス、保険募集等の品質向上に活かしています。これからも、社員と代理店が高い水準でお客さまに対応できるよう努めてまいります。

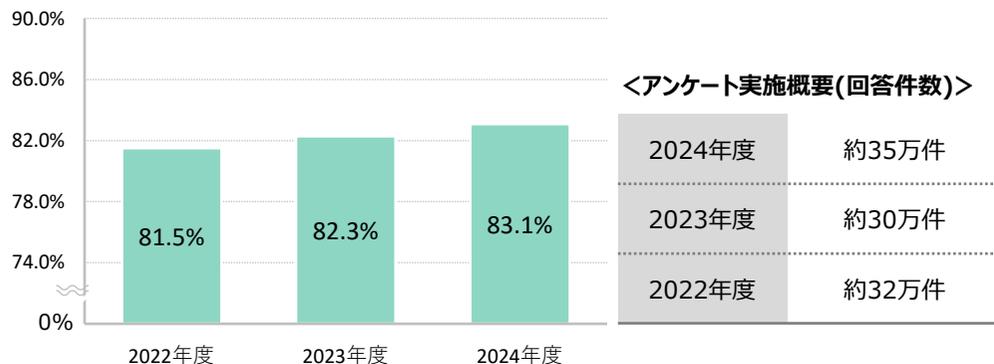
■ お客様アンケート(契約時) / お客様満足度

※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



■ お客様アンケート(契約時) / 代理店推奨度

※11段階(10~0)のうち、10~6評価の回答割合



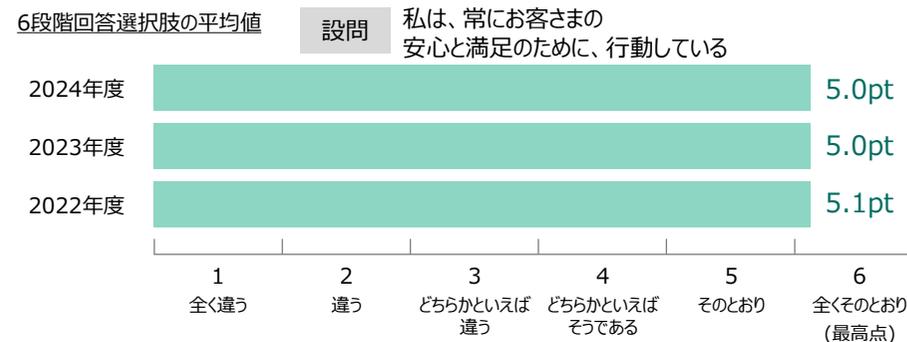
■ お客様の声に基づく改善件数

お客様の声に関する取組の詳細は方針3(P.12)

- 2024年度にお客さまの声に基づき実施した改善件数は、20件です。主な改善事例は、P.13に掲載しています。
- お客様の声の受付状況は当社オフィシャル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

社員への価値観浸透に関する取組の詳細は方針5(P.18)



方針 2 安心と信頼の事故対応

- ◆ 事故に遭われたお客さまや、事故のお相手に寄り添った事故対応を行います。
- ◆ また、事故発生時には適正な保険金の迅速なお支払いに努めます。

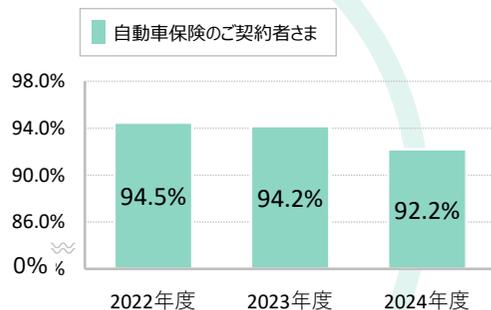
01 デジタルツールの活用による事故対応サービスの利便性向上

- 当社公式サイトやLINE ※からご利用いただける「ご契約者さま専用ページ」をはじめとしたデジタルツールを活用して、お客さまへ便利で安心な事故対応サービスを提供しています。
 - 「ご契約者さま専用ページ」では、事故のご連絡、事故担当者とのやりとり、必要な書類や写真の送信、事故対応の進捗状況確認等、保険金のお支払いまでの一連のプロセスをWeb上で行える機能を提供しています。
 - お客さまが当社からの確認事項にご回答いただける返信フォーム付きのSMSや、事故解決までの流れ等をわかりやすく動画やWeb画面でご説明する「局面別説明ツール」もご提供しています。
 - 今後も多様化するお客さまのニーズを踏まえ、デジタルツール等を拡充し、お客さまのさらなる利便性の向上と、迅速な保険金のお支払いに努めてまいります。
- ※「LINE」はLINEヤフー（株）の登録商標です。

02 お客さまアンケートの活用による事故対応品質の向上

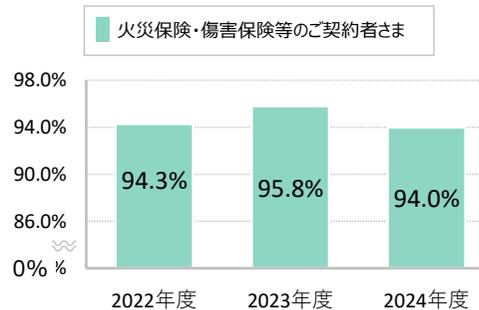
- 当社では、保険金をお支払いする際に「事故対応アンケート」をお送りし、その結果を参考に、お客さまのご期待を上回る事故対応サービスを提供できるよう、日々レベルアップに取り組んでいます。
- アンケートの2024年度末実績値は以下のとおりです。

■ 事故対応アンケート ※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
2024年度	約64万件	約6.8万件
2023年度	約53万件	約6.1万件
2022年度	約44万件	約3.8万件



<アンケート実施概要>

	送付件数	回答件数
2024年度	約70万件	約6.7万件
2023年度	約56万件	約8.7万件
2022年度	約52万件	約11万件

03 事故の未然防止取組の推進

●蓄積された事故対応の知識と事故データを活用して、事故防止に向けた取組や防災・減災等の社会課題解決の取組を行っています。事故が起きた時だけでなく、事故の未然防止・再発防止に取り組むことで、お客さまや社会にとって安心・安全な未来を提供していきます。

- ・自動車事故の約40%を占める駐車場内での事故を減らす取組として、駐車場内事故防止の動画やチラシを配信しています。代理店からお客さまへの注意喚起、自治体等と連携し駅前広場や商業施設でチラシを配布する等、地域に根差した取組を進めています。
- ・また、火災保険のお客さま向けに「ご契約者さま専用ページ」を通じて、お客さま一人ひとりに最適化した「防災アラート」サービスを提供しています。本サービスでは、物件所在地の気象予測と過去の保険金支払いデータに基づき、保険の対象に対する被害リスクをAIが算出します。2024年6月からは、降雹（ひょう）の危険をお知らせする「雹災緊急アラート」の提供を開始しました。お客さまに防災アドバイスと事前アラートを配信することで、損害を軽減する行動を後押しします。
- ・その他にも、貨物・船舶保険のリスクマネジメントサービスとして、貨物輸送時の輸送環境や位置情報をリアルタイムに把握できる記録計を活用した輸送時のリスク確認と事故の未然防止策の提案活動を行っています。2024年度は「計測データ可視化プラットフォーム」の構築を進め、情報の一覧化、視認性・操作性を更に向上させました。

駐車場内事故防止チラシ



防災アラート機能イメージ



兵庫損害サポート部
神戸中央保険金お支払センター

東尾 聡美



これまでの損害サポート部門での主な業務は、すでに発生した事故に対して保険金をお支払いすることでした。しかし、お客さまにとって一番大切なことは、事故そのものを未然に防ぐことです。

そこで、当社の新たな役割として、お客さまのリスクに最も近い損害サポート担当者の専門性を活かして、事故を未然に防止するアイデアを提案することで、予防的観点からお客さまをサポートするという新しい価値の提供に取り組んでいます。損害サポート担当者ならではの知見を活かして事故発生に関する課題を発見し、お客さまがまだお気づきになっていないリスクやニーズを分析・提案することで、今までにない視点で事故の未然防止に繋げることは、損害サポート部門の新たな役割になると感じています。

◆ 自然災害が発生した際は、迅速に保険金をお支払いし、被災者の生活再建支援および被災地域の復興に貢献できるよう努めています。

04 「建物損害額AI算定システム」による迅速なお客さま対応

- Webアプリを通じてお客さまからご提出いただいた損害写真をもとに、AIが損傷箇所や程度を判定し、損害額を自動で算定する「建物損害額AI算定システム」を提供しています。
 - ・火災保険の保険金請求において、従来は、お客さまから修理業者の見積書を当社にご提出いただく必要がありましたが、本システムを活用することで、見積書のご提出が不要となり、保険金を早期にお支払いすることが可能となりました。
 - ・保険金請求手続きがWebで完結できるため、お客さまはご都合の良い時間帯にお手続きいただけ、利便性が向上します。
 - ・2023年9月から本格的に導入し、2025年3月末時点で約1,300件の活用実績があります。
 - ・特に風災・雹（ひょう）災等の自然災害事故において、早期の保険金支払いを可能としており、2024年4月に発生した兵庫県を中心とする雹災では、お客さまから損害写真を受付けてからお支払いまで最短2日で完了したケースもあります。受け取っていただいた保険金を、復旧に必要な費用に充てていただくことで、お客さまの早期の生活再建をサポートします。



損害写真提出画面

業務プロセスデザイン部
クレームオペレーションチーム

荒木 敏行



近年、自然災害が激甚化・頻発化しており、特に2018年度、2019年度には業界全体で1兆円を上回る規模の保険金支払額となりました。また、修理業者も多数被災したうえ、修理依頼が殺到したため、お客さまが修理見積書を受け取るまでに数ヶ月を要したケースもあり、保険金をご請求いただくまでに時間を要するケースが多発しました。本システムを導入することで、修理見積書のご提出を待たずに、当社にて早期に保険金のお支払額を算定することができ、迅速な保険金のお届けが可能となりました。このシステムをご利用いただいたお客さまからは「手続きが簡単かつ入金まで迅速で非常に助かった」等の声をいただいています。今後もさらなる利便性向上のため、お客さまの声を反映しながらより良いサービスの提供を実現していきます。

方針 3 お客様の声を基にした商品・サービスの開発・改善

◆お客さまからの要望や苦情を真摯に受け止め、商品・サービスの適時・適切な改善に努めています。

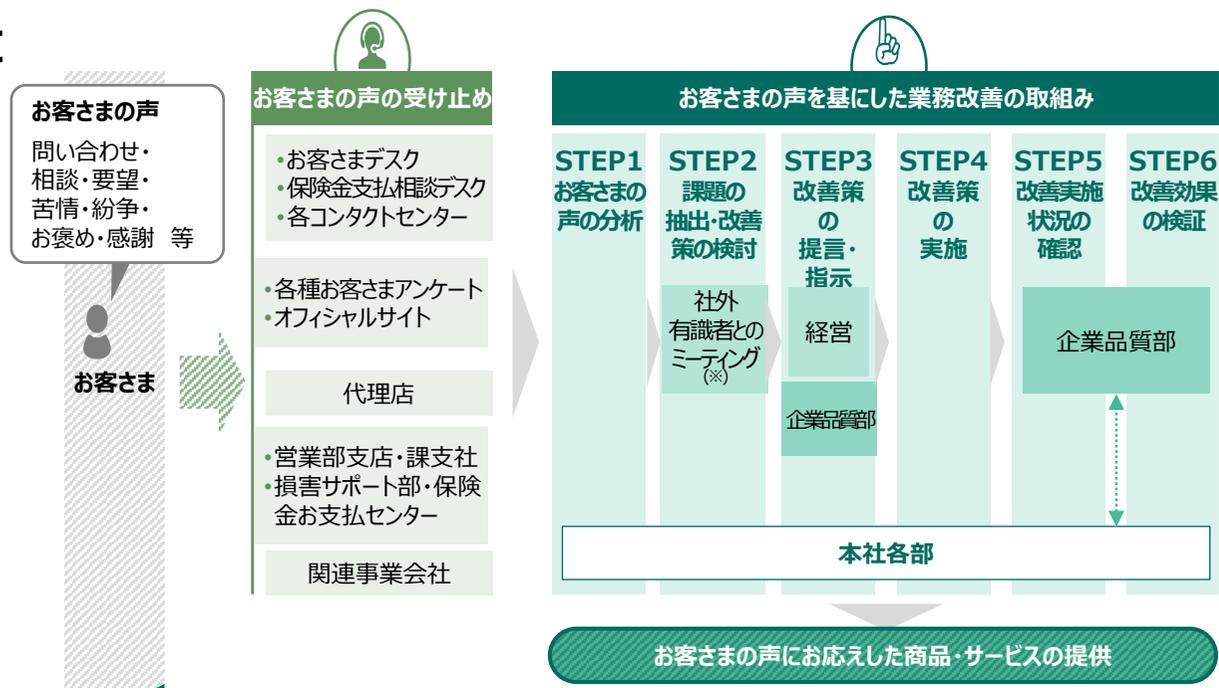
01 幅広くお客さまの声を伺うために

- コンタクトセンターのお客さまに寄り添った電話対応、24時間365日利用可能なデジタルサービスによるセルフサポート、当社公式サイトにおけるお客さま視点でのコンテンツが評価され、HDI※格付けベンチマークの「問合せ窓口」・「Webサポート」で最高評価の三つ星を獲得しました。三つ星獲得は、「問合せ窓口」で11年連続(国内損害保険会社初)、「Webサポート」で10年連続となります。【2024年9月】当社は、今後も「お客さまに最も頼られる保険会社」を目指して、さらなる品質向上に努めてまいります。
※ITサポートサービスにおける世界最大の会員団体。アメリカの経済紙「フォーチュン」・世界企業上位の多数が加盟。
- お客さまからのお問い合わせをサポートするためAIを活用したシステムや電話応答スクリプトの自動表示システムを導入し、お客さまからのお電話の保留時間短縮やサービス向上に取り組んでいます。また、有人チャット、チャットボットやボイスボット等、時間や場所を選ばずご利用いただけるデジタルサービスを拡充し、お客さまの利便性を高めています。
- ご契約いただいたお客さまや保険金をお支払いしたお客さまを対象に「お客さまアンケート」を実施し、お客さまの満足度を確認するとともに、お客さまの商品・サービスへの期待や多様化するお客さまニーズを積極的に把握しています。



02 お客様の声一つひとつにお応えするために

- 全社員がお客様の声に対して迅速・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「お客様本位」の視点で、各種窓口やお客様アンケートを通じて寄せられたすべての「お客様の声」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。
- 当社は、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2007年7月に構築し、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に共有しています。
- また、商品・サービスがお客様のニーズ・課題に対応できているか定期的に検証し、商品・サービスのラインナップの見直しを継続的に行っています。



※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。

<2024年度の主な改善事例>

お客様の声

- 「はじめての自動車保険」で三井住友海上の専用ドライブレコーダー（「ブレドラ」）を利用したい。
- 自動車保険のロードサービスで、ロードサービス業者の事故現場への到着時間がわからず不安なのでわかるようにしてほしい。
- 「G K すまいの保険」（火災保険）のパンフレットに「水災損害認定」の記載があるが、「屋外にある家財」についての損害認定基準がわかりにくい。

改善結果

- 「はじめての自動車保険」は、初めて自動車保険をご契約されるお客様向けに、わかりやすいシンプルなパッケージ補償としていますが、2025年1月より「ドライブレコーダーによる事故発生の通知等に関する特約」をセット可能としました。
- お客様のスマートフォン上で、ロードサービス業者の位置情報や到着予想時刻を確認できるように、ロードサービス業者の位置情報提供サービスを開始しました。
- パンフレット等の募集ツールにおける「水災の損害認定」の表現を、「保険の対象」から「建物」・「家財」に分け、それぞれの認定基準がより明確になるように修正しました。

◆ 社会環境の変化や技術の発展に伴う新しいリスクや多様化するお客様のニーズ・課題に迅速かつ柔軟に対応した商品・サービスを開発しています。

03 卵子バンクの普及推進に向けて凍結卵子専用保険の提供開始

- 将来の妊娠・出産に備えて卵子を保管する卵子凍結保管が社会的な注目を集める中、当社は、LIFEBANK株式会社と共同で、2024年4月から卵子バンクの利用者に向けた専用保険の提供を開始しました。
- 卵子凍結保管は、高額な費用がかかるうえ、偶発的な事故による補償がありませんでした。この保険は、LIFEBANK株式会社が提供する卵子凍結保管サービスを利用する未受精凍結卵子を保険の対象※とし、凍結から融解までの間に発生する偶発的な事故による損害を補償する業界で初めての専用保険となります。 ※利用者の採卵時における年齢が39歳以上の場合は補償対象外
- 女性活躍推進や少子化対策の一環として、今後さらに卵子凍結保管のニーズは高まるものと見込まれ、女性の選択肢と可能性を広げ、卵子凍結保管を安心して利用できる社会の実現に取り組んでまいります。



総合営業第一部
海上課

小坂 愛

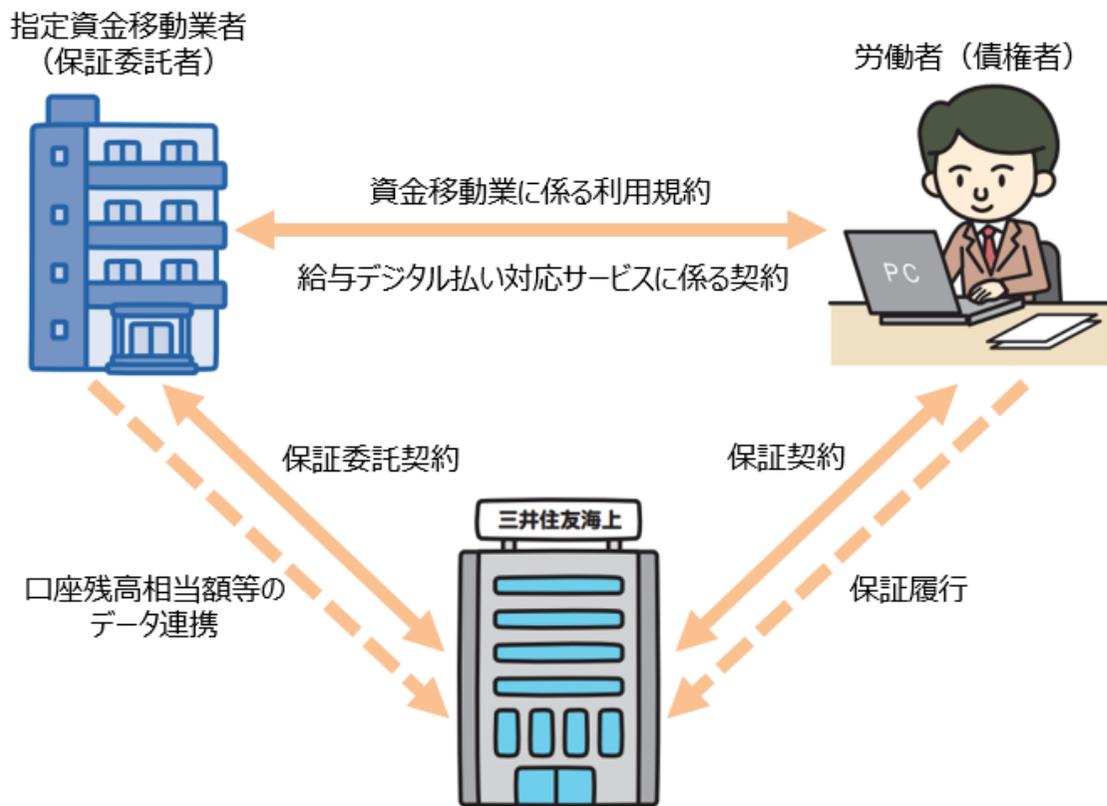


昨今、女性活躍推進により晩婚化が進み、子供が欲しくても年令的に難しくなってしまったために不妊治療を行うケースがとて増えています。私自身、不妊治療の経験があり、周りの治療経験者も目にきて、この状況を何とかしたいとの強い思いでスタートアップ企業に飛び込み、卵子凍結事業者と運命的な出会いを果たしました。当時、凍結卵子への偶発的な事故は補償されないという聞き、卵子凍結が普及すれば不妊治療で苦しむ人を減らせると確信し、取組を開始しました。前例のない取組のため組成まで時間を要しましたが、関連部署の協力により、凍結卵子専用保険をリリースすることができました。本保険は社会貢献に資する業界初の取組として反響はとて大きく、数多くの媒体に取り上げていただきました。本取組をきっかけに社内でもフェムテックを中心に取り組むチームの立ち上げを検討しており、今後も男女が関係なく輝ける世界、そして子供の笑顔が溢れる未来を目指して、新しいソリューションを提供すべく取り組んでまいります。

04

キャッシュレス決済のさらなる普及を後押しし、労働者の利便性向上を実現するため、給与デジタル払いに対応する資金移動業者向け保証スキームを構築

- 社会にキャッシュレス決済が広まる中で、2023年4月に厚生労働大臣の指定を受けた資金移動業者(以下「指定資金移動業者」)を通じて、給与のデジタル払いが認められるようになりました。当社は指定資金移動業者であるPayPay株式会社が万一破綻した際にも、労働者の資金移動口座残高を速やかに弁済するための保証スキームを2024年8月から提供しています。
- 給与デジタル払いにおいては、労働者保護の観点から、民間の保証機関が労働者に資金移動口座残高を速やかに弁済することを保証する仕組みを有していることが求められますが、今般、当社が保証機関となり、指定資金移動業者であるPayPay株式会社が万一破綻した際に、口座残高相当額を速やかに労働者の金融機関口座に支払う保証スキームを構築したものです。
- 本スキームを通じて、キャッシュレス決済の普及と労働者の利便性向上を実現してまいります。



総合営業第三部
情報通信事業室

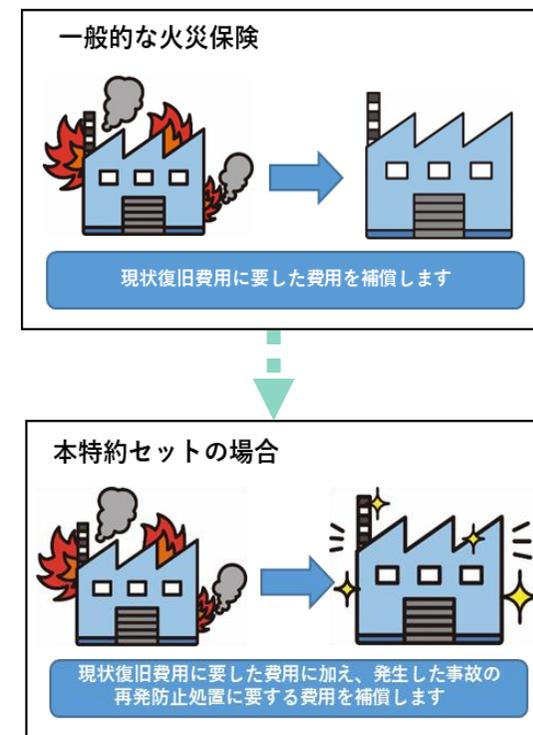
谷平 史司



資金移動業者が、「給与デジタル払い」の事業に参入するには、資金移動業者の破綻時等に、民間の保証機関が労働者に速やかに保証する仕組みが必要であり、当社が保証の提供を行うことが、国内のキャッシュレスの推進や労働者の利便性向上につながる考え、保証スキーム構築を検討いたしました。国は労働者保護の観点から、資金移動業者が破綻した場合、6営業日以内に保証履行することを求めており、スキームの構築は困難を極めました。しかし、関連部署と何度も協議を重ね、最終的に当社が保証の主体となることで、労働者に迅速に保証を提供できる仕組みを実現しました。他の資金移動業者が保証体制の構築に難航する中、PayPay株式会社は当社が構築した保証スキームをご活用いただくことで、本邦初の給与デジタル払い事業者指定されました。今後も、本取組で得たノウハウや知見を活かし、給与デジタルを起点とした新たな商品やサービスの開発に意欲的に取り組み、さらなるキャッシュレス化の推進に貢献してまいります。

05 企業の自発的な再発防止取組を支援する商品の開発

- 大規模な工場を中心に、老朽化した建物・設備の火災や爆発等による被害が年々増加する傾向にあり、万が一事故が発生してしまった際における、再発防止や再発時の被害軽減に向けた取組の重要性が高まっています。
 - 一方で、一般的な火災保険は、事故発生時に「元の状態に復旧するための費用」を補償するものであり、再発防止に要する追加費用は補償できていなかったことから、事故発生後に企業が実施する再発防止取組を保険商品として後押しすることができていませんでした。
 - 企業の中長期的な防災・減災取組を支援し、企業の持続的な成長を後押しするため、大口事故が発生した際に再発防止のためにお客さまが支出した追加費用を補償する特約を開発しました。
 - この特約では、火災・爆発等により大口事故が発生した際、一般的な火災保険で補償する損害保険金や費用保険金に加え、事故の再発防止のためにお客さまが支出した追加の費用を特約保険金としてお支払いします。
- 例えば、火災事故が発生した工場建物内に、事故発生前には未設置だったスプリンクラー設備を復旧時に新たに設置する費用や、爆発事故が発生したプラント設備に、事故原因となった配管の異常を事前に検知するためにセンサー等のIoT機器を新たに設置する費用等を保険金としてお支払いすることが可能です。



コマーシャル商品部

企業火災保険チーム

和田 悠太郎 、 山村 雄一



企業向けの火災保険は、昨今の自然災害激甚化・頻発化に加え、老朽化した工場等で大規模な火災もたびたび発生しており、こうした影響からお客さまにご負担いただく保険料も年々引き上げざるを得ない環境にあります。

商品開発を担う立場として、お客さまに中長期的かつ安定的に火災保険を提供させていただくには何をすれば良いかを考えた時に、「事故により損傷した建物や設備を元に戻す」だけでなく、「同じ事故が発生しにくい、または万が一発生してしまった場合にもその被害が小さくなるようにする」ことが重要ではないかとの考えに至りました。

さらに、お客さまの将来的な防災・減災は、当社火災保険の収支改善に貢献し、結果として、そのお客さまだけでなく全てのお客さまの保険料のご負担を軽減することが可能になるとの思いが再発防止費用補償特約の開発につながりました。

商品開発部門の使命は、お客さまにご安心いただけるような商品の開発と、そのような商品を中長期的にご提供していくことにあると考えており、本特約を多くのお客さまに提供していくとともに、この使命を常に意識しながら今後もお客さまのお役に立てる商品の開発を進めてまいります。

方針 4 お客様の利益を不当に害さないための適切な業務運営

- ◆法令や社会規範を遵守し、お客様の利益を不当に害さないことに高い意識と価値観をもっています。
- ◆また、「利益相反管理方針」を正しく理解・遵守し利益相反のおそれがある取引は適切に管理しています。

01 法令・ルールを理解をはじめとした社員教育およびコンプライアンス態勢の強化

- 「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、適切な業務の運営に向けて、継続的に社員教育を実施し、周知・徹底を図っています。
- 独占禁止法や情報管理に対する社員の理解を深め、遵守するための態勢整備を行っています。
2024年度は、独占禁止法に関する社員向けマニュアルの改定、代理店向け説明資料を新たにリリースしました。
社員、代理店向けに実施する研修の内容を見直し、情報管理の強化、情報漏えいの防止に向けた取組を再徹底しました。

02 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」を管理するため、「利益相反管理方針」に沿ってコンプライアンス部を統括部署とし、規程・マニュアル等に管理態勢を定め、適切に業務を行っています。なお、「利益相反管理方針」は、当社オフィシャルサイトに掲載しています。

03 法務リスクへの対応強化

- 2023年度の行政処分を受け、当社の法務リスク管理を高度化することを目的として、2024年8月に総務部・法務チームを母体とする法務部を新設しました。
- 他業界で企業内弁護士として勤務した経験を持ち、当社の「社内の常識」に捉われることなく物事を判断できる弁護士を複数名採用して、法務部門の専門性や客観性を強化しています。

法務部
法務チーム
弁護士

加藤 雅大



法務部は、次の2つを主なミッションとしています。

1つ目は、当社の法務リスクに対して適切な対応ができるよう社員のリーガルテラシーを向上させることです。

具体的には、法令改正を含めた社会の動きや課題等を踏まえて、情報を定期的に発信し当社業務において法務の観点から注意喚起を行ったり、各種研修を実施したりしています。これらにより、全社員に対して「法務の観点でお客様や社会の期待、利益を毀損していないか」といった気付きを与えます。

2つ目は、全社的な業務執行に対する法務面でのサポートの実現です。具体的には、全社員が気軽に法務相談ができる体制の整備です。気付きを得た社員がそれだけで終わることなく法務部へ相談できる体制を整え、具体的な問題点や改善策を法務部も共に考えることで、気付きを行動に落とし込み、業務の改善や品質向上を実現します。

保険料調整問題や情報漏えい問題等の反省を踏まえて、会社全体として法令を遵守して業務に従事することを徹底し、ひいてはお客様や社会から真に信頼される会社になれるよう邁進いたします。

方針 5 お客さま本位の企業風土の醸成・定着

◆ 「お客さまの最善の利益の追求」に高い価値観を置く企業風土の醸成・定着に向けて取り組んでいます。

01 最もお客さまから選ばれ続ける保険会社となるために 社長と社員のシン・コミュニケーション ミーティングを開催

- これまでのビジネススタイルを大きく変革させ、最もお客さまから選ばれる保険会社となるために、全国のさまざまな部門、役職の社員が取締役社長の船曳と直接対話する「シン・コミュニケーション ミーティング」を開催しました。このミーティングでは、社員が社長と本音で語り合い、当社が進むべき未来について考えました。これまでに8月、9月、10月の3回開催し、合計で1,555名の社員が参加しています。
- 第3回では、全国から38名の部長職が集まり、「これからの『お客さま本位』」をテーマに対話を行いました。「ルールを守ること」だけではなく、「ルールを守ったうえで『お客さま本位』の価値観を持って活動していくこと」の重要性について話し合われました。



東京西支店
第二支社

関口 公介



このミーティングの第1回に参加した後輩が「もっと私たち現場の社員から変わっていかないとイケませんね！」と熱心に語る姿に感化され、私は第2回に参加しました。社長の「最もお客さまから選ばれる保険会社になろう」という言葉が心に深く残りました。損害保険業が代理店を介した間接営業中心のビジネスとはいえ、当たり前である「お客さま」への配慮が希薄であったことに気付かされ、自身の意識を変えなければならないと深く反省しました。第3回終了後から、「『お客さま本位』とは何か？」という議論が周囲で活発化し、支社全体としても意識の変化を実感しました。現在は、その会話がパートナーである代理店にも広がり、「緊急の事故報告にも役立つ『ご契約者さま専用ページ』を、お客さまのためにもっと推進しましょう」等、「お客さま本位」の営業活動が定着してきています。業界における課題はありますが、さまざまな事故を見聞きするたびに損害保険の存在意義を深く実感しています。だからこそ、これからは過去の慣習に捉われずチャレンジし、「お客さま本位」を中心に考える企業文化醸成に貢献していきたいと思っています。そして私が大切にしている「家族・子どもたちにもっと誇れる業界へ」という言葉を胸に、より良い社会の実現に向け努力していきます。

02 コンダクトリスクの早期検知に向けた取組

- 日常業務に潜むリスクの予見・予兆検知と「言える企業文化」の醸成を目指して、損害サポート・営業の社員が感じている日常業務における違和感の声を把握するために企業品質部が、2024年度より、損害サポート・営業の拠点を巡回し、ヒアリングを実施しています。
- また、全国の損害サポート・営業の社員から公募したプロジェクトメンバーが、企業品質部の兼務として、メンバーの所属する部支店での日常業務における違和感の声を収集し、情報共有や改善策の検討を行う「REAL VOICEプロジェクト」を開始しました。

企業品質部による全国の社員へのヒアリング(座談会)



REAL VOICEプロジェクト



岡山支店
岡山第一支社

北田 雄一



「REAL VOICEプロジェクト」への参加を通じ、自身の中で最も変化した点は「言える企業文化の醸成」と「日常業務に潜むリスクの予見・予兆検知力の強化」に対する意識です。プロジェクトでは、収集した声を基に仮説・検証を幾度も重ね、本社各部とのミーティングで改善提言を行いました。ミーティングでは提言に対する本社部門の真摯な姿勢から、変革に対する覚悟が感じられた一方、営業社員として、さらに違和感に気付くための「予兆検知力の強化」が求められると感じました。職場を預かる組織長としては、下期より全社で導入された「お客様本位の業務運営を考える日」の毎月開催を通じ、職場メンバーと「損害保険会社として本来あるべき姿」や「お客さまからの信頼を回復し、選ばれ続ける保険会社になるためには」といったテーマで議論を多く交わすことを意識しています。トップダウンではなく、ボトムアップによるリスクカルチャーの醸成を目指しています。

03 企業文化の定着に向けた取組

- 毎年7、8月を「企業品質の月」とし、「お客さま本位」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。2024年は、社長メッセージの発信、各種コンテンツを用いた自己学習の実施、行政処分に関する動画や資料を用いて、発生原因や業務改善計画の理解、再発防止策について各職場でミーティングを実施しました。また、「お客さま本位」を実践するために、職場での改善策を論議しました。
- 10月には、マネジメント層によるミーティングを実施し、各組織の課題の認識、改善・対応に向けた具体的な取組内容を論議しました。
- また、「お客さま本位」の取組をさらに推進・徹底するため、新たに月例の「お客さま本位の業務運営を考える日」取組を開始しています。当社に寄せられたお客さまからの苦情やお褒めの言葉、コンダクトリスクの事例をもとに各職場で意見交換を行い、「お客さま本位」について社員一人ひとりが継続的に考え、日常業務を振り返る機会としています。



「お客さま本位の業務運営を考える日」の取組を通して

関西企業自動車損害サポート部 第五保険金お支払センター
船井 麻美子

私の職場の「お客さま本位の業務運営を考える日」では、事故対応における「お客さま本位」の行動について、職場メンバー間で共有・意見交換を行っています。具体的には、事故対応アンケート内のフリーコメント欄にお客さまからいただいたお褒めの言葉の中から、職場メンバーが、特に「お客さま本位」の対応ができていたと感じたものを選びます。選ばれたメンバーは「お客さま本位」の観点で工夫・実践していることを共有し、そのことについて、職場メンバーで意見交換を行っています。メンバーが日々どのようにお客さまと向き合い、各自が工夫していることを共有できる貴重な場と捉えており、引き続き取り組んでまいります。

04 多様な人財が相互につながり活躍する職場環境・態勢構築に向けた人事改革

- 「お客さま本位」の業務運営実現に向け、「言える企業文化」「改革にチャレンジする風土」を醸成し、多様な人財がお客さまの最善の利益の追求に高い価値観を置いて活躍する職場環境・態勢を構築するため、人事改革を行います。主な施策は次のとおりです。
 - ・ 年功的な人事制度・運営からの脱却と上意下達の打破
高い専門性やスキルを習得・発揮し続ける社員が年次や役職を超えて尊重され、多様な人財が活躍できる組織づくりを行います。
 - ・ スキルアップや新たなチャレンジを評価する人事制度・運営への見直し
スキルの習得・発揮を評価する人事考課制度を導入し、社員一人ひとりのリススキル・アップスキルを推進するとともに、より成長実感を得られるようにしていきます。
 - ・ 部門を越えた社員間の連携強化
所属とは異なる部門での業務体験や部門の垣根を超えた協業プロジェクトの促進等により部門が異なる社員同士の連携を強化します。
 - ・ 多様な社員の成長と活躍に向けた環境整備
多様な意見や価値観を組織の意思決定に反映させるため若手や女性等の管理職登用を進めます。また、障がいや介護等制約を抱える社員が活躍できる職場環境を整備します。

社会と当社のサステナビリティを同時に実現するために

社会と当社のサステナビリティを同時に実現するために

◆ 当社は損害保険の専門性を活かした取組で社会課題の解決に挑み、豊かな社会の実現を目指しています。

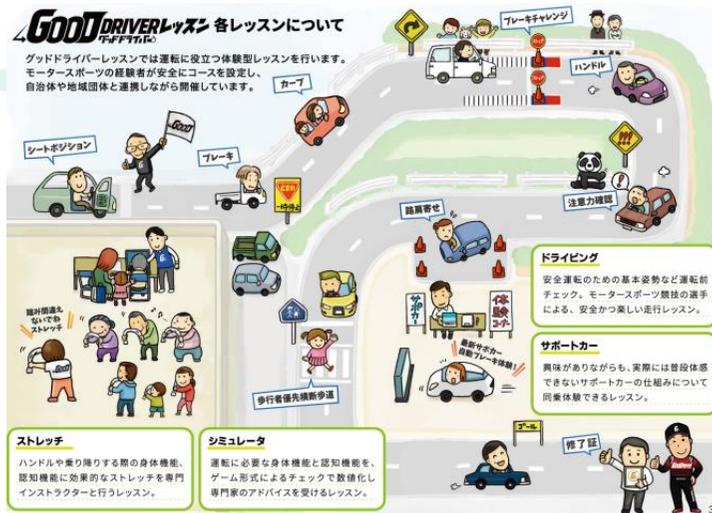
01 高齢者事故ゼロの世界へ グッドドライバー・レッスン

- グッドドライバー・レッスンは、全国の地域住民の皆さま(主に高齢者)を対象に行われる「交通事故防止」「運転寿命延伸」を目的とした体験型運転レッスンです。
- 参加者の方々に対し、モータースポーツのプロドライバーらが“究極の安全運転技術”のレッスン、最新の安全機能の体験、自身の運転技術のチェック等を提供し、運転技術向上、意識変革を促しています。
- NPO法人、自治体、地元企業、自動車メーカー等が連携してイベントを運営しており、当社は事故対応で培ったノウハウや事故削減コンテンツを“シミュレーションレッスン”メニューとして提供しています。

<シミュレーションレッスン>

- ・視機能、認知機能維持改善トレーニングツールABCD
- ・アクセスチェッカー(運転適性診断機器)
- ・事故多発マップ
- ・視野障害と運転リスクセミナー、クロックチャート体験

- 本取組により、当社(持続的な保険引受、リスクの未然防止)と社会(安全・安心なまちづくり、高齢者の方々の豊かな生活の実現)のサステナビリティ推進に繋がっています。



名古屋企業営業第一部
トヨタ室

加藤 寛太

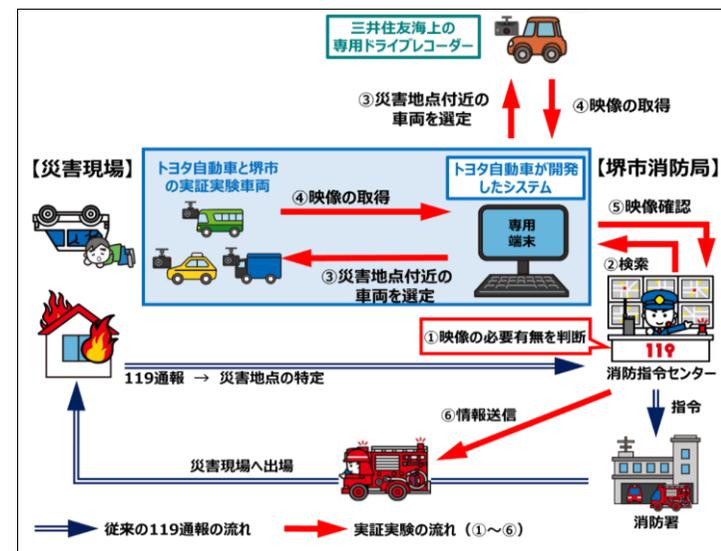


グッドドライバー・レッスンにご参加くださったシニアドライバーの多くの方々が、初めての運転シミュレーションに苦戦されつつも、嬉しそうに体験をされ、そして私たちからのアドバイスに真剣に耳を傾けてくださいます。

当社が提供するコンテンツは、運転に必要な身体・認知等の機能を評価し、数値化します。当初は、加齢による運転影響の大きさを目の当たりにされ、驚かれる方が多くいらっしゃいます。シニアドライバーの方々に、適切な、そして具体的な情報発信をしていく重要性を痛感しております。このイベントが契機となり、シニアドライバーによる交通事故の削減、運転寿命の延伸による交通弱者の減少、地域活性化とともに、活力ある社会の創造の一助となることを期待します。そして、一人でも多くのお客さまが安心して安全なカーライフを末永く楽しめるように祈っています。皆さまの地域でのイベント開催の際には、ぜひお越しください！一緒にやりましょう！！

02 ドライブレコーダー映像を活用した消防・救急活動の実証実験

- 当社は、トヨタ自動車株式会社および大阪府堺市と協力し、専用ドライブレコーダーの映像データを消防・救急活動に活用するための実証実験を2024年5月から開始しました。
- 従来の119番通報だけでは、交通事故や火災等の現場状況を把握するのに限界がありましたが、ドライブレコーダーの映像データを利用することで、現場の状況をより正確に把握することが可能となります。
- 当社は、堺市消防局の活動を支援するため、専用ドライブレコーダーを開発し、社有車に10台搭載しました。これにより、現場付近を走行する車両から得られる映像データを、トヨタが開発したシステムに提供し、消防・救急活動の迅速化と適切化に繋がります。
- この実証実験を通じて、当社はドライブレコーダー映像データの社会的価値を検証し道路損傷の自動検出等の既存サービスとともに、さまざまな社会課題の解決に貢献することを目指しています。



03 高校生向け金融リテラシー教育の出前授業

- 民法改正(2022年4月1日)により、成年年齢が18歳に引き下げられたことを受け、「損害保険」をテーマに含めた「金融経済教育」が義務化されました。
- それに伴い、当社は、高校生向けの「損保版金融リテラシー教育の出前授業」を開始しました。
- 授業は、専門家である当社社員が講師を務め、ワークショップと座学を組み合わせで行っています。リスクを多面的に捉える能力を養い、日常に潜むリスクとその対策としての損害保険の有効性をご理解いただく内容になっています。
- 当社は、この取組を通じ、若年層の金融リテラシー向上を図り、自立的で安心な社会生活を送るための一助となることを目指しています。



地域マーケット部
政策プロジェクト共創チーム

松井 美樹



2024年5月より高校生向け「損保版金融リテラシー教育の出前授業」の提供を開始し、2025年2月末時点で全国33校、約3,800名の生徒の皆さまに向けて、出前授業を実施してきました。金融リテラシーの向上は資産運用や金融商品トラブルの防止等にフォーカスが置かれることが多いですが、日常のリスクとそれを補償する損害保険についての理解も、卒業後すぐに成年を迎えられる高校生の皆さまにとっても必要なことだと考えています。また、金融庁研究会にて定める「身に着けるべき金融リテラシー」にも、保険商品についての理解が組み込まれています。それら背景等を踏まえ、当社の出前授業施策を企画し、全国に展開しています。本施策では、全国の当社社員が講師を務め授業を行っていますが、実施後アンケートにて、生徒の皆さまから非常に高い満足度・理解度が得られたとの回答をいただいています。生徒の皆さまに損害保険や当社のことを知っていただく良い機会として、高い価値観を持って取り組んでいます。今後、授業内容等の改善を図りながら、若い世代の金融リテラシー向上に寄与するための取組を加速していきたいと思っております。

三井住友海上火災保険株式会社

MS&AD INSURANCE GROUP

〒101-8011 東京都千代田区神田駿河台3-9

TEL.03-3259-3111(代表)

<https://www.ms-ins.com>