

2007年10月18日

「個人専用自動車保険」ONE Step新発売

～お客さまの声を形に「わかりやすさ」を徹底追求～

株式会社損害保険ジャパン（以下「損保ジャパン」、社長 佐藤正敏）は、個人のお客さま専用の新しい自動車保険「ONE—Step」（以下「ONE—Step」）を開発し、2008年2月に発売します（4月以降保険責任開始契約から）。

2006年11月に発表しています損保ジャパン再生プラン（修正版：新中期経営計画）において、成長戦略実現の柱の1つとして「リテール分野における新たなビジネスモデルづくり」、中でも「商品の革新」を掲げており、「ONE—Step」の発売はその第一弾となります。

「ONE—Step」の開発にあたり、お客さまの声を活かし、現在の自動車保険の複雑な商品構成・特約や商品説明資料を抜本的に見直しました。また、「ONE—Step」では「新たなサービス」を付加することで、お客さまのカーライフを支援していきます。

1. 開発の背景

1996年の保険自由化以降、自動車保険は商品構成や特約種類の多様化・細分化により内容が複雑になり、お客さまが商品を選択されるうえで、補償内容を正確に理解することが難しいとのご指摘をいただいていた。損保ジャパンではこういった状況を改善するため、商品構成の簡素化や各種商品説明資料のビジュアル化などにより、お客さまご自身のご契約内容を十分にご理解いただけるものとするを目的として、新しい自動車保険の開発をすすめてきました。

2. お客さま・代理店の皆さまの声を商品に

損保ジャパンでは、2006年7月から、お客さまからいただいたご意見・ご要望・苦情を分析して、その結果を各関連部門で共有するとともに、改善に向けた検討状況を定期的に情報開示しています。

また、代理店アンケートや社内のイントラネットなどを活用し、代理店や営業部門・保険金支払部門など常日頃お客さまと接している部門からの意見を吸い上げ、迅速に改善策を実施できる仕組みを構築しました。

「ONE—Step」では、これらの取り組みにより、収集した数々のご意見・ご要望を、商品面や事務手続面などで反映しました。

※2006年7月から11月までにお客さまや代理店からいただいたご要望2,204件のうち1,372件（62.3%）を「ONE—Step」の商品内容に反映しました。

3. 新しい自動車保険の特徴

（1）商品構成・特約の整理・統合

【別紙資料1】

損保ジャパンでは、商品構成の見直しを行い、現在5種類ある自動車保険の主力商品を、「個人のお客さま向け専用商品：ONE—Step」と「法人のお客さま向け商品：SUP」の2種類に整理しました。

また、特約については、「内容はわかりやすいか」「お客さまニーズに沿っているか」などの観点から抜本的な見直しを行いました。具体的には、重複した補償や類似の特約の統一、および自動車リスクと関係が薄くニーズの小さい特約の廃止などにより、特約数を215から113に半減させました。

(2) もっと「保険の使い方」を知っていただくために

【別紙資料2】

「ONE-Step」では、さまざまな商品説明資料についてもわかりやすさを徹底的に追求し、刷新しました。

①取扱説明書一体型保険証券（一目で分かる「保険のとらせつ」）の開発 <業界初>

保険証券を冊子化して、補償内容を平易に説明し、さらに「もしも事故にあわれたら」「契約内容に変更があったら」などの取扱説明書としての機能を盛り込み、お客さまにとってのわかりやすさを第一に考えた「保険のとらせつ」を開発しました。これにより、お客さまが個々のご契約内容に関して必要な情報を確認することが容易になります。

②「ビジュアル約款」の開発 <業界初>

「ONE-Step」発売にあわせて、約款の文字の拡大、補償内容のビジュアル化、解説文の挿入などの改良を行い、お客さまにとってわかりやすい約款に刷新しました。

③「動画コンテンツ（動くパンフレット）」の開発

形の見えない保険商品について、お客さまが補償内容やご契約後の留意事項を楽しく理解するための商品説明資料として、「動くパンフレット」を目指した「動画コンテンツ」を開発しました。

(3) 新たな「カーライフ・スタイル」の提案

①インターネットサービス「Step倶楽部」

「ONE-Step」にご加入いただいた個人のお客さまを対象に、宿泊・旅行、ゴルフ、レジャーなど、カーライフを今まで以上に楽しむことができる各種優待サービスをご用意しました。

②個人向けWEB事故防止サイト「クルマのあんぜん教室」

交通安全を身近に考えてもらうことができるよう、インターネットサイトを開設します。交通安全のための運転適性検査やアニメーションゲームなどのメニューをそろえ、お子さまからベテランドライバーまでどなたでもご利用が可能です。

4. 今後の展開

「ONE-Step」は、「お客さまの声を形にする」という損保ジャパンの商品開発姿勢を具現化した新しい自動車保険です。これを損保ジャパンの主力商品と位置づけ、現在の商品であるONE-do・ONE・SAPにご加入のお客さまをはじめ、新たにご加入を検討されている個人のお客さまに対して、積極的に提案していきます。

以上

ONE-Stepの開発コンセプト

『ONE-Step』のコンセプト

お客さま目線で「わかりやすさ」を追求した、個人（パーソナル/ファミリーユース）のお客さま専用の自動車保険です。
 ※『ONE-Step』の由来：複雑化してきた自動車保険から原点回帰し、真にお客さまに求められる自動車保険に生まれ変わって新たな一歩を踏み出す思いを込めて命名しました。

損保ジャパンの自動車保険ラインナップ

これまで ~5商品~

主に個人向け
ニーズ細分型自動車保険
ONE-do

主に個人向け
ニーズ細分型自動車保険
ONE

個人・法人向け
SAP

主に法人向け
ニーズ細分型自動車保険
TEN

リースカー専用
LAP

パーソナル・ファミリーユース

ビジネスユース

お客さまの
 声を形に

商品ラインナップを2商品に

特約数半減

わかりやすい
 商品説明資料

充実の
 サービス

個人用自動車総合保険

ONE Step

商品	◇個人（パーソナル・ファミリーユース）のお客さま専用自動車保険 ◇個人のお客さまに真に必要な補償にブラッシュアップ
ツール	◇「保険のとりせつ」（証券）、ビジュアル約款、動画コンテンツなど、わかりやすい商品説明資料
サービス	◇ロードサービスを全契約付帯 ◇宿泊・旅行など各種レジャーの優待サービス

自動車総合保険

Sompo-Japan Universal automobile insurance Policy

SUP

