

1. 2024 年度お客さま本位の業務運営方針※1に基づく取組状況

※1 「お客さま本位の業務運営方針」は 2025 年6月 27 日付で改定しました。2024 年度の取組状況は、改定前のお客さま本位の業務運営方針に基づくものです。

取組状況
方針1. お客さま視点での業務遂行 1－1 企業風土の醸成 ・すべてをお客さまの立場で考える新しい損保ジャパンの目指す姿を掲げ、経営陣からのメッセージ発信やタウンホールミーティングなどによる経営陣と社員の直接的な対話や職場単位のミーティングを通じて、お客さまの期待に応える企業風土の醸成に取り組んでいます。 1－2 お客さまの声を経営に活かす態勢整備 ・関連担当役員等と社外有識者を委員とする品質管理委員会を経営会議の諮問機関として新設し、お客さまの声を活かした業務改善・品質向上について議論しています。 ・お客さまに提供している商品・サービスや書類などについて、社外モニター会議を活用し、消費生活相談員等の社外有識者からお客さま視点に基づくさまざまなご意見をいただいています。 ・お客さまの声の受付件数や概要、お客さまアンケートに寄せられた声、お客さまの声を起点とした改善事例などを記載した「お客さまの声白書」を発行し、社内外に発信しています。 方針2. お客さまのニーズに基づく商品・サービス等の開発 2－1 商品・サービスの開発 ・お客さまにより良い商品・サービス等を提供するための理念として「商品等の開発・管理基本方針」を定めています。 ・商品・サービス等の開発・改廃を行う際には商品開発部門等によるリスクアセスメントを実施し、販売から保険金支払いまでの業務を事前検証することにより商品・サービス等の品質確保・向上を図っています。 ・中小企業が抱えるさまざまなリスクを包括的に補償するビジネスマスター・プラス(事業活動総合保険)において、業界初を含む3つの新商品の販売を開始しました。 ・昨今の自然災害の増加を踏まえ、「水道管凍結被害による建物の損害」や「雹(ひょう)災による自動車の損傷」などの事故防止・被害軽減に資する情報提供の実証実験を開始しました。 ・「SORA レジリエンス」に海外コンテンツの第一弾として「グローバルアラート」の機能を追加し、国内リスクに加え、海外における各種リスクも把握できるようにしました。 ・空き家所有者の 80%以上の方が空き家の「管理・活用・売却」などに関する悩みや不安を抱いているという独自アンケート結果を踏まえ、30 分程度の一般的な相談に無料で対応する「空き家相談サービス」を個人用火災総合保険に追加しました。

2-2わかりやすい販売ツールの作成

- ・公式ウェブサイトの「[法人のお客さま向けカテゴリ](#)」のデザインを刷新し、導線のわかりやすさを改善することで、お客さまが必要とする情報にスムーズにたどり着けるサイトとしました。

2-3商品の販売後の検証

- ・商品・サービス等の販売後には、保険引受リスクや支払保険金モニタリングなどの事後検証、お客さまや保険代理店の声の分析、お客さまの声を直接聞いているコールセンター部門と商品開発部門等との定期的な意見交換を行うことなどや社員提案制度の活用を通じて、商品・サービス等の品質確保・向上を図っています。

方針3. お客さまに最適な保険商品の提案

3-1保険募集に関する教育の実施

- ・社外有識者の目線も取り入れ、社員、保険代理店等に対して法令、社会規範、商品知識などの継続的な研修を行っています。

3-2適切な保険募集のための態勢整備

- ・新たな基幹システム「SOMPO-MIRAI」の開発を進めており、先行してリリースした傷害保険に続き、自動車保険のシステムの業務利用を開始しました。契約手続きの際に注意を促すメッセージなどを機動的に追加・修正できる仕組みや、保険代理店がお客さまごとのニーズに即した満期のご案内が可能となる仕組みを構築するなど、適切な保険募集を行う態勢を整備しています。

3-3保険契約の適切な管理

- ・お客さまの保護および利便性の確保のため、契約を適切に管理する事務ルール・システムなどを設計し、業務を行っています。
- ・お客さまのニーズに沿った補償やサービスを速やかにかつ途切れることなく提供できるよう、お客さまには余裕をもった保険契約の満期日のご案内を行っています。

3-4重要事項等の説明

- ・重要事項等説明書は、「商品の仕組みや補償内容、お支払いする保険金の額、保険料に関する事項など、保険商品の内容をご理解いただくための事項」や「告知義務など、特にご注意いただきたい事項」などを記載したものです。「重要事項等説明書」をお客さまに提供し、適切かつわかりやすく説明しています。

3－5高齢者・障害者への配慮

- ・すべてのお客さまに安心してサービスをご利用いただけるよう、聴覚や発話に困難のある方との会話を[手話通訳オペレーターを介して双方向につなぐサービス](#)を行っています。

方針4. 適切かつ丁寧な保険金のお支払い

4－1お客さまに寄り添った事故対応

- ・事故対応における基本行動を定め、お客さまのニーズ・場面・状況に応じた適時・適切な対応を行い、保険代理店等と連携のうえ、お客さまにより一層満足していただけるよう取り組んでいます。

4－2迅速かつ適切な保険金支払い

- ・自動車保険・火災保険・傷害保険・海外旅行保険では、お客さまご自身のスマートフォンでいつでも事故の連絡を行うことができる「[LINEによる事故連絡サービス](#)」を提供しています。
- ・建物の損害について、お客さま自身が損害箇所の撮影を行い、AIが損害額を自動で算定する「[SOMPOたてもスマート見積](#)」を導入しています。お客さまが修理業者を探して修理見積を依頼する手間や時間をかけることなく、短期間でお客さまに保険金をお支払いします。

4－3信頼性の高い保険金サービスの提供

- ・自動車保険の保険金給付を受けた場合の保険料のシミュレーションなど保険に関する情報をお客さま一人ひとりのご契約内容に合わせて、動画でわかりやすくご案内しています。
- ・自動車保険の保険金不正請求の防止に向けた取り組みを行っています。また、火災保険に加入されているお客さまを悪質な住宅修理業者からお守りするために、相談を受け付けています。

方針5. お客さま本位の業務運営方針の定着

5－1社員の教育・育成に向けた取り組み

- ・適切な保険金をお支払いし、お客さまに満足していただけるサービスを提供するべく、各種研修や定期的な職場勉強会などを通じて社員の対応品質・専門性を強化するなど、事故対応サービスの向上に取り組んでいます。

5－2お客さま本位の行動の定着

- ・コールセンターに寄せられたお客さまの声を、全役員・全社員が毎月聴き、お客さまの立場に立って職場で意見交換を行う「お客さまを知る時間」を通じて、お客さまの立場で考える文化の醸成につなげています。

5－3保険代理店の教育・育成に向けた取組み

- ・保険代理店の業務品質向上および人材育成のために、代理店特性やレベルに応じた体系的な保険募集人育成プログラム「[SOMPO Agent Academy](#)」を 2025 年 4 月に開講しました。効率的かつ効果的にお客さまの課題解決に向けた提案を行うことができる保険募集人の育成を図ります。

5－4保険代理店等の品質向上

- ・お客さまの視点で期待されるサービスを確実にご提供できるよう「お客さま信頼品質ガイドブック」を策定し、保険代理店とともに業務品質の向上に取り組んでいます。

方針6. 利益相反の適切な管理

6－1利益相反の適切な管理態勢の構築

- ・利益相反取引管理の報告および措置に関する基本事項を社内規則に定め、利益相反取引管理の統括部署を設置し、定期的に管理状況を確認しています。また、全社員を対象とした研修を実施するとともに、社内ニュースを発信することによりルール of の徹底と注意喚起を実施しています。

方針7. 企業としての社会的責任を果たす取組み

7－1社会価値の創出

- ・「SOMPO気候アクション」を掲げ、特にグリーン社会への移行に欠かせないエネルギー転換に貢献するべく、サステナビリティに配慮した保険引受・投融資等の方針の見直しなどの取組みを行っています。

7－2継続的な改善のためのPDCAサイクルの構築

- ・将来を担う子どもたちとその保護者を対象に、防災について学び・体験する場を提供する「[防災ジャパンダプロジェクト](#)」を全国に普及させるべく取組みを進めています。新コンテンツとして、オリジナル防災リュックを完成させるパズルゲーム「防災リュックを考えよう」、避難生活で役立つアイテムを学ぶことができる「SOMPOで学防ッチャ(まなぼっチャ)」の展開を開始し、平時からの備えの大切さを啓発しています。

7－3社会的課題の解決に向けた取組みの発信

- ・[ディスクロージャー誌](#)などを活用して、社会課題の解決に向けた取組みを発信しています。

2. 2024 年度お客さま本位の業務運営の定着状況を評価する指標(KPI※2)

1. お客さまアンケートNPS®※3

①ご契約手続き(自動車保険) ②事故対応(自動車保険および火災・新種保険)

2. お客さまアンケート(ご契約手続き)

「保険のご提案内容」および「保険のご説明内容」への評価

3. 苦情件数

4. 感謝の声の割合

※2 KPIとは、Key Performance Indicator の略で、企業目標の達成度を評価するための重要業務評価指標のことです。

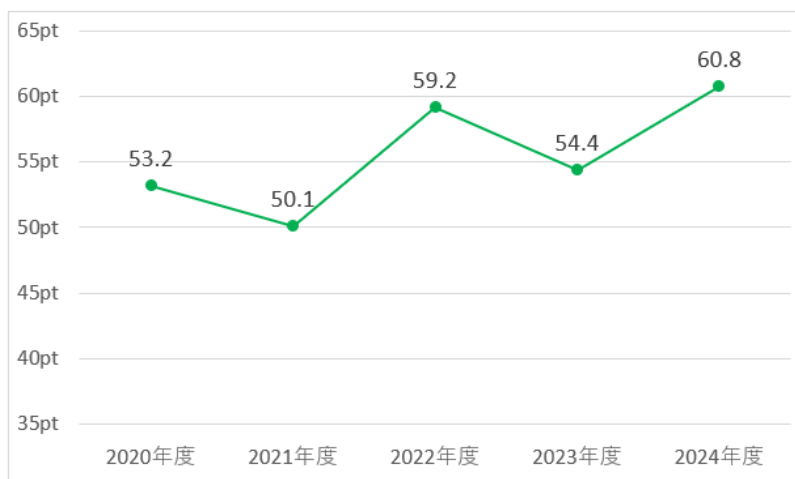
※3 NPS®とは、Net Promotor Score の略で「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨意向の質問に、0～10 点の 11 段階でご回答いただき、「推奨者割合」(9点・10 点をつけた人の割合)から「批判者割合」(0～6 点をつけた人の割合)を差し引いた数値で、お客さまのロイヤルティを図る指標のひとつです(単位:P(ポイント))。なお、NPSは、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc.の登録商標です。

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
推奨者		中立者		批判者						

1. お客さまアンケートNPS

①ご契約手続き(自動車)

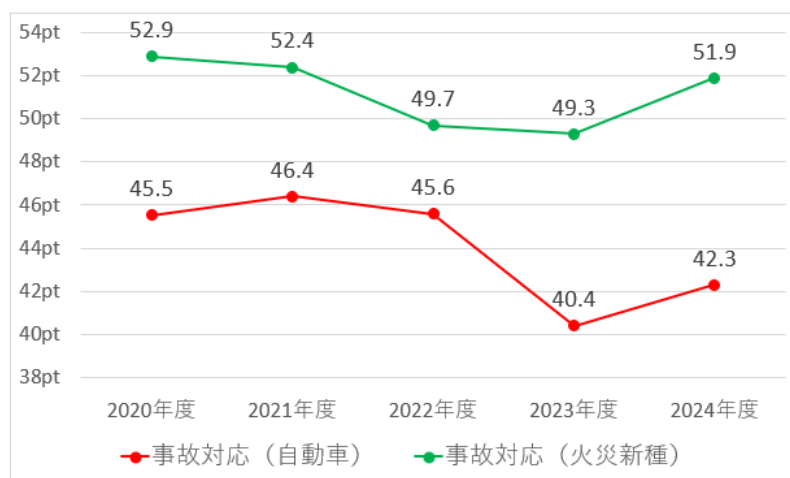
アンケート有効回答数 :53,840 件



②事故対応(自動車保険および火災・新種保険)

アンケート有効回答数

事故対応(自動車保険): 124,784 件 事故対応(火災・新種保険): 76,320 件



2. お客さまアンケート(ご契約手続き)

(1) 保険のご提案内容

「お客さまのご意向を踏まえた保険提案」に対する評価

4. 7pt

アンケートのご回答を5段階評価(5←よく理解できた・まあまあ理解できた・よくわからなかった・全くわからなかった・説明がなかった→1)とした場合の平均値

(2) 保険のご説明内容

「補償・付帯サービスの範囲、保険料などについてのご説明」に対する評価

4. 6pt

アンケートのご回答を5段階評価(5←よく理解できた・まあまあ理解できた・よくわからなかった・全くわからなかった・説明がなかった→1)とした場合の平均値

3. 苦情件数

37, 589件

4. 感謝の声の割合※4

27. 4%

※4 お客さまアンケートのフリーコメントに感謝の言葉(「ありがとう」「感謝」など)が記載されている割合です。

3. お客様本位の業務運営方針(2024 年6月 19 日改定)

方針1. お客様視点での業務遂行

お客様の声を真摯に受け止め、その声を経営に活かすことにより、すべてをお客様の立場で考える会社として、お客様の最善の利益を勘案し、お客様に対する誠実かつ公正な対応を追求してまいります。

1－1 企業風土の醸成

お客様本位の業務運営を徹底し、お客様の期待に応える企業風土の醸成に取り組めます。

1－2 お客様の声を経営に活かす態勢整備

- ・お客様の声を経営に活かす態勢を構築・強化し、業務改善・業務品質向上を図ります。
- ・品質管理委員会を設置し、社外有識者の声を経営に活かすことにより、お客様視点での業務を遂行してまいります。
- ・「社外モニター制度」を設け、消費者問題に詳しい社外有識者からお客様視点に基づくさまざまなご意見をいただき、商品・サービスの開発やお客様への情報提供の改善などに活かします。
- ・お客様の声に基づく商品やサービス等に関する改善事項について、「お客様の声白書」等で公表します。

方針2. お客様のニーズに基づく商品・サービス等の開発

多様化するお客様のニーズや社会・経済等の環境変化に対応する商品やサービス、事故・災害による被害を防止・軽減するソリューションを開発し、それらがお客様のニーズ・リスクにどのように対応しているかをわかりやすくご案内するよう努めてまいります。

2－1 商品・サービスの開発

お客様の声や事故防止・被害軽減のノウハウを活用し、お客様のニーズと安心・安全に資する商品・サービスを開発し、社会に貢献します。

2－2 わかりやすい販売ツールの作成

- ・ご契約のしおりやパンフレットなどの販売ツールについて、専門用語の平易な言葉への言い換え、補足説明や例示の記載など、一般社団法人日本損害保険協会作成のガイドラインに沿って作成し、よりわかりやすく情報を提供するよう努めます。
- ・商品を正しくご理解いただくため、主要商品のパンフレットにおいてUCDA「見やすいデザイン」認証*を取得します。

* 一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会(UCDA)が定める情報コミュニケーションにおける「わかりやすさ」を評価するための基準(情報量、文字、色彩設計など)をクリアすることにより得られる認証
・当社公式ウェブサイトにおける保険商品のご案内について、お客さまのニーズをふまえたレイアウトの見直しなどを行います。

2-3商品の販売後の検証

商品販売後もお客さまの声を収集・分析し、商品・サービスの改善に活かします。

方針3. お客さまに最適な保険商品の提案

お客さま視点で品質を重視し、社会インフラとしての自覚を持って、お客さまのリスクに対応する最適な商品・サービスをわかりやすくご提案してまいります。また、お客さまの知識、経験、財産の状況、ご加入目的などを総合的に勘案し、商品内容やリスク内容などの重要な情報について、お客さまにご理解いただけるよう適切にかつわかりやすく説明を行ってまいります。

3-1保険募集に関する教育の実施

社員および保険代理店等に対して法令、社会倫理、商品知識の継続的な教育を実施し、公平・公正かつ適切な保険募集を行う態勢を整備します。

3-2適切な保険募集のための態勢整備

お客さまにとってわかりやすい説明、ご意向と保険契約の内容が合致していることの確認など、お客さまの実情に沿った適切な保険募集を行うための態勢を整備します。

3-3保険契約の適切な管理

お客さまの保護および利便性の確保の観点を踏まえ、お客さまのニーズに沿った補償やサービスが速やかにかつ途切れなく提供できるよう適切な事務ルール・システムなどを設計し、保険契約を適切に管理します。

3-4重要事項等の説明

重要事項等説明の対象となる保険契約の募集等に際し、保険契約の内容をご理解いただくために、商品の仕組み、補償内容、保険料に関する事項などを記載した「重要事項等説明書」等をお客さまに提供し、適切かつわかりやすく説明します。

3-5高齢者・障がい者への配慮

・ご高齢のお客さまには、商品・サービスなどについてご理解いただけるように、高齢者の特性

に配慮し、商品内容などを勘案した保険販売方法を社内規則に具体的に定め、対応します。

- ・障がいのあるお客さまには「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（障害者差別解消法）」を踏まえ、障がいの状態に応じた必要かつ合理的な配慮ができるよう、保険販売方法を社内規則に具体的に定めるとともに、社内教育に努めます。

なお、当社の損害保険業務においては、お客さまに市場リスクをご負担いただく投資性保険商品は取り扱っておりません。

方針4. 適切かつ丁寧な保険金のお支払い

公正で適切な保険金のお支払いと丁寧でわかりやすい対応や説明を通じて、お客さまの視点に立ったサービス提供を行ってまいります。

4－1 お客さまに寄り添った事故対応

保険金支払い部門で働くすべての社員が常にお客さまを意識し、お客さまにまごころを込めたサービスを提供するための信条を定めています。これを判断・思考・行動の源として、保険代理店等と連携のうえ、すべてのお客さまに安心をお届けし、より一層ご満足いただけるよう取り組みます。

4－2 迅速かつ適切な保険金支払い

事故対応プロセスの最適化に向けた検討を進めながら、保険金を速やかにお支払いし、お客さまへいち早く安心をお届けいたします。また、お客さまのニーズに応じてデジタルツールなども活用した保険金のお支払いも実践します。

4－3 信頼性の高い保険金サービスの提供

不正な保険金請求を防止し、当社の保険金のお支払いを通じたサービスに関して、安心してお任せいただけるよう努めます。

方針5. お客さま本位の業務運営方針の定着

すべての社員および保険代理店等に対する継続的な教育・指導を通じて、本方針の定着に取り組んでまいります。

5－1 社員の教育・育成に向けた取り組み

お客さまの声と社会の変化を真摯に受け止め、徹底したお客さま視点の安心とサービスを提供できる社員を育成する態勢を構築します。

5－2お客さま本位の行動の定着

以下の観点を含めた正しい価値判断に基づく行動の発揮度により、社員を評価する仕組みを構築し、お客さま本位の行動の定着に取り組めます。

- ・コンプライアンスの徹底
- ・企業文化・風土(カルチャー)の醸成
- ・徹底したお客さま視点の浸透・定着

5－3保険代理店の教育・育成に向けた取り組み

当社の保険代理店が、経営、保険募集、事務手続き、事故対応においてお客さまが期待する水準を確保し、お客さまにお届けする品質を自律的に向上できるよう、保険代理店を支援する態勢を構築します。

5－4保険代理店等の品質向上

デジタルツールなども活用し、保険代理店等がお客さま評価・品質の向上に取り組むための仕組みを構築し、業務品質向上を目指します。

方針6. 利益相反の適切な管理

お客さまの利益が不当に害されることのないよう、お客さまとの利益相反のおそれのある取引について適切に管理してまいります。

6－1利益相反の適切な管理態勢の構築

利益相反取引管理の報告および措置に関する基本事項を社内規則に定め、利益相反管理の統括部署を設置し、また、定期的に管理状況を確認します。

[「利益相反管理基本方針の概要」](#)

方針7. 企業としての社会的責任を果たす取り組み

地域や社会の課題解決に向けた取り組みを実践することで企業としての社会的責任を果たしてまいります。

7－1社会価値の創出

SDGsや気候変動をはじめとする社会課題の解決に向けて、多様な主体との共創や保険およびリスク関連サービスの提供等を実践し、お客さまをはじめとしたあらゆるステークホルダーの期待に応えるとともに社会価値を創出し続けます。

7－2継続的な改善のためのPDCAサイクルの構築

社会的責任に関する国際規格やガイドラインに加え、ステークホルダーとのエンゲージメントの機会等を活用し、取組みの継続的改善を図ります。

7－3社会的課題の解決に向けた取組みの発信

統合レポートやサステナビリティレポート（SOMPOホールディングス発行）、ディスクロージャー等を活用して社会的課題の解決に向けた取組みを発信します。