

1. 2025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2026年6月17日付で改定しました。2025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。

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。
- ・ 会社施策の目的や背景、課題について「現場」「本社」などの部門を超えて相互理解を深め、より一層連携して取り組んで行くことを目的に、職場を超えて部門同士がお互いを理解し、共通の認識を深めるための「部門間ダイアログ」を実施しています。
- ・ 過去の一連の出来事を振り返り、二度と繰り返さない企業風土を醸成するため、全職場で「振り返りの日」ミーティングを開催し、お客さま本位の業務運営の浸透を図っています。
- ・ 当社の原点である「火消しの精神」「お客さまのために尽くす姿勢」を当社独自のアイデンティティ「HIKESHI DNA」として再定義し、時代とともに変わるリスクや社会課題に立ち向かい、「災害に強く、だれもが安心して暮らせる地域社会の実現」を目指しています。

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。
- ・ お客さま本位の業務運営方針に基づく取組みや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。
- ・ 社員が声をあげやすい環境を作り、経営陣をはじめとする各層に現場のネガティブな情報等を正しく伝え、経営判断に活かすための仕組み「どろたま*BOX」を運営しています。
*「どろたま」は「泥のついた玉ねぎ」の略称であり、情報をそのまま（泥のついたまま）上げることを推奨しているもの

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。
- ・ お客さまの防災・減災ニーズや社会課題の解決に貢献できるよう、降雹（ひょう）災害を予測しアラートを通知するサービスの提供に向けた実証実験（PoC）を実施しています。
- ・ 自治体向け保険の提供や防災について学ぶ「防災バル」の開催等を通じ、災害発生時の人的被害の極小化や日常からの備えなど、自治体・企業の防災力向上に貢献しています。
- ・ お客さまのニーズに応じた機動的な商品のリリースを可能とするため、基幹システム（SOMPO-MIRAI）の刷新を計画に沿って着実に推進しています。

2-2 保険商品のプロダクトガバナンスの構築

- ・ 商品・サービスの開発時におけるリスクアセスメント等の事前検証に加え、販売後も各種モニタリングやお客さま・保険代理店の声の分析などの事後検証を継続し、お客さまに安心・ご満足いただける商品・サービスを提供するための体制を構築しています。

2-3 わかりやすい販売ツールの作成

- ・ 自動車保険における事故に遭われた際の対応や契約内容の変更手続きにおいて、お客さまにわかりやすく情報をお伝えする「自動車保険お客さまサポートガイド」の提供を開始しています。
- ・ お客さまにお届けする保険商品のパンフレットや各種お手続きの書類をよりわかりやすく、正確にお伝えするため、インハウスデザイナーの支援のもと、資料改善の専門的な取組みを進めています。

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

- ・ 社外有識者の視点も取り入れ、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

- ・ 火災保険において、万一の事故の際に確実にお客さまの再建のお役に立てるよう、ご契約時に適正な建物の評価（保険金額の設定）をご案内するためのサポートツールやシステムの開発・導入を進めています。
- ・ 保険代理店の規模や特性を踏まえ、自己点検チェックシート等を活用した対話を実施し、保険代理店が自律的に適切な態勢を構築し、PDCAサイクルを確立できるよう支援しています。
- ・ 複数の保険会社を扱う乗合代理店において、お客さまのご意向を十分に把握した正しい比較・推奨販売が行われるよう、保険代理店への指導や育成を行っています。

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。
- ・ 火災保険において、更新手続き漏れや長期不在等による補償の中断を防ぐため、自動更新機能である「安心更新サポート特約」のセット対象を拡大しています。
- ・ 特約火災保険にご加入中のお客さまに補償内容のご理解を促す案内（帳票・SMS等）を継続して実施し、時代や環境の変化、お客さま固有のリスクに応じた最新の火災保険への見直しを提案しています。

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、特にご注意ください事項」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。
- ・ 加齢や障害にともなう日常生活の不自由さや社会的障壁を「自分ごと」として実感して配慮ができるよう、社内向けに「疑似体験プログラム」を展開しています。

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

- ・ お客さま信頼品質基準を満たす基本行動の徹底による迅速なお支払いに加え、「SOMPO あんしん事故連絡」や「SOMPO あんしん進捗ナビ」などのデジタルツールを活用し、保険金お支払いにおけるお客さまの利便性向上を図っています。

4-3 信頼性の高い保険金サービスの提供

- ・ 「適切な保険金支払い」と「お客さまの満足」のバランスがとれた対応を全国均一に提供できるよう、業務知識関連講座等の学習支援ツールを活用し、保険金サービス部門全体の研修体系を確立しています。
- ・ お客さまが安心して修理を任せられる工場ネットワークを構築するため、推奨整備工場紹介制度における品質モニタリングの強化や、工場検索サイトの機能拡張（メール連携・地図表記追加等）を進めています。

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・育成に向けた取組み

- ・ 各種年次研修などを通じて「お客さま本位の業務運営」や「お客さま信頼品質基準」の周知を図り、社員一人ひとりが意義を理解し、お客さまの立場で行動できる状態を目指しています。
- ・ 現場と本社の相互理解の浸透と社員の専門性強化を目的とした現場社員の当社への「短期留学プログラム」を通じて、徹底したお客さま視点を持った人材を育成しています。
- ・ Udemy Businessの活用や「損保ジャパン大学」、リーダーシップ研修等の教育施策・資格取得補助制度を展開し、社員の自発的な学びと保険のプロとしての専門性向上を支援しています。

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、保険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っています。

5-4 保険代理店等の品質向上

- ・ 損害保険業界の「代理店業務品質評価制度」の導入に伴い、保険代理店の「自律的な品質改善」を促す当社独自の支援策を展開しています。

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

- ・ 利益相反の適切な管理について全社員が理解し、必要な対応ができるよう、eラーニングを用いた教育や確認テストを毎年実施しています。
- ・ 利益相反のおそれがある取引について毎年度モニタリングを実施し、お客さまの被害が発生していないこと、必要な措置が講じられていることを確認しています。
- ・ 環境変化や保険業法等改正を踏まえ、お客さまの利益が不当に害されるおそれのある取引を適切に管理するため、利益相反管理規程やマニュアルの整備・改定を行っています。

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

- ・ 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や、企業等とのエンゲージメント（対話）を通じて、取引先社会のジャストトランジション（公正な移行）に貢献するべく、取組みを行っています。
- ・ 防災・減災、ジェンダーギャップの解消など社会課題の解決に向け、社員のサステナビリティ活動への参加や、地域・企業との共創・対話を推進しています。
- ・ 移動に関する社会課題解決をサポートするために展開している「SOMPO Mobinex」のコンテンツの1つである「SOMPO ALCS」において、自治体や交通事業者等へ自動運転の走行前から走行中までに必要となるソリューションをパッケージ化し、自動運転レベル4の許認可支援等を通じて安全な社会実装を支援しています。

7-2 継続的な改善のためのPDCAサイクルの構築

- ・ お客さまがストレスなく必要な情報にたどり着けるよう公式ウェブサイト構造を最適化し、JIS規格に準拠したウェブアクセシビリティの向上に取り組んでいます。
- ・ 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。平時からの備えや、災害時の自助・共助の大切さについて普及啓発し、これまでに約186,000の方にご参加いただいています。

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. 2025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）

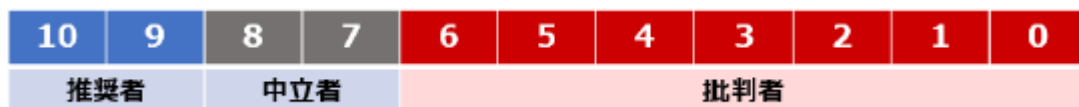
「保険のご提案内容」および「保険のご説明内容」への評価

（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。

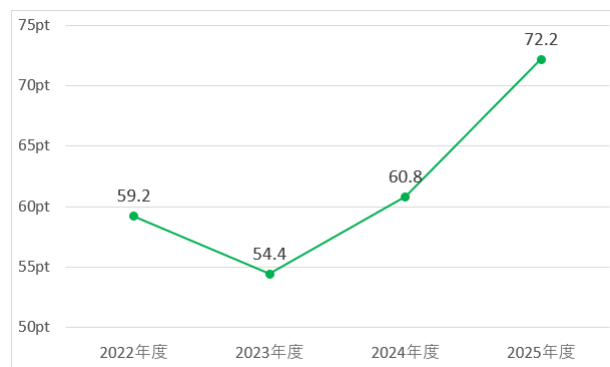
※3 NPS®とは、Net Promoter Score の略で「知人等にお勧めしてよいと思うか」という推奨意向の質問に、0～10点の11段階でご回答いただき、「推奨者割合」（9点・10点をつけた人の割合）から「批判者割合」（0～6点をつけた人の割合）を差し引いた数値で、お客さまのロイヤルティを図る指標のひとつです（単位：P（ポイント））。なお、NPSは、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc. の登録商標です。



（1）お客さまアンケートNPS

①ご契約手続き（自動車）

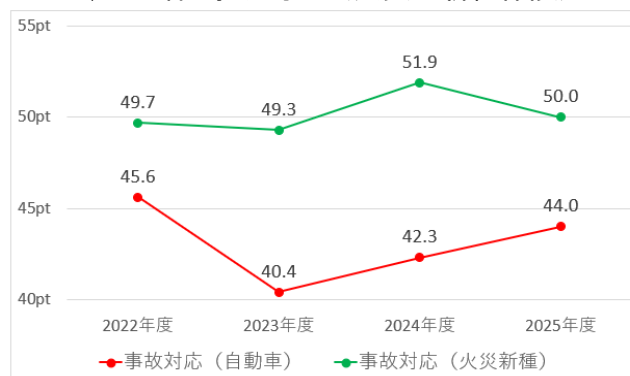
アンケート有効回答数：103,071件



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）：117,889件 事故対応（火災・新種保険）：64,775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. 8 p t

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. 8 p t

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

38, 104件

(4) 感謝の声の割合^{※4}

23. 9%

※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（2025年6月18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みます。

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 保険商品のプロダクトガバナンスの構築

- ・保険商品開発において、お客様ニーズおよび社会・経済等の環境変化を十分に検討・分析するとともに、販売から保険金の支払までの業務が正確かつ効率的に実行されるよう事前検証を行います。
- ・保険商品販売後、お客様の声や社員・代理店の声、その他の要素から多面的に商品の適切性を検証し、改善課題を適切に把握し、商品の品質の確保・向上を図ります。

2-3 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、お客様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。

方針3. お客様に最適な保険商品の提案

お客様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、お客様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、お客様の知識、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・障害者への配慮

・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。

・障害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、障害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みます。

- ・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、利益相反取引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組み

地域や社会の課題解決に向けた取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（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。