

第 1 章

信頼回復への 取組み

第 1 章 | 信頼回復への取り組み

本章では、コンプライアンス・お客さま保護を徹底するための態勢に問題があったと業務改善命令（以下、行政処分）で指摘された内容を中心に、当社の信頼回復に向けた取組状況をお伝えします。

※記載内容は2024年5月末時点のものです。業務改善計画の進捗・実施・改善状況につきましては、定期的に金融庁に報告するとともに当社公式ウェブサイト公表しています。業務改善計画の進捗に関する最新の状況につきましては、当社公式ウェブサイトをご確認ください。

ビッグモーター社による不適切な自動車保険金請求に関する当社対応

https://www.sompo-japan.co.jp/announce/2023/202310_02/



保険料の調整行為に関する当社対応

https://www.sompo-japan.co.jp/announce/2023/202312_04/



行政処分の概要と問題の真因

ビッグモーター社における不正行為に基づく不適切な保険金請求に係る行政処分

【行政処分の概要】

当社は、ビッグモーター社（以下、BM社）における自動車保険金の不正請求に関連する当社の対応に重大な問題が認められるとして、2024年1月25日付で、金融庁から業務改善命令を受けました。

【金融庁検査で指摘された問題の真因】

- 歴代社長を含む経営陣の下で醸成された企業文化
 - ・ 顧客の利益より自社の営業成績・利益に価値を置く
 - ・ 社長などの上司の決定に異議を唱えない上意下達の風土
 - ・ ネガティブな情報が適時・適切に報告されない
- リスク管理態勢の不備により、けん制機能・監査機能が有効に機能していない
 - ・ 営業部門・保険金サービス部門（第1線）における自律的管理が機能していない中、コンプライアンス部門（第2線）および内部監査部門（第3線）が実態的に機能不全に陥っていた
- 自動車修理工場を兼業する代理店の特性やコンプライアンス・リスクに関する経営陣のリスク認識の甘さと必要な措置の不足

保険料調整行為等に係る行政処分

【行政処分の概要】

当社は、複数のお客さまに対する保険契約に関し、同業他社との価格調整ないしはそれに準ずる不適切な行為があったとして、2023年12月26日付で、金融庁から業務改善命令を受けました。

【金融庁検査で指摘された問題の真因】

- 企業保険分野においては、独占禁止法等に抵触するリスクが発現しやすい環境であったことに加え、こうした環境を踏まえた対応を経営陣が十分に検討しなかったこと
- 営業部門が、更改する契約のシェアや幹事社の維持を求められたことで、リスクに応じた適正な保険料を提示することが困難になる中、収益の改善も求められたため、不適切な行為等を行う必要性が高まったこと
- 営業担当者をはじめとする社内関係者および代理店に対し、独占禁止法等に関する十分な教育・監督を行ってこなかったリスク認識の甘さ
- 違法または不適切と認識しながらも、自社の都合を優先し不適切行為等におよんだ営業部門、それらを認識できなかったコンプライアンス部門およびリスク管理部門、内部監査部門の下で醸成された、コンプライアンス・顧客保護を軽視する企業文化

業務改善計画の内容と取組状況

当社は、業務改善命令に基づき業務改善計画を策定しています。業務改善計画の取組状況について、一部を抜粋してお伝えします。(2024年5月末時点)

●経営管理(ガバナンス)態勢の抜本的な強化

・第2線・第3線担当役員の機能強化

モニタリング、研修・教育や内部通報制度運営などを通じ、適切な法令・コンプライアンス遵守体制を構築し、コンプライアンスリスクを最小化することを目的に、CCoO (Chief Compliance Officer) を新設しました。品質管理を通じ、お客さま視点での業務改善を推進する体制を構築し、お客さま評価の向上を実現することを目的に、CQO (Chief Quality Officer) を新設しました。

・委員会の新設

経営会議の諮問機関として、お客さま本位の業務運営状況やコンダクトリスク(P.6 コンダクトリスクとは 参照)等の管理状況などに関し、社外の有識者も加えた透明性・専門性の高い議論を推進するための「品質管理委員会」を新設しました。(P.13「お客さまの声」を活かす取組み 参照)

●コンプライアンス・顧客保護を徹底するための態勢の確立

・3線管理態勢の抜本的な見直し

社内規程において、3線管理態勢*の考え方にに基づき、当社の第1線・第2線・第3線についてそれぞれの役割を明確化する改定を行いました。

※組織の部門を現業部門、管理部門、内部監査部門の3つに分類し、それぞれがリスク管理上の役割を発揮することで強固な内部統制を構築するという考え方

●営業優先ではなく、コンプライアンス・顧客保護を重視する健全な組織風土の醸成(顧客の利益よりも自社の利益を優先する企業文化の是正策を含む)

・経営レベルのコンプライアンス意識の醸成

・カルチャー変革担当役員・カルチャー変革推進部の設置

各種評価制度の変更やサステナブル経営の推進、パーパスの浸透、インナーブランディングの実行、エンゲージメントの向上などを通じ、お客さま視点の欠如や目先の利益を優先する価値基準、上意下達の企業文化から脱却し、お客さま視点の徹底、風通しの良い企業風土への変革を実現することを目的に、CCuO (Chief Culture Officer / カルチャー変革担当役員) を新設するとともに、その実行組織として専門部である「カルチャー変革推進部」を新設しました。

・品質管理担当役員・品質管理部の設置

お客さま視点によるモニタリングとけん制を通じて、商品・サービス提供に係るコンダクトリスク抑制とお客さまが当たり前期待する品質の維持および改善を図るため、品質管理を通じ、お客さま視点での業務改善を推進する体制を構築し、お客さま評価の向上を実現することを目的に、CQO (Chief Quality Officer / 品質管理担当役員) を新設するとともに、その実行組織として専門部である「品質管理部」を新設しました。

・顧客保護とコンプライアンスを重視したカルチャーの醸成、浸透に向けた取組み

石川社長による社員向け新年度メッセージにおいて、「企業風土を変え、お客さま重視・コンプライアンス重視の健全な企業風土にしていく」という経営トップによるコミットメントを表明しました。

経営陣全員でのタウンホールミーティング(経営陣による全国の社員との対話)やメッセージ発信も開始し、酒井CCuOからは「まず経営が変わる」「カルチャーを変える」、堀江CCoO / CQOからは「正しいことを尊ぶ風土にする」など、経営陣全体でのコミットメントを表明しています。

11月に全社員で一連の問題を振り返り、対話する時間を毎年設ける予定です。



〈タウンホールミーティングでの対話風景〉

- 適切な保険金等支払管理態勢の確立
 - ・不正請求を防止するための態勢整備
 - ・公正かつ的確な審査体制・手続きの確立

- 実効性のある保険代理店管理（保険募集管理態勢の確立）
 - ・代理店の特性に応じた適正な保険募集を確保するための方策

2024年7月以降、お客さまアンケートの内容を見直します。今後、「お客さまの意向把握が実施されていない」、「重要事項説明を受けていない」と回答されたお客さまが多い保険代理店に対して、モニタリングを行う予定です。

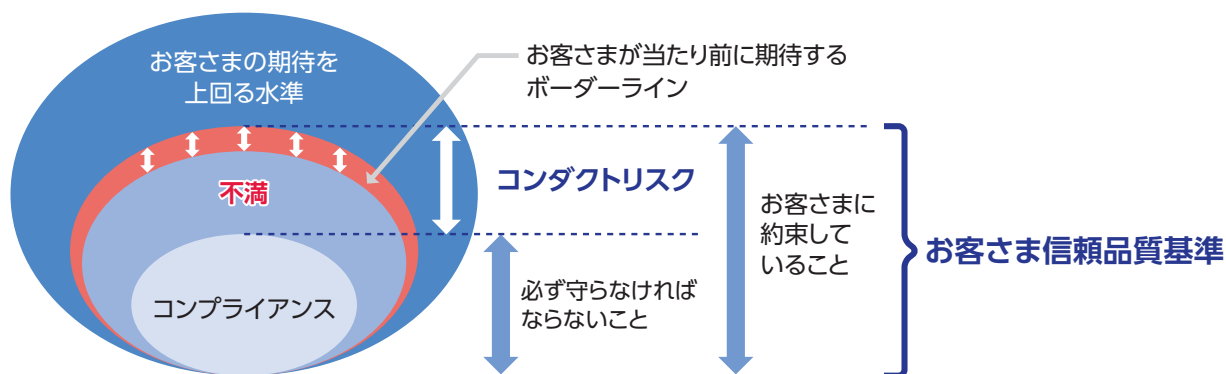
「お客さま信頼品質基準」の策定と浸透・定着に向けた取組み

当社は、今般の一連の問題や行政処分などを受け、改めてお客さま視点の取組みが重要であるとの認識のもと、「お客さま信頼品質基準」を定義し、浸透・定着に向けて取り組んでまいります。

- 「お客さま信頼品質基準」とは

「お客さま信頼品質基準」は、お客さまが当たり前に期待するボーダーライン※(これを下回ると信頼を失う基準)と位置付けています。

※「お客さま信頼品質基準」のボーダーラインはお客さまによって異なります。

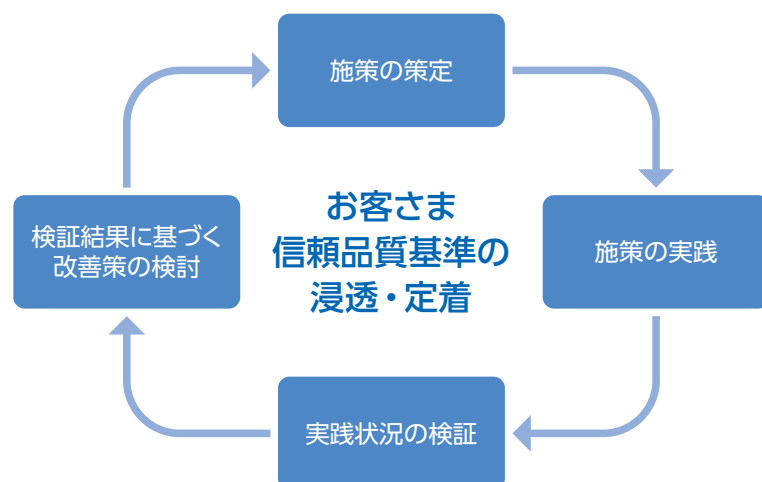


コンダクトリスクとは

近年、法令違反のみならず社会規範に反する行為や「会社の常識」と「世間の常識」の乖離を幅広くリスクとして捉える動きが広まっており、このようなリスクを「コンダクトリスク」といいます。

- 「お客さま信頼品質基準」の浸透・定着に向けて

お客さまの当社への期待について、当社に寄せられたお客さまの声に基づき対応策を徹底的に考え、実践・検証を繰り返すことで、「お客さま信頼品質基準」の浸透・定着を図り、お客さま本位の業務運営を実現してまいります。



「お客さま本位の業務運営方針」の改定

業務改善命令では、当社の経営管理（ガバナンス）態勢、企業文化などが指摘されました。これまでもお客さま本位の業務運営に取り組んでまいりましたが、お客さま視点の取組みが十分ではなかったことがこのたびの問題の発生を招いたと考え、改めて「お客さま本位の業務運営方針」を見直すとともに全役員・全社員が徹底してお客さまの立場で考えることで、再発防止・信頼回復に取り組んでまいります。

※本方針は、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」、および消費者庁等で構成する消費者志向経営推進組織が実施する「消費者志向自主宣言」に対応したものです。

お客さま本位の業務運営方針

SOMPOグループは、「“安心・安全・健康”であふれる未来へ」というパーパスに基づき、多様なステークホルダーに向き合い、各事業を通じて様々な社会課題解決に取り組むことで、企業価値の向上に努めています。当社は、上記パーパスに基づき、損害保険業務のあらゆるお客さま接点において、徹底したお客さま視点に基づくお客さま本位の業務運営を実現するとともに、すべてのステークホルダーに対して企業としての社会的責任を果たすべく、本方針を定めます。

方針1. お客さま視点での業務遂行

お客さま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、すべてをお客さまの立場で考える会社として、お客さまの最善の利益を勘案し、お客さまに対する誠実かつ公正な対応を追求してまいります。

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

多様化するお客さまのニーズや社会・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、それらがお客さまのニーズ・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。

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。

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。

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。

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。

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。

詳細は、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.co.jp/company/corporatepolicy/fiduciaryduty/>

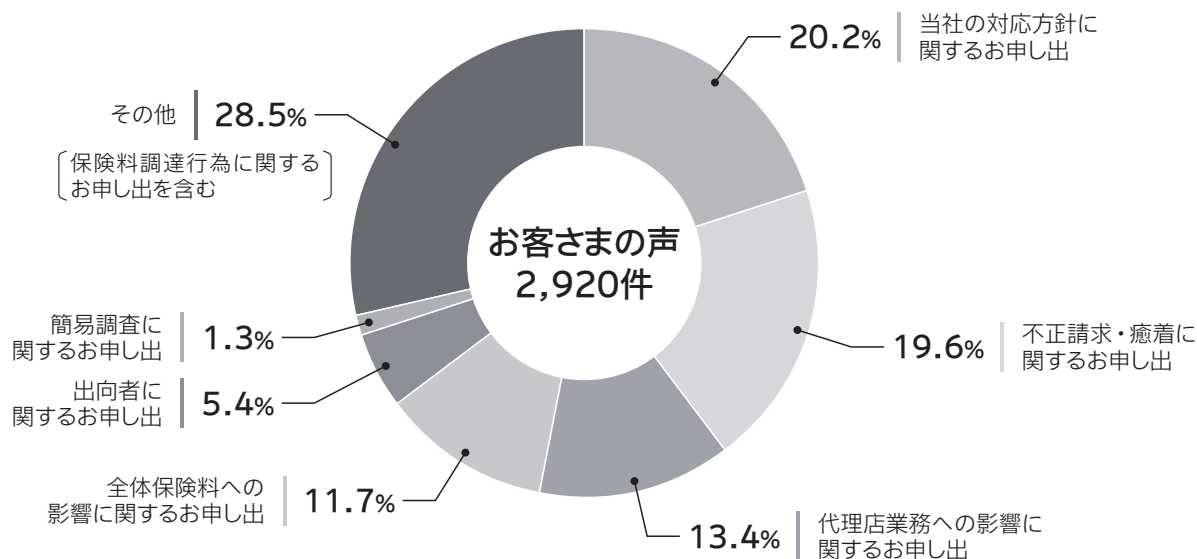


一連の問題に対して寄せられたお客さまの声

これらの問題を受けて、お客さまから多くの厳しい声が当社に寄せられました。

2023年7月25日から2024年3月31日までにBM社お客さま専用相談窓口や当社公式ウェブサイト寄せられたお申し出内容の内訳は以下のとおりです。

●お客さまの声の内訳



※構成比 (%) は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%になりません。

〈自動車保険金不正請求に対して寄せられた声〉

不正請求・癒着に関するお申し出の一例

- 保険金不正請求に関してBM社と癒着しているのではないかと疑われるような報道が毎日され、損保ジャパンを信用できなくなっている。
- 他の保険会社が手を引く中で損保ジャパンだけが取引を続けるのは、不正で双方にメリットがあるためだ。BM社のみを批判しているが損保ジャパンにも非がある。

全体保険料への影響に関するお申し出の一例

- 自動車保険の等級が進んでいるにもかかわらず、保険料が毎年上がっている。特に損保ジャパンはBM社の契約が多かったと報道で知ったが、同社の水増し請求が料率の引き上げに影響しているのではないかと。
- 損保ジャパンで長年自動車保険に加入しているが、保険料が高くなっているのはBM社による不正請求のせいだ。

このほか、保険料調整行為に対しても、「中小企業や個人の保険料にも影響するのではないかと思います。」「保険に対する信頼や安心を得られない。」などの声が寄せられました。

経営層によるお客さまの声の視聴

当社はお客さまの声を真摯に受け止め、改善活動に活かす取組みの一環として、お客さま相談室やカスタマーセンターに寄せられたお客さまの声を役員が聴くプログラムを実施しています。

2023年度は一連の問題に対して寄せられたお客さまの声を経営陣が聴き、当社に対する「お客さま・社会からの評価の実態」を改めて確認する機会としました。



〈お客さまの声を視聴する様子〉