

2018年6月19日

損害保険ジャパン日本興亜株式会社

## 「お客さま本位の業務運営方針」の更新および取組結果の公表

損害保険ジャパン日本興亜株式会社（社長：西澤 敬二、以下「当社」）は、お客さま本位の業務運営をより一層推進するため「お客さま本位の業務運営方針」を更新しましたので、2017年度の実績の結果とあわせて、お知らせします。

### 1. お客さま本位の業務運営方針の更新 ～「消費者志向自主宣言」との統合～

- ・2017年1月に制定した当社の消費者志向の考え方や取組方針を表明する「消費者志向自主宣言」を「お客さま本位の業務運営方針」に統合し、「お客さま本位の業務運営方針」とします。なお、統合後の方針は、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呼びかける「消費者志向自主宣言」に対応したものです。
- ・更新後の「お客さま本位の業務運営方針」は、[別紙1](#)のとおりです。

### 2. 取組結果の公表

- ・「2017年度の実績」の結果は、[別紙2](#)のとおりです。
- ・以下の公式ウェブサイトにも公表しています。

<https://www.sjnk.co.jp/company/fiduciaryduty/>

### 3. お客さま本位の業務運営の定着状況を評価するための指標（KPI）※1の設定

- ・お客さま本位の業務運営の定着状況を評価するための指標を以下のとおり設定します。

①お客さまアンケートNPS®※2

- ・ご契約手続き
- ・事故対応

②お客さまアンケート（ご契約手続き）

- ・「保険のご説明内容」および「保険のご提案内容」への評価

※1 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績評価指標のことです。

※2 NPSとは、Net Promoter Score®の略で、顧客ロイヤルティを測る指標の一つです。

（ご参考）2017年度の実績は、上記①は[別紙3](#)、②は[別紙2](#)に掲載しています。

当社は、より一層、お客さま本位の業務運営を推進し、お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質の商品・サービスをご提供することで、最もお客さまに支持される損害保険会社を目指してまいります。

「NPS®」および「Net Promoter Score®」は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムの登録商標です。

以上

## お客さま本位の業務運営方針

SOMPOホールディングスグループは「お客さまの視点ですべての価値判断を行い、保険を基盤としてさらに幅広い事業活動を通じ、お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービスをご提供し、社会に貢献します。」という経営理念を掲げています。

当社は、上記理念に基づき、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.お客さまへの新たな価値の提供

当社は、お客さまの変化を見つめ、お客さまの立場に立って考え続けることで、自らを絶えず進化させ、お客さまへの新たな価値の提供を実現します。また、最高品質の商品・サービスでお客さまの生活や事業活動を支えることで、損害保険事業の社会的使命を果たし続けてまいります。

### 方針2. お客さまの声を経営に活かす取組み

当社は、お客さまの声を真摯に受け止め、誠実、迅速かつ適切に対応するとともに、お客さま視点で自らの業務を捉え直すことで、事業活動の品質向上に活かしてまいります。

### 方針3. 保険商品の開発・保険募集・契約管理

#### (1) お客さまニーズに対応した商品・サービスの開発

当社は、多様化するお客さまニーズや社会・経済等の環境変化を的確に捉え、お客さまのリスクに対応する保険商品（以下「商品」といいます。）および事故・災害による被害を防止・軽減するサービスの開発に努めてまいります。

#### (2) 重要な情報の分かりやすい提供

当社は、お客さまの知識、経験、財産の状況、ご加入目的等を総合的に勘案し、商品内容やリスク内容等の重要な情報につき、お客さまにご理解いただけるよう適切にかつ分かりやすく説明を行ってまいります。

#### (3) お客さまに最適な商品・サービスの提供

当社は、お客さまを取り巻くリスクの分析やコンサルティング活動等を通じて、お客さまの意向と実情に沿った適切な商品設計、販売・勧誘活動を行ってまいります。また、販売後もお客さまのご契約を適切に管理するとともに、お客さまの利便性の向上を実現してまいります。

### 方針4. 保険金のお支払い業務の品質向上

当社は、保険金のお支払い業務の適切性を維持・確保する態勢を整備するとともに、品質向上に向けた持続的な取組みを行うことで、真にお客さまの視点に立った保険金のお支払いに努めてまいります。

## 方針5. 利益相反の適切な管理

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

## 方針6. 企業としての社会的責任を果たす取組み

企業としての社会的責任を果たすべく、「グループCSRビジョン」にのっとり、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けた社会的課題の解決に資する取組みを行ってまいります。

## 方針7. お客さま視点の業務運営の定着

当社は、すべての社員および商品の募集を委託する保険代理店・保険募集人に対する継続的な教育・指導を行うとともに、お客さま視点での業務運営の動機付けを図る枠組みを構築し、本方針の定着に向けて取り組んでまいります。

※下線部分が改定点です。

# 「お客さま本位の業務運営方針」に 基づく取組結果

(2017年4月～2018年3月)

2018年6月19日

## CONTENTS

<b>方針1</b> お客さまへの新たな価値の提供 .....	1
<b>方針2</b> お客さまの声を経営に活かす取組み .....	3
<b>方針3</b> 保険商品の開発・保険募集・契約管理	
(1) お客さまニーズに対応した商品・サービス開発 .....	6
(2) 重要な情報の分かりやすい提供 .....	9
(3) お客さまに最適な商品・サービスの提供 .....	11
<b>方針4</b> 保険金のお支払い業務の品質向上 .....	12
<b>方針5</b> 利益相反の適切な管理 .....	13
<b>方針6</b> 企業として社会的責任を果たす取組み .....	14
<b>方針7</b> お客さま視点の業務運営の定着 .....	16

- 本報告は「消費者志向自主宣言」(2017年1月公表)および「お客さま本位の業務運営方針」(同年6月公表)の取組みの結果です。
- 次ページ以降、タイトルに「◎」を付した取組みは、2017年6月に公表した「お客さま本位の業務運営方針」において主な「取組み」として定めたものです。
- 当社は、「消費者志向自主宣言」(2017年1月公表)および「お客さま本位の業務運営方針」(同年6月公表)を2018年6月19日に「お客さま本位の業務運営方針」に一体化しました。
- 最新の「お客さま本位の業務運営方針」および取組結果は、以下の当社公式ウェブサイトに掲載しています。

URL:<https://www.sjnk.co.jp/company/fiduciaryduty/>

# 方針 1 お客様への新たな価値の提供 ①

## ◎企業風土の醸成

### 1. トップメッセージの発信

- 中期経営計画の方針として、「品質に基づくブランドの確立」を掲げ、徹底してお客さま視点の価値判断を行うことの重要性について、全国の支店長等が一堂に会する会議や社員研修などで、経営トップ自らの言葉でメッセージを発信しています。

### 2. 品質向上コンテストの開催

- 社員の意識醸成の取組みの一環として、徹底してお客さま視点で考え、行動した取組みを表彰する「品質向上コンテスト」を2016年度から実施しています。
- 2017年度は、508チームがエントリーし、そのうち83件の取組みがコンテストの入賞を果たしています。



表彰状

### 3. 社員向けセミナーの開催

- 外部講師により、「消費者行政の立場からみる消費者志向経営とは」、「競争戦略としての『顧客本位の業務運営』」をテーマにセミナーを開催し、約300名が参加しました。
- セミナーの様子は動画で社内配信し、社員・保険代理店の研修資料として活用しています。



セミナー受講の風景

## ◎コンプライアンスの徹底

- コンプライアンスへの取組みを計画的かつ着実に実行するため、事業年度ごとに「コンプライアンス・プログラム」を策定しています。コンプライアンス・プログラムは、事業継続の大前提となるコンプライアンス（法令等遵守）に関する年度推進計画を示したものであり、全役職員が取り組むものです。
- 全社および各地区本部の2つのPDCAサイクルを適切に運用し、コンプライアンス態勢を強化しました。
- 全国の支店・営業部・保険金サービス部（保険金支払い部門）および管下の課・支社でリスクに応じた職場内研修を実施し、意識醸成の強化を図りました。

# 方針 1 お客さまへの新たな価値の提供 ②

## 情報提供の充実

### 1. 情報の開示

- お客さま、株主、幅広いステークホルダー※の皆さまに当社の取組み等をご理解いただくための情報を、冊子や公式ウェブサイト等で提供しています。



総合レポート



ディスクロージャー



CSRコミュニケーション  
レポート



CSRブックレット



お客さまの声白書

※お客さま、お取引先、株主、社員、地域社会などの利害関係者をいいます。

- 東日本大震災や熊本地震での経験から、地震について消費者の皆さまと一緒に考える学習冊子を発行しました。
- 「夜間・休日の事故対応」など、当社の保険金支払い部門の取組内容を紹介した公式ウェブサイトを新設しました。 ⇒ [リンク](#)



地震と私たち

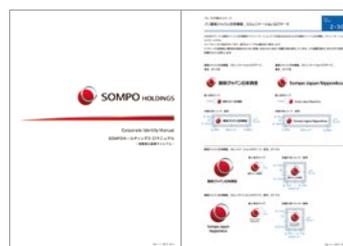


あなたの未来を支える日

### 2. 分かりやすい情報の提供

#### (1) CIマニュアルのリニューアル

- SOMPOホールディングスグループは、全てのお客さまに寄り添う気持ちを持ってコミュニケーションをとることが大切と考え、2016年7月に「CI (corporate identity) マニュアル」を大幅にリニューアルしました。
- 当社も、同マニュアルに基づき、上記1. 記載の各冊子およびお客さま向けの保険商品にかかわるパンフレット・帳票等を作成しています。



CI (corporate identity) マニュアル

#### (2) 外部機関の認証取得

- 2017年度の「お客さまの声白書」、「CSRブックレット」等は、UCDAの「見やすいデザイン」認証※を取得し、さらに分かりやすい情報提供に努めています。

※UCDA (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) 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、色彩設計等) をクリアすることにより得られる認証です。

#### (3) 公式ウェブサイトの改定

- 操作性、視認性を高めるため、順次公式ウェブサイトの改定を行っています。



「CIマニュアル」等の取組みを「UCDA」から評価いただき、SOMPOホールディングスとしてUCDAアワード2017「実行委員会特別表彰」を受賞しました。

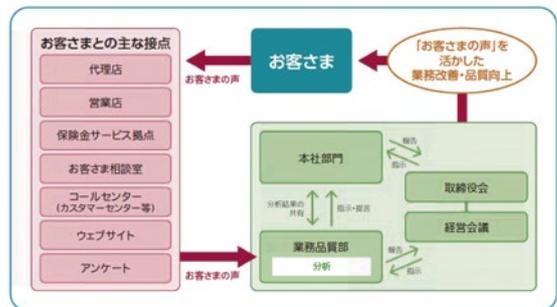
# 方針 2 お客様の声を経営に活かす取組み ①

## ◎「お客様の声」の対応管理態勢の構築

### 1. 「お客様の声」の活用～ISO10002の自己適合宣言～

- お客様からのご不満の背景や原因の分析を行い、抽出した課題を関連部署と連携し、業務改善・業務品質の向上を図っています。
- 当社は2017年3月28日付けで苦情対応の国際規格である「ISO10002」※に適合することを宣言しました。
- 本規格に準拠して、お客様の声対応管理態勢の継続的な改善・向上を図っています。

※国際標準化機構 (ISO) が制定した「苦情対応マネジメントシステム」に関する国際規格です。



お客様の声対応管理態勢

### 2. 「お客様アンケート」の実施

- 保険代理店による契約手続きや当社の事故対応サービスに関する「お客様アンケート」を実施し、合計885,382件※のご回答をいただきました (2017年度実績)。
- アンケートでいただいたお客様の声を受け止め、日々、品質向上に取り組んでいます。

※ご契約手続き : 469,839件  
事故対応 : 415,543件  
(自動車: 164,016件、火災新種: 251,527件)



お客様アンケート

### 3. 「社外モニター制度」

- お客様対応の専門家である消費生活相談員からご意見をいただく「社外モニター制度」を設けています。
- 2017年度は10回開催し、商品・サービス、パンフレット・帳票等について、消費者の目線からご意見をいただき、業務改善・品質向上へとつなげています。



社外モニターとの会議風景

◎「お客さまの声」に基づく業務改善の取組み

1. 「お客さまの声」を起点とした業務改善

- 「お客さまの声」を分析して優先的に解決していくべき事案を選定し、毎月、関連部署に提言を実施しています。また、提言後の改善状況を管理する仕組みを構築し、運用しています。2017年度の改善事例は以下のとおりです。

改善 1

【お客さまの声】

「新・海外旅行保険【off! (オフ)】」に加入したが、契約書を持参・提示しないとキャッシュレス治療サービスを受けられない。

【改善内容】

スマートフォンの画面コピーにより、キャッシュレス治療サービスを受けることができるようになりました(2017年10月)。なお、本サービスを利用される場合は、病院にいらっしゃる前に「海外メディカルヘルプライン」へのご連絡が必要となります。



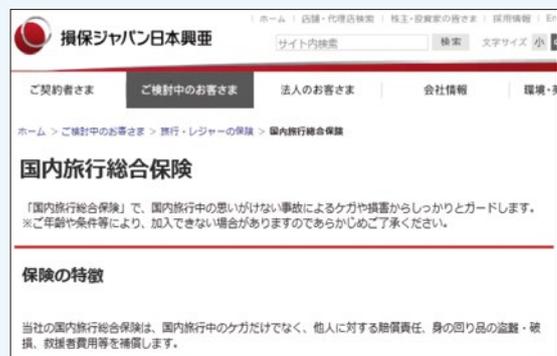
改善 2

【お客さまの声】

公式ウェブサイトにて、海外旅行保険だけでなく、国内旅行保険も掲載してほしい。

【改善内容】

問い合わせが多く寄せられたことをふまえ、公式ウェブサイトにて国内旅行保険の概要を掲載しました(2017年12月)。



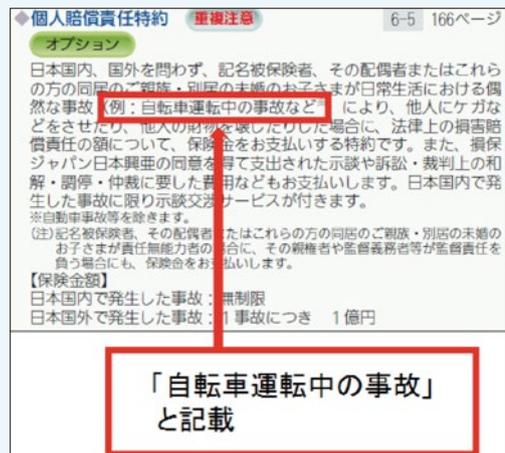
改善 3

【お客さまの声】

自動車保険の個人賠償責任特約で自転車運転中の賠償事故が対象になることが分からない。自転車搭乗中の賠償責任保険の加入が多くの自治体で条例化されたことに伴い、自転車事故を補償する保険に加入していることを証明する必要がある。

【改善内容】

「THE クルマの保険」の証券に同封するご契約のしおりに自転車運転中の賠償事故を補償することを明記しました(2018年1月)。



## 方針 2 お客様の声を経営に活かす取組み ③

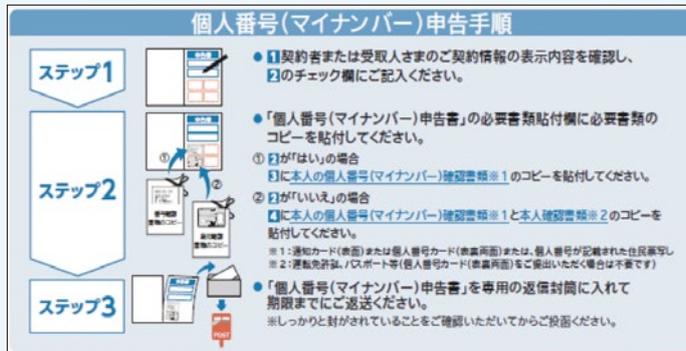
### 改善 4

#### 【お客様の声】

積立保険の満期返れい金を請求するにあたり、個人番号（マイナンバー）の申告を求められたが、申告方法が分かりにくい。

#### 【改善内容】

申告手順に図式を追加し、分かりやすくしました。



### 改善 5

#### 【お客様の声】

公式ウェブサイトでの火災保険の補償内容について、「お支払いする損害保険金」における「自己負担額」の説明が分かりにくい。

#### 【改善内容】

公式ウェブサイトに「自己負担額とは?」とのページを追加しました。

#### 自己負担額とは?

損害額のうち、お客さまが負担する額を「自己負担額」といいます。  
保険金をお支払いする事故が発生した場合に、損害を受けた金額のうちお客さまが自己負担するものとして設定する金額を「自己負担額」といいます。  
自己負担額を設定することで、保険料を抑えることが可能です。

## 2. 「お客様の声白書」の発行

- 「お客様の声」を活かした当社の取組みおよび社員等のお客さまへの「想い」をお伝えするため、2007年度から「お客様の声白書」を毎年発行し、公式ウェブサイトで公表しています。

## (1) お客さまニーズに対応した商品・サービス開発

### ◎お客さまニーズに基づく商品の開発

#### 1. 「ドライビング!」(ドラレコ特約)の開発:2018年1月～

- 「安全運転支援機能」を搭載した通信機能付き専用ドライブレコーダーにより、運転技術のセルフメンテナンスをサポートする「ドライビング!※」を自動車保険の特約として開発しました。
- 事故の際の衝撃検知を活用した「事故時通報機能」やALSOKと連携した「事故現場駆けつけサービス」も新サービスとして追加しています。

※「ドライブレコーダーによる事故発生時の通知等に関する特約」付帯サービスです。

- すべてのドライバーにさらなる安心・安全をご提供するとともに、自動車事故削減、安全運転の促進を一層図り、“事故の無い社会”の実現を支援していきます。



「運転診断レポート(運転後のセルフメンテナンスの機能)」を活用したご高齢のお客さまから、「運転免許証を返納する気づきとなった」との感謝の声をいただきました。

#### 2. スマートフォンアプリと連動した新割引「安全運転割引」の導入【国内初】:2018年1月～

- スマートフォンアプリ「ポータブルスマイルロード※」と連動し、運転診断結果に応じて自動車保険料を割引する「安全運転割引」を2018年1月から開始しました。

※万一の事故時にワンタッチで保険代理店や保険会社に連絡する「安心」の機能、運転診断やリアルタイム情報提供など事故防止に役立つ「安全」の機能などを「快適」なナビゲーション機能とともに提供する個人向けのスマートフォン用アプリです。

- 「安全運転割引」の提供を通じて、お客さまにとって“納得感のある保険料”を実現するとともに、安全運転の促進に貢献します。



「運転に不安がある」・「客観的に自身の運転内容を診断してほしい」等のお客さまのご意見を反映し開発しました。

## 方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理 ②

### 3. 「同性パートナー」を配偶者として補償対象に含める改定(自動車保険): 2018年1月～

- LGBT\*など性的少数者の権利尊重に対する社会的関心・要請の高まりをふまえ、自動車保険における「配偶者」の定義を変更し、「同性パートナー」を配偶者として補償対象に含める改定を実施しました。他の個人向け商品についても、順次対応していく予定です。

※レズビアン(L:女性同性愛者)、ゲイ(G:男性同性愛者)、バイセクシャル(B:両性愛者)、トランスジェンダー(T:性同一性障害を含む生まれた時の体と心の性が一致しない人)の頭文字を取った性的少数者(セクシャルマイノリティ)の総称です。

### 4. シェアリングエコノミー認証取得事業者向け保険商品「オールインワンパッケージ(認証制度対応型)」の販売【国内初】: 2017年7月～

- シェアリングエコノミー\*1のプラットフォーム事業者・サービス提供者・サービス利用者が負う賠償責任を総合的に補償する商品として提供していた保険商品をリニューアルし、シェアリングエコノミー認証制度\*2に基づく認証を受けたプラットフォーム事業者向けに、最大60%の保険料割引を提供します。

※1 場所・乗り物・モノ・スキルなど個人が所有する資産をインターネット上のプラットフォームを介して、個人間で貸借・売買・交換することでシェアしていく新しい経済の仕組みです。

※2 シェアリングエコノミー協会に設置された認証委員会が、利用者の安全性および信頼性を確保するためのサービス設計ならびにこれらを維持するための措置を講じているプラットフォーム事業者を認証し、認証マークを付与したうえで、事業活動への認証マークの使用を認める制度です。

- シェアリングエコノミー認証制度の普及促進に寄与することで、市場の急成長が見込まれるシェアリングエコノミーの安心・安全な発展・推進に貢献します。

# 方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理 ③

## ◎事故・災害による被害の防止・軽減に向けたサービスの開発

### 1. 独自のハザードマップ「THE すまいのハザードマップ」の開発

- 近年の地震や台風等の自然災害の増加によるお客さまの災害に対する意識の高まりをふまえ、最新のデジタル技術を活用し、地震発生確率や洪水時の想定浸水深などの自然災害リスクを可視化した、独自の総合的ハザードマップを開発しました。
- 本ハザードマップは、当社の保険代理店がお客さまへ火災保険・地震保険のご提案時等に案内する情報提供ツールです。お客さまに自然災害のリスクを正しくご理解いただき、加入される保険に対する納得感の向上を図ることを目的として、提供しています。



### 2. SOMPOサイバーリスクソリューションプラットフォームの開発

- 新たな経営課題となっているサイバーセキュリティ対策に関する課題を解決するため、サイバーリスクに関する商品・サービスをワンストップで提供するプラットフォームを公式ウェブサイトに開設しています。
- 事故発生後の損失を補償するサイバー保険のご紹介だけでなく、事故発生前後の防災・減災サービス(サイバー攻撃対応訓練、簡易リスク診断レポート、緊急時サポート総合サービス等)を幅広くご紹介しています。



## ◎商品販売後の検証

- 商品販売前のリスクアセスメントにより、常に変化する内外環境をふまえ、適切な保険募集、適正な保険金のお支払い、お客さまに提供するサービス品質の影響等のリスクを網羅的に洗い出し、対策を講じるとともに、商品販売後に「お客さまの声」を定期的に分析するなどして、本商品の適切性を検証し、また、お客さまニーズをさらに反映できるよう、取り組んでいます。

## (2) 重要な情報の分かりやすい提供

### ◎分かりやすいパンフレット等の提供

- 個人向けの主力商品の一つである「THE 家財の保険」のパンフレットにつき、UCDAの「見やすいデザイン」認証※を取得しています。

※ 2ページの注釈をご参照ください。

- 「THE クルマの保険」など主な個人向け商品も同認証を取得しています。



「THE 家財の保険」パンフレット

### ◎重要事項等の説明

保険契約の募集に際し、商品の仕組み、補償内容、保険料に関する事項等を記載した「重要事項等説明書」をお客さまに提供し、適切に説明するため、以下の取組みを実施しています。

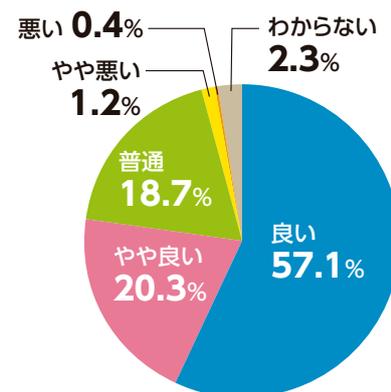
#### 1. 「安心行動基準」の定着に向けた取組み

- 多くのお客さまに安心をお届けしてご満足いただくための行動を洗い出し、契約募集・管理および事故対応のプロセスの基本的な行動を「安心行動基準」として定めています。
- 社員と保険代理店が定期的なミーティングを実施し、安心行動基準の定着を図り、また、「お客さまアンケート」により定着状況を把握し、保険代理店の行動改善につなげています。

#### 2. 「保険手続きNavi」の推進

- 重要な事項等を分かりやすくお客さまに説明し、また、お客さまのご意向を確実に確認するために「保険手続きNavi」というタブレット端末を活用した保険募集を推進しています。

#### 保険商品の説明に関する評価 2017年度



「良い・やや良い」の合計は77.4%です。

## ◎高齢者・障がい者への配慮

### 1. 保険募集マニュアルによる周知

- 高齢のお客さまには、商品・サービス等につきご理解いただけるように、高齢者の特性に配慮し、親族等の同席を求めるなどの保険募集方法をマニュアルに具体的に定め、適切に対応するように努めています。
- 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）」をふまえ、例えば、文字が読めない、または読みにくいという場合は、保険募集人が代読するなど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、保険募集方法をマニュアルに具体的に定め、適切に対応するよう努めています。

### 2. 社員向け研修の開催

- 「障害者差別解消法」の施行を契機として、2015年度から、外部講師による実践的な研修を実施しています。
- 2017年度は「障がい者への合理的配慮と高齢者への対応 ～障害者差別解消法をふまえた対応～」をテーマとして、保険募集・保険金支払い・商品開発・コールセンター運営等を所管する本社関連部署を対象に研修を実施しました。



研修の風景

### 3. 点字証券の作成

- ご要望に応じて、点字と漢字・かな文字を併記し、かつ保険証券記載事項と同様の項目を掲載する点字証券を提供しています。
- 弱視の方や点字が分からない方の理解を促進するとともに視覚に障がいのある方とそうでない方で、提供する情報量に差異が生じないようにしています。

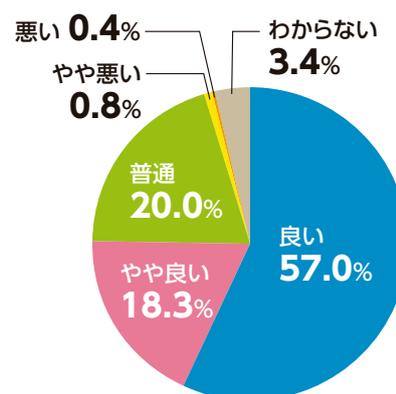
## (3) お客さまに最適な商品・サービスの提供

### ◎ご意向の把握

お客さまのご意向・実情に沿った適切な保険募集を行うため、「(2) 重要な情報の分かりやすい提供・重要事項等の説明」記載の以下1.および2.の取組みを実施しています。

1. 「安心行動基準」の定着に向けた取組み
2. 「保険手続きNavi」の推進

保険のご提案内容の評価  
2017年度



「良い・やや良い」の合計は75.3%です。

### ◎適切な推奨販売に向けた態勢整備

- 複数の保険会社の商品を取り扱う保険代理店・保険募集人が、特定の商品を選定して、お客さまに推奨する際に、推奨する理由を分かりやすく説明するための適切な態勢を整備し、各種商品の取扱ルールや募集ルール等を記載した商品マニュアルや募集マニュアルを策定し、周知しました。

### ◎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つまえ、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・システム等を設計し、保険契約の適切な管理に向け、以下の取組みを実施しました。

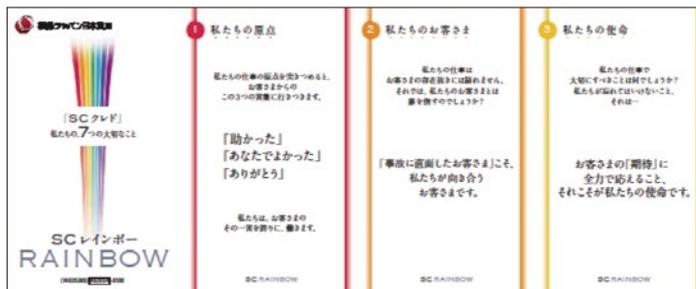
- お客さまの声を品質向上に反映できるよう、コールセンターにおいてお客さまアンケートを開始しました。いただいたお客さまからの評価・コメントおよびこれまでに蓄積したお客さまの声を活用して、コールセンター内の業務フロー等の改善、電話をお受けした際のお客さまへの対応品質の向上、公式ウェブサイトにおける「よくあるご質問」の拡充等に努めています。

# 方針 4 保険金のお支払い業務の品質向上 ①

## ◎お客さまを想う「SCクレド」の実践

- 「SCクレド」は、保険金支払い部門（SC）で働くすべての社員が常にお客さまを意識し、すべての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「7つの大切なこと」としてまとめたものです。
- 「SCクレド」を実践することにより、保険代理店と連携のうえ、すべてのお客さまに安心をお届けし、よりご満足いただけるよう取り組んでいます。

保険金支払い部門の全社員の声を「お客さまへの想い」としてまとめ、その想いは、今日に至るまで、引き継がれています（2011年発刊）。



### 1. クレドマイスター制度

「SCクレド」を実践する社員の中で、その判断・思考・行動がお客さまや保険代理店などから高い評価を受けている社員をクレドマイスターとして認定し表彰しています（延べ1,004名認定/2018年3月末現在）。



クレドマイスターは、お客さま本位を体現して、初めて認定されます。

### 2. 「ダントツ!クレド対応グランプリ」の開催

お客さま対応のプロフェッショナルスキルを競い合う「ダントツ!クレド対応グランプリ」を開催し、クレド人材育成の風土づくり・スキルの横展開を図り、保険金支払い部門全体の品質向上とレベルアップに取り組んでいます。



全国大会の様子を全社に生中継して、SCクレドに取り組む風土づくりを進めました。

### 3. 電話対応品質の向上に向けた取組み

- 保険金お支払い業務は、電話での対応が中心になるため、一本一本の電話で、お客さまに「安心」「信頼」「満足」いただける対応を提供できるよう、日々取り組んでいます。
- プロ講師による講義を経て、モニタリングとフィードバック技術を習得した電話対応インストラクターを育成し、インストラクターを中心に電話対応品質の向上を図っています（延べ327名/2018年3月末現在）。

## 方針 4 保険金のお支払い業務の品質向上 ②

### 自動車保険事故における 15か国語対応

- 訪日外国人旅行者数の増加等の背景のもと、外国人の事故当事者（お客さまおよび事故の相手方など）に対する安心の提供を目的に、2015年から、5か国語での事故受付を開始しました。
- 対応する言語や保険種目などを順次拡大し、2017年12月にはすべての保険種目において、15か国語で対応しています。今後も、対応する言語数を順次拡大していく予定です。

#### 対象言語

英語、中国語、韓国語、スペイン語、ポルトガル語、タイ語、ベトナム語、インドネシア語、マレー語、タガログ語、ネパール語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、ロシア語

### 自動車保険事故対応への手話の導入

- 聴覚・発話障がいを持つお客さまへの事故対応サービス向上のため、事故受付サポートセンターにおいて、手話通訳サービスを利用した事故の受付・初動対応\*を開始しました（2017年9月1日）。
- \*事故受付後の保険対応の可否判断、事故解決のアドバイス、代車の手配、病院や相手方への連絡などをいい、当社では24時間365日実施しています。



手話対応は、午前8時から午後9時まで（年中無休）受け付けています。

© JAPAN-DA

### ◎保険金支払いの事後検証

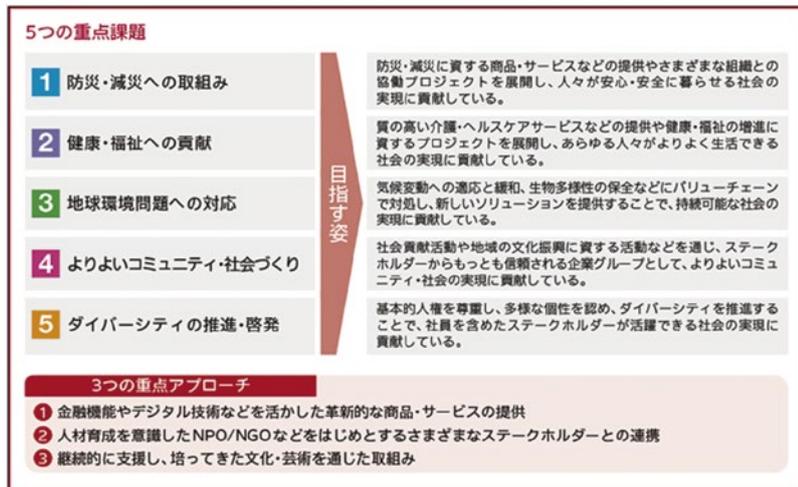
- 保険金支払い部門の業務全般の遂行状況につき、自主点検やモニタリングを実施するとともに、保険金審査会\*による審査を実施のうえ、経営に報告し、適正な保険金支払いの確保に努めています。
- \*保険金支払いの公正性・適切性を確保するため、弁護士・医師・学識経験者・消費者団体代表者等の社外委員で構成する審査会です。高度な法的判断・医学的判断・約款解釈を要する事案の審査を実施しています。

## 方針 5 利益相反の適切な管理

- 当社は、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、また、利益相反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。

# 方針 6 企業として社会的責任を果たす取組み ①

SOMPOホールディングスグループは、SDGs※1をはじめとした国際社会の動向をふまえて「グループのCSR※2重点課題」を設定し、企業としての社会的責任を果たすべく、取り組んでいます。



※1 2015年9月の国連サミットで採択された、2030年までに世界で達成すべき17の社会的課題に対する目標です。



※2 「Corporate Social Responsibility」の略で企業の社会的責任と訳されます。

2017年度に実施した主な取組みは、以下のとおりです。

## 【重点課題1】防災教育の普及啓発「防災ジャパンダプロジェクト」

- 当社は、将来を担う子どもたちとその保護者を対象として、災害から自分自身・周囲の人を守るための知識や安全な行動を身につけてもらうことを目的に、「防災人形劇」および「体験型防災ワークショップ」を実施しています。
- 2014年度にスタートしたこのプロジェクトは、2017年度も全国各地で78回開催し、約1万5千名の方々が参加しました。



## 【重点課題1】黄色いワッペン贈呈事業

- 学校に通う子どもたちに「黄色いワッペン」をつけてもらうことで、交通安全をよびかけ、保護者やドライバーの方々の注意を喚起し、少しでも子どもたちの交通事故防止にお役立ていただきたいという願いを込めて、全国の新小学一年生に交通事故傷害保険付きの「黄色いワッペン」を贈呈しています。
- みずほフィナンシャルグループ、明治安田生命、第一生命との共同事業として、当社は事業開始の翌年の1966年から本事業に参加し、累計贈呈枚数は6,400万枚を超えました。



## 【重点課題2】認知症サポーター「キャラバン・メイト」養成研修の実施

- SOMPOホールディングスグループは、2016年から、社員が認知症について正しい知識を持ち、認知症の人や家族を温かく見守り、支援する認知症サポーターを社内で効果的に育成する「キャラバン・メイト※養成研修」を開講しています。
- 2018年3月末までに登録された累計560名のキャラバン・メイトが、各職場や保険代理店において認知症サポーター育成に取り組み、7,672名の認知症サポーターが誕生しています。

※認知症サポーターを養成する「認知症サポーター養成講座」を開催し、講師役を務める資格を有する者をいいます。所定の研修を受講し、登録することによりキャラバン・メイトとなることができます。



【重点課題3】生物多様性保全活動「SAVE JAPAN プロジェクト」

- 当社は、地域の環境NPOなどと協働し、「市民参加型の生物多様性保全活動」を全国で展開しています。
- お客さまが「Web約款」や「Web証券」をご選択いただくことにより削減されたコストの一部を活用し、「いきものが住みやすい環境づくり」を目指しています。2011年のスタートから2018年3月までに延べ739回の保全活動を開催し、37,409名の方々が参加しました。



生物多様性保全活動の様子

【重点課題4】「SOMPOホールディングス ボランティアデー」

- 2011年度から、社員の意識向上や地域社会への貢献等を目的に、12月5日の「国際ボランティアデー」にちなんで、12月を強化月間とする「SOMPOホールディングス ボランティアデー」を毎年開催しています。
- 2017年度は、SDGsの17の目標も意識した活動に取り組み、約2,500名が参加しました。



車いす整備・清掃活動の様子



フェアトレード商品販売会の様子

【重点課題5】女性活躍推進

- SOMPOホールディングスグループでは、「グループ人事ビジョン」のもと、若手層から管理職まで幅広い層を対象に女性専用育成プログラムを実施し、女性のキャリアアップを支援する風土と環境を構築しています。
- 取組みの結果、女性管理職が着実に増加している点などが評価され、2017年度「なでしこ銘柄※」に選定されました。



※「女性活躍推進」に優れた上場企業を「中長期の企業価値向上」を重視する投資家にとって魅力ある銘柄として紹介することを通じて、企業への投資を促進し、各社の取組みを加速化していくことを狙いとしています。

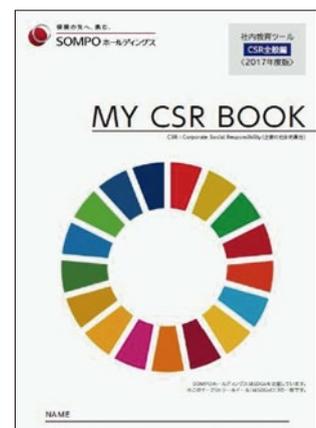
社内啓発

1. 「MY CSR BOOK」の発行

- CSRの社内研修資料として、2016年度から「MY CSR BOOK」を発行しています。国内のSOMPOホールディングスグループ全社員に配布し、CSR研修の教材として活用しています。

2. 「CSRディベロップメント研修」の開催

- 当社の内勤部署や国内のSOMPOホールディングスグループ各社の企画部門を対象にCSRに関する幅広い情報や知見を共有することを目的とした研修を毎年、開催しています。2017年度はSDGsをテーマとして、約80名の社員が参加しました。



MY CSR BOOK

# 方針 7 お客様視点の業務運営の定着

## ◎社員の教育・育成、評価制度

### 1. 社員の教育・育成

- 階層別研修や新入社員研修などの各種研修で「お客様視点で価値判断すること」をテーマに取り上げ、その定着に向けて取り組んでいます。
- 社員一人ひとりが、自らの強みを発揮しお客様のニーズに応える行動が実践できるよう、強みに着目した育成を推進しています。

### 2. 社員の評価制度

#### (1) 評価項目の設定

- 社員の人事評価制度における「行動評価」の判断基準に、「お客様の視点で価値判断をする」や「お客様のニーズに応える」といった項目を設定し、社員がお客様評価の向上に取り組むための仕組みを構築しています。

#### (2) 社内表彰制度

- 徹底したお客様視点での品質の追求により、「質を伴った成長」の実現に大きく貢献し、他の範となる革新的な取り組みや全社トップクラスの成果を社長賞として年4回表彰しました。
- 組織表彰制度では、選定基準に「品質」にかかわる項目を設定し、お客様評価の向上につながる仕組みを構築しています。年間を通じ、組織ごとに入賞基準達成に向けた取り組みを実施しています。

## ◎保険代理店・保険募集人の教育・育成、認定制度

### 1. 保険代理店・保険募集人の教育・育成

- 損害保険の基礎知識や保険商品の商品・業務知識を身に付けるため、商品の取扱ルールや募集ルール等に関する研修を実施し、保険募集人の業務知識の向上を図っています。
- お客様の立場に立ち、適切な保険情報と充実したサービスを提供できる保険代理店を育成するために、本社や各地の研修所、全国の支店・営業店で研修や個別指導を実施しています。

### 2. 保険代理店の認定制度

- お客様に永続的かつ高品質なサービスを提供できる、地域のモデルとなるプロ代理店<sup>※1</sup>の取組みを支援していくことを目的として「損保ジャパン日本興亜プロフェッショナルエージェント（PA）制度」を発足し、認定しています。
- PA制度では最上位の品質基準において「ISO9001認証」<sup>※2</sup>の取得を必須要件としています。2017年度末では137店のプロ代理店が取得して販売品質向上、顧客満足度向上に取り組んでいます。

※1 保険販売を専業とする「専業代理店」をいいます。

※2 国際標準化機構（ISO）が制定したPDCAを機軸とした「品質マネジメント」の国際規格です。

PA代理店数の推移（3年間）



## 「お客さまアンケートNPS®」の2017年度実績

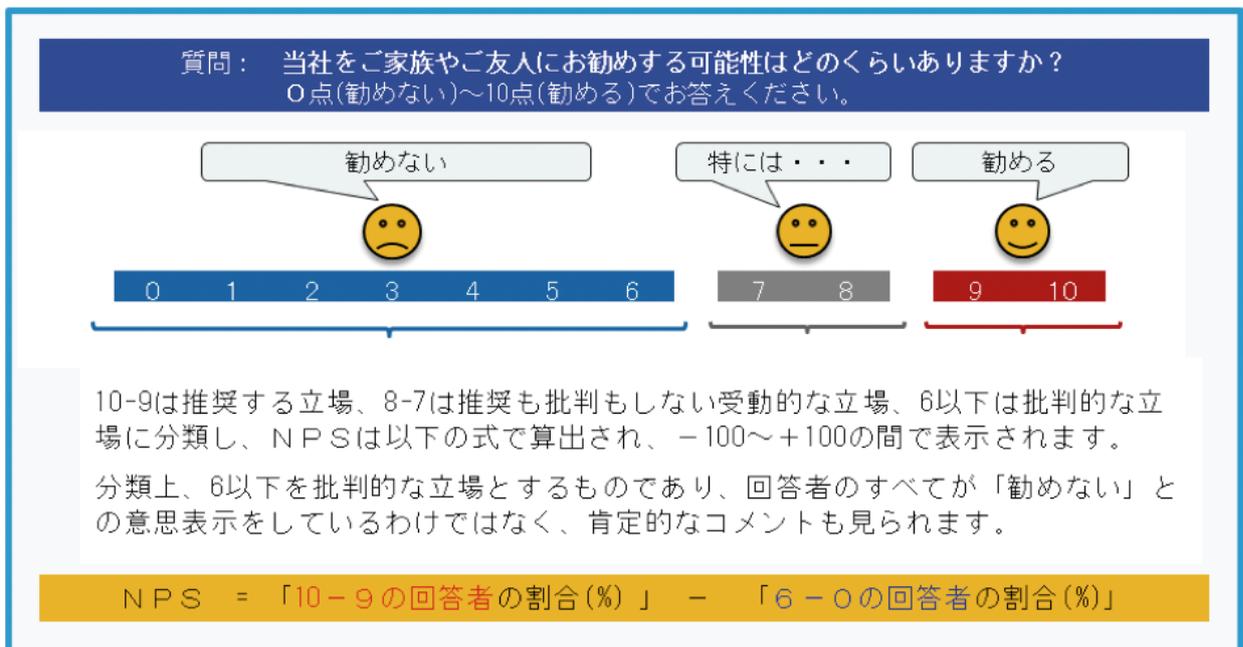
### 1. 「NPS」とは

NPS (Net Promoter Score®) とは、顧客ロイヤルティを測るための指標であり、「当社をご家族やご友人にお勧め(推奨)する可能性はどのくらいありますか」との質問に回答いただき、計測します。通常は、愛着や信頼がない限り推奨はしないため、高い評価を獲得するのは、顧客満足度を測るための一般的な質問である「満足しましたか」よりも困難とされています。

当社は、あらゆるお客さま接点において、お客さまにご満足いただくことはもとより、ご家族等に推奨いただけるような高い品質を提供し、徹底したお客さま視点の価値判断による品質に基づくブランドを確立すべく、NPSをお客さま本位の業務運営の定着状況を評価するための指標に定めています。

当社はNPSの結果とともに推奨する・しないの理由を受け止め、分析し、改善を図り、お客さま本位の業務運営を実現することで、最もお客さまに支持される損害保険会社を目指してまいります。

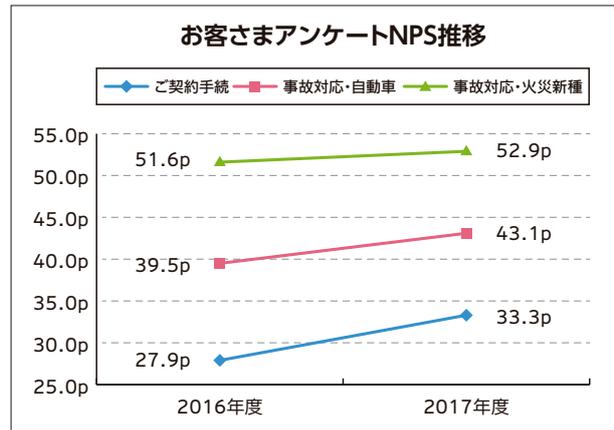
#### (ご参考) NPSの算出方法



NPSは、アップル、アマゾン、グーグル、アメリカン・エキスプレス等、世界の企業1,000社以上で採用され、国内金融機関等でも採用されています。

## 2. 「お客さまアンケートNPS」の結果

ご契約手続きを行われたご契約者さまからの評価は33.3ポイント(自動車保険)、事故対応サービスを受けられたご契約者さまからの評価は43.1ポイント(自動車保険)、52.9ポイント(火災新種保険)となり、いずれも、前年度を上回りました。



◆ 回答数(2017年度)

「ご契約手続き」 (自動車保険) : 469,839件

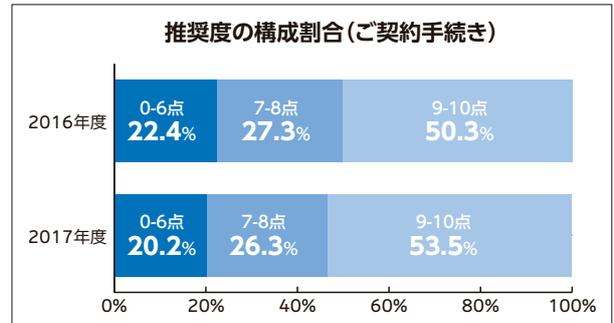
「事故対応」 (自動車保険) : 164,016件

「事故対応」 (火災・新種保険) : 251,527件

## 3. 「お客さまアンケートNPS」の推奨度の構成割合

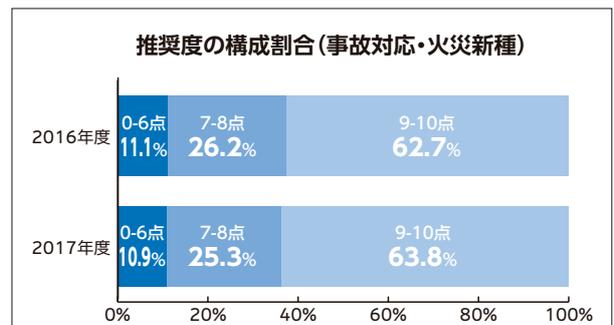
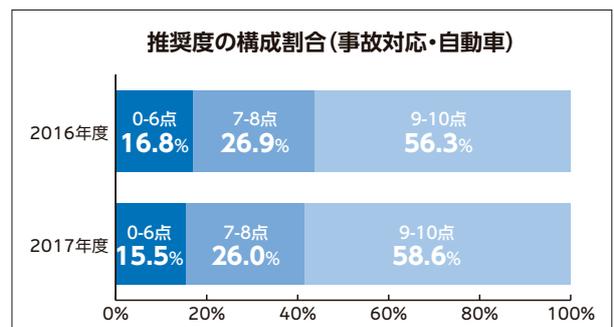
### ①お客さまアンケートNPS(ご契約手続き/自動車保険)

「お客さまアンケート」を活用した改善等に取り組み、推奨者(9点・10点)の割合は、前年に対して3.2ポイント増加しました。



### ②お客さまアンケートNPS(事故対応/自動車保険および火災・新種保険)

お客さまに寄り添った対応や事故発生時のお客さまのご不安のいち早い解消に取り組み、事故対応における推奨者(9点・10点)の割合は、自動車保険では、前年に対して2.3ポイント、火災新種保険では1.1ポイント増加しました。



「NPS®」および「Net Promoter Score®」は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。