

「お客さま本位の業務運営方針」に 基づく取組結果

(2018年4月～2019年3月)

2019年7月30日

CONTENTS

方針1 お客さまへの新たな価値の提供	1
方針2 お客さまの声を経営に活かす取組み	5
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・サービス開発	8
(2) 重要な情報の分かりやすい提供	11
(3) お客さまに最適な商品・サービスの提供	13
方針4 保険金のお支払い業務の品質向上	15
方針5 利益相反の適切な管理	16
方針6 企業として社会的責任を果たす取組み	17
方針7 お客さま視点の業務運営の定着	20

- 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 お客さまへの新たな価値の提供 ①

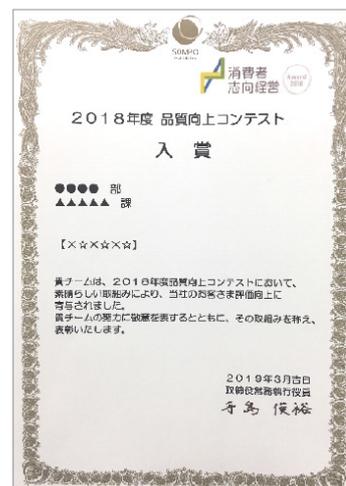
企業風土の醸成

1. トップメッセージの発信

- 中期経営計画に「品質に基づくブランドの確立」を方針として掲げ、徹底してお客さま視点の価値判断を行うことの重要性を経営トップ自らの言葉で社員研修や全国の支店長等が一堂に会する会議などで、メッセージを発信しています。
- 目指す企業文化として「徹底してお客さまの立場で考える風土」を第一に掲げ、全社員に向けて発信するとともに、その浸透に向けて、経営トップが各地の営業部門・保険金サービス部門と対話を深めています。
- 2018年度は度重なる大規模な自然災害が発生しましたが、被災地に設置された災害対策本部に経営トップが出向き、被災されたお客さまに一日でも早く保険金をお届けするという使命を社員と共有しました。

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。
- 2018年度は、前年より多い568件の取組みエントリーがあり、108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. 「徹底してお客さまの立場で考える意識や行動」の浸透・定着に向けた研修

- 「徹底してお客さまの立場で考える意識や行動の浸透・定着に向けて「お客さま本位の業務運営方針」に関するeラーニング講座を社員および保険代理店向けに開講しました。
- お客さま本位の業務運営に取り組むことの必要性や背景を伝えるために、各地の営業部門を中心に研修を実施しました。

4. 「第1回消費者志向経営優良事列表彰」における「消費者庁長官表彰」受彰

- 「お客さま本位の業務運営方針」およびその取組みが評価され、「第1回消費者志向経営優良事列表彰」において、「消費者庁長官表彰」を受彰しました(2018年11月)。本荣誉に恥じぬようにお客さま本位の取組みをさらに推進するために、方針を周知し、取組みの徹底を図りました。

方針 1 お客様への新たな価値の提供 ②

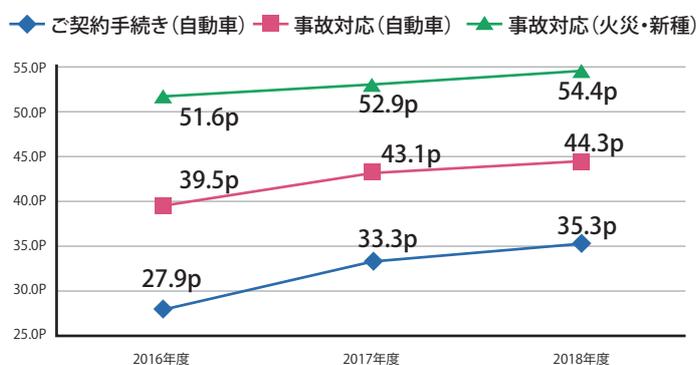
本方針の実効性向上の取組み

- 本方針に基づく業務運営の定着状況を評価するための指標 (KPI) として、「お客様アンケート『NPS®※』」および「お客様アンケート『保険のご説明』・『保険のご提案』」を設定します。

※NPS® (ネットプロモータースコア) とは: 「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段階で回答いただきます。「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) を差引いた数値で、お客様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))。
「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・システムズの登録商標です。

「お客様アンケート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35.3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44.3ポイント(自動車保険)、54.4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。



◆ はがき+WEB回答数(2018年度)

「ご契約手続き」(自動車保険) : 473,612件

「事故対応」(自動車保険) : 179,974件

「事故対応」(火災・新種保険) : 352,533件

なお、多くのお客様の声を収集するため、「ご契約手続き」(自動車保険)において、2018年10月からSMS(ショートメッセージサービス)を利用したお客様アンケートを新たに開始しました。(詳細:P.5方針2①に記載)

- ・SMS回答数:105,079件(2018年10月~2019年3月末)
- ・SMSによる回答結果:NPS 12.7P

アンケートの取得方法にかかわらず、すべてのお客様の声を真摯に受け止め、改善活動に活かしてまいります。

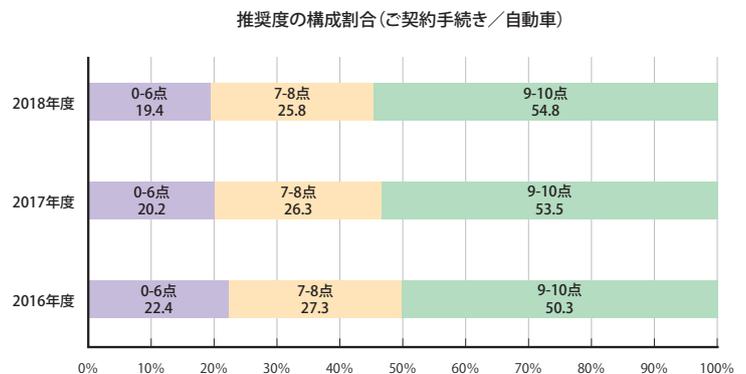
方針 1 お客様への新たな価値の提供 ③

「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)

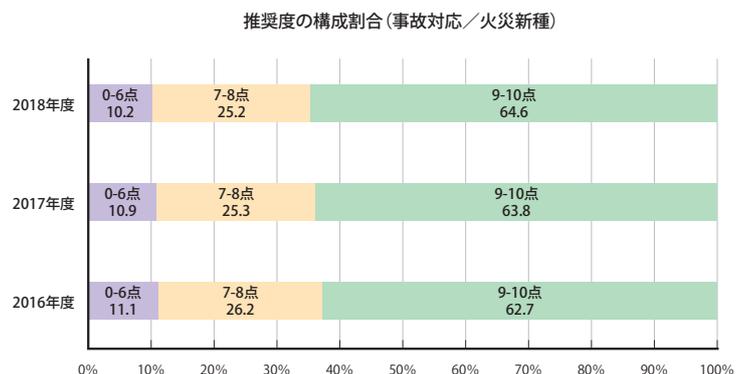
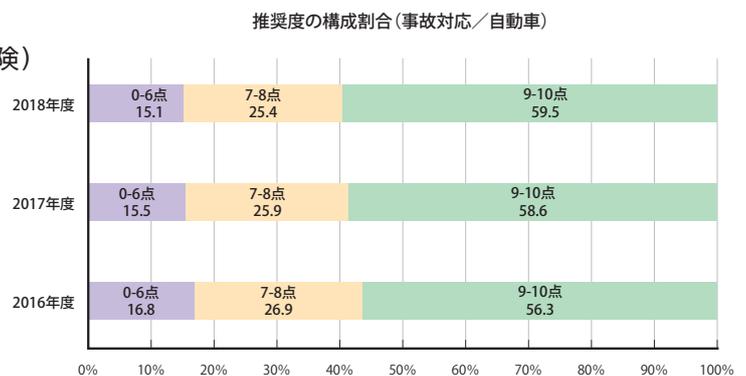
「お客さまアンケート」で寄せられたお客さまの声・評価を活用した改善等に取り組み、推奨者(9点・10点)の割合は、前年に対して1.3ポイント増加しました。



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決に取り組むとともに、相次いだ地震・台風等の自然災害において全社一丸となって取り組み、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0.9ポイント、火災新種保険では0.8ポイント増加しました。



※ ここでのKPIは「お客さまアンケートNPS」の結果のみを記載しています。
『保険のご説明』・『保険のご提案』については方針3④、⑥にて記載しています。

方針 1 お客様への新たな価値の提供 ④

情報提供の充実

1. 情報の開示

- お客様、株主、幅広いステークホルダー※の皆さまに当社の取組みなど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などで提供しています。



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



SDGsブックレット



お客様の声白書

※お客様、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。



地震と私たち

2. 分かりやすい情報の提供

(1) CIマニュアル

- SOMPOホールディングスグループは、全てのお客様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、「CI (corporate identity) マニュアル」を策定しています。
- 当社も、同マニュアルに基づき、お客様向けの保険商品にかかわるパンフレット・帳票や上記1.の各冊子を作成しています。



(2) 外部機関の認証取得

- 2018年度の「お客様の声白書」、「SDGsブックレット」などは、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

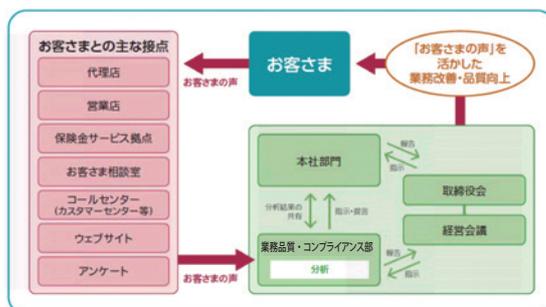
- 操作性、視認性を高めるため、順次公式ウェブサイトの改定を行っています。
- 保険の変更お手続きやご契約内容の再確認など、お客様からのお問い合わせを承るカスタマーセンターの取組みを紹介したサイトを新設しました。 → [リンク](#)

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・品質向上を図っています。
- 苦情対応の国際規格である「ISO10002」※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。



お客様の声対応管理態勢

※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。

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1,111,198件※のご回答をいただきました (2018年度実績)。
- より多くのお客様の声を寄せいただくためにSMS (ショートメッセージサービス) によるお客様アンケートの配信を開始しました (2018年10月)。
- 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。



お客様アンケート (サンプル)

※ご契約手続き : 578,691件
事故対応 : 532,507件
(自動車:179,974件、火災・新種:352,533件)

3. 「社外モニター制度」

- 消費生活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。
- 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

方針 2 お客様の声を経営に活かす取組み ②

「お客様の声」に基づく業務改善の取組み

1. 「お客様の声」を起点とした業務改善

- 「お客様の声」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。2018年度の改善事例は以下のとおりです。

改善 1

【お客様の声】

SMS (ショートメッセージサービス) で「事故解決までの流れ」の案内*を受け取りましたが、文字が小さく読みづらいなど、分かりにくい点があります。

【改善内容】

説明内容をより分かりやすくするために、お客さまにご意見を聞かせていただき、その声をふまえリニューアルしました (2018年11月)。

リニューアルのポイント

- ・説明文をできるだけ簡潔に、分かりやすく表現
- ・文字の大きさを修正 など

*事故サポートセンターでは、自動車保険の事故受付をしたお客さまのうち、希望されるお客さまにSMS (ショートメッセージサービス) で「事故解決までの流れ」をご案内しています。



改善 2

【お客様の声】

自動車保険の「Web証券」に社印が印字されていないため、勤務先へ提出した際に正式な書類と見なされなかった。また証券の表示も分かりにくい。

【改善内容】

社印を印字するとともに、お客さまからのお問い合わせが多数寄せられていた「自動車保険 契約内容」のタイトルを「自動車保険 保険証券」に変更するなど、見やすく・分かりやすいWeb証券に改修しました。



方針 2 お客さまの声を経営に活かす取組み ③

改善 3

【お客さまの声】

「変更手続き完了のお知らせ」に記載される変更保険料が、解約により返還される保険料なのか、追加で支払いが必要となる保険料なのか分かるようにしてほしい。

【改善内容】

保険料が月払いの契約を途中で解約した場合、実際にはお返しする保険料がないにもかかわらず、「合計返還保険料」欄に記載される金額が、返還されるとの誤解を与えていました。

今般、「合計返還保険料」欄を非表示(***)とし、「即時返還保険料」欄を「解約時にお返しする保険料」欄に改め、解約時にお返しする保険料がある場合はその金額を表記するものとなりました。(2018年11月)

変更手続き完了のお知らせ (兼 変更確認書)

依頼日 平成30年 6月28日
 保険種類 個人用自動車保険 T H E クルマの保険

【ごあいさつ】
 このたびご連絡いただきました、ご契約の解約に関する変更手続き完了のお知らせ(兼変更確認書)をお届けいたしますので、内容をお確かめください。
 なお、ご不明な点がございましたら、カスタマーセンターまたは取扱代理店などにお問い合わせください。
 今後とも皆さまのご愛顧にお応えできまよう、より一層の努力をまいりますので、よろしくお引き立てのほどお願い申し上げます。

変更済解約
 変更日 平成30年 6月28日 から 平成32年11月 1日 まで

契約者 氏名 [REDACTED] 用込 車種
 変更 車種 [REDACTED]
 変更 車種 [REDACTED]

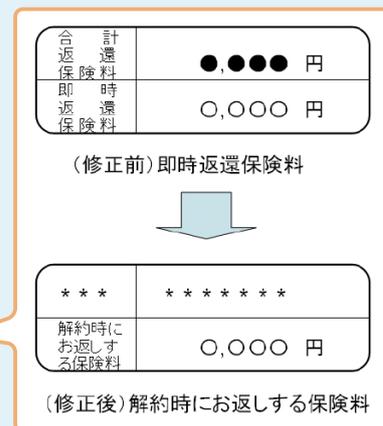
後
 の
 内
 容

原保険期間 平成29年11月 1日から 平成32年11月 1日まで
 最新 の 保 険 金 額 変更理由に拠る表示

対人賠償 対物賠償 対人身傷害
 対人身傷害 此解約が手続き完了のため、
 保険金額は表示されません。

無保険車賠償 自損事故賠償
 車 間

払込額 5,980円
 解約時にお返しする保険料
 カスタマーセンター
 0120-888-089
 平日9-20時・土日祝日9-17時
 12月31日～1月3日は休業
 瑞穂書房成地 東京都
 瑞穂書房成地 平成30年 7月11日



2. 「お客さまの声白書」の発行

- 「お客さまの声」を活かした当社の活動および社員などのお客さまへの「想い」をお伝えするため、2007年度から「お客さまの声白書」を毎年発行し、公式ウェブサイトで公表しています。お客さまの声をふまえ改善した事例などを掲載しています。

(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. **業界初** 12時間から入れる自動車保険「乗るピタ!」の販売開始：2019年1月～
 - 若年層の人口減少や自動車保有率が減少しているなかで、「友人の車でドライブ旅行をしている最中に運転を代わってあげたい」など、一時的な自動車利用を行うシーンが増えてきています。
 - このようなニーズに応えるべく、インターネットでの簡単な手続きにより、12時間単位で加入が可能な自動車保険「乗るピタ!」*を開発しました。



※「乗るピタ!」は、「ドライバー保険」に「時間単位型ドライバー保険特約」をセットした契約のペットネームです。

2. 認知症等の責任無能力者の監督義務者を補償対象に追加(自動車保険)：2019年1月～
 - 近年、加齢による認知機能低下が原因と考えられる高齢者による自動車事故が発生しており、万が一、認知症等の運転者本人が責任無能力者と判断された場合、周囲のご家族等に監督責任がおよぶ可能性があります。
 - このようなケースに対応するため、責任無能力者の監督義務者(認知症等の方の配偶者や親族など)を自動車保険の補償の対象に追加しました*。

※本改定は、SOMPOホールディングスグループが認知症に関する社会的課題に注目し、「認知症にならない・なってもその人らしく生きられる社会」を目指す「SOMPO認知症サポートプログラム」の取組みの一環です。

方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理 ②

3. 「弁護士費用特約」の補償拡大～自動車事故の刑事弁護の費用も補償～：2019年1月～

- 不慮の自動車対人加害事故を起こしてしまったお客さまから「裁判所から起訴状が届いたが、どうしたらよいか」などの刑事事件に関するご相談をいただくケースがありましたが、この場合には一般的な助言を行い、詳細はお客さま自身で弁護士にご相談いただくようご案内していました。
- 今回、このようなお客さまのご要望にお応えするため、「弁護士費用特約」の補償範囲を拡大し、自動車事故の刑事弁護の費用を補償するものとなりました。

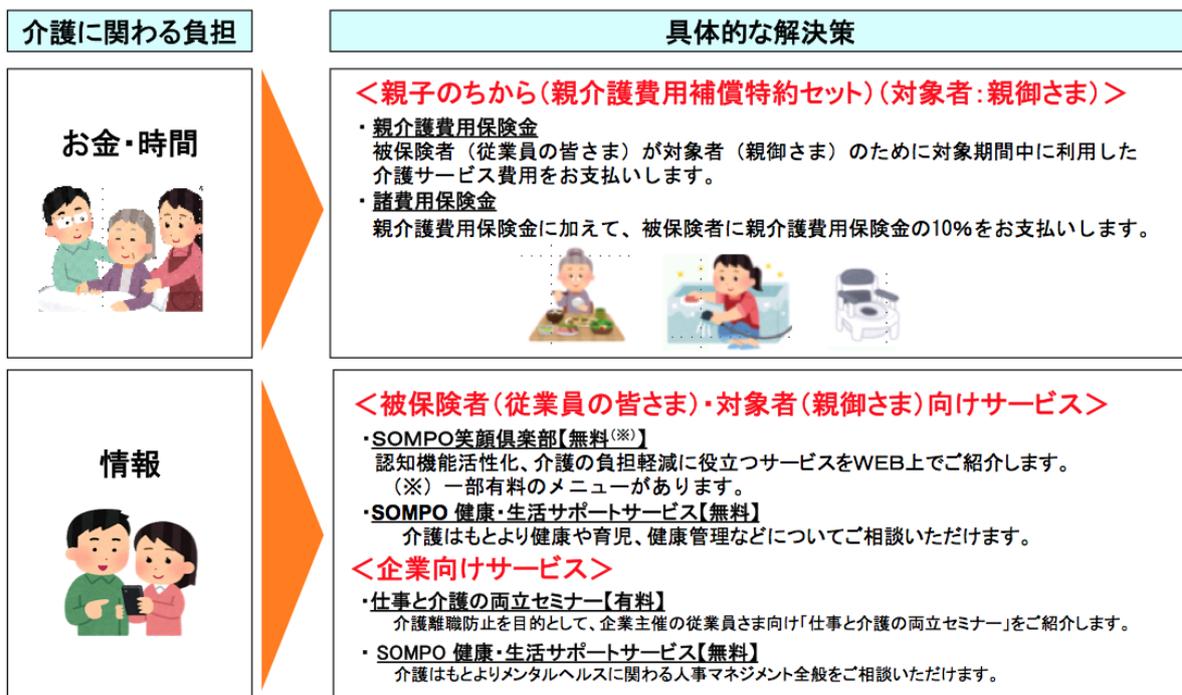
※刑事事件の弁護士費用等の補償は、損害保険会社で初めてのご提供となります。

4. **業界初** 介護離職を防止する保険「親子のちから」の販売開始 ～介護サービスと保険の一体提供～：2018年10月～

- 近年、親の介護による離職者が年間10万人に達しており、離職した本人の経済的負担や雇用していた企業の損失が大きな課題となっています。この課題を解決するため、親を介護しながら働く子（勤労者）の「仕事と介護の両立」を支援できる業界初の保険「親子のちから」を開発しました。

※契約方式

- 企業等を契約者とし、企業等の構成員（補償対象者の子）が任意に加入する団体保険です。
- 加入者の親または加入者の配偶者の親から、補償対象者を指定して加入いただけます。



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. 企業向け安全運転支援サービス「スマイリングロード」の機能拡充

～「交通規則遵守」の促進を通じた事故削減支援機能を追加～：2018年12月～

- 「スマイリングロード」は、IoT関連技術の活用によりドライバーの自発的・継続的な安全運転意識向上を促進し、管理者の効率的な指導を支援するサービスです。導入企業全体で約20%の事故削減効果が確認され、また累計導入社数は2019年3月末時点で1,400社を突破しました。
- 2018年12月には、交通事故の約20%が、一時不停止などドライバーの交通規則違反を伴っている※ことに着目した「ドライバーの交通規則遵守を促す機能」の提供を開始しました。今後も「スマイリングロード」を通じて安心・安全な社会の実現に貢献していきます。

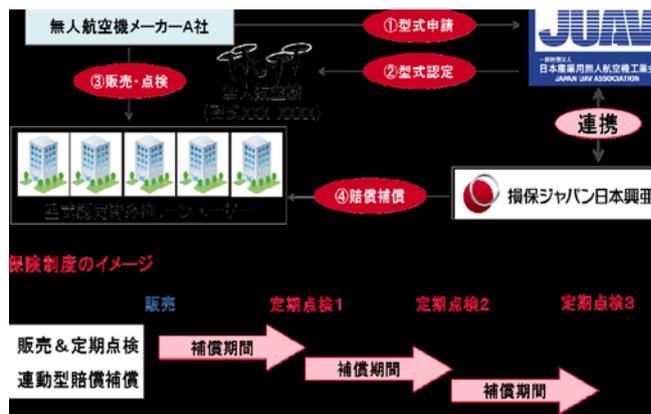
※ 出典：警察庁交通局「平成29年中の交通事故の発生状況」



2. 国内初「ドローン型式認定保険制度」の創設

～安心・安全なドローンの社会実装に向けて～

- 近年、国内における産業用ドローンの普及や活用分野の拡大に伴い、安全性確保に対する社会からの要請が高まっています。一般社団法人日本産業用無人航空機工業会（以下「JUAV」）と当社は安心・安全な産業用ドローンの社会実装を後押しするため、JUAVの型式認定と賠償責任保険が連動した国内初の「ドローン型式認定保険制度」を創設しました。
- 「JUAVの型式認定制度」により型式認定を受けた産業用ドローンの購入や定期点検に連動し、賠償責任保険が自動的に付帯されることにより、ドローンの定期的な保守・点検の促進、保険加入漏れの防止にもつながります。
JUAVと当社は、今後も産業用ドローン市場の発展と公共の利便性の向上に貢献していきます。



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など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、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 ケガの保険」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。
- 「THE クルマの保険」、「THE すまいの保険」など主な個人向け商品も同認証を取得しています。

※ P.4の注釈をご参照ください。



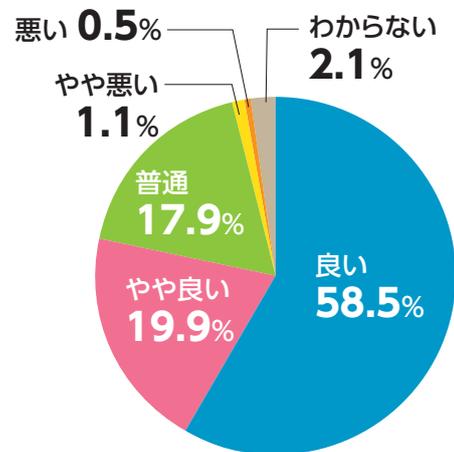
<「THE ケガの保険」パンフレット>

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。
- 「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。



<はがき+WEBの回答>
5段階評価で「良い・やや良い」の合計は78.4%です。

SMSによる回答結果:
5段階評価で「良い・やや良い」の合計は64.0%です。

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。

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

- ご高齢のお客さまには、商品・サービスなどにつきご理解いただけるように、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、文字が読めないという場合は、募集人が代読するなど障がいの状態に応じた配慮ができるよう、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に努めています。

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。
- 2018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、本社関連部署を対象に研修を実施しました。
- 視覚障がいゴーグルを使った障がい者・高齢者疑似体験が可能な「社員向け研修プログラム」を用意し実施を推進しています。



疑似体験研修

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（ロービジョン）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。

4. 自筆困難な方との手続きルールの見直し

- 障がいのあるお客さまの更なる自立支援とプライバシー保護の観点から、署名の代筆を行う第三者がいない場合でもご契約いただけるようルールを改定しました。

5. 耳マークの配置

- 2018年4月に、「耳マーク※」を、全国の営業店や保険金支払い部門などのお客さま受付カウンターに配置しました。

※「耳マーク」とは

聴覚に障がいのある方が誤解されたり、危険な目にあったりしないように「耳が不自由です」という自己表示をするために考案されたものです。



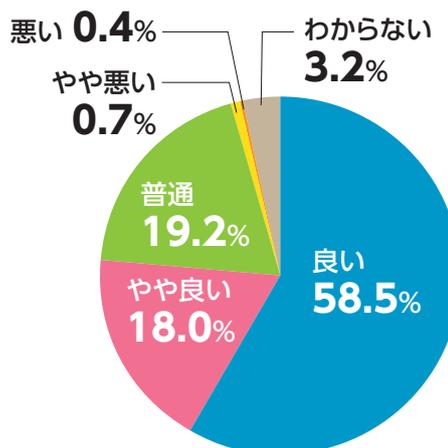
(3) お客様に最適な商品・サービスの提供

ご意向の把握

- お客様のご意向・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.の取組みを実施しました。

- 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

※多くのお客様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。



<はがき+WEB の回答>
5段階評価で「良い・やや良い」の合計は76.5%です。

SMSによる回答結果:
5段階評価で「良い・やや良い」の合計は66.1%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、お客様に推奨する際に、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するため、各種商品の取扱ルールや募集ルールなどを記載した商品マニュアルや募集マニュアルを策定しています。

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から、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、改善に向けた取組みを実施しています。

1. 「レジペイ」の導入推進

保険料支払い口座の登録に要するお客さまのお手続きを簡素化するため、損害保険業界で共同開発した「レジペイ」の活用を推進しています。

「レジペイ」とはパソコンやタブレットに専用端末を接続し、キャッシュカードを通すことで簡単に口座登録が可能となるサービスであり、代理店と連携のうえ、導入を進めています。



[特徴]

- ポイント1** ペーパーレス
口座振替申込書・依頼書の取付、記入が不要
- ポイント2** 印鑑レス
口座登録は金融機関届出印の押印が不要



2. 業界初 スマホコンビニ払の提供開始:2018年11月～

保険料のお支払いにかかわるお客さまの利便性の向上に向け、「スマホコンビニ払」の提供を開始しました。これまで保険代理店に直接お支払いいただいていた保険料について、保険代理店からお客さまのスマートフォンにバーコード等を送信することにより、お客さまはいつでもすぐにコンビニエンスストアで保険料をお支払いいただくことが可能となりました。

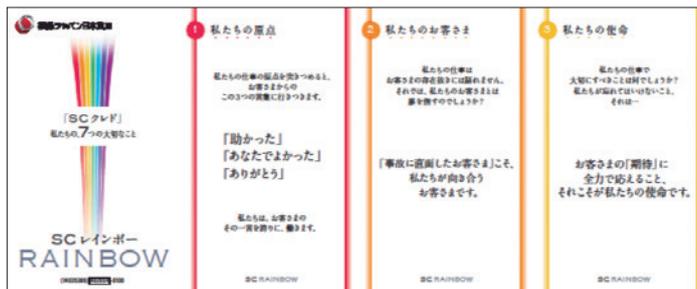


方針 4 保険金のお支払い業務の品質向上 ①

お客さまを想う「SCクレド」の実践

- 「SCクレド」は、保険金サービス部門（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できるように、社員の意識や行動の源になる心の信条を「7つの大切なこと」としてまとめたものです。
- 「SCクレド」に基づき、保険代理店と連携のうえ、一人ひとりのお客さまに寄り添い、よりご満足いただける事故対応サービスの提供に取り組んでいきます。

保険金サービス部門の全社員の声を「お客さまへの想い」としてまとめました。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

- クレドマイスターとは、「SCクレド」を実践する保険金サービス部門に所属する社員のなかで、その判断・思考・行動がお客さまや保険代理店などから圧倒的に高い評価を受けている社員を認定する称号です。
- クレドマイスターの具体的な行動例を開示し、新たなクレドマイスター育成に取り組む体制を構築しています（延べ2,109名認定／2019年3月末時点）。



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、保険金サービス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。

3. 電話対応品質の向上に向けた取り組み

- 保険金サービス部門では、常に「お客さまに寄り添った対応」を実践し、お客さまに「安心」「信頼」「満足」を提供できるよう電話対応の品質向上に取り組んでいます。
- 電話対応インストラクターの育成
プロ講師の講義および研修プログラムを経て、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367名／2019年3月末時点）。



方針 4 保険金のお支払い業務の品質向上 ②

お客さまの幅広いニーズに応えたサービスの提供

1. LINEを活用した事故受付・事故対応サービスの開始

- 近年のコミュニケーション手段の変化に柔軟に対応するため、「LINE」を事故対応時の新たなコミュニケーション手段として導入しました（2018年10月）。
- 電話でのやり取りや書類作成が不要となり、チャット上で保険金請求が完結するなど、保険金請求の手続きを迅速かつ簡便に行うことができるようになりました。



2. 事故対応における外国語対応（17か国語）

- 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、外国語対応を開始し、2019年3月にはすべての保険種目において、17か国語で対応しています。

英語・中国語（北京語）・韓国語・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
ミャンマー語・クメール語・ポルトガル語・スペイン語・フランス語・ドイツ語・イタリア語・ロシア語

3. 事故受付における手話通訳サービス

- 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、2017年9月から、手話通訳サービスを利用した事故の受付・初動対応※を実施しています。

※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。

自然災害時のご不安のいち早い解決

- 2018年度は大阪北部地震、平成30年7月豪雨、台風21号、北海道胆振東部地震、台風24号など、度重なる大規模な自然災害に見舞われました。お客さまにいち早く安心をお届けするために、全社一丸となって対応しました。

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り組み

●当社は、SOMPOホールディングスの「グループCSR ※1 重点課題」に基づき、様々な社会的課題に対し、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。また、「グループ重点課題」の取り組みを通じ、SDGs※2の達成に向け取り組んでいます。



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

※2 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。



2018年度に実施した「グループ重点課題」の主な取り組み

【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年度からスタートしたこのプロジェクトは、2019年3月末時点で、全国で延べ255回開催し、39,975人の市民の皆さまに参加いただいています。
- また、2019年2月28日には、第16回企業フィランソロピー大賞※において、企業フィランソロピー賞「いのちの伝道師賞」を受賞しました。



※社会の課題解決のために、自社の経営資源(人材・ノウハウ・技術・情報など)を有機的・持続的に活用した社会貢献活動を顕彰し、広く社会に発信することにより、公正で温もりと活力ある社会を次世代に伝える一助とする表彰制度です。

【重点課題2】SOMPO 認知症サポートプログラム

- 当社グループは、「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、社会に貢献する」という経営理念の実現に向け、認知症に関する社会的課題に注目し、「認知症にならない・なってもその人らしく生きられる社会」を目指す「SOMPO 認知症サポートプログラム」を展開しています。
- 当社は、2018年10月に団体向け保険商品「親子のちから」※を発売し、親を介護しながら働く子の介護費用を補償することで、介護離職の防止に貢献しています。



※詳細はP.9をご参照ください。

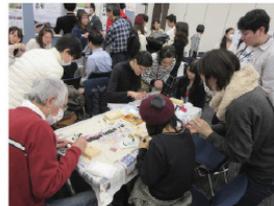
「SOMPOホールディングス公式ウェブサイト」

方針 6 企業として社会的責任を果たす取り組み

【重点課題3】市民のための環境公開講座



より多くの市民の方が環境問題への理解と認識を深め、それぞれの立場で問題の解決に向けて行動できることを目的として、1993年にNGOと企業のパートナーシップ事業の先駆けとしてスタートしました。これまでにのべ2万人の方々に参加いただいています。また、2019年1月には、開講25周年を記念して、「市民のためのSDGsフェス」を開催しました。延べ200名の市民の方が参加し、トークセッション、企業や団体のワークショップを通じて、SDGsを身近に感じてもらうきっかけとなりました。



〈体験型ワークショップ・展示ブース〉



【重点課題4】「SOMPOパラリンアートカップ2018」にトップスポンサーとして参画 ～障がい者の自立推進を目指したアートコンテスト～



当社は、一般社団法人障がい者自立推進機構が主催する障がい者の社会参加や経済的自立支援に繋がるアートコンテスト「SOMPOパラリンアートカップ2018」にトップスポンサーとして協賛しています。開催3回目となる今年度は、すべてのスポーツを題材にアート作品を募集し、全国から854点の作品をご応募いただきました。アート、スポーツをはじめ各界の第一線で活躍する著名人が審査に加わり、65点の受賞作品が選ばれました。グランプリをはじめとした各受賞作品は、損保ジャパン日本興亜本社ビル1階ロビーなどに展示されました。



グランプリ作品



損保ジャパン日本興亜賞

【重点課題5】ダイバーシティコミュニティの創設



2018年4月、当社は働きやすさ向上のために社員が必要だと考える施策を、社員自ら具現化するために活動するダイバーシティコミュニティを創設しました。この活動は、社員間のネットワーク構築も目的にしており、全国から約50名が参加しました。「育児両立」と「介護両立」をテーマとした2つのコミュニティを立ち上げ、同じ悩みや職場の課題を持つメンバーが働きがいのある環境・風土を構築するため取り組んできました。年度末までに、「育児両立」コミュニティでは7つ、「介護両立」コミュニティでは3つの施策を会社に提言しました。



TV会議を活用した定例会の様子

方針 6 企業として社会的責任を果たす取組み

社内啓発

- SDGsの理解・促進を目的に、社内ネットワーク放送・グループ報・社内向けメールマガジンなどの社内浸透ツールを活用し、取組み事例の紹介などについて幅広く情報発信をしています。また全国の地区本部長および部支店長を対象にSDGsバッジを配布し、社内外のコミュニケーションに活用すると共に、SDGsについての更なる理解・浸透を目指しています。
- 社員の環境に対する意識の醸成を目的に、当社の新宿本社ビル・事務本部ビルでは、コーヒー等を販売する際に使用するカップをプラスチック製から紙製へ、プラスチックストローは必要な方のみへの提供に変更しています。またMSC認証・ASC認証(海に配慮した漁獲の認証)を取得した「サステナブル・シーフード」を使ったメニューの提供を開始するなど、社員の環境への関心を高め、身近に関与できるような取組みを行っています。



SDGsの推進に向けた取組み

当社の二宮会長が2016年9月から、経団連企業行動・CSR委員長として、内閣に設置された「SDGs推進本部」管下の「SDGs推進円卓会議」の構成員を務めており、SDGs達成のための日本の取組みを推進しています。また、2018年7月にニューヨークの国連本部で開催された国際会議「SDGsビジネスフォーラム」では、経団連が推進する「Society 5.0 for SDGs」の取組みについて、経団連企業行動・CSR委員長として世界に向けて発信しました。



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、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。
- 当社は組織表彰制度において、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。そして組織ごとに入賞に向け取り組んでいます。

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。

2. 保険代理店の評価制度

- 保険代理店の評価項目に品質を重視した指標（募集品質・事務品質・経営品質）を定めるなど、お客様本位の業務運営に向けた動機付けを図っています。
- お客様本位の業務運営と保険代理店経営をテーマとした保険代理店向けのセミナーを開催しました。

3. 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、事業化された地域のモデルとなるプロ代理店*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。
- 2018年度のPA制度は保険業法改正・代理店体制整備・顧客本位の業務運営等の観点をもまえ、より「品質」を重視した認定制度へ改定しました。

※ 保険販売を専業とする「専業代理店」をいいます。

PA代理店数の推移(3年間)

