

方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理

お客さまニーズに基づく商品の開発

業界初 食品ロス削減に寄与する費用保険の販売開始 (2019年11月～)

貨物・運送保険の分野において、日本初のフードバンクであるセカンドハーベスト・ジャパンと連携し、食品ロス削減に寄与する保険の販売を開始しました。

本商品は、貨物保険および運送保険の特約として食品事業者向けに提供し、まだ食べられるにもかかわらず、さまざまな理由で市場価値を失った食品をフードバンクに寄贈することにより、食品ロスを削減し、寄贈にかかる費用を補償します。

食品ロス削減は、SDGsの持続可能な開発目標の一つとして、食品業界が抱える大きな課題となっています。当社は、本業を通じて食品ロス削減に貢献するため、フードバンクとして多数の実績を有するセカンドハーベスト・ジャパンと連携することで、食品事業者が抱える課題解決に寄与できる仕組みを構築し、新たな保険商品の販売に至りました。



消費者庁『令和2年版消費者白書 第1部 第2章【特集】つくる責任、つかう責任、減らす責任～食品ロス削減～持続可能な社会のために～』(P.95) に食品ロスの削減に寄与する事例として掲載されました。

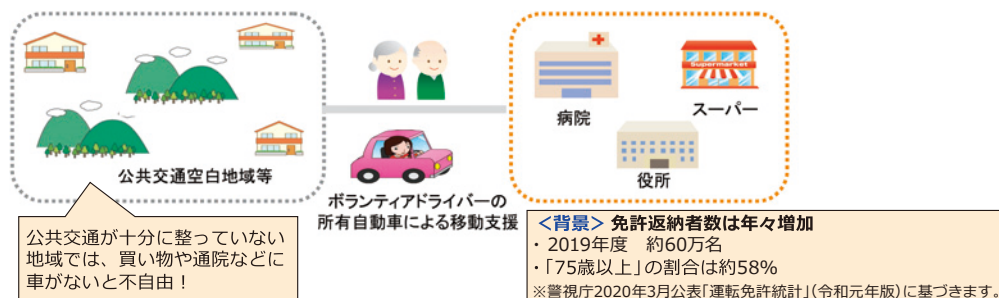
業界初 「移動支援サービス専用自動車保険」の販売開始 (2019年7月～) ～高齢者の移動支援を担うボランティアドライバーに安心を提供～

事前に登録されたボランティアドライバー (以下、「登録ドライバー」) が自ら所有する自動車を、移動支援サービス^(※)に使用した際に発生した事故を補償する、地域の移動を支える保険 (移動支援サービス専用自動車保険) を販売開始しました。

高齢化の進展に伴い、運転に不安を持つ高齢者が、自家用車に依存しなくても生活できる環境を整備することが大きな課題となっています。

公共交通が十分に整っていない地域においては、地域の助け合いの中で、高齢者のための移動手段を確保していくことが、今後重要性を増すものと考えられています。

一方、移動支援サービスに使用している間の事故については、登録ドライバーが所有する自動車の保険を利用する必要があり、ドライバー確保のうえでの課題となっています。移動支援サービスを提供する団体などが登録ドライバーに代わって保険による補償を手配し、その費用を負担することにより、この課題を解決し、移動支援サービスの活性化に寄与してまいります。



※「移動支援サービス」とは

移動支援サービス提供団体の指示により、登録ドライバーが自動車に利用者を同乗させ、出発地から目的地まで利用者を移動させるサービスをいいます。

方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理

お客さまニーズに基づく商品の開発

『軽度認知障害 (MCI) 等一時金支払特約』発売 (2019年10月～) ～認知機能低下の「予防を支援」するサービスと保険を一体で提供～

当社は、SOMPOグループが認知症に関する社会的課題の解決に向け展開する「SOMPO 認知症サポートプログラム」(*)の一環として、MCIの早期発見と認知機能低下の予防を支援する団体契約向け新商品、『軽度認知障害等一時金支払特約』の提供を開始しました。

加入者がMCIまたは認知症と診断確定された場合に一時金をお支払いします。また、付帯サービスとして、認知症サポート『SOMPO笑顔倶楽部』をご提供します。本サービスでは、加入者の認知機能を定期的にモニタリングし、認知機能低下・MCIの予兆をつかむことで医療機関の受診を促し、認知症の発症および進行を遅らせることに寄与します。また、認知機能の低下予防、認知症となった場合の適切なケアを支援するための情報提供、サービス紹介なども行います。

※「SOMPO 認知症サポートプログラム」の取組みは方針6 P.22で紹介しています。

報酬トラブル弁護士費用保険『フリーガル』の提供開始 (2019年8月～) ～フリーランス(**1)の健全な取引環境の実現に向けて～

フリーランス協会の一般会員を対象に、業務妨害行為に該当するような報酬未払い等の法的トラブル (以下「報酬トラブル」) に対応する際の弁護士費用を補償する報酬トラブル弁護士費用保険『フリーガル』の提供を開始しました。

近年、一億総活躍社会の実現に向けて、時間・場所・雇用関係などにとらわれず、柔軟に働くフリーランスのさらなる活躍が期待されており、副業も含めたフリーランス人口は約341万人(**2)にもものぼります。

フリーランス協会が一般会員向けに実施したアンケート調査によると約7割のフリーランスが取引先との報酬トラブルを経験しています。

このような状況を踏まえ、フリーランスをはじめ、兼業や副業など多様な働き方を選択する人々が安心して働くことができる環境づくりに貢献するため本商品を開発しました。

※1: 特定の企業や団体、組織に専従しない独立した形態で、自身の専門知識やスキルを提供して対価を得る人。

※2: 内閣府2019年7月公表推計に基づきます。



事故・災害等による被害防止・軽減に向けたサービスの提供

【新型コロナウイルス感染症対策】

オンライン医療相談サービス「first call」の提供 (2020年4月～6月末の期間限定)

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、お客さまからの「自分の体調の異変について気軽に相談したい」「病院に行きたいが、できるだけ外出をしたくない」などの声を踏まえて、専門医にオンライン上で手軽に相談できるサービスを期間限定でご提供しました。パソコンやスマートフォンなどのオンライン上で、24時間、手軽に医師に無料でご相談いただけます。

本サービスは、経済産業省の「健康相談窓口」としても選定されている株式会社Mediplat*が運営します。

ご相談イメージ



チャット型相談機能

医師への返答機能
(2回まで可能)

レビュー機能

※株式会社Mediplatの概要

法人向けに産業保健支援サービス「first call」を提供。「オンライン医療相談」「オンライン産業医」「ストレスチェック」により、従業員のメンタルヘルス対策や健康管理をワンストップでサポートしています。

※本サービスは2020年6月末で終了しました。

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踏まえ、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へ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。

方針 3 保険商品の開発・保険募集・契約管理

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 クルマの保険」は、2020年1月に一部商品を改定しました。それに伴い、「自動車の車種」や「用途」によって選択する商品の差異が分かりにくいとお客さまの声を踏まえて、パンフレットを見直しました。

また、本パンフレットはUCDAの「見やすいデザイン」認証※を取得しています。

※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「分かりやすさ」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。



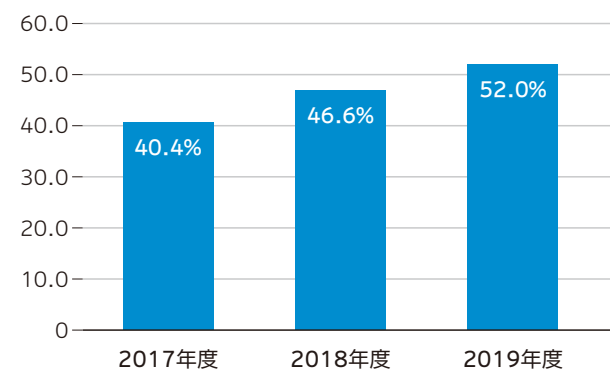
重要事項等の説明および意向の把握

「保険手続きNavi」の推進

「保険の契約や更新時には、補償内容などの説明とともに自分の生活スタイルに合った提案をしてほしい」というお客さまの声を踏まえ、重要事項等の説明やお客さまのご意向等を確認したうえでご提案するために、パソコン・タブレット端末を活用した「保険手続きNavi」での保険募集を推進しています。

分かりやすい画面構成の構築とともに、お客さまに寄り添う行動を目指し、保険代理店のさらなるお客さま視点での品質向上を図っています。

保険手続きNavi率の推移



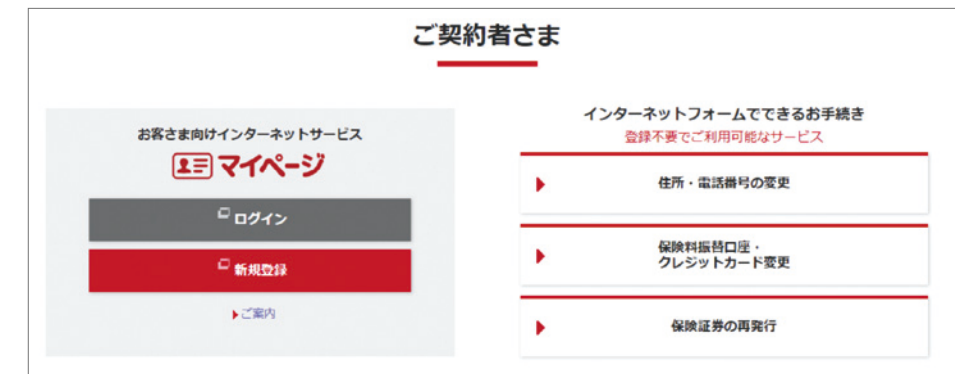
高齢者・障がい者への配慮

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、理解度や判断力を確認す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）」を踏まえ、例えば、文字が読めないという場合は、保険代理店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. 公式ウェブサイトでの問い合わせ専用フォームの設置

公式ウェブサイトにおいて、契約変更WEB受付フォームおよび問い合わせフォームを設け、障がいなどでカスタマーセンターへの電話が困難なお客さまにもインターネットでの契約変更（住所変更・口座変更・証券再交付）およびお問い合わせが可能なサービスをご提供しています。



【当社公式ウェブサイト】

3. 社員向け研修プログラムの実施

障がいのある方とのコミュニケーションのポイントを理解し、寄り添った対応を実施するために、「障害者差別解消法対応ハンドブック」を作成するとともに、視覚障がいゴーグルを使った障がい者・高齢者疑似体験も可能な、社員向け研修プログラムを実施しています。



【疑似体験研修プログラムに参加した社員の声】

- 感覚機能が低下するというのはどういうことか、身体的な不自由さが心理面にどのように影響するのか、実際に体験することで気づくことができました。
- 保険パンフレットやタブレット画面を使った補償内容などの説明では、お客さまにご理解いただきたいポイントまで、お客さまがどのような視線を辿るのか確認することができました。お客さまの反応を確認しながら、丁寧にご説明することの重要性を実感することができました。