

「顧客中心主義に基づく業務運営方針」 に関する取り組み結果（2020年度）

1. 2020年度の主な取り組み

① 「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に関する取り組み結果について

2017年6月に策定、公表の「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に基づき2019年度の取り組み結果について2020年6月に当社ウェブサイトにて公表しました。

② 「顧客中心主義に基づく業務運営方針」に沿った業務運営の徹底

個別の取り組みについては次ページ以降「2020年度の主な取り組み結果」に記載しています。

2. 取り組みを評価する指標（KPI）

2020年度の取り組みについて評価の確認を行うため、保険契約に新規でご加入または継続のお手続きをされたお客様と保険金請求のお手続きをされたお客様を対象に顧客満足アンケートを実施しました。

（2020年6月～2021年5月のアンケート結果）

区分	満足度	アンケート内容
手続き方法	94.5%	一連のお手続きはいかがでしたか？ 有効回答数：782件
ウェブ手続き画面の 分かりやすさ	97.2%	ウェブ申込画面／ウェブ更新画面についてお聞かせください。 有効回答数：900件
各帳票の分かりやすさ	89.0%	保険案内パンフレット・重要事項説明書についてお聞かせください。 有効回答数：346件

※「手続き方法」の満足度について：「非常に満足」「満足」「やや満足」と回答いただいた方の回答率

「分かりやすさ」の満足度について：「非常に分かりやすかった」「分かりやすかった」「おおむね分かった」と回答いただいた方の回答率

当社は、正しい倫理的価値観を持ってお客様に誠実かつ公正に対応し、お客様に満足いただける良質なサービスを常に提供できるよう、「顧客中心主義」の徹底に努めてまいります。

【主な取り組み内容】

●「顧客中心主義」の徹底を推進する取り組み

当社では、「行動指針」を定め、お客様の利益を最優先事項として行動します。

行動指針

・人と社会に対してフェアに向き合う ・誇りと情熱を持って仕事に取り組む ・お客様本位の姿勢を常に大切にする

●CSR（企業の社会的責任）

当社では、社会の一構成要素としての社会性を認識し、さまざまなステークホルダー（利害関係者）の要請に応えながら、社会の維持・発展に貢献していくとともに、「顧客中心主義」の基本に基づき、社会的信用の獲得に向けた事業を展開します。

【2020年度の主な取り組み結果】

●水道管凍結防止の注意喚起ツールを配布

2018年度より水道管凍結の防止を目的としたステッカー・チラシを作成し、代理店経由でお客様へ配布しています。2020年度は、例年の傾向から寒波による水道管凍結事故の増加が懸念されたため、過去の水道管凍結事故を分析し、全国へツールの配布を行いつつ、過去の凍結事故多発エリアへ重点的な配布を行いました。

●復興支援プロジェクト

ペーパーレス化により削減された印刷費用などの一部を、復興支援プロジェクトとして一般社団法人日本少額短期保険協会を通じて公益財団法人みちのく未来基金に寄付を行いました。

●オレンジリボン運動（子ども虐待防止）

「オレンジリボン運動」は子ども虐待防止のシンボルマークとしてオレンジリボンを広めることで、子ども虐待をなくすことを呼びかける市民運動です。当社では、オレンジリボン運動啓発ポスターを独自に作成し、代理店の皆様へ配布することで、普及・啓発活動を行いました。

当社は、お客様からいただいた声を真摯に受け止め、誠意をもって適切かつ迅速に対応するとともに、有益な経営情報源として業務の改善につなげ、お客様の利便性向上に努めてまいります。

【主な取り組み内容】

●「お客様の声」の対応管理体制の構築

当社では「お客様相談室」を設け、お客様からのご意見、ご不満、ご要望等をお受けし、関係部門と連携して迅速な問題解決に努めています。また、お客様からの貴重なご意見等は社内の各部門および取締役会で情報を共有し、当社の商品、サービス、業務プロセスの改善に活かします。

【2020年度の主な取り組み結果】

●お客様からいただいた声に基づく主な業務改善

お客様の声	カスタマーセンターの受付時間内に電話ができず、賃貸向け保険の申込が行えない
対応の内容	賃貸向け保険の商品ページに「ネットでのお申し込み」ボタンを追加し、時間に関係なく、ウェブサイトから直接保険の申込手続きを行えるようになりました。
お客様の声	契約管理システムをGoogle Chromeで使えるようにしてほしい（代理店）
対応の内容	契約管理システムの対応ブラウザを見直し、GoogleChromeでの操作が可能になるようシステムを改修しました。

当社は、革新的な発想でお客様のニーズに応える商品の開発に努めるとともに、ほかの保険会社等との提携により商品ラインアップやサービスの拡充に取り組めます。

【主な取り組み内容】

●お客様のニーズに応える商品の開発・サービスの提供

お客様の声を収集し、ご要望を反映しながらお客様のニーズに応える商品開発を積極的に行います。

●お客様のニーズに応えるための商品ラインアップの拡充

自社での商品開発だけでなく、ほかの保険会社の商品を代理店として取り扱うことで商品ラインアップを拡充し、お客様のニーズにお応えできるよう努めます。

【2020年度の主な取り組み結果】

●お客様のニーズに応えるための新商品開発

お客様からのご要望に基づき、賃貸向け保険の新商品「みんなの部屋保険G4」を開発し、転居後一定期間は転居前物件での事故も補償対象とするなど範囲を拡大したほか、常口セーフティ少額短期保険株式会社と共同引受を行うことで賠償責任保険の保険金額を2,000万円へ拡大するなど、お客様のニーズに合わせた商品開発を行いました。

●バイク保険・自転車保険の自動更新制度導入

お客様から更新手続きを簡略化したい旨のご要望をいただき、「HARLEY | 車両+盗難保険™」「YSP車両保険」「みんなのバイク保険」「すぽくる」「みんなのスポーツサイクル保険」「BICYCLE保険」において、自動更新制度を導入しました。

●お問い合わせ時のサービス対応

お客様のご要望に合わせて簡単にお問い合わせいただけるよう当社コーポレートサイト「お問い合わせ」をリニューアルし、お客様が行いたい手続きごとにフリーダイヤルのご案内や受付フォームへのリンクが表示されるよう改善しました。

●保険募集管理態勢の整備

代理店の日常業務が適正に行われているかを確認するため、当社営業職員による定期的な「代理店点検」の実施と内部監査部による実施状況のチェック体制を確立しており、毎年点検およびチェックを行っています。2020年度も、代理店点検の実施によって代理店の法令遵守状況や業務遂行状況の実態を把握するとともに、業務適正化の指導を行いました。

当社は、お客様がご自身のご意向に沿った保険商品・サービスを選択することができるよう、保険商品・サービス等に関する重要な情報について、お客様の立場に立った、分かりやすく丁寧な説明に努めてまいります。

【主な取り組み内容】

●提供する情報の充実

当社では、当社の契約者、代理店、株主をはじめ、一般消費者および地域社会の皆様が当社事業内容をご理解のうえ、適正なご評価をいただくために、ディスクロージャー誌ならびにウェブサイトで、当社の事業に関する重要な情報の適切な開示に努めます。また、当社コーポレートサイトには、商品・サービス・お手続き方法や会社情報、当社からのお知らせを掲載します。

●情報の分かりやすさへの配慮

分かりやすい募集資料を作成するため、商品パンフレット等の作成にあたっては、イラストで表現することで補償内容および保険金のお支払い事例を直感的にご理解いただけるよう工夫し、文字サイズ、色、レイアウトなどに配慮を行い、必要な情報を分かりやすくお伝えできるように努めます。

【2020年度の主な取り組み結果】

●分かりやすい商品説明

賃貸向け保険の新商品「みんなの部屋保険G4」の販売開始にともない、いままで別々にご案内していた商品パンフレットと重要事項説明書を統合し、大きさもA4冊子サイズへ変更しました。また、補償内容がより分かりやすくなるよう、商品紹介ページや手続きのご案内ページの全体デザインをリニューアルしました。

●保険募集人に対する研修実施

「保険募集コンプライアンスマニュアル」を作成し、定期的に保険募集人に対し適正な保険募集、事故事例、保険の仕組みについて研修を行い、より分かりやすく丁寧な説明ができる体制を整えました。

2020年度は、代理店のうち28社へ保険の仕組み・事故対応・適正な保険募集などの個別研修を実施しました。

当社は、お客様の利益が不当に害されることのないよう「利益相反管理方針」を定め、利益相反の可能性を適切に把握し、管理・対応できる態勢を整備します。

【主な取り組み内容】

●「利益相反管理方針」の策定・公表

当社では、利益相反取引の報告および措置に関する基本事項を「利益相反管理方針」に定め、社内外への周知を行います。

●利益相反管理態勢の確保

当社では、独立した利益相反管理統括部署を設置し、適切な利益相反管理態勢の確保に努めます。

【2020年度の主な取り組み結果】

●利益相反管理統括部署による管理

利益相反管理の対象となる法人を適切に管理・メンテナンスのうえ都度公表するとともに、利益相反管理統括部署による取引の管理を継続して行い、適切な利益相反管理態勢の確保に努めました。

●代理店を通じた販売態勢の整備

お客様の利益が不当に害されることのないよう、代理店を介した保険商品のご案内についても、「代理店点検」を行うことで推奨販売態勢の適切な整備を行っています。

当社は、各種研修や目標評価制度の整備等を通じ、全役職員に対して「顧客中心主義」の徹底に向けた持続的な自己変革を促し、お客様中心の業務運営を推進してまいります。

【主な取り組み内容】

●コンプライアンス研修の実施

事業年度ごとにコンプライアンス・プログラムを策定し、全役職員を対象とした、コンプライアンス（法令等遵守）研修を実施します。

【2020年度の主な取り組み結果】

●コンプライアンス研修の実施

2020年度コンプライアンス・プログラムを策定し、コンプライアンス研修を全役職員を対象として実施しました。また、2020年度に入社した社員に対しては、入社研修時にコンプライアンス研修を実施しています。

●顧客サービス部門での研修実施

高品質なサービスを提供するため、部署内で保険商品についての研修を導入し、専門性の高い人材を育成しています。また、お客様からのお問い合わせを基にした顧客対応資料を部門内で運用することで、お客様の特性に配慮した対応を正確かつ迅速に行うよう努めています。2020年度は、より適切なお客様対応が行えるよう、コールセンター担当者を対象としたお客様対応研修を実施しました。

当社は、金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択し「顧客中心主義に関する業務運営方針」を策定のうえ公表しております。当社方針と「顧客本位の業務運営に関する原則」との対応状況は以下のとおりです。

顧客本位の業務運営に関する情報 - 金融庁 : <https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>

当社「顧客中心主義に基づく業務運営方針」	金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」
「顧客中心主義」の徹底	原則 2（注）
「お客様の声」を活かす取り組み	原則 2
最適な保険商品・サービスの提供	原則 6（注 2）（注 3）
分かりやすい情報提供	原則 5（注 2）（注 3）（注 4）（注 5）
利益相反の適切な管理	原則 3
	原則 5（注 1）
本方針を役職員に浸透させる仕組み	原則 2
	原則 6（注 5）
	原則 7

※原則 4 および原則 6（注 1）（注 4）については、投資・貯蓄を目的とした保険商品や、複雑またはリスクの高い金融商品の取り扱いがなく、またサービスの対価として顧客が手数料を負担することがないため、当社方針の対象としておりません。