
**「お客さま本位の業務運営方針」に基づく
取組み状況報告(2022年度上半期)**
(2022年4月～2022年9月)

2022年12月
セゾン自動車火災保険株式会社

はじめに

SOMPO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、ブランドメッセージに掲げる「お客さま一人ひとりに納得感を持って選んでいただける保険会社」をめざします。

そのために、あらゆるお客さま接点において、徹底したお客さま本位の業務運営を実現すべく、本方針を定めます。

方針	取組方針	該当ページ
方針 1.	お客さまからの評価を真摯に受け止め、経営に活かします	P 3～
方針 2.	お客さまの不安やリスクを解消するための新たな価値を提供します	P 8
方針 3.	独創的で革新的な商品や最適なサポートを提供します	P 9～
方針 4.	ご契約に際してお客さまにご納得いただける説明に努めます	P 1 1
方針 5.	保険金お支払い業務の品質向上に努め、安心感のある事故対応を実践します	P 1 2
方針 6.	利益相反の適切な管理を行います	P 1 3
方針 7.	お客さま本位の業務運営を定着させます	P 1 4

- ・ 本報告は「お客さま本位の業務運営方針」（2017年7月公表、2022年6月改定）の取組みの状況です。
なお、「消費者志向自主宣言」は「お客さま本位の業務運営方針」に統合しております。

方針1：お客さまからの評価を真摯に受け止め、経営に活かします

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とらえ続け、事業活動の品質向上に活かします。

本方針に基づく取組みの成果を確認・検証するための指標（Key Performance Indicator）として、以下の5指標を設定し、状況を確認して公表しています。

(1)お客さまから評価・支持いただくことによる、当社の事業上の成果を測る指標の結果は以下のとおりとなります。

①保有契約件数（おとなの自動車保険）

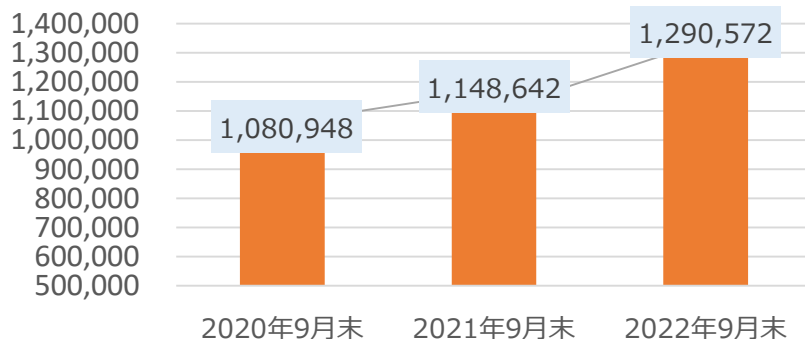
「おとなの自動車保険」の保有契約件数は、2021年9月末から141,930件（12.4%）増加し、2022年9月末で1,290,572件となりました。2022年3月末からは、88,085件（7.3%）増加しています。

②継続率（おとなの自動車保険）

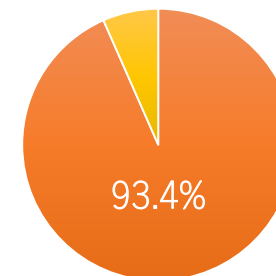
「おとなの自動車保険」を満期までご契約いただいたお客さまのうち、93.4%のお客さまに引き続き契約をご継続いただいています。

（2022年9月末実績）

(件) 保有契約件数（おとなの自動車保険）



ご継続いただいた割合（おとなの自動車保険）

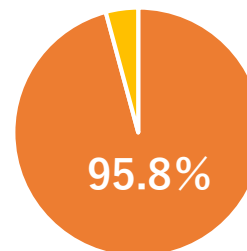


(2) お客さまからの評価(推奨度)を測る指標の結果は以下のとおりです。

コンタクトセンター総合満足度(おとなの自動車保険) ※

当社コンタクトセンターにお問い合わせ等のご連絡をいただいたお客さまからの評価

※ 当社コンタクトセンターにお問い合わせ等のご連絡をいただいた際のSMSアンケートにおける「総合満足度」の質問(5段階評価「満足」「やや満足」「普通」「やや不満」「不満」)で、「満足」「やや満足」「普通」と回答して下さったお客さまの割合。
2022年4月~2022年9月末実績



継続NPS

当社でご契約を継続されたお客さまからの評価(推奨度)

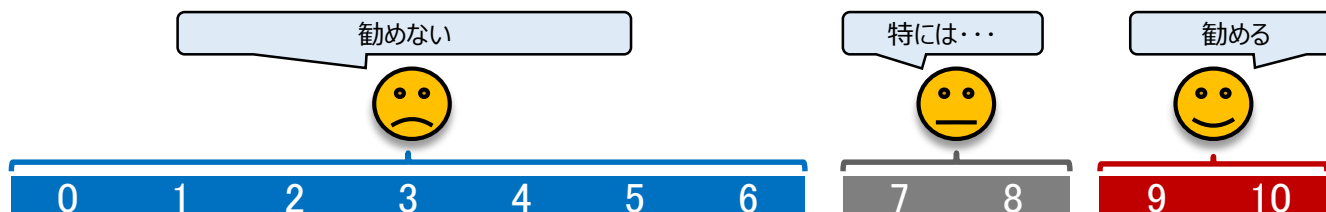
事故対応NPS

保険金を受け取られたお客さまからの評価(推奨度)

指標項目	22年度上期末
継続NPS	-14.7
事故対応NPS	23.6

《NPSの算出方法》

質問:「当社をご家族やご友人にお勧めする可能性はどのくらいありますか? 0点(勧めない)~10点(勧める)でお答えください。」



10-9は推奨する立場、8-7は推奨も批判もしない受動的な立場、6以下は批判的な立場に分類し、NPS指標は「推奨する立場」の方の割合と「批判的な(推奨しない)立場」の方の割合の差分である、以下の式で算出されます。

分類上、6以下を批判的な立場とするものであり、回答者のすべてが「勧めない」との意思表示をしているわけではなく、肯定的なコメントも見られます。

NPS指標は -100~+100の間で表示されます。

$$\text{NPS} = \text{「10点・9点の回答者の割合(\%)」} - \text{「6点~0点の回答者の割合(\%)」}$$

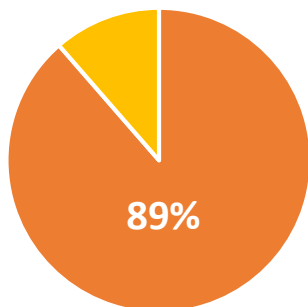
なお、日本では値が低くなる傾向があります。これは、選択肢の両極ではなく、中間を選ぶという日本人特有の「中間回答傾向」が影響しているからといわれています。上記のとおり、NPSは0-10のスケールのうち0~6を「批判者」と分類するため、真ん中が選ばれやすい日本では、必然的に「批判者」が多くなり結果的にスコアが低くなりがちです。当社では、定期的な調査でNPSを時系列に確認し、過去と現在の評価を比較することで、改善活動に活用しています。

- 本方針に基づく取組みの成果を確認・検証するために設定した前記の5つの指標（Key Performance Indicator）以外でのお客さまからの評価は以下のとおりとなります。

当社でのご契約が満期を迎えるお客さまからの評価（継続の意向度） 89%のお客さまから「継続のご意向あり」との回答をいただきました。

※ 満期前アンケートにおける「継続意向」の質問（5段階評価「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」）で、「そう思う」「ややそう思う」と回答してくださったお客さまの割合。
2022年4月～2022年9月末実績

継続のご意向あり

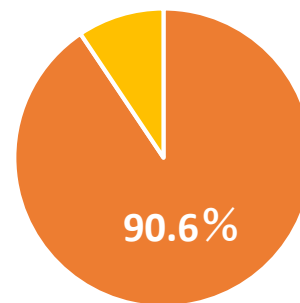


お客さまの目に触れる機会の多いWebサイトの改善や、お客さまと同じ画面を見ながらWebサポートができる画面共有ツールが利用可能なページの拡大など、デジタル技術を活用した高品質なサポート体制を構築し、お客さまへ最適なサービス、サポートをご提供していきます。

当社が保険金をお支払いしたお客さまからの評価（満足度） 90.6%のお客さまから「対応に満足」との回答をいただきました。

※（自動車保険の）保険金支払い時のアンケートにおける「事故対応満足度」に関する質問6段階評価）「とても満足」「満足」「まあ満足」「やや不満」「不満」「とても不満」）で、「とても満足」「満足」「まあ満足」と回答してくださったお客さまの割合。
2022年4月～2022年9月末実績

対応に満足



コミュニケーションアプリ「LINE」を活用した事故対応状況のご報告を推進するなど、お客さまの利便性の向上を目指すことで、お客さまに評価いただけたものと考えています。
事故にあわれたお客さまに、より一層「安心」をお届けできるよう、高品質な応対・サービスを目指していきます。

■ 2022年4月から2022年9月末までの間に、お客さまからお寄せいただいた声のうち、当社で苦情に該当すると判断したものの件数は、674件となりました。

お客さまからのご不満の背景や真因の分析を行い、加入時や事故対応時などさまざまな場面で発生する課題に対して、業務改善や業務品質の向上を図っています。
 受付件数の過半数を超える保険金に関する苦情に関しては、損害サービス部とお客さま相談室が連携して改善に向けた取り組みを行っています。

苦情発生件数一覧表（上半期推移）

単位：件

項目	2020年度	2021年度	2022年度
契約・募集行為	133	125	125
契約の管理・保全・集金	99	127	89
保険金	297	366	420
その他	18	21	40
合計	547	639	674

注 2022年度から「お客さまアンケート」でお寄せいただいた声の取扱いルールを変更した（苦情にカウントしない）ため、過年度分も同じ基準で算出した件数に置き換えて表示しています。

2022年度 苦情受付件数の内訳

項目	第1四半期		第2四半期		第3四半期		第4四半期		当年度累計	
	受付 件数	構成比 (%)	受付 件数	構成比 (%)	受付 件数	構成比 (%)	受付 件数	構成比 (%)	受付 件数	構成比 (%)
1. 契約・募集行為	(1)商品内容（担保内容、契約規定等）	2	0.6%	2	0.6%				4	0.6%
	(2)契約更改手続き（継続漏れ・忘れ等）	1	0.3%	4	1.1%				5	0.7%
	(3)募集行為	9	2.9%	15	4.2%				24	3.6%
	(4)契約内容・条件などの説明不足・誤り	8	2.6%	11	3.0%				19	2.8%
	(5)契約の引受（制限・拒否等）	0	0.0%	19	5.3%				19	2.8%
	(6)保険料誤り・料率適用誤り	2	0.6%	2	0.6%				4	0.6%
	(7)接客態度	2	0.6%	9	2.5%				11	1.6%
	(8)帳票類（申込書・請求書・パンフレット等）	3	1.0%	5	1.4%				8	1.2%
	(9)その他	17	5.4%	14	3.9%				31	4.6%
	小計	44	14.1%	81	22.4%				125	18.5%
2. 契約の管理・保全・集金	(1)証券未着・誤り	0	0.0%	0	0.0%				0	0.0%
	(2)分割払い・口座引落し	1	0.3%	2	0.6%				3	0.4%
	(3)異動（手続き誤り・遅延・車両入替等）	14	4.5%	14	3.9%				28	4.2%
	(4)解約（手続き誤り・遅延・返戻保険料等）	5	1.6%	3	0.8%				8	1.2%
	(5)満期返戻（手続き誤り・満返金額等）	0	0.0%	0	0.0%				0	0.0%
	(6)接客態度	10	3.2%	5	1.4%				15	2.2%
	(7)その他	20	6.4%	15	4.2%				35	5.2%
	小計	50	16.0%	39	10.8%				89	13.2%
3. 保険金	(1)示談（認定）金額	29	9.3%	26	7.2%				55	8.2%
	(2)処理遅延・処理方法	130	41.5%	145	40.2%				275	40.8%
	(3)有無費	18	5.8%	10	2.8%				28	4.2%
	(4)接客態度	22	7.0%	20	5.5%				42	6.2%
	(5)その他	10	3.2%	10	2.8%				20	3.0%
	小計	209	66.8%	211	58.4%				420	62.3%
4. その他	いづれの区分にも該当しないもの	10	3.2%	30	8.3%				40	5.9%
合計	313	100.0%	361	100.0%				674	100.0%	

注 WEB表示やWEB手続きに関する不満は、1.契約・募集行為（9）その他として集計

■取組事例

アジャイル開発を用いたWebサイトの改善

試算サイト・マイページに対するお客さまからの声への迅速な対応として、アジャイル開発※を用いて改善を実施しました。この結果、インターネットでお見積りやお手続きまでをスムーズにご利用いただくことが可能になりました。

【いただいた声の例】

「中断証明書発行時の手続き方法がわかりにくい」

マイページトップに中断証明書の発行に関する記載がないことにより、お客さまがWebサイトだけでは解決ができず、お電話でのお問い合わせ発生していました。

【改善後】

「マイページトップ」「契約内容詳細画面」に中断証明書の発行方法の記載を追加しました。解約と同時に中断証明書を発行できることを明記し、お客さまがスムーズに手続きできるようになりました。

また、お客さまからいただいた大切なご意見・ご要望を定期的にご紹介しています。これからも「お客さまにとって分かりやすい」「使いやすい」サイト作りを目指すために「お客さまからの声」に迅速に伝えてまいります。

■参考リンク先：お客さまのご要望を形に

<https://www.ins-saison.co.jp/request/>

※ アジャイル開発（アジャイルソフトウェア開発）とは、システムやソフトウェアの開発手法の1つで、『計画→設計→実装→テスト』といった開発工程を機能単位の小さいサイクルで行う対応です。



VOG（現場の気づき）の活用

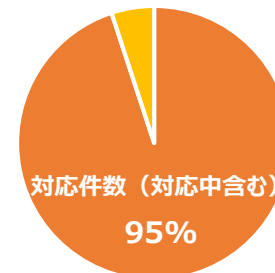
当社ではコンタクトセンター担当者が実際にお客さま対応をする中で気付いた課題や改善点、お客さまからいただいたご指摘は会社全体の品質・効率を向上させるための重要な情報だと考えています。

現場メンバーからの声を『VOG（現場の気づき）』として本社部門に確実に情報連携・活用する仕組みを確立しました。

2022年上期末時点で278件（昨年からの持ち越し案件含みます）のうち、67件の対応が完了し、対応中の197件と合わせた全体の95%に当たる264件に対応しています。

2022年度上半期対応件数

	完了	見送り	対応中	計
2021年持ち越し	32 (30%)	9 (8%)	65 (61%)	106
2022年受付	35 (20%)	5 (3%)	132 (77%)	172
計	67 (24%)	14 (5%)	197 (71%)	278



方針2：お客さまの不安やリスクを解消するための新たな価値を提供します

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、品質と利便性の向上に努めます。

HDI-Japan2022年「Webサポート格付け」「問合せ窓口格付け」ともに最高ランク『三つ星』を獲得しました。

HDI-Japanが主催する、2022年HDI格付けベンチマークの【損害保険業界】に係る「Webサポート（ウェブサイト）」、「問合せ窓口（電話サポート）」の両部門でいずれも最高ランクの『三つ星』を獲得しました。

特に「問合わせ窓口（電話サポート）」においては、コンタクトセンターが「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、品質と利便性の向上に努めた結果であり、これからも進化を続けます。



Webサポート格付け
「三つ星」



問合せ窓口格付け
「三つ星」

※ HDI-Japanは、1989年に設立されたITサポートサービスにおいて世界最大の会員を擁する国際機関HDI（Help Desk Institute）の日本における団体です。
※ HDI格付けベンチマークでは、一般消費者の審査員および専門の審査員が、各企業の「Webサポート」のサポート性と「問合せ窓口」のパフォーマンスおよびクオリティを顧客視点でそれぞれ評価し、「Webサポート部門」と「問合せ窓口部門」のそれぞれの部門について『三つ星』～『星なし』の4段階で格付けをし、公開しています。

方針3：独創的で革新的な商品や最適なサポートを提供します

当社は、お客さまの声や市場調査の分析を通じて、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とらえ、デジタル技術とリアル接点を通して不安やリスクを解消する商品やサービスを一人ひとりのお客さまに合わせて提供します。

■ 取組事例

LINE上で保険証券を一括管理できるツール『ほけんnote』をリリースしました。LINEで簡単にあらゆる保険証券を管理できます。

お客さまが抱える「保険証券の管理が面倒」「いざというときに保険会社の連絡先が分からなくて困った」「保険には入っているが、今の補償で十分な備えができていないか不安」といったお悩みを軽減・解消するため、最も利用頻度の高いコミュニケーションツール※であるLINEを活用し、お客さまがご加入の保険契約の管理を、当社以外の保険会社の分も含めて一元化し、いつでも内容を確認できる新たなサービスを開発しました。

※ 全国30～50代男女 合計1,000人への調査結果（2021年12月当社調べ）



■ 取組事例

お客さまの「日常」にも「安心」「便利」「お得」なサービスを提供していくことを目指し、サービスポータルサイト『SA・PO・PO（サ・ポ・ポ）』をリリースしました

当社は、「デジタルで保険を体験することが当たり前の世界を作り、お客さまの豊かな人生の実現をサポートし続ける存在」をミッションとして掲げ、そのミッション達成に向けた取組みの一つとして、契約手続や事故時以外にお客さまとの新たな接点を作って、お客さまの「日常」にも「安心」「便利」「お得」なサービスをご提供していくこととしました。『SA・PO・PO（サ・ポ・ポ）』はそれを目的としたサービスポータルサイトです。

※ 当社にご契約のないお客さまであっても、当社マイページを作成いただくことで、ご利用が可能です。

自動車保険・火災保険と親和性の高い、カーライフと防災サービスに関するものから始め、ユーザー調査を実施してそれぞれのサービス内容を選定しました。

○カーライフ(6月サービス開始)

自動車利用者へのユーザー調査で関心の高かった、給油・駐車を始めとした各カテゴリのサービスを選定しています。

○防災サービス(8月サービス開始)

「必要性は感じているものの災害への具体的な対策ができていない」というお客さまの声に基づき、「気軽に」災害への備えを始めることができ、万が一の災害発生時から被災後まで役立つ情報や「便利な」サービスを幅広くラインアップした防災対策サイトです。

このほか、「日常」をテーマに、当該サービスを紹介する契約者向けメールマガジンの月次配信をスタートしました。今後も、お客さまの声や社会のニーズに沿った、より安心・便利でお得なサービスを拡充してまいります。



方針4：ご契約に際してお客さまにご納得いただける説明に努めます

■ 取組事例

ミルフィーユトレーニングの実施

コンタクトセンター担当者の対応品質の向上を目的として、「ミルフィーユトレーニング」を実施しています。取組みの結果、対応に関するアンケートの評価も向上しており、対応品質の向上に繋がっています。

※ ミルフィーユトレーニングとは

1週間ごとに1つのテーマを設定し、毎日の朝礼にトレーニングを取り入れ、何度も繰返して様々なテーマ（＝ミルフィーユ）に取り組むことで、短期間での効果の発揮を目指しています。

テーマ例：＜基礎トレーニング＞発声、活舌など ＜トレンドとなるトピック＞商品改定、お客さまにお送りするメールなど

トレーニングを通じて実現を目指す内容は以下のとおりです。

- ・誰が対応してもお客さまに満足していただける対応
- ・AIにはできない人間ならではの対応
- ・対応スキルの基礎固め



「ツナガルスピリット」浸透への取組

「お客さま一人ひとりに納得感を持って選んでいただける保険会社」を実現するため、コンタクトセンター担当者の行動指針としてのモットー「ツナガルスピリット」を定めています。

「ツナガルスピリット」を浸透・根付かせるために、オペレーターのお客さま対応での実体験や思いを他メンバーに共有する「ツナガルスピリットデー」を行っています。「ツナガルスピリットデー」を常にブラッシュアップすることでさらなる浸透に繋げ、「お客さま一人ひとりに納得感を持って選んでいただける保険会社」を目指しています。

電話対応コンクールへの出場

コンタクトセンター担当者の対応品質の向上と、お客さま対応部門全体へのスキル波及による対応品質の底上げを目的として、日本電信電話ユーザ協会主催の「電話対応コンクール」に毎年参加しています。今年度は各地区予選を突破し東京大会へ3名、佐賀大会に2名が進出し、佐賀大会では1名が優秀賞を獲得しました。

方針 5 : 保険金お支払い業務の品質向上に努め、安心感のある事故対応を実践します

当社は、お客さまに最適な事故対応サービスを提供できる保険会社であるため、真にお客さまの視点に立った保険金のお支払いに努めます。

また、保険金お支払い業務の適切性を維持・確保しながら、品質向上に向けた持続的な取組みを行います。

■ 取組事例

事故時における初動対応の強化

事故にあわれたお客さまとの最初の CONTACT（初動対応）で、事故の状況等をしっかり確認させていただき、お客さまのご意向を傾聴した上で、事故の解決までのシナリオをご提案することにより、お客さまの不安を安心に変える事故対応を目指しています。



事故対応部門は、こうした初動対応の強化に一体となって取り組んでいます。

「SCあんしん行動宣言」と「SCあんしんマイスター制度」

SCあんしん行動宣言

事故にあわれたお客さまに『寄り添う』こと、そのためには職場の仲間を『認め合う』こと、円満解決に導く『プロ』としての『あんしん』をモットーに掲げて日々の事故対応を行っています。

SCあんしんマイスター制度

お客さまへ高品質な事故対応サービスの提供を実現するために、全職員が「SCあんしん行動宣言」を体現し、「SCあんしんマイスター」に求められる業務品質を目指し取り組んでいます。

● SCあんしん行動宣言 ●

事故・トラブルにあわれたお客さまやそのご家族へ、
また職場の仲間との

“あんしん”を大切にします。

◎お客さまに寄り添う“あんしん”

お客さまのお話をよく聴き、常に寄り添いの言葉・気持ちを伝えることで、安心をお届けします。

◎職場の仲間と認め合う“あんしん”

お互いの存在と役割を尊重し、仲間と声をかけ合う環境で安心して働きがいのある職場をつくります。

◎円満な解決へ導くプロの“あんしん”

お客さまに納得いただくため、専門性の高い知識のもと丁寧に説明します。そのために、努力を惜みず、常に成長し続けます。

● SCあんしんマイスター制度 ●

お客さま対応品質が特に優れていることに加え、SC業務を高い専門性と生産性をもって遂行し、職場内でも周囲のメンバーの支えとなるSC職員の模範となる担当者を認定する制度です。



方針6：利益相反の適切な管理を行います

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、適切な管理を行います。

■当社は、「SOMP Oグループ 利益相反取引管理基本方針」に基づき、当社またはグループ金融機関が行う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、法令等に従い適切に管理する態勢を構築しています。

SOMP Oグループ 利益相反取引管理基本方針（概要）

1.管理対象取引の特定

(1) 当社グループ金融機関の行う次に掲げるような種類の取引・行為によりお客さまの利益が不当に害されるおそれが認められる場合、管理対象会社(SOMP Oホールディングスおよび「別表」に掲げる当社グループ金融機関をいいます。)は、当該取引・行為を管理対象取引として指定します。

- ・ お客さまの利益と当社グループ金融機関の利益が相反する取引・行為
- ・ お客さまの利益と当社グループ金融機関の他のお客さまの利益が相反する取引・行為
- ・ 当社グループ金融機関がお客さまとの関係を通じて入手した非公開情報を利用して当社グループ金融機関が利益を得る取引・行為
- ・ 当社グループ金融機関がお客さまとの関係を通じて入手した非公開情報を利用して当社グループ金融機関の他のお客さまが利益を得る取引・行為

(2) 管理対象取引は、管理対象取引の性質・構造、関連取引の状況、管理対象取引に利用する情報の保有状況、管理対象取引と関連取引を合算して得られる当社グループおよびお客さまの利益の状況その他の事由を勘案して個別に指定します。

2.管理対象取引の管理

(1) 管理対象会社は、管理対象取引に係る関連取引の状況その他の事由を勘案して必要に応じ次に掲げる措置その他の必要な措置を講じ、お客さまの利益を確保します。

- ・ 管理対象取引と関連取引の実行部門を分離し、両取引に係る情報を遮断します。
- ・ 管理対象取引、関連取引のいずれかまたは両方について、取引の内容、条件、方法その他を変更します。
- ・ 管理対象取引、関連取引のいずれかを中止します。
- ・ 管理対象取引に伴い発生する利益相反の内容その他の必要な情報をお客さまに開示し、その同意を取り付けます。

「別表」当社グループ金融機関

- 1.損害保険ジャパン株式会社
- 2.SOMP Oひまわり生命保険株式会社
- 3.セゾン自動車火災保険株式会社
- 4.キャピタル損害保険株式会社
- 5.損保ジャパンDC証券株式会社

方針7：お客さま本位の業務運営を定着させます

当社は、お客さまに対し公正・誠実を尽くす人財集団になることをめざすとともに、お客さま目線で自発的に行動できる社員を育成し、本方針の定着に向けて取り組みます。

■ 取組事例

社員向けにCXタイムズを発行

社員全員に「CX（お客さま最優先）」の思考が浸透し、お客さま本位の行動に繋げていくことを目的に、社内Webサイト「CXタイムズ」を発行しました。主に2つのコンテンツを展開しています。

- ①「お客さま本位の業務運営方針」の定着を図るため、その解説資料を作成し、全社員に向けて展開しました。
- ②社員全員が全社的なCXの取り組み状況を理解し、さらに自分の業務とCXを紐づけて日々の業務に取り組めることを目指し、CXに関する業務事例をWebニュースとして公開しています。

健康優良企業～金の認定～

当社では社員一人ひとりが心身ともにより良い健康状態でいきいきと働くことが、お客さまに最高品質のサービスをご提供することにつながり、当社の持続的成長と存続意義の発揮を支える経営基盤であると考えています。

2017年度に「健康企業宣言」を行い、継続して健康経営に取り組んできました。健康経営に対する高い取り組みが評価され、今年度も健康企業宣言東京推進協議会が運営する『健康優良企業～金の認定～』に認定され、3年連続の認定となりました。

