

**「お客さま本位の業務運営方針」に基づく  
取組み状況報告（2025年度）  
（2025年4月～2026年3月）**

---

2026年7月

SOMPOダイレクト損害保険株式会社

SOMPOグループは、「安心・安全・健康」であふれる未来へ」というパーパスに基づき、多様なステークホルダーに向き合い、各事業を通じて様々な社会課題解決に取り組むことで、企業価値の向上に努めています。

当社は、上記パーパスに基づき、以下のビジョンを定め、取り組みを進めています。

【ビジョン】

ダイレクト保険会社として 安心な暮らしを願うすべての「おとな」に心地よい距離感で「直接」「つながり」、難しいといわれる保険を、よりわかりやすく、より簡単に合理的で納得感のある価格で提供することを目指します。

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ることで、お客さまに対して企業としての社会的責任を果たすべく、「お客さま本位の業務運営方針」を定めています。なお、本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」に対応したものとなります。

方針	取組方針	該当ページ
方針1.	お客さまの体験価値(カスタマーエクスペリエンス)の最大化を目指します	P.3～
方針2.	お客さまのニーズに基づき、よりわかりやすく、より簡単に納得感のある商品・サービスを開発します	P.5
方針3.	お客さまの不安やリスクを解消するため、最適な商品・サービスを提供します	P.6
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.7
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.8
方針6.	利益相反の適切な管理を行います	P.9
方針7.	お客さま本位の業務運営を定着させます	P.10

- 本報告は「お客さま本位の業務運営方針」（2017年7月公表、2024年8月改定）の取組みの状況です。なお、同方針は2026年7月に改定を行っております。

当社は、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提供することにより、お客さまの体験価値(カスタマーエクスペリエンス)の最大化を実現するため、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、お客さまの評価を分析し、事業活動の品質向上に活かします。

\* お客さまが商品やサービスの検討や利用などを通じて受けたすべての体験価値のことを指します。

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2指標を設定しました。なお、本方針に基づく取組みの進捗状況および成果は、Webサイト等を通じて公表します。

## (1) お客さまからの評価（推奨度・満足度）を測る指標の結果

### 指標1 > 申込手続き満足度※

新規および継続のご契約の申込手続きへの評価

※ ご契約、ご継続いただいたお客さまへのアンケートにおける「総合満足度」の質問（お客さまに満足5点、まあ満足4点、ふつう3点、やや不満2点、不満1点の5段階で評価いただき、数値化した際の平均値を算出しております。）  
2025年4月～2026年3月末実績

申込手続き満足度  
4.2/5

### 指標2 > 事故対応満足度※

保険金を受け取られたお客さまからの評価

※ 自動車保険の事故対応が完了したお客さまへのアンケートにおける「総合満足度」の質問（お客さまに満足5点、まあ満足4点、ふつう3点、やや不満2点、不満1点の5段階で評価いただき、数値化した際の平均値を算出しております。）  
2025年4月～2026年3月末実績

事故対応満足度  
4.2/5

## (2)お客様の声のうち苦情受付状況

- 2025年4月から2026年3月末までの苦情受付状況は下表のとおりです。  
 お客様からいただくお声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。

項目	2023年度	2024年度	2025年度
契約・募集行為	272	306	288
契約の管理・保全・集金	191	267	269
保険金	1,007	908	1,027
その他	44	23	15
合計	1,514	1,504	1,599

### 2025年度 苦情受付件数の内訳

項目	概要	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(補償内容、契約規定等)	5	1.3%	15	3.5%	14	3.4%	9	2.3%	43	2.7%
	(2)契約更改手続き(継続漏れ・忘れ等)	7	1.9%	6	1.4%	3	0.7%	3	0.8%	19	1.2%
	(3)募集行為	5	1.3%	6	1.4%	12	2.9%	5	1.3%	28	1.8%
	(4)契約内容・条件などの説明不足・誤り	17	4.5%	16	3.7%	11	2.7%	27	7.0%	71	4.4%
	(5)契約の引受(制限・拒否等)	5	1.3%	1	0.2%	3	0.7%	3	0.8%	12	0.8%
	(6)保険料誤り・料率適用誤り	0	0.0%	3	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.2%
	(7)接客態度	6	1.6%	7	1.6%	7	1.7%	7	1.8%	27	1.7%
	(8)帳票類(申込書・請求書・パンフレット等)	7	1.9%	13	3.0%	8	2.0%	9	2.3%	37	2.3%
	(9)その他	6	1.6%	14	3.3%	13	3.2%	15	3.9%	48	3.0%
	<b>小計</b>	<b>58</b>	<b>15.5%</b>	<b>81</b>	<b>18.9%</b>	<b>71</b>	<b>17.4%</b>	<b>78</b>	<b>20.1%</b>	<b>288</b>	<b>18.0%</b>
2. 契約の管理・保全・集金	(1)証券未着・誤り	1	0.3%	1	0.2%	1	0.2%	1	0.3%	4	0.3%
	(2)分割払い・口座引落し	8	2.1%	8	1.9%	5	1.2%	8	2.1%	29	1.8%
	(3)異動(手続き誤り・遅延・車両入替等)	28	7.5%	25	5.8%	17	4.2%	23	5.9%	93	5.8%
	(4)解約(手続き誤り・遅延・返れい保険料等)	10	2.7%	4	0.9%	5	1.2%	8	2.1%	27	1.7%
	(5)満期返れい(手続き誤り・満返金額等)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	(6)接客態度	9	2.4%	15	3.5%	15	3.7%	8	2.1%	47	2.9%
	(7)その他	18	4.8%	21	4.9%	20	4.9%	10	2.6%	69	4.3%
	<b>小計</b>	<b>74</b>	<b>19.8%</b>	<b>74</b>	<b>17.2%</b>	<b>63</b>	<b>15.4%</b>	<b>58</b>	<b>14.9%</b>	<b>269</b>	<b>16.8%</b>
3. 保険金	(1)示談(認定)金額	36	9.6%	43	10.0%	33	8.1%	37	9.5%	149	9.3%
	(2)処理遅延・処理方法	156	41.7%	175	40.8%	177	43.4%	163	42.0%	671	42.0%
	(3)有無責	14	3.7%	26	6.1%	23	5.6%	18	4.6%	81	5.1%
	(4)接客態度	27	7.2%	23	5.4%	31	7.6%	27	7.0%	108	6.8%
	(5)その他	5	1.3%	5	1.2%	5	1.2%	3	0.8%	18	1.1%
	<b>小計</b>	<b>238</b>	<b>63.6%</b>	<b>272</b>	<b>63.4%</b>	<b>269</b>	<b>65.9%</b>	<b>248</b>	<b>63.9%</b>	<b>1,027</b>	<b>64.2%</b>
4. その他	いずれの区分にも該当しないもの	4	1.1%	2	0.5%	5	1.2%	4	1.0%	15	0.9%
<b>合計</b>		<b>374</b>	<b>100%</b>	<b>429</b>	<b>100%</b>	<b>408</b>	<b>100%</b>	<b>388</b>	<b>100%</b>	<b>1,599</b>	<b>100%</b>

※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

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、新たな商品やサービスを提供します。

## ■ 取組み事例

### お客さまのニーズに応え、より便利で確実な情報提供への取組み

#### 事例 1 > 満期のお知らせのLINEメッセージ配信を始めました

お客さまの声にお応えし、自動車保険の更新忘れを防ぐため、新たにLINEでの満期案内サービスを開始しました。従来のハガキやメールでの案内に加え、LINE公式アカウントとID連携されているお客さまへ、ご継続のお手続き期間中にメッセージを配信します。これにより、大切なご契約の更新忘れを防止します。



#### 事例 2 > クレジットカード一括払いにおける保険料ご返金までの期間を短縮しました

クレジットカード（一括払い）の保険料返金について、「返金手続きを早くしてほしい」とのお声を受け、処理スケジュールを改善しました。従来は月に一度の処理でしたが、今後はご契約内容変更の翌日に返金処理が完了し、より迅速なご返金が可能となりました。

クレジットカード一括払い	請求・返戻スケジュール	
	変更前	変更後
追徴	月に1度	変更手続き時
返戻	月に1度	変更手続きの翌日

#### 事例 3 > 無事故割引を新設しました(2026年3月以降保険始期)

「無事故の実績を保険料に反映してほしい」というご要望にお応えし、「無事故割引」を新設しました。今後もお客さまからいただいた貴重なご意見をもとに、サービスの改善に努めてまいります。

当社は、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必要なときに必要な形で提供します。

## ■ 取組み事例

### お客さま一人ひとりにあわせて不安やリスクを解消するための取組み

#### 事例1 > ご契約の更新忘れを防ぐためのご案内を強化しました

従来、満期日を過ぎてもご契約が更新されていないお客さまの一部には、当社からのご案内が行き届いていないことがございました。「更新を忘れてしまいそうで心配」とのお声を受け、フォローメールの配信対象を拡大し、より多くのお客さまへご案内できるよう改善しました。これにより、更新手続きの失念によるご契約切れの不安を軽減し、お客さまの安心につなげてまいります。



#### 事例2 > 補償選びに役立つ情報のご提供を充実させました

「自分に必要な補償が選べているか不安」とのお声を受け、補償内容の解説や、補償をつけなかった場合のデメリットなどをメール等で定期的にお届けするよう改善しました。お客さま一人ひとりの状況に合わせ、おすすめの補償を具体例とともにご案内することで、より安心してご契約いただけるよう努めてまいります。



当社は、商品内容やリスク内容等の重要な情報を、お客さまにご理解いただけるよう、Webサイト等を通じて「適切に」「わかりやすく」説明します。

また、お客さまに納得感を持ってご契約いただけるよう、お客さま一人ひとりと最適なタイミング、内容、手段でのコミュニケーションに努めます。

### ■ 取組み事例

#### お客さまに「適切に」「わかりやすく」情報をお届けするための取組み

##### 事例1 > ログイン用のお知らせを、ご登録以外のメールアドレスでも受け取れるようになりました

従来、ログインIDやパスワードをお忘れの際のご案内は、ご登録のメールアドレスにのみお送りしておりました。そのため「登録アドレスが使えず、ログイン情報が受け取れない」とのお声を頂戴しておりました。このたび、ご本人さま確認のうえ、ご希望のメールアドレスで「ユーザーID通知メール」などをお受け取りいただけるよう改善しました。これにより、万一の際もスムーズにマイページをご利用いただけます。



##### 事例2 > 「じぶんでえらべる火災保険」のお問い合わせ先をわかりやすく改善しました

「じぶんでえらべる火災保険」のホームページで、契約関連の電話番号が分かりにくいとお声がございました。これを受け、各ページのヘッダーにお問い合わせ先一覧へのリンクを追加しました。

どのページからでもすぐにご連絡先を見つけられるよう、利便性を向上させました。



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り組みを行います。

## ■ 取り組み事例

### 真にお客さま視点に立った事故対応に向けた取り組み

#### 事例1 > 事故受付後にお送りするメールの内容を見直しました

事故にあわれたお客さまから、「今後の流れが分からず不安だった」「保険を使うと次年度の保険料がどれくらい上がるのか」というお声がございました。

これを受け、事故受付後にお送りしているご案内メールに、解決までの流れを解説するイラストを追加するとともに、『事故対応安心ガイド』には保険を使用したほうが良いケースの例を追記しました。

これにより、どなたでも今後の対応イメージが持ちやすく、保険をご使用になるかどうかのご判断がしやすくなるよう改善しました。

今後もお客さまからいただいた貴重なご意見をもとに、サービス改善に努めてまいります。

### 1. 事故解決までの流れ

お客さまや相手方におケガが発生した場合については、別途ご案内します。  
※ 一般的な流れであり、状況により順番が入れ替わることもあります。

#### フェーズ1 事故状況の確認と初期対応

**① 初期対応**  
事故状況やお客さまのご意向を確認し、今後の流れを説明します。

SOMPO ダイレクト ↔ 事故状況・ご意向を確認 ↔ お客さま

当社よりお客さまへご連絡のうえ、今後の対応について打ち合わせします。

**② 相手方への挨拶・責任割合の交渉**  
相手方へご挨拶のうえ、事故状況や対応に必要な相手方の情報を確認します。当事者双方に責任割合が発生する事故の場合は、責任割合の交渉を開始します。

お客さま ↔ SOMPO ダイレクト ↔ 相手方

相手方に確認した内容をお客さまへご報告します。

### ●● おとなの自動車保険 事故にあわれたお客さまへ ①

■ お客さまにご確認いただきたいこと

以下の内容に該当されるお客さまは、ご契約内容によって、保険金をお支払いできる場合がございますので、当社担当者へご連絡ください。

- お車が走行不能となり修理された → ロードアシスタンス機能をご導入されている場合、レッカー搬送の際に実際にかけた場合の経費は、事故発生時にお支払いできる場合がございます。なお、有償のレッカー搬送に費用が掛かる場合は、別途お見積りさせていただきます。
- 運転者の方、もしくは同乗者の方で、お車の修理内容によって、人身傷害補償・搭乗者傷害補償・対人賠償補償等の支払いを受ける場合がございます。お車の修理内容によって、お支払いの金額が異なります。詳しくは、お車の修理内容についてお話しさせていただきます。
- お車に損傷された物 → 車体の修理に追加していただく場合、保険金をお支払いできる場合がございますので、お見積りをお願いいたします。

■ 保険を使用した場合の留意点

等級制度について  
自動車保険は、前年契約の等級と事故内容、保険の適用回数に応じて、ご契約ごとに等級が設定されます。等級には、それぞれ点数が設定されており、保険料の算出に使用されます。事故がないと翌年の等級は1つ上がり、事故で保険を使った場合、下記Q&Aのとおり、翌年の等級が下がります。なお、等級は1等級から2等級まであります。詳細は当社事故対応担当者までお問い合わせください。

Q 事故で保険を使用した場合に等級はいくつ下がりますか？

A 事故で保険を使用した場合には、**原則として3等級下がります。**  
ただし、事故形態によっては1等級下がる場合やノーカウント(等級が下がらない)の場合もあります。

【3等級ダウン事故の例】	【1等級ダウン事故の例】	【ノーカウント事故の例】
<ul style="list-style-type: none"> <li>他人にケガをさせてしまい、対人賠償補償が支払われる事故</li> <li>他人の車にぶつかってしまい、対物賠償補償が支払われる事故</li> <li>同乗者が死亡してしまい、搭乗者賠償補償が支払われる事故</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>お車が盗難に遭い、車両保険金が支払われる事故</li> <li>お車走行中に飛び出し被害に遭い、対物賠償補償が支払われる事故</li> <li>お車が炎災で燃え尽き、車両保険金が支払われる事故</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自動車同士で衝突し他人に賠償責任等の保険金が支払われる事故</li> <li>貸付で他人に貸し出し、ロードアシスタンス等の保険金が支払われる事故</li> </ul>

Q 保険を使った方が悪い場合とはどのようなケースですか？

A 下表のとおり、「保険料の差額」が「支払われる保険金」を上回る場合は、保険を使った方が金銭的にメリットは大きいです。

【保険を使った場合と保険を使らなかった場合の保険料の差額】

0年経	保険を使った場合			保険を使らなかった場合		
	等級	事故あり保険適用率	総額保険料	等級	事故あり保険適用率	総額保険料
次年度	12	3年	9万円	16	0年	6万円
2年後	13	2年	8万円	17	0年	5万円
3年後	14	1年	7万円	18	0年	4万円

保険料差額 (3年間の合計)    24万円    保険料差額 (3年間の合計)    15万円

↑    保険料の差額    総額：9万円    ↑    比較

支払われる保険金

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。

### ■ 取組み事例

#### 利益相反の適切な管理態勢を保持します

当社は、「SOMPO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。

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。

## ■ 取り組み事例

### ブランドコンセプトの浸透に向けた取り組み

#### 事例1 > 「ツナガルスピリットデー」の実施

お客さまサービス部が中心となり、行動指針「ツナガルスピリット」を組織全体に浸透させるため、「ツナガルスピリットデー」を定期的に実施しています。

「お客さまとツナガル」等のテーマに沿ったエピソードを共有し、マインドを組織全体に伝播させることで、対応品質の向上を目指しています。

ツナガルスピリットは、  
お客さまの「いつもにそっと もしもに安心」  
の存在であり続けるために、  
私たちが大切にしていることです。

<p>お客さまが心地よいと思う距離感で お客さまに共感しながら 1to1コミュニケーションで</p> <p><b>お客さまと“ツナガル”</b></p>	<p>デジタルとリアルを融合させた 分かりやすく・使いやすい仕組みで、 お客さまが必要なときに</p> <p><b>すぐに“ツナガル”</b></p>	<p>SOMPOダイレクト一丸となって お客さまの満足につなげていくために、 仲間を思いやり、自らも責任を持って仕事し、 プロフェッショナルとして成長し続けることで</p> <p><b>仲間と“ツナガル”</b></p>
--	---	--

### 企業風土の醸成に向けた取り組み

#### 事例1 > 「わかりやすい情報」をお届けするための全社研修

お客さま目線で自発的に行動できる社員を育成するため、「わかりやすさ」をテーマとした研修を実施しています。この取り組みでは、保険やお手続きのご案内が「誰にとっても、正しく、明確に伝わる」にはどうすればよいかを社員全員で考え学びます。

全社員がお客さま視点を共有し、より質の高いサービス提供を目指してまいります。