
**「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)**
(2022年4月～2023年3月)

2023年6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 7
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 8
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 9
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 0
方針 6.	利益相反の適切な管理を行います	P 1 1
方針 7.	お客さま本位の業務運営を定着させます	P 1 2

- ・ 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。

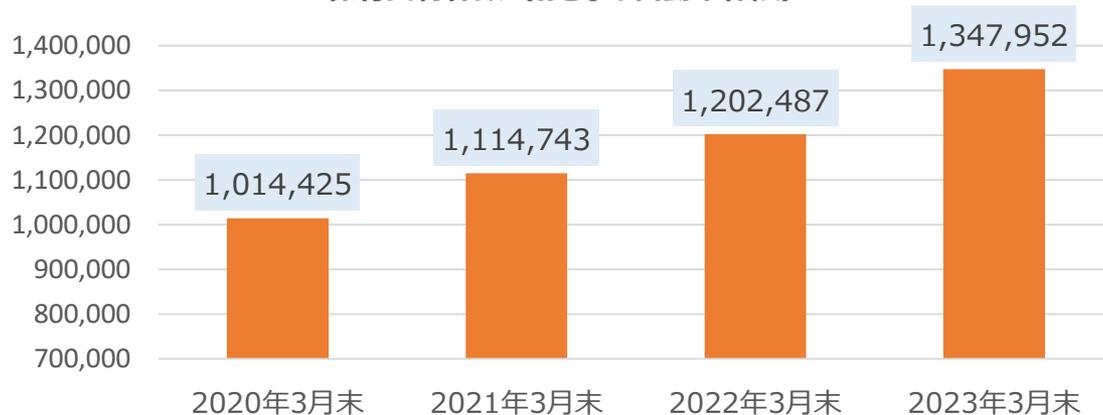
①保有契約件数（おとなの自動車保険）

「おとなの自動車保険」の保有契約件数は、2022年3月末から145,465件（12.1%）増加し、2023年3月末で1,347,952件となりました。2021年度の7.9%増に対して2022年度は12.1%増と、「おとなの自動車保険」を選んでいただいたお客さまの増え方は加速しております。

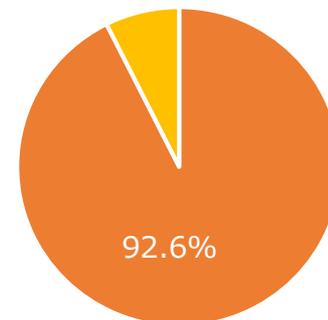
②継続率（おとなの自動車保険）

「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、92.6%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年度実績）

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）

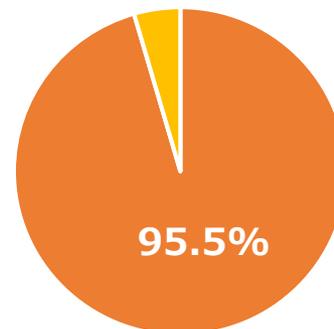


(2) お客さまからの評価(推奨度)を測る指標の結果は以下のとおりです。

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~2023年3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)

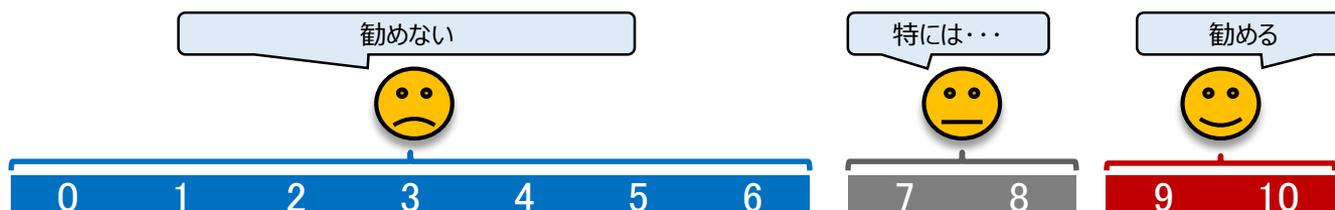
事故対応NPS

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
継続NPS	-15.5 p
事故対応NPS	20.9 p

《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り、以下の式で算出されます。

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

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。

なお、日本では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。

注: NPSは、ペイン・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。

■2022年4月から2023年3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、1,252件となりました。

苦情受付件数は、前年度(1,276件)より24件(▲1.9%)減少し、苦情発生率も、0.10%から0.09%と僅ながらではあるが減少しました。

注「苦情発生件数一覧表(年度推移)」

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(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。

苦情発生件数一覧表(年度推移)

単位:件

項目	2020年度	2021年度	2022年度
契約・募集行為	269	256	229
契約の管理・保全・集金	225	193	179
保険金	682	765	783
その他	40	62	61
合計	1,216	1,276	1,252

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(補償内容、契約規定等)	2	0.6%	2	0.6%	6	2.1%	6	2.1%	16	1.3%
	(2)契約更改手続き(継続漏れ・忘れ等)	1	0.3%	4	1.1%	3	1.0%	2	0.7%	10	0.8%
	(3)募集行為	9	2.9%	15	4.2%	5	1.7%	3	1.0%	32	2.6%
	(4)契約内容・条件などの説明不足・誤り	8	2.6%	11	3.0%	7	2.4%	19	6.6%	45	3.6%
	(5)契約の引受(制限・拒否等)	0	0.0%	19	5.3%	2	0.7%	3	1.0%	24	1.9%
	(6)保険料誤り・料率適用誤り	2	0.6%	2	0.6%	2	0.7%	0	0.0%	6	0.5%
	(7)接客態度	2	0.6%	9	2.5%	8	2.7%	6	2.1%	25	2.0%
	(8)帳票類(申込書・請求書・パンフレット等)	3	1.0%	5	1.4%	8	2.7%	5	1.7%	21	1.7%
	(9)その他	17	5.4%	14	3.9%	11	3.8%	8	2.8%	50	4.0%
	小計	44	14.1%	81	22.4%	52	17.8%	52	18.2%	229	18.3%
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	0.7%	2	0.2%
	(2)分割払い・口座引落し	1	0.3%	2	0.6%	2	0.7%	1	0.3%	6	0.5%
	(3)異動(手続き誤り・遅延・車両入替等)	14	4.5%	14	3.9%	9	3.1%	9	3.1%	46	3.7%
	(4)解約(手続き誤り・遅延・返れい保険料等)	5	1.6%	3	0.8%	9	3.1%	5	1.7%	22	1.8%
	(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	10	3.2%	5	1.4%	6	2.1%	8	2.8%	29	2.3%
	(7)その他	20	6.4%	15	4.2%	16	5.5%	23	8.0%	74	5.9%
	小計	50	16.0%	39	10.8%	42	14.4%	48	16.8%	179	14.3%
3. 保険金	(1)示談(認定)金額	29	9.3%	26	7.2%	28	9.6%	21	7.3%	104	8.3%
	(2)処理遅延・処理方法	130	41.5%	145	40.2%	109	37.3%	121	42.3%	505	40.3%
	(3)有無責	18	5.8%	10	2.8%	13	4.5%	10	3.5%	51	4.1%
	(4)接客態度	22	7.0%	20	5.5%	33	11.3%	21	7.3%	96	7.7%
	(5)その他	10	3.2%	10	2.8%	3	1.0%	4	1.4%	27	2.2%
	小計	209	66.8%	211	58.4%	186	63.7%	177	61.9%	783	62.5%
4. その他	いずれの区分にも該当しないもの	10	3.2%	30	8.3%	12	4.1%	9	3.1%	61	4.9%
合計		313	100.0%	361	100.0%	292	100.0%	286	100.0%	1,252	100.0%

※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

お客様の声を起点にウェブサイト改善に取り組みました

当社では、お客さまからいただいたご意見・ご要望を起点に、お客さまにスムーズにお見積りやお手続きをしていただけるよう、ウェブサイトの改善に取り組んでいます。

○改善事例①

お客さまの声の例：マイページにログインする方法が分かりにくい。

- ・改善前：マイページにログインができないというお問い合わせが多くありました。その理由は、半角と全角の区別の違いや、2要素認証の設定の方法が分からないなど、お客さまにより異なっていました。
- ・改善後：ログイン画面に、ログイン手順などをまとめた動画を配置しました。動画の再生中でもログインの操作ができるようにし、お客さまの状況にあった解決方法をご確認後、速やかにログインいただけるようにしました。

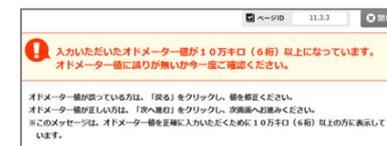


【案内動画のイメージ】

○改善事例②

お客さまの声の例：6桁以上のオドメーター値（累計走行距離）を入力すると、何度もポップアップが表示されて煩わしい。

- ・改善前：値を変更していない場合でも、次の画面から戻って来たり、保存していた見積りを確認したりするたびに、入力内容をご確認いただくためのポップアップのメッセージが表示されていました。
- ・改善後：ポップアップは、入力いただいた時にのみ表示するよう変更しました。



【ポップアップのイメージ】

○改善事例③

お客さまの声の例：パスワード再設定の際に、入力内容を確認することができず不便。

- ・改善前：一部の画面において、パスワード設定時に文字を「●」と表示する設定としていたため、お客さまご自身が入力したパスワードを確認できない状態となっていました。
- ・改善後：すべてのパスワード入力欄に「パスワードを表示する」機能を追加し、お客さまご自身が入力内容の確認を行えるようにしました。



【パスワード表示機能のイメージ】

○改善事例④

お客さまの声の例：クレジットカードの支払い回数を間違って選択してしまった。

- ・改善前：画面上の文言が「クレジットカード(一括払い)」「クレジットカード(分割払い)」となっていました。
- ・改善後：文言を「一括払(クレジットカード)」「分割払(クレジットカード)」と変更し、支払い回数が分かりやすい表示にしました。

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。

■ 取組事例

お客さまに少しでも早く「安心」をお届けするために、ALSOK事故現場安心サポートのかけつけ時間短縮に取り組みました

2016年4月よりサービスを開始した「ALSOK事故現場安心サポート」は、ご利用いただいたお客さまのうち9割以上*の方にご満足いただいておりますが、「もっと早く来てほしい」という声もいただいております。

*サポートご利用後に行ったアンケートにおける「満足度」の質問で、「とても満足」「満足」「まあ満足」と回答していただいたお客さまの割合（2021年度）。

これまで、以下の流れで対応していました。

- ①事故受付センターで受付後、切電
- ②事故受付センターからALSOK社へ連携
- ③ALSOK社から位置確認のためお客さまへ連絡

【 課題 】

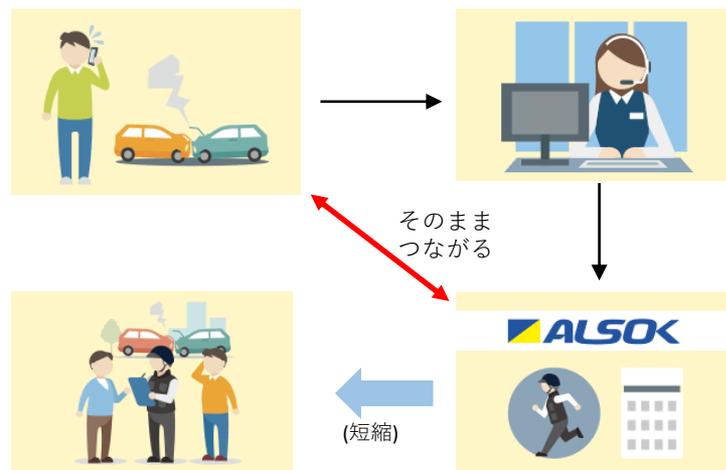
上記①の受付後、一旦、切電しての対応としていたため、上記③のALSOK社からお客さまへご連絡する際にお客さまが電話に出られないことがあり、その結果、現場へ駆け付けるのに時間を要し、「すぐに駆け付けてほしい」というお客さまのご要望に応えられないケースがありました。

【 対応 】

対応フローを見直し、事故受付後、切電せずにそのままALSOK社と電話をつなぎ、位置情報の特定をスムーズに行えるように改善しました。

【 効果 】

事故現場にかけつけるまでの時間が約3分短縮できました。



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。

- ・『WEBサポート（ウェブサイト）』は、文字の大きさや空間が配慮された構成でPCでもスマホでも見やすい。
 - ・『問合せ窓口（電話サポート）』は、短時間で多くの情報を理解でき、商品選択の判断に役立つ。
- と評価いただきました。



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。

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

お客さまにサッと便利、ポッと安心を届ける『SA・PO・PO（サ・ポ・ポ）』サービスのリリース

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。

自動車保険・火災保険と親和性の高い、カーライフと防災に関するサービスから始め、2023年1月には「ウェルネス」「ファイナンス」に関するサービスもリリースしました。

○カーライフ

現在地から近くて一番お得な給油所を探したい、マイカーの調子が気になる時など、給油・駐車でのご活用はもちろん、新車購入から車検・買替えまで、様々なシーンをサポートするサービス

○防災

住んでいる地域の災害発生リスクを知りたい、災害時に必要なモノや食料を知っておきたいなど、急な災害に備えておくべきだと思うけど、何から始めればいいのか分からない…という方のためのサービス

○ウェルネス

病院に行かずに手軽に健康チェックができる、手間なくカンタンに栄養管理ができるなど、空き時間でカンタンに健康増進・チェックができるコンテンツをご用意！お家や職場などご利用できるサービス

○ファイナンス

家族のため、自分の将来のため、豊かな人生を送るために必要な“お金”。そんなお金にまつわる工夫や知識を得ることができるサービス

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提供に努めてまいります。
※ 当社のご契約者さま以外でもご利用できるサービス（一部サービスを除く）となります。

サッと便利、ポッと安心。
SA・PO・PO
あなたの生活をもっと“安心・便利・お得”に。
セゾン自動車火災保険の新しいサービス



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

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。

■ 取組事例

エフォートレス体験の実現を目指したチャットボットの改善

お客さまが必要なときに納得の回答をお届けできるエフォートレス（努力を要さない）体験の実現を目指し、チャットボットを改善し続けています。

【 課題 】

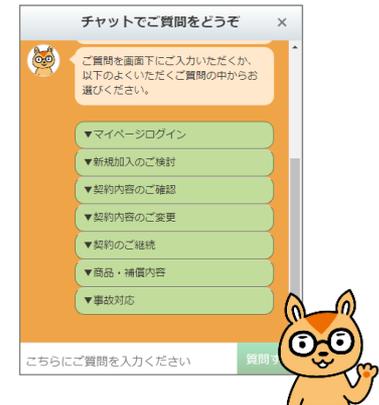
- ・お問い合わせの傾向に応じたご案内が不足していた。
- ・チャットボットの「対話ができる・選択肢を表示できる」といった特性を活かせていなかった。

【 対策 】

- ・日頃お電話でお客さまからのご質問などを承っているコミュニケーターが直接改善に携わることで、お客さまからのお問い合わせの傾向などに即した改善をしています。
- ・お客さまのご質問に対して回答の候補（選択肢）を表示する機能を活かし、選択肢を改善することで、よりお客さまのニーズにあった回答にたどり着きやすくなりました。

【 効果 】

- ・修正した質問について、「解決した」とアンケートにお答えいただいた割合が平均3.6%上昇しました。
- ・今後も、お客さまからのお問い合わせが多い質問や、つまづきやすいポイントをチャットボットに反映することで、エフォートレス体験の実現を目指します。



積み重ねていくことでスキルアップする「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。ミルフィーユトレーニングとは、対応品質をテーマとするトレーニングを毎朝の朝礼で短時間で継続し、ミルフィーユのように、少しずつスキルを重ねていくことで対応品質の向上を目指すというものです。

○ 目指す姿

- ・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

【ミルフィーユトレーニングのイメージ】
より中身の詰まった成果を出すトレーニング



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。

そのために、事故受付時の細かな対応の見直しにも取り組み、改善に努めています。

○ドライブレコーダー情報に関するご依頼

【課題】

事案担当者からお客さまにドライブレコーダー情報のご提供を依頼する際、既にドライブレコーダーの情報が上書きされてしまい、当該事故映像の情報が残っていないケースが発生していました。

【対応】

事故受付時にドライブレコーダー情報の取得依頼を行う運用に変更することで、映像が上書きされてしまうことを防ぎ、スムーズな事故対応および早期解決につなげています。



○LINE開通のご案内

【課題】

当社では自動車保険は2020年5月から、火災保険（その他）は2020年6月よりLINE公式アカウントのトークルームから事故などのご連絡が可能になりましたが、ご活用いただけていないお客さまがいらっしゃいました。

【対応】

事故受付時にLINEの有無を確認し、LINE開通のご案内をすることで、お客さまが希望する連絡手段を早期にご選択いただくことが可能となり、お客さまの利便性向上、負担軽減につなげています。



「保険金支払審査会」の実施状況を公開

お客さまへ公正・適切な保険金のお支払いを確保するため、社外の弁護士や医師などの見解を踏まえて保険金支払いの妥当性を審査する「保険金支払審査会」を設置しております。高度な法的・医学的判断を要する事案、お客さまから苦情・不服申し立てがなされた事案などを審査対象とし、2022年度審査状況について、当社ホームページ上で公開しました。

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

社員向けに情報発信・eラーニングの実施

社員全員に「CX（お客さまの体験価値）向上」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、CXに関する研修としてeラーニングを行いました。

○CXタイムズを発行

- ・「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
- ・全社的なCXの取り組み状況を理解し、自分の業務とCXを紐づけ取り組めることを目指し、CXに関する業務事例などを紹介

○eラーニング

- ・全社員一人ひとりが、CXの取り組みをより理解し推進していくため、eラーニング研修を開催
- ・CXについて・自社・他社の取り組み例 などを紹介

健康優良企業～金の認定～ / Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2022優秀賞受賞

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。

○「健康経営優良法人 2023」「ホワイト 500」に認定

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。2022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～』、経済産業省主催の『健康経営優良法人 2023（大規模法人部門）』に認定されるとともに、上位称号である『ホワイト 500』にも認定となりました。

○Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2022優秀賞

日本で最も幸福度の高いコンタクトセンターを決める「Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2022」において当社コンタクトセンターが優秀賞を受賞しました。より生き活きと働きがいを感じながら働くことができる組織作りを行い、お客さま目線で行動できる社員育成に繋げていきます。

