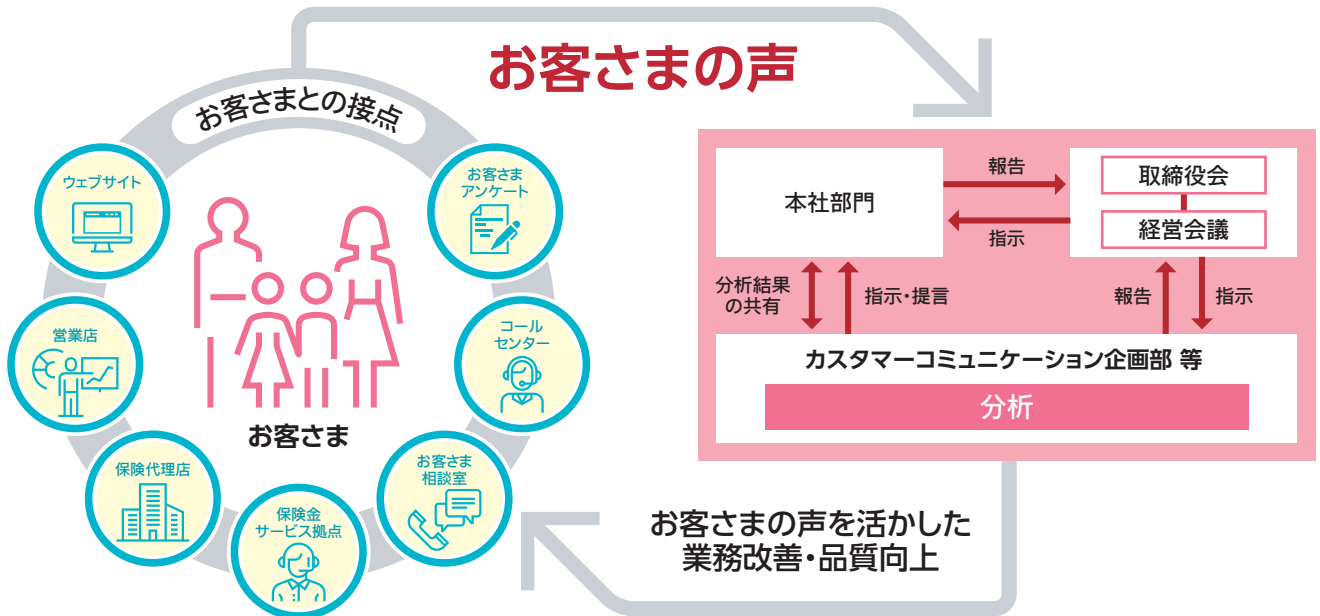




「お客様の声」の対応管理態勢

1. 「お客様の声」の活用

当社は、お客さまから寄せられる「お客様の声」を経営に反映するため、「お客様の声」の傾向や内容を分析し、分析結果を本社部門で共有して、業務改善・品質向上につなげています。



声の受け止め

保険代理店、営業店、保険金サービス拠点（保険金支払い部門）、コールセンターなどを通して寄せられたお客さまからのご相談、お問い合わせ、ご要望、ご不満、感謝の言葉などの「お客様の声」を真摯に受け止め、迅速かつ丁寧な対応を行っています。

原因分析 社内共有

「お客様の声」を経営に活かす態勢を構築・強化するため、本社部門はお客様の声から把握した課題について深度ある原因分析を行い、商品開発・販売・保険金支払いなどさまざまな場面で発生している課題を共有しています。なお、お客様の声を起点としたこれらの取組みや業務改善の状況は定期的に経営に報告し、積極的な議論を行っています。

業務改善 品質向上

寄せられた「お客様の声」から本社部門は課題を把握し、業務改善・品質向上につなげています。特に重要な課題は、カスタマーコミュニケーション企画部等が、本社所管部門に「再発防止・業務改善」に向けた指示・提言をし、苦情の根本的な再発防止および継続的な業務改善・品質向上に取り組んでいます。

2. 「苦情対応マネジメントシステム (ISO10002) 規格」への適合の宣言

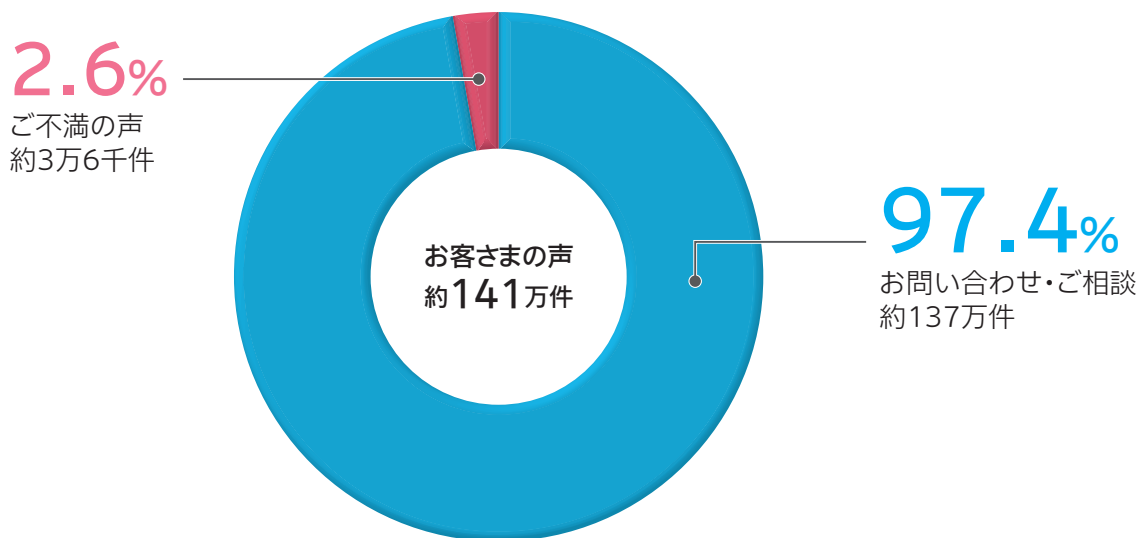
当社は、苦情対応の国際規格である「ISO10002」※に適合するお客様の声対応管理態勢を構築し、適切に運用していることを宣言しています。当該規格に準拠して、お客様の声対応管理態勢の継続的な整備・向上を図ってまいります。

※国際標準化機構 (ISO) が2004年7月に制定した「苦情対応マネジメントシステム」に関する国際規格です。

2022年度に寄せられたお客さまの声

1. お客さまの声の内訳

2022年度に保険代理店・営業店・保険金サービス拠点（保険金支払い部門）・コールセンターなどを通して当社に寄せられた「お客さまの声」は、合計で約141万件でした。そのうち約3万9千件は、公式ウェブサイトや有人対応型チャットを經由して寄せられています。



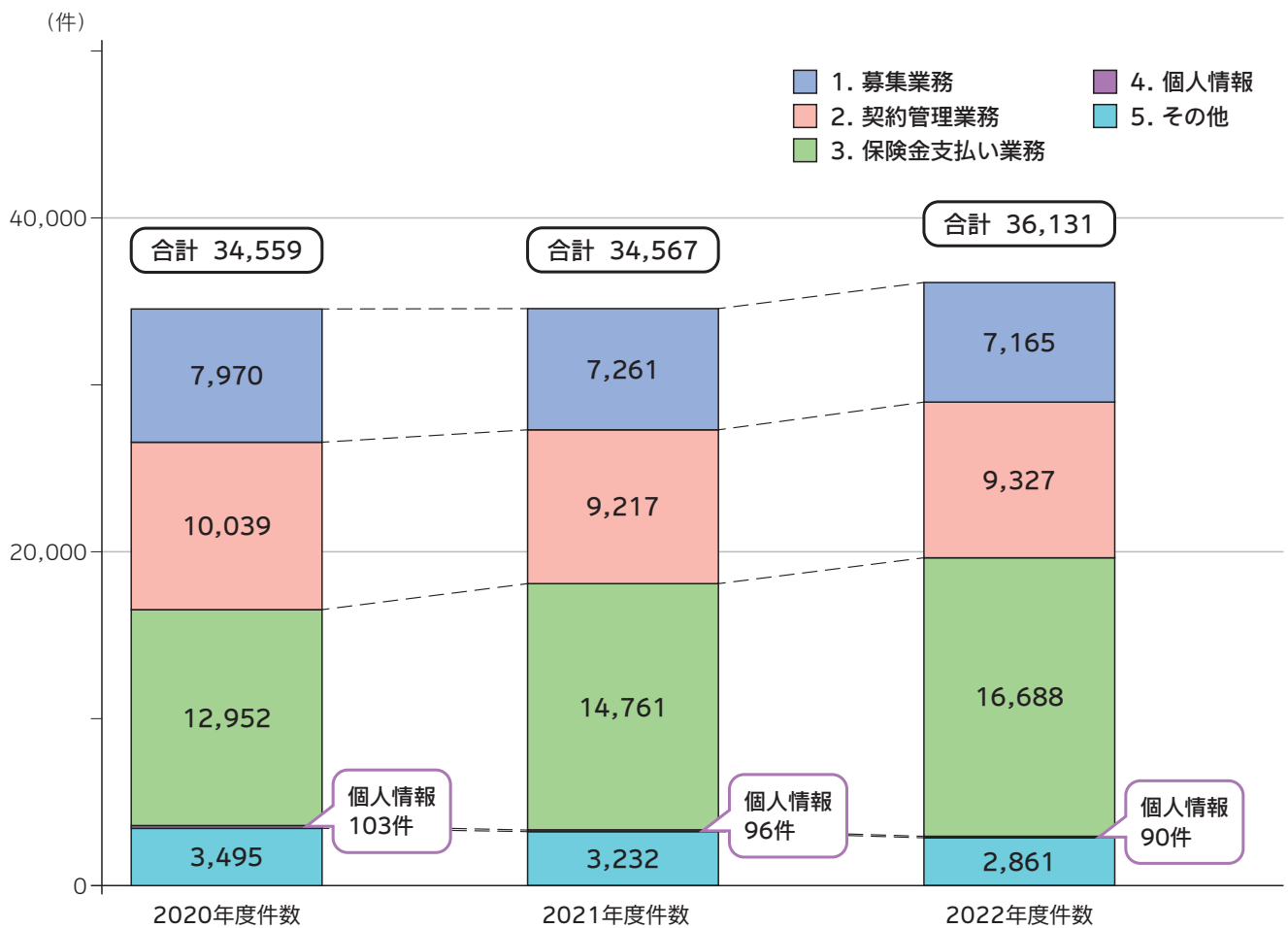
2. 2022年度 ご不満の声の受付件数

| 項目 | 概要 | 受付件数 | 構成比 |
|---|--------------------------------|--------|-----------------|
| 募集業務 当社保険商品の説明や 契約手続きなどに 関するご不満 | 保険の補償内容や規定に関するもの | 733 | 7,165 19.8% |
| | ご契約の更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの | 689 | |
| | ご契約の勧誘方法やご契約手続きに関するもの | 1,678 | |
| | ご契約に関わる重要事項や商品内容の説明不足・誤りに関するもの | 2,144 | |
| | ご契約の引受制限に関するもの | 196 | |
| | 保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの | 128 | |
| | 社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの | 338 | |
| | 申込書、パンフレット等帳票に関するもの | 193 | |
| | 上記以外のご契約の手続きに関するもの | 1,066 | |
| 契約管理業務 契約内容の変更手続きや 保険料支払いなどに 関するご不満 | 保険証券の未着や記載内容の誤りに関するもの | 528 | 9,327 25.8% |
| | 保険料の支払い方法（口座振替など）に関するもの | 1,115 | |
| | ご契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの | 2,544 | |
| | ご契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの | 2,477 | |
| | 満期返戻金の手続きにおける遅延や誤り、返戻金額に関するもの | 102 | |
| | 社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの | 523 | |
| | 上記以外の契約の管理・保全に関するもの | 2,038 | |
| | 保険金のお支払い金額に関するもの | 1,795 | |
| 保険金支払い業務 事故の受付から 保険金支払いまでの 事故対応に関するご不満 | 保険金のお支払い手続きにおける誤りや遅延に関するもの | 11,280 | 16,688 46.2% |
| | 保険金お支払いの判断に関するもの | 1,153 | |
| | 社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの | 1,185 | |
| | 上記以外の保険金お支払いに関するもの | 1,275 | |
| | 誤送付に関するもの | 15 | |
| 個人情報 | 本人の許可なく第三者への情報漏洩に関するもの | 19 | 90 0.2% |
| | 上記以外の個人情報に関するもの | 56 | |
| | その他 | 2,861 | |
| 合計 | | 36,131 | 100.0% |

過去3年間のご不満の声推移

2020年度から2022年度にかけて「ご不満の声」の推移をみると、次のような特徴があります。

- 緊急事態宣言等の特殊事情により減少した2020年度以降、お客さまからのご不満の声の全体件数は増加しています。
- 保険契約時のご意向の把握や情報提供の徹底、保険代理店における募集品質向上の取組み等を継続して進めたことにより、「ご意向の確認不足」は減少している一方で、「手続きの放置や遅延」といった声を多くいただき、契約募集・契約管理に関するご不満は若干増加しました。
- 地震・ひょう・台風などの自然災害に加え、新型コロナウイルス感染症からの回復傾向などによる行動量の増加に伴い事故件数が増加したことにより、「連絡がない、書類が届かない」「手続きが進まない」といった声を多くいただき、保険金支払いに関するご不満は増加しました。



お客さまからいただいた実際の声

- 保険代理店の業務品質の向上や担当者の対応力向上を目指し人材育成を行っておりますが、依然としてお客さまからご不満の声をお寄せいただいているのも事実です。

お客さまからいただいたご不満の声の一部をご紹介します。

1 募集業務に関するご不満

- 仕事を始めるため自動車保険に加入した。付保証明書を至急発行してほしいとお願いしたが、約束の日になっても届かなかった。
- 紙の保険証券が発行されると思っていたがWEB証券になっていた。マイページにログインすれば契約が表示されると書かれているが、表示されない。

2 契約管理業務に関するご不満

- 運転免許証を更新してゴールド免許になったので保険代理店に相談したところ、今の契約を解約し新しく入りなおすように勧められ手続きしたが、保険料が前の契約と新契約の両方が引落しになった。急ぎではなかったのに、契約の応当日での変更でも良かった。
- 傷害保険の解約を保険代理店の担当者へ伝えていたが、手続きの書類が届かずに、そのまま契約が更新されている。

3 保険金支払い業務に関するご不満

- 事故の責任割合がなかなか決まらないので、LINEでの連絡ではなく電話で話をしたいと依頼していたにも関わらず、LINEで連絡があった。
- 医療保険金の保険金支払い案内はがきが届いた。確認したところ、被保険者の名前の漢字が誤っていたので、正しいはがきを送付してほしい。

- 感謝のお言葉もいただいています。保険代理店と社員はお客さまからのお言葉を励みにこれからもお客さまに安心をご提供し、頼られるパートナーとなれるよう努めてまいります。

[カスタマーセンターに寄せられた感謝の言葉の一例]

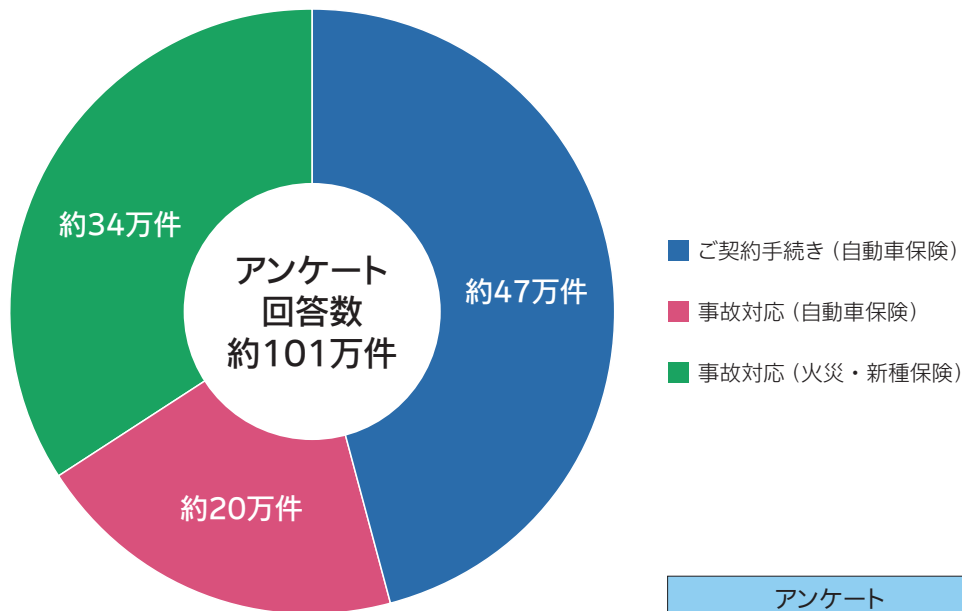
- 落ち着いた声で、表情が感じられる対応で大変満足です。会話がかぶらないように、こちらからの話が終わったタイミングを上手に計ってからお話されるなどの気遣いを感じました。
- ○○さん神対応でした。話し方や言葉遣いすべてが心地よく、説明もわかりやすかったです。とても良い以上の評価がないのが残念なくらいです。
- 専門用語を丁寧に説明してくださったが、理解しづらいことをお伝えしたら、改めて違う言い方でわかりやすく教えてくださいました。

「お客さまアンケート」の実施

「お客さまの声・期待」を受け止めるために、保険代理店による契約手続きや当社の事故対応サービスに関する「お客さまアンケート」を実施しています。

はがきやインターネット、LINE、SMS（ショートメッセージサービス）でお客さまからご回答をいただき、業務改善・品質向上に活かしています。

回答数



| アンケート | 回答数 |
|----------------|-----------|
| ご契約手続き (自動車保険) | 467,428 |
| 事故対応 (自動車保険) | 201,303 |
| 事故対応 (火災・新種保険) | 344,506 |
| 合計 | 1,013,237 |

[アンケートに寄せられたご不満の声の一例]

- 日頃の接点がなく、更新の手続きが事務的。
- 更新時のみではなく、契約期間中にも最新の情報提供をしてほしい。
- 契約して2週間経つが、証券が全然送られてこない。発送のタイミングや到着予定など、もう少し説明してほしい。

[アンケートに寄せられた感謝の声の一例]

- 色々な代理店があると思いますが、私の担当は本当に長い間寄り添って助言してくれて信頼しています。他の保険会社に移れば安いところもありますが、信頼を超えるものはありません。
- いつも丁寧に対応してもらい感謝しております。他社で嫌な思いをして今の代理店さんに変えました。変えて良かったです。長くお付き合いしたいと思います。
- 修理にかかる費用が高額であり、保険を使うか悩んでいましたが、大変親切丁寧にご対応いただきました。修理完了まで気持ち良くご対応いただきありがとうございました。改めて、損保ジャパンに入っていて良かったと痛感しました。今度とも引き続きよろしくお願いします。

お客さまからいただいた声を起点に改善した事例

事例 1

ロードアシスタンスについての「よくあるご質問」(Q&A)の追加と公式ウェブサイトの表示を変更しました。

[お客さまの声]

- 損保ジャパンの公式ウェブサイト(スマートフォン版)ではロードアシスタンスの電話番号が見つげにくい。
- ロードアシスタンスを利用した場合に等級が下がるのかどうかかわからず、自分で手配したところその業者から高額な費用を請求されてしまった。

[改善内容]

公式ウェブサイトトップページの見つけやすい場所に「ロードアシスタンス(レッカー手配)」の連絡先を追加しました。また「よくあるご質問」に、ロードアシスタンス特約のみ使用する場合は等級が下がらないことを説明したQ&Aを追加しました。

公式ウェブサイトトップページ



「+」をタップすると、以下の案内を表示

緊急時またはお電話でのお手続きをご希望の場合
(24時間365日受付)



自動車保険の事故受付
0120-256-110



ロードアシスタンス(レッカー手配)
0120-365-110



火災保険の事故受付
0120-727-110

番号のおかけ間違いにご注意ください。

よくあるご質問

よくあるご質問 (THEクルマの保険)

Q. [ロードアシスタンスのどのような場合に利用できますか?](#)

Q. [ロードアシスタンスを使ったら等級は下がりますか?](#)

Q. [ロードアシスタンスは何回でも使えますか?](#)

▶ [その他のご質問](#)

事例 2

次世代ロードサービスシステムをリリースしました。

【お客さまの声】

- 自動車保険のロードサービスを利用する際、いつレッカーが到着するかわからず、路上で待ち続けるのは不安だ。

【改善内容】

2021年10月から実証実験を進めていた次世代ロードサービスシステムを、2023年4月に本格的に展開しました。本システムは、スマートフォンの操作のみ(事前のアプリインストール不要)で、口頭で説明することなくレッカー車手配の受付が可能となります。また、手配後のレッカー車の位置情報と到着時間を可視化し、お客さまにタイムリーにお知らせするサービスは国内大手損保で初めての導入※1となります。

お客さまがロードアシスタンス(レッカー手配)のフリーダイヤルにお電話をされた際、自動音声※2上で、本システムによるレッカー車手配の受付をご案内します。

トラブルに遭った場所の口頭説明が不要となるだけでなく、スマートフォンで写真撮影した画像をシステム上で連携することにより、提携レッカー事業者がお車のトラブル状況を把握することができます。お客さまが必要情報を入力した後、現場に向かっているレッカー車の位置情報や到着時間をタイムリーに把握できるため、到着するまで安全な場所でお待ちいただくことが可能となり、「いつ頃レッカー車が到着するのか」、「どのくらい待てば良いのか」といったお客さまの不安感を解消します(本サービスは、位置情報の共有が可能な提携レッカー事業者が出動した場合のみ提供します)。

画面イメージ



※1: 当社調べ。

※2: 自動音声では、本システムによるレッカー車手配の受付または、オペレーターによるレッカー車手配の受付を選択することが可能です。

事例 3

「ファミリーバイク特約契約証明書」を発行できるようにしました。

【お客さまの声】

- 保険証券ではファミリーバイク特約の補償内容が確認できないので証明書を発行してほしい。

【改善内容】

自動車保険契約にファミリーバイク特約を付帯した場合、特約の補償内容を説明した「ファミリーバイク特約契約証明書」を発行できるようにしました。



事例 4

「乗るピタ!のお申込みにあたって」の ウェブページ内容を修正しました。

【お客さまの声】

- 申込み手続き時にわからないことが多く、わざわざカスタマーセンターに問い合わせをしないと手続きが完結しない。

【改善内容】

乗るピタ!は、ご友人やご家族などのお車を借りたときに運転中の事故を補償する、インターネット加入専用の時間単位型自動車保険です。

「事前のご確認事項」掲載ページについて、カスタマーセンターに寄せられたお問い合わせをもとに、わかりやすい表現にするなど、申込みページの内容を修正しました。



事例 5

SMSアンケートのメッセージを変更しました。

【お客さまの声】

- 自動車保険の契約後に「アンケートのお願い」というSMSが届いたが、損保ジャパンから届いたものかわかりにくい。

【改善内容】

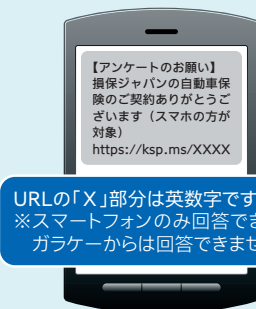
当社では、自動車保険にご加入いただいたお客さまへ、アンケートのご協力をお願いするSMS（ショートメッセージサービス）を送信しています。

2023年4月送信分から、当社による配信であることをより明確にお客さまにお伝えするため、配信されるSMSの文章を見直し、メッセージの冒頭を「損保ジャパンアンケートのお願い」に変更しました。

2023年3月まで

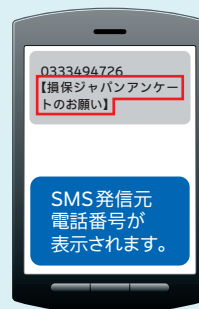


SMS発信元
電話番号が
表示されます。

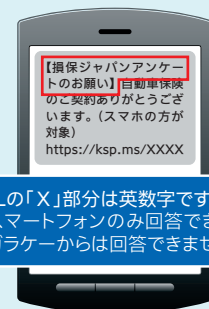


URLの「X」部分は英数字です。
※スマートフォンのみ回答できます。
ガラケーからは回答できません。

2023年4月から



SMS発信元
電話番号が
表示されます。



URLの「X」部分は英数字です。
※スマートフォンのみ回答できます。
ガラケーからは回答できません。

いただいたアンケートは、お客さまの保険契約を取扱う保険代理店と共有させていただき、当社の業務改善・品質向上に活かしていきます。

なお、送信者は誰でも損保ジャパンと名乗ることが可能なため「なりすまし」と明確に区別するため、送信者番号を表示しています。

右記の送信者番号であれば、当社からのメッセージとなります。

| | |
|--------------|-------------------------------|
| Softbank | 0032069000 または +32(0)69000 |
| docomo・au・楽天 | 0333494726 |

お客さまアンケートの詳細については、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.co.jp/covenanter/enquete/>



事例 6

火災保険における建てかえ費用特約を新設しました。

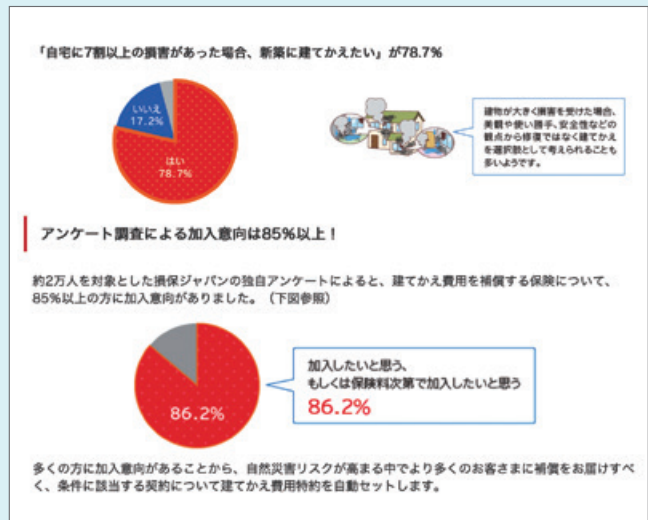
【お客さまの声】

- 災害等で住宅に大きな損害があった場合に、建てかえ費用を保険で補償してほしい。

【改善内容】

これまでの火災保険における商品のお支払い対象は「事故発生直前の状態に復旧するための費用」となり、「建てかえに要する費用」については自己負担いただいております。

建物に大きな損害があった場合、約8割の方が、新築へ建てかえたいと考えられているという当社独自のアンケート結果を踏まえ、新築に建てかえ、または買いかえるための費用を補償することが可能な特約として新たに開発しました。



事例 7

熱中症を補償する特約について、年齢を問わずセットできるようにしました。

【お客さまの声】

- 温暖化の影響などで猛暑日が続いていることから、自身が加入している保険で熱中症を補償してほしい。

【改善内容】

近年、夏期の猛暑日の増加とともに、日常生活やスポーツ活動などさまざまな状況において熱中症発症リスクが高まっていることなどから、お客さまから「加入している保険で熱中症を補償してほしい」といったご要望をいただいております。

お客さまニーズにお応えし、個人用傷害所得総合保険「THEカラダの保険」において、熱中症による入院や手術に加え、死亡した場合でも補償できる「熱中症特約」を2022年8月以降始期契約からすべてのプランでセットできるようにしました。

熱中症は気づいた時には重症かも

症状が出る前に、早めの対策を

外出中に体調不良になり通院。熱中症と診断された。入院保険金をお支払い

ゴルフ中に熱中症で倒れ救急搬送、そのまま入院に。入院保険金をお支払い

万一、熱中症になった時の対応法は？

THEカラダの保険 熱中症特約

通院 入院 死亡 怪我 手術 をしっかり補償！

例えばこんな場合も

THEカラダの保険

お客様のニーズに沿って改善した事例

事例
8

業界初! 「子育て介護応援特約(育児・疾病・介護休業費用補償特約)」を新設しました。

2022年4月に改正育児・介護休業法が施行されました。また、2022年10月からは新たに「産後パパ育休(出生時育児休業)」が新設され、子どもが1歳になるまでの育児休業の分割取得が可能になるなど、中小企業においても育児休業を取得しやすい雇用環境の整備が求められています。育児休業の取得促進、仕事と家庭の両立支援に取り組むことは、企業のイメージアップにつながる一方で、人手不足が課題の中小企業にとっては休業者の代替人材の確保は経営課題にもなります。

そのような背景から、中小企業向けパッケージ商品「ビジネスマスター・プラス」の特約として、出産・育児・疾病・介護で役員・従業員が休業した場合に企業が負担する社会保険料や代替人材雇用費用などを補償する「子育て介護応援特約」を、業界で初めて新設しました。

子育て介護 応援特約

損保ジャパン
SOMPO Innovation for Wellbeing

2023年1月版

ビジネスマスタープラス
子育て介護応援特約のご案内

子育て
積極的に育児に参加する従業員を確保し、パパ育休[※]も確保したい。

介護
親の介護に専念したい従業員に負担をなく休業してもらい、復帰する環境を整えたい。

病気
休業
病気や休業せざるを得ない従業員に専断に専断してもらい、また職場に戻ってきてほしい。

従業員が安心して休業できる環境整備をサポートします!

- 1 専断する従業員がテレワークを活用できるように、在宅勤務時代の購入費用等の環境整備費用をサポート
- 2 休業する従業員の代替人員を採用するための費用を補償し、業務運営をサポート
- 3 休業中の従業員の社会保険料を補償することで企業の負担を軽減(※) (※)による休業が継続する限り

● 選べるプランと保険金額

| | 追加オプション (任意の保険料負担(保険金額)) | ③ 介護介護特約(保険金額) |
|------------------|-----------------------------|-----------------------|
| ご本人のみの ご家族・親族 | 50万円 | 50万円 |
| ご本人の専断 介護特約付 | 50万円(上限) 100万円(上限) | 50万円(上限) 100万円(上限) |

● 特約保険料例

| 業種 | 標準保険料 | 合計保険料(介護特約付) | 介護特約付 | 小企業 |
|-----|---------|--------------|---------|---------|
| 製造業 | 29,250円 | 29,250円 | 43,750円 | 38,000円 |

※ 保険金額は補償対象金額に上限があります。

事例
9

キャッシュレス・ペーパーレス決済サービスを拡充しました。

キャッシュレス・ペーパーレス決済のニーズ多様化に対応し、お客様の利便性向上のため、ネット口振[※]を利用できる契約を拡大しました。

同一契約者で同一口座を複数の契約に設定する場合、振替口座を契約ごとに設定する必要がありましたが、一つの登録URLで最大5契約までの振替口座を同時に登録・変更できる機能を新設しました。

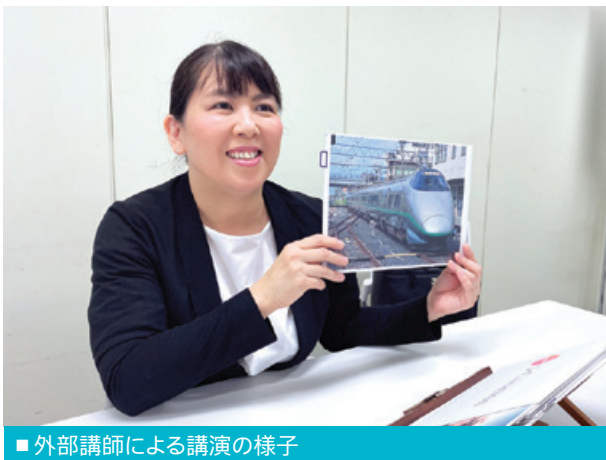
引き続き、お客様のニーズにあわせて機能・サービスを拡充していきます。

※お客様に登録用URLを2次元コード・Eメール・SMSにて連絡し、お客様自身に口座登録をしていただく仕組みです。

お客さまの声月間の開催

「お客さまの声」を起点に、お客さまを知り何ができるのかを考えるため『お客さまの声月間』を実施しました。実際に入電したお客さまの声を集めた音声ログのコンテンツを用意し、どのような声が寄せられているかを体験する機会を設けました。

また、「徹底してお客さまの立場で考える」をテーマに社外講師によるオンラインセミナーを開催しました。マニュアルの徹底ではなくお客さまにどのような気持ちで接するか、「目配り・気配り・こころ配り」の大切さについてご講演いただきました。セミナーの参加者からは、「お客さまの声を知ることの重要性を改めて認識する機会になった」、「寄り添うということはどのようなことなのかを改めて考えた」という声が多く寄せられました。これらの取組みを通して、社員一人ひとりが徹底してお客さまの立場で考える意識の醸成を図っています。



■ 外部講師による講演の様子

経営層によるお客さまの声の視聴

お客さまの声月間の一環として、お客さま相談室やカスタマーセンターに寄せられたお客さまの声を役員が聴くプログラムを実施しました。当日は各部門の役員がお客さまの声を聴くだけでなく、その声をいただくに至った背景の説明もお客さま相談室長から行いました。本プログラムを通してお客さまの声を経営に活かしていくことに取り組んでいきます。

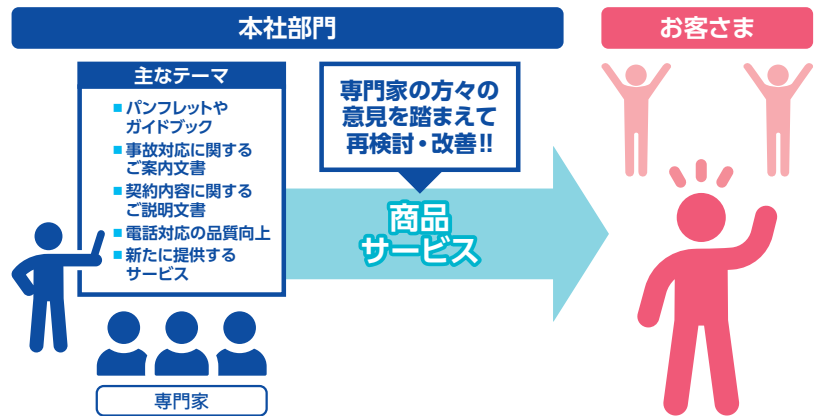


■ お客さまの声を視聴する様子

社外モニター制度

お客さまにご提供している商品・サービス等について、消費者問題の専門家の方々と会議を開催しています。お客さま視点でさまざまなご意見をいただき、業務改善・品質向上に活かしています。また、本制度を利用することで社員の「お客さま視点」のさらなる醸成にもつながっています。

2022年度実施回数：8回 議題：9件



公益社団法人 全国消費生活相談員協会 村松 久美 氏

本会議では、各種発信情報・事故対応手順の分かりやすさや発信手段等に関し、消費者目線で適切であるかを議論しております。時には厳しい指摘をさせていただくこともございますが、いつも真摯に傾聴していただいている担当の方々には、消費者の立場に立ったより良い商品・サービスの開発を目指そうとする熱意を強く感じております。従来の想定を超える自然災害や感染症等、今後の新たな不安やリスクに対し、消費者の安全な生活が守られますよう、引き続きより一層の消費者視点に立った事業活動展開を期待しております。

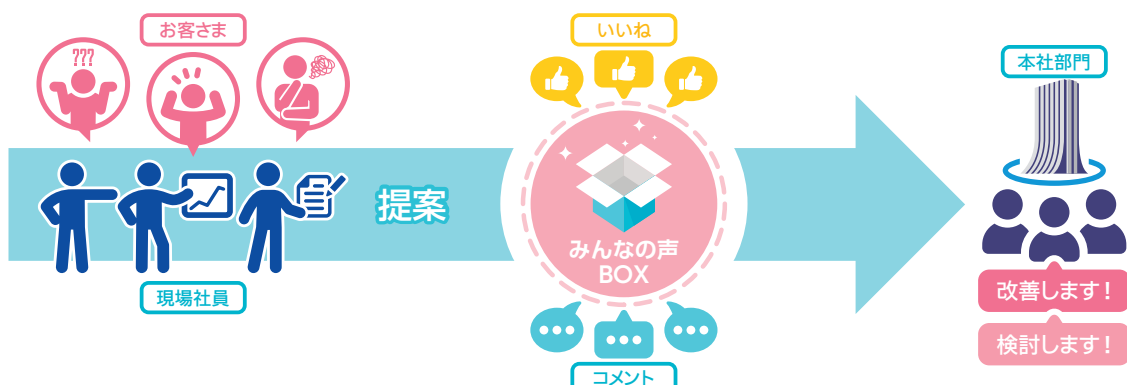
本制度を利用した社員の声 ▶ マーケティング部 小林 大介

お客さまに当社を選んでいただくためには、お客さまの目線で考え、良質な顧客体験の提供を目指し、お客さま接点の品質を改善することが重要であると考えています。しかし、私たちが検討しているさまざまな取組みは、自分たちが気づかないうちに、時に企業側の固定観念にとらわれてしまう場合があります。本会議でお客さまの声の知見に富むモニターの皆さまにご助言をいただけるのは、お客さま目線で考え抜くことを加速してくれる、最良の舞台だと考えています。



みんなの声BOX

みんなの声BOXは、社員および保険代理店がお客さま視点で問題意識や創意工夫の意欲を持ち、徹底してお客さまの立場に立って考えた改善を提案する仕組みです。提案内容については、商品・サービスの開発や改善を行う本社部門で検討するだけでなく、提案した当事者以外の社員が当該提案内容に「👍 いいね」で投票して賛同を示したり、提案に対するコメントを入力したりすることが可能です。これらの機能により、現場と本社部門とのコミュニケーションツールとしても活用しています。



VOC (Voice of Customer) ミーティングの実施

当社のカスタマーセンターに寄せられた「お客さまの声」を当社の品質向上に反映することを目的に、本社部門とカスタマーセンター部門が定期的にミーティングを行っています。カスタマーセンターの職員が、実際に寄せられたお客さまの声から気付いたことについて、商品・サービスの開発や改善を行う本社部門に提案を行い、改善策を協議しています。

「お客さまの声」を実際に聴くことで、徹底してお客さまの立場で考える社員の意識醸成にもつながっています。

カスタマーコミュニケーション企画部 佐賀カスタマーセンター室 山口 真由美・石丸 千恵美

当室は、自動車保険、火災・新種保険、新・海外旅行保険の「問い合わせ」と「変更手続き」のカスタマーセンターを運営しています。「私たちは『日本一のおもてなし』でお客さまにとって『最高の満足』を提供します」をミッションに、日々お客さま対応を行っています。

お客さまと直接の接点を持つことができる部門として、VOCミーティングでお客さまの真のお困りごととは何か、今私たちにできることは何かを本社部門とともに話し合い改善に努めています。

これからもお客さまの声に耳を傾け「最高の満足」を追求していきます。



リテール商品業務部 個人財産グループ 水毛 結衣

私が所属する部署では、個人分野の火災保険の商品開発や営業推進、パンフレットなどのお客さまがご覧になる印刷物の作成などを行っています。

VOCミーティングでは、実際のお客さまからの入電内容を聴きながらサービス改善の検討をしており、昨年度は地震保険の継続証に関するお問い合わせ内容をもとに、帳票の改善検討を行いました。VOCミーティングを通して「私たちの考える分かりやすさ」ではなく、「お客さまにとって分かりやすいサービス」を提供することの大切さをあらためて実感し、日々の業務にも活かされています。



参考資料

〈ご参考〉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「『消費者志向経営』の3つの活動」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係〉

| 「消費者志向経営」の3つの活動※ | 対応する方針 |
|---------------------------|-------------------------|
| みんなの声を聴き、かついかすこと | 方針1／方針2／方針3／方針4 |
| 未来・次世代のために取り組むこと | 方針1／方針2／方針3／方針4／方針6／方針7 |
| 法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること | 方針1／方針2／方針5／方針7 |

※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「消費者志向経営」の3つの活動の詳細については、消費者庁ホームページでご確認ください。

〈ご参考〉金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係〉

詳細は、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.co.jp/-/media/SJNK/files/company/fiduciaryduty/reference2023.pdf>

