

2019年1月31日
AIG 損害保険株式会社

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組状況について

AIG損害保険株式会社（代表取締役社長兼CEO：ケネス・ライリー）は、2017年9月に「お客さま本位の業務運営方針・取組内容」を定めております。今般、当方針の取組状況を『「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組状況について』（別紙1）としてとりまとめるとともに、本方針の取組内容（別紙2）を見直しましたので、お知らせいたします。

AIG ジャパングループでは、お客さまにとって最も価値のある保険会社を目指すというビジョン（私たちの目指す姿）を掲げています。当社は、お客さまのパートナーとして選ばれることを目指す事業戦略コンセプト「アクティブ・ケア」¹を展開し、グローバルなネットワークを有する保険会社としてお客さまにとって最善の利益を追求するために、お客さまの目線に立った取組みの実施を心掛けております。

今後も、より一層お客さまを本位とする保険会社となるべく本方針に沿った業務運営を実現し、必要に応じて当方針・取組内容を定期的に見直し、取組状況を公表してまいります。

¹ ※「アクティブ・ケア」とは日本におけるAIGグループ固有かつ統一の事業戦略コンセプトです。「アクティブ・ケア」は、次の3つの要素で構成されています。

- (1) お客さまの目線に立ったシンプルで分かりやすい情報提供
- (2) 万一のときだけでなく、事故や損害を未然に防ぐ支援
- (3) 先進的なテクノロジー、グローバルで蓄積されたノウハウ、そして国内市場に関する深い知見を活かしたイノベーション

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組の状況について

(対象期間：2017年10月1日～2018年11月30日)

方針1	お客さまの声を活かした業務運営	3
	(1) お客さまの声を経営に活かす仕組み	
	(2) お客さま満足向上への取組み	
方針2	お客さまにふさわしい商品・サービスの提供	5
	(1) お客さまのニーズに基づく商品・サービスの開発・提供	
	(2) お客さまのご意向を踏まえた契約	
	(3) お客さまの声に基づく商品・サービスの改善	
方針3	保険募集における適切な情報提供	8
	(1) お客さまのご意向に沿った分かりやすい情報の提供への取組み	
	(2) お客さまに適正な推奨販売をするための取組み	
	(3) ご高齢のお客さま、障がいのあるお客さまへの配慮	
	(4) 「アクティブ・ケア」に基づくリスク・コンサルティングサービスの取組み	
方針4	迅速かつ適切な保険金支払い	11
	(1) 保険金請求手続きの簡略化の推進などによる顧客満足度の維持・向上	
	(2) 適正かつ品質の高い損害サービスの提供	
	(3) 「アクティブ・ケア」に基づく多様化するお客さまへの価値のあるサービスの提供	
	(4) 大規模災害に備えた態勢の構築	
方針5	適切な利益相反管理	14
	(1) 利益相反の可能性のある取引の把握と管理	
	(2) 損害サービス部門での取組み	
	(3) 資産運用部門での取組み	
方針6	お客さまを本位とする業務運営の浸透	16
	(1) 役職員へのお客さま本位の業務運営の浸透	
	(2) 代理店・保険募集人への教育等	

方針 1 : お客様の声を活かした業務運営

お客様の声を真摯に受け止め、迅速、的確かつ誠実に対応し、お客様の安心につながる業務運営と業務品質の改善・向上に活かします。

(1) お客様の声を経営に活かす仕組み

営業拠点・損害サービス拠点、コールセンターや代理店で受けたお客様の声は、「お客様の声データベース」に登録し、お客様の声室を主管部署として一元管理をしています。

お客様の声については、当該事項にかかる各主管部署が、その原因分析を行い、改善策を策定し、実施することで、業務品質の改善・向上に繋がっています。

「オペレーショナルリスク管理・お客様の声小委員会」は、お客様の声に基づく業務改善と業務品質の維持向上を目的として、関係部署に対する改善指示や、改善結果の検証を行い、その結果を定期的に経営会議に報告しています。

<主な取組状況>

- 営業拠点・損害サービス拠点、コールセンターや代理店で受けたお客様の声は、「お客様の声データベース」で一元管理しており、当期間中においては 14,991 件のお客様の声を登録しました。
- お客様の声については、当該事項にかかる各主管部署が、その原因分析を行い、改善策を策定し、実施することで、業務品質の改善・向上に繋がっております。2018 年 1 月 1 日以降は、当社合併に伴うお客様への案内に関してお客様向けの各種帳票表示の改善を行うなど、お客様にとっての分かりやすさの向上などに努めました。また、海外旅行保険申込書の改善、保険金請求書類の一部簡素化、ご高齢のお客様用の同意書の署名枠を拡大し、記入しやすくするなどの改善を行いました。
- 「お客様の声検証委員会（現：オペレーショナルリスク管理・お客様の声小委員会）」を当期間中に 14 回開催し、当社に寄せられたお客様の声を把握するとともに、業務品質の改善と向上に努めました。

(2) お客様満足向上への取組み

各種お客様アンケートを実施することで、お客様の声を広く収集し、お客様のご不満・ご意見・お褒めの言葉を業務運営に活かすとともに、業務品質の維持・向上を図っています。

苦情の件数、内容等の情報については、定期的にディスクロージャー誌や当社ホームページに掲載し、お客さまの声の管理について透明化を図るとともに、お客さまの声を基にした業務運営や商品・サービス・業務について改善した事例についても同様に公表しています。

<主な取組状況>

- 募集品質の継続的な改善を目的として、当社の自動車保険・医療保険をご契約・ご継続いただいたお客さまの一部を対象に、インターネットによる「募集品質に関するアンケート調査」を2018年1月1日から開始しました。
- 保険金をお支払いしたお客さまを対象に、「保険金のお支払に関するアンケート」を実施しました。お客さまからご回答いただいたアンケートの内容は、事案を担当したサービスセンターと共有するとともに、業務品質の維持・向上に活用しました。特に不満足を表明いただいたお客さまには速やかにご連絡を差し上げて原因解明に努めるとともに、その内容や再発防止策を社内で共有することにより、サービス品質の向上に努めました。
- 苦情の受付件数について、当社ホームページで2018年1月1日～5月31日までの結果を7月31日に公表するとともに、ディスクロージャー誌（2018年7月発行版）に2017年4月1日～2018年3月31日までの結果を掲載しました。さらに募集品質のアンケート結果やお客さまの声を活かした業務改善事例を年2回当社ホームページで公表することとしており、直近では2018年7月31日に公表しました。

方針2： お客さまにふさわしい商品・サービスの提供

「アクティブ・ケア」に基づく「お客さまの潜在的ニーズの把握」と「一歩先の心遣い」を追求し、グローバルにおける独自の知見とネットワークを活用しつつ、迅速かつ適切にお客さまの期待とニーズを反映した商品・サービスを提供するよう努めます。

(1) お客さまのニーズに基づく商品・サービスの開発・提供

お客さまの特性に応じ、顕在化しているお客さまニーズだけでなく、潜在的なお客さまニーズを把握するよう努め、これを反映した商品・サービスを開発・提供します。

<主な取組状況>

- **建設業のICT（情報通信技術）化を支援**

事業総合賠償責任保険（STARs）建設業向けにおいて、建設業界の生産性を高める新しい動きに対応し、国土交通省が推進するi-Construction施策（「ICTの全面的な活用（ICT土工）」等の施策を建設現場に導入することによって、建設生産システム全体の生産性向上を図り、もって魅力ある建設現場を目指す取組み）の導入企業に対する“業界初”の割引制度「iCon割引」を導入しました。

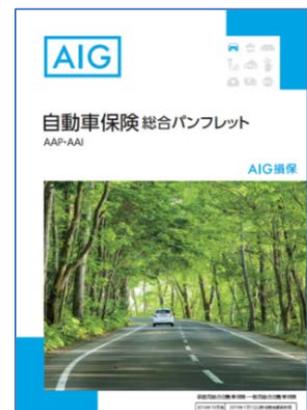


- **ご高齢のお客さまの日常リスクへの対応**

重度の認知症の方などが日常生活で賠償事故を起こしてしまい、その方の監督義務者の方が賠償責任を負う場合でも、日常生活賠償責任特約で保険金をお支払いの対象とできるよう、自動車保険の商品改定を行いました。

- **多様な家族形態への対応**

自動車保険において、ご契約や保険金のお支払いなどの場面で、同性パートナーの方でも法律上の配偶者と同様にお手続きいただくことを可能にしました。



(2) お客様のご意向を踏まえた契約

コンサルティングを通じて、お客様のリスクとご意向を把握し、適切な商品を提案します。
またあわせて、お客様のリスクの予防・管理・対処にふさわしいサービスを提案します。

<主な取組状況>

● 「あんぜん my マップ」の提供

地域や自治体等と連携して通学児童の交通安全教育をサポートするとともに、交通事故を未然に防ぐことを目的として、身近に存在する「交通事故多発エリア」を確認することができるオンライン地図の提供を開始しました。

● 「健康サポートサービス」の提供

健康へのサポートサービスから就労支援までを取り込んだ「がん治療と仕事の両立支援サービス」（がんに関する相談や企業担当者・管理職向け研修）等の「健康サポートサービス」を提供しました。また、健康経営の推進を進めるために、自治体との連携を強化することで、更なる普及を図りました。



● 「健康経営」を支援するサービスの提供

「健康経営」に取り組む法人のお客様を対象に、従業員の健康保持に役立つ「ストレスチェック」「労務リスク簡易診断サービス」等の保険付帯サービスの提供を開始しました。

● リスクサーベイの提供

火災保険の観点からそれぞれの企業が抱えるリスクについて、当社のサーベイヤー（物件調査に関する専門家）が企業のお客様の物件を訪問のうえ、事故の予防についてのご提案を提供しており、当期間中においては、約 190 件のサーベイを実施しました。



(3) お客様の声に基づく商品・サービスの改善

お寄せいただいたお客様の声を踏まえ、継続的な商品・サービスの改善に取り組みます。

<主な取組状況>

- **新しい技術を活用した商品開発**

自動車保険および傷害保険において、事故により脊髄を損傷されたお客様向けに「ロボットスーツによる機能回復トレーニングを提供するサービス」を開始しました。

- **地震財物リスクに関する商品開発**

輸送中の地震財物リスクをカバーする中小企業向け国内物流総合運送保険を発売するとともに、中小企業（法人会/納税協会）向けに国内物流総合運送保険を改定しました。



方針3： 保険募集における適切な情報提供

ご自身のニーズや意向に最も適した保険商品をお客さまに選択していただけるよう、「アクティブ・ケア」に基づき、金融商品・サービスに関する知識や取引経験、保険のご加入目的等一人ひとりの状況を踏まえ、お客さまのご理解・ご判断に必要な情報を分かりやすく提供します。

また、ご契約内容や各種変更手続きに関するお問合せの際も、お客さまのご要望等に適切にかつ迅速に対応します。

(1) お客さまのご意向に沿った分かりやすい情報の提供への取組み

保険募集に際しては、お客さまのご意向を的確に把握し、適切な保険商品・プランをパンフレットなどを使用して分かりやすく提案・説明します。

保険契約締結時に必要な情報は「重要事項説明書」を使用して、お客さまのご意向にあった最適な保険商品をご選択いただけるよう情報提供に努めます。

また、ご契約の前に、お客さまがお申込みいただくこととするご契約内容がご意向に合っているか、誤りがないかについて、お客さまと共同して確認します。

<主な取組状況>

- 代理店に対して、募集品質の向上を図るため、適切な「情報提供」「意向把握・確認」などをテーマとして研修を実施しました。
- また、代理店が、お客さまへの分かりやすい情報提供と、適切な意向把握と推奨販売を実現するための代理店サポートプログラムを策定し、当期間中は128代理店に対して実施するとともに、代理店のベストプラクティス252事例を収集した「事例集」を作成し、代理店へサービス向上のために配布しました。

(2) お客さまに適正な推奨販売をするための取組

複数の保険会社の保険商品を販売する代理店・保険募集人が、お客さまに対し、取扱商品の中から特定の保険会社の商品を選別・推奨して販売する場合には、推奨した商品の選別理由を適切に説明する態勢を整備しています。

<主な取組状況>

- 代理店に対して、募集品質の向上を図るため、適切な「推奨販売」などをテーマとして研

修を実施しました。

(3) ご高齢のお客さま、障がいのあるお客さまへの配慮

ご高齢のお客さまには、商品・サービスのより丁寧な説明を行い、お客さまのご理解の状況やご希望により、ご親族に同席をいただく等の社内規則を定め、適切な対応に努めています。

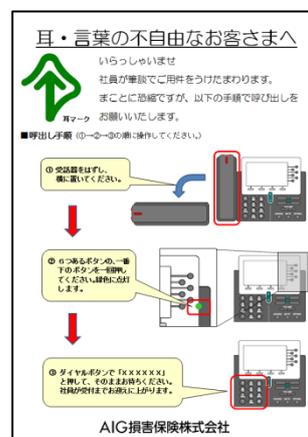
また、ご高齢のお客さまと連絡がとれない場合や親族からの問い合わせに対応するため、あらかじめ連絡先をご登録いただく「親族登録制度」をおすすめしています。

障がいのあるお客さまには、障害者差別解消法の趣旨を踏まえ必要かつ合理的な配慮を提供するよう、社員および募集人に周知徹底しています。

さらに、高齢者や色覚障がい者への配慮としての募集文書へのユニバーサルフォントやカラーユニバーサルデザインの導入、専門家を招いての障がい者理解講座や手話講習の開催など、ダイバーシティの推進にも積極的に取り組んでいます。

<主な取組状況>

- ご高齢のお客さまとご親族に安心してご契約いただくための取組みとして、ご契約時のご親族の同席を推奨するとともに、ご親族からのお問い合わせに対応するため、「親族登録制度」をご用意しました。また、これらの取組みをご案内するポスターを営業店の接客スペースに掲示するとともに、代理店の接客スペースへの掲示を推奨し、この取組みの普及を推進しました。代理店等の募集人に対する点検・検査時において、「ご高齢のお客さまへの保険募集」の対応状況を確認し、必要に応じて取組みの向上に活かしました。
- お客さまの障がいの種類や程度に応じたご来店時のサポート方法の周知、パンフレットおよび重要事項説明書での判読しやすい色やフォントの採用、署名代行ルールを整備、事故の状況や障がいの程度に応じた柔軟な事故受付態勢の整備等を実施するとともに、全国の支店の受付において、耳や言葉の不自由なお客さま向けに筆談に応じる旨の表示を行い、ご来店された場合はホワイトボード等を使って筆談により商品やご契約についての説明を行ないました。



(4) 「アクティブ・ケア」に基づくリスク・コンサルティングサービスの主な取組

個々のお客さまの特有のリスクに着目して損害を未然に防ぐためのアドバイス(コンサルティングサービス)を提供します。

<主な取組状況>

- リスクコンサルティング力を体系的、かつ実践的に学ぶA I Gリスクコンサルティング資格制度を構築しました。本制度は、2018年8月より運用を開始し、462代理店が受講しました。
- 当社の更なるコンサルティング力の強化のため、営業社員に対するリスクコンサルティング研修を実施し、44名が受講しました。また、高度かつ専門性を有するハイレベル建物等評価サービス研修も実施し、現在、建物評価コンサルタント資格取得に向けて、21名の当社営業社員が受講しました。

方針4： 迅速かつ適切な保険金支払い

「アクティブ・ケア」に基づき、テクノロジーの駆使と高い専門性を両立することで、効率的かつ適正に保険金を支払います。

その実現のために、グローバルでの経験とネットワークを活用したサービスを提供し、また事故受付から保険金支払に至る業務プロセス、組織・人材、保険金支払業務拠点、システムの各領域において迅速かつ適切な保険金支払業務を行う態勢を引き続き整備します。

（1）保険金請求手続きの簡略化の推進などによる顧客満足度の維持・向上

保険金請求書の簡素化や添付書類の簡略化などを推進し、お客さまの利便性向上に努めます。また、損害調査方法の効率化などによって、より迅速な保険金支払いを実現します。

<主な取組状況>

- 学生やご高齢のお客さま向け商品などにおいて、保険金請求手続きを簡略化するため、一定の条件に該当する事故についてはお客さまからの保険金請求書類の提出を省略し、保険金のお支払いに必要な情報をお電話での確認にてお支払い手続きを行なうなど、保険金請求書や添付書類の簡素化などを推進し、お客さまの利便性向上に努めました。
- 当社提携修理工場へ入庫いただいた車両については、立会や画像による鑑定業務を省略することで修理期間を短縮しました。
- また、保険金請求書類の電子化によって、火災保険金請求事案の写真・見積書の確認業務を集中化し、効率的かつ迅速な保険金支払いの実現に努めました。

（2）適正かつ品質の高い損害サービスの提供

高品質なサービス提供のため、保険商品や保険種類に特化した専門的教育・研修プログラムを導入し、プロフェッショナルの育成を図っています。

適正な損害サービスを提供するため、保険金の支払判断を支援するシステムの導入、システムによる支払可能な保険契約のチェック、事後的なチェック態勢の整備を行っています。

不正請求の調査・鑑定業務・医療調査などの特定業務については、集約のうえ専門的スキルを持つ担当者により正確な業務品質を確保しています。

<主な取組状況>

- 高品質なサービス提供のため、保険商品や保険種類に特化した専門的教育・研修プログラ

ムを導入し、プロフェッショナルの育成を図りました。

- 適正な損害サービスを提供するため、保険金の支払判断を支援するシステムの導入、システムによる支払可能な保険契約のチェック、事後的なチェック態勢の整備を行ないました。
- 不正請求の調査・鑑定業務・医療調査などの特定業務については、海外で発生した事故は現地オフィスの担当者へ調査を依頼するなど、海外オフィスと連携を取りながら徹底的な保険金詐欺対策の実行や、看護師などの医療従事経験のある社員で構成された組織において、専門知識や経験を活かし、保険金支払担当者へ必要な調査内容を的確にアドバイスするなど、専門的スキルを持つ担当者により高度な業務品質を確保しました。

(3) 「アクティブ・ケア」に基づく多様化するお客さまへの価値のあるサービスの提供

損害調査や示談交渉などの事故対応においても社員一人ひとりがお客さまの気持ちに立ち、「アクティブ・ケア」をコンセプトとしたより積極的な行動を目指しています。

また、事故を未然に防止するための予防策として、蓄積されたデータ・事例を分析してロスプリベンション（事故未然防止提案）サービスに活用しています。

<主な取組状況>

- 事故を未然に防止するための予防策として、実際に発生した事故の概要や事故原因等の情報を蓄積し、事例を分析した「事故事例検索ツール」を用いたロスプリベンション（事故未然防止提案）サービスを提供しました。

また、社内においては損害調査や示談交渉などの事故対応においても社員一人ひとりがお客さまの気持ちに立ち、「アクティブ・ケア」をコンセプトとしたより積極的な行動が取れるよう、支払担当者向け研修を開催しました。

(4) 大規模災害に備えた態勢の構築

保険金請求に必要な書類等を電子化することによって、システムバックアップデータを保持するとともに、大規模災害発生時等においても場所を問わない事業継続態勢を整備し、お客さまへの迅速な保険金支払を行います。

事故受付は複数の拠点を設置することにより、大規模災害発生時においても安定的な受電態勢を確保しています。

<主な取組状況>

- 保険金請求に必要な書類等を電子化することによって、システムバックアップデータを保持するとともに、大規模災害発生時等においても遠隔拠点にて作業が可能な体制としており、今年度発生した西日本豪雨、大阪府北部地震、台風 21 号、台風 24 号、北海道胆振東部地震などの大規模自然災害発生時においても、遠隔地などにて業務を継続し、お客さまへの迅速な保険金支払を行いました。
- 事故受付は富山・長崎・沖縄と複数の拠点を設置しており、大規模災害発生時においても安定的な受電態勢を確保しました。

方針5： 適切な利益相反管理

お客さまと利益相反が生じる可能性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、適切に把握し管理することに努めます。

(1) 利益相反の可能性のある取引の把握と管理

コンプライアンス統括部を利益相反管理統括部署と指定し、利益相反のおそれのある取引の特定および管理態勢の統括を行なうとともに、次のとおり態勢を整備しています。

- 管理基本方針の策定と掲示
- 社内規程、マニュアル（コンプライアンスマニュアル）の策定と周知

<主な取組状況>

- コンプライアンス統括部を利益相反管理統括部署と指定し、利益相反管理方針・規程・マニュアル（コンプライアンスマニュアル）を定め、利益相反のおそれのある取引の特定および管理態勢の整備を図りました。
- 2017年10月～11月および2018年6月に社内管理態勢の適切性についてモニタリングを実施し、管理状況に問題がない、また利益相反が発生していないことを確認しました。また、全社員に対してお客さまと利益相反が生じる可能性のある取引に関する研修を実施し、お客さまの利益が不当に害されることのないよう社員に周知・徹底しました。

(2) 損害サービス部門での取組み

損害保険会社に特有の利益相反のおそれのある取引として、交通事故の当事者双方（加害者・被害者）の示談代行を行わなければならないケースがあり、当社のお客さま間の利益が相反することになるため、一方のお客さまの利益を不当に侵害することがないように、損害サービス部門では、それぞれ別の担当者を選任する等の対策を講じています。

<主な取組状況>

- 自動車保険を含めたすべての賠償事案において、当事者の双方が当社のお客さまである場合など、利益相反が生じるおそれのある事案では、一方のお客さまの利益を不当に侵害することがないように、それぞれのお客さまに異なる担当者を選任する等の対策を講じており、また2017年11月および2018年6月にモニタリングを実施し、対策が適切に運用されていることを確認しました。

(3) 資産運用部門での取組み

資産運用に関して、利益相反の可能性のある取引が見込まれる場合は、必ず事前チェックを行っています。

貸付の実行等あるいは株式の購入・売却等を行う際には、事前チェックを実行します。

<主な取組状況>

- 資産運用に関して、利益相反の可能性のある取引が見込まれる場合は、対象取引の全件に対して、事前チェックを実施しており、当期間中において、貸付の実行等においては対象取引はなく、株式の購入・売却等においては売却 1 件について利益相反の可能性がないことを確認しました。

方針6： お客さまを本位とする業務運営の浸透

お客さまにとって最も価値のある保険会社となるために、本方針の浸透と定着に向けた取組みを推進し、役職員および代理店・保険募集人がお客さま本位に行動するよう努めます。

(1) 役職員へのお客さま本位の業務運営の浸透

ビジョン（私たちの目指す姿）の実現に向け、お客さまを本位とする業務運営を浸透するための取組みとして「アクティブ・ケア」を推進するとともに、「ご契約時お客さまアンケート（Web アンケート）」の“総合満足度”、および「保険金お支払い時お客さまアンケート（CS アンケート）」の“保険金のお支払いに関する総合満足度”を本方針やお客さま本位の業務運営の定着度合いを客観的に評価できるようにするための指標としています。

また、マネジメントから役職員に向けたメッセージを発信し、お客さま本位の業務運営についての重要性や社内の取組事例などについて周知しています。

<主な取組状況>

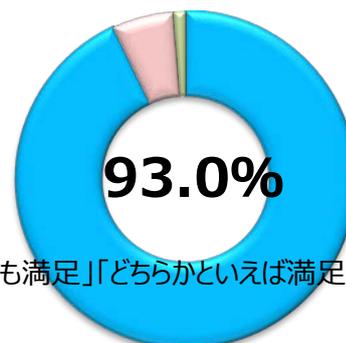
- マネジメントから役職員に向けて、お客さま本位の業務運営方針についての重要性を伝えるメッセージを発信するとともに、お客さま本位の業務運営を次年度の個人目標を設定する際の優先事項の一つである「アクティブ・ケア」の実践における重要な要素として掲げました。



- 「アクティブ・ケア」と本方針・取組内容を一体的に社内浸透させるため、マネジメントが多数参加している会議において本方針と「アクティブ・ケア」の関係性を説明するとともに、各部門において任命された本方針・取組内容の推進担当者に対して説明会を開催しました。

また、「アクティブ・ケア」の浸透を目的とする社内イントラネット内の専用ページ「ACTIVE CARE STORIES」を通じ、本方針と「アクティブ・ケア」の関係性についての情報を発信しました。

- 当社の自動車保険・医療保険をご契約・ご継続いただいたお客さまの一部を対象に、インターネットによる「募集品質に関するアンケート調査」を実施し、当期間中は、1,507 件の回答をいただき、総合満足



「とても満足」「どちらかといえば満足」の評価

度では93.0%のお客さまから「とても満足」「どちらかといえば満足」の評価をいただきました。しかしながら、1.2%のお客さまからは「まったく不満足」「どちらかといえば不満足」の評価をいただいていることを真摯に受け止め、引き続き、お客さまの目線に立った取組みを実施していきます。

- 保険金をお支払いしたお客さまに対して「保険金のお支払に関するアンケート」をお送りしています。当期間中は、63,743件の回答を頂き、総合満足度では93.6%のお客さまから「満足」「やや満足」の評価をいただきました。しかしながら、2%のお客さまからは「不満足」「やや不満足」の評価をいただいていることを真摯に受け止め、引き続き、お客さまの目線に立った取組みを実施していきます。



(2) 代理店・保険募集人への教育等

お客さま本位の保険募集を実現するため、代理店・保険募集人に対し、以下の取組みを実施しています。

- 代理店・保険募集人が遵守すべき法令・監督指針・ガイドラインに関する教育・指導
- 適正な保険募集態勢の整備・維持のための代理店への研修・指導・点検の実施など
- 代理店・保険募集人が自ら募集品質の向上に取り組むための募集品質の基準を取り入れた認定制度の導入
- グローバルな知見に基づく商品・サービスをお客さまに提供するための海外ネットワークを活用した代理店・保険募集人の研修など
- 「お客さまの声」等の分析を通じた、代理店・保険募集人のお客さまへの対応における改善策の実行促進

<主な取組状況>

- 代理店に対して、お客さま本位の業務運営を実践するための代理店サポートプログラムを実施し、代理店の店主だけでなく保険募集人や事務担当者も参加して自代理店における強み弱みを把握するなど、代理店・保険募集人による主体的なお客さま本位の取組みを継続的に支援しました。
- 代理店がお客さまへの分かりやすい説明、対応ができているかを確認するため、代理店自身による自己点検を実施しました。

- 代理店・保険募集人を対象に、海外の保険事情や AIG のバリューを体感し、理解を深めることを目的として、テクノロジーの中心地である米国サンフランシスコでインシュアテックをテーマとする海外研修を実施しました。
- 代理店の標準的な行動モデルを詳細にわたりチェックシート化して代理店に提供することで、取組項目の明確化を図るとともに、年初に取組目標を設定、半期ごとのチェック・レビューを実施し、募集品質の向上を図りました。
- 適切なリスクコンサルティング能力と適正な募集管理体制を有する代理店を育成することを目的とした代理店認定制度を実施するとともに、募集人が当社商品の内容を習得し適切な商品説明等による保険募集の実施を目的とした「AIG 商品試験」を認定基準に取り入れました。



「お客さま本位の業務運営方針」の取組内容の見直しについて

「お客さま本位の業務運営方針」の取組内容を以下のとおり見直します。(変更箇所は下線部分)

お客さま本位の業務運営方針・取組内容

(略)

6. お客さまを本位とする業務運営の浸透

お客さまにとって最も価値のある保険会社となるために、本方針の浸透と定着に向けた取組みを推進し、役職員および代理店・保険募集人がお客さま本位に行動するよう努めます。

(1) 役職員へのお客さま本位の業務運営の浸透

ビジョン（私たちの目指す姿）の実現に向け、お客さまを本位とする業務運営を浸透するための取組みとして「アクティブ・ケア」を推進するとともに、経営計画においてお客さまの声への対応や損害サービスなど、お客さま本位の業務運営に資する「KPI（重要指標）」を設定しています。「ご契約時お客さまアンケート（Web アンケート）」の“総合満足度”、および「保険金お支払い時お客さまアンケート（CS アンケート）」の“保険金のお支払いに関する総合満足度”を本方針やお客さま本位の業務運営の定着度合いを客観的に評価できるようにするための指標としています。

また、マネジメントから役職員に向けたメッセージを発信し、お客さま本位の業務運営についての重要性や社内の取組事例などについて周知しています。

(2) 代理店・保険募集人への教育等

(略)