

火災保険等の保険料の適正性に係る点検について

あいおい損害保険株式会社（社長 児玉 正之）は、平成 19 年 2 月より点検をすすめておりました「火災保険等の保有する全契約の保険料の適正性の点検」（以下「全契約総点検」といいます。）について、最優先の経営課題として位置付け、全契約を対象にご契約内容の適正性の点検を実施してまいりました。平成 19 年 6 月からは、対象種目を順次拡大し、1 年を目途として点検をすすめてまいりましたが、その状況について以下の通りご報告致します。

今回の点検により、多くのお客様に保険料をお返しすべきご契約があることが判明致しました。お客様ならびに関係先の皆様には多大なご迷惑とご心配をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。また、保険料を多くいただいていたお客様には、お詫びとご説明をさせていただくとともに、保険料をお返しさせていただいております。

[平成 20 年 6 月 30 日現在]

保険種目		点検対象 件数	返戻済契約	
			件数	保険料
火災保険	平成 19 年 3 月以前実施	4 万件	22,118 件	1,063 百万円
	平成 19 年 4 月以降実施	314 万件	60,752 件	2,085 百万円
	計	318 万件	82,870 件	3,148 百万円
自動車保険		701 万件	54,726 件	290 百万円
その他		157 万件	773 件	40 百万円
合計		1,176 万件	138,369 件	3,477 百万円

なお、平成 20 年 6 月 30 日現在で想定される返戻見込累計額は以下の通りです。

火災保険 : 8.4 万件、3,200 百万円
自動車保険 : 6.2 万件、326 百万円
その他 : 0.1 万件、44 百万円
合計 : 14.7 万件、3,570 百万円

今後は、既に取り組んでおります再発防止策に加え、ご契約内容の適正性確保に向けたさらなる態勢整備・強化を図り、お客様からの信頼回復に努めてまいります。

なお、本件に関するお客様からのお問い合わせは、下記のお客様専用お問い合わせ窓口（7/4 開設）で受付致しますので、あわせてご案内いたします。

【お客様専用お問い合わせ窓口】

0120-988-005（通話料無料・携帯電話・PHS からもご利用いただけます）

【受付時間】 9:00～17:00（月曜日～金曜日 土曜・日曜・祝日を除く）

※7/5(土) 7/6(日) はご利用いただけます

I. 点検の内容と状況について

平成19年2月より、火災保険の保険料誤りが多いと想定されるご契約の抽出点検を行い、平成19年4月以降は満期の都度、継続手続きの際に保険料の適正性を点検する取り組みを行いました。点検期間中に満期を迎えないご契約については、ダイレクトメールをお客様にお送りする等により、ご契約の適正性の確認を行いました。

さらに、自動車保険等、火災保険以外のご契約でも平成19年6月以降順次同様の取り組みを行いました。

1. 平成19年2～3月火災保険に係る緊急点検の実施内容と結果について

火災保険のうち、軽量気泡コンクリート（ALC）を使用している建物、2×4（ツーバイフォー）工法の建物、共同住宅（マンション）の専有部分で構造級別判定誤り（適用料率誤り）の可能性があるもの、保険金額が当社評価額を明らかに上回っており超過保険の可能性があるものを抽出・点検し、平成19年3月末には、22,118件、1,063百万円の返戻を実施致しました。

2. 平成19年4月以降の全契約総点検の実施内容について

2～3月緊急点検を踏まえて、その点検対象を全てのご契約に拡大し、以下の点検を実施しました。

(1) 点検対象および点検期間

- ・平成19年4月以降、満期を迎えるご契約、長期契約等の満期を迎えないご契約、点検開始時点から過去2年の間に未継続または解約となったご契約等の点検を実施しました。
- ・火災保険は平成19年4月1日から、自動車保険・傷害保険・第三分野商品・新種保険等については、平成19年6月1日から1年を目途に点検を実施しました。

(2) 点検の方法

①満期を迎えるご契約の点検

点検期間中に満期を迎え、継続するご契約については、家計分野商品（主に個人のお客様のご契約）は「ご契約内容確認書（以下「確認書」といいます。）」、企業分野商品（主に法人のお客様のご契約）は「引受内容チェックシート（以下「チェックシート」といいます。）」を使用して、ご契約の内容がお客様のご希望通りとなっているか、保険料が適正であるかの点検を行いました。

なお、点検を実施している中で、継続した契約では「割引適用」、満期を迎える契約は「割引未適用」となっている等、満期を迎えるご契約の是正が漏れていたケースがあったことから、継続前後で割引適用等が異なっているご契約をリストアップし、点検漏れがないか等の再確認を行っています。今後も継続的に実施する予定です。

②長期契約・自動継続契約の点検

次の2つの方法のいずれかにより点検を実施しました。

ア. ダイレクトメールによる点検

当社からダイレクトメールをお送りして、点検の趣旨をご案内の上、ご確認いただくポイントを説明した小冊子を同封し点検を行いました。

イ. 代理店・扱者、募集人による点検

代理店・扱者、募集人が面談の上点検を希望するご契約や企業分野商品など、一部のご契約については、上記①と同様に「確認書」または「チェックシート」による点検を実施しました。

③継続されないご契約等の点検

ア. 保険種目共通の取り組み（「ご契約内容の再確認について」ちらしによるお客様からのお問い合わせ対応）

本件に関する各社の調査により、他社扱の過去契約にも同様の誤りがあると考えられる場合に、日本損害保険協会（以下「損害保険協会」といいます。）作成のちらしを活用し、お客様からお問い合わせいただくようご案内しました。ちらしには弊社の問い合わせ窓口が明示されており、専用コールセンターにてお問い合わせに対応しております。今後も引き続き専用窓口にて、お客様からの問い合わせに対応してまいります。

イ. 火災保険に関する取り組み

点検開始日以降、および点検開始日前2年以内に満期を迎えたご契約のうち、継続いただけなかったご契約等については、当社からダイレクトメールをお送りして、点検の趣旨をご案内の上、ご確認いただくポイントを説明した小冊子を同封し点検を行っております。

- ・上記点検の結果、保険料の誤りが発見された場合には、過去に遡って保険料の返戻手続きを実施致しました。

(3) 点検を確実なものとする態勢整備とフォローアップ

①点検を確実なものとする態勢整備

- ・点検実施にあたり、全契約総点検・新契約の適正性を確保するためのマニュアル、引受規定面の解説書、実務面で適正な引受が行われるよう写真や図解による具体事例等を掲載した、「火災保険引受ハンドブック（平成19年3月）」「自動車保険ご契約内容確認書ハンドブック（平成19年4月）」を新規作成し、全代理店・扱者および社員に配布しました。
- ・お客様向けには、お客様が「確認書」をご記入の際、補助資料として活用していただく、小冊子「火災保険のご契約に際して」（平成19年5月）、「自動車保険のご契約に際して」（平成19年5月）を作成し、「確認書」による契約内容のご確認をスムーズに行っていただくためのツールを整備しました。また、当社ホームページ内に全契約総点検に関するコーナーを新設し、取り組みの趣旨、「確認書」を用いた確認の流れとポイント、適正な保険金額設定の方法や適用される割増引、傷害・第三分野商品の職種級別判定ツール等を掲載し、幅広くお客様に取り組み内容をご理解いただけるよう努めました。
- ・お客様からの点検内容や保険契約に関するご照会・お問い合わせ窓口として、フリーコールの照会窓口を設置し、「確認書」に表示し案内致しました。
- ・長期契約、自動継続契約のダイレクトメールによる調査に際しては、お客様からの点検内容や保険契約に係るご照会・お問い合わせ窓口として、フリーコールの照会窓口「お問い合わせセンター」を開設し、お客様ご自身による契約内容確認をサポートする態勢を整備しました。また、継続されないご契約等については、お客様からの各種ご照会・お問い合わせの対応、および契約内容訂正のための書類作成等を行う「ご契約内容確認センター」を設置しました。

[平成20年6月30日現在]

問い合わせ窓口	規模	業務内容	対応件数
お問い合わせセンター	約40名	確認書に関するお客様からの照会受付業務	14千件
		ダイレクトメールに係るお客様からの照会受付業務	92千件
ご契約内容確認センター	約50名	継続されないご契約等に関するお客様照会受付業務	11千件

②点検のフォローアップ

- ・長期契約のダイレクトメールに対して回答をいただいていないお客様、および過去を含め継続されなかったお客様については、今後とも保険料誤りが判明した際には速やかに保険料を返戻していくとともに、新聞広告や損害保険協会ホームページ、当社ホームページにて、あらためてお客様からの相談窓口をご案内しています。
- ・お客様へのご説明を確実なものとするための取り組みとして、平成19年8月より証券にアンケートハガキを同封し、適切な説明がなされたか、お客様にご理解をいただいているかの確認を行っています。アンケートハガキのお客様からの回答内容、あるいは従来から取り組んでいる「お客様の声」に基づいて、不適切な説明等による保険料誤りの可能性がある場合には、確認調査を実施しております。

3. 平成 19 年 4 月以降の点検の状況について

(1) 点検済契約および是正処理の状況

調査対象契約 1,172 万件のうち、平成 20 年 6 月 30 日現在で 116,251 件のご契約については保険料のいただきすぎが判明し、総額で 2,414 百万円のお客様への返戻を完了しております。

(2) 誤りの内容

保険種目別の是正となった項目ごとの発生状況は、火災保険については割引適用漏れ・構造級別判定誤り・保険金額設定誤りがほとんどを占め、自動車保険については安全装置等の割引適用漏れが多数を占めております。

ご契約に誤りがあった主な事例は以下のとおりです。

[平成 20 年 6 月 30 日現在]

保険種目	是正項目		概要（主なもの）	種目別 構成比
火災保険	割引の適用漏れ	計		55.1%
		地震保険 建築年割引	・昭和 56 年 6 月 1 日以降に新築された建物およびその収容家財に対する割引の適用が漏れたもの	45.8%
		省令準耐火 割引	・2×4 工法や木質系プレハブ建物などの住宅金融支援機構に関する省令に定める準耐火構造判定の誤りにより適用される保険料率が誤っていたもの	3.3%
	構造級別の判定誤り	・柱が木骨で外壁が ALC などの建物の構造判定誤りにより保険料率が誤っていたもの ・柱が木骨で外壁がモルタル等の不燃材料を使用していた場合、確認不足により誤って最劣級の構造区分の保険料率を適用していたもの	19.6%	
	保険金額の設定誤り	・時価契約において、経年減価分を差し引かず毎年同じ保険金額で継続していたため保険金額が過大となっていたもの	14.5%	
自動車 保険	割引の適用漏れ		・一定の条件を満たす自動車の安全装置等（エアバッグ、ABS、安全ボディ、横滑り防止装置、盗難防止装置、環境対策車など）を装備しているお車に適用される割引の適用が漏れたもの	91.5%
	運転免許証の色誤り		・記名被保険者（主に運転される方）の免許証がゴールド免許証の場合に適用される料率の適用を誤ったもの	4.5%

II. 保険料誤りが発生するに至った原因について

適正な保険料算出にあたっては、算出に必要な情報をお客様からいただき、その情報に基づいて、例えば火災保険では構造級別の判定、保険金額の設定、割増引の適用可否等の判断を行います。保険料誤りが発生するに至った原因としては、多様化・複雑化した商品内容を背景とした、お客様への説明不足、あるいは社員、代理店・扱者、募集人の知識不足などにより、必要な情報をお客様から十分にいただけなかったことにあると認識しております。

また、説明・知識の不足を招いた原因は、お客様への説明態勢、代理店・扱者への指導態勢や商品の開発・管理態勢における問題が複合的に絡んだ点にあり、これらの問題点を十分にチェックできていなかった経営管理態勢に不備があったものと認識しております。

1. 経営管理（ガバナンス）態勢に係る問題点

(1) 企業風土改革への取り組みが不足していたこと

弊社においては、「お客様一人ひとりの声を大切にする」ことを企業理念とし、あるいは「お客様第一主義」等を行動規範の軸としておりますが、これらのことを社内に徹底するための取り組みが不足しておりました。

具体的には、いわゆる営業偏重・業績重視の風潮が社内の一部に見られ、お客様の目線から見た品質重視の業務運営となっておらず、後述の通り、お客様への説明態勢、代理店・扱者に対する指導態勢、商品開発・管理態勢の不備およびこれらに起因する一連の問題点の発生に繋がったものと考えます。

(2) 業務品質向上への取り組みに遅れがあったこと

弊社では、お客様保護・満足度向上の観点から、社内のあらゆる業務を見直し、お客様にご迷惑をおかけする、あるいは不利益を被らせるおそれのある問題について改善を図り、お客様の目線から見た業務品質向上に取り組む態勢を構築してまいりましたが、結果としてこれらの取り組みに遅れがあったと認識しております。

具体的には、弊社としての統一された品質方針やお客様の目線に立った業務上の品質基準や具体的な品質目標が定められていなかったこと、これらを統括・推進する社内組織・態勢が明確でなかったことなどの問題がありました。

(3) お客様の声への対応態勢が確立していなかったこと

弊社では、お客様の声をお聞きする仕組みや営業・損害サービスの第一線で発生している問題を把握して解消するための仕組みを構築してきました。

しかしながら、これらの仕組みの機能発揮状況や、具体的な問題点の集約・分析結果および改善策などの重要な経営課題が経営陣に確実に伝わる態勢になっておらず、お客様保護の視点から改善すべき課題等への取り組みの優先序列化などが十分に行われておりませんでした。

(4) 内部監査態勢が不十分であったこと

代理店監査におきましても、お客様保護の観点から重要リスクを洗い出し、これらに基づく監査項目の設定や監査手法の検討が不十分でした。具体的には、募集実態を把握するなどの監査目的が明確になっておらず、監査項目の見直しなどが遅れておりました。

(5) 経営管理態勢に不備があったこと

以上の通り、弊社としましては、お客様の目線に立った業務品質向上が最重要であるとの経営陣の認識のもと、種々の改善活動に取り組んでまいりましたが、結果的にそれぞれの取り組みにおいて不十分な面あるいは遅れがあったこと、また、後述の通り広範囲にわたり態勢上の問題点が発生したことは、弊社の経営管理上の機能発揮が不十分であったことに起因したものと認識しております。

2. お客様への説明態勢に係る問題点

保険料算出の基礎となる建物の構造・用法、あるいは各種割引適用に必要な建物や自動車の性能等に関する情報の重要性や確認方法をお客様に十分にお知らせしていなかったこと、お客様からこれらの情報を正しくいただく方策を十分に講じてこなかったことに問題があったと認識しております。

(1) パンフレット等各種説明ツールがお客様の目線に立って作成されていなかったこと

- 度重なる新商品開発・商品改定が行われ、商品・規定が複雑化したことによりお客様への募集ツール自体も複雑化しわかりにくいものとなっていました。
- 募集ツール上に正しい保険引受のためにお客様からいただきたい情報についての記載が不足していました。
- 代理店・扱者を介さずに、会社が直接お客様のご契約内容の照会へ対応すること、あるいはわかりやすくご契約内容をお知らせする仕組みの構築に遅れがありました。

<本要因が主因と考えられる誤りの事例>

- 火災保険では、パンフレットに適用可能な割引・保険金額の設定方法・構造級別の判定方法など適切に契約するための情報が記載されていないことから、お客様へ正しい情報が伝わらず、割引適用漏れ・保険金額設定誤り等の各種誤りに繋がったものと考えます。
- 地震保険の割引では、制度創設時のご案内が単に割引が新設された旨の案内に止まり、割引に必要な書類の提出などを十分に説明していなかったことが、割引適用漏れに繋がったものと考えます。
- 自動車保険では、パンフレットに割引を掲載していましたが、割引メリットの訴求を中心とした記載となっており、お客様が割引の適用条件をご理解いただける内容とはなっていないことが、各種安全装置関連の割引適用漏れに繋がったものと考えます。

(2) お客様のご意向等を適切に把握する手法が確立されていなかったこと

- 募集時において、お客様のご意向に合致しているか、お客様の有する情報を正しく引き出したか、適正なご契約条件となっているかを確認する手法が十分に確立できておりませんでした。

<本要因が主因と考えられる誤りの事例>

- 火災保険の構造級別判定は、外壁のみでは判断できず、柱・はり・屋根などの建物に関する情報が必要となりますが、こういった情報を的確に把握することを怠ったことが構造級別判定誤りに繋がったものと考えます。
- 火災保険の保険金額設定は、本来、時価契約では再調達価額を基準に毎年の経年減価分を差し引いて保険金額を設定する必要があるにもかかわらず、継続手続時におけるお客様への確認を十分に行えていなかったことが誤りに繋がったものと考えます。

3. 代理店・扱者に対する指導態勢に係る問題点

- 新商品発売や商品改定の際には代理店・扱者、募集人に対する研修を行っていましたが、商品面の理解や販売手法の習得が中心となり、正しい保険引受けに必要な商品知識・業務知識の習得が浸透し切れていませんでした。
- 商品の複雑化やラインナップの拡充に伴い、募集人に求められる商品知識等のレベルの上昇に見合う教育・育成態勢が必要でしたが、態勢整備が不十分であったため、お客様に正しく説明できずにご契約に必要な情報を入手できていないケースがありました。

<本要因が主因と考えられる誤りの事例>

- 火災保険では、商品数が多くかつ商品により割引の適用の可否・内容が異なるにもかかわらず、代理店・扱者、募集人への教育・指導が十分でなく、結果としてお客様に説明・確認を怠り、各種割引適用漏れに繋がったものと考えます。
- 火災保険の構造級別の判定にあたっては、一部専門的な知識が必要な複雑な規定となっておりますが、構造級別判定の専門的な知識習得に向けた教育・指導を十分に行っておらず、正しい知識がないまま販売していたことが誤りに繋がったものと考えます。
- 自動車保険では、免許更新により免許証の色が変更となっているにもかかわらず「前年と変更なし」との申告に基づきそのまま保険料を算出するなど、お客様への説明・確認が不十分であったことが、免許証の色の誤りに繋がったものと考えます。

4. 商品開発・管理態勢に係る問題点

(1) 商品内容が多様化・複雑化したこと

従来の商品開発は、独自性ある商品の開発・提供を第一義として取り組んでまいりましたが、このことが却って商品ラインナップの多様化や割引の複雑化を招き、社員、代理店・扱者、募集人の商品に関する理解の促進を妨げ、結果としてお客様に対する正しい商品内容の説明などが行われずに、多くの誤りに繋がったものと考えます。

<本要因が主因と考えられる誤りの事例>

- 火災保険の各種割引は、保険自由化以降多様化し、類似商品が多数存在するにもかかわらず、商品ごとに適用可能な割引・内容が異なり複雑となっていることが誤りに繋がったものと考えます。

(2) システム手当ておよび事務処理等の整備が不足していたこと

保険料が不適正な契約を防止・抑制するシステムチェックおよび事務処理を含めた点検態勢が十分に整備・発揮されていませんでした。

<本要因が主因と考えられる誤りの事例>

- 火災保険の構造級別について、申込書に建物の構造等を記入する欄がありますが、記載内容と実際の構造級別との相関チェックがないなど、誤りを防止・抑制するシステムチェックを行えていなかったことが誤りに繋がったものと考えます。
- 火災保険の割引について、保険証券上には適用している割引等を表示していないため、ご契約後にお客様が適用されている割引等を確認できないことが誤りに繋がったものと考えます。
- 自動車保険では、保険料試算時に、お車の型式情報から安全装置等の有無を自動反映（当該装置がオプション装備の場合はその旨を表示）する機能が一部の安全装置で未対応であったことが誤りに繋がったものと考えます。

Ⅲ. 発生原因分析を踏まえた再発防止策

1. 経営管理（ガバナンス）態勢および顧客保護等管理態勢の改善・強化

後述の通り、お客様への説明態勢、代理店・扱者に対する指導態勢、商品開発・管理態勢に係る各種再発防止策を実施していくとともに、以下の改善策に取り組んでおります。

（1）企業風土の改革

平成19年4月、業務品質向上とコンプライアンスを中心に、お客様本位・信頼性・透明性等を柱に据えた新中期経営計画【「お客様本位の会社」に向けた会社改革－IOI Quality for the Customer－】を策定し、全社員に徹底しております。

（2）業務品質向上に向けた具体的な取り組み

平成19年7月に業務品質管理部を設置し、お客様と直接関わりある業務の品質全般を検証、改善策の提言や各部門への改善勧告を行うこととしました。

全ての業務プロセス（商品開発－保険募集－契約管理－保険金支払い）における業務品質の向上に向け、正確・迅速・誠実・コンプライアンスなどを柱とした「品質方針」を策定しました。

また、お客様と接点のある業務については、各部門別に「品質改善テーマ」を定め、それぞれのテーマごとに数値化できる「品質目標」を設定、月例で達成状況を把握するとともに、後記業務品質向上委員会に報告し、必要に応じて改善対応策を検討・実施するなど、PDCAマネジメントの実践に努めております。

（3）お客様保護に係る取組みの強化

①お客様保護に係る諸課題への経営陣の関与強化および報告態勢整備

平成19年7月に業務品質向上委員会を設置し、お客様本位の会社の実現に向けた各種業務プロセス・仕組みの検証、業務改善課題への対応状況を審議するなど、業務品質の向上を推進しております。取組内容については、後述のお客様の声への対応状況とあわせ、定期的に経営会議・取締役会に報告することで、問題・課題について共有化を図り、適宜・適切な経営陣からの指示が行える態勢を整備しました。

②お客様の声への対応態勢・モニタリング等の強化

業務品質管理部が中心となり、保険商品・サービスや業務運営等において、お客様からの苦情・提言・要望等「お客様の声」に基づいた改善に積極的に取り組んでおります。

これらの取り組みにより、

- ・自動車保険証券の年齢条件の表示方法の改善
- ・自動車保険継続おすすり時の保険料表示改善
- ・漢字水準の向上
- ・パンフレットの表現の簡易化
- ・火災・自動車・傷害・第三分野の確認書の改訂
- ・聴覚障害の方への事故受付FAX対応、訪問サービス 等を実現してきました。

また、後記2.（3）のとおり、平成20年4月よりWeb方式のお客様アンケートを開始し、募集実態に係るモニタリング検証はもとより、改善要望についても収集できるシステムを構築しております。

なお、弊社にお寄せ頂いたお客様の声の内容や、対応状況・業務改善の取組み等については、当社ホームページに掲載しております。

（4）内部監査態勢の強化

内部監査につきましては、お客様保護の視点から重要リスクを洗い出し、監査項目に加えるなどの態勢強化を図っております。具体的には、毎年実施する代理店監査において、従来から実施してきた監査手法・着眼点をお客様保護の観点から大幅に見直し、募集実態の把握（苦情からのアプローチ等）にウェイトをシフトしました。

2. お客様への説明態勢の改善・強化

(1) 契約適正性確認の永続的な取り組み

平成 19 年度は「全契約総点検」取り組みにあわせて、「確認書」にてお客様のご意向を確認し、保険料算出に必要なご契約内容、割増引等について代理店・扱者、募集人がお客様と共に確認する取り組みを実施してきました。

今後も、意向確認に加えて保険料の適正性を確認する取り組みを永続的に行います。

お客様のご意向の確認をより確実に実施できるよう、確認書を申込書の付属書類として提供、または申込書に組み入れるなど、取り組みを強化してまいります。

(2) 募集ツール等の改善

①募集ツール等の作成ルールの見直し

平成 19 年 2～3 月緊急点検を踏まえ、火災保険パンフレットに「建物の保険金額設定にあたっては土地代を含めないこと」など、誤りやすい内容について、募集文書への注意文言追加を徹底するとともに、平成 19 年 8 月に募集文書作成要領（ルール）である「ガイドブック」の改訂を行い、記載ルールの見直しを実施いたしました。また、平成 20 年 1 月には商品開発部門ですすめている「わかりやすい自動車保険」等の内容を反映したガイドブック追補版を策定しており、今後とも継続してルールの見直しを図ってまいります。

②お客様向け説明ツールの改善・拡充

保険料の不備が多かった事由を中心に、お客様向けの説明ツールを以下のとおり大幅に改善・拡充いたしました。また、今後とも「お客様の声」等を通じて継続した見直しを図っていく予定です。

(主な取り組み例)

内 容	種 目	時 期
・補償内容から保険契約時の注意点・各種割引などを記載した冊子タイプの総合パンフレットを作成し提供しました。	火災・自動車・傷害・ 第三分野の主要種目	H18/ 2 以降順次 実施
・ご契約内容の再確認のための「確認書」および「確認書ガイド」(注)を作成し提供しました。 (注) 例えば、自動車保険では安全装置等の割引についてお客様ご自身でも割引の適用可否をご確認いただけるフローチャートを掲載しています。	全種目	H19/ 4
・確認書の申込書内への項目取込みを実施しました。 今後対象種目の拡大を順次行う予定です。	自動車	H20/ 7
・上記以外の保険種類については、確認書の申込書との一体化(帳合)を実施しました。	火災(家庭総合保険) 自動車以外全種目	H20/10 H20/ 4
・全契約総点検の状況およびお客様の声等に基づきパンフレット記載内容を改善しました。	全種目	順次実施
・地震保険の各種割引に関する必要な確認書類の説明チラシを作成し提供しました。	火災	H19/10
・契約締結後にご契約内容の再確認が可能なイラスト入りの説明文書を「証券」に同封しました。	自動車	H19/ 4
・ホームページに適正な契約締結のポイントを掲載し、お客様が容易に確認できるよう改善を図りました。	火災・自動車・傷害・ 第三分野	H19/ 4
・ホームページに職種級別判定ツールを掲載し、お客様が容易に確認できるよう改善を図りました。	傷害・第三分野	H19/ 8

(3) モニタリングの強化

平成19年8月下旬より開始した証券同封アンケートハガキを発展させ、平成20年4月より「Webアンケート」を開始しております。アンケートのWeb化に伴い、対象を個人・法人を含む全種目（一部特定の保険種類を除く）に拡大するとともに、質問数についても大幅に拡大（3問→28問）し、ご契約の際に適切に説明がなされたかを確認する取り組みを実施しています。「Webアンケート」の返信内容や、従来から取り組んでいる「お客様の声」等に基づいて、不適切な説明等による保険料誤りの可能性がある場合には、確認調査を実施してまいります。

加えて、「Webアンケート」では、保険契約全般に関するお客様の期待内容・評価・満足度も正確に把握できるよう改善・強化を図りました。

今後も、いただいた貴重なご意見・ご要望を会社の施策に反映させる取り組みをすすめてまいります。

(4) ホームページを通じた「商品情報」「ご契約内容」等の情報開示の徹底

新商品発売時や商品改定時には、当社ホームページにおいて、補償内容や保険料の合理性だけでなく、適正な保険金額設定、割引等の保険料算出条件、通知義務に係る情報開示を徹底してまいります。

また、ホームページ内のマイページ機能を活用し、お客様が保険期間中にいつでもご契約の条件を確認・変更できる機能の充実を図ってまいります。

(5) 長期契約の保険期間中のお客様への契約内容確認の仕組み構築

平成20年度より定期的に契約内容を通知するダイレクトメールの送付を実施してまいります。これにより、火災保険等の長期契約については転居時の住所異動手続きの促進や、保険期間中にお客様がご契約内容を見直す機会の確保を図ってまいります。

また、あわせて保険の目的、被保険者の範囲、職種変更等、ご契約内容に影響のある変化が生じた際、お客様から通知をいただきやすくするため、契約内容に関する相談窓口をホームページでご案内する等、環境の整備に努めてまいります。

3. 代理店・扱者、募集人に対する指導態勢の改善・強化

(1) 募集人教育体系の刷新

当社の募集人教育体系での「募集人資格試験」に更新制度を導入し、さらに損害保険協会の「保険商品教育制度」に参画し、その試験合格者・研修修了者に対し、当社の「普通資格」を認定することで、募集人教育の徹底を図ります。

今後、新商品発売や大規模な商品改定時を中心に独自の商品研修を実施し、募集人単位に研修受講履歴を管理することで漏れのない対応を図ってまいります。

なお、第三分野商品（健康総合保険）では平成19年4月より独自の販売資格制度を開始し、平成19年8月以降は同資格の取得者以外は販売を行えない仕組み（計上時の機械チェックを導入済）としました。

① 損害保険協会の「募集人資格試験更新制度」「保険商品教育制度」への参画

募集人のコンプライアンス面の資質向上と最新の業務知識の理解度を定期的に検証するために、平成20年6月より「募集人試験更新制度」へ参画し、未受講・不合格の募集人に関しては、募集人登録・届出を廃止し、お客様保護を図ってまいります。

また、当社の募集人教育体系の一部を構成する資格として、損害保険協会が実施する「保険商品教育制度（商品専門試験・商品専門研修）」を導入いたします（平成20年11月試験開始）。特に商品専門研修に関しては、その実施を極力前倒して行うことにより、当社募集人の知識・能力の一層のレベルアップを早期に図ります。

② 募集人単位の研修を実施するための社内態勢の整備

「募集人資格試験更新制度」「保険商品教育制度」の導入を機に、「コンプライアンス」「商品業務知識」をテーマとした地域単位の代理店・扱者、募集人教育態勢を構築してまいります。

「募集人資格試験更新制度」「保険商品教育制度」による商品知識・業務知識面の資質向上だけに止まらず、研修カリキュラムの体系的な整備をすすめ、お客様に真に理解・納得していただくための対応力強化に向けた研修態勢を整備してまいります。

③当社独自の「販売資格制度」の第三分野以外への拡大

「保険商品教育制度」をベースに、新商品発売や大規模な商品改定時には、独自の商品研修（確認テストを含みます）を実施し、「保険商品教育制度」での資格と併せて、募集人単位に当社独自の販売資格を付与することを検討してまいります。

なお、本資格制度の導入にあたり、新商品発売や大規模商品改定時には、十分な販売準備期間を設け、研修を徹底してまいります。

(2) 代理店・扱者、募集人指導を担う社員への徹底した教育・研修

従来から、代理店・扱者、募集人指導を担う社員向けのハンドブック等のツールを作成し商品知識・業務知識習得を促してまいりましたが、今後さらに、「e-ラーニング」「社員講師養成集中講座」を実施し、あわせて、習得状況の社員の人事評価への反映や部門表彰制度への業務品質水準の反映を行うことにより、社員の指導力の向上を図ってまいります。

4. 商品開発・管理態勢の強化

(1) 商品開発方針の策定・実践による商品開発の品質確保（平成18年12月策定・実践開始）

お客様保護の強化とお客様から評価・信頼・支持される商品の開発・提供のため「商品開発方針」を策定するとともに、この方針の実行と開発態勢の構築・確保に向けた「行動指針」を定め、お客様目線で商品開発を行う態勢に変革し、業務品質の向上に努めることとしました。（平成18年12月）

具体的には、商品開発時のルールを定めた「業務要領」を改定し、商品の開発工程ごとに品質基準を定め、開発業務の適切性とお客様目線で業務品質が確保できているかを「チェック項目リスト」で重点的に点検するなど、商品開発態勢を改善・強化いたしました。新商品発売、改定にあたっては、ツールの準備状況や研修等の発売準備が整っているかなどを最終点検の上、発売可否を判断することといたしました。今後も、これらの自ら定めたルールに基づき適切な商品開発を行ってまいります。

(2) 多様化・複雑化した商品の簡素化・明確化の徹底

お客様への説明態勢の強化の観点から、種目共通で商品ラインナップの整理、割引規定の削減、特約の統廃合、費用保険金の廃止など商品を簡素化するとともに、「お客様がご自身でご理解いただけるか」を基本に、パンフレットや申込書・証券・約款等に同じ言葉・イラストを使用するなど、商品の「わかりやすい」化を図ってまいります。

	内 容	時 期
火災保険	①商品・特約の一部簡素化 個人分野の火災保険である「住宅火災保険」「住宅総合保険」を廃止し、当社の当該分野の主力商品である「家庭総合保険」に一本化しました。併せて、販売件数の少ない特約や補償内容自体が難しく理解が困難な特約を中心に9特約を廃止し、商品の簡素化を図りました。	H19/ 4
	②「わかりやすい家庭総合保険」の発売 ・多種多様な保険金と特約のラインナップを大幅に簡素化します。（特約数 158→65） ・超過保険等の問題が生じやすく、保険金支払基準が時価となっている長期契約の販売を停止します。 ・誤りの多かった評価額算出については、申込書の評価欄に評価額算出に必要な情報の入力を徹底し、その情報に基づき継続時に評価額を再算出のうえ、お客様への評価額見直しの提案を行うこととします。 ・お客様にお渡しするパンフレット・申込書・約款など各種ツールを「お客様ご自身でご理解いただける」内容に刷新します。	H20/10
	③更なる商品面のわかりやすさの追求 「家庭総合保険」以外の商品のわかりやすさの追求と構造級別判定および各種割引制度の簡素化をすすめます。	H21 年度 予定

	内 容	時 期
自動車保険	①一部特約の販売停止 <ul style="list-style-type: none"> 平成 18 年以降、販売件数の少ない、あるいは類似の特約があり商品の複雑さを招いている 18 特約を廃止し、簡素化を図りました。 また、平成 19 年 4 月からは、パンフレット、重要事項説明書などの募集ツールを抜本的に改訂し説明態勢強化を図りました。 ②「わかりやすい自動車保険」の発売 <ul style="list-style-type: none"> お客様のご意向を正しく確認し、それを補償内容に反映できるよう、自動車保険を抜本的に見直しました。 本改定では、お客様や代理店・扱者、社員および消費者代表や有識者代表（弁護士等）の方々のご意見を可能な限り反映し、「お客様ご自身でご理解いただける」商品とすべく、「イラスト」や「ことば」を各募集ツールにおいて共通して使用するなど、“見やすさ”を追求した見直しを行いました。 また、主力 3 商品（個人総合自動車保険、家庭用総合自動車保険、事業用総合自動車保険）で販売する特約の総数を 301 特約から 202 特約と大幅に削減し、商品の簡素化を図りました。 	H18 年度 H19/ 4 H20/ 4
傷害・ 第三分野	①商品・特約の一部簡素化 <ul style="list-style-type: none"> 平成 19 年 4 月に積立傷害保険を職業級別のない「積立スタンダード傷害保険」に一本化し、今後も商品数の削減（30→22）、特約数の削減（50 特約廃止）を実施する予定です。 また、平成 21 年度内に現在の傷害保険の特約数を 1,200 超から 600 以下とする予定です。 ②「わかりやすい商品」へ刷新 当社独自商品を平成 21 年度を目処に、わかりやすい商品へ刷新する予定です。	H19/ 4 H21 年度 予定 H21 年度 予定

(3) システムチェックの改善・強化

是正契約件数の多い火災保険等を中心に、以下のとおり募集前の注意メッセージ表示の強化や、募集後の申込書類の点検等に万一漏れが発生した場合のシステムチェック機能の改善・強化を行っており、今後とも継続して改善・強化を図ってまいります。

<既に実施した主な内容>

- 火災保険の継続申込書に外壁が ALC や不燃材料の場合の構造級別判定に関する注意メッセージを表示しました。
- 地震保険「建築年割引」適用漏れを排除するため、地震保険引受時には「建築年月」を必須記載とし、記載がない場合は契約計上時にエラーとしました。
- 自動車保険の保険料試算時に、お車の型式情報から安全装置等の有無を自動反映（当該装置がオプション装備の場合はその旨を表示）する機能を、一部未対応であった安全装置についても対応しました。
- 傷害保険の契約計上時に職種級別と職種コードとの相関チェックを実施しました。

<今後さらに強化する主な内容>

- 火災保険の申込書内の評価に必要な情報欄を刷新し、本評価欄に評価情報を記入することで継続時に評価情報に基づく「評価額の目安」をシステムで再算出することを検討しております。（平成 21 年度内実施予定）

以上