

# お客さま本位の業務運営方針 2021年度 上半期(4~9月) 取組状況

2021年11月

チューリッヒ保険会社



# 方針1

## お客さま本位の業務運営方針 の策定・公表

チューリッヒ・インシュアランス・グループが大切にする「すべてはお客さまのために」という精神に基づき、お客さま本位の業務運営を実現するための「お客さま本位の業務運営方針」を策定し、ここに公表します。また、より良い業務運営を実現するため、必要に応じて定期的な見直しを実施します。

日頃より、チューリッヒ保険会社をお引き立ていただき、厚く御礼申し上げます。

当社は、世界215以上の国と地域で保険商品・サービスを展開している、チューリッヒ・インシュアランス・グループの日本支店として1986年に設立されました。個人のお客さまに対して、ダイレクトチャネルや提携チャネルなどを通じて幅広い保険サービスをご提供しています。

当社は企業理念である「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づき、お客さまの期待を上回るサービスの提供に全社をあげて注力しております。

当社は、消費者庁が推進する消費者志向経営に誠実に取り組むことを自主宣言し、その宣言の中でお客さま本位の業務運営方針を明示しております。[\(こちら\)](#)

以下に掲げる6つの方針に従って、2021年度の実績状況について、本資料で報告させていただきます。

- ◆ 2021年度上半期の取り組みトピック
- ◆ 方針1 お客さま本位の業務運営方針の策定・公表
- ◆ 方針2 お客さまの最善の利益の追求
- ◆ 方針3 利益相反の適切な管理
- ◆ 方針4 重要な情報のわかりやすい提供
- ◆ 方針5 お客さまにふさわしいサービスの提供
- ◆ 方針6 従業員に対する適切な動機づけの仕組み

## トピック1

### WeCareプロジェクトを通じた 社会貢献

当社は、2021年1月20日～7月31日の期間、当社の自動車保険、バイク保険、傷害保険、医療保険のご契約や事故報告などの各種お手続きにおいて、お客さまがインターネットで手続きされた場合、その件数に応じて、当社が寄付を行う「WeCare」プロジェクトを実施しました。この取組みに対してお客さまからのご支持をいただき、インターネットお手続き件数は703,580件（達成率101%）、寄付金額は35,179,000円と、目標件数を上回ることができました。

**方針2 お客さまの最善の利益の追求  
に関連した取組み。**

当社は、日本赤十字社とセーブ・ザ・チルドレンの2団体へそれぞれ17,589,500円を寄付いたしました。またチューリッヒ・インシュランス・グループの財団法人Zチューリッヒ基金※（所在地：スイスチューリッヒ市）からも同額がマッチングされ、総額約7,000万円が両団体へ寄付されることになりました。寄付金は、日本赤十字社の国内災害救護活動、セーブ・ザ・チルドレンの日本の子どもの貧困問題解決、虐待予防事業などの活動資金、コロナ緊急支援「子どもの食応援ボックス」に使われる予定です。



特設ウェブサイト

<https://www.zurich.co.jp/wecare/>

ニュースリリース

[https://www.zurich.co.jp/-/media/jpz/zrh/pdf/pr/2021/NewsRelease\\_20210928\\_ZurichInsuranceCompanyLtd.pdf](https://www.zurich.co.jp/-/media/jpz/zrh/pdf/pr/2021/NewsRelease_20210928_ZurichInsuranceCompanyLtd.pdf)

プロジェクト実施期間（※）は2021年7月31日（土）をもって終了しました。

（※）お手続きが寄付の対象となる期間

## トピック2

### 生前整理/遺品整理業者紹介・割引サービス開始

当社は、特定非営利活動法人日本遺品整理士連合会（北海道千歳市、理事長：木村榮治、以下「日本遺品整理士連合会」）と提携し、2021年8月4日より、当社のシニア傷害保険※1のお客さまに対し「生前整理/遺品整理業者紹介・割引サービス」を開始しました。「生前整理/遺品整理業者紹介・割引サービス」の概要※2  
当社はシニア傷害保険の被保険者さま（遺品整理の場合は、そのご遺族さま）に対し、日本遺品整理士連合会に登録されている遺品整理業者の紹介と、生前整理・遺品整理の通常代金の5%割引サービスを提供します。

方針5 お客さまにふさわしいサービスの提供に関連した取組み。

この「生前整理/遺品整理業者紹介・割引サービス」は、当社のイノベーション創出を目的としたタスクフォースから生まれた提案をもとに導入したものです。このように当社は今後も「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づき、お客さまにとってより価値のある魅力的な商品やサービスの提供に努めてまいります。

#### シニア傷害保険の被保険者さま限定 生前整理/遺品整理業者紹介・割引サービス

ご家族の負担軽減

手間・時間の削減

特別価格でご提供  
通常代金より5%割引

生前整理または遺品整理を行うに際し、  
遺品整理業者の紹介および  
通常代金から5%の割引を受けられる  
サービスです。

本サービスのご利用で、このような悩みを解決！

- 高齢のため体力的に片づけがしにくい
- 荷物が大量にありどこから手をつけたらよいかわからない
- 片づけを業者に頼みたくてもよい業者がわからない

※1 シニア傷害保険は、約120万人（2021年7月時点）のお客さまにご加入いただいている当社主力商品のひとつです。詳しい商品・サービスの情報は公式ウェブサイトをご確認ください。URL:

<https://www.zurich.co.jp/pa/senior/>

※2 このサービスをご利用いただけるのは、シニア傷害保険の被保険者さま（遺品整理の場合は、そのご遺族）のみとなります。詳しいご利用条件は公式ウェブサイトにてご確認ください。URL:

[https://www.zurich.co.jp/pa/senior/service\\_seiri/](https://www.zurich.co.jp/pa/senior/service_seiri/)

## トピック3

### 「あおり運転実態調査」の実施

2018年から毎年、あおり運転の実態調査をし、弊社公式ウェブページやニュースリリースで調査結果を公表しています。当社のご契約者さまに限らず幅広く一般に公開し、ドライバーの皆さまが安全にカーライフを楽しめるよう、情報を発信しております。また、調査結果は新聞やテレビの情報番組などで活用されています。

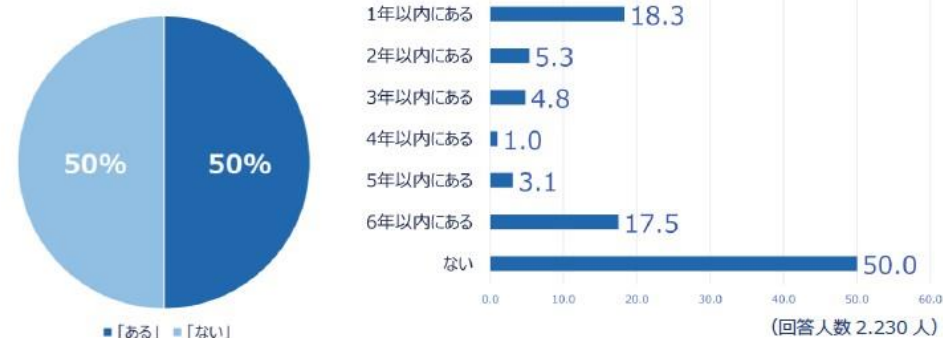
**方針4 重要な情報のわかりやすい提供に関連した取組み。**

4年目となる、全国のドライバー2,230人を対象とした「あおり運転実態調査」を2021年も実施しました。本調査では、専門家の見解も交え、あおり運転の実態と、あおり運転に遭わないための工夫やあおり運転に遭ってしまった場合の対処法などを公開しています。当社は今後もドライバーの皆さまが安全にカーライフを楽しめるよう情報発信を続けてまいります。

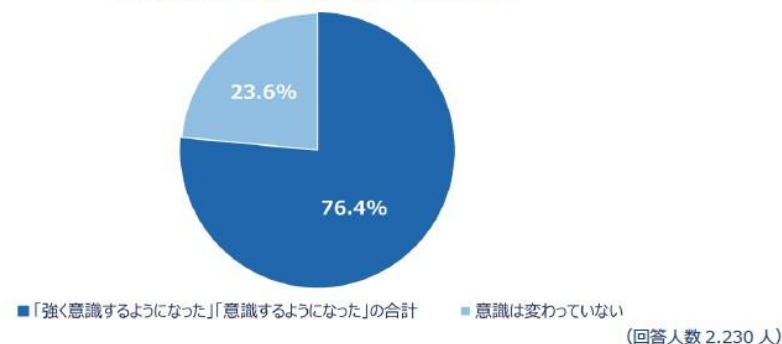
ニュースリリース

[https://www.zurich.co.jp/-/media/jpz/zrh/pdf/pr/2021/NewsRelease\\_ZurichInsuranceCompanyLtd\\_20210817.pdf](https://www.zurich.co.jp/-/media/jpz/zrh/pdf/pr/2021/NewsRelease_ZurichInsuranceCompanyLtd_20210817.pdf)

「あおり運転」をされた経験はありますか？



近年の「あおり運転に関する報道」をうけて、「あおり運転」を受けないよう以前よりも意識して運転するようになりましたか？



## 方針2

### お客様の最善の利益の追求

お客様中心主義と高い倫理観に立脚し、お客様の声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用し、「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づいて、お客様の最善の利益を追求し、お客様によりご満足いただける保険商品・サービスを提供します。お客様の信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。

#### 「お客様の声」をしっかり受け止める体制

- 毎月、各事業部門やお客様相談室などが集まるお客様の声運営会議で「お客様の声」を共有し、改善に向けて活動しています。
- 四半期ごとに、マネージメントメンバーで構成されるお客様の声委員会で、お客様の声に基づく改善活動を報告する体制にしています。
- マネージメントメンバーが、お客様とケアスタッフの実際の通話を聞き、商品・サービスの改善やスタッフの育成に生かしています。

「お客様の声」の受付状況や改善事例は当社ウェブサイト公表しています。

[受付状況](#) [改善事例](#)

## 方針2

### お客さまの最善の利益の追求

お客さま中心主義と高い倫理観に立脚し、お客さまの声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用し、「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づいて、お客さまの最善の利益を追求し、お客さまによりご満足いただける保険商品・サービスを提供します。お客さまの信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。

### Consumer Opinion Forum（消費者の方からご意見を伺う取組み）

お客さまのご意見をサービスや商品に反映させるために、一般消費者の方へインタビューをさせていただき取組み「Consumer Opinion Forum」を2020年1月から開始しました。インタビューでいただいた声は、さらなるサービスの向上に活用しております。

インタビュー実施実績 2021年4月～9月：30回実施

#	実施月	インタビュー内容	インタビュー回数
1	5月	新商品開発のためのニーズ調査	10
2	6月	ウェブページの使いやすさについて	5
3	6月	保険金請求ウェブページの使いやすさについて	5
4	7月	新商品開発のためのニーズ調査	7
5	9月	自動車保険の意識調査	1
6	9月	自動車保険を新規で検討する際のお客さまの視点について	1
7	9月	自動車保険の他社からの乗り換えを検討する際のお客さまの視点について	1

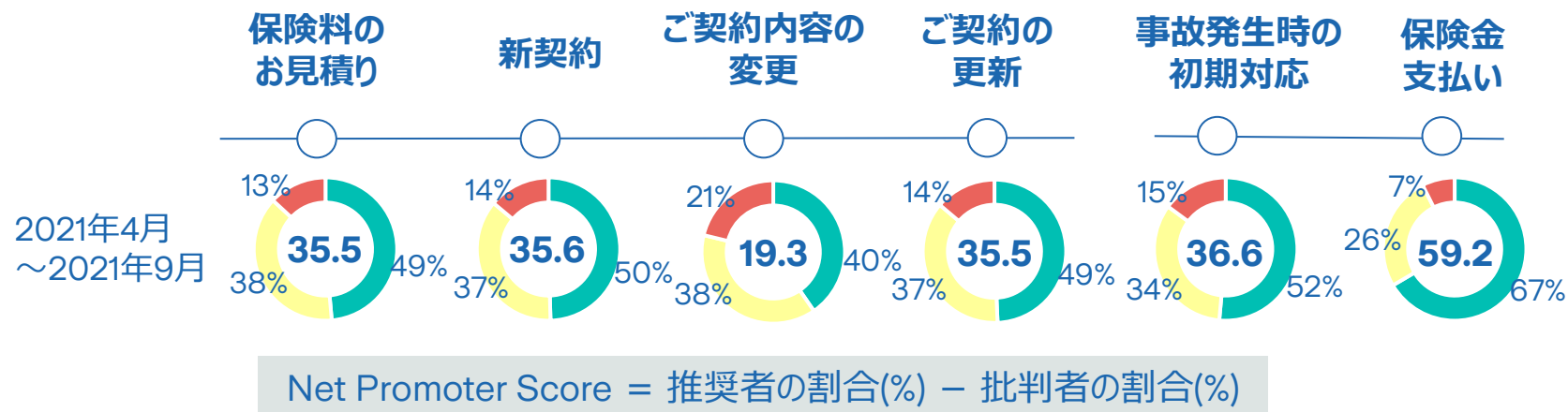
## 方針2

### お客さまの最善の利益の追求

お客さま中心主義と高い倫理観に立脚し、お客さまの声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用し、「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づいて、お客さまの最善の利益を追求し、お客さまによりご満足いただける保険商品・サービスを提供します。お客さまの信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。

### Net Promoter Score® (NPS)調査

「保険料のお見積り」「新契約」「ご契約内容の変更」「ご契約の更新」「事故発生時の初期対応」「保険金支払い」の6つのお手続きでNPSアンケートを実施しています。



Net Promoter Score® NPSは、ベイン・アンド・カンパニーのフレッド・ライクヘルド氏が提唱した顧客ロイヤルティを測るための指標です。「チューリッヒの商品をご家族やご友人にお薦めしますか？」という質問に回答いただき、計測します。10-0の11段階の評価を以下の3つのグループにわけて、算出します。

- 10-9 : 薦める (推奨者)
- 8-7 : どちらでもない (中立者)
- 6-0 : 薦めない (批判者)





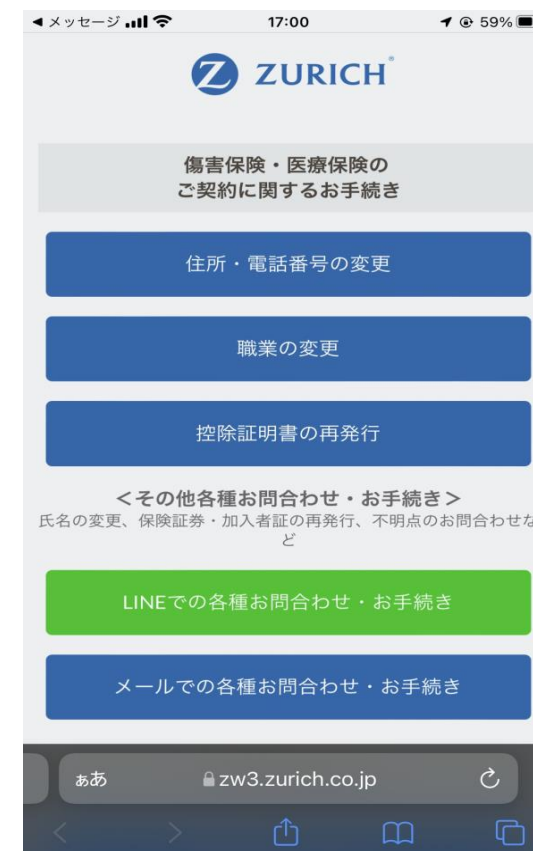
## 方針2

### お客さまの最善の利益の追求

お客さま中心主義と高い倫理観に立脚し、お客さまの声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用し、「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づいて、お客さまの最善の利益を追求し、お客さまによりご満足いただける保険商品・サービスを提供します。お客さまの信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。

### ショートメールサービスでURLを送信し、ウェブサイトをご案内するサービスの開始

「クレジットカード会社など団体を通じて加入する傷害保険・医療保険のコールセンター非営業日でも問い合わせに対応して欲しい。」という声を基に、「よくあるご質問のURLをショートメッセージで送信ご希望の場合は「1」を」というアナウンスを営業時間外でも流し、ウェブサイトのFAQへ誘導し問題を解決できるようにしました。



## 方針2

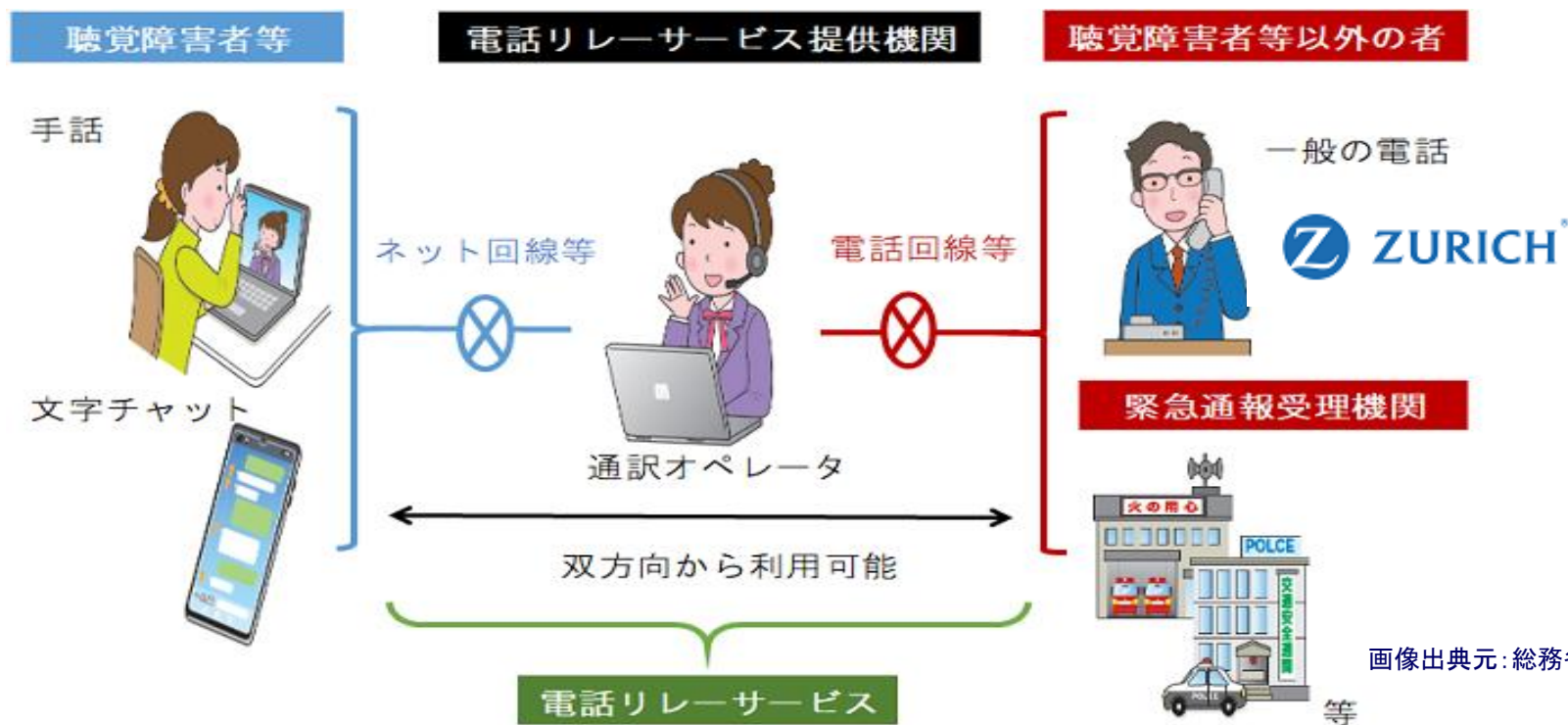
### お客さまの最善の利益の追求

お客さま中心主義と高い倫理観に立脚し、お客さまの声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用し、「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づいて、お客さまの最善の利益を追求し、お客さまによりご満足いただける保険商品・サービスを提供します。お客さまの信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。

### 電話リレーサービスへの対応

電話リレーサービスとは、聴覚や発話に困難のある方（以下「聴覚障害者等」といいます。）と聴覚障害者等以外の者との会話を、通訳オペレータが手話・文字と音声を通訳することにより電話で双方向につながりサービスです。「聴覚障害者等による電話の利用の円滑化に関する法律」（令和2年法律第53号）が制定され、公共インフラとしての電話リレーサービスを適正かつ確実に提供することができる者を、総務大臣が「電話リレーサービス提供機関」として指定することとなっています。令和3年7月1日から開始しました。詳しくは以下のURLをご覧ください。

<https://nftrs.or.jp/>



画像出典元: 総務省

## 方針2

### お客さまの最善の利益の追求

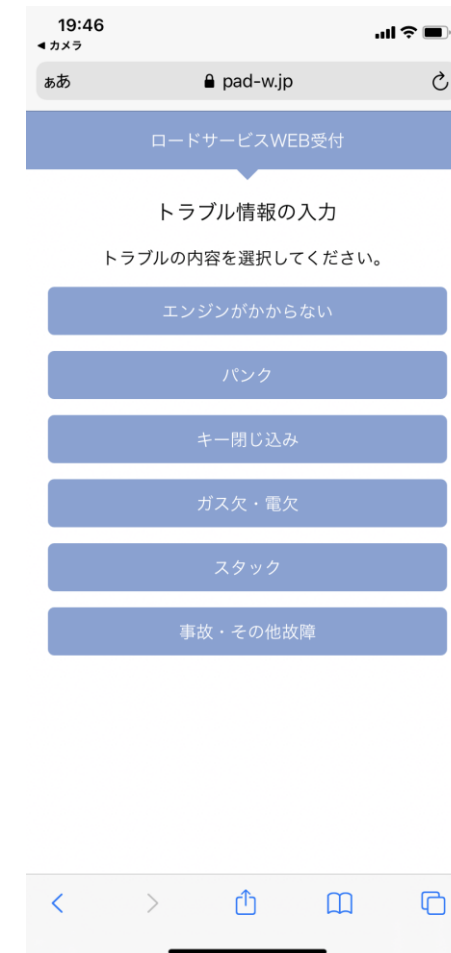
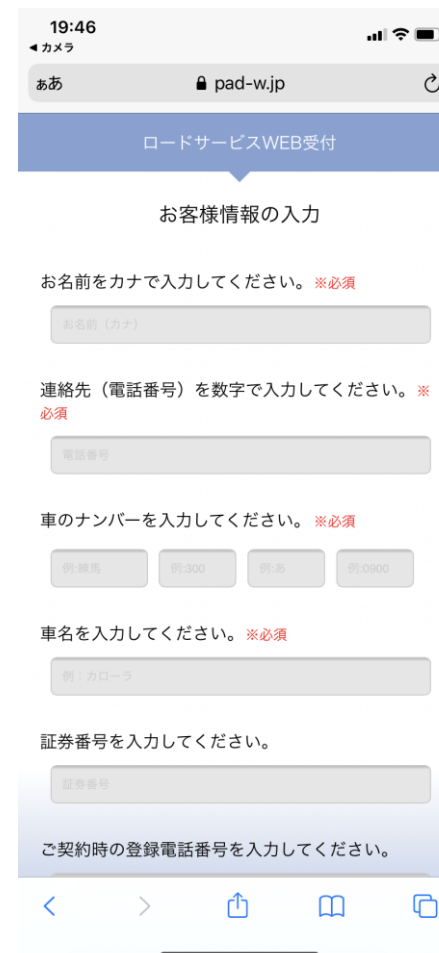
お客さま中心主義と高い倫理観に立脚し、お客さまの声を経営資源のひとつと位置づけて改善・向上に活用し、「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づいて、お客さまの最善の利益を追求し、お客さまによりご満足いただける保険商品・サービスを提供します。お客さまの信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。

### ウェブサイトでのロードサービス受付画面への入口設置

お客さまの利便性向上のため、「事故・故障のご連絡」のウェブページにインターネットでもお手続きが可能な「ロードサービスWeb受付」の案内を設置しました。

#### 事故・故障のご連絡

事故や故障でお困りの際は、チューリッヒにお電話ください。  
少しでもご安心いただけるように、チューリッヒのスタッフが親身に、かつ迅速にサポートします。



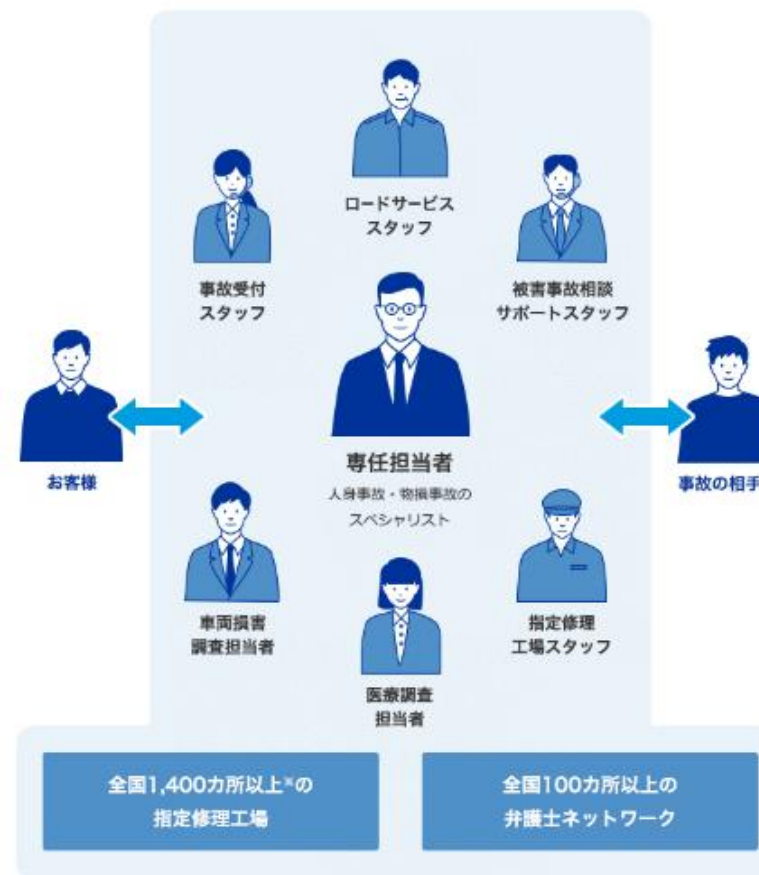
# 方針3

## 利益相反の適切な管理

当社または当社グループ会社とお客さまとの間の利益相反のおそれのある取引もしくは当社グループのお客さま相互間の利益相反のおそれのある取引に伴って、お客さまの利益を不当に害することのないよう、「利益相反管理方針」を定め、その方針に則り適切に業務を管理・遂行します。

### お客さまの利益のために、公正な業務運営

- コンプライアンス部による利益相反管理方針の研修を定期的実施し、全社員へ周知・徹底を図っています。
- それぞれのお客さまに専任担当者を置くことで、利益相反しない運用ルールを徹底しています。



※ 2020年9月時点。一部離島、山間部で指定修理工場をご紹介できない場合があります。

## 方針4

### 重要な情報のわかりやすい提供

お客さま自身が商品内容やリスク内容などの重要事項を正しくご理解いただいたうえでご契約いただけるよう、商品や販売の形態に応じた適切な説明に努めます。

### 継続的な研修による、シニアのお客さまへの対応品質向上

カスタマーケアセンターではシニア世代の心理的、身体的特徴を理解し、よりわかりやすい電話対応が身に付けられるよう、すべてのケアスタッフに対し、「シニア対応研修」を行っています。  
この取組みは、平成30年度（第5回）サービス・ホスピタリティ・アワードにおいて、特別賞（シニアフレンドリー賞）を受賞しました。

平成30年度（第5回）  
サービス・ホスピタリティ・アワード  
(ニュースリリースは[こちら](#))



シニア対応研修の様子

アワード受賞時の品質を保つべく研修を継続しています



## 方針5

### お客さまにふさわしいサービスの提供

お客さまの知識、経験、財産の状況、目的その他お客さまからお伺いした事項を総合的に考慮し、お客さまのニーズに沿った商品サービスの提供に努めます。また、当社の企業理念である「ケア」の精神に基づき、いざというときにお客さまにご安心いただけるよう万全なサポートの提供に努めます。

#### お客さまの期待を上回るサービスの提供

当社は、HDI格付けベンチマーク 2021 年損害保険業界「Web サポート」部門において、前年に引き続き最高評価の三つ星を獲得しました。同部門で2年連続8回目の三つ星獲得となります。

当社はお客さまとのあらゆる接点において、お客さまの期待を超えるカスタマー・エクスペリエンス（顧客体験）を提供するため、サービスの向上に取り組んでいます。今後も「ケア」の精神と「イノベーション」の発想に基づき、お客さまにとってより価値のある魅力的な商品やサービスの提供に努めてまいります。

HDI格付ベンチマーク「Webサポート」で2年連続の最高評価の三つ星を獲得  
(ニュースリリースは[こちら](#))



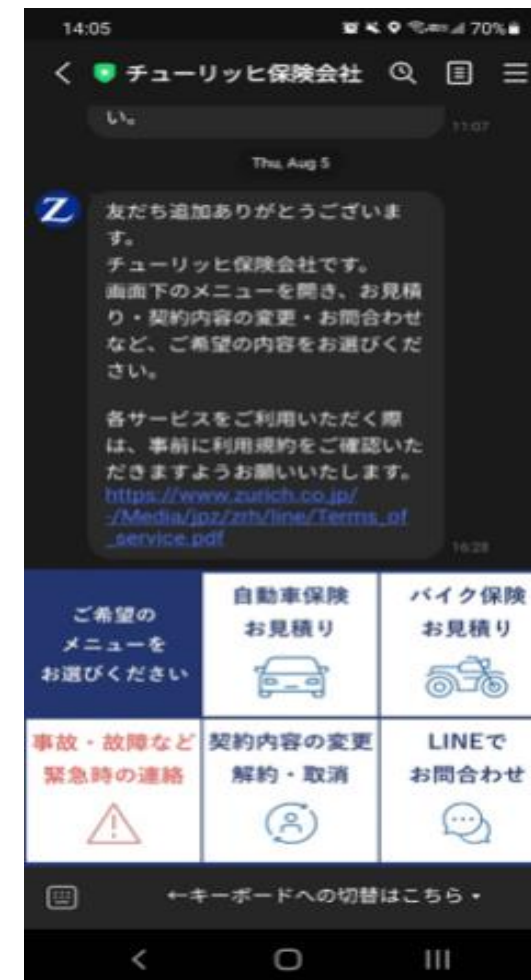
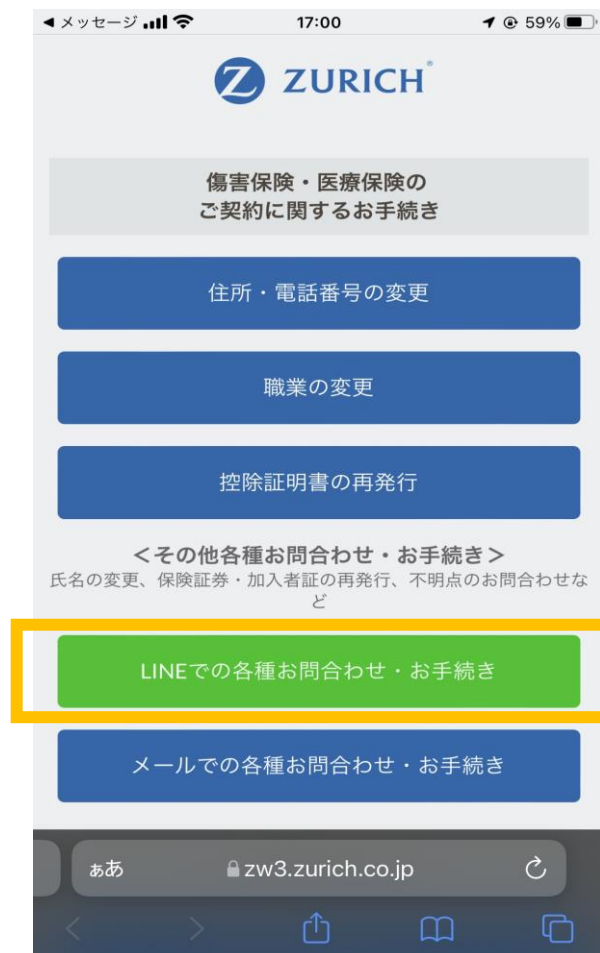
## 方針5

### お客さまにふさわしいサービスの提供

お客さまの知識、経験、財産の状況、目的その他お客さまからお伺いした事項を総合的に考慮し、お客さまのニーズに沿った商品サービスの提供に努めます。また、当社の企業理念である「ケア」の精神に基づき、いざというときにお客さまにご安心いただけるよう万全なサポートの提供に努めます。

### LINEを通じたお客さまとのコミュニケーションの構築

チューリッヒ保険会社をLINEでお友達登録することでチャットで問合せができるようになりました。



## 方針5

### お客さまにふさわしいサービスの提供

お客さまの知識、経験、財産の状況、目的その他お客さまからお伺いした事項を総合的に考慮し、お客さまのニーズに沿った商品サービスの提供に努めます。また、当社の企業理念である「ケア」の精神に基づき、いざというときにお客さまにご安心いただけるよう万全なサポートの提供に努めます。

### ドライブレコーダーのデータ受領の簡便化

ドライブレコーダーの動画をお客さまが当社に送る際にクラウド上にアップロードしていただけるようになりました。自動車保険のご請求時に事故状況を正確に把握するため、ドライブレコーダーの動画を取得することがあります。これまではUSBやDVDなどの現物を送付いただいていたりましたが、よりセキュアで簡単にお送りいただけるようになりました。

はじめに — 情報入力 — **ファイルのアップロード** — completed

#### 情報入力

事故番号  
1234567A

ドライブレコーダー メーカー名

お分りの場合、入力をお願いいたします。

ドライブレコーダー 機種名

お分りの場合、入力をお願いいたします。

コメント

次に進む

はじめに — 情報入力 — **ファイルのアップロード** — completed

#### ファイルのアップロード

- 「ファイル選択」をクリックし、アップロードするファイルを選択してください。
- 「アップロード」をクリックし、ファイルをアップロードしてください。ネットワークの混雑状況等によりアップロード完了まで時間がかかる場合がございます。

ファイル選択

次に進む



## 方針5

### お客さまにふさわしいサービスの提供

お客さまの知識、経験、財産の状況、目的その他お客さまからお伺いした事項を総合的に考慮し、お客さまのニーズに沿った商品サービスの提供に努めます。また、当社の企業理念である「ケア」の精神に基づき、いざというときにお客さまにご安心いただけるよう万全なサポートの提供に努めます。

### お客さまにご安心いただける損害サービスの提供

- 「保険金支払及び支払管理に関する方針および基本規程」を定め、顧客保護の観点に立ち、事故当事者に対して親切、公平、迅速に対応するとともに、社会的役割を踏まえた適正な業務運営を図り、適正な保険金の支払に努めています。
- 適正な保険金支払いに向けて、保険金支払業務審査会を運営しています。保険金支払業務審査会では、第三者の社外医師、弁護士を含め、お客さまから当社の不払い判断に対する不満を表明されたものと、不満はないが不払い判断を再度確認すべきと考えられるものを審査しています。また、損害サービス品質向上推進部を設置して、適時適切な保険金支払いの運営ができているかをレビューしています。
- 人材育成のために、入社時研修・フォローアップ研修を充実させています。適正に損害を認定するために、医療に対しては顧問医による相談体制と医療専任スタッフの配置、車両損害認定に対してはアジャスター資格を有したスペシャリストを配置しています。
- 事故に遭われて不安を抱えているお客さまに、より高い安心感をご提供するため、多様かつ専門的な知識をもったスペシャリストを育成しています。医療や車両に関する知識、また保険業務に関連する知識など、より高いレベルを目指し、全国の専任担当者を対象に社内勉強会を定期的実施するなど、教育体制を充実させています。
- 事故対応満足度評価について、当社ウェブサイトに公表しています。  
[事故対応満足度評価](#)

# 方針6

## 従業員に対する適切な動機づけの枠組み

チューリッヒ・インシュアランス・グループでは、お客さまとの信頼関係をより強固なものにするため、法令、社会規範および社内規程を遵守するとともに、より高い企業理念を確立することが重要であると考え、「行動指針」をはじめとしたさまざまな基準を定め、社員への周知徹底を行っています。当社においてもグループの一員としてこうした基準の実践を図るとともに、日本の法規制や監督当局の趣旨を踏まえた独自のコンプライアンス・マニュアルを作成し、日本における代表者を頂点としたコンプライアンス態勢を整備しています。また、本方針の浸透と定着に向けた取り組みを推進し、全従業員がお客さま本位に行動するよう努めます。

## お客さま本位の行動の促進

お客さま本位の業務運営方針を、従業員への浸透を図るため、読みやすく、発しやすい言葉に修正しました。また、グループとして推進しているCustomer FocusについてもEラーニングでの研修を実施しています。

### 全社員向け「Customer Focus 研修」Eラーニング資料抜粋



## 方針6

### 従業員に対する適切な動機づけの枠組み

チューリッヒ・インシュアランス・グループでは、お客さまとの信頼関係をより強固なものにするため、法令、社会規範および社内規程を遵守するとともに、より高い企業理念を確立することが重要であると考え、「行動指針」をはじめとしたさまざまな基準を定め、社員への周知徹底を行っています。当社においてもグループの一員としてこうした基準の実践を図るとともに、日本の法規制や監督当局の趣旨を踏まえた独自のコンプライアンス・マニュアルを作成し、日本における代表者を頂点としたコンプライアンス態勢を整備しています。また、本方針の浸透と定着に向けた取り組みを推進し、全従業員がお客さま本位に行動するよう努めます。

### 「持続的な成長と企業価値の向上を追求」に対応した取り組みへの社員参加

方針2の中で「お客さまの信頼を基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を追求し、当社の目指す市場において、最高の保険会社として評価されることを目指します。」を掲げています。

チューリッヒグループは日本支店に留まらず全世界でサステナビリティに取り組んでいます。

<https://www.zurich.co.jp/aboutus/about/contribution/>

日本支店では、地域社会への貢献、災害被災地への支援、次世代への支援に取り組んでいます。

コロナ禍にあっても、次世代への支援については継続的に取り組んでおり、2021年4月から9月に以下の公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本の取組みにオンラインで参加しています。

■ 参加学校（施設）数 4（うち2は不登校支援教室） ■ 開催数 4 ■ 社員参加人数 8



Thank you

