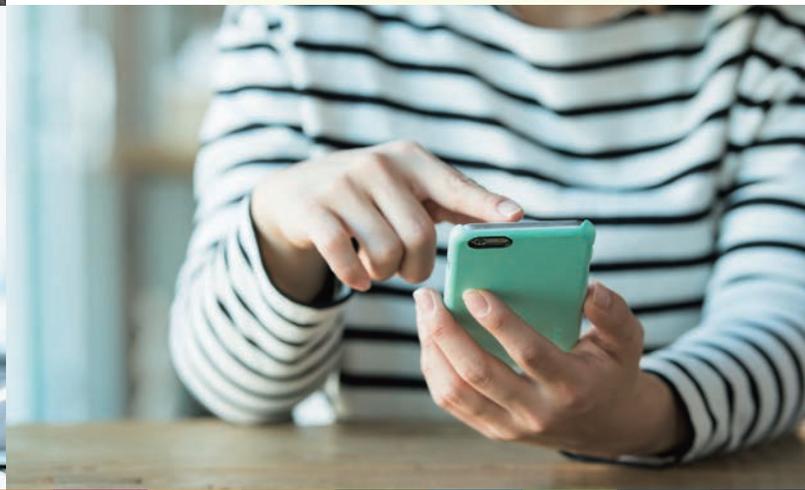




セゾン自動車火災の現状  
2021



## 目 次

トップメッセージ	P1
SOMPO グループの概要	P2
当社の中期経営計画(2021 年度~2023 年度)	P4
代表的な経営指標	P5
経営基本方針・ブランドメッセージ	P7
お客さま本位の業務運営方針	P8
持続的成長に向けた人事戦略	P9
SDGs の達成に向けて	P11
トピックス	P13
<b>I. 会社の概要および組織</b>	
沿革	P16
事業の内容	P16
関連会社	P16
組織の状況	P17
店舗所在地	P18
株式・株主の状況	P18
役員の状況	P20
従業員の状況	P24
<b>II. 業務のご案内</b>	
保険募集	P28
取扱商品	P31
新商品の開発・料率の改定状況	P32
お客さま相談室のご紹介	P33
損害保険業界関連の紛争解決機関のご案内	P33
保険の仕組み	P34
約款について	P34
保険料について	P35
保険金のお支払い(自動車保険)	P36
<b>III. 保険会社の運営</b>	P39
<b>IV. 業務に関する事項</b>	P59
<b>V. 財産の状況</b>	P83

### お客様の豊かな人生の実現をサポートし続ける存在へ

日頃より、皆さまのご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。

依然として、世界の多くの国々において新型コロナウイルスが猛威を振るっておりま  
す。罹患された皆さまに心からお見舞い申し上げるとともに、医療従事者をはじめとし  
た社会インフラを支えてくださっている皆さまに心からの敬意を表します。

当社においても、お客様に必要なサービスを継続して提供し続けることで、保険会  
社としての社会的使命をしっかりと果たしてまいります。

当社は、2020年度に通販事業参入後初の単年度黒字化を達成いたしました。主力  
商品である「おとなの自動車保険」は、1歳刻みの保険料体系、ALSOK 隊員による事故  
現場へのかけつけサポート、コミュニケーションアプリ「LINE」を活用した事故対応サー  
ビス等により、多くのお客様からご好評をいただいております。特に、サービス提供  
開始から5年目を迎えた ALSOK 隊員による事故現場へのかけつけサポートは、9割を  
超えるお客様にご満足いただいております。その結果、2020年度末には110万  
件を超える契約件数となりました。これもひとえに、多くのお客様にご支援いただいた  
賜物と心から感謝申し上げます。

現在、社会を取り巻く環境は大きく変化しています。昨今の新型コロナウイルスの拡  
大により急速に非対面のコミュニケーションやデジタル化が加速し、企業のビジネスモ  
デルに加え、お客様の価値観や生活スタイルにも大きな変化が起きています。

このような環境変化を踏まえ、2021年4月からスタートした中期経営計画では、  
徹底したお客様志向に基づき、デジタル技術を活用した独創的で革新的な商品・サー  
ビスを提供することで、お客様一人ひとりの安心・安全な生活をサポートできる、「オ  
ンリーワンの保険会社」を目指してまいります。

今後とも、皆さまの変わらぬご支援とご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。



2021年7月  
セゾン自動車火災保険株式会社  
代表取締役社長

佐藤 史朗

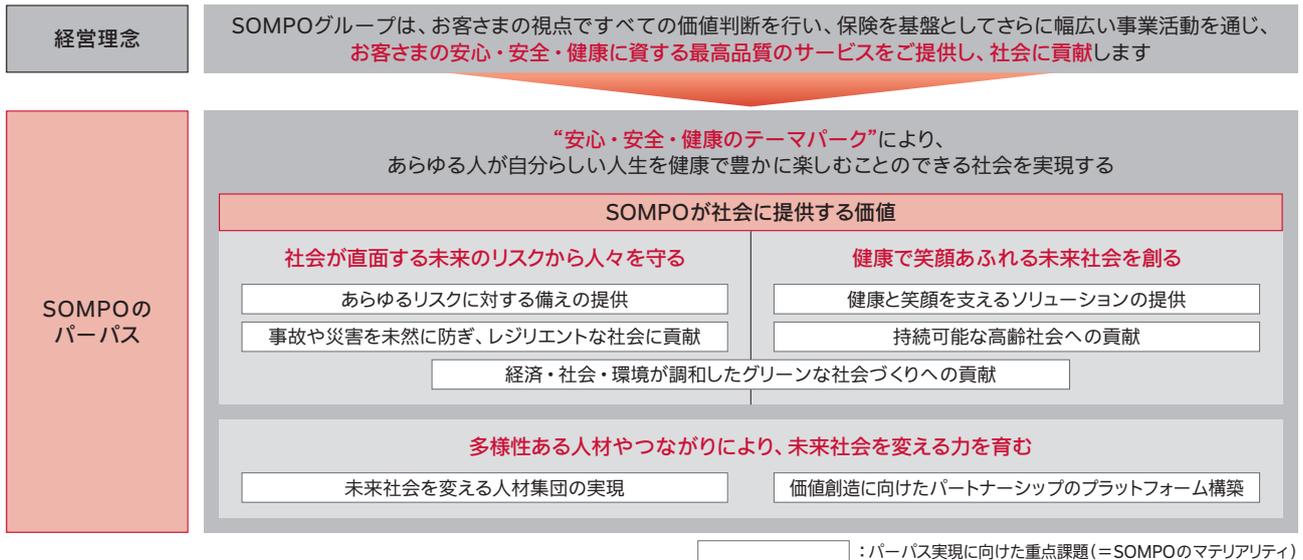
# SOMPOグループの概要

## SOMPOの経営理念とパーパス

当社グループは、「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」することを経営理念に掲げています。

この経営理念に基づき、当社グループは「安心」「安全」「健康」を軸に、人や社会を守り、支えるため、中長期的な視点でさまざまな社会課題に向き合い、それらの解決に取り組むことで、持続可能な社会に貢献します。

当社グループは、事業を通じて具体的な価値提供を行い、あらゆる人が自分らしい人生を健康で豊かに楽しむことのできる社会を実現します。これが「SOMPOのパーパス」です。



## 新中期経営計画

当社グループは、社会への価値提供を具体的に進め、社会共通の課題であるSDGsも積極的に経営に取り込みながら「SOMPOのパーパス」を実現することを目指して、2021年度を開始初年度とする3か年の新中期経営計画(2021年度～2023年度)を策定しました。

新中期経営計画は、3つの基本戦略で構成しています。それぞれ具体的な戦略と到達目標(KPI)を設定して、修正連結利益3,000億円以上、修正連結ROE10%以上の達成およびリスク分散効果の発揮、保険の枠組みを超えたソリューションプロバイダーへの進化等に向けて取り組み、社会課題の解決とともに、新たな成長曲線を作り出し、企業価値向上を目指します。



## ■ 基本戦略

### 1 規模と分散の追求

保険・介護を中心とした既存事業での収益性向上や顧客基盤の拡大を進めるとともに、規律あるM&Aなども活用したさらなる成長を実現することで、事業ポートフォリオの変革と資本効率の向上を目指します。

### 2 新たな顧客価値の創造

既存事業との親和性の高い重点領域(健康・ウェルネス、モビリティ・プロパティ、デジタル)での新事業開発に注力するとともに、各事業・領域に関するリアルデータを有機的に結びつける新たなプラットフォームとしてリアルデータプラットフォーム※(以下、「RDP」)を構築し、今までにない価値提供を目指します。

※介護現場、製造、自動車走行、物流、輸送などSOMPOグループ各社およびパートナー企業のさまざまなオペレーションのなかで得られる膨大なリアルデータを統合・分析し、社会課題を解決する新たなソリューションを提供するビジネスモデル

### 3 働き方改革

グループの持続的な成長に向け、社員一人ひとりのやりがいや幸福度の向上、および圧倒的に高い生産性向上を実現するために、3つのコアバリュー(ミッション・ドリブン、プロフェッショナルリズム、ダイバーシティ&インクルージョン)を共有する人材集団の実現を目指します。

## ■ 各事業における戦略の方向性

SOMPOグループは、国内損害保険事業、海外保険事業、国内生命保険事業、介護・シニア事業、デジタル事業、ヘルスケア事業の6つの事業を柱に事業展開しています。

これまでの実績や強みを活かすだけでなく幅広い事業活動を通じ、社会課題の解決に向けて取り組みます。

### 国内損害保険事業

損保ジャパンを中心に、収益構造改革による収益性の向上、マーケティング強化によるトップライン成長およびCX・UXを高めるデジタルトランスフォーメーションや新たなビジネスモデルの創造を進め、グループ最大事業として安定的な利益創出を実現します。



### 海外保険事業

Sompo Internationalを中心に、コマース分野を中心としたボルトオンM&Aなども活用したトップライン成長の促進とプライシングの改善による収益性の確保、リテール分野における一元化された経営管理態勢の下でのスキル移転や基盤強化による収益改善を実行します。



### 国内生命保険事業

Insurhealth®を原動力としたトップライン成長を継続し、デジタル／データを活用した商品・販売戦略によりさらなる成長加速を実現します。また、SOMPOひまわり生命に対するファン拡大とブランド認知度向上により、健康応援企業としての確固たる地位を確立します。



### 介護・シニア事業

SOMPOケアを中心に、高齢者の生活を支え、健康寿命を延伸することを目指し、テクノロジーを駆使した介護品質や生産性の向上に取り組みます。また、リアルデータやリアルサービスを活用した他の介護事業者や医療・ヘルスケア事業者との連携によるエコシステム構築を推進します。



### デジタル事業

世界有数のデータ解析技術を有する米Palantir社との提携や国内外のスタートアップ企業等との連携を通じ、RDPを基軸としたソリューションの創出、ビジネスモデルの開発を進めます。



### ヘルスケア事業

健康増進や医療の生産性・品質向上を支える予防・未病や、診断・治療領域をカバーする事業を開発し、社内外との共創やリアルな事業基盤とデジタル活用により新たな価値を創造します。



## 当社の中期経営計画（2021年度～2023年度）

当社は、「お客さまの豊かな人生の実現をサポートし続ける存在」となることをミッションと定め、2021年度をスタートとする3か年の中期経営計画を策定し、その達成に向けて取り組んでまいります。

### Mission（当社の存在意義）

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

### ■ 中期経営計画の中長期ビジョン

中長期ビジョンとして、以下の方針を掲げています。

#### 中長期 ビジョン

デジタル技術とリアル接点を通して、お客さまの抱える不安やリスクを明らかにし、顕在化した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することで、安心・安全な日々をサポートできる存在に。

当社は、デジタル技術の活用のみならず、直接的なコミュニケーションも、お客さまとの重要な接点と考えています。デジタルとリアルの両方の接点から、お客さまの大切な人生における不安やリスクを検知し、解消できるような商品やサービスを豊富なラインナップの中から提供することで、お客さまの人生に欠かすことのできない「安心・安全」サポーターとしての存在になることを目指してまいります。

### ■ 中期経営計画における、4つの基本戦略

以下の4つを経営戦略の4つの「柱」として、中期経営計画の達成に取り組んでまいります。

<p><b>品質</b></p> <p>「デジタル」×「リアル」により、 今までのダイレクト保険会社を凌駕する品質の実現</p> <p>[顧客基盤の構築] お客さまのことを深く理解し、お客さまに合わせた最適なコミュニケーションの実現</p> <p>[コンサルティング] 適時・適切なタイミングで一人ひとりのお客さまにとって最適な商品・サービスを提供</p>	<p><b>利便性</b></p> <p>安心・安全・健康に資する新たな顧客接点の創出と進化</p> <p>[接点の創出] スマホを基軸としたお客さまの生活起点での接点を絶えず創出</p> <p>[利便性の追求] デジタル・リアル接点の徹底的な利便性の追求</p>
<p><b>事業効率の向上</b></p> <p>収益構造改革</p> <p>[業務効率の向上] デジタル技術の活用により、徹底的な業務効率の向上に取り組み、あらゆるステークホルダーに還元</p>	<p><b>働き方革新</b></p> <p>人事制度改革</p> <p>[風土醸成] 従業員一人ひとりが自ら学び、チャレンジできる社内風土を醸成し、会社の成長に向けて自発的に取り組むことのできる組織の実現</p>

- 当社は、デジタル技術とリアル接点の融合により、お客さまを深く理解し、お客さまに合わせた最適なコミュニケーションを実現し、さらなる品質の向上および追求に努めてまいります。
- デジタルを起点とした顧客接点の創出し、お客さま一人ひとりに寄り添い、デジタル・リアルの接点において、お客さまの利便性の向上に努めてまいります。
- デジタル技術の活用により業務効率を向上することで、低価格な商品提供を可能にします。
- 社員一人ひとりが自律し、会社の成長に向けて自発的に取り組むことを促す組織作りを目指し、働き方革新を実践しています。詳しくは9ページをご参照ください。

## 代表的な経営指標

(単位：百万円)

区 分	2018年度	2019年度	2020年度
正味収入保険料 (対前期増減率)	41,265 (8.6%)	49,635 (20.3%)	55,078 (11.0%)
正味損害率	73.3%	73.3%	65.1%
正味事業費率	32.5%	30.3%	29.6%
保険引受利益	△4,791	△1,776	197
経常利益	△4,815	△1,818	222
当期純利益	△4,838	△2,183	1,633
総資産額	54,269	70,018	76,934
純資産額	6,108	13,814	15,942
その他有価証券評価差額金	554	249	744
リスク管理債権	—	—	—
単体ソルベンシー・マージン比率	341.7%	418.6%	458.3%

(注) 金額は、記載単位未満を切り捨てて表示しています。割合(%)は、小数第2位を四捨五入して第1位まで表示しています。

## フロー面

### ①正味収入保険料

損害保険会社の売上規模を示す指標の1つであり、元受正味保険料から再保険に要した保険料と積立型保険の満期返れい金の原資となる積立保険料を加減したものです。

2020年度正味収入保険料は、前年度に対して11.0%増加し、55,078百万円となりました。

### ②正味損害率

保険会社の経営分析や保険料率の算出に用いられる指標の1つであり、通常は支払った保険金(正味支払保険金)に損害調査費(保険会社の損害調査関係の業務に要した経費)を加えて保険料(正味収入保険料)で除した割合を指しています。

2020年度正味損害率は65.1%と対前年度比で8.3ポイント低下しました。

### ③正味事業費率

保険会社の経営効率を示す指標の1つであり、正味収入保険料に対する事業費の割合をいいます。

なお、事業費は、諸手数料及び集金費(元受保険に係る代理店手数料や集金費等と再保険契約に係る再

保険手数料からなります)および保険引受に係る営業費及び一般管理費の合計です。

2020年度正味事業費率は29.6%と対前年度比で0.7ポイント低下しました。

### ④保険引受利益

保険会社の本来業務である保険の引受による利益を表す指標です。保険引受収益から保険引受費用、保険引受に係る営業費及び一般管理費を控除しその他収支を加減して求めます。

2020年度保険引受利益は、対前年度比1,973百万円改善し、197百万円となりました。

### ⑤経常利益

保険会社の本来の事業活動である保険引受や資産運用などによる利益をいい、保険引受利益から資産運用収益・費用、その他経常損益、営業費及び一般管理費を加減して求めます。

2020年度経常利益は対前年度比2,040百万円改善し、222百万円となりました。

## ⑥当期純利益

保険会社の最終的な利益をいい、経常利益から特別損益を加減し、法人税、住民税ならびに法人税等調整額(税効果会計による調整)を加減して算出します。2020年度の当期純利益は、対前年度比3,816百万円改善し、1,633百万円となりました。

## ストック面

### ⑦総資産額

総資産とは企業が保有する現金、有価証券、貸付金、不動産等の総額をいい、貸借対照表の資産の部の合計を示します。

2020年度末における当社の総資産は76,934百万円となり、前年度末に対し6,915百万円増加しました。

### ⑧純資産額

純資産とは、貸借対照表上での株主資本にあたるもので、資本金、資本準備金、利益準備金などで構成されています。損害保険会社は、保険金支払い能力を維持するために、十分な純資産を保持しておく必要があります。

2020年度末における当社の純資産額は15,942百万円となっており、総資産に占める純資産の割合は20.7%となっています。

### ⑨その他有価証券評価差額金

2000年度から金融商品にかかる会計基準を適用し、保有する有価証券を「売買目的有価証券」「満期保有目的債券」「子会社・関連会社株式」「その他有価証券」の4つに分類し、その大部分を占める時価のある「その他有価証券」について時価法を適用しています。「その他有価証券評価差額金」とは、この「その他有価証券」の時価と取得原価(含む償却原価)との差額から税効果相当額を控除した金額をいい「純資産の部」に計上されています。

2020年度末におけるその他有価証券評価差額金は、744百万円となっています。

### ⑩リスク管理債権(不良債権の状況)

当社は保有する資産について、回収についての危険性や価値が毀損する危険性を検討して、資産を分類(自己査定)し、その結果にしたがって、償却・貸倒引当金の計上などを実施し、資産の健全性を確保しています。

貸付金については、回収に懸念のある貸付先について、リスク管理債権としてその危険度に応じて「破綻先債権」「延滞債権」「3か月以上延滞債権」「貸付条件緩和債権」に区分して管理しています。

2020年度末時点においてリスク管理債権はありません。

### ⑪ソルベンシー・マージン比率

損害保険会社は、保険事故発生の際の保険金支払や積立型保険の満期返れい金支払等に備えて準備金を積み立てていますが、巨大災害の発生や、損害保険会社が保有する資産の大幅な価格下落等、通常の予測を超える危険が発生した場合でも、十分な支払能力を保持しておく必要があります。

この「通常の予測を超える危険」に対して「損害保険会社が保有している資本・準備金等の支払余力」の割合を示す指標として、保険業法等に基づき計算されたのが、「ソルベンシー・マージン比率」です。ソルベンシー・マージン比率は、行政当局が保険会社を監督する際に、経営の健全性を判断するために活用する指標のひとつですが、その数値が200%以上であれば「保険金等の支払能力の充実の状況が適当である」とされています。

2020年度末におけるソルベンシー・マージン比率は458.3%と十分な支払余力を有しています。

(詳しくは101ページをご参照ください。)

# 経営基本方針・ブランドメッセージ

## ■経営基本方針

### 1. サービス品質の追求

すべての業務プロセスにおいて品質の向上に取り組み、最高品質のサービスをご提供することにより、お客さまに最も高く評価される損害保険会社を目指します。

### 2. 持続的な成長による企業価値の拡大

目指す企業グループ像の実現に向け、成長分野へ戦略的に経営資源を投入することにより、持続的成長を実現し、企業価値の拡大を目指します。

### 3. 事業効率の追求

あらゆる分野において、グループで連携し最大の力を発揮することにより、事業効率を高め、安定した事業基盤を築きます。

### 4. 透明性の高いガバナンス態勢

損害保険会社の社会的責任と公共的使命を認識し、透明性の高いガバナンス態勢の構築とリスク管理、コンプライアンスの実効性確保を事業展開の大前提とします。

### 5. 社会的責任の遂行

環境・健康・医療等の社会的課題に対して本業の強みを活かしつつ、ステークホルダーとの積極的な対話を通じて、グループで連携して企業としての社会的責任を果たし、持続可能な社会の実現に貢献します。

### 6. 活力ある風土の実現

組織活性化を積極的に図り、自由闊達・オープンで活力溢れる会社を実現し、社員とともに成長します。

### 7. デジタル・リーディングカンパニー

「心地よい顧客体験」を提供するため、「デジタル」を活用し、利便性の向上を図るとともに、卓越したマーケティング技術の習得・蓄積を目指します。

## ■ブランドメッセージ

わたしたちは、お客さまにとって、

**独創的で革新的な商品や、**

**必要なときに必要な形で最適なサポートを、**

お客さまとわたしたちが**“直接”接すること**でご提供し、

お客さま一人ひとりに**納得感**をもって選んでいただける、

**オンリーワンの保険会社**をめざします。

そのために、

わたしたちは、お客さまから次のように言ってもらえる、

**公正・誠実を尽くす人財集団**になることをめざします。

●● 自分のことを  
●● **一番良く分かっている保険会社**

●● 自分のための最適商品を選ぶために  
●● **必要十分な相談に乗ってくれる保険会社**

●● 自分のための最適事故対応サービスを  
●● **提供してくれる保険会社**

いねい  
THANKS  
ひつよう  
かんじん  
かんどう  
なっどー  
ゼンソ

## お客さま本位の業務運営方針

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。なお、2018年6月の改定において、本方針は「消費者志向自主宣言」と統合しています。

### 方針 1. お客さまに常に「心地よい」と感じていただける体験を提供します

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、お客さまに「心地よい」と感じていただける体験を提供します。

### 方針 2. 独創的で革新的な商品や付加価値の高いサービスを提供します

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、お客さまを取り巻くリスクをカバーする最適な保険商品を提供します。

また、デジタル技術を活用して、お客さまの利便性を向上させ、安心・安全に役立つ付加価値の高いサービスを提供します。

### 方針 3. 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。

### 方針 4. 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り組みを行います。

### 方針 5. お客さまの声を真摯に受け止め、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。

### 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。

### 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。

本方針の主な取組みおよび取組み状況報告につきましては、当社公式ウェブサイト「お客さま本位の業務運営方針」をご覧ください。(URL <https://www.ins-saison.co.jp/information/fiduciaryduty/>)

# 持続的成長に向けた人事戦略

## ■基本的な考え方

昨今、社会環境は、少子高齢化や生産年齢人口の減少により大きく変化しており、新型コロナウイルス感染拡大をきっかけとして、働く場所を問わない柔軟な働き方の実践が加速しています。

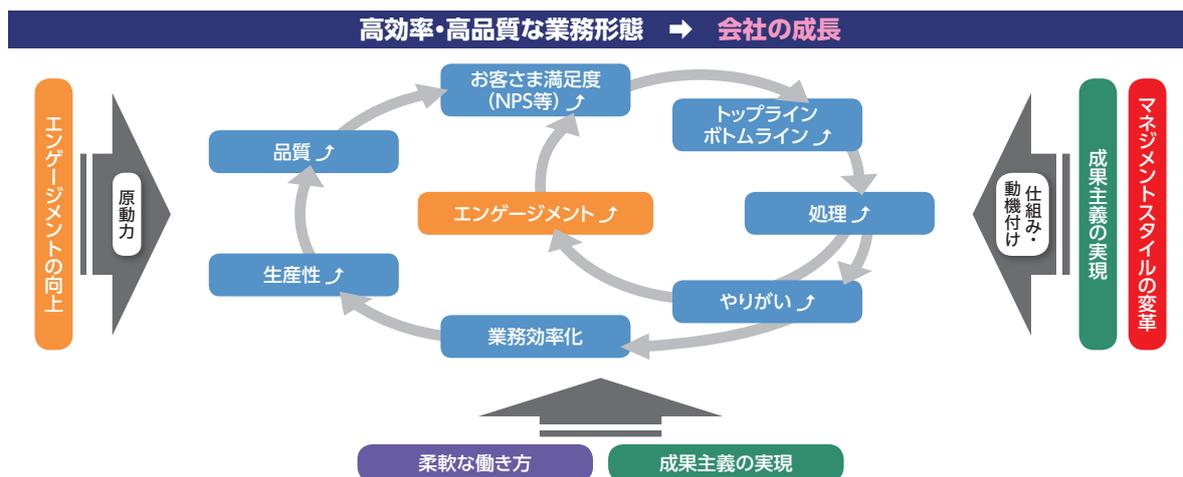
当社がお客さまから選ばれ続けるには、多様性の大切さを認識し変化を適切にとらえ、圧倒的な当事者意識を持って働く人材を育てていくことが必要であると考えています。

## ■人事戦略の目指す姿（高効率・高品質な業務形態の実現）

当社は、全社員が自律して成長サイクルを好循環させることで、お客さまに選ばれ続ける企業を目指します。そのための仕組みづくりとして、成果主義の徹底、マネジメントスタイルの変革、ならびに柔軟な働き方のための環境整備に注力しています。

成長の原動力となる社員のエンゲージメント＝やりがい・働きがいは定期的にサーベイ（調査）を実施し、組織内での結果フィードバックおよび強み・課題に対するアクションプランの設定を徹底しています。

- ▶ 徹底的に社内業務を効率化し、生産性を高めることで、お客さま対応の品質向上に取り組む時間を創出し、お客さま満足度向上につなげます。
- ▶ 収益拡大を実現し創出した利益を、社員の貢献度に応じて処遇に反映させます。
- ▶ 社員のエンゲージメントが高まることで、さらなるお客さま満足度向上に向けた成果発揮、すなわち顧客志向経営が可能になります。



## ■人事制度・組織改革の概要

当社は、人材と会社が共に持続的に成長できる環境を築くため、「チャレンジを尊ぶ風土を醸成し、一人ひとりがモチベーションを高め、様々な働き方で貢献できる人事制度への進化」を目指し、2021年4月～7月にかけて人事制度・組織改革を実施しました。

### 1. ジョブ型人事制度

- ▶ 年齢・性別・出身会社にとらわれず、様々な働き方を選択し活躍できる人事制度を策定しています。
- ▶ 社員区分として、マネジメントによる業績向上への貢献、または市場価値が認められる専門性を有する「総合職社員」、お客さま接点部門や事務集中化の最前線を担う「エキスパート職社員」、スキル・知識・経験を組織の目標達成に活かす、60歳以降の「エルダー社員」の3区分とし、役割と貢献に応じた処遇を実現します。
- ▶ 役割体系および昇降格基準をシンプルに整理し、スピード感のある人材抜擢を可能とします。

社員区分	総合職	ゼネラリスト	幅広く様々な知識を身につけ、会社のことをより客観的・総合に見て会社を改革するなどの成果発揮が求められる職制。
		【新設】 プロフェッショナル職	高い専門性を有し、市場価値が認められる知識・スキルが必要となる職制。
	エキスパート職	【新設】 エキスパート職	顧客接点の最前線（一部本社部門含む）で顧客志向経営を実践し、その品質と生産性での貢献が期待されている職制。
	エルダー	エルダー	自身の経験で養った知識・スキル・経験を活かし、組織の目標達成に向けた担当業務、または顧客接点部門での担当業務を遂行する職制。

## 2. 管理職ポストの公募制

社員の自律的なキャリア形成とモチベーション向上のため、部長・課長の定期異動を原則廃止し、明示したジョブ・ミッションに対し、自ら手挙げてチャレンジする社員を公募制で募り任命しています。

若手のうちから有能な人材を発掘し、スピード感のある人材抜擢を行い、最短で新卒3年目から課長ポストへの任命を可能としています。

## 3. 組織のフラット化

セクショナリズムな思考や意思決定のスピード感の阻害要因を排除するため、従来の縦割り部署から、ミッション（機能）別の組織に再編しました。組織のフラット化を実現し、部門という組織の垣根をこえて、ミッションごとに部門横断で形成されたユニットやチーム制で業務を運営します。

## SDGsの達成に向けて

### ■グループの重点課題と主な取組み

当社では、SOMPOグループが定める経営上の重点課題（マテリアリティ）・目指す社会／実現する姿に基づきその達成に向けて取り組んでいます。

マテリアリティ	目指す社会／実現する姿	当社の主な取組み
あらゆるリスクに対する備えの提供	保険の進化により、気候変動・感染症・サイバー攻撃などのニューリスクからも守られ、安心・安全に過ごせる社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ALSOK 事故現場安心サポートの提供</li> <li>・代理代行による他社商品の販売</li> </ul>
事故や災害を未然に防ぎ、レジリエントな社会に貢献	予兆把握と未然防止によってリスク全体が抑制され、被害が最小化されている社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客さまの安全運転に関する知識・情報の提供</li> </ul>
経済・社会・環境が調和したグリーンな社会づくりへの貢献	人と自然が調和した包摂的でレジリエントなカーボンニュートラル社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車保険における「電気・ハイブリッド車割引」の適用による、エコカー購入の促進</li> <li>・LINE を活用した各種サービスや火災保険のインターネットでの新規お申込み手続きによる紙資源の節約</li> <li>・ソーシャルボンドへの投資</li> <li>・エコバッグの共同購入によるプラスチックごみ削減の推進</li> </ul>
健康と笑顔を支えるソリューションの提供	支えられる人が、いつまでも自分らしく自立し、健康で笑顔あふれる人生を過ごせる社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・耳や言葉の不自由なお客さまに向けた手話・筆談通訳サービスの提供</li> <li>・目の不自由な方やご高齢者に向けたユニボイスの表示</li> <li>・フードバンクへの寄付</li> </ul>
持続可能な高齢社会への貢献	少子高齢化社会を支える人の負担が軽減され、夢の持てる社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・認知症サポーターの養成</li> </ul>
未来社会を変える人材集団の実現	多様性ある人材からイノベティブなソリューションが創出され、未来社会を変える力が保たれている組織	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康経営への取組み</li> <li>・女性活躍推進</li> <li>・「くるみん」マークの取得</li> </ul>
価値創造に向けたパートナーシップのプラットフォーム構築	事実・データに基づくイノベーション創出により、高齢社会を支える側・支えられる側、双方にとって豊かな人生を提案する組織	<ul style="list-style-type: none"> <li>・LINE サービスの提供</li> </ul>

## ■主な取組み事例

2020年度の取組み事例をご紹介します。

### ●耳や言葉の不自由なお客さまに向けた手話・筆談通訳サービスの提供

2020年9月から耳や言葉の不自由なお客さまを対象に、事故発生・対応時のご連絡ならびに契約関連のお問い合わせにおける「手話・筆談通訳サービス」の提供を開始しました。耳や言葉の不自由なお客さまから、事故発生・対応時のご連絡やご契約手続きに関するお問合せ等をいただく際に、手話・筆談通訳サービスのオペレーターがお客さまに代わって当社へ電話し、お客さまと当社オペレーターの間につつことで、双方の発話内容を手話または筆談で通訳いたします。

#### 【手話・筆談通訳サービスのイメージ】



※通訳センターは当社が委託している株式会社プラスヴォイスが管理・運営します。

### ●フードバンクへの寄付

2020年8月、就学援助受給世帯やひとり親世帯に対し、無料で食の支援を実施する「としまフードサポートプロジェクト」に賛同し、社員（有志）が寄付可能な食料品を持ち寄り、主催者であるNPO法人豊島子どもWAKUWAKUネットワークに段ボール6箱分の食料品をお届けしました。



お届けした食料品（一部）



NPO法人豊島子どもWAKUWAKUネットワークの皆さんと

### ●認知症サポーターの養成

SOMPOグループにおける「SOMPO 認知症サポートプログラム」の一環として、認知症について正しい知識をもち、認知症の方や家族を温かく見守り、支援する認知症サポーターの養成を進めています。当社は、2015年度から養成講座開講をスタートし、受講者数は累計で約550名となりました。（退職者、出向解除者を含む。）



# トピックス

## 1. ペット保険・医療保険の販売開始

当社は、「一人ひとりのお客さまにとって必要なときに必要な形で最適なサポートをご提供する存在」となることを目指しています。

お客さまを取り巻くリスクをあらゆる方面からサポートできるよう、従来の自社商品ラインナップに加え、他社商品の代理代行販売を開始しました。

2021年4月にアイペット損害保険のペット保険の販売を開始しました。ペットには公的な健康保険制度がないため、高額な診療費がかかるケースがあることから、保険で安心をご提供することで、ペットを含めたご家族の暮らしをサポートします。

2021年6月からは、健康面や生活の維持・収入への金銭的・精神的な不安を取り除くため、オリックス生命保険・損害保険ジャパンの医療保険の販売も開始しました。

今後も、お客さまへ安心・安全をお届けする保険会社の実現を目指してまいります。

## 2. スマホ決済アプリでの保険料のお支払いが可能に

2020年11月から、「おとなの自動車保険」「じぶんでえらべる火災保険」において、通販型損害保険会社で初めてスマートフォン決済アプリでの保険料お支払いが可能となりました。

保険料支払い方法の拡充により、お客さまの利便性向上を実現してまいります。



## 3. 公式サイトのリニューアル

2020年12月に、「コーポレートサイト」および「おとなの自動車保険公式サイト」を全面リニューアルしました。

スマートフォンやタブレットなど、いずれのデバイスでも読みやすく、操作しやすいデザインとしています。

また、コーポレートサイトは、各商品サイトへの入り口・会社案内という従来の機能に加え、お客さまに当社をよりご理解いただくため、「お客さまの声」に関するコンテンツや当社主要部門の取組みをご紹介するコンテンツを追加しました。

「じぶんでえらべる火災保険公式サイト」についても、同様のデザインを取り入れ改善してまいります。今後も、お客さまにとってわかりやすい情報や簡単・便利なサイトの提供に努めてまいります。



### 選ばれる3つの理由

