

株式会社損害保険ジャパン
日本興亜損害保険株式会社



損保ジャパンの現状 2014
日本興亜損保

はじめに

このたび、ディスクロージャー誌「損保ジャパン／日本興亜損保の現状2014」を作成しました。2013年度の成果や経営戦略、事業内容、決算内容、今後の方針などをわかりやすく説明しています。

損保ジャパンと日本興亜損保は、2014年9月1日に合併し、「損害保険ジャパン日本興亜株式会社」となります*。合併に先立ち2014年度版のディスクロージャー誌は、両社で1冊の発行といたしました。

本誌が、損保ジャパンおよび日本興亜損保をご理解いただくうえで、皆さまのお役に立てば幸いです。

※合併は、関係当局の認可等を前提としています。

(2014年3月31日現在)

会社概要

株式会社損害保険ジャパン	日本興亜損害保険株式会社
創 業：1888年(明治21年)10月	創 業：1892年(明治25年)4月
資 本 金：700億円	資 本 金：912億円
総 資 産：4兆8,387億円	総 資 産：2兆2,602億円
正味収入保険料：1兆4,138億円(2013年度)	正味収入保険料：6,683億円(2013年度)
本 社 所 在 地：〒160-8338 東京都新宿区西新宿1-26-1 TEL: 03-3349-3111 URL: http://www.sompo-japan.co.jp/ 2014年9月1日以降: http://www.sjnk.co.jp/	本 社 所 在 地：〒100-8965 東京都千代田区霞ヶ関3-7-3 TEL: 03-3593-3111 URL: http://www.nipponkoa.co.jp/ 2014年9月1日以降: http://www.sjnk.co.jp/
取 締 役 社 長：櫻田 謙悟	取 締 役 社 長：二宮 雅也
社 員 数：17,084人	社 員 数：10,268人
代 理 店 数：51,070店	代 理 店 数：26,390店
国 内 拠 点*：営業部・支店—120、営業課・支社・営業所—557 保険金サービス拠点—332	国 内 拠 点*：営業部・支店—120、営業課・支社・営業所—557 保険金サービス拠点—332
海 外 拠 点*：32か国・地域、231都市	海 外 拠 点*：32か国・地域、231都市

※2014年7月1日現在

目次

トップメッセージ	2	企業の社会的責任(CSR)の取組み	63
2014年9月1日「損保ジャパン日本興亜」誕生	4	企業の社会的責任(CSR)	64
「お客さま評価日本一/No.1」に向けた取組み	6	商品・サービス体制について	71
トピックス	8	保険の仕組み	72
事業戦略について	13	保険金のお支払いとサービス体制	74
グループの概要	14	代理店の業務・活動	78
グループの経営戦略	18	商品・サービスラインアップ(個人向け商品)	80
グループ経営計画(2015年度まで)	19	商品・サービスラインアップ(企業向け商品)	82
経営について	21	商品の開発状況	84
事業の概況	22	個人のお客さま向けサービス	86
代表的な経営指標	30	企業のお客さま向けサービス	88
事業の内容	35	グループ会社が提供するサービス	89
コーポレート・ガバナンス方針	36	金融機関との提携	95
内部統制基本方針	38	業績データ	97
戦略的リスク経営(ERM)	40	コーポレート・データ	265
資産運用方針／第三分野保険の責任 準備金の積立水準	43		
コンプライアンス	44		
勧誘方針	46		
社内外の監査・検査	47		
利益相反管理基本方針	48		
情報開示	49		
お客さま情報の保護	50		
反社会的勢力への対応	54		
「お客さまの声」を起点とした品質向上	56		
お客さまへのご案内	59		
人事・人材育成の取組み	60		

本誌は、保険業法第111条、同施行規則第59条の2および同規則第59条の3に基づいて作成したディスクロージャー資料です。
本誌における各計数の表示は原則次のとおりとしています。
保険料等の金額は記載単位未満を切り捨てて表示し、損害率等の比率は小数第2位を四捨五入しています。

トップメッセージ



株式会社損害保険ジャパン
取締役社長 櫻田 謙悟

日本興亜損害保険株式会社
取締役社長 二宮 雅也

グループ経営理念

損保ジャパン日本興亜グループは、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。

※上記の記事は、2014年9月1日の「損保ジャパン日本興亜グループ」へのグループ名変更を前提としています。

グループ行動指針

お客さまに最高品質のサービスをご提供するために

1. 一人ひとりがグループの代表であるとの自覚のもと、お客さまの声に真摯に耳を傾け、行動することに努めます。
2. 自ら考え、学び、常に高い目標に向かってチャレンジします。
3. 「スピード」と「シンプルでわかりやすく」を重視します。
4. 誠実さと高い倫理観をもって行動します。

目指す企業グループ像

真のサービス産業として、「お客さま評価日本一」を原動力に、世界で伍していくグループを目指します。

グループスローガン

First

社員一人ひとりがグループの代表であるとの自覚のもと、スピードとチャレンジを大切に、
真っ先に一步を踏み出す姿勢を表現したものです。
経営理念等の実現に向け、グループ一丸となって取り組んでいきます。

「真のサービス産業への進化」 に向けて

日頃より皆さまのご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。

本年9月1日に損保ジャパンと日本興亜損保が合併し、新会社「損害保険ジャパン日本興亜株式会社」が誕生いたします。

損保ジャパンと日本興亜損保では、2013年4月から役職員の相互兼務、共同本社体制、営業・保険金サービス拠点の同居および施策の共通化等による一体化運営（「実質合併」体制）をスタートさせ、両社社員が一丸となることにより、合併シナジーの早期かつ確実な発揮に取り組んでまいりました。

さらに、本年4月からは、両社組織を完全に一致させ課支社長の一本化を図るなど、合併に向けて万全の準備を進めています。

合併によって誕生する「損害保険ジャパン日本興亜」は、損害保険会社単体としては、国内で最も収入保険料が大きい会社となります。新会社は、規模だけでなくサービス品質でも業界をリードし、トップレベルの事業効率と収益性を安定的に維持するとともに、損害保険事業を核として、お客さまの安心・安全・健康を支援する先進的なサービスを提供することで、真のサービス産業に進化していくことを目指してまいります。

さらに新会社では、名実ともに国内トップの保険会社となることは、最もお客さまに評価される損害保険会社になることと同義と考え、「お客さま評価日本一/No.1」を最重要の経営戦略目標と位置づけ、早期に実現すべく全社を挙げて取り組んでまいります。

これらを通じて新会社は、「世界で伍していく保険会社」に向けて、グループの中核会社としてグループ全体を牽引する最大のエンジンの役割を果たし、持続的な成長を実現してまいります。

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。

2014年7月

株式会社損害保険ジャパン

取締役社長 **櫻田 謙悟**

日本興亜損害保険株式会社

取締役社長 **二宮 雅也**

2014年9月1日「損保ジャパン日本興亜」誕生

株式会社損害保険ジャパン(以下「損保ジャパン」と)と日本興亜損害保険株式会社(以下「日本興亜損保」)は、2014年9月1日に合併し、「損害保険ジャパン日本興亜株式会社」(以下「損保ジャパン日本興亜」)となります。

合併に先立ち両社では、2013年4月から役職員の相互兼務等による一体化運営(「実質合併」体制)をスタートさせました。また、2014年4月から合併後を見据えた新組織として、両社の組織を課・支社レベルまで完全に一致させるとともに、課支社長の一本化を図ることで、合併に向けて万全の準備を行っています。

これにより、早期に合併同等のシナジー効果を発揮し、スムーズな新会社への移行を図っていきます。

※合併は関係当局の認可等を前提としています。

損保ジャパン日本興亜グループのシンボルマーク



[シンボルマークの意味]

シンボルマークの愛称は、「The Global Ring」です。
絶対的な安定と調和を感じさせる赤の正円は、日本の象徴。
明日の方向を指し示し牽引するプラチナの環は、
損保ジャパン日本興亜グループが未来に向かって世界中の人々と
取り結んでいく“新しい信頼”の象徴です。
この正円と環をダイナミックに組み合わせることで、
日本を代表するブランドとして
「世界で伍していくグループ」を目指すという私たちの
ビジョンを表現しています。

損保ジャパン日本興亜が目指す企業像・ビジョン

損保ジャパン日本興亜が目指す企業像は、「世界で伍していく保険会社」と定義しています。

そのためには、業績や先進性において国内のリーディングカンパニーになる必要があり、これを具体化したものとして、「3つのビジョン」を定めています。

3つのビジョン

- ① 規模だけでなく、サービス品質でも業界をリードする会社
- ② 業界トップレベルの事業効率と収益性を安定的に維持する会社
- ③ 損害保険事業を核として、お客さまに対し、安心・安全・健康を支援する先進的なサービスを提供し、真のサービス産業に進化していく会社

① サービス品質(お客さま評価)で
国内トップ

② 業界トップレベルの収益性

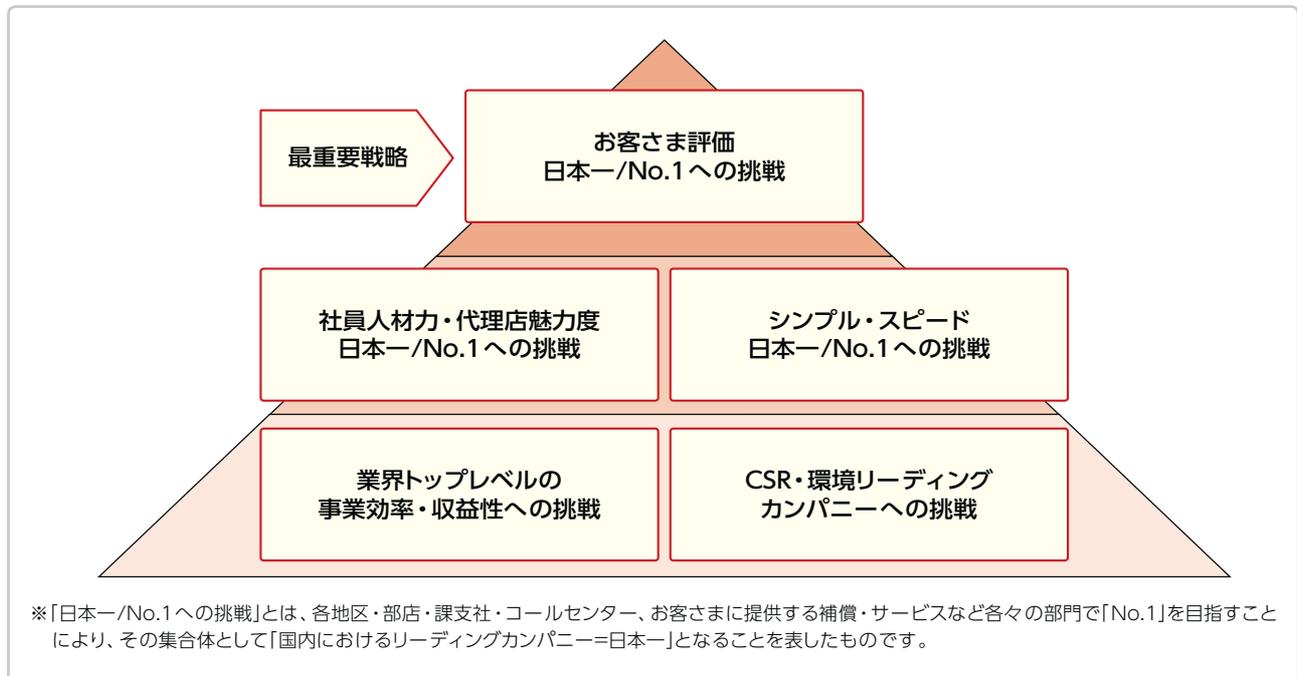
③ サービス産業に進化し
国内マーケットで
持続的成長

世界で伍していく
保険会社へ

損保ジャパン日本興亜の戦略目標

5つの挑戦

損保ジャパン日本興亜の目指す企業像・ビジョンを早期に実現すべく、強固なコーポレート・ガバナンス体制のもと両社の経営資源をベスト・ミックスし、以下に掲げる『5つの挑戦』に、スピードを重視してチャレンジしていきます。



1 お客さま評価日本一/No.1への挑戦

名実ともに国内トップの損害保険会社になることは、最もお客さまに評価される損害保険会社になることと同義であると考え、これを損保ジャパン日本興亜の最重要戦略と位置づけます。

2 社員人材力・代理店魅力度日本一/No.1への挑戦

社員も代理店も、専門性が高く人間的に魅力があり、日本で最もオープンでフェアな集団を形成すべく、ともに高め合い人材力向上に邁進していきます。

3 シンプル・スピード日本一/No.1への挑戦

シンプルなシステム構造をベースに、お客さまや代理店にとっての利便性を高め、業界トップのスピードと競争力を持つ先端システムの構築を目指します。

4 業界トップレベルの事業効率・収益性への挑戦

事業効率において業界トップレベルの安定した事業基盤を築いていきます。

5 CSR・環境リーディングカンパニーへの挑戦

損害保険事業の社会的使命を踏まえ、持続可能な未来に向けて、社会的責任を果たしていきます。

持続的成長に向けて ～サービス産業への進化～

損保ジャパン日本興亜は、損害保険事業を核として上記の『5つの挑戦』の遂行により、お客さまから高い評価をいただき、さらにお客さまに安心・安全・健康を支援する先進的なサービスを提供し、真のサービス産業へと進化していきます。これにより、さらにお客さまの評価を高め、持続的成長の循環を作っていきます。

「お客さま評価日本一/No.1」に向けた取組み

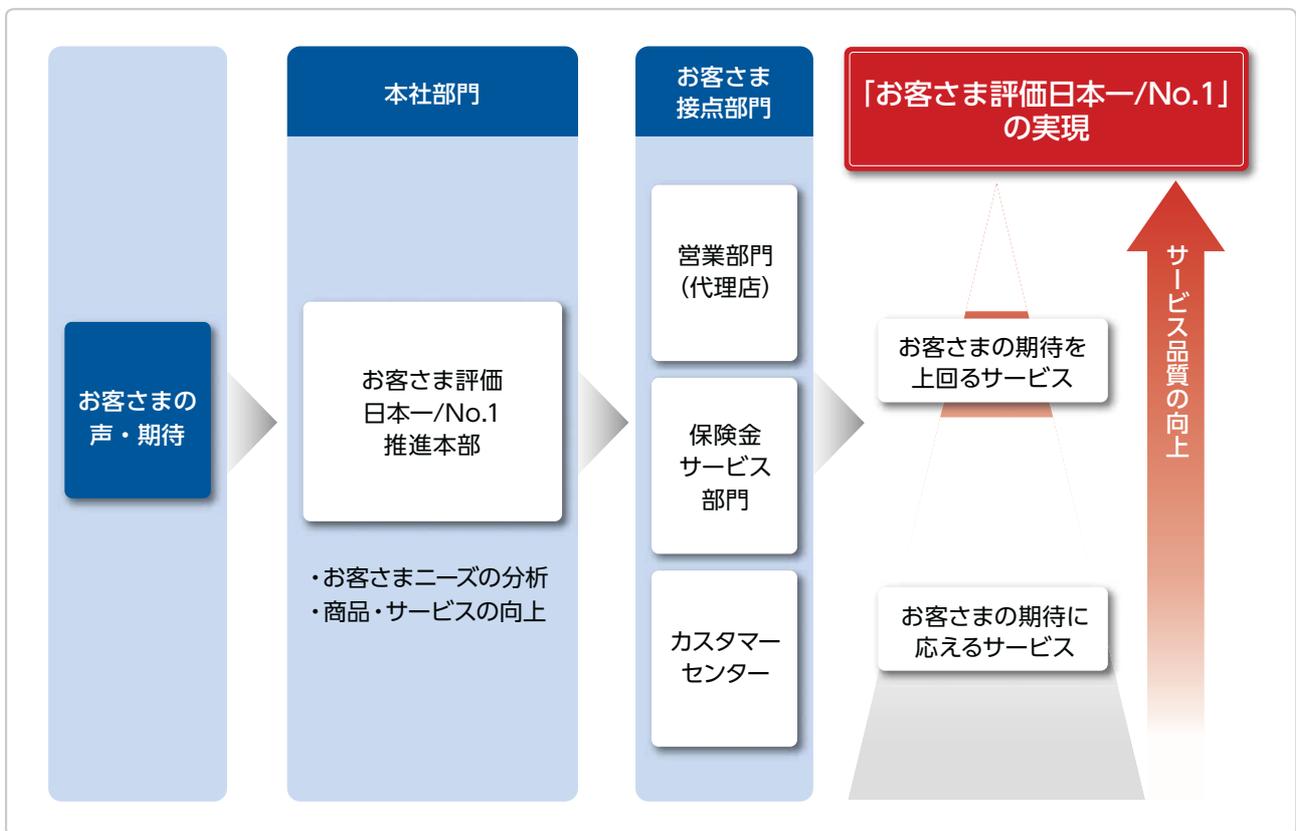
損保ジャパンおよび日本興亜損保は、最重要戦略である「お客さま評価日本一/No.1」の実現に向けてお客さま接点におけるサービス品質の向上および業務の改善・効率化に努めています。

「お客さま評価日本一/No.1」推進本部による取組み

「お客さま評価日本一/No.1」の実現に向けた全社的な取組みを推進するため、「お客さま評価日本一/No.1」推進本部を設置しています。同本部では、社内外のお客さま満足度調査結果等をもとに把握した課題に対する具体的な対策等について、経営陣で議論し、経営資源の投入およびお客さまによりご満足いただけるための取組方針を決定しています。

これまで営業部門における「安心行動基準」の策定や保険金サービス部門における「SCクレド」の策定など、お客さま接点の強化に努めてまいりました。

今後も、両社は、「お客さまの声・期待」を品質向上の原点に位置づけるとともに、「お客さまの声・期待」からお客さまのニーズを分析し、商品・サービスの向上に活かし、「お客さまの期待に応えるサービス」だけでなく、「お客さまの期待を上回るサービス」を継続的に提供していきます。



「お客さまの声・期待」の把握 ～お客さまアンケートの実施～

両社では、「お客さまの声・期待」を把握するひとつの方法として、主に自動車保険にご加入いただいているお客さまを対象にアンケートを実施しています。

ご契約いただいたお客さまには、代理店による契約手続き全般の対応などについて、また、事故にあわれたお客さまには、事故対応サービスに関して「お客さまアンケート」を実施しています。

また、より多くの「お客さまの声・期待」を把握できるようにインターネット(パソコン、携帯電話、スマートフォン)による回答も可能としており、これらを通じて得た調査結果を本社部門で分析し、「お客さま評価日本一/No.1」推進本部での議論に活かしています。

お客さま接点の強化

営業部門の取組み

両社は、すべてのお客さまに安心をお届けし、ご満足いただくために、契約時や事故対応時の代理店・募集人の基本的な行動ガイドラインを「代理店の安心行動基準」として定めています。

契約時には、契約プロセスごとに策定している「安心行動基準」の具体的な行動を代理店が実施することにより、お客さまの期待に応え、ご満足いただける契約手続きをご案内しています。

事故対応時には、代理店と連携して事故にあわれて不安を抱えているお客さまに寄り添い、「安心行動基準」に基づいた親身な対応により、お客さまの不安を解消し、よりご満足いただける事故対応を実施しています。

「代理店の安心行動基準」の定着に向けた取組みとして、社員が定期的に代理店とミーティングを実施しています。お客さまアンケートや各種データを用いて、契約時や事故対応時における「安心行動基準」の取組状況を代理店にフィードバックし、改善すべきポイントを明らかにすることにより代理店のさらなる業務品質の向上を図っています。



保険金サービス部門の取組み

保険金サービス部門では、事故対応における行動基準『SCクレド*』を作成しています。お客さまの不安を解消し、ご満足いただけるよう『SCクレド』に基づく対応を行い、お客さまの声に耳を傾け「まごころ」を込めたサービスを追求しています。

「事故受付後」、「初回対応時」、「途中経過連絡時」、「事故解決時」には、迅速かつきめ細やかな説明を実施する『まごころコール』の取組みを展開し、お客さまの安心を支えています。



※「SCクレド」とは、保険金サービス部門で働くすべての社員が常にお客さまを意識し、すべてのお客さまに「まごころ」を込めたサービスを提供するための信条をまとめたものです。

カスタマーセンターの取組み

カスタマーセンターでは、「お客さま評価日本一/No.1」の実現に向け、以下の取組みを行っています。

(1) お待たせすることなく電話が繋がる体制の構築

お客さまからのさまざまなお問合せに対して迅速に対応できるよう自動音声案内を導入し、適切な窓口をお客さまにご案内しています。自動音声案内の時間短縮および操作回数の削減、オペレーターの増員を行うことでお待たせすることなく電話が繋がる体制を構築しています。

(2) オペレーター品質の向上と均質化

拠点ごとに品質管理専任者を設置しています。定期的にオペレーターの対応内容を診断し、結果をフィードバックすることで、オペレーター品質の向上と均質化に努めています。

(3) 一度の電話で対応が完了する「ワンストップ(完結)対応」*の拡大

お客さまからカスタマーセンターへご契約内容変更のご連絡をいただいた際に、営業店に取次ぐのではなく、カスタマーセンターにて対応が完了する仕組みを構築しています。「ワンストップ(完結)対応」で完結できる手続きの範囲を順次拡大しています。

※現時点では一部対象外のご契約があります。

トピックス

国内事業

個人向け新商品の発売

新商品ブランド『THE(ザ)』シリーズの発売

損保ジャパンおよび日本興亜損保は合併に伴い、2014年9月1日以降に保険責任を開始する契約※を対象に個人向け新商品を発売しました。

新商品は、お客さまニーズにあわせた新たな補償やサービスを提供するとともに、商品ブランドを、『THE(ザ)』シリーズに統一することで、わかりやすい商品ラインアップを実現しました。

新商品ブランド『THE(ザ)』シリーズという名称には「お客さまの生活に寄り添い一番の安心を提供できる存在となり、お客さまにとってかけがえのない保険をお届けしたい」という思いが込められています。

※ 損保ジャパンは先行して、2014年7月1日以降に保険責任を開始する契約を対象に販売を開始しました。



自動車保険「まかせて安心 入院時アシスタンス」の提供

キャッシュレスでヘルパーサービスを提供

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、『THE クルマの保険』の発売にあわせ、「人身傷害入院時諸費用特約」の新たなサービス「まかせて安心 入院時アシスタンス」の提供を開始しました。

「まかせて安心 入院時アシスタンス」は、介護業界最大の株式会社ニチイ学館との提携により、お客さまに、「ホームヘルパーサービス」や「介護ヘルパーサービス」を提供します。入院時に最もご利用ニーズの高い家事を中心に、有資格のヘルパーによる家族介護の代行まで幅広く対応します。



風力発電事業者向け火災保険

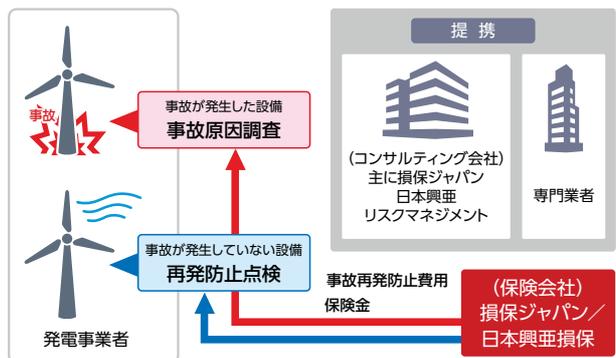
『事故再発防止費用特約』の発売

保険とリスクマネジメントサービスの提供により安定経営を支援

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、2014年2月、風力発電事業者を対象とする『事故再発防止費用特約』を付帯した火災保険を発売しました。

風力発電設備はひとたび事故が発生すると損害が高額となるほか、同種の事故が連続して発生する傾向があり、事故の原因調査や再発防止対策が風力発電事業経営における重要な課題となっています。

こうした課題解決に対するニーズにお応えするため、事故再発防止ノウハウを組み入れた本特約を開発しました。保険とリスクマネジメントサービスを提供することにより、風力発電事業の安定経営を支援していきます。



動産・売掛金担保融資専用

『ABL総合補償プラン』の発売

ABLの普及を後押し

損保ジャパンは、2013年10月、動産・売掛金担保融資 (Asset Based Lending、以下「ABL」)において、融資先企業が抱えるリスクを総合的に補償することを目的として開発した専用パッケージプラン「ABL総合補償プラン」を発売しました。

ABLは、中小企業等の経営改善や東日本大震災による事業復興・再生を図る資金のみならず、新たなビジネスの資金確保を支援することで地域金融の活性化にもつながることが期待されています。

そこで、ABL融資先企業が抱える動産・売掛債権を取り巻くリスクに対する的確な補償の提供を目的として、物流総合保険、取引信用保険などをパッケージ化した本プランを開発しました。金融機関によるABLの推進をサポートすることにより、中小企業等の資金調達手段の多様化に貢献していきます。

クラウド事業へ参入

国内損保業界初となるクラウドサービスの開発

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、2014年4月、株式会社インターネットイニシアティブと「共通基盤サービスの共同運営に係る基本計画」を策定し、クラウドサービス「損保ジャパン日本興亜クラウド(仮称)」を共同開発して提供する方針を決定しました。

この共同事業では、真のサービス産業への進化に向けてクラウド事業に進出し、リスクコンサルティングなどのソリューションを組み合わせたクラウドサービスの提供を行う方針です。

2014年10月以降、損保ジャパンが展開しているグループ会社向けの社内システム共通基盤を一新し、サービスメニューを拡充したうえで、グループ会社や取引先代理店向けに提供していきます。

『ほけんアプリ』、『楽訳たびカメラ』などスマートフォン向けアプリの提供

お客さまへさらなる安心をご提供

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、個人のお客さま向けにさまざまなスマートフォン向けアプリを提供しています。

2013年12月から提供を開始している『ほけんアプリ』は、「安心とつながろう ～いつもともしもの家族の安心～」をコンセプトに、「代理店連絡」「事故・トラブル連絡」「契約一覧」など、ご家族の保険に関する情報をまとめて携帯できるアプリです。

また、2014年4月から提供を開始している『楽訳たびカメラ』は、海外旅行中に不安に感じることの多い「言葉」の不安を手軽に軽減し、お客さまにより安心して海外旅行を楽しんでいただきたいとの思いから開発したアプリです。現地語のメニューや案内表示をカメラで映すと、日本語を表示するもので、英語をはじめとした4言語に対応しています。



医療保険の新商品『新・健康のお守り』の発売

保障の充実と保険料の低廉化の両立を実現

NKSJひまわり生命は、2014年5月、医療保険の新商品『医療保険(2014)』(終身タイプのペットネーム『新・健康のお守り』)を発売しました。

新商品は、累計120万件を販売した『医療保険(08)』(終身タイプのペットネーム『健康のお守り』)を約6年ぶりに全面リニューアルしたものです。保障内容の更なる充実と保険料の低廉化の両立を実現しました。

三大疾病による入院の通算支払限度日数無制限化や先進医療給付金の支払限度額アップ(1,000万円から2,000万円にアップ)、手術給付金の支払基準を公的医療保険に連動させるなど、お客さまのニーズに応じた保障にリニューアルしました。



新企業CMの展開

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、2014年5月から両社の合併を伝える企業CMとして『看板の出会い』編の放映を開始しました。

新企業CMは、「関ジャニ∞」をイメージキャラクターに起用し、明るくコミカルに新会社の誕生をPRしています。9月に控えた合併をわかりやすく、シンプルにお伝えするとともに、「お客さまの期待に一番お応えできる会社になりたい」という思いをお伝えする内容となっています。

海外保険事業戦略

NKSJグループは、海外保険事業を、グループの成長戦略の一翼を担う事業と位置づけ、分野別(リテール・企業)の戦略を明確化し、対象地域の選定と優先順位づけを行っています。

リテール分野では、新興国において自動車保険を中心とした保険市場の成長を取り込むことを目的とし、M&A等を引き続き実施していきます。現地拠点がすでに一定の地位(業界10位前後)を有する、ブラジル・トルコ・マレーシアを重点地域に、また、今後の成長に期待し、タイ・インドネシア・インド・中国をリテール事業基盤の整備を行う基盤整備地域と位置づけています。

一方、企業分野では、欧米を中心とした先進国のスペシャルティ分野*における安定的な収益貢献を目指し、Canopus Group Limited(以下「キャノピウス社」)の子会社化を通じて海外スペシャルティ分野に本格参入しました。

これにより、2015年度に海外保険事業のグループ修正利益を140億円～200億円とする経営数値目標の達成を目指します。

*特殊性、個別性が高いリスクを、高度なアンダーライティングノウハウを用いて引き受ける市場

英国ロイズ保険会社キャノピウス社の株式取得

損保ジャパンは、2014年5月、英国ロイズ保険マーケットにおいてトップ10の地位にあるキャノピウス社の買収を通じて、海外スペシャルティ分野に本格参入しました。買収金額は613百万ポンド(約1,048億円*)にのぼり、NKSJグループがこれまで行った買収のなかで最大規模となり、本M&Aについては、ロンドンの保険業界紙Reactionsが主催する「Reactions London Market Awards 2014」で「ディール・オブ・ザ・イヤー」を受賞しました。

キャノピウス社は、当グループと事業分野や事業地域において補完的な関係にあり、また同社が有するM&A実行力や買収後の経営改善能力、優れた人事戦略といった能力やノウハウを当グループに移転することにより、グループの海外保険事業全体の競争力の一層の向上を図っていきます。

*日本円の為替レートは、1ポンド=171円を使用しています。



ロイズ本社ビル

中国自動車整備事業への参入

損保ジャパンは、2014年7月、中国全土における自動車整備事業への本格参入を目指し、中国トップの自動車メーカーである上海汽車工業(集団)総公司の中核会社『上海汽车工业销售有限公司(以下「上海汽車工業販売社」)』と提携しました。

中国の2013年自動車新車販売台数は2,000万台を超えており、今後さらに自動車整備等のアフターマーケット拡大が見込まれています。

損保ジャパンおよび上海汽車工業販売社は、上海市で試験的に自動車整備工場を2年間運営するプロジェクトを実施し、その後、自動車整備事業を本格展開するための合併会社の設立を目指します。

また、損保ジャパンは、自動車整備工場経営に関するコンサルティングを行う子会社『丝捷恩凯商务諮詢(上海)有限公司(SJNKビジネスコンサルティング社)』を新たに設立し、本プロジェクトの実施拠点として同社を活用していきます。



調印式の様子

南アフリカ共和国に ヨハネスブルグ駐在員事務所開設

損保ジャパンは、2014年4月、南アフリカ共和国最大の都市であるヨハネスブルグに駐在員事務所を開設しました。

南アフリカ共和国を含むサブサハラ・アフリカ地域諸国* (以下「サブサハラ・アフリカ」)に駐在員事務所を開設するのは、業界初の取組みです。

サブサハラ・アフリカは、急速な経済成長、人口増加等を背景に、保険市場についても今後の中長期的な成長が見込まれることから、サブサハラ・アフリカの本格的な保険市場調査・研究および日系企業へのサービス体制の拡充を図っていきます。

※ サブサハラ・アフリカ地域諸国とは、アフリカ大陸サハラ砂漠以南の地域で、アフリカ大陸54か国のうち49か国を指します。

スイス・チューリッヒに再保険営業拠点を開設

損保ジャパンは、スイスのチューリッヒに支店を開設し、同時に再保険引受代理店としてSompo Japan Nipponkoa Reinsurance (Switzerland) AGを設立し、2013年10月に営業を開始しました。

損保ジャパンは、グローバルなリスク分散の観点から、リスクと収益のバランスを最優先しつつ、成長性や収益性の高い地域を中心に再保険の引受けをしており、これまで香港(中国)、クアラルンプール(マレーシア)、ロンドン(英国)に再保険営業拠点を開設しました。

一方、欧州各国へのアクセスの良さから、チューリッヒの再保険市場は近年急速に発展しています。第4の海外再保険拠点としてチューリッヒに進出し、欧州地域での再保険事業拡大を図っていきます。

ブラジル子会社の合併

損保ジャパンは、ブラジル子会社であるYasuda Seguros S.A. (以下「南米安田社」)とMarítima

Seguros S.A. (以下「マリチマ社」)が2014年12月中を目処に合併することを発表しました。

個人分野に強みを持つマリチマ社と、法人分野を中心にサービスを提供してきた南米安田社が合併することにより、1つの会社として相互補完的な商品・サービスを提供していきます。

中国現地法人で自賠責の取扱いに向けた 「経営範囲変更認可」取得

中国現地法人であるSompo Japan Nipponkoa Insurance (China) Co., Ltd. (「日本財産保険(中国)有限公司」)は、2014年4月、中国の保険監督官庁である中国保険監督管理委員会から、自動車交通事故強制保険* (以下「交通強制保険」)の取扱いに向けた「経営範囲変更認可」を取得しました。

今後、関係当局の審査を経て「商品販売認可」を取得し、交通強制保険の販売を開始する予定であり、あわせて自動車保険(任意保険)の販売準備も進めていきます。

※ 自動車交通事故強制保険の補償内容は対人賠償保険(死亡・後遺障害、医療費用)および対物賠償保険であり、中華人民共和国道路交通安全法により、自動車の所有者または管理者の加入が義務付けられています。

「海外インターンシップ in Singapore」を実施

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、2013年10月、日本の大学に通う学生を対象に海外での就業体験機会を提供する「海外インターンシップ in Singapore」を実施しました。

シンガポールの現地法人Tenet Sompo Insurance Pte. Ltd.での就業体験を通じて、損害保険業界の海外事業を理解し、海外で働くことを具体的にイメージしていただきました。若い世代が世界を牽引していくためには、学生にグローバルマインドを高めていただくことが有効であるため、今後もこのような支援を行っていきます。

「グローバルサミット」の開催

2014年1月、海外グループ会社のトップが一堂に会する「グローバル・サミット」をシンガポールで開催しました。これまで「グローバル・サミット」は東京で開催しており、海外での開催は初となります。

海外保険事業の成長加速をテーマとした本サミットには、ブラジル、トルコなどのグループ会社10社のトップのほか、新たにグループに加わったキャンピオス社のワトソン会長も参加しました。当日は、NKSJホールディングス社長の櫻田と海外グループ会社のトップがミーティングを実施し、海外グループ会社における戦略の具体化を図りました。トップ間の活発な議論を通じて、NKSJグループにおける海外事業全体の相互理解と意思統一を図りました。



CSRの取り組み

ISO14001 認証の全拠点取得 ～国内金融機関最大規模の環境マネジメントシステムを構築～

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、それぞれが認証取得していた環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001を両社で統一し、全国の400拠点(グループ会社の一部拠点含む)を適用範囲とした認証を取得しました。全国16の各地区本部にCSR・環境地区推進本部を設置するとともに、各職場の推進役として約2,100人の社員をCSR・エコチェッカーに任命し、地域ごとの

特性にあわせたCSR・環境の取り組みを推進してきました。

両社が導入しているマネジメントシステムは、省エネ・省資源などの環境問題への対応に加え、社会的責任の国際規格ISO26000で掲げられている人権、消費者課題をはじめとした社会的責任への対応の観点も取り入れ、社会的課題にも取り組む『CSR・環境マネジメントシステム』としている点が大きな特長となっています。

Web約款で日本の自然を守ろう!「SAVE JAPAN プロジェクト」

～全国47都道府県で累計325回のイベントを開催、参加者18,000人を突破～

損保ジャパンおよび日本興亜損保は、環境NPOなどと協働し、全国で市民参加型の生物多様性保全活動を行う「SAVE JAPAN プロジェクト※」を展開しています。2011年度の開始から3年間で累計325回のイベントを開催し、18,000人を超える市民の皆さまに参加いただきました。

今後もNPOなどとの協働を通じて、市民の皆さまに身近な自然環境に関心を持っていただく機会を提供するとともに、持続可能な社会の実現に取り組んでいきます。

※「SAVE JAPAN プロジェクト」は、お客さまが自動車保険のご加入時にWeb約款などをご選択いただいた場合に、その実績に応じて環境NPOなどに寄付を行い、日本NPOセンター、地域の市民活動を支援するNPO支援センターや全国の環境NPOと協働で、市民向けの生物多様性保全活動を行うプロジェクトです。



静岡県でのイベント「里山の生き物たちと触れ合おう!」

SAVE JAPANプロジェクト

社員派遣プログラム ～復興に取り組む団体のサポート役として社員を派遣～

2012年度に引き続き、2013年7月から10月にかけて、被災地で復興に取り組むNPO団体に社員をサポート役として派遣する「社員派遣プログラム」を実施しました。

津波の被災地(市有地)で、太陽光発電所や植物工場での体験学習を通じ、地元の子供たちの成長を支援し、全国の人々との交流を図っている「一般社団法人福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会 南相馬ソーラー・アグリパー

ク」に社内公募で集まった合計9人の社員を派遣しました。

派遣した社員は、体験学習の充実を目的とした仕組みづくり、太陽光パネルオーナーの拡大策提案、地元連携先の開拓・地域イベントの企画立案など、さまざまな支援を行いました。



太陽光パネルでの体験学習の様子

20周年を迎えた「市民のための環境公開講座」

「市民のための環境公開講座」は損保ジャパン、損保ジャパン環境財団および(公社)日本環境教育フォーラムとの協働事業として1993年に開講し、2013年で20周年を迎えました。2014年2月、新宿本社ビルにて「市民のための環境公開講座」20周年と環境問題研究会の成果である書籍「気候変動リスクとどう向き合うか～企業・行政・市民の賢い適応」の出版を記念してシンポジウムを開催し、約130人

が参加しました。研究会の座長も務められた(公財)地球環境戦略研究機関 研究顧問の西岡秀三氏が「気候変動の20年～何が変わったか、なぜ変わらないか?」と題して基調講演を行い、パネルディスカッションでは企業とNPOの協働について活発な議論が交わされました。



20周年記念シンポジウムで挨拶をする損保ジャパン会長の佐藤

2013年度のCSRの取り組みに対する評価・主な受賞

表彰名称など	受賞・評価の内容	主催
第17回 日本経済新聞社環境経営度調査	金融部門 日本興亜損保 第1位 損保ジャパン 第3位	日本経済新聞社
第8回 東洋経済CSR企業ランキング	金融機関部門 日本興亜損保 第1位 損保ジャパン 第3位	東洋経済新報社
2014年 世界で最も倫理的な企業	選出(損保ジャパン)	エシスフィア・インスティテュート社
メセナアワード2013	「対話でアート賞」(損保ジャパン、損保ジャパン美術財団)	企業メセナ協議会
生物多様性アクション大賞2013	審査委員賞(損保ジャパン、日本興亜損保)	生物多様性アクション大賞実行委員会
第3回 カーボン・オフセット大賞	環境大臣賞(日本興亜損保)	カーボン・オフセット推進ネットワーク
平成25年度 地球温暖化防止活動環境大臣表彰	環境大臣賞(日本興亜損保)	環境省