

TOSHIBA

**2021年度
“つねにお客さまのことを考える”取り組み
に関するご報告**

東芝保険サービス株式会社

2022.06.22

“つねにお客さまのことを考える”取り組み



当社は、保険代理店として、お客さまの最善の利益の追求を最優先課題の取り組みと定め、金融庁が公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」を採択しました。

当社取り組み方針『“つねにお客さまのことを考える”取り組み』は定期的に見直しを行い公表します。従いまして、この資料において、当社の2021年度の取り組み内容を、当社の取組方針毎に報告させていただきます。

※当社の取組方針とは、金融庁が示した7つの原則に紐づいて定めた方針です。

「顧客本位の業務運営に関する原則」は金融庁ホームページよりご確認ください。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 1 (本文、注) 、原則 2 (本文)

最良で信頼性が高く明快なソリューションを提供することで、企業の発展に寄与し、個人には安心を届ける存在であり続けます。私たちは保険代理店としてお客さまの最善の利益の追求を最優先課題と定め、金融庁が公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」を“つねにお客さまのことを考える”取り組みとして実践し、またその取り組みを定期的に見直します。

当社の2021年度の取組

2021年6月に従前よりの「お客さま本位の取り組み」の整理・見直しを行いました。取組方針・KPIをホームページで公表している旨の報告を行い、金融庁の公表する事業者リストへ掲載されました。従前にも増して、保険代理店としてお客さまの最善の利益の追求する取り組みを推進して参ります。

また、当社ホームページのトップ画面では、お客さまに対する思いが一目でわかるように、メッセージにして掲げています。「お客さま本位の取り組み」を整理・見直す中で、よりTISCOらしく、TISCOのお客さまへ熱い思いを伝えられるように、新しいメッセージの社内公募を行いました。

その結果、従業員から『ずっと、もっとあなたに寄りそう』というメッセージが選出されました。

「ずっと」は、絶えることなく安心を届けたい。

「もっと」は、お客様の様々なニーズに応えたい。

「あなたに」は、他の誰でもないあなたに安心を届ける存在であり続ける。

私たちは、お客さま1人1人にあつたリスクマネジメントを行うことができるTISCOの強みを、このメッセージに込めました。

方針 1 - (1) 基本行動指針 (3C)

方針 1 - (2) 行動基準 (Credo)

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 2 (本文)

私たちは当社の目指す姿であり続けるため、東芝グループの理念体系を踏まえ、3つの“C”から始まる言葉に思いを込めて基本行動指針 (3C) を定めています。

基本行動指針 (3C)



TISCO Innovation

私たちは、約束します。

Creative
「創造」
つねにお客様のことを考え、お客様にとって最良の商品、サービスをお届けします。

Credible
「信頼」
つねにお客様のことを考え、お客様へ提供するすべてのものに誠意と責任をもちます。

Clear
「明快」
つねにお客様のことを考え、豊富な知識をもち、わかりやすく明るい対応で、安心をお届けします。

そして、私たちは、行動します。

東芝保険サービス株式会社

行動基準 (Credo)

TISCO-Credo

3C&活気溢れる会社作りのための18の宣誓 (3C実現のための行動基準)

私たちは、約束します。

Creative 「創造」 つねにお客様のことを考え、お客様にとって最良の商品、サービスをお届けします。

Credible 「信頼」 つねにお客様のことを考え、お客様へ提供するすべてのものに誠意と責任をもちます。

Clear 「明快」 つねにお客様のことを考え、豊富な知識をもち、わかりやすく明るい対応で、安心をお届けします。

- (会社ミッション) 私たちは、「善良」で「信頼性が高く」「明快」なリスクソリューションを提供することで企業の発展に寄与し、個人には安心を届ける存在であり続けることを目指します。【中計 全社戦略】より
- (未来の創造) 私たちは、一歩先の社会を予測し、今あるべきことを前提から考え、実行に移します。会社の方針や決定は全員で共有し、目標に向かって努力と工夫を重ねます。美談とコミュニケーションは、私たちが、全社に伝わり、誠意と情熱を持ち続けます。
- (コンプライアンスの徹底) 私たちは、コンプライアンスを徹底するためには、一切の妥協も許しません。法令や社内ルール、社会規範、倫理を熟知し、これらに反する行為は絶対に許しません。私たちが、疑を容れない勇気と誠実さを尊重します。
- (お客様への愛) 私たちは、お客様を愛しています。ミスをするのはお客様への愛が不足しているときと心得て、気持ちを引き継ぎます。私たちが、お客様の笑顔と感謝の言葉を聴いて、仕事の意味とやりがいを見出します。
- (お客様への誠意) 私たちは、お客様の立場になって物事を考え、行動します。手戻りしている限り、本当に満足していただくことは出来ません。私たちが、誠意と人格を磨き、一人一人としてお客様の課題となることを目指します。
- (お客様の声) 私たちは、全てのお客様の声を真摯に受け止めます。お客様の声は、会社を成長させるための素晴らしいシグナルです。私たちが、真心想い込めてお客様へ届け、お客様に届えられて嬉しくなります。
- (笑顔・コミュニケーション) 私たちは、笑顔とコミュニケーションを大切にします。笑顔でいると気持ちや言葉が伝わりやすくなり、新しい発想が生まれます。笑顔とコミュニケーションは、お客様の心を暖かく繋ぐツールです。【商売・売場・売場】を目指します。
- (言葉の力) 私たちは、明確なコミュニケーションを図るため、言葉遣いに配慮します。明確で前向きな言葉は、遠い心と優しい表情を伝えます。【明るく、活き活き、へこたれず、優しく、美しく、粘り強く】をモットーに、自分自身にも声かけします。
- (スピード・実行力) 私たちは、「すぐやる、必ずやる、出来るまでやる」を心がけます。困難を恐れたら、たとえ100点の成績でも不十分と心得て、スピード感を持って仕事をします。1日決めた目標は、強い意志と覚悟を持って必ず最後まで仕上げます。
- (プラス思考) 私たちは、常に目標を設定し、困難や困難はプラスの発想で解決します。初めから諦めるのではなく、「こうすれば出来る」「この部分だけ分かん」と悩まず変えて実行します。私たちが、変化することを受け入れ、楽しみながら成長します。
- (工夫・改善) 私たちは、お客様の要求を常に意識し、問題を解決する力を生みます。昨日のやり方を凝り固めず、進化していることと同じです。切羽はせざることを工夫し、確実に実行出来るように少しずつ改善して行きます。
- (謙虚な心) 私たちは、相手の意見を聞き入れる謙虚な心身を身につけます。顧客や自己満足は、成長にブレーキをかけます。自分のやり方や考え方に固執せず、尊敬する人の行動や考え方を学び、高い努力をします。
- (自立・自己責任) 私たちは、経済的な自立のみならず、精神的に自立するために仕事をします。上手に行かない原因を相手に押し付けるのではなく、責任は自分にあると考えます。責任は仕事であることと認識し、自分自身の責任をもちます。
- (考える努力) 私たちは、意図的な成果を生み出すため、常に考えることを怠りません。仕事の質を高めるため、本質を捉えたシンプルかつ効率的な方法を追求します。考えることは、その他大勢から抜け出すための最大の武器です。
- (主体性) 私たちは、自ら考え、実行し、問題を解決する力を生みます。指示があるまでもない「指示待ち人間」ではありません。様々な困難とその妥当性を考え、考えられた仕事を最適な方法で実行します。
- (チームワーク) 私たちは、円滑な組織運営のため、タイムリよく課題に「報告・連絡・相談」を行います。個人プレーや「仲良くシラフ」では、大きな成果は得られません。困難や困難な状況に立ち向かうためには、心を合わせて協働し、互いに支え合えるチームを築き、共通の目的に向かって力を合わせます。
- (日々の心掛け) 私たちは、全てのことに礼儀正しく思いやりのある態度で臨みます。自分も周囲の気持ちを持ち、お礼の一言を添えます。自分の詳細な業務に関する判断の心ではなく、他者の幸せを願う利他的心(「信頼の橋」)を尊重します。
- (マナー・ES) 私たちは、明るく大きな声で自分から挨拶をします。お客様の視点に立ち、身だしなみや表情、立ち居振る舞いなどを配ります。心を磨き、身につめ、職場全体を常に整頓整頓し、省エネ・省資源に配慮します。

東芝保険サービス株式会社

当社の2021年度の取組

方針 1 - (1) 基本行動指針 (3C) や方針 1 - (2) 行動基準 (Credo) は、部門単位で毎月CS-UPミーティングを行い、全従業員で唱和を励行しています。行動基準については、社内取り組みでの好事例を『そりゃいいね！Credo』として毎月選出し、全体朝礼やCS-UPミーティング時に共有しています。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 2 (注)



私たちの活動の指針を3Cカンパニー・CS-UP10002・TISCOWAYの図で表しています。

私たちはCS（お客さま満足）をCS-UP10002活動といい、ES（従業員満足）をTISCOWAYとして活動し、これらが会社経営の両輪として企業文化の定着を進めています。

当社の2021年度の取組

お客さま満足の指標『CS-UP10002』活動と従業員満足の指標『TISCOWAY』の取り組みについてはP.6～9に詳しく報告しております。

方針 2-(1)

CS-UP10002活動

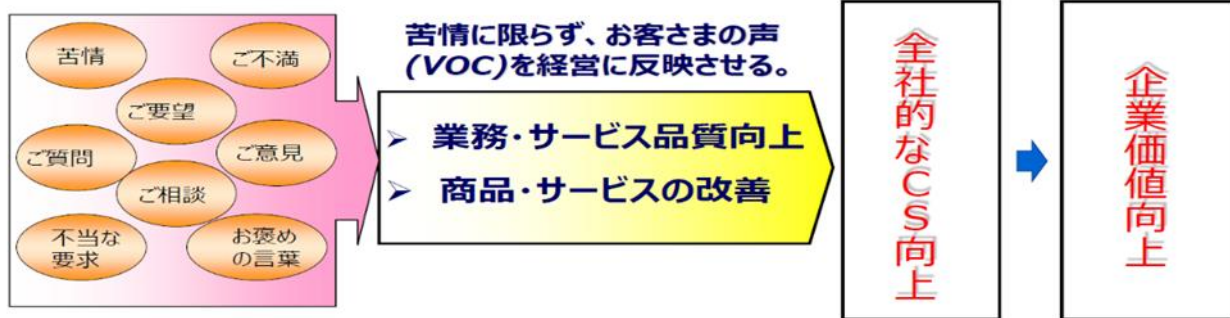
顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 2 (注)

私たちの考える「お客さまの声」への対応は、単に、お客さまから寄せられる声に対応するだけでなく、お客さま対応の重要な柱であるお客さまとのコミュニケーション（募集行為における意向の把握・確認、情報提供、商品説明や、ご相談・お問い合わせ、ご意見・ご要望、ご不満のお申し出など、お客さまと様々な機会で行き取りされるすべてのコミュニケーション）のプロセスのことを言います。

私たち保険代理店がお客さまに提供する「製品」「サービス」とは、こうしたお客さまとのコミュニケーションであり、このプロセスの品質を上げることが、CS向上の重要な要素であるとともに、お客さま本位の良質なサービスを提供し、お客さまの最善の利益を図ることにつながるとの認識に立ち活動を展開しています。

当社の2021年度の取組

CS-UP10002活動とは、ISO10002をベースに構築された「お客さま対応の声プロセス」に対応した活動で、苦情だけでなくあらゆるお客さまの声（VOC）を起点にお客さま対応と業務品質の向上・改善につなげていくものです。お客さま重視の風土を根付かせ、顧客満足を高めることで企業価値向上を目指すために活動を実施しています。



当社の2021年度の取組 (つづき)

◆CS-UPミーティング (全部門：毎月1回)

「コンプライアンス最優先」「基本行動指針 3 C」に対する意見交換や、保険業法改正に伴う各種点検、お客さま本位の業務運営についての話し合いの場、かつ、在宅勤務で希薄になりがちな相互コミュニケーションの場として行われています。

◆CS-UPニュース発行 (14回発行)

主に日ごろの業務品質の向上・改善に役立つ情報を「CS-UPニュース」として発行しました。

《テーマ》

【契約・解約時手続きの注意点】

【メールでの言葉遣い、メール誤送信の注意喚起】

【個人情報の取り扱い、改正個人情報の対応】

【ご高齢者の対応】 など。

◆2021年度はCS-UP内部監査を8部門行いました。上期2部門、下期6部門

CS-UP内部監査の主な目的は以下の通りです。

- ・CS-UP10002取組状況の確認
- ・お客さまの声を経営に反映させる取り組みの確認
- ・再発防止策の実施状況を確認
- ・苦情発生の予防に務めているかの確認
- ・改善策・ベストプラクティスへの取り組み状況の確認

●2022年1月発行CS-UPニュース

CS-UP 10002

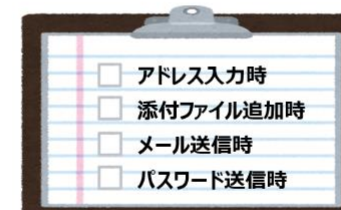
CS-UPニュース 21-10

メール送信時の注意点

～誤送信しないためのチェックポイント～

今や業務ツールで欠かせないメールですが、とても便利な反面、誤った使い方をするとあつという間に個人(会社)情報漏洩に繋がってしまう危険なツールでもあります。誤送信しないためのチェックポイントをまとめてみました。

〈個人(会社)情報漏洩につながる事務ミス防止チェックリスト〉と合わせて参考してください。



☑ アドレス入力時

1. 社内個人の宛先検索方法

〈個人(会社)情報漏洩につながる事務ミス防止チェックリスト〉のとおり、社内へのメールを送信する場合は必ず(TISCO)アドレス帳から、ローマ字で姓名(姓名の間にスペース)を入力して

当社の2021年度の取組 (つづき)

◆CS-UP10002 eラーニング (7/20～8/9) テーマ：“つねにお客さまのことを考える”取組み 『お客さま本位の業務運営』
金融庁届け出の報告と今後の取組み
内容：金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」改訂に伴う、本来の趣旨の理解を深める。

◆コンプライアンス研修&CS-UP10002研修 (11月)

テーマ：苦情（個人情報・不適正事案）の事例を振り返り、お客さま対応や部門の取組みについて考える。

メンバーの課題：個人情報漏洩や不適正事案の防止、CS向上に対し自らが責任を担っているという意識のもと、
主体的・自律的に業務遂行ができているか？

部門長の課題：自部門のCS-UPの入力・記録内容を十分に把握し、自分なりの問題意識をもって
自部門の状態に積極的に関わり改善していく姿勢があるか？

オンラインでメンバー、部門長、部門を混在させたグループ討議を行い、テーマ課題に対して日常業務の取組みの振り返りや、お客さまとのコミュニケーションの取り方、コンプライアンスの再確認など活発な意見交換をすることができました。



顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 2 (注)

私たちはCS（お客さま満足）とES（従業員満足）を会社経営の両輪とした企業文化の定着を進めています。TISCO WAYでは、“ワクワクする仕事”、“明るい職場”、“躍動感みなぎる会社”を目指して、会社、従業員が一体となって組織風土の改革を推進し、ES（従業員満足）の充実に努めています。

当社の2021年度の取組

従業員満足の向上に向け、お互いが気持ちよく仕事ができる環境の醸成に取り組んでいます。年1回の業績表彰、お褒め獲得者表彰、行動基準においては、社内取り組みでの好事例を『そりゃいいね！Credo』として毎月選出し、全体朝礼やCS-UPミーティング時に共有しています。



◆業績表彰 6件

一例【T-CLIPサイバーのグローバル化】

グローバルサイバー保険プログラムを企画立案し、国内外のグループ会社から多くの賛同を得て、社内初のコントロールドグローバルプログラムを実現し、高まるサイバー攻撃に対する東芝グループのリスクマネジメントに貢献しました。

◆『そりゃいいね！Credo』2021年9月の事例紹介

【取引先コードの依頼書の申請方法をワークフロー化して対応した案件について】

送信者コメントより：取引先コード発番依頼をシステム化することで申請部門、承認部門の承認履歴を管理し、内部統制やコンプライアンスの向上だけでなく、ペーパーレスの観点から2021年度のスローガン「3C with デジタル」に貢献していると思われましたので、いいね！を送ります。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 2 (注)、原則 3 (注)、原則 4 (本文)、原則 5 (本文、注 1、3、4、5)、原則 6 (本文、注 1、5)

当社は、お客さまを取り巻くリスクの分析やコンサルティング活動等を通じて、お客さまの意向と実情に沿った適切な商品設計、販売・勧誘活動を行ってまいります。

お客さまの知識、経験、ご加入目的等を総合的に勘案し、保障（補償）内容や手続き方法について、お客さまにご理解いただけるよう保険会社の「パンフレット」を用いて適切、かつ分かりやすい説明、案内に努めてまいります。

また、契約後もお客さまのご契約を適切に管理するとともに、お客さまの利便性の向上を実現してまいります。

そのため、自社で構築したシステムを基盤に、一人ひとりのお客さまとのコミュニケーション内容を社内共有することで、迅速かつ的確な対応を実現してまいります。

当社の2021年度の取組

私たちは、お客さまのライフスタイルや保険契約に対してのご意向を十分にお聞きした上で、最適な商品をご提供しています。お客さまからお伺いした情報はご契約前から自社で構築したシステムに蓄積されるため、いつでも適確な対応をすることができます。ご契約後はお伺いした情報からライフステージごとにおすすめ商品をご提供し、生涯にわたるサポートを行っています。

方針 3-(1)

お客様の声をお受けする窓口

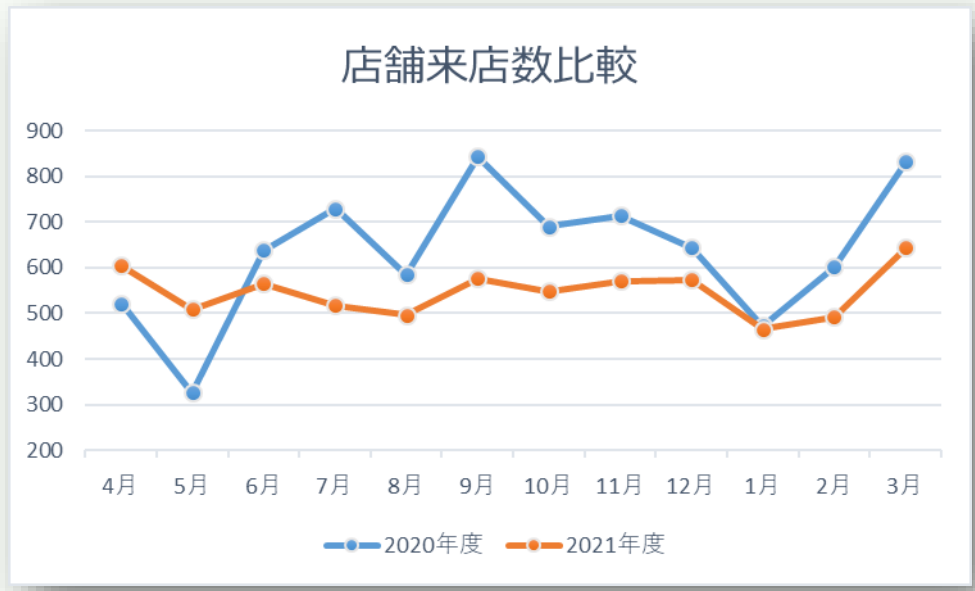
顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 2 (注)

当社では、直接お客さまと接する担当従業員以外にも、お客さまへの情報提供や、ご要望やご相談を承る窓口として、組織体制を整備し、全国にいらっしゃるお客さまに対して幅広く、あらゆる方法や機会を通じて最適な商品・サービスの提供を心掛けています。

当社の2021年度の取組

2021年度はコロナ過でのお客さまの働き方変化によって保険相談センターの営業日を縮小しましたが、店舗数はコロナ過以前と変わらない店舗数を維持しました。オンライン面談を積極的に取り入れ、保険相談センター来店時同様の対面サービスの機会を継続しました。

私たちは、お客さまの働き方、ライフスタイルに適したお客さま対応を実施しています。



方針
3-(2)

お客様の声対応履歴の記録

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 2 (注)

これまでのお客さまとの取引経緯を当社独自の顧客情報管理システムに記録しています。これにより、お客さまと当社の間で、いつ、どこで、どのようなやり取り、お取引をさせていただいたかの履歴情報を全社で共有し、常に最適な商品・サービスを提供できる態勢を構築しています。
お客さまが弊社どちらの窓口へご来店、お電話いただいてもスムーズ且つ安心してご相談いただけるよう努めています。

当社の2021年度の取組

お客様の声は電話、メール、オンライン面談、満足度アンケートなどさまざまです。いただいたお客様の声は全て顧客情報管理システムにて記録・管理しており、その内容は従業員全員で共有しています。
お客さまとの時間を少しでも多く創出するために、お客様の声対応履歴を充実させることで、当社のどの従業員がお受け付けしても、お手続き状況の可視化によって、スムーズに対応できるようにしています。



適切な保険募集の徹底

顧客本位の業務運営に関する原則＝原則3（本文、注）、原則4（本文）、原則5（本文、注1、2）、原則6（注2、3）

当社は、保険商品をお客さまへご案内するにあたっては、お客さまの利益を最優先に対応することを「販売方針」に定めており、当社や保険会社の利益を優先して保険商品を販売することはありません。また、当該商品を提供する保険会社の手数料に影響を受けることもありません。

お客さまのリスクやニーズ、ご意向について十分にお聞きすること。それに対応する保険商品や、補償内容、保険料をはじめとする様々な情報の説明を丁寧に行うこと。そのためにも、お客さまと十分なコミュニケーションを図り、ご満足、ご納得いただけるお手続き、ご契約となるよう努めています。

また、当社独自の募集プロセス管理システムにより、お手続きからご契約に至るまでの経過を記録し、適切な募集プロセスに基づいたご契約とするため管理に努めております。

【手数料その他の費用の開示について】

なお、手数料その他の費用の開示については、以下の通りとなります。

① 金融商品取引法が準用される「特定保険契約」については新規の保険募集は行いません。

ただし、既にご契約いただいている、「特定保険契約」（変額保険の1件のみ）については、被保険者の追加加入がある場合、該当の保険会社の指示に従い、可能な範囲で手数料の開示を行います。

② 「一般保険契約」については手数料の開示を控えております。

③ 「東芝グループ積立年金制度」において、お客さまが負担する事務費等は、パンフレットに開示しています。その他の取り扱いについて、お客さまが負担される事務費等が発生する場合は、保険会社等の指示に従いご案内いたします。

【複数の金融商品の取り扱いについて】

当社は、複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨しておらず、また金融商品の組成には携わっておりません。

当社の2021年度の取り組みは次ページをご覧ください



当社の2021年度の取組

私たちは、「基本行動指針（3 C）」に定めている通り、お客さまにとって「最良の商品・サービス」をお届けします。また、単に保険商品を販売するのではなく、お客さまと十分なコミュニケーションを図り、ご満足、ご納得いただけるお手続き、ご契約となるよう一生涯にわたりご満足いただけるサービスの提供を行います。

【手数料その他の費用の開示について】

手数料その他の費用の開示の考え方については変更ありません。

【複数の金融商品の取り扱いについて】

複数の金融商品・サービスをパッケージとして販売・推奨しておりません。

2021年度に実施したCS-UP10002 eラーニングでは 適切な保険募集の徹底や手数料その他の費用の開示について当社の考え方を再周知しました。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 5 (注 3、5) 原則 6 (本文、注 4、5)

当社ではご高齢の方、障がいのある方にも安心してお手続き、ご契約いただけるよう、より丁寧で分かりやすい説明や、複数回の説明機会を設ける等のきめ細やかな対応を心がけています。

また、お客さまの状況に応じた柔軟な対応、サポートを行ってまいります。

当社の2021年度の取組

私たちは、ご高齢者・障がいのある方への対応は、お客さまの特性を十分配慮した対応を行っています。CS-UPニュースではアンケートに寄せられた「わかりづらい」といった内容のコメントに着目して、高齢者の特性を「身体的」「知識的」「心理的」に分類して、配慮すべき事項の具体例を取り上げ、実務に活かせるニュースを発行しました。

2021年7月より聴覚や発話に困難のある方（以下「聴覚障害者等」）向けの公共インフラ「電話リレーサービス」のサービス提供が開始されたことを受け、保険募集における「電話リレーサービス」の活用例や注意事項を共有しました。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 6 (本文、注 5)

当社では保険商品、ご契約に関するものの他、お客さまの生活に役立ていただくための様々な情報やサービスのご提供に努めています。

Web保険情報サービス (TISCOT)

東芝グループ従業員、ご退職者様に向けて、「お客さまやそのご家族と保険を通じてつながり、生涯にわたりサポートさせていただきたい」との思いから、保険契約のお申込みから変更、確認まで、いつでもどこでもご利用いただけます便利なウェブサービスを開設しております。

定期的な情報配信

当社にご契約いただいております、東芝グループ従業員の方に向けて、くらしや家計に関する旬な話題をテーマに取り上げ、メールマガジンの配信を行っています。

イベント・セミナー開催

東芝グループの各事業場ごとにお客さまのリスクへの啓蒙や保険情報のご提供の場として、各種イベントやセミナーを開催しています。また、Web保険情報サービス (TISCOT) 上にて、オンラインセミナー動画をご案内しています。

当社の2021年度の取り組みは次ページをご覧ください



当社の2021年度の取組

◆ご契約者さま向けに情報・サービスのご提供としてtisco-money+ を配信しています。くらしや家計に関するテーマを取り上げ、情報提供としてご契約者さまに役立つ知識や情報を配信しました。(13回配信)

- (4月) 公的医療保険に関する制度改正
- (5月) 令和3年度税制改正
- (6月) 75歳以上の医療保険の自己負担割合 2割に引き上げへ
- (7月) 資産運用の基礎知識
- (8月①) 今だから始めたいライフプランニング
- (8月②) 家計データと我が家の比較分析で課題をチェック!
- (10月) 困った!こんなときどうする?
- (11月) 省エネによる温暖化防止
- (12月①) 人生100年時代をイメージしたセカンドライフプラン
- (12月②) 要チェック!2022年に変わること・始まること
- (1月) 確定拠出年金(DC)
- (2月①) 学びによるステップアップ(自分磨き)
- (2月②) 値上げラッシュに立ち向かう!インフレの基礎知識と対応策

◆現役従業員さま向けにTeamsを使ったオンラインセミナーを実施しました。(6回配信)

- (5月) 財産形成セミナー
- (7月) 火災保険関連セミナー
- (9月) 東芝保険制度セミナー
- (11月) 医療保険必要論セミナー
- (1月) 自動車保険関連セミナー
- (3月) 新生活セミナー

2021年度より開催されたオンラインセミナーは、後日当社Web保険情報サービス(TISCOT)からアーカイブ動画でご覧いただけるようになりました。

現役従業員さまだけでなく、TISCOT登録者さまもいつでもご覧いただけます。



●2021年11月開催オンラインセミナー

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 6（注 4）、原則 7（本文）

私たちは、活動指針で掲げる、Creative「創造」・Credible「信頼」・Clear「明快」の実現のため、様々な取り組みを推進し、つねにお客さまの視点に立ち、日々業務品質の向上・改善に努めてまいります。

当社の2021年度の取組

つねにお客さまの視点に立ち、日々業務品質の向上・改善に努めるように、2021年下期はつねにお客さまのことを考える（ベストプラクティス）改善活動を実施しました。

「お客さま本位の業務運営」に関する取り組みの一環として、CS-UPミーティングにおいて各部門でベストプラクティスを考える活動（改善活動）を実施しています。

これまで部門ミーティングからの改善（ベストプラクティス）については、活動にばらつきがあったため、品質管理グループが各部門の特性に合わせたテーマ選定などに直接かわらせて頂き、各部門の取り組みのレベルアップに努めました。お客さま本位の活動の中で、経営に資する取り組みは当社ホームページに掲載し、広くお客さまに周知出来るよう「改善」の活性化を図る取り組みを行いました。

2021年度の改善事例は当社ホームページ [改善事例（KPI）](#) よりご覧いただけます。

方針
4-(1)

「お客さまの声」の活用

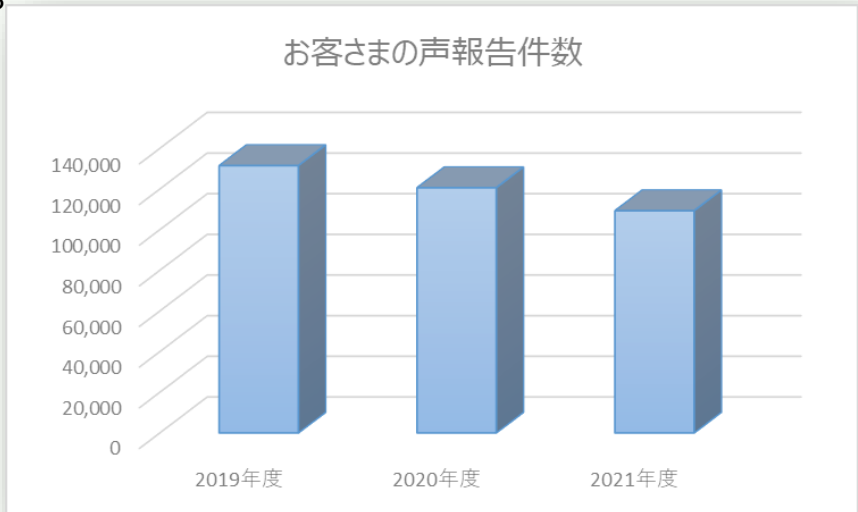
顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則7 (注)

顧客情報管理システムに記録されたお客さまと当社のコミュニケーションの履歴すべてを、「ご不満」、「ご意見・ご要望」、「ご相談・問い合わせ」、「お褒め」などに分類しデータベース化しています。これらを集計・分類・分析し、多くのお客さまにとって有益で分かりやすい商品・サービスのご提供のため、継続的な業務品質改善を図り、お客さまから信頼されご満足いただけるよう努めております。

当社の2021年度の取組

顧客情報管理システムにお客さまとの対応履歴を109,327件登録し、すべてに、「ご不満」、「ご意見・ご要望」、「ご相談・問い合わせ」、「お褒め」などに分類しデータベース化しています。分類されたお客さまの声は企画業務部でモニタリングを行い、その後お客さまの声対応関連部門に連携され、お客さま対応の向上に役立てています。

2021年度 お客さまの声受付件数の詳細は取り組み指標 (KPI) として当社ホームページよりご覧いただけます。



顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 7 (注)

「お客さまの声・期待」を受け止めるために、2012年度より契約手続きや事故対応サービスに関する「お客さま満足度調査」を実施し、検証、分析、社内共有を行っています。

当社の2021年度の取組

2012年度より実施している「お客さま満足度調査」は2021年度も当社と接点があったお客さまを対象に毎月500名に実施しました。2021年度は当社Web保険情報サービス (TISCOT)登録者にもWebアンケートを実施し、幅広いお客さまを対象に「お客さまの声」を集めました。お客さまの満足度と当社に望むことを伺い、お客さまニーズの追求をしています。アンケート結果はTISCOホームページのお客さま満足度調査にて公表しています。

2021年度 お客さま満足度は取り組み指標 (KPI)として当社ホームページよりご覧いただけます。

事故対応品質の向上

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 6 (注 5)

保険とは、万一の際に初めてその価値が問われる商品であることから、当社では全国に事故相談センターを設置し、事故に遭われたお客さまのご相談、保険金請求手続きのサポートを行っております。また、お客さまの更なる安心とご満足のため、引受保険会社の損害査定部門と連携し、定期的な実務者会議を開催し事故対応品質の向上に努めています。

当社の2021年度の取組

せいかつ〈生活〉保障では2020年にWeb保険金請求システムを導入しています。当初はケガのみでしたが、2022年2月に病気・携行品・家財のご請求もWebからできるようになり、利便性が向上したため、多くのお客さまにご利用いただいています。

● TISCOホームページ 事故・保険金のご請求お問い合わせ画面

病气・ケガなどの事故受付に関するご連絡先

「WEBで直接ご請求いただく場合」

- <東芝保険制度のご加入者様はこちらよりお手続きください。>
東芝保険制度 WEB事故受付・保険金請求システム
せいかつ〈生活〉保障プラン 三井住友海上火災保険株式会社ページ移行
- <東芝保険制度以外のせいかつ〈生活〉保障プランのご加入者様はこちらよりお手続きください。>
WEB事故受付・保険金請求システム
せいかつ〈生活〉保障プラン 三井住友海上火災保険株式会社ページ移行

WEBによる事故連絡・保険金請求のお手続き MS&AD 三井住友海上

保険金請求WEB

「お電話でもお申し込みいただけます (一部メニューは別途)」

ペーパーレススピードでWEBで保険金請求ができます

ご利用については、こちらから選択のうえ、確認してください。

- ケガの保険金請求について知りたい ✓
- 病気の保険金請求について知りたい ✓
- 携行品・生活用動産損害の請求について知りたい ✓

※一画に複数タブを開いての入力、複数画または複数事故の入力できません。それぞれ入力をお願いします。

ご利用にあたって

- 本サービスではお客さまの個人情報(インターネット利用の履歴)を目的外に提供していません。
- 本サービスでは、お電話でのお問い合わせ(0570-000000)と併用してご利用いただけます。
- ご請求の際は「請求内容」が「Web」で「MS&AD」様を指定する必要があります。
- このサービスは「東芝保険制度」の適用範囲内でのみご利用いただけます。
- サービス利用開始から1週間以内のご請求となります。

手続きはこちらでご案内します。項目を入力して手続きをお願いします。

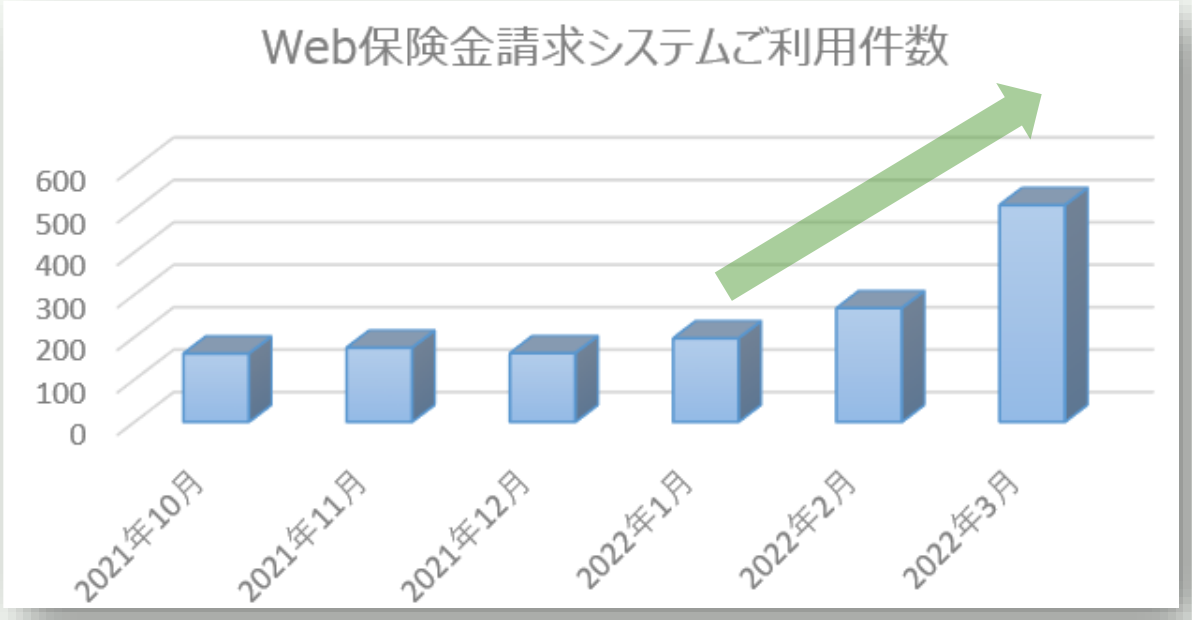
三井住友海上から案内した受付番号の有無について選択してください。

今日お手続きをする事故について三井住友海上から案内した受付番号をお持ちでしょうか?

はい いいえ

※受付番号：三井住友海上で事故の受付をしたお客様には、受付番号をご案内しています。
【SMS】 受付済みの事故 【請求書発行のご案内】 に記載の受付番号または【WEB受付のご案内】に記載のWEB受付番号

手続きを始める



方針
4 - (4)

社内の声・気づき活動

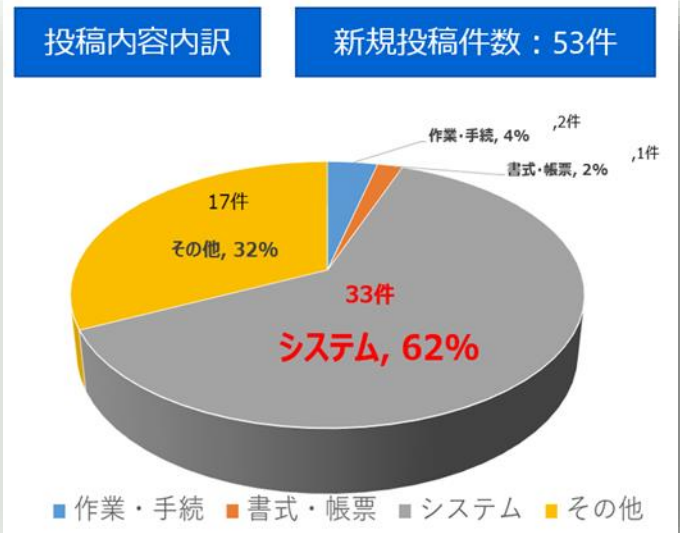
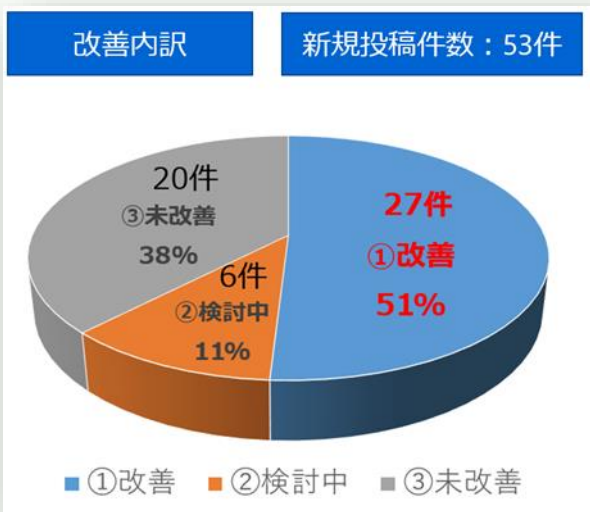
顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則7 (注)

私たちは、お客さまからいただいたお申し出だけでなく、社内からの声も集め、業務品質の改善活動を行っています。日々の業務の中で従業員自身が、お客さまの視点に立ち、気付いた事柄、お客さまのためになると思うアイデアや改善策を社内で共有し、品質改善につなげています。

当社の2021年度の取組

私たちは、お客さまの視点に立ち、気付いた事柄やお客さまのためになると思うアイデアを社内で集約・共有し、業務効率改善、品質改善につなげています。

2021年度実績：投稿件数53件、うち改善27件



《改善事例》

- TISCOT積立年金減口払出の振込先金融機関検索条件の改善
- TISCOホームページ オンライン相談受付ページの案内文に、保険金請求URLの追加設定
- 東芝ストアー総合補償制度、Web保険金請求書類のわかりやすい表記

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 7 (注)

顧客情報管理システムに記録されたお客さま対応の履歴は、担当部門の責任者や専門部署(品質管理グループ) によってモニタリングを行い、お客さま対応の適切性および品質を確保し、お客さまの保護・利便性の向上に取り組んでいます。また好事例を分析し評価する仕組みにより、お客さま対応の品質向上に努めています。

当社の2021年度の取組

顧客情報管理システムに記録されたお客さま対応の履歴は毎月モニタリングを実施し、月1回全社に共有を行っています。お客さまの声受付件数として“ご不満”、“ご意見・ご要望”、“ご相談・問い合わせ”、“お褒め”の項目に分類し、“ご不満”は原因の追究と再発防止策の共有、“ご意見・ご要望”については原因を分類し、「お客さまの声」として改善取り組みに繋がるように共有しています。“お褒め”は対応者と部門長に共有して部門内での好事例の共有、対応者のモチベーション向上に活かしました。

保険募集コンプライアンスのモニタリング

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 3 (本文、注)、原則 6 (注 4)、原則 7 (注)

募集プロセス管理システムに記録された保険募集の記録を、担当部門の責任者や専門部署 (企画業務グループ) によってモニタリングを行い、保険募集業務の健全かつ適切な運営を確保できるよう取り組んでいます。

当社の2021年度の取組

毎月担当部門の責任者や専門部署 (企画業務グループ) によって継続したモニタリングを行い、保険募集業務の健全かつ適切な運営を確保できるように取り組んでいます。

2021年度は「情報提供義務」「意向把握義務」「代理店体制整備義務」を、確実に遺漏なく遂行するための管理ツール「意向対応システム」にて運営を行っていましたが、社内VOCでもある既存の「CS-UPシステム」と併用していたため、従業員に負荷がかかっていました。この負荷の軽減と内部管理体制の強化としてシステムの見直しを行い「意向対応システム」を「CS-UPシステム」に統合をすることにしました。これにより、業務効率の改善と健全かつ適切な運営を確保することができます。

自己点検・巡回点検・内部監査の実施

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 3 (本文、注)、原則 7 (注)

営業現場による点検

お客さまの声への対応ならびに保険募集に関する規定やルールを遵守し、適切な業務遂行ができているか、全ての営業担当者が定期的に自己点検を行い振り返りを実施しています。

専門部署による点検

専門部署 (品質管理グループ・企画業務グループ) により、全部門の巡回教育を定期的 to 実施し、各部門の取組状況の実態把握、指導を行い業務品質の維持、改善に努めています。

特に保険募集プロセスに関しては、営業担当一人ひとりにロールプレイングを行い、きめ細やかな点検・指導を実施しています。

監査部門による内部監査

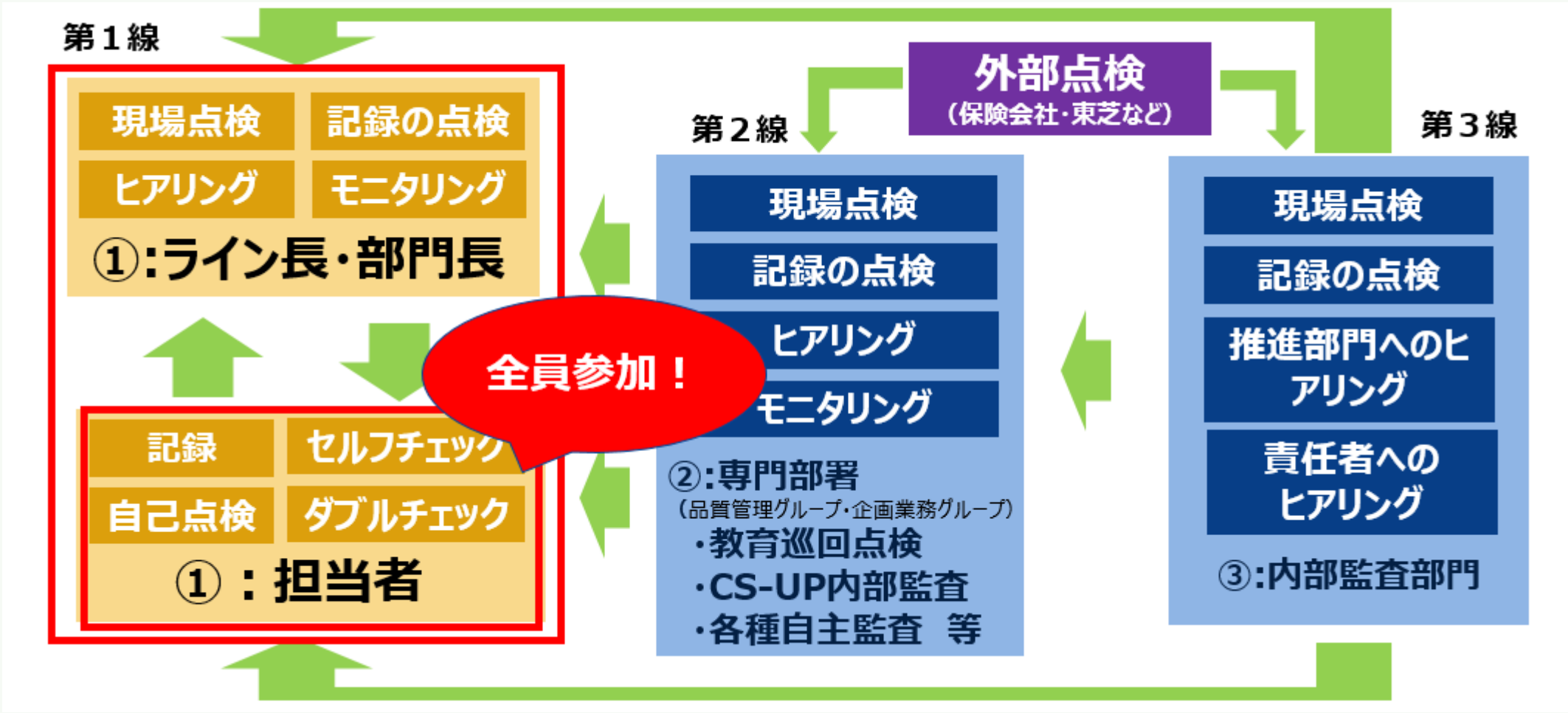
業務が経営方針及び諸規程に準拠して適正に行われているか、あるいは保険業法等の各種法律が遵守されているかなど監査部門による監査を実施しています。

当社の2021年度の取組

当社は、親会社である (株) 東芝の点検・監査と同じ体制で 3 ラインディフェンスを実施しています。
3 ラインディフェンスとは各部門が第 1 線、専門部署 (当社では品質管理グループ・企画業務グループ) が第 2 線、内部監査部門が第 3 線という体制で行っています。
3 ラインディフェンスの第 1 線がリスクオーナーとしてコンプライアンス強化の観点から各部門、各人が日々行っている活動を自律的・日常的に確認していくことがもっとも重要と考えています。加えて、第 2 線・第 3 線での発見・指摘に対してそれを真摯に受け止めて、つねに「全員参加」で自己反省・改善に自発的に取り組んでいます。

自己点検・巡回点検・内部監査の実施

当社の2021年度の取組 (つづき)



当社の2021年度の取組 (つづき)

- ◆自己点検 (年2回)
 - ・保険募集の現場で「権限明示」から「クロージング」までのロープレ点検を行い、販売方針通りに提案をしているか、規程通りに手続きが進められているか、自己点検を行いました。
 - ◆教育巡回点検 (2部門) 第2線
 - ・企画業務グループによる巡回教育を実施しました。保険募集の現場で実施された自己点検がどのように行われているのか確認・点検を行いました。その結果、お客さまの問題解決に向けた積極的な事故事例の提供、防止対策の提案が課題となりましたので改善に努めます。
 - ◆CS-UP内部監査 第2線
 - ・品質管理グループによるお客さま対応規定の監査を実施しました。(8部門)
CS-UP内部監査の主な目的は以下の通りです。

| | |
|-------------------------|---------------------------|
| CS-UP10002取組状況の確認。 | 苦情発生の予防に務めているかの確認。 |
| お客さまの声を経営に反映させる取り組みの確認。 | 改善策・ベストプラクティスへの取り組み状況の確認。 |
| 再発防止策の実施状況を確認。 | |
 - ◆監査部門による監査 第3線
 - ・「業法違反・業務品質低下リスク」「個人情報漏洩リスク」などリスクベース監査を実施しました。(20部門)
第2線の企画業務グループ・品質管理グループに対しては取組内容の有効性・妥当性なども評価しました。
- 《監査部門の目的》
業務の適正な遂行及び経営の合理化・効率化への助言・提案を通じて経営目標の効果的な達成に役立つこと

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 7（注）

当社は、2013年2月1日付で、苦情対応のための国際規格「ISO 10002」（品質マネジメント-顧客満足-組織における苦情対応のための指針）に適合した『お客様の声対応』の仕組みを構築し、適切な運用を行っていることを宣言いたしました。以降、当社の取り組みが同規格に適合していることを毎年、第三者機関にも審査、評価いただき、その証として「第三者意見書」を取得しています。

当社の2021年度の取組

2021年12月に業務委託をおこなっているSOMPORリスクマネジメント株式会社による外部監査を実施しました。

[外部監査ヒアリングの評価内容]

当社のお客さまの声対応プロセスが、「お客さまの声対応規定」「各手順」およびISO10002:2018(JISQ10002:2019)の規格に適合しているか、組織内に十分浸透し定着しているか、また（CS-UP10002活動が）モニタリング、内部監査、点検、マネジメントレビューを通じて適切に見直しされ、有効な業務改善につながっているか、外部機関によるヒアリング・活動の記録などの内部資料をもとに、ISO10002規格適合性評価を受けました。

2022年1月に上記評価をいただき、その証として「第三者意見書」を取得しました。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則7 (本文)

当社は、従業員が会社や仕事に満足できなければ、お客さまに満足を与えることはできないと考えます。そのため、従業員が切磋琢磨し自らのスキル向上のための取り組みや、社内コミュニケーションの活性化、働きやすい職場環境づくりなど、明るく躍動感みなぎる組織風土の醸成による従業員満足の向上を図るため、社内制度、教育制度の充実を図ってまいります。

当社の2021年度の取組

従業員がそれぞれのスキルを把握し、向上するための教育制度を充実させています。

- ◆ 質の高い営業活動するために必要な商品知識や営業スキルの習得を目的とした教育を「TISCOアカデミー」として実施しています。当社独自の教育や保険会社からの専門的な商品知識を取り入れ、充実させています。取り組み内容についてはP.32に詳しく報告しています。
- ◆ 当社ではお客さまの「お金」の面で様々な悩みをサポートできるように、商品スキルや営業スキルのほかに、金融、税制、ローンなどの幅広い情報をご提供できるようにファイナンシャルプランナー技能士の資格取得を推奨しています。各分野の知識向上のため、オンラインセミナーを開催し、スキルアップを図りました。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 7 (本文)

私たちは、従業員満足の上昇に向け、お互いが気持ちよく仕事ができる環境の醸成に取り組んでいます。

対話会の実施

各部門で抱えている「事実、課題、悩み、意見」など経営トップと直接交流することで働く環境やコミュニケーション等の改善へつなげています。

従業員間のコミュニケーション活性化

Credoの定着・浸透とお互いが気持ちよく仕事ができる環境の醸成を図るため、18の宣誓を実践している従業員に対し、他の従業員が称賛を送ることで、送られた者、送った者共に意識の高揚やコミュニケーションの活性化を図る活動を行っています。

各種表彰制度

・業績表彰

優秀なプロジェクト成果を収めた場合や、努力の結果、困難な事情を克服した価値ある行動を示した、プロジェクトチーム、部門、個人等を表彰しています。

・そりゃいいねCredo表彰

従業員同士の「感謝」「称賛」の中で、他の模範、好事例となる対応を行った従業員を選出し、社内で事例共有するとともに当該従業員の表彰を行っています。

・お褒め獲得者表彰

年間を通じて、お客さまから多くのお褒めをいただいた従業員を毎年表彰しています。

当社の2021年度の取り組みは次ページをご覧ください



当社の2021年度の取組

2021年度、対話会は定期的に開催されており、経営トップと直接交流することで風通しの良い職場環境づくりやコミュニケーションの向上へつなげています。また、従業員間のコミュニケーション活性化として従業員同士が気持ちよく仕事ができるときに、称賛を送ることで、送られた者、送った者共に意識の高揚やコミュニケーションの活性を図る「そりゃいいね！Credo」活動を行っています。2021年度は907件の称賛が送られました。その中で特にすばらしい内容については「そりゃいいね！Credo」表彰として毎月選出し、全体朝礼やCS-UPミーティング時に好事例として披露しています。

2021年度の業績表彰は【T-CLIPサイバーのグローバル化】など6件選出されました。また、お褒めに関しては年間を通じて、お客さまから多くのお褒めをいただいた従業員を毎年表彰しています。

2022年度からお褒め獲得者表彰の選考基準の見直しを行い、お客さま対応での「好感触」やアンケート等に寄せられる「お褒め」の内容からよりよい事例を選出し、表彰することにします。

私たちはCS（お客さま満足）とES（従業員満足）を会社経営の両輪とした企業文化の定着を進めています。会社、従業員が一体となって組織風土の改革を推進し、ES（従業員満足）の充実に努めます。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 7 (注)

募集人の資格状況や取扱い保険会社の商品に対する習得状況を募集人システム(BoS)にて見える化しています。スキルに不足がある場合は研修、勉強会を実施しています。これにより当社の推奨する保険会社・保険商品を適切にご案内できる人材の育成に努めています。

TISCO RBG/CBGアカデミー

営業活動につながるコンサルティングスキルの習得を目指し、営業支援グループが社内研修を実施しています。この研修で当社が推奨している保険商品について、各社の特徴や周辺知識を勉強しています。

基礎教育制度

社内更新制度として商品基礎教育更新制度を導入し、最新の商品知識の履修と確認を、4年毎に行います。つねに商品知識をリニューアルし、保険募集人ごとに取り扱える商品を確認します。

当社の2021年度の取組

TISCO RBGアカデミーでは、営業活動につながるコンサルティングスキルを習得する社内研修として25講座実施しました。また、RBGメンバー各自の「営業スキル」や「商品・事務スキル」など習得状況を「スキルマップ」で可視化し、自分自身の課題を確認しました。今後は、「スキルマップ」課題となった個々に足りないスキル習得にむけた選択研修プログラムを充実させてまいります。TISCO CBGアカデミーでは、「保険商品別勉強会」を12回実施しました。また「リスクマネジメント手法取得研修」として小集団活動による提案実務研修を実施致しました。今後は、経験・年次別リスクマネジメント研修を検討しています。また、2021年度より企画業務グループにて商品基礎教育更新制度を導入し、最新の商品知識の履修と確認を4年毎に実施しています。

方針 5-(3) コンプライアンス・CS-UP研修

顧客本位の業務運営に関する原則 = 原則 7 (注)

私たちは、従業員の一人ひとりがつねにお客さまのことを考え、お客さまにご満足いただける事業活動を推進していくため、コンプライアンスの徹底とお客さまに寄り添う対応を学ぶ場として、全従業員を対象とした集合研修を毎年 1 回実施しています。また、各部門では、お客さま満足の向上を目的としたミーティングを実施し、より良い業務運営につなげるための情報共有や意見交換を毎月実施しています。

当社の2021年度の取組

コンプライアンス部門が主体となり、問題を提起し毎月各部門で、お客さま満足の向上を目的としたCS-UPミーティングを実施しています。また、11月にコンプライアンス研修 & CS-UP10002研修としてオンラインを活用した集合研修を行いました。

2021年度の集合研修はコンプライアンス研修として保険募集の振り返りや改正保険業法、お客さま本位の取り組みについて行い、CS-UP10002研修として直近苦情（個人情報・不適正事案）の事例を振り返り、お客さま対応や部門の仕組みについて考える研修を行いました。

メンバー、部門長混在のグループ討議を行い、日常業務の取り組み方の再点検、お客さまとのコミュニケーションの取り方、コンプライアンスの再確認など活発な意見交換をすることができました。

対象者220名全員受講し、適切な保険募集の徹底と接客品質向上に繋がりました。

顧客本位の業務運営に関する原則 = 各項目右に記載

当社は、「“つねにお客さまのことを考える”取り組み」を推進していく上で、その取り組みの結果を示す特に重要な「お客さまの声受付件数」「改善事例の件数」「お客さま満足度」を取り組み指標（KPI）と考え取り組んでおります。取り組みの成果の公表は毎年6月末を予定しております。また、改善事例の件数のうち、お客さま最優先の視点から実際に取り組みを行った取り組みは、「・改善事例（KPI）」でご紹介しています。更に、社内のお客さま本位の取り組みを活性化させ、お客さまにとって最良の商品・サービスをお届けするために、「リスクマップの提供数」「ニューリスクの提案数」「TISCOT新規登録数」「お客さま接点数」「販売方針を変更して対応した件数とその内訳」を掲げ、社内モニタリングを行って参ります。
(社内モニタリング指標のため、結果の報告は行いません)

当社の2021年度の取組

| | | |
|--------------------------------|---|-----|
| ①取り組み指標（KPI） お客さまの声受付件数 | 取り組みの成果 | 原則2 |
| ①取り組み指標（KPI） 改善事例の件数 | 取り組みの成果 | 原則7 |
| ①取り組み指標（KPI） お客さま満足度 | 取り組みの成果 | 原則7 |
| ②社内モニタリング リスクマップの提供数 | 「リスクコンサルティング」を積極的に推進するため、営業現場担位の取り組みとして「リスクマップの提供」・「ニューリスクの提案数」・「TISCOTの新規登録」の社内モニタリングを実施しました。 「お客さま接点数」と「販売方針を変更して対応した件数とその内訳」はお客さま本位の取り組みの活動指標として社内モニタリングを実施しました。 いずれの項目も結果のご報告は非公開としております。 | 原則5 |
| ②社内モニタリング ニューリスクの提案数 | | 原則6 |
| ②社内モニタリング お客さま接点数 | | 原則6 |
| ②社内モニタリング TISCOT新規登録数 | | 原則6 |
| ②社内モニタリング 販売方針を変更して対応した件数とその内訳 | | 原則3 |

TOSHIBA



創造・信賴・明快

