

MS&AD

三井住友海上エイジェンシー・サービス

**2025年度**  
**「お客さまへの約束」**  
**(お客さま本位の業務運営方針)**  
**に関する取組状況について**

2026年6月

三井住友海上エイジェンシー・サービス株式会社

## はじめに ～「お客さまへの約束」について

- ◆ 当社は2023年4月、三井住友海上の各地域の直資代理店（12社）の全国統合（事業統合）により誕生しました。統合を機に策定した、経営理念や経営ビジョンに加え、「お客さま本位の価値観で常に行動していく」という考え方に基づき、2024年6月、当社のお客さま本位の業務方針である「お客さまへの約束」を策定し、公表いたしました。以降、毎年6月末に前年度の取組状況をまとめ公表しており、今回で3年目となります。
- ◆ 「お客さまへの約束」は、当社のもっとも重要な経営方針の一つと位置付けられており、2025年度も全社で「お客さまの安心と満足」の向上に向けた取組みを進めました。今後も「お客さま本位の業務運営方針」として、お客さまに選ばれ続ける会社、「ありがとう」があふれる会社を目指し、取組みを進めてまいります。

### お客さまへの約束（お客さま本位の業務運営方針）

私たちは、「お客さま本位」の価値観のもと、常にお客さまに寄り添い、「お客さまの最善の利益の追求」に取り組めます。

- 方針1 お客さまのリスクやニーズに応える最適な商品・サービスをお届けします**  
お客さまのリスクやニーズを十分に把握し、お客さまに合わせたわかりやすい説明やご希望に沿った手続方法により、お客さまに最適な商品・サービスの提供に努めます。
- 方針2 リスクからお客さまを守り、事故の際には寄り添い、サポートします**  
お客さまを取り巻きリスクを把握し、事故を未然に防ぐとともに、被災後の迅速な回復を支援します。お客さまが事故に遭われた際は、お客さまに寄り添い、丁寧かつ迅速にサポートします。
- 方針3 お客さまの声に真摯に耳を傾け、業務品質の向上に活かします**  
お客さまの声に広く耳を傾け、寄せられた声に誠意をもって迅速・適切・真摯に対応します。お客さまからいただいたご要望などを、継続的に業務改善に活かします。
- 方針4 法令等を遵守し、あらゆる人に誠実、親切、公平、公正に接します**  
あらゆる場面で法令や社会規範等を遵守し、あらゆる人に対して誠実、親切、公平、公正な態度で接するよう、社員教育や内部管理態勢の強化に取り組めます。
- 方針5 地域社会に安心と安全をお届けし、お客さまの挑戦を支えます**  
身近な頼りになる存在として、地域社会が抱えるさまざまな課題を解決し、個人や企業の多くの挑戦を支えます。

（※）本方針は、金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則（以下、金融庁の原則）」に照らし作成しています。金融庁の原則の詳細は、金融庁WEBサイトをご参照ください。

（URL:<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>）

#### <ご参考（当社営業部門の組織体制）>

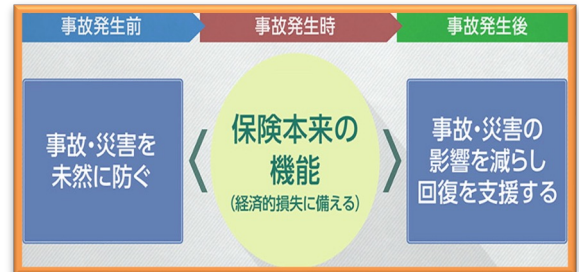
当社は、日本全国に121の拠点（2026年4月現在）を擁しています。これらの拠点からなる営業部門の組織体制の概要は、以下のとおりです。次項からの各方針に関する取組みにおいては、当社の組織名称（「エリア」、「統括」、「支店」）を一部使用して、取組事例等をご紹介します。

組織名称	概要
エリア	12エリア（北海道、東北、関東甲信越、千葉埼玉、東京、神奈川静岡、北陸、中部、関西、中国、四国、九州沖縄）
地域統括	49統括（上記エリアの管下に、概ね各県単位に設置）
支店	121支店（全国各地に、上記の地域統括の管下組織として設置）

# 方針1 お客様のリスクやニーズに応える商品・サービスをお届けします

## 1. お客様ごとのリスク・ニーズに応じた商品・サービスの提案

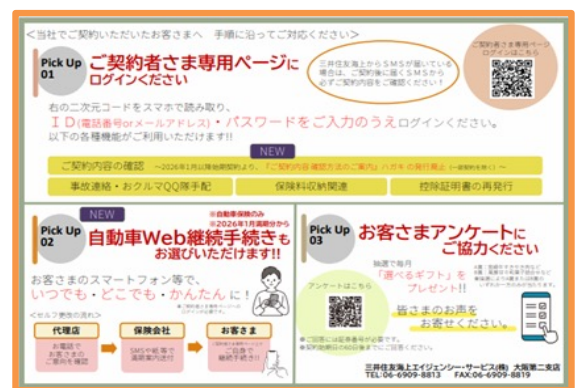
- ◆ 個人、法人のお客様それぞれに、お客様のリスクやニーズに応じた商品・サービスの提案や情報提供等を行っています。個人のお客様には、お客様のリスクやライフステージに応じた、法人のお客様には経営課題や事業リスクに応じた商品・サービスをご提供しています。
- ◆ 損害保険に関しては、ドラレコ型自動車保険を中心に、三井住友海上の「DX valueシリーズ」の商品（※）を積極的にご提案しています。  
（※）経済的損失に備える保険本来の機能に加え、事故・災害を未然に防ぐ機能や、事故・災害の影響を減らし回復を支援する機能を有するサービス一体型商品。



<「DX valueシリーズ」コンセプト>

## 2. お客様に役立つ情報の提供

- ◆ PCやスマートフォンを活用して、お客様へ有益な情報を発信しています。定期的な情報提供を行うプラットフォームとして、三井住友海上「ご契約者さま専用ページ」（※）のご利用を推進しています。  
（※）ご契約内容の確認や住所変更、事故の連絡等のほか防災に関するお役立ち情報等を提供する三井住友海上のインターネットサービスです。
- ◆ 保険商品に関する情報のほか、個人のお客様には取り巻くリスクや防災・減災対策、法人のお客様には各種経営課題の解決策とともに、各種セミナーやイベントに関する情報等をご案内しています。



<お客様向けチラシ>

### 「ご契約者さま専用ページ」のご利用推進に向けた取組み（関西エリア・大阪統括・大阪第二支店）

お客様への各種案内チラシ（「ご契約者さま専用ページ」、キャンペーン、お客様アンケート等）を1枚にまとめることで情報をお客様にわかりやすいよう一元化し案内しています。チラシに記載した二次元コードを掲載することでお客様自身でいつでもスマホで操作いただける環境をご提供しています。お客様からは「自分の都合のよいときに簡単に手続きできるのでありがたい」と好評をいただいています。

## 3. お客様の安心に繋がる契約手続き、お手続きの利便性向上

- ◆ お客様のスマートフォンやPC等で、好きな時に、好きな場所で、かんたんに自動車保険の継続手続き（自動車Web継続手続き）を行うことができる方法をお客様にご案内しています。
- ◆ お客様を取り巻く環境は急速に変化しており、お客様の多様化するニーズや環境の変化に柔軟に対応することがますます期待されています。お客様のライフスタイルの変化や保険商品の多様化に伴い、各々の環境に合った手続き方法のご案内と、わかりやすい商品提案を推進しています。

### セルフ更改手続きの推進（神奈川静岡エリア・コンタクトセンター）

お客様の多様化するライフスタイルに対応した継続手続き方法として、『自動車Web継続手続き』をご案内しています。また、お客様がWeb継続手続きを実施いただく際は、手続きに必要な「ご契約者さま専用ページ」のログイン方法をはじめとした手続方法についてのフォローコールを行っています。「実はWebでの継続手続きを希望していた」というお客様もいらっしゃり、ニーズに合わせた契約手続き方法のご案内について、ご評価いただいております。

## 方針2 リスクからお客さまを守り、事故の際には寄り添い、サポートします

### 1. 事故防止、事故対応に関する取組み

- ◆ 自動車事故の防止に向けては、お客さまの年齢や過去に事故に遭われた方など、お客さまの特性に応じた安全運転啓発チラシ等を作成し、ご注意いただくようご案内しています。
- ◆ お客さまが万一事故に遭われた際は、迅速な事故受付、定期的なご連絡、保険金請求に関するお手続きのサポート、アフターケア等、適切かつ均質なサービスの提供に努めています。
- ◆ 標準的な対応方法等を社内マニュアルで定め全社員に周知しているほか、社内勉強会やeラーニング等を通じて、社員の事故対応力強化に取り組んでいます。

### 2. 防災・減災に向けた取組み

- ◆ 自然災害等へ備えていただくため、お客さまと一緒に防災グッズの準備状況、家具の固定状況、保険の加入状況等を確認する「防災チェックサービス」に取り組んでいます。

#### 地域ラジオ放送局の防災フェスに出店（東北エリア・青森統括）

出店ブースでは防災グッズを紹介するとともに、アンケートを通じてお客さまの防災に対する意識や保険への関心度について、ご意見をいただきました。また、防災グッズは実際に販売可能な商品を展示し、来場いただいたお客さまに現物を見て・触れて、確認いただきました。



### 3. 法人のお客さまの事業継続マネジメント等の課題解決に向けた取組み

- ◆ 事業継続計画（BCP）や事業継続力強化計画の策定等のご支援等、課題解決に向けた取組みを推進しています。

#### BCM（事業継続マネジメント）セミナーを開催（中部エリア・三重統括）

BCM(事業継続マネジメント)をテーマにお客さま向けセミナーを開催しました。第1部は防災士である当社社員による「防災取組と大災害時の安全配慮義務対応」、第2部も当社社員が「サイバー攻撃の脅威に経営者が備えるべきポイント」をテーマに、事業継続のために知っておくべきことや、直面する課題とその解決策をご案内しました。セミナーに参加いただいた企業からは、「大変参考になった」との声を数多くいただきました。





## 方針4 法令等を遵守し、あらゆる人に誠実、親切、公平、公正に接します

### 1. コンプライアンス最優先とする内部管理態勢の構築

- ◆ 当社は「3ラインモデル」(※)の考え方のもとに、営業部門(第一線)、管理部門(第二線)、内部監査部門(第三線)が、それぞれの役割を果たすことで、コンプライアンスを推進しています。  
(※) 3つの組織部門がそれぞれの役割を果たしつつ相互に確認やけん制等を行うことで、内部統制やリスク管理等を有効に機能させる枠組み。
- ◆ 営業部門においては、年度初めに策定、半期ごとに検証・総括を行う「コンプライアンス・アクションプログラム」、各組織で四半期ごとに開催する会議体「企業品質コンプライアンスPT」、月次で全組織で実施する「自己点検」を「3本柱」として、内部管理態勢(PDCAサイクル)を構築・強化しています。

#### 職場における「自己点検」の実効性向上に向けた取組み(中国エリア)

発生事案の共有、再発防止策の検討を担当者間で話し合う場を毎月設けるとともに、クロスチェック点検の実施や実際に発生した不備だけでなく、いわゆるヒヤリ・ハット事例も共有することで、「自己点検」へのメンバーの取組意識と実効性の向上を図っています。

### 2. 社内制度「AS-Pro」による営業部門の内部管理態勢強化

- ◆ ASプロフェッショナル制度「AS-Pro」は、保険会社が求める最高レベルの代理店経営を確保したうえで、お客さま本位の業務運営、当社の「中長期的な目指す姿」を実現していくための当社の社内制度です。
- ◆ 全国の各エリアにおいて、年度を通じて目指す姿の実現に向けたPDCAサイクル(課題抽出、改善取組、セルフチェック等)を実践し、その結果を本社部門が現地訪問等によるモニタリングすることで、実効性のある制度運営を行っています。  
※各領域・項目のをA~Eの5段階で評価することで弱点である領域・項目を明確化しています。

#### 「AS-Pro」の対象領域

1. 組織マネジメント
2. 内部管理態勢・体制整備
3. 人材
4. 企業品質・DX
5. 営業推進

#### 「AS-Pro」を通じたエリア経営の高度化(千葉埼玉エリア)

「AS-Pro」では、内部管理態勢とともにガバナンス・人材育成・営業推進等について、組織としての強み・弱みが明確になります。強みを伸ばし弱みを克服しレベルアップするという意味で、正にエリア経営の道標になっています。1年間を通じて組織横断的に取り組むことにより、エリア経営のレベルアップとともにお客さまに提供するサービスの向上につなげていきます。

### 3. <生命保険> お客さまの意向把握・確認に関する専用システム

- ◆ 当社では、特に生命保険の募集において、お客さまのご意向をしっかりと把握・確認したうえで、それらを確実に記録・保存・検証等することで、適切な募集プロセスの確保に取り組んでいます。
- ◆ これらの取組みをさらに強化するため、生命保険の一連の募集プロセスを管理するための専用システムを、2025年1月から全店に導入しました。
- ◆ 本システム活用により、法令等に沿った適切な保険募集はもとより、お客さま本位の生命保険販売を、より一層推進していきます。

#### 専用システムの活用 (九州沖縄エリア・佐賀統括)

お客さまのご意向に沿った適切な生命保険をご提案するため、お客さまのご意向を丁寧に把握・確認・記録することに重点を置いています。専用システムは、行動予定表を活用して入力を実確にすることで、上司のタイムリーな助言が可能になります。お客さまにマッチしたご提案につながり、お喜びいただいています。

## 方針5 地域社会に安心と安全をお届けし、お客さまの挑戦を支えます

### 1. 地方創生に向けた取組み

- ◆当社は、全国各地に拠点を持つ保険代理店として、地域をよく知る社員が、自治体・企業・地域団体等と連携し地域社会が抱える課題の解決に取り組んでいます。
- ◆2025年度は長野県中野市・株式会社ファーストクラス・三井住友海上火災保険株式会社との「クローズドマートに関する4者間連携協定」を締結しました。本協定を通じて、地域製品の販路拡大、食品ロス削減、中小企業支援など地域経済の活性化につながる取組みを推進しています。
- ◆今後も地域に根差した活動を通じて、地域資源の有効活用や地域産業の発展を支援し、お客さまと地域社会の持続的な成長に貢献してまいります。



〈長野県中野市での連携協定締結式〉  
(関東甲信越エリア・長野統括・長野支店)

### 2. 防災・減災の啓発活動

- ◆当社は、地域社会に安心と安全をお届けするため、防災・減災に関する情報提供や啓発活動に取り組んでいます。
  - ◆2025年度は子どもとご家庭の防災意識向上にお役立ていただくため、子ども向け「防災おまもりカード」を作成し全国121拠点で配布しました。本カードには、家族連絡先避難場所、災害用伝言ダイヤル171の使い方などを記載でき、災害時の連絡手段や避難行動について、ご家庭で話し合うきっかけづくりにつながっています。
- 今後も保険代理店として地域の皆さまに寄り添った防災・減災活動を推進してまいります。



〈防災おまもりカード〉

### 3. 社会貢献活動

- ◆全国各地で、地域の安心と安全、地方創生、サステナビリティ（環境保全等）に関するセミナーやイベント、ボランティア活動等に積極的に取り組んでいます。

#### 交通安全啓発活動（東北エリア）

地域の交通事故削減に向けた取組みとして、現地の小学校を訪問し全校生徒229名に交通安全チラシを配布しました。本取組みは地元紙にも取り上げられ、学校関係者や保護者・子どもたちの交通安全意識向上につながりました。この取組みを通じて、地域の皆さまの安心・安全な暮らしの実現に貢献してまいります。

#### 防災グッズの展示（関東甲信越エリア）

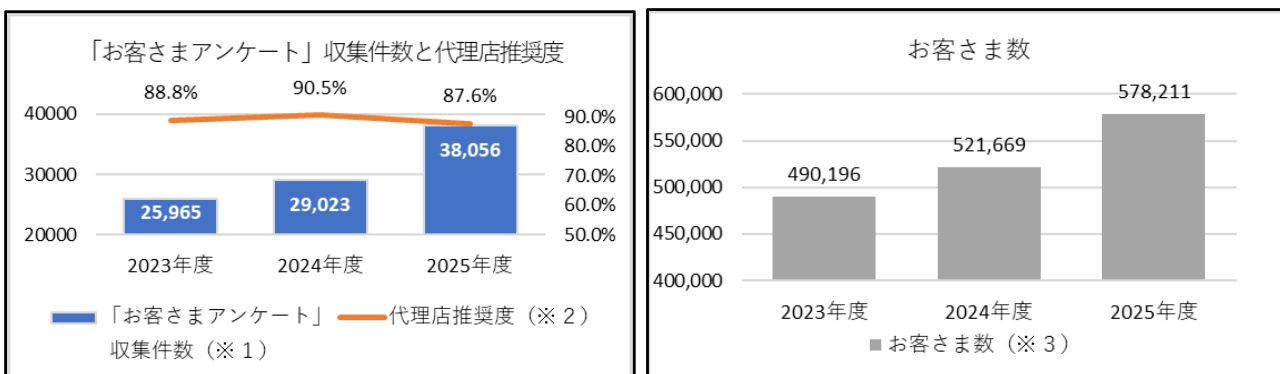
地域の防災意識向上に向けた取組みとして、プロサッカーの試合会場で防災グッズの展示イベントを実施しました。当日はイベントに参加した保護者や子どもたちに防災グッズの説明も行い、災害への備えの必要性を考えていただくきっかけを提供しました。万一の時だけでなく、その前後までお客さまに安心をお届けできるよう、防災・減災に関する啓蒙活動を進めてまいります。

# 「お客さまへの約束」に関する業務運営の定着度合いを評価するための指標

- ◆ 当社では、「お客さまへの約束」（お客さま本位の業務運営方針）の定着度合いを評価するための指標を設定しています。当該指標は、本方針に基づく社員の行動、取組全体に関するお客さまの総体的な評価、およびその結果と考えられる、以下の3項目としています。
  - ・「お客さまアンケート」収集件数
  - ・代理店推奨度（「お客さまアンケート」結果：10～6割合）
  - ・お客さま数
- ◆ これらの指標の2025年度末の状況は以下のとおりです。今後も、これら指標に継続的に着目し、本方針に関する取組みの実践、定着を進めてまいります。

## 1. 取組み全体の定着度合いを評価するための指標（2025年度末の状況）

お客さまアンケート収集件数	代理店推奨度	お客さま数
38,056件	87.6%	578,211



- (※1) 「お客さまアンケート」の収集により、日常活動についての評価や、お客さまの期待や要望を幅広く収集し、これらの声に真摯に耳を傾け、業務品質の向上に活かすことは、本方針の基本となる取組みと考えられることから、三井住友海上の契約時「お客さまアンケート」の収集件数を、社員の行動に関する指標と位置付けています。
- (※2) 「お客さまアンケート」の回答項目の1つである「代理店推奨度」は、質問項目「仮に保険加入を検討しているご家族や友人・知人の方がいらっしゃったら、ご契約の「代理店」をどの程度おすすめしたいと思いますか」（11段階：10～0）のうち、10～6評価の回答割合を示すものです。本指標は、お客さまが実感されている評価を、より実態に近い形で反映したものと考えることから、お客さまからの評価に関する指標と位置付けています。
- (※3) お客さま数（個人のお客さま、法人のお客さまの合計値）は、本方針に沿った行動・取組みがお客さまから評価され、支持・信頼を積み重ねた結果が現れたものと考えられることから、お客さまからの評価の結果に関する指標と位置付けています。

## 2. 各方針に関する取組みについて参考とする指標

上記1. の指標のほか、以下の3つの指標を各方針に関する取組みについて着目する指標としています。

方針	指標	2025年度末の状況
方針1	「損害保険トータルプランナー」認定取得者数	435名
方針3	お客さまからの「お褒め」等の収集件数	3,886件
方針3	お客さまからの「ご不満」（苦情）の受付件数	335件

**【ご参考（金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」との関係）】**

- ◆ 当社の「お客さまへの約束」（お客さま本位の業務運営に関する方針）は、金融庁の原則に照らし作成しています。金融庁の原則と、当社方針の関係は以下のとおりです。
- ◆ 当社方針につきましては、原則の趣旨・精神を踏まえつつ、今後の環境変化や当社における取組み状況等に応じ、お客さま本位の業務運営を実現していくため、定期的に見直しを検討してまいります。

**【金融庁の原則と当社方針との関係】**

原則		対応する方針
原則 1	顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等	本方針を策定・公表、取組状況を定期的に公表、方針を定期的に見直します。
原則 2	顧客の最善の利益の追求	方針 1、方針 2、方針 3、方針 4、方針 5
原則 3	利益相反の適切な管理	方針 4
原則 5	重要な事項の分かりやすい説明	方針 1、方針 2
原則 6	顧客にふさわしいサービスの提供	方針 1、方針 3
原則 7	従業員に対する適切な動機付けの枠組み等	方針 4

※本方針は、金融庁の原則に照らし作成しています。金融庁の原則と当社方針の関係は、上記に記載しています。金融庁の原則の詳細は、金融庁WEBサイト  
 (URL:<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>)  
 をご参照ください。

以上