

お客さま・社会からの信頼回復に向けた取組み

2024年12月11日

ガイドライン等を踏まえた会員会社の取組み状況の公表

～「顧客本位の業務運営」「健全な競争環境の実現」に向けた会員各社のフォローアップ～

一般社団法人 日本損害保険協会（会長：城田 宏明）では、「顧客本位の業務運営」および「健全な競争環境の実現」のために、2024年11月にガイドライン等を踏まえた会員会社の取組みのフォローアップを行いましたので、結果を公表します。

当協会では昨年より各種ガイドライン等の策定・改定を順次行い、会員会社ではそれらを踏まえた各種取組みを推進しています。今般、会員会社における再発防止策の実施状況をフォローアップし、会員会社の実効性ある取組みを後押しするため、ガイドライン等を踏まえた各社取組み状況を確認しました。把握した取組事例を会員各社で共有し、業界全体の取組みレベルの底上げを図ります。

当協会では、引き続き、各種ガイドライン等を必要に応じて改定するとともに、会員会社の取組状況を定期的にフォローアップしていきます。

■信頼回復に向けた各社取組みのフォローアップ結果について

<詳細>https://www.sonpo.or.jp/news/release/2024/pdf/20241211_01.pdf

<概要>

1. ガイドライン等を踏まえた社内方針・ルール整備状況

対象			総括	
時期	ガイドライン	観点	取組社数 /対象社数	概要コメント
2024年 9月策定	損害保険会社からの出向者派遣に係るガイドライン (詳細P. 18-19)	統括部門の設置	15/17社 88%	・多くの社で着実に取組みが進んでいるが、今後2025年4月人事異動の検討に向けて取組みを進める社もある。
		社内方針・ルール等整備	13/17社 76%	
	政策保有株式に係るガイドライン (詳細P. 20-21)	社内方針・ルール等整備	14/31社 45%	・現時点で整備が完了した社は半数に満たないものの、「今後整備する予定がある社」を含めると71%となっている。 ・現在保有する社（13社）においては概ね整備が進んでおり、うち保有ゼロの期限を定めた社は46%。
		保有ゼロの期限の定め	6/13社 46%	

2024年 7月作成	企業向け「リスクマネジメントと損害保険」 (詳細P. 22-23)	企業向け 取組みの 実施	17/18社 94%	<ul style="list-style-type: none"> ・企業向け商品を扱う社においては、大半がリスクマネジメント向上を支援する取組みを実施。 ・現場での浸透を目的とした、営業部門等に対する働きかけも、多くの社で進んでいる。
		営業部門 等に対する 勧奨	14/18社 78%	

2. 社内方針・ルールに沿った実効性ある取組みの進捗状況

対象			総括	
時期	ガイドライン	観点	取組社数 /対象社数	概要コメント
2024年 3月策定/ 2023年 12月改定	保険契約引受にかかる独占禁止法上の留意点/損害保険会社の独占禁止法遵守のための指針 (詳細P. 13-17)	各種取組みの実施	29/31社 94%	<ul style="list-style-type: none"> ・リスク評価したうえで、自社独自には各種取組みを実施していない社を除き、全社で各種取組みが進んでいる。 ・実効性の確認については、各社で対応を進めている最中であるが、「今後確認する予定がある社」を含めると87%となっている。
		実効性の確認	20/31社 65%	
2023年 11月改定	損害保険の保険金支払いに関するガイドライン (詳細P. 6-12)	各種取組みの実施	16/16社 100%	<ul style="list-style-type: none"> ・各種取組みについて、項目ごとにそれぞれ状況を確認したが、いずれも対象社全社で取組みが進んでいる。 ・実効性の確認については、多くの社で対応しているが、一部の社では今後実施することとしている。
		実効性の確認	14~16 /16社 項目により 88~100%	

【参考】フォローアップアンケート実施概要

実施期間	2024年11月8日~2024年11月20日
調査対象会社	会員会社31社（ガイドライン等において適用対象となる社を対象）
目的および着眼点	<p>(1) 「顧客本位の業務運営」および「健全な競争環境の実現」の観点で実効性のある取組みが行われているかを、次の点に着目して検証すること。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 業界で実施した取組みが現場に浸透し、お客さまに対するものも含め効果が表れているか。 ➢ 取組みが一時的なものでなく、今後も現場で意識され続けるものとして実施されているか。 <p>(2) フォローアップを通じて把握した取組事例を会員各社で共有し、業界全体の取組みレベルの底上げを図ること。</p> <p>(3) 取組みの進捗を適時適切にお客さまおよび社会に発信していくこと。</p>