



三井住友海上グループホールディングス
MSIG

CSR Report 2008

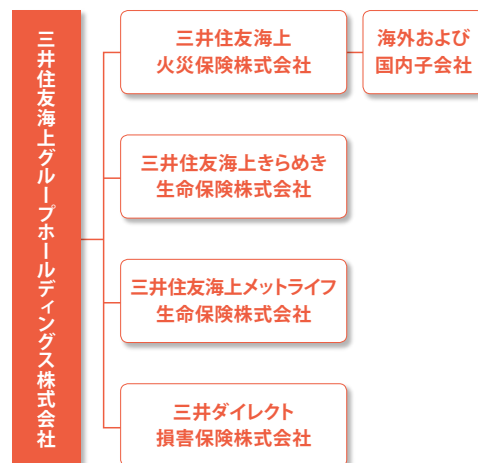
企業品質向上の歩み

読者の皆さまへ ～ MSIG の CSR ～

三井住友海上グループ(MSIG)は、展開する5大事業(国内損害保険事業、生命保険事業、海外事業、金融サービス事業、リスク関連事業)それぞれにおいて、これまで以上にダイナミックな展開と運営を行うと同時に、相乗効果を高め、グループの総合力を最大限に発揮していくため、2008年4月1日付で持株会社を設立しました。

私たちは、お客さまから必要とされる企業グループであり続けるため、お客さまとの接点における品質向上に各社で取り組み、これをCSR経営の土台としています。また、社会の一員として、この社会を豊かで持続可能なものとするための活動を、グループ全体で進めています。

このレポートでは、持株会社としての取組みの基本をご紹介しますとともに、具体的な活動に関しては、三井住友海上火災保険株式会社を中心に、関連するそのほかのグループ会社の取組みを加えて、次のテーマに沿ってご報告します。



I お客さまとの接点における品質向上

① 商品・サービスの品質向上

お客さまとの最も重要な接点である保険商品を販売する場面、保険金をお支払いする場面、お客さまに正しくご理解、ご納得いただけるよう、仕事の仕組みや体制の改革と人財育成*の両面に最優先で取り組んでいます。

② 品質向上を支える社員がハツラツと働くために

※MSIGでは社員一人ひとりを大切にするという思いを込めて、「人材」ではなく「人財」という表記を使っています。

II 豊かで持続可能な社会づくりに向けて

① 地球環境を守る

地球環境の保護、とりわけ、地球温暖化による気候変動への対応は、いうまでもなく世界共通の緊急課題です。特に、損害保険事業者は、気候変動などの問題によって事業に最も影響を受ける業界でもあります。

MSIGを含め、グローバルに事業展開する企業には、世界各国の政府や自治体、国連などの公の機関とともに、問題解決の責任の一端を担うことが求められています。また、保険・金融サービス事業者は、自然災害などによる被害に備えるためのソリューションを社会に提供するだけでなく、商品やサービスを通じてお客さまや取引先などの環境配慮行動を促し、環境問題が深刻化するのをくい止める役割を果たす責任があります。

② 交通事故を減らすために

自動車事故は発生件数、死者・負傷者の数とも年々減少していますが、年間の負傷者数は依然、100万人を超えています。加害者、被害者と周囲の人々がこうむる物的・精神的損害だけではなく、事業者の場合は信用喪失によるダメージなど、その被害は深刻です。

「世界に安心と安全をとどけ、豊かな社会をつくる」ことを使命の一つとするMSIGにとって、交通事故の防止は本業と最も縁の深い課題といえます。

自動車保険商品の提供、保険金の支払など事業運営を通じて得たノウハウを提供できることから、損害保険事業者は交通事故防止の役割を果たすことのできる最も有力な主体の一つであると考えています。

目次

読者の皆さまへ ～MSIGのCSR～	1
目次／編集方針	2
会長からのメッセージ	3
社長からのメッセージ	4
経営理念、行動憲章と「ニューチャレンジ10」	5

お客さまとの接点における品質向上

I-① 商品・サービスの品質向上

■ 品質向上に必要なこと	7
■ わかりやすい商品づくり	9
■ 安心してご契約いただくために	11
■ 保険金の適切なお支払	13

I-② 品質向上を支える社員がハツラツと働くために

■ 人財育成・やりがい向上	15
■ 社員の社会貢献を支援	18

豊かで持続可能な社会づくりに向けて

II-① 地球環境を守る

■ 保険・金融サービスを通じて果たすべき役割	19
■ 保険商品の販売・損害サポート業務における環境配慮	21
■ 事業活動に伴う環境負荷の削減	23
■ 地域社会・国際社会との共生	25
■ 社員一人ひとりが家族・代理店とともに	26

II-② 交通事故を減らすために

■ 交通事故防止の取り組み	27
---------------	----

CSR会計	29
第三者意見／ご意見を受けて	31
三井住友海上グループの紹介	32

編集方針

- 本冊子は2007年度のMSIGのCSR活動について、テーマ別にまとめてご報告しています。各テーマに対する考え方は、左ページの「読者の皆さまへ」をご覧ください。
- 読みやすさを重視し、情報を絞りコンパクトにまとめました。本冊子に掲載できなかった情報およびより詳細な情報は、ホームページおよび各種レポートにて報告しています。
- 具体的な活動(P.7～28)については、活動の主体を、各ページの冒頭にアイコンで表示しています。

海上 三井住友海上火災保険株式会社
(海外および国内子会社を含む)

きらめき 三井住友海上きらめき生命保険株式会社

MSI メット 三井住友海上メットライフ生命保険株式会社

三井ダイレクト 三井ダイレクト損害保険株式会社

- 本冊子は、皆さまにMSIGの姿勢や活動のありのままをご報告し、より良い会社にしていくためにご意見を広くお聞きする重要なコミュニケーションツールとして作成しました。下記ホームページに「CSRレポート2008 アンケート」を設けておりますので、ぜひ皆さまのご意見・ご感想をお聞かせください。今後の取組みの参考としたいと考えています。

■ホームページのご案内

地球環境保護への取組み、スポーツ支援活動、社会貢献活動のさまざまな事例などを公開していますのでぜひご覧ください。

- 三井住友海上グループホールディングスホームページ「CSR(社会への責任)」

<http://www.msig.com/csr/index.html>

■各種レポート

会社案内、ディスクロージャー誌、アニュアルレポート(ホームページ上にも掲載しています)

報告範囲

【対象期間】2007年度(2007年4月～2008年3月)

※一部2008年4月以降の活動も掲載しています。

【対象範囲】三井住友海上グループ

(三井住友海上グループホールディングス株式会社、三井住友海上火災保険株式会社、三井住友海上きらめき生命保険株式会社、三井住友海上メットライフ生命保険株式会社、三井ダイレクト損害保険株式会社)

※本レポートの本文中では、三井住友海上グループを「MSIG」、三井住友海上火災保険株式会社を「三井住友海上」と区別して表記しています。

【発行時期】2008年10月

【前回発行】2007年9月

【次回発行】2009年9月予定

お問合せ先

三井住友海上グループホールディングス株式会社
企画部 CSR推進室

〒104-8252 東京都中央区新川2-27-2

TEL:03-3297-4632

FAX:03-3297-6888

Mail:aaa703_csr@ms-ins.net

保険・金融サービスを通じて、 社会のお役に立つ取組みを 実現していきます。



MSIGは、経営理念に謳った「保険・金融商品やサービスを通じてお客さまに安心と安全を提供すること、事業を通じて豊かな社会をつくっていくこと」、そして、お客さまや株主をはじめとするステークホルダーに対して果たすべき責任を定めた行動憲章を、CSR経営の根幹としています。加えて、豊かで持続可能な社会づくりを阻むさまざまな社会的課題の解決に向けてMSIGならではの貢献をしていくことも重要な使命であり、私たち企業に対する、社会からの期待に応えることになると考えています。

私たちはこれまでも、事業の拠って立つ基盤である「地域社会・国際社会」に対して責任を果たすため、幅広い活動に取り組んできました。MSIGの経営に深くかかわる、商品パンフレットの音声化、ASEAN諸国への損害保険の技術支援などの本業を通じた取組みのほか、インドネシアの野生動物保護林を修復する「熱帯林再生プロジェクト」などの地球環境保護の取組み、社員のボランティア活動の支援などは、その一例です。交通事故の削減には、特に力を注いでいます。全国の社員と代理店が共同で「I・ストップ（私は一時停止します）キャンペーン」などの活動に取り組むほか、代理店会による「秋の全国交通安全運動」への一斉参加に社員も積極的に加わるなど、交通事故の削減をテーマとした代理店・社員一体の取組みを全国で行っています。

2008年度は「地球環境の保護」をMSIGで取り組む共通のテーマとし、商品・サービスのあり方や社員の日常生活での環境配慮など、多方面において具体策の検討を開始しました。「国連グローバル・コンパクト」の経営者団体（グローバル・コンパクト・ボード・ジャパン）への参画、「企業と生物多様性イニシアティブ」の立ち上げなど、企業のネットワーク活動を通じた対外的な啓発活動や情報発信にも取り組んでいます。

交通事故の削減と地球環境の保護。どちらも「豊かな社会づくり」に不可欠な要素であり、MSIGの経営上、重大な意味を持つテーマです。そして、これらは同時に、MSIGが保険・金融サービスを通じて社会の課題解決に貢献できる可能性が大きなテーマでもあります。私はまず、2006年度から進めている「つくるかわる文化」をしっかりと根付かせ、社員の一人ひとりが、日々の仕事の中でこれらのテーマを自分の問題として考える環境づくりに努めます。そして、社会のお役に立つ取組みを、一つひとつ実現させていきたいと考えています。

取締役会長
CSR委員会委員長

しん よしあき

秦 喜秋



**社員が自らの成長と
働きがいを感じることで、
グループ全体の品質向上を
実現します。**

MSIGはこれまで、国内の損害保険事業を中核とし、生命保険事業、海外事業、金融サービス事業、リスク関連事業を展開してきましたが、2008年4月、三井住友海上グループホールディングス株式会社を設立し、グループ経営体制を強化することとしました。7月には、三井住友海上火災保険株式会社、三井住友海上きらめき生命保険株式会社、三井住友海上メットライフ生命保険株式会社および三井ダイレクト損害保険株式会社が持株会社のもとで並列する、新たな体制をスタートさせました。そして、持株会社がグループ全体を統括し、グループ4社がそれぞれの事業領域における執行に専念することにより、企業品質を競争力として永続的に発展する世界トップ水準の保険・金融グループを目指していくこととしました。

2006年度以降、日本の保険業界は、費用保険金の支払漏れや保険金不払、保険料誤りの問題など、業界の信頼を損なう事態に直面しました。MSIGもこの問題の発生を真摯に反省するとともに、信頼回復のための抜本的取組みを強力に進めてきました。保険商品を販売する場面、保険金をお支払いする場面は、いずれも、お客さまと私たちとの大切な接点です。お客さまにわかりやすい説明を行い、十分にご理解いただくという基本業務について、社員・代理店が一丸となって改善を重ねてきました。本レポートでは、こうした基本業務における品質向上のためのさまざまな取組みの全体像を報告します。

MSIGは、2010年度を最終年度とした中期経営計画「ニューチャレンジ10」において、「お客さま基点に立った品質の向上、信頼、成長を通じ、CSR経営を実現する」ことをグループの基本戦略として掲げています。この戦略は、行動憲章などに盛り込まれた価値観にのっとり、「お客さま基点に立った品質向上をすべての活動の始点とし、信頼獲得と成長への好循環につなげる」という私たちの不変の決意として集約したものでもあります。

私はグループの全社員に、「プロフェッショナルとしての責任感を忘れず、自信と誇りを持って目標にチャレンジすること」「お客さまの声を大切にし、常に仕事を改善すること」「相手の立場や多様性を思いやるコミュニケーションを心がけ、チームワークで仕事すること」「家族や友人に胸を張って説明できる誠実な活動を通じて、お客さまにご満足いただくこと」など、地道な行動の積み重ねを呼びかけています。また、社員が働きやすい環境の整備にも努めています。こうした取組みによって、社員が自らの成長を実感し、働きがいを感じられることが、MSIG全体の品質向上につながっていくと確信しています。

取締役社長

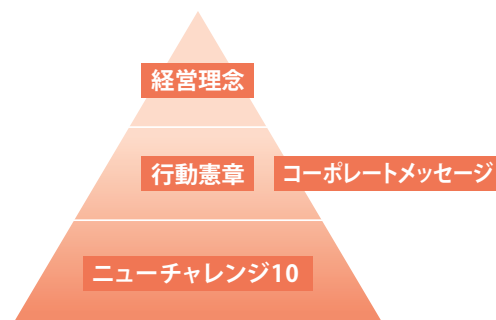
えがしら としあき

江頭 敏明

経営理念、行動憲章と「ニューチャレンジ10」

MSIGの究極の使命を「三井住友海上グループ経営理念」に明文化し、その実現に向けたグループ全社員の行動原則を「三井住友海上グループ行動憲章」に定め、すべての事業活動の核としています。

「経営理念」と「行動憲章」に基軸をおき、MSIGが2010年までに目指す姿、それを実現するための戦略およびグループ全社員が大切にしていく価値観をまとめたものが「ニューチャレンジ10」です。MSIGは「ニューチャレンジ10」を実践することにより、企業品質を競争力とし、永続的に発展する世界トップ水準の保険・金融グループを目指します。



経営理念

保険・金融サービス事業を通じて

- 世界に安心と安全をとどけ 豊かな社会づくりに貢献します
- 最高の商品とサービスを提供し お客さまの満足を実現します
- 永続的な業績向上を目指し 株主の信頼と期待に応えます

ニューチャレンジ10

グループ基本戦略

「お客さま基点に立った、品質の向上」をすべての事業活動の始点とし、お客さまからの信頼を得ることによって事業の成長を実現し、これにより拡大した経営資源をさらなる品質向上のために投入するという好循環を生み出して、CSR経営の実現を目指します。



品質向上戦略

一人ひとりが成長し、一つひとつの品質の向上を目指します。あらゆる業務における品質向上実現のため、次の3つを重要な要素としています。

- ①ステークホルダーの声を幅広く反映
- ②社員・代理店の成長
- ③業務プロセス・インフラの向上

グループ事業戦略

グループで展開する「国内損害保険事業」「生命保険事業」「海外事業」「金融サービス事業」「リスク関連事業」の5大事業それぞれにおいて「品質向上」と「事業推進(成長力・

収益力の強化)」に取り組み、グループの総合力を発揮することでお客さまに最大の価値を提供していきます。そのために、各事業における主要な取組みを定めています。

社員ハツラツ

品質の向上を担う社員がハツラツと働ける環境づくりに、積極的に取り組んでいます。

経営基盤強化

5大事業の品質向上と成長を支える経営基盤の強化を継続的に図っていきます。

行動憲章

七つのステークホルダー（お客さま、株主、代理店、取引先、社員、地域社会・国際社会、環境）への責任を定めるとともに、グループの一員として社員一人ひとりが心がけていくべきことを「わたしたちの行動」として定めています。

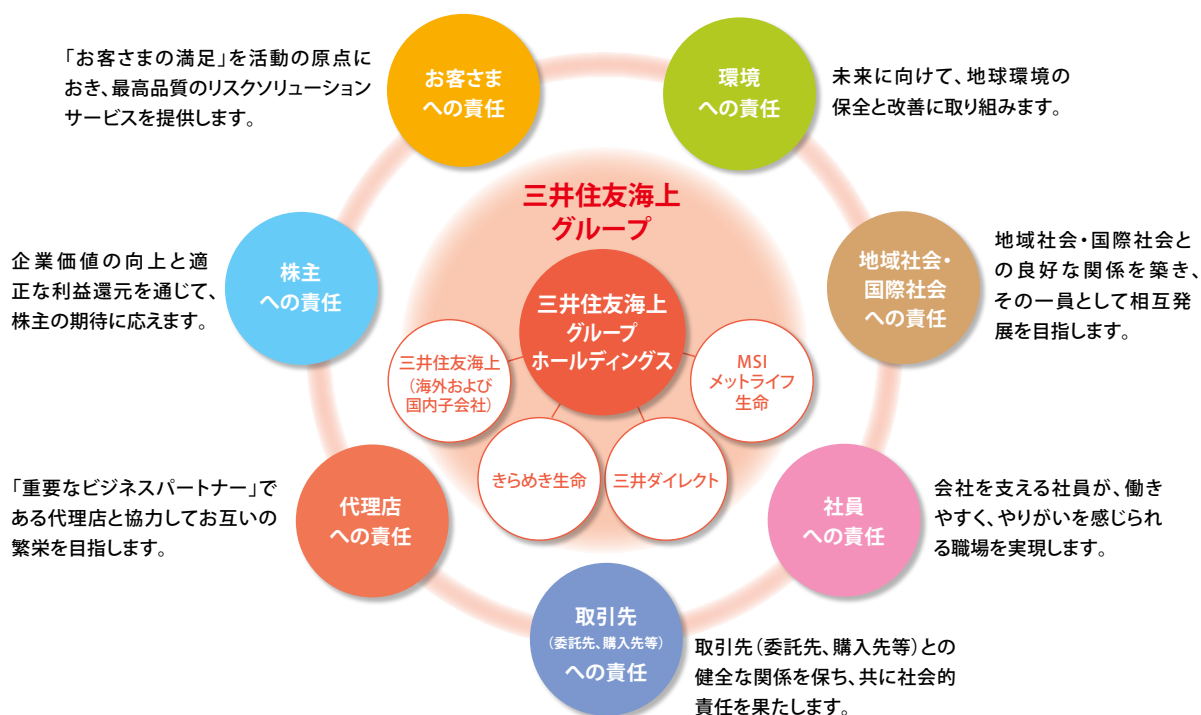
※行動憲章の全文はホームページをご覧ください。(http://www.msig.com/csr/concept/charter/details/)

わたしたち三井住友海上グループは、保険・金融サービス事業の公共性を原点として、

- 社会の不安とリスクに対して、最善の解決策を提供することを使命とし、
- 公平、公正で倫理的に正しい行動を最優先し、
- 常に十分なコミュニケーションを心掛けて、広く情報の開示を行い、

社会の誰からも信頼され、全ての社員が誇りに思える会社を目指します。

わたしたち三井住友海上グループは、企業の社会的責任として、次の七つの責任を果たします。



コーポレートメッセージ

わたしたちは 一人ひとり一つひとつを大切にします。
ありがとうが あふれるように。

行動憲章の精神をわかりやすく表現した「コーポレートメッセージ」に、私たちの新たな決意を込めました。社外に向けては、「一人ひとり一つひとつを大切に。」と言い表しています。

国連グローバル・コンパクトへの参加

国連グローバル・コンパクトとは、企業のリーダーが参加することによって、国連機関、労働、市民社会とともに、①人権、②労働、③環境、④腐敗防止、の4分野における10原則を支持してもらう国際的なプログラムです。グローバル化した世界経済が引き起こしかねない諸問題を解決するために、企業などの団体が一致団結し、地球市民としての立場からその責務を果たすことが求められています。

MSIGでは、地球環境の保護のほか、地域社会・国際社会への貢献全般において、グローバルプレーヤーとしての役割を認識し、この10原則をMSIGの活動に活かしています。また、MSIGの取組みを踏まえた提言を行い、国内参加企業全体の取組みの向上に貢献していきます。





品質向上に必要なこと

グループの中期経営計画（ニューチャレンジ10）の中で、商品・サービスの品質向上を実現するために必要な要素として①ステークホルダーの声を幅広く反映、②社員と代理店の成長、③業務プロセスとインフラの向上の3つを掲げ、取り組んでいます。

このページの取組み： [海上](#) [きらめき](#) [MSIメット](#) [三井ダイレク](#)

ステークホルダーの声を幅広く反映

より良い商品やサービスをお届けするため、ステークホルダーの声に真摯に耳を傾け、その声を改善に活かすことに努めています。仕事のさまざまなプロセスの中で、ステークホルダーの声を聞き、改善のPDCAサイクルを回していく仕組みや組織をつくっています。

また、地域社会・国際社会とのコミュニケーションを通じて、社員が新しい視点で仕事を見直したり、社会の課題に気づくことも重要だと考えています。

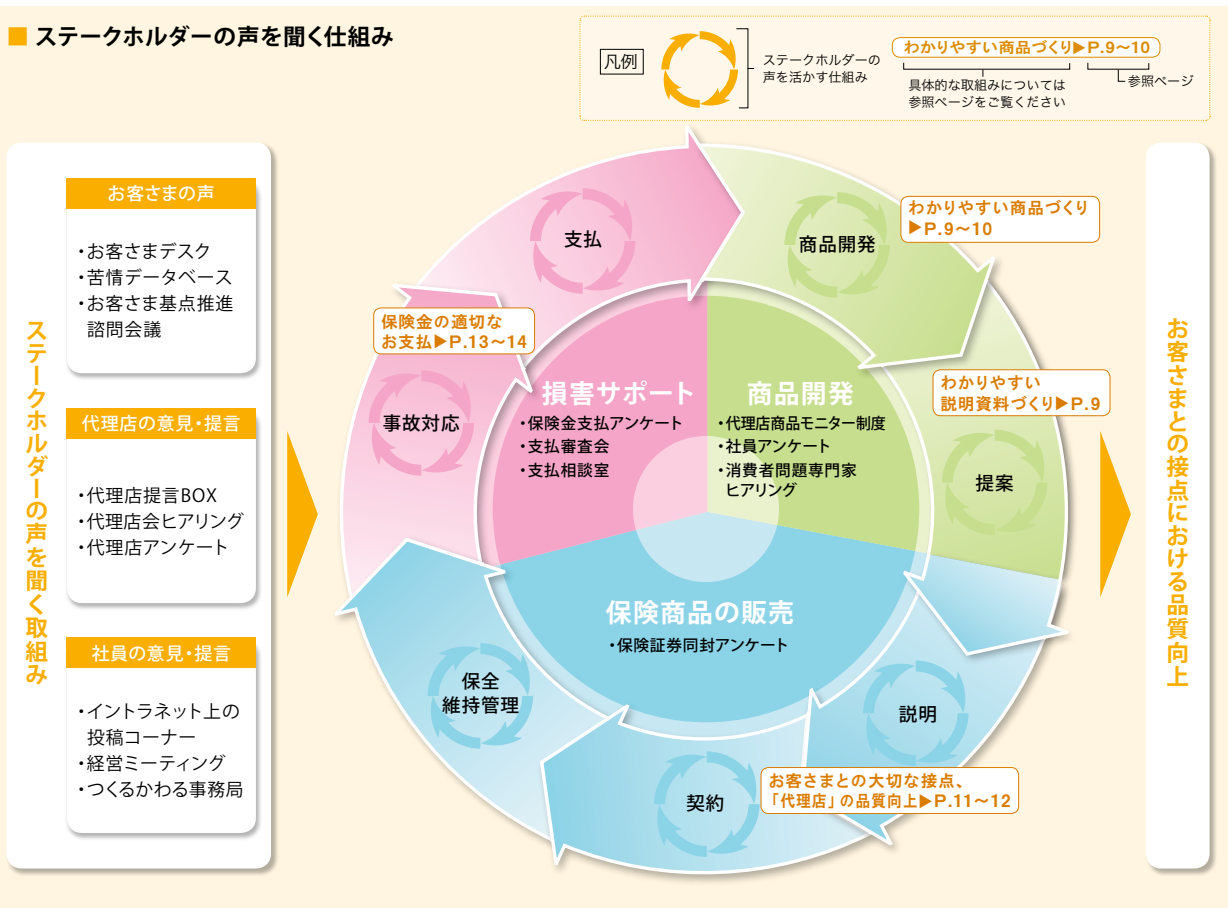
声を聞く仕組み

お客さまの声をお聞きして改善に活かしていくため、お客さまの声担当部が苦情や電話、アンケートな

どを通じて寄せられるお客さまの声を一元的に管理・分析しています。集められた声は、商品の開発から、保険金のお支払に至るまで、それぞれの仕事を担当する部門にフィードバックしています。また、各部門でも問題を解決したり、新しい仕事をするプロセスにおいて、積極的にお客さま、代理店、社員などステークホルダーの声を確認する活動を行っています。

2007年7月三井住友海上ときらめき生命は、国内の保険業界で初めて、ISO10002（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）に適合した苦情対応マネジメントシステムを構築し、PDCAサイクルを適切に回しています。

■ ステークホルダーの声を聞く仕組み



お客さま基点推進諮問会議

社外の専門家から、お客さまの視点に立ってご意見をいただく「お客さま基点推進諮問会議」を、2カ月に一度開催しています。消費者問題に詳しい3名の専門家から、お客さま利益の保護・お客さまの利便性向上のためのさまざまな提言をいただいています。

❖ 2007年度にいただいた主なご提言とMSIGの対応

提言 コールセンターの品質においては、「人財」が生命線。要員の確保・維持、教育面での環境整備や人事制度を早急に整えるべき。

対応 2008年度に教育チームを新設し、指導担当者の増強など、教育面での体制整備を行っています。

提言 保険金に関する苦情が発生する背景には、ミスをした「個人」だけではなく、組織として対応すべき課題があるはず。組織内での良好なコミュニケーション強化策を検討すべき。

対応 所長研修の実施、各職場の教育担当者を対象とした巡回指導などを通じて、管理者のコミュニケーション力強化に取り組みます。また、損害サポートの仕事を個人で担当する制度からチームで対応する体制に変更し、経過記録を欠かさずに行い、チーム内での情報を共有するなど、組織内での連携強化を進めます。

苦情対応体制について

「お客さま基点推進諮問会議」の社外の専門家から、苦情対応体制について、次のようなご意見をいただきました。

主なご意見

- 金融業界の「お客さまの声に耳を傾ける取組み」は、かなり遅れていると認識していたが、お客さまへの真摯で的確な対応や、お客さまから寄せられた声を業務改善に活かす取組みについて確認することができた。各組織で、PDCAサイクルが機能しており、高く評価できる。
- 苦情情報を業務改善に活かす体制ができていることが、提言の実行状況などからも確認できる。
- ISO10002は、第三者認証ではなく、自己適合宣言である。したがって、自らが、お客さまの声を通じ、業務を改善していくことを確認していく姿勢・努力が重要である。

社員と代理店の成長

▶ 具体的な取組みは、P.15～18をご覧ください。

品質向上の担い手は、お客さまと接する社員や代理店です。社員・代理店が自ら学び、自ら行動し、プロフェッショナルとして目標にチャレンジすることをさまざまな形で支援し、成長をサポートします。

業務プロセスとインフラの向上

▶ 具体的な取組みは、P.9～14をご覧ください。

間違いを発生させないプロセスをつくり、これをサポートするインフラを整えていくことも、お客さまに質の高いサービスを提供するために必要なことと考えています。お客さまとの接点である商品開発、販売、損害サポートにおいて仕事のプロセスを改善し、それをサポートする事務・システムを整備していきます。

コールセンター対応の品質向上

お客さまとの接点であるコールセンターの対応品質を高めるため、2007年度、MSIG各社のコールセンターが参加し、電話対応コンクールを開催しました。お客さまからの相談窓口や事故連絡受付窓口の担当者などの代表者9名が参加し、日頃の対応スキルを競い合いました。

COLUMN 社員の声

電話対応コンクールに参加して

三井住友海上メットライフ生命
お客さまサポート部 主任 望月 由美子
(第一回電話対応コンクール優勝)



お客さまや代理店の募集人の方からのいろいろなお問合せ、お申し出にお答えしています。電話の向こうにいらっしゃる一人ひとりの方たちに合わせた対応を日々意識しています。お急ぎの代理店の方には、迅速で的確な説明、お客さまからの場合はお話をよく聞き、わかりやすい言葉での説明を心がけています。一度の説明でご理解いただけない場合は、言い回しを工夫したり、方向性を変えて何度でもご説明します。受話器を通して、相手の方にこちらの気持ちが伝わるように努力しています。これからもお客さま、代理店の皆さまに喜んでいただけるよう、さらにレベルアップしていきたいと思っています。



わかりやすい商品づくり

三井住友海上では、お客さまにわかりやすく、社員や代理店が説明しやすい商品づくりに取り組んでいます。基点になるのはお客さまの声をはじめとする社内外の声。そしてその声を関係者が連携して活かしています。併せて事務手続きの効率化、それらを支えるシステム構築も進めています。

このページの取組み： **海上**

わかりやすい商品をわかりやすい説明で

わかりやすい商品づくり

3つの視点でわかりやすさを考え、保険商品を開発しています。

❖ 説明責任

お客さまのご理解が十分に得られる説明を行える商品

❖ 支払漏れ防止

保険金の支払が適時・適切かつ漏れのないようにできる商品

❖ お客さまニーズ

お客さまにとっての商品の魅力・利便性などをさらに向上させた商品

商品数、特約の削減

2007年度から、商品数を減らし、商品構成の見直しを進めています。

	2006年度	最終目標
商品数(個人分野)	68	約15
特約数	約1,400	約700

これまでに削減した主な商品・特約(個人分野)

■ 傷害保険…11商品、178特約

夫婦ペア総合保険・つり総合保険・単身者総合保険など販売実績の少ない商品を廃止。

■ 自動車保険…1商品、26特約

「GK クルマの保険」の発売を機に、商品を4つから3つに絞込み、特約の数を70から44に削減。

■ 火災保険…4特約

火災との関連性が低く販売実績の少ない次の特約を廃止。

ホームライフ総合保険	傷害担保特約、 ホールインワン・アルバトロス費用担保特約、 救援者費用等担保特約
住宅総合保険、 店舗総合保険	交通傷害担保特約

わかりやすい説明資料づくり

わかりやすい言葉づかいのパンフレットや申込書、説明や図式を活用した読みやすい約款を作成しています。

■ 具体例

契約の異動	変更	契約内容の変更
保険の目的	変更	保険の対象
担保する	変更	補償する

商品の品質向上を実現する仕組み

社内外の意見を反映させる仕組み

商品開発の工程を整備し、お客さまをはじめ、社員・代理店の意見を反映させる体制を整えました。

お客さまの声

契約手続き・商品内容などに関するお客さまの苦情や、消費者団体の声、お客さまアンケート結果などを企業品質管理部がモニタリングしています。

代理店の声

商品モニターの代理店からお客さまのニーズや効果的な販売ツールについての意見を聞いています。

社員の声

社員がさまざまな改善提案をイントラネット上の掲示板に投稿しています。また、商品開発時には社員モニターから意見を聞いています。

部門連携の仕組み

よりわかりやすい商品をつくり、より詳しい補償内容や保険金支払のご説明をするためには、商品・事務・損害サポート・システムなどの各部門が連携しながら商品を開発することが必要です。各商品の情報を一元管理できるシステムを構築し、関係部門同士の確実な連携に取り組んでいます。

「GK クルマの保険」ができるまで ～個人向け商品のブランド「GK」～

お客さまが商品を選ぶときのイメージのしやすさや親しみやすさを重視し、個人向け商品ブランド「GK」を創設しました。2008年7月に「GK クルマの保険」を発売し、以後、「GK すまいの保険」「GK 生命の保険」などを順次発売する予定です。



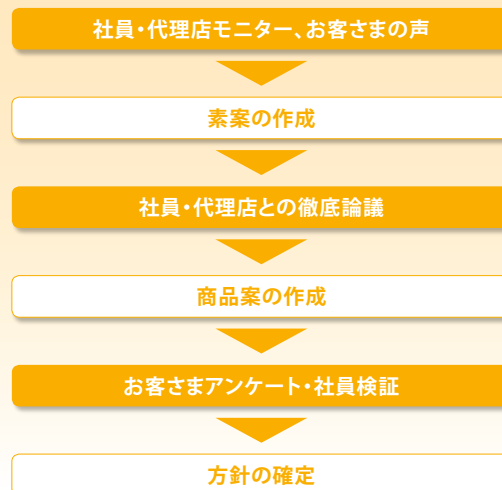
ここでは、「GK クルマの保険」の商品づくりの一端をご紹介します。

安心のゴールキーパーでありたいとの願いから、ブランド名「GK」は生まれました。

ステークホルダーの声を反映させました

わかりやすい商品や契約手続きを実現するため、「GK クルマの保険」を開発する過程では、右のようなステップで検討を行いました。

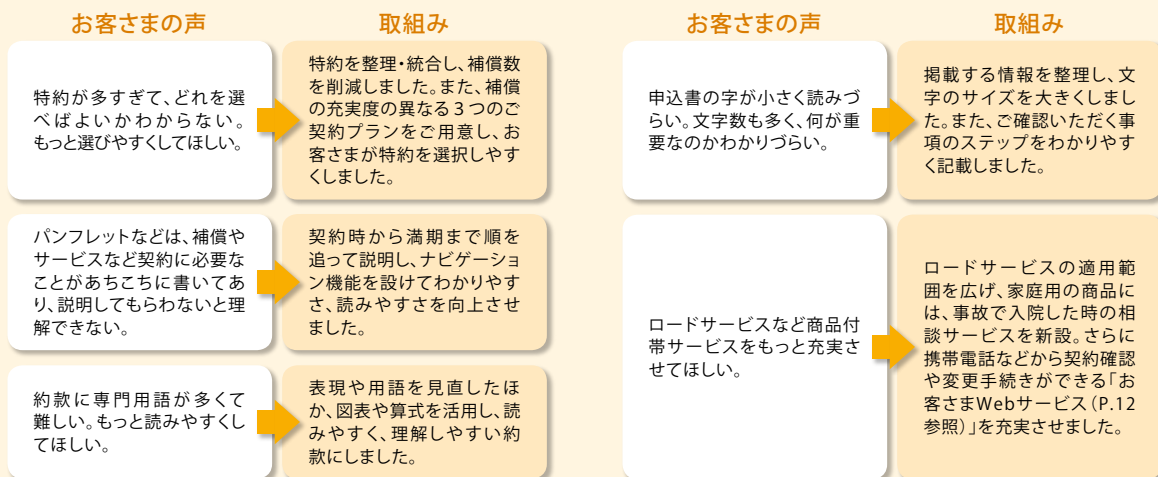
■ 商品開発プロセス



■ お客さま基点でわかりやすい商品づくり

「GK クルマの保険」は、さまざまな声を反映させて生まれました。

たとえば、どのようなお客さまの声がどのように商品に活かされているかをご紹介します。



「3つのプラン」を見ながら、その補償内容を詳しく確認することができます。

絵や図でわかりやすく説明しています。



「GK クルマの保険」パンフレット

契約時から満期まで順を追ったナビゲーションを設けました。

「用語のご説明」を同時に開くと、パンフレットの内容が理解しやすい構成にしました。

高齢者や視覚障がい者に向けて開発された「SPコード」を採用しています。



安心してご契約いただくために

お客さまに安心してご契約いただくためには、ニーズにあった商品のご提案とわかりやすい説明、正確かつ迅速な手続きが必要です。三井住友海上では、代理店への教育や業務支援を通じて販売活動における品質向上に取り組んでいます。

このページの取組み： 海上

お客さまとの大切な接点、「代理店」の品質向上

「代理店における保険の基本サイクル」の確実な実行

保険の販売にかかわる代理店の行動手順を、「代理店における保険の基本サイクル」として定めました。すべての代理店が確実に実行できることを目指し、教育・研修を充実させています。

❖ 品質向上レポート

販売プロセスの品質を計る指標のデータを、毎月「品質向上レポート」で案内し、代理店ごとの業務品質向上に向けた具体策の検討に活用しています。

❖ コンプライアンス研修、基本サイクル研修

コンプライアンスや「代理店における保険の基本サイクル」を確実に実行するために必要な業務知識、お客さまのご期待に沿うための基本活動をあらためて確認する研修を、年に2回、対象代理店に実施しています。

❖ 代理店eラーニングなどの自主学習ツールの提供

イントラネットを通じて、代理店の募集人※がいつでも最新の内容で学習できるよう、eラーニングの教材を用意しています。

※募集人：保険販売の資格を持ち、金融庁に募集活動をするを届け出ている人

三井住友海上の保険料の誤りに関する点検と適切な保険販売に関する取組み

2006年に火災保険契約の一部で保険料誤りが判明したため、契約内容などの点検と確認を進めています。

点検結果

点検の結果、2008年6月30日現在で想定される、保険料をお返しする見込みの件数と金額は以下のとおりです。
(2008年6月30日現在で保険料をお返しする手続きが完了した257,069件、58億602万円を含みます)

■ 件数：273,600件

内訳：火災保険 133,000件、自動車保険 140,000件、
その他 600件

■ 保険料総額：59億7,600万円

内訳：火災保険 50億2,000万円、
自動車保険 9億3,000万円、その他 2,600万円

点検の概要

■ 契約の点検方法

契約の更改手続きの際の点検を、保険の種目ごとにそれぞれ集中的に実施しています。保険金をお支払いしない主な場合や特に注意していただきたい事項などをわかりやすく説明し、これまでの契約と新しい契約がお客さまの希望に沿った内容となっているか、適正な保険料かを確認しています。

また、集中心点検中に更改を迎えない契約は、お客さまにご契約内容を記載した案内状を郵送するなどにより、ご

確認をお願いしました。お客さまからのご回答に対して迅速かつ確実に対応できるよう専門の組織を立ち上げ、お客さまへのご連絡や、お問合せに対応しました。

■ ご契約内容に誤りがあった場合

点検の結果、ご契約内容に誤りがあった場合は、適切な内容へご契約を変更し、保険料をいただきすぎている場合には、その過剰分の保険料に利息相当額を加算してお返ししています。

今後の取組み

今後も、ご契約時においてお申込内容などを確認することに加え、長期契約などのお客さまに対しては割引新設などの商品改定やご契約内容などを記載したお知らせを、年に1度お届けするとともに、満期時にご契約内容を確認していきます。

❖「MSカレッジ」の導入

保険販売資格の取得やその資格の更新状況、集合研修、e-ラーニングの受講状況など、募集人に対する教育に関する情報を一元管理するシステムを新たに導入しました。募集人一人ひとりの学習履歴やテストの結果を把握することで、商品内容などの理解度を確認することができ、募集人のレベルに応じた教育を行っていきます。

❖品質向上を確保する仕組み

「MSカレッジ」を活用した募集人の商品知識レベルの確認と併せて、保険の販売時における苦情の内容を分析し、実際の販売活動を検証しています。お客さまの声や、浮かび上がった問題点を研修内容に反映させることで、確実に販売活動の品質向上を図っています。

資格制度

❖募集人試験更新制度・保険商品教育制度

日本損害保険協会では、募集人の資質向上のため「損害保険募集人試験」のレベルアップとその資格の5年ごとの更新制度を導入。さらに2008年11月には保険商品などに関する知識や業務能力を検証する仕組みとして「保険商品教育制度」を設ける予定です。

三井住友海上も、この枠組みに沿った取組みを進めています。

❖代理店品質認定制度

2008年度、「代理店における保険の基本サイクル」を確実に実行し、お客さま基点に立った活動を行っている代理店を三井住友海上が認定する「代理店品質認定制度（通称：Qマーク制度）」を創設しました。保険業務に関して、お客さまに質の高いサービスを提供できること、保険商品や損害サポートに関する知識があることなど、「代理店における保険の基本サイクル」を確実に実行しているかどうかを認定基準としています。



Qマーク

お客さまの利便性向上のために

モバイルMS1決済端末

保険料の支払をキャッシュカードまたはクレジットカードで決済・手続きできる携帯型の端末です。

クレジットカード決済やキャッシュカードによるデビットカード決済（即時口座引き落とし）、口座振替の登録がその場でペーパーレスで完結します。



モバイルMS1
本体

電子計上システム

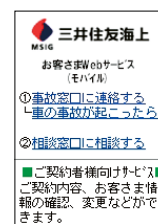
自動車保険の契約内容をパソコンの画面上に表示、確認後にお客さまに電子サインをいただくことで、申込書なし、捺印なしで契約手続きができます。お客さまに印鑑や筆記用具をご用意いただく必要がありません。

インターネットでの手続き・サービス「お客さまWebサービス」

三井住友海上ホームページ(<http://www.ms-ins.com>)から、個人のお客さまに提供しているインターネットサービスです。「GK クルマの保険」の証券の記載内容をお客さまに確認していただいたり(下図)、住所変更、車両入替などの手続きを行っていただくことができます。携帯電話からも契約内容の照会や住所変更手続きが可能です。



証券イメージ表示機能



三井住友海上
携帯サイト
<http://msig.jp>

インターネット完結型契約サービス

インターネット上で海外旅行保険やゴルフ保険のほか、バイク・原付の自賠責保険や自動車保険の販売を行っています。時間や場所を選ばず、いつでも簡単にご契約いただけます。



保険金の適切なお支払

三井住友海上では、保険金を公平かつ公正にお支払いし、お客さまから信頼され、選ばれることを目的に、損害サポート体制の見直しを行っています。お客さまの貴重なご意見をもとに、お客さまにとって最良のサービスを追求し、社員の意識やシステムなどあらゆる面の改革を進めています。

このページの取組み： 海上

お支払い可能な保険金を漏れなくご案内

2006年度からお客さまにお支払いできる可能性のある保険金を自動判定するシステム開発に着手し、2007年度には新事故受付システム、2008年度には対象保険金チェックシステムを導入しました。適切で確実な保険金のご案内および支払体制を一層強化しています。

品質向上に向けて新しい業務プロセスを展開

担当者の経験やスキルの差により、損害サポートにおける品質にばらつきが生じないようお客さま基点の新しい業務プロセスの導入を進めています。

❖ 計画的な業務管理の支援

お客さまから事故のご連絡をいただいてから、保険金をお支払いするまでのプロセスを一貫して管理できるシステムを一部の保険金お支払センターで試験的に導入しました。今後、順次全国の拠点に導入していきます。

❖ お客さまとの接点を重視したコールチームの設置

電話対応の専門要員の配置を順次進めています。ご提出いただいた書類が到着したことや、事案の現在の状況などをお客さまにタイムリーに報告し、安心いただけるよう努めています。

社員の意識改革

部門全社員に品質に関する冊子を配布

電話対応や保険金支払のご説明などにおける基本動作を定めた冊子を、損害サポート部門の全社員に配布し、基本行動を確認しています。



当然品質ガイドブック

行動自己チェックを実施

日々行動を見つめなおし、品質を絶え間なく向上させていくための自己チェックを社内イントラネット上で全社員が行い、確認と改善を行っています。

❖ 行動自己チェック項目例

- ☐ わかりやすい説明ができていますか
- ☐ お客さまの気持ちを受け止めた対応ができていますか
- ☐ 事務的な対応になっていないか
- ☐ 一方的な対応になっていないか など

お客さま対応窓口をわかりやすく

お客さまにとってわかりやすい名称に見直すという観点から、2008年4月から事故対応の部門名称を変更しました。部の組織名称を「損害サポート部」とし、課の組織名称を「保険金お支払センター」としました。

❖ 変更例

東京損害サービス部	▶	東京損害サポート部
新宿サービスセンター	▶	新宿保険金お支払センター

お客さま基点に立った損害サポートの提供

お客さまへのご説明や、ご相談への対応には、できる限りわかりやすい言葉を使うなどお客さまにご満足いただける損害サポートを目指しています。

お客さまアンケートの実施

保険金のお支払の際に、損害サポートにご満足いただけたか、説明はわかりやすかったかなどのアンケートにお答えいただいています。おほめの言葉は、社内で共有し、社員のやりがいや、より良い取組みにつなげています。また、お叱りの言葉やご要望は、損害サポートの改善に反映させています。

グッドジョブ取組み

お客さま満足度の向上を目指す取組みを「グッドジョブ」と称して展開しています。お客さまに接する際の基本行動をルール化して、定着を図っています。また、電話対応マナーの向上やお客さま満足度向上のノウハウ交流を行っています。



グッドジョブマーク

❖ 品質向上の推進役「グッドジョブリーダー」

お客さま対応における品質向上の推進役「グッドジョブリーダー」を全国27拠点で50名選任しました。事故のご連絡をいただいた後の対応の流れや、保険金お支払額のご説明をお客さまにわかりやすくご理解いただけるよう、対応ノウハウを学んだリーダーが中心となり、各拠点において



グッドジョブ研修の様子

精力的にお客さま対応に関する研修などを実施しています。

❖ お客さま対応ロールプレイング大会

全国各地で、お客さま対応のスキルを競い合うロールプレイング大会を開催しています。大会には外部講師を招き、声のトーンや具体的なお客さまへの質問の仕方など、改善点の指摘を通じて、対応スキルの向上を目指しています。

❖ 社員の部門内相互交流

社員が別の職場に出張勤務(1週間)し、各地のお客さま対応における好取組みを学んで、職場に持ち帰り、そのノウハウを共有する取組みを行っています。

COLUMN 社員の声

グッドジョブリーダー活動を通じて

三井住友海上 埼玉損害サポート部
大宮自動車第三保険金お支払センター 課長
村井 伸好(グッドジョブリーダー)



交通事故の対応は、私たちにとっては毎日の仕事でも、お客さまにとっては一生に一度遭遇するかどうかの場面です。説明責任を果たし、安心をお届けした上で、さらにお客さまにご満足いただける対応とは何なのか? この活動を通じてあらためて考え、まずお客さまの立場に立つことから始まると思いました。すべてのお客さまから「期待以上のサービスに大変満足した」のお声をいただける保険金お支払センターになりたいですね。

COLUMN 社員の声

グッドジョブ取組みで職場も活性化

三井住友海上 中部損害サポート第二部
岐阜第二保険金お支払センター 業務リーダー
岩田 みえ



福岡で1週間出張勤務をしました。同じ損害サポートの仕事であっても、職場が異なれば創意工夫の内容が多岐にわたっていると感じました。今回、たくさんの好取組み情報を得たことで、お客さまのための仕事について具体的に考えることができ、自分の職場の活性化にも役立ったのではないかと思います。引き続きお客さまからの「ありがとう」の言葉を多くいただけるよう、“お客さまのための仕事”を意識していきたいと思います。

保険金のお支払に関するご報告

三井住友海上 保険金のお支払漏れに関するご報告

「CSRレポート(2006,2007年度)」で詳しくご報告した、保険金のお支払漏れに関する対応について、以下のとおりご報告します。

■ 付随的な保険金の支払漏れに関する対応状況

2002年4月から2005年6月の間に保険金をお支払いした事実について、臨時費用保険金等の付随的な保険金の支払漏れ調査を進めてきました。保険金支払漏れが判明した51,410件について、お客さまの所在が不明であるなどの事情によりお支払に至っていないものなど一部を除き、2008年1月20日までにすべての支払手続きが完了しました。

■ 終身医療保険など疾病補償商品の不適切な不払に関する対応状況

2001年7月から2006年6月の間に保険金を不払とした事実について、判定の適切性の調査・検証を進めてきました。その結果、不適切な不払と確認された1,140件について、お客さまの事情によりお支払に至っていないものなど一部を除き、2008年1月20日までにすべての支払手続きが完了しました。

きらめき生命 保険金等のお支払漏れに関するご報告

三井住友海上きらめき生命では、保険金等のお支払について2007年2月から調査・対応を進めてきました。その結果について、次のとおりご報告します。

■ 調査結果

2001年から2005年の5か年間に保険金等の請求があった全事案を調査した結果、追加でお支払すべき事案が8,775件ありました。これらの事案につきましては、お客さまの事情によりお支払に至っていないものなど一部を除き、2008年7月29日までにすべての支払手続きが完了しました。

■ 再発防止策

項目	具体策
支払部門の強化	要員を増強し教育を充実。システムによるサポート機能も強化。
管理部門によるチェック機能の強化	支払部門での二重チェックに加え、管理部門で事後点検を実施。
お客さまに対するご案内の充実	保険商品の販売時から保険金のお支払時まで、それぞれのプロセスで、お客さまへのご案内やご説明を充実。
支払管理体制の強化	保険金等支払管理に関する基本方針を策定。第三者で構成する「支払諮問委員会」を設置し、運営の妥当性・適切性を確認。

※再発防止に関する取組み状況の詳細は三井住友海上きらめき生命ホームページをご覧ください。

URL:<http://www.ms-kirameki.com/news/20080801.html>



人財育成・やりがい向上

MSIGの企業品質向上を支えるのは、社員一人ひとりの成長です。社員が自ら学び、自ら考え行動し、プロフェッショナルとしてより高いレベルを目指して成長できる環境をしっかりと整えるとともに、重要なステークホルダーである社員の声を取り入れ、風通しの良い職場づくりを進めています。

このページの取組み： **海上**

社員研修を充実

マネジメント研修

社員がハツラツと働くためには、その組織長であるマネージャー（次長、課長）の役割が重要です。円滑なコミュニケーションを図り、部下の自発的な行動を引き出す能力を高めるために、2007年7月から約8カ月間に20回の研修を実施し、全マネージャー約1,200名が「コーチング・スキル」を学びました。2008年度の研修は、部長も対象に加えて実施します。

階層別研修

入社時、入社2年目・3年目、昇進時など節目となる時期に、社員一人ひとりの成長を支援するため、総合職、業務職を対象に各種の集合研修を実施しています。

現場学習支援制度

全国の事業所で独自に教育・研修を企画・実施できるよう、本社各部が資料を提供したり、講師として出張するなどの支援メニューを準備し、要望に応じて現場学習を支援する制度です。2007年度はこの制度を使い、約100の教育・研修が独自に企画・実施されました。各取組みに関する情報は、全店で共有しています。

COLUMN 社員の声

マネジメント研修を受講して

三井住友海上 自動車営業第一部
第一課長 篠 憲治



人財育成が最大の価値をもつことは当然と考えていたものの、マネージャーとしてそれが実行できていたのか…。今回の研修はあらためて自身の行動を振り返る良い機会となりました。気づいたのは、人財育成には自分の行動変化が必要だということ。研修後、学んだ手法を職場で実践しつつ、研修受講者間で6週間にわたり電話会議に参加、意見交換を行いました。「企業の成長は永続的な社員の成長とともにある」と確信し、「会社の本気度」を強く感じました。

チャレンジを支援

社内トレーニー制度

部門間のコミュニケーションを向上させ、社員のキャリア形成を支援するため、携わったことのない部門の仕事を実際に体験する制度です。2007年度は116名の社員が参加しました。2008年度は同一部門内で別の職場を体験する制度と、海外のナショナルスタッフ（海外拠点で採用された社員）を対象とする、国を超えたグローバルトレーニー制度も新たに実施します。

ポストチャレンジ制度

キャリアアップを目指す社員が、希望する部門やポストに応募できる制度です。2007年度は応募できるポストや部門を広げ、前年度より28名多い188名が応募、27名が希望した部門に異動して活躍しています。

社員区分転換制度

より幅広い仕事や役割にチャレンジしたいという社員のニーズに応え、一定の審査を条件に、希望する社員が社員区分を変えることのできる制度です。2007年度は新たに、「パートタイマー（当社呼称：ジョブパートナー）」の社員が「一般職（当社呼称：業務職）」へ転換できるようになるなど、対象を広げました。

ステップアップジョブ制度

「地域限定の総合職（当社呼称：エリア総合職）」への社員区分転換を希望し、審査に合格した業務職に対して、研修として新しい仕事を体験する期間を1年間設ける制度です。対象者は研修終了時に、転換を希望するかどうかを最終的に決定できます。

	2005年度	2006年度	2007年度
転換者数	17名	20名	25名

社員の声で会社を変える

品質の向上には、お客さまと接する社員が自ら自分の仕事を改善していくことが欠かせません。また、社員の声が会社に届き、会社が変わっていくことは、社員の働きがいにつながると考えています。

つくるかわる取組み

2006年度から、社員一人ひとりが自ら考え・自ら行動する「つくるかわる文化」の定着と、社内コミュニ

ケーションの向上を目指し、「つくるかわる取組み」を進めています。2007年度は、全国の営業・損害サポート業務に従事する第一線社員の代表者19名と本社関係部の代表者7名の合計26名で「つくるかわる事務局」を結成し、「企業品質の向上を実現するためにはどうしたらよいか」について現場の視点から定期的に議論し、お客さまの利便性向上、コンプライアンスリスクの軽減、業務の効率化などさまざまな領域で経営陣に提言しました。

「つくるかわる文化」の浸透 ～「つくるかわる事務局」メンバーから～

1年間の「つくるかわる取組み」を経て、何を感じ、何を考えたのか、2007年度の事務局を務めた社員に聞きました。

一人ひとりが自ら考え、 行動する気持ちを持ち続ける ことが大切。

きらめき生命 金融窓販推進部
金融窓販推進第二グループ※
業務主任 国分 由紀



業務停止以降、私たち社員の声を聞くいろいろな仕組みがつくられ、社員の声を活かして改善に取り組んでいると感じられるようになりました。

その一つが、2007年度に参加した「つくるかわる事務局」です。社員が日常の仕事の中で、品質とは何かを考え、具体的に行動に移すためのきっかけや仕組みづくりを考え、全国の社員と「品質」について論議できたことは、私にとって大変有意義でした。

その中で感じたことは、社員も会社も「もっと良い会社になりたい」と心から思っているということです。社員一人ひとりが自ら考え行動し、会社は社員からの声に耳を傾け改善に活かしていく。この取組みを地道に続けることが「つくるかわる文化」であり、もっと良い会社をつくっていくのだと思います。

※当時：三井住友海上 金融法人第二部スタッフ

まず、自分から、 お客さま基点で考え 行動します。

三井住友海上 四国損害サポート部
高知保険金お支払センター
所長代理 平野 和哉



社員の声が会社に届くことは、お客さまの声が会社に届くことと同じであり、品質の向上には欠かせないプロセスだと感じています。2007年度「つくるかわる事務局」のメンバーとして参加し、全国の第一線社員、本社社員とともに、品質向上や社員ハツラツを実現するためにどうすればよいかについて熱い議論を交わしました。そして議論した結果を直接経営陣に提言できたことで、会社が本気で変わろうとしていることを肌で感じ、「自分ももっとお客さま基点で変われることがあるのではないか」と考えるようになりました。

「つくるかわる取組み」は社員が自分の仕事の中で具体的に品質の向上を考えたり、ハツラツと働くことにつながるので、これからも続けてほしいと思っています。また私自身もつくるかわる事務局のOBとして、お客さま基点で考えて行動することを忘れず、お客さまに満足していただける品質の高い損害サポートに取り組んでいきます。

経営ミーティング

社長・会長をはじめとする本社担当役員が全国の部支店を訪問し、会社施策を直接説明するとともに、第一線の若手社員とフランクに意見交換を行っています。2007年度は計92回開催し、ミーティング、懇親会の場で出された現場の意見・提言は、会社施策に活かされています。

NO.1 情報コーナー

イントラネット上に社員が自由に投稿できる掲示板を設け、さまざまな改善提案を受け付けています。提案内容は、各担当部が必ず確認し、提案に関する実施の可能性や検討状況などを、掲示板上で回答するルールとし、社員の声が活かされるようにしています。

一人ひとりに合った働き方ができるように

会社を支える社員が働きやすく、やりがいを感じられる職場を実現するため、さまざまな制度や運営の改善、制度を利用しやすい環境の整備に取り組んでいます。

ライフサイクルに合わせた働き方を支援

育児支援のための人事諸制度の拡充

女性社員のライフサイクルに合わせた労働環境を整えるため、産前・産後休暇や短時間勤務制度などを充実しました。

- ・育児をする社員の短時間勤務制度について、勤務時間のバリエーションを、これまでの1パターンから5パターンに増やし、取得できる期間も拡大しました。
- ・十分な引継ぎのため、産前休暇の3カ月前から交代社員を配属します。また、短時間勤務を利用する場合、子が3歳になった年の年度末まで、サポートする社員を配属します。
- ・育児を理由とするフレックス勤務とシフト勤務を、子の小学校就学まで取得可能としました。

こうした取組みにより、育児をする社員と職場双方の負担感を軽減し、女性社員が安心して産前・産後休暇を取得でき、男女を問わず育児休業を取得しやすい環境づくりに引き続き努めていきます。

	2005年度	2006年度	2007年度
短時間勤務制度 利用者数	7名	16名	30名

育児・介護休業制度

社員の制度活用を進めるため、雇用保険給付に上乗せして毎月会社から給付金を支給し、育児・介護休業中に収入が激減しないよう支援しています。

	2005年度	2006年度	2007年度
育児休業取得者数 (うち男性社員数)	67(1)名	77(0)名	85(1)名
介護休業取得者数 (うち男性社員数)	4(1)名	5(0)名	4(0)名

障がい者の職場定着を進める「チームWITH」

障がいのある社員が、それぞれの職場で働く喜びを見出し、能力を十分に発揮できる職場環境づくりを支援する組織です。メンバーは人事部長から委嘱され、職場面談や聴覚障がい者のための研修、職場定着マニュアルの作成などを行っています。

	2005年度	2006年度	2007年度
雇用障がい者数	193名	193名	193名
障がい者雇用率	2.05%	2.03%	1.88%

海外のナショナルスタッフとの価値観共有

MSIGの経営理念、行動憲章、ニューチャレンジ10を理解し、MSIGの歴史の背景にある価値観を共有するため、海外のナショナルスタッフ15名が東京と京都を訪れ、研修を受講しました。受講者はそれぞれの拠点に帰って、価値観共有の輪を広げています。

研修を受講したナショナルスタッフの声 ～「MSIGの価値観」研修を受講して～

「MSIGの価値観」研修を受講し、長い歴史と文化のある組織で働いていることに大きな誇りを感じました。特に、三井家と住友家が300年以上も前に革新的な経営を行っていたことに非常に感銘を受けました。21世紀のMSIGは、お客さま基点の強い信念、社会貢献と社員の幸福に対する配慮に

支えられた、発展への強固な基盤があります。すべての社員がMSIGの起源に誇りを持ち、①継続的な改善、②感動品質、③社員ハツラツの精神で働く、ということを実践していくならば、MSIGは間違いなく発展していくと思います。

MSIGの目標達成に寄与するであろう「MSIGの価値観」研修は、できるかぎり多くの社員、特に日本以外の地で働くナショナルスタッフと共有すべきだと思います。

MSIGシンガポール
コーポレートサービス部門長
アデリン オンゲ



社員の社会貢献を支援

地域社会におけるさまざまな活動に参加することは、社会の課題に気付き、他者を思いやる大切な機会と考えています。それは会社や自分の仕事を見つめ直すきっかけともなり、社員一人ひとりの成長と、私たちMSIGの大きな力になると考えています。

このページの取組み： 海上 きらめき MSIメット

社員主体の社会貢献活動を支援

社員の活動を推進するため、イントラネット上での情報提供をはじめ、ボランティア休暇・休職制度などの環境を整え、参加の機会を積極的に提供しています。

❖ 社員による社会貢献活動団体

「スマイルハートクラブ」

Smile Heart  Club

毎月社員有志約4,200名が「給与100円未満の端数+100円×任意口数」を拠出し、社会貢献活動に役立てています。全国の約100団体への助成と社員のボランティア活動費にあてているほか、チャリティークリスマスカードやセーター手編みボランティアによる紛争・被災地域の子どもの支援活動を実施しています。

❖ 災害時義援金マッチングギフト制度

国内外で大規模災害が発生した際、イントラネットで社員から義援金を募集し、会社が同額を上乗せして寄付しています。

災害	社員からの義援金(万円)	合計額(万円)
能登半島地震	292	584
熊本県大雨災害	135	270
新潟県中越沖地震	470	940
秋田県大雨災害	101	202
バングラデシュ・サイクロン	156	313
	1,155	2,311

「特定非営利活動法人ジャブラニール=市民による海外協力の会」より

バングラデシュで起きたサイクロン被災者救援活動に対し、「災害時義援金マッチングギフト制度」でご支援いただきました。誠にありがとうございます。義援金で、被災者が生きのびるために必要な物資の提供、保健衛生の維持・改善を行いました。多くの社員の皆さまからのご支援は、社会的課題への高い関心の表れであると、非常に心強く感じました。今後も社員一人ひとりが社会的課題に敏感な企業であってほしいと思います。

(事務局長 筒井哲朗 氏)



保健衛生の維持・改善のために井戸を設置

部支店の活動

全国の部支店で、「年に一つは環境・貢献活動」を目標に、地域のニーズや特性に合わせた活動を推進しています。2007年度は全国の拠点の約9割が独自の活動を行い、社外での活動を通じて、代理店や地域との結びつきが確実に強まっています。

各地の活動

❖ AED(自動体外式除細動器:Automated External Defibrillator)講習会を実施(三井住友海上 企業営業第1部、北海道南支店)

緊急時の的確なAEDの操作と、AEDの必要性を広く発信することを目的に実施し、人形を用いて心肺蘇生法とAED操作を実習しました。北海道南支店では講習会で「AEDの普及が進んでいない」というお話を聞き、AEDを購入し、多くの人が利用する地元のホテルに寄贈しました。



❖ 「スペシャルオリンピックス山形大会」でボランティア活動(三井住友海上 山形支店・山形保険金お支払センター)

知的発達障がい者1,000名が参加する「2008年スペシャルオリンピックス・日本冬季ナショナルゲーム山形大会」で26名がスケート競技場の運営をサポートしました。一生懸命ゴールを目指す選手の姿に勇気をもらいました。



「北陸KIDSプロジェクト」を開催(北陸本部)

夏と冬の2回、児童養護施設の子どもたちを招きイベントを企画しています。家庭の事情で親と離れて暮らす子どもたちが、社会と接点を持てるようにお手伝いするのが目的です。夏は日帰りバス旅行を開催、冬は社員がサンタクロースなどに仮装してクリスマスプレゼントを届けました。いかに楽しく充実した時間にするか、知恵を絞りながら、悪いことをしたときに真剣に叱ることも大人の大切な役割だと感じます。「してあげる」のではなく、ともに成長できるよう、活動の幅を広げていきたいと思います。

(三井住友海上 金沢支店
「北陸KIDSプロジェクト」
運営担当 高柳和代)





保険・金融サービスを通じて果たすべき役割

地球温暖化による気候変動のリスクは今後ますます高まっています。保険・金融サービス事業者である私たちは、商品やサービスを通じ、被害に備えるためのソリューションを提供すること、お客さまや取引先などの環境配慮行動を促して環境問題の深刻化をくいとめることに、最優先で取り組みます。

アイコンの説明

気候変動などのリスクに対し、私たちが果たせる2つの役割をアイコンで示し、わかりやすくお伝えしています。



温暖化などの被害に備える
気候変動などのリスクをお伝えし、被害に備えていただく取り組み。



地球環境の悪化をくいとめる
地球環境の悪化をくいとめるための取り組み。

このページの取組み: 海上

被害に備えるための商品・サービス



火災保険、車両保険

近年、台風の大型化や大雨の頻度の高まりが指摘されています。これに伴って、風水害による被害も大きくなってきています。

これらの自然災害に備えるため、火災保険や自動車保険の車両保険は自然災害による損害も補償しています^{*}。台風や突風などの風害や川の氾濫などの水害によって、住宅や家財、自動車に損害が生じたときには、それぞれ火災保険、自動車保険で補償されます。

2006年9月に九州地方を襲った台風13号では国内の損害保険会社が支払った損害保険金は総額1,320億円に上りました。

※保険商品によって補償範囲が異なります。一部の保険商品では水害による損害は補償していません。



土壤汚染浄化費用保険

不動産取引を円滑に行うため、不動産環境調査に関する国際規格が定められ、土壌や地下水の汚染の状況を評価して浄化する義務を、売主が負うことになりました。取引後に新たな汚染が発見された場合、売主には多額の費用負担が発生することになります。

土壤汚染浄化費用保険は、施設跡地などを住宅や一般商業用ビルなどに転用して売却する企業を対象として、浄化費用を補償する保険です。三井住友海上が2001年に国内で初めて発売し、以来、土壌汚染の浄化を支援しています。

※保険のご契約に先立ち、有料の土壌調査を実施します。調査の結果、お引受けできない場合もあります。



環境汚染賠償責任保険

工場施設などから環境汚染を発生させた場合、多額の賠償金を支払うことになります。

三井住友海上では、環境汚染を発生させた事態に備えるための「環境汚染賠償責任保険」を、1992年に発売しました。

環境汚染によって、他人の身体の障害や財物の損壊、漁業権の侵害などが生じた場合に、損害賠償責任を負担することによって生じる損害に対して保険金を支払います。また、汚染物質の拡散防止や浄化に要する費用に対しても保険金をお支払いします。

※保険のご契約に先立ち、有料の土壌調査を実施します。調査の結果、お引受けできない場合もあります。



天候デリバティブ

小売業やレジャー産業は長雨、飲料メーカーは冷夏などの異常気象による売上減少リスクを抱えています。天候デリバティブは、異常気象や天候不順によって企業が被る損失を軽減するために、気温、降水量、風速、積雪量や降雪量などの気象庁が公表する天候データを使って指標を設定し、あらかじめ取り決めた指標の数と、実際の気象現象によって発生した指標の数との差異に応じて、補償金を受け取れる商品です^{*}。保険と異なり、損害額が確定しなくても補償金が支払われることが特徴です。

※天候デリバティブは、お客さまが損失を被る場合がありますので、契約締結前交付書面を十分お読みの上ご検討ください。

被害をくいとめるための商品・サービス

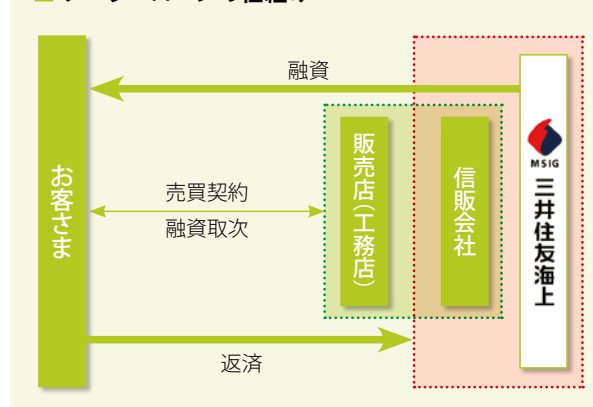


ソーラーローン

太陽光発電は、発電するときにCO₂を排出しない環境にやさしいシステムとして、これからの低炭素社会に求められる自然エネルギーの代表格です。一般家庭にも設備を設置することができるため、自然エネルギーによる電力の使用を望む消費者のニーズにも沿うものです。しかし、太陽光発電設備は国内では高額なため、欧州に比べて普及が進んでいません。

三井住友海上では、一般の消費者が太陽光発電設備を購入しやすくするため、専用ローンを開発し、信販会社を通じて提供しています。

■ ソーラーローンの仕組み



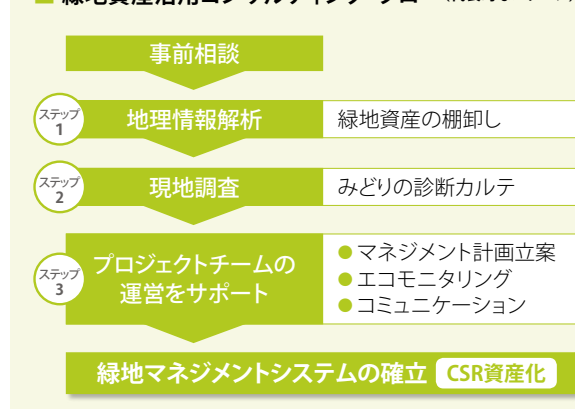
自然災害リスクや環境関連のコンサルティング

法人のお客さまに、風水害などの自然災害が発生した場合に予想される損害額を査定するサービスや、損害を小さくするためのアドバイスを行っています。

また、重要な業務を中断させないための方策や、万一中断したときに早期に再開させるための方策を事前に講ずるノウハウを提供しています。

さらに、企業が保有する緑地や森林に対して持続可能な環境保全を行うためのマネジメントシステムの提供や、ISO14001の第三者認証取得に向けたコンサルティングを行っています。

■ 緑地資産活用コンサルティング・フロー（代表的なパターン）



環境意見交換会をスタート

保険・金融サービスビジネスの本業を通じた地球温暖化への取組みを成長戦略の一つの柱とし、既存の枠組みにとられない新たな商品・サービスを開発するため、2008年4月から社外アドバイザー・末吉竹二郎氏との意見交換会を開催しています。

温暖化を少しでもくいとめる、あるいは温暖化の被害に備える商品・サービスを開発すること、気候変動リスクについてお客さまに情報提供すること、地球環境保護に取り組む事業への投融資を行うことなど、さまざまな観点から議論を行っています。



意見交換会の様子

末吉氏からのメッセージ

温暖化時代を迎え、今、地球社会は大きな転換を迫られています。もちろん、企業もその例外ではなく、海外でもさまざまな対応が始まっています。そうした中、三井住友海上でも、温暖化防止のために何ができるのか、いや、何をすべきか、真剣な勉強が始まりました。社内のさまざまな部署から多くの人が集まり、熱い議論を交しています。

こうした場を通じて、多くの社員が地球温暖化のテーマのもと、



「社会と企業の新しい関係」を考えていくことは、大変素晴らしいことです。このチャレンジの成功を祈って止みません。

国連環境計画・金融イニシアティブ
特別顧問 末吉 竹二郎 氏



保険商品の販売・損害サポート業務における環境配慮



保険・金融サービスの開発だけでなく、保険商品の販売や保険金のお支払などの場面においても、地球温暖化をくいとめることに役立つ取組みを進めています。

このページの取組み： **海上**

保険契約手続きのペーパーレス化

保険契約手続きにおいて、品質の向上と環境への配慮の観点から、「紙を打ち出さない・使わない」、ペーパーレス化に取り組んでいます。

❖ ネットde保険@とらべる

海外旅行保険契約手続きをインターネット上で完結させ、申込書や保険証券の発行を原則として省略しています。



❖ 職域ネット募集

IT化が進んでいる法人のお客さまを対象に、従業員の方々の保険加入手続きを電子システム上で完結させるほか、ご契約内容のお問合せを簡単にできるようにしています。

❖ 電子計上システム

代理店がお客さまと対面しながらノートパソコンを操作し、最新のご契約内容の確認や保険料の計算を行うことができるシステムを2007年度、本格的に導入しました。ご契約の内容や条件、保険料をお客さまにご確認いただいた後、電子サインをいただいて、ご契約手続きを完結させます。



小冊子「猛暑日ってどんな日？」を発行

三井住友海上は2008年6月、「猛暑日ってどんな日？」と題する小冊子を発行しました。地球温暖化が進むことで発生し得る被害や、地球温暖化の被害に備えたり、被害をくいとめたりするための保険会社の役割などについて、お客さまにお伝えするための冊子です。

保険のご契約をいただいたお客さまを対象に行っているアンケートに回答いただいた方に宛て、お礼状に同封してお送りしています。



ご希望の方は、三井住友海上CSR推進室 (aaa703_csr@ms-ins.net) までご請求ください。

自動車修理時のリサイクル部品活用促進

事故で損傷した自動車は、リサイクル部品で修理が可能なケースがあります。修理業者などと作業内容を打合せする際に、リサイクル部品の使用や、部品の修理をお勧めしています。また中古部品市場の情報を収集し、常時、優良部品の在庫の把握に努めています。

部品修理やリサイクル部品を活用した修理は、環境にやさしいだけでなく、交換や組立の作業時間を短縮し、お客さまに早く自動車をお戻しできます。こうした利点をお客さまにご説明しご理解を得ながら、リサイクル部品の普及を支援しています。2007年度は、自動車の修理費をお支払いしたすべての事案の3.8%で、リサイクル部品を活用することができました。

全損車両をリサイクル市場へ

保険金をお支払いしてお客さまから引取る車両は、自動車リサイクル法の登録業者に法律にのっとった処理を委託しています。修理して販売が可能な車両は中古車市場に、修理ができない車両は解体後、リサイクルパーツとして販売されます。

2007年度は、11,400台を搬入することができました。

COLUMN 社員の声

環境にやさしい修理が広がるように

三井住友海上 東北損害サポート部
八戸保険金お支払センター
アジャスター技術課長 赤根 正行



修理工場などを通じてお客さまに趣旨を丁寧にお伝えし、リサイクル部品の利用を積極的にお勧めしています。当初はお客さまや修理工場の理解を得るのに苦労しましたが、お客さまにとってのメリットを繰り返し説明してきた結果、活用いただける件数が増えてきました。仕事を通じて環境保護活動に参加できることに、大きな意義を感じています。

代理店の環境保護活動の支援

エコ整備・エコ車検の普及

特殊な方法で自動車のエンジン燃焼室内を洗浄すること（エンジン洗浄）を中心とする整備技術です。有害ガスの排出を抑えるほか、燃費が改善できCO₂の排出を減らすことにもつながるので、2008年4月からグリーン購入法の特選調達品目（環境負荷を減らすことに役立つ製品やサービス）に「エンジン洗浄」が新たに加わりました。

三井住友海上は、整備工場の代理店組織である「アドバンスクラブ」を通じて、エコ整備・エコ車検の普及に努めています。エンジン洗浄を実施する工場は、全国で420に上っています（2008年6月末現在）。



■ エコ整備の仕組み



環境マネジメントシステムの導入を支援

「エコアクション21」は、中小規模の事業者の環境取組みを促進するため、環境省が薦めている簡易版の環境マネジメントシステムです。ISO14001規格と比べ、大きな作業負担や費用がかからず、中小規模の事業者が比較的容易に取り組むことができます。また、一部の自治体では、エコアクション21の認証取得を入札条件にしており、今後、物品やサービスの調達先を選定する際の判断基準となる可能性のある規格です。

三井住友海上はアドバンスクラブの会員工場を対象に、エコアクション21の認証取得をサポートするコンサルティングを行っています。現在、全国で約2,450社が認証を取得していますが（2008年5月末現在）、自動車整備業者108社のうち92社がアドバンスクラブの会員工場です。

環境拠点宣言

アドバンスクラブがこれまで約10年にわたって取り組んできた環境取組みの節目として、エンジン洗浄を実施する工場が中心となり、社会に対して宣言を行いました。次の3つを内容としています。

- ① エコ整備やエコ車検の取組を進め、地球環境の保護に役立つこと
- ② 環境省などが提唱する「エコドライブ10のすすめ」を推進し、交通安全にも努めること
- ③ 売上げの一部を環境保護団体などへ寄付するなど、社会貢献活動を行うこと



「環境拠点宣言」ポスター



「環境拠点宣言」式典

COLUMN 代理店の声

北九州の環境拠点として エコ整備を推進中

アドバンスクラブ北九州支部
支部長 福井 一憲 氏
(日之出自動車整備工場)



アドバンスクラブ北九州の環境部会「エコピット北九州」では、「エコアクション21」を取得するとともに、「エンジン洗浄」の普及を推進しています。

北九州市は環境モデル都市とされ、企業の環境意識も高いことで知られています。当支部も、大気汚染をはじめ地球温暖化の原因とされる排ガスを抑え、省燃費で経済的な、環境にやさしい「エコ整備」の普及に努めています。



事業活動に伴う環境負荷の削減



事業活動を行うことは、環境に負荷を与えることでもあります。その影響を理解し、負荷をできる限り小さくしていく努力を、日々の仕事の中で積み重ねています。

このページの取組み： 海上 きらめき

ISO14001を通じた取組み

三井住友海上の国内全拠点を対象にした環境マネジメントシステムを構築しています。そして、この環境マネジメントシステムが常に有効に機能していることを確認するために、2002年12月、ISO14001の第三者認証を取得しました。2008年3月現在、グループ15社の国内全336拠点で認証を取得しています。また、三井住友海上グループホールディングスも、2008年度中の取得を予定しています。

環境マネジメントシステムは、省エネ・省資源に向けた取組みを行う「全店活動」と、本社各部門が本業を通じた取組みを行う「部門活動」の2つを柱とし、それぞれについて具体的なテーマを設定して取り組んでいます。

駿河台ビル全館でグリーン電力を使用します

駿河台ビル(東京都千代田区)では国内全事業所の電力量の約10%に当たる年間760万kWhを使用しています。2008年10月からは「グリーン電力証書」を利用し、すべての電力をグリーン電力でまかないます。これによって年間約3,000トンのCO₂を削減します。



グリーンパワーマーク

2008年3月に竣工した大阪淀屋橋ビルでは、太陽光発電設備を導入しています。今後も引き続き、CO₂排出削減と日本国内の自然エネルギーの普及に貢献する取組みを進めていきます。

※1 グリーン電力:

太陽光や風力、水力、バイオマス(生物資源)などの自然エネルギーからつくられ、電気をつくるときにCO₂を排出しないとされる、環境負荷の小さい電力。

※2 グリーン電力証書システム:

発電されたグリーン電力を証書化して取引する仕組みで、直接グリーン電力を購入できない場合でも、間接的にグリーン電力を使用したとみなされる。この仕組みを利用すると、自主的な環境対策にも有効かつ自然エネルギーによる発電の普及にも貢献できる。



駿河台ビル

2007年度の主な取組み

全店活動(全社員共通の取組み)

取組み目的	取組み内容
紙使用量削減	両面・2イン1による印刷・コピーの徹底。印刷物の適正な請求・在庫管理の徹底。
電気使用量削減	共有OA機器電源のON・OFF管理徹底。
ガソリン使用量削減	エコ安全ドライブ・アイドリングストップの徹底。

部門活動(本社部門・グループ会社の取組み)

担当部署	取組み
自動車保険部	自賠責保険の業務品質を高め、紙の削減に寄与するシステムの導入を拡大し、2007年度末で約17,000店の代理店に導入。
個人金融サービス部	ソーラーローン提携する信販会社を3社拡大。
営業事務部・文書法務部	機械製表の電子化を推進。2007年度末までに250表を電子化。
不動産部	2008年3月竣工の大阪淀屋橋ビルに屋上庭園を設置し、大阪のヒートアイランド現象の緩和に貢献。
IT推進部	システム開発用のプリンターを無駄な紙が出ないものに切り替え、約90万ページの紙を削減。
MSK商事	社宅においても省エネを推進するため、断熱塗料の塗布、高効率給湯器への切り替えを順次実施。
MSKビルサービス	省エネ対策工事を26件計画し、約86万kWh(電力使用量の1%分に相当)を削減。

新川ビルの水道使用量を10%削減

新川ビル(東京都中央区)では2007年度、社員食堂の厨房の水道使用量を2006年度比で10%削減しました。

厨房機器の出水量の微調整を繰り返し行うことで、機器の固定使用量を削減したほか、毎日のデータ監視から異常の早期発見に努めました。また、全厨房員を対象とする「節水協力説明会」を開催し、仕事場ごとの節水進捗表を毎月掲示するなどの啓発活動にも取り組みました。

(MSK本店管理 施設管理センター長 柳田 義夫)

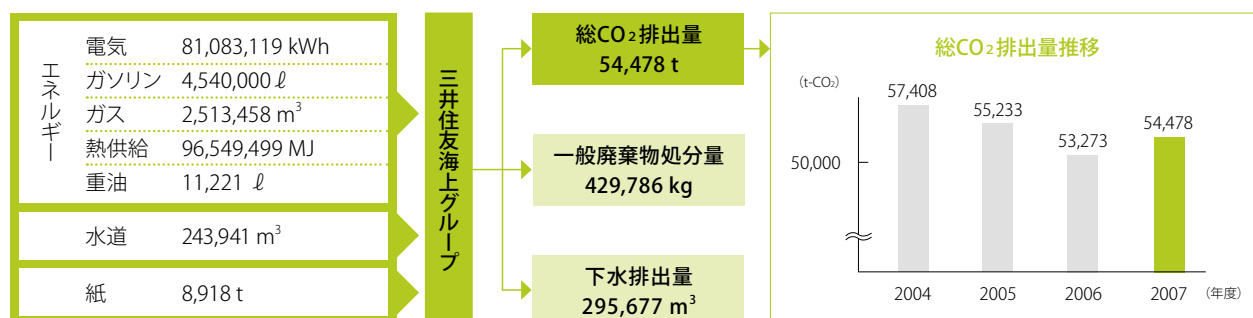
環境負荷の削減状況

保険・金融サービス事業に伴う環境負荷の主なものは、次の3つです。

- 保険商品の申込書・パンフレット、契約を管理するための「紙の使用」
- コンピューターネットワークの運営やオフィス照明による「電気の使用」
- お客さま・代理店とのコミュニケーションに必要な社有車の運行による「ガソリンの使用」

3つの負荷要因のうち、電気・ガソリンは地球温暖化の原因であるCO₂排出の主因となっています。2007年度は、品質向上のためのコンピューター機器の増設および人員数の増加により、電気使用量を中心に、2006年度より増加しました。

2007年度の実績



CO₂排出データ実績

排出の原因	対象範囲	実績数値	全店	排出係数	CO ₂ 排出量	1名あたり	総排出量
電気	全社	81,083,119 kWh	81,083,119 kWh	0.386 kg-CO ₂ /kWh	31,298,084	1,416	31,298
ガソリン	全社	4,540,000 ℓ	4,540,000 ℓ	2.322 kg-CO ₂ /ℓ	10,541,880	477	10,542
ガス	本店関連ビル	917,478 m ³	2,513,458 m ³	2.36 kg-CO ₂ /m ³	2,165,248	268	5,932
熱供給	本店関連ビル	35,243,100 MJ	96,549,499 MJ	0.067 kg-CO ₂ /MJ	2,361,288	293	6,469
下水道	本店関連ビル	107,930 m ³	295,677 m ³	0.511 kg-CO ₂ /m ³	55,152	7	151
重油	本店関連ビル	4,096 ℓ	11,221 ℓ	2.71 kg-CO ₂ /ℓ	11,100	1	30
水道	本店関連ビル	89,045 m ³	243,941 m ³	0.19 kg-CO ₂ /m ³	16,919	2	46
一般廃棄物	本店関連ビル	156,883 kg	429,786 kg	23.5 kg-CO ₂ /t	3,687	1	10
				合計	2,464 t-CO ₂		54,478 t-CO ₂

■データの集計にあたって

注1) 本店関連ビルの使用実態

ビル名	所在地	建物の用途	延床面積 (m ²)	在館者数 (名)
新川ビル	東京都中央区	主に企画部門で使用	58,883	2,000
駿河台ビル	東京都千代田区	主に営業部門で使用	75,609	2,800
千葉ニュータウンセンター	千葉県印西市	事務システム部門で使用	81,010	2,700
八王子センター	東京都八王子市	事務システム部門で使用	19,707	570
				8,070

注2) グループ全社員数

22,108名(2008年3月末)。派遣・パート社員を含む。

注3) 総排出量算出の方法

総排出量算出にあたっては、1名当たりの排出量を基にグループ全社員数を乗算して算出した。

注4) 二酸化炭素排出係数

排出係数は東京都の2005年度「地球温暖化対策計画書」で指定された係数を使用。

注5) 電気使用量

本社関連ビルは使用実績値、ほかのビルは実績電気料金の支払額を1kWh=18.4円(当社平均的なビルでの電力単価)として算出。

注6) ガソリン使用量

ガソリン代の毎月の支払額を毎月の全国平均小売価格を参考にして使用量を算出。
ガソリン代の把握できない社有車については、営業部門の平均使用量を使用。

注7) 廃棄物

一部産業廃棄物は含まれていない。



地域社会・国際社会との共生



地球環境の保護は、いうまでもなく世界共通の緊急課題です。地域社会や国際社会の人々と手を携えながら、自らの役割を見出していくことが、グローバルに事業展開する企業の務めであると考えています。

このページの取組み： [海上](#) [きらめき](#) [MSIメット](#) [三井ダイレクト](#)

熱帯林再生プロジェクト

不法伐採で荒地になっていたパリヤン野生動物保護林（インドネシア・ジャワ島）を修復・再生する取組みを、インドネシア政府と共同で2005年4月から行っています。これまでの3年間で、約350ヘクタールに約30万本の苗木を植林しました。初年度に植林した苗木は、成長の早いもので5メートルの高さに成長しています。

少なくなった動物や植物が元に戻るよう、ジャワ島在来の樹木を多く植林しています。また、マンゴーなどの果樹も植林し、地域住民を経済的にも支援しています。



2005年10月の状況
(植林開始前)



2007年11月の状況
(植林後2年経過)

市民環境講座の定例開催

駿河台ビル（東京都千代田区）は、都心にありながら緑が豊富に施されたビルとして近隣の方々や行政から高く評価されています。この駿河台ビルの特徴を活かし、環境問題や地域貢献をテーマにした市民環境講座を、2005年から定期的に開催しています。都市における緑の大切さや気候変動の将来予測など幅広いテーマについて、専門家による講演と参加者との意見交換を行い、環境問題への理解を深める機会を提供しています。



第6回市民環境講座
(2007年6月)



第7回市民環境講座
(2008年2月)

生物多様性保全の取組み

絶滅危惧種の保護や自然環境の維持など生物多様性保全の取組みの啓発活動の一環として、2007年11月、「企業が語る生きものがたりPart 1」と題するシンポジウムを開催し、企業6社の先進的な取組み事例を紹介しました。

また、2008年4月、企業17社（2008年6月末現在）で構成するネットワーク「企業と生物多様性イニシアティブ（略称：JBIB）」を設立し、生物多様性保全の取組みに関する共同研究を、会長会社としてリードしています。



「企業が語る生きものがたりPart1」
シンポジウム



MSIG親子環境教室

社員と家族の啓発活動の一環として、年に一度、駿河台ビルで親子環境教室を開催してきましたが、2008年度からはMSIGの共同取組みとして全国で開催しています。

第1回目は親子計25名が参加し、屋上庭園の見学やオフィス探検の後、エコバッグづくりなどに取り組みました。参加した社員からは、「子どもに職場を見てもらったこと、エコの視点で探検したことが良かった」などの感想が寄せられました。



親子環境教室に参加した子どもたち



社員一人ひとりが家族・代理店とともに



MSIGを構成する社員も、地域社会や国際社会における一人の市民として、地球の恵みへの感謝を行動で示しています。今日始められることから一つずつ。家族や代理店とともにする小さな行動が、互いの意識を少しずつ変え、大きな流れとなることを目指しています。

このページの取組み: 海上 きらめき MSIメット 三井ダイレクト

国内外の拠点における活動

事例① 「雲仙・普賢の森」の植林

2007年11月、九州電力主催の「雲仙・普賢の森」(長崎県)の植林活動に、長崎支店の社員・家族23名が参加しました。地域住民など総勢1,200名がアセビ、ヒサカキ、イヌツゲ、アラカシ、タブノキなど約1,000本を植林しました。



1990年の噴火による火砕流や土石流で焼失した森を元の森に戻そうという活動で、2001年に始まり、今年で7年目を迎えました。

事例② 関屋浜海岸の清掃

2007年9月、新潟支店・新潟自動車営業部・関東甲信越損害サポート第二部の社員と家族40名が参加し、関屋浜海岸(新潟県)の清掃活動を地元の方とともに行いました。

事例③ 二色浜海岸の清掃

二色浜海岸(大阪府)の清掃活動に、1990年から取り組んでいます。2007年9月の活動には、社員80名が参加しました。当日は他企業からの参加者も加わり、総勢400名の大がかりな活動になりました。集められたごみは約1万7千個、重量60キロに上りました。



ごみはNPO法人「クリーンアップ全国事務局」によって調査、分析され、海の生態系の研究に役立っています。

MSIGエコsmile

2008年7月から、MSIG全社員を対象に、「MSIGエコsmile」と名づけた環境・啓発活動を実施しています。エコライフ、水辺の生物多様性、人と地球にやさしいお買い物、ボランティアなど、地球環境の保護や社会貢献に関する全12項目について、四半期ごとに自己チェックし、点数化する活動です。参加者全員分の点数を合算して金額に換算し、2009年度に環境保全活動を行う団体に寄付する予定です。

現在は社員を対象に実施していますが、今後は、社員の家族や代理店にも活動の輪を広げていきたいと考えています。

事例④ 江ノ島海岸の清掃

2007年6月、江ノ島海岸(神奈川県)の清掃に、横浜支店の社員と家族79名が参加しました。

事例⑤ “マイ箸”の配布

台湾では1年に10億膳の割り箸が消費されています。明台産物(台湾)では、地球環境の保護を呼びかけるカードを添えて、全社員に金属製の“マイ箸”を配布しました。

事例⑥ タイ・アユタヤの寺院清掃と植樹

2008年6月、タイ支店スタッフ・MSIGタイスタッフ・サプライヤーの総勢100名が参加し、タイ・アユタヤ県の寺院を清掃し、70本の植樹を行いました。また、村の人々に使用済みペットボトル5本と引き換えに布バッグ600枚を配り、環境保護を呼びかけました。



事例⑦ 北漢山国立公園の清掃登山

2007年5月、ソウル中心部から北にある北漢山(プクカンサン)国立公園で、韓国支店社員全員で清掃登山を行いました。せせらぎに沿った山道を、軍手でポリ袋を手にごみを拾い歩き、すがすがしい一日となりました。



COLUMN 社員の声

埼玉の母なる川「荒川」の保全活動に参加

三井住友海上 埼玉支店スタッフ
山田 真義



荒川の水質保全を進めるNPO法人「百年の森づくりの会」の設立以来、埼玉支店では社員の家族や代理店にも呼びかけて、同会の活動に協力しています。

今年は、長瀬町の宝登山での植林に参加しました。急な斜面に悪戦苦闘しながらも、皆で真剣に植樹をしました。植樹後は美しい景色を眺めながら昼食をとり、家族団らんの時を楽しく過ごしました。これからも「百年の森づくり」に参加し、大切な荒川を守りたいと考えています。



交通事故防止の取組み

交通事故は、経済的、社会的に個人や企業に大きな損失をもたらします。また、被害者や加害者にとっても、不幸な出来事です。保険業を事業の中核とするMSIGでは「交通事故防止活動」を社会的使命と考え、代理店・社員が一体となって、さまざまな取組みを行っています。

このページの取組み： 海上 三井ダイレクト

防げる事故を防ぐために

法人のお客さま向け自動車リスクマネジメントサービス

法人のお客さまにとって自動車事故の防止は、安全で安心できる社会づくりに向けた企業の責任の一つです。また、経営の健全性や信用、コストの観点からも重要な課題です。三井住友海上では、お客さまの自動車リスクマネジメントを豊富なメニューでサポートしています。

■ 自動車リスクマネジメント



ドライブレコーダーを活用した新メニュー

三井住友海上とインターリスク総研は、自動車事故防止対策の新コンサルティングメニューとして、カメラ付きの多機能型ドライブレコーダー※を活用した「ドラレコ活用パック」の提供を2008年5月から開始しました。このメニューでは、ドライブレコーダーとともに「データ解析用パソコン」を法人のお客さまに貸出します。解析した運転データを基に運転者の日常指導・管理を徹底することで、自動車事故防止の効果を上げることが期待できます。また保険期間中の事故の発生頻度により、「ドラレコ活用パック」の利用にかかる費用を保険金としてお支払いする特約の販売も開始しました。

※ドライブレコーダー：車両に設置し、走行時間、距離、経路のほか、速度超過、急加速急減速、急ハンドルなど、さまざまな運行情報を記録するものです。機種により取得できる情報は異なるが、動画や静止画を記録できるタイプのものもあります。

インターネットを活用した交通安全の取組み

三井住友海上ではホームページに「交通安全のとびら」を開設し、安全運転のポイントや、動画を使った危険予測トレーニング「あなたのキケン感覚チェック」などの交通安全情報を掲載しています。また、三井ダイレクトでは、2008年5月、ウェブ上で運転適性をチェックできる「運転適性eチェック」を開始しました。

▶三井住友海上ホームページ 「交通安全のとびら」
http://www.ms-ins.com/rm_car/index.html

▶三井ダイレクトホームページ
<http://drv.mitsui-direct.co.jp/>

お客さまの事故をなくすために… ～RMエージェンシーの取組み～

■法人のお客さま向けの具体的な活動内容は？

森田氏：主にドライバー向けに、事故の実例を使った安全運転講習を実施しています。また、自動車事故防止活動に携わってきた私の経験をまとめた冊子「あなたの会社から180日で事故が無くなる!」を作成し、お配りしています。

■保険代理店が自動車事故防止活動に取り組む意義は？

森田氏：損害サポートを行う保険代理店だからこそ、講習などで説得力のある話ができると考えています。また、日頃から企業の経営者や管理者とのお付き合いがあるため、お客さまの実態に合った対策を提案できると思います。

■今後の抱負は？

森田氏：企業が「事故を減らす」「事故を起こさないようにする」ことは、社会貢献そのものです。多くの企業経営者が事故防止の重要性を認識し、積極的に取り組む姿勢を身につけていただけるように取り組んでいきたいと思っています。

三井住友海上代理店
RMエージェンシー株式会社
代表取締役 森田 良作 氏



代理店・社員が取り組む「交通安全取組み」

「I・ストップキャンペーン」など浜松支店の取組み

自動車事故の原因の多くは、脇見や一時不停止です。「I（アイ）・ストップキャンペーン」は、一時停止場所や交差点において「一時停止・確認」を徹底することで、交通事故削減を目指す取組みです。このキャンペーンにMSIGの代理店・社員が一体となって取り組んでいます。具体的には、お客さまや地域住民の皆さまに、専用ステッカーやチラシ、ポスターなどを配布して、「しっかり止まって、はっきり確認」をスローガンに、交通事故削減に向けた活動をしています。

三井住友海上浜松支店では、浜松MSA*の全代理店名を入れたチラシを作成し、お客さまに交通安全を呼びかけました。また、2007年8月から12月にかけて静岡県が実施した交通安全運動「セーフティチャレンジ150」に代理店・社員159名が参加し、10月には映画「0（ゼロ）からの風」を地元のホールで開催するなど、支店をあげて交通安全取組みを行いました。

※MSA：三井住友海上グループ全国代理店会



「一時停止」と「私は止まる」の意味をかけて「I・ストップ」とネーミングしました。

浜松MSAでは一丸となって「I・ストップキャンペーン」に取り組んでいます。手軽で効果的な取組みとして、お客さまからもご好評をいただいています。



市川保険サービス 市川真之氏（浜松MSA会長）

映画『0（ゼロ）からの風』上映会を全国11カ所で開催

飲酒運転による交通事故で一人息子を失ったことをきっかけに、悪質な危険運転を取り締まる法律改正を実現させた母親をモデルとした映画「0（ゼロ）からの風」。その上映会を2007年度中にお客さま・代理店・社員向けに全国11カ所で開催、2,236名が鑑賞しました。

参加者からは、「自動車産業にかかわる身として『交通安全』という言葉の重みを感じた」（自動車販売業）、「お客さまを交通事故の被害者・加害者にしないよう、交通安全取組みを推進していきたい」（社員）などの感想が寄せられました。

MSA「秋の全国交通安全運動」

MSIGの全国代理店会であるMSAでは、MSIGと一体となったCSR活動の推進を年間の活動方針の一つにしています。自動車保険を取扱う損害保険代理店の社会貢献活動として、お客さまを「加害者にしない」「被害者にさせない」ことを目的とし、2007年9月、「秋の全国交通安全運動」に一斉参加し、各地の交通安全協会および警察署と連携してさまざまな交通安全運動に取り組みました。

全国各地でチラシ配りなどの街頭活動、交通安全イベント支援など、活発な活動を展開しました。特に、飲酒運転の根絶を目指して全日本交通安全協会が推進している「ハンドルキーパー運動」*の普及取組みの一環として、ポスター、チラシ、バッジといったMSAの独自ツールを作成するなどの活動を行いました。

参加したMSA会員からは、「地域に根ざした代理店の活動として継続していきたい」との声が多く寄せられ、2008年度も引き続き、「秋の全国交通安全運動」を中心とした活動を継続する方針です。

※ハンドルキーパー運動：自動車では飲食店などへ行く場合に、お酒を飲まない人（ハンドルキーパー）を決め、その人が仲間を自宅まで送り届ける運動

COLUMN 代理店の声

地域社会の安全に貢献

全国MSA副会長 兼 CS部会長

小野 義明 氏



私は2008年度から、MSAの全国組織で副会長を務めるとともに、CS部会長という役割も担っています。CS部会では、私たち代理店の業務品質を向上させ、信頼向上や地域社会でのMSAブランドの確立を目指しており、社会貢献活動を主な取組みの一つとしています。

2007年の「秋の全国交通安全運動」では、全国のMSA会員とMSIG社員が一体となった活動を展開しました。私の地元の神奈川県でも、交通安全の県民大会に参加したり、主な駅の構内や駅前で、チラシを配布しました。

以前から、「社会のために胸を張って取り組めることはないだろうか」というMSA会員の声がありましたので、地域社会に貢献する全国一斉の活動ができたことは、非常に意義だと思います。

保険代理店としての社会的責任をきちんと果たすとともに、この「秋の全国交通安全運動」への一斉参加をこれからも毎年継続し、地域社会の安全に少しでも貢献できればと思います。

MSIG CSR会計の特徴

MSIGのCSR会計は、環境会計の枠組みをベースにして、CSR会計の基本となるルールである「CSR会計基準」を策定し、さらに具体的な測定対象や測定方法について別に社内基準を定め、当社のCSR活動のうち、「社会貢献・福祉活動」、「倫理・コンプライアンス活動」、「環境保全活動」に関する取組みを対象として、そのコストと効果を測定しています。

CSR関連コストについては、財務会計上の費用・損失あるいは通常よりも安価で商品・サービスを提供した場合の通常価額との差額などを集計しています。また、CSR関連効果については、自らの財務会計上の利益に貢献した効果を「内部効果」に、一般社会に与えた影響を「外部効果」に区分し、またそれぞれを貨幣単位で測定する「経済効果」と貨幣以外の数量で計測あるいは定性的に記述する「その他効果」に区分しています。

コストと効果の比較のためには、金額換算できない効果（その他効果）もあわせて見る必要があります。

2007年度集計結果の分析

CSR関連コストの総計は110億円となり前年と比べ3億円増加しました。これは主に環境保全活動に含まれる自動車保険「エコカー割引」の対象台数増加によるものです。

CSR関連効果のうち、内部効果中の経済効果の総計は△1億円となり、前年と比べ1億円減少しました。これは保険料誤りに関する点検と適切な保険販売に関する取組みの中で、お客さまにご契約いただく際の帳票類を改定したり、新たに作成したことなどにより紙使用コストが前年比増加し、環境保全コストに対応する効果がマイナスとなったことによるものです。

CSR関連効果のうち外部効果中の経済効果の総計は10億円となり、前年と比べ4億円減少しました。これは主に前年度に比べ寄付金の支出が減少したことや、車両事故の超過修理費担保特約、対物事故の超過修理費担保特約による資源節減効果が減少したことによるものです。

■CSR会計計算書(抜粋*) *詳細はホームページ(<http://www.msig.com/csr/account/>)をご覧ください。

単位:百万円

集計項目	CSR 関連コスト		CSR 関連効果					
			内部効果			外部効果		
			経済効果		その他 効果	経済効果		その他 効果
	2006年度	2007年度	2006年度	2007年度		2006年度	2007年度	
社会貢献・福祉活動	1,192	1,025	54	55		767	580	右ページ表(1)
倫理・コンプライアンス活動	4,720	4,682	206	195	右ページ表(2)	—	—	
環境保全活動	4,715	5,244	△ 305	△ 399		673	456	右ページ表(3)
共通	66	61	—	—		—	—	
総計	10,693	11,013	△ 46	△ 148		1,440	1,036	

■CSR関連コスト・CSR関連効果(経済効果)の主な内訳

	CSR 関連コスト	CSR 関連効果 (経済効果)
社会貢献・福祉活動	<ul style="list-style-type: none"> 社会貢献、福祉目的による寄付金 しらかわホールなどの維持、運営コスト スマイルハートクラブの活動支援 スポーツ振興関連施設の維持コスト 	<p>【内部効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設提供に伴う収入 <p>【外部効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 寄付金などの拠出額、寄贈した物品の貨幣価値 文化財団コンサート入場料の通常料金との差額
倫理・コンプライアンス活動	<ul style="list-style-type: none"> コンプライアンス活動にかかわる人件費・物件費 インターリスク総研による倫理・コンプライアンス関連サービス提供コスト 	<p>【内部効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> インターリスク総研による倫理・コンプライアンス関連サービス提供売上げ
環境保全活動	<ul style="list-style-type: none"> 公害防止・地球環境保全・資源循環コスト 自動車保険エコカー割引 インターリスク総研による環境関連サービス提供コスト 環境マネジメントシステムの整備、運用にかかるコスト 駿河台ビル屋上緑化のためのコスト 「エコ車検・エコ整備」普及支援コスト 	<p>【内部効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> エネルギー消費コストの削減額 下水処理・廃棄物など処理費用の削減額 インターリスク総研による環境関連サービス提供にかかわる売上げ <p>【外部効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 車両事故の超過修理費担保特約、対物事故の超過修理費担保特約による資源節減効果

■CSR関連効果(その他効果)の主な内訳

	CSR関連効果(その他効果)						
(1) 社会貢献・福祉活動	以下の活動の結果想定される【外部効果】 <ul style="list-style-type: none"> 株主優待品などの物品の寄付 スマイルハートクラブの活動 スポーツ振興の取組みとして女子柔道、女子陸上競技の普及を推進 						
(2) 倫理・コンプライアンス活動	以下の活動の結果想定される【内部効果】 <ul style="list-style-type: none"> 国内外におけるコンプライアンス推進体制の強化 保険料誤りに関する点検と適切な保険販売に関する取組みによる適正な保険契約引受の徹底 保険金支払に関する説明責任の履行と適切な保険金支払の徹底 社員・代理店に対する教育・研修の継続実施によるコンプライアンス意識の徹底 モニタリングを通じたコンプライアンス推進状況の検証および改善の徹底 						
(3) 環境保全活動	【外部効果】 <table border="0"> <tr> <td> ◆エネルギー消費量の削減 <ul style="list-style-type: none"> 電気使用量 2,662 MWh ガス使用量 202,469 m³ 熱供給使用量 △ 3,340 GJ ガソリン使用量 328 kl 水使用量 △ 13,426 m³ 紙類使用量 △ 735 t </td><td> ◆大気への排出削減 (自動車 NOx・PM 法に基づく報告資料より) <ul style="list-style-type: none"> NOx 133 kg PM 3 kg </td></tr> <tr> <td colspan="2"> ◆水域・土壌への排出量の削減 △ 12,525 m³ </td></tr> <tr> <td colspan="2"> ◆廃棄物などの排出量の削減 42 t </td></tr> </table>	◆エネルギー消費量の削減 <ul style="list-style-type: none"> 電気使用量 2,662 MWh ガス使用量 202,469 m³ 熱供給使用量 △ 3,340 GJ ガソリン使用量 328 kl 水使用量 △ 13,426 m³ 紙類使用量 △ 735 t 	◆大気への排出削減 (自動車 NOx・PM 法に基づく報告資料より) <ul style="list-style-type: none"> NOx 133 kg PM 3 kg 	◆水域・土壌への排出量の削減 △ 12,525 m³		◆廃棄物などの排出量の削減 42 t	
◆エネルギー消費量の削減 <ul style="list-style-type: none"> 電気使用量 2,662 MWh ガス使用量 202,469 m³ 熱供給使用量 △ 3,340 GJ ガソリン使用量 328 kl 水使用量 △ 13,426 m³ 紙類使用量 △ 735 t 	◆大気への排出削減 (自動車 NOx・PM 法に基づく報告資料より) <ul style="list-style-type: none"> NOx 133 kg PM 3 kg 						
◆水域・土壌への排出量の削減 △ 12,525 m³							
◆廃棄物などの排出量の削減 42 t							

[参考指標] CSRV:企業価値への貢献

CSRの取組みは、ブランドイメージの維持向上の観点からみると、自らの経済活動・事業活動における将来収益の安定化、持続的な成長に貢献するものと考えられます。しかしながら、CSR会計計算書上のコストと効果の比較からはこの価値を数値として測ることができません。

CSRV (CSR Value) は経済産業省の「ブランド価値評価

研究会」から報告されたブランド評価モデルを参考として、CSR活動により創出されたと見えない企業価値を推計したものです。

CSRV : 企業価値への寄与	CSR 活動により創出 された企業価値の推計	703 億円
--------------------	---------------------------	--------

*算出の考え方についてはホームページ (http://www.msig.com/csr/account/pdf/reference_csr.pdf) をご覧ください。

[参考] ステークホルダー別分配額とCSR会計との関係

MSIGのCSR会計は「社会貢献・福祉活動」「倫理・コンプライアンス活動」「環境保全活動」の3領域の取組みを対象としています。このうち「社会貢献・福祉活動」「環境保全活動」の2領域の取組みとして集計したコストの、

各ステークホルダーに対する経済的な影響額(分配額)における量感はおおよそ下表のとおりとなっています。

ただし、各ステークホルダーとの関係の重要性を金額の大小によって測ることはできません。

単位:億円

		2006 年度	2007 年度	主な項目
分配原資	お客さま	13,250	13,113	正味収入保険料
	その他	714	170	資産運用損益、責任準備金繰入額、その他調整額など
	合計	13,964	13,284	
分配額	お客さま	8,286	7,702	正味支払保険金、支払備金繰入額
	代理店	2,139	2,124	代理店手数料
	役職員	1,472	1,484	人件費
	お取引先 (委託先・購入先など)	1,111	1,273	物件費、再保険手数料
	地域社会	税金	254	法人税等、租税公課
	国際社会	社会貢献	10	社会貢献・福祉コスト (「CSR 会計計算書」を参照)
	環境	47	52	環境保全コスト (「CSR 会計計算書」を参照)
	株主	554	384	当期純利益
	(株主配当金)	(198)	(225)	
	合計	13,964	13,284	

*各ステークホルダー別の分配額を厳密に計算することは困難なため、上表は損益計算書(単体)数値に基づき簡便な手法で作成しています。
なお、各ステークホルダー別に区分できないものはその他欄に集計しています。

第三者意見



古谷 由紀子 氏

社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 常任理事
消費者志向マネジメントシステム特別委員長

1988年経済産業大臣認定消費生活アドバイザー取得、1998年日本リスクマネジャー & コンサルタント協会認定シニアリスクコンサルタント資格取得。2004年より現職。2003年からは消費者志向マネジメントシステム (COMS) 特別委員長、2006年より個人情報保護特別委員長も兼務。2004年よりISO/SR国内対応委員会委員。CSR (企業の社会的責任)、CS経営、コンプライアンス経営を中心にしたコンサルティング、講演や論文執筆など多数。

1. CSR課題について

課題を着実に進め、目に見える形で進捗の報告を

今年は「品質の向上」に、「地球環境の保護」を課題として加えており、経済・社会に大きな影響を及ぼす地球環境リスクに対する、本業を通じた取組みの表明として評価できます。

貴グループのCSR課題への取組みをより強固で継続したものとするために、今後は、計画、成果と課題、さらに翌年度の計画を記載し、その進捗が見えるといいでしょう。

2. 品質向上の取組みについて

商品・サービスから企業経営までの品質向上を期待

商品・サービスの品質向上のために、社員・代理店が一丸となって、ステークホルダーの声を起点に各部門が実践的に取り組んでおり、私自身もパンフレットなどについて消費者の視点からの「検証」にかかわらせていただくなかで、貴社のPDCAの取組みを実感しています。

ただ、品質向上の取組みが、昨年度の「企業品質」としての位置付けから、「商品・サービスの品質」に限定されているように見えることが気になります。ステークホルダー、特に消費者の声については、商品・サービスのみならず、経営にも反映させていくことが消費者や社会の信頼を引き続き得るための必要なプロセスであると思われます。

3. ステークホルダーとのコミュニケーション・エンゲージメント

課題から解決までを

貴社では消費者の声を真摯に聞き、その声を商品・サービスの改善に活かしており評価できますが、社会の持続可能性のためにCSR課題の設定から解決まで、さらにコミュニケーションやエンゲージメントを深めてCSRの取組みを加速させていくことを期待します。

4. 人財(人材)について

気づきとともに実践できるよう充実を期待

社員や代理店の意識改革から教育について品質向上と関係づけて取り組まれていることが評価できます。企業活動は結局人が担うことから、社員や代理店が消費者や社会の声や期待に気づき実践できるよう、さらなる充実を期待します。

5. 情報開示について

受け手にとっての意味や課題をともに解決するためにさらに期待

いわゆるネガティブ情報である保険金の支払いに関しても昨年度に引き続き報告されており、貴社の姿勢は高く評価できます。今後、情報開示の考え方やルールについて、受け手にとっての情報の意味やともに課題を解決するパートナーとしての視点から検討することを期待します。

ご意見を受けて

MSIGは業務執行にかかわる品質向上と、地域社会・国際社会への貢献、地球環境の保護・保全に関する活動をCSR経営のもとで実践しています。

ご指摘いただきました「企業品質」の取組み範囲の拡大や経営層への反映については、早急に行っていくべきだと感じています。また、ステークホルダーとのコミュニケーション・エンゲージメントについては、「お客さま基進推進諮問会議」で幅広いご意見をいただき、取締役会への提言につなげる活動をしております。今後はそのプロセスや提言内容を今以上にわかりやすく開示し、消費者の声をグ

ループ全体のPDCA活動の中に組み入れ、グループ間シナジーの追求を進めてまいります。

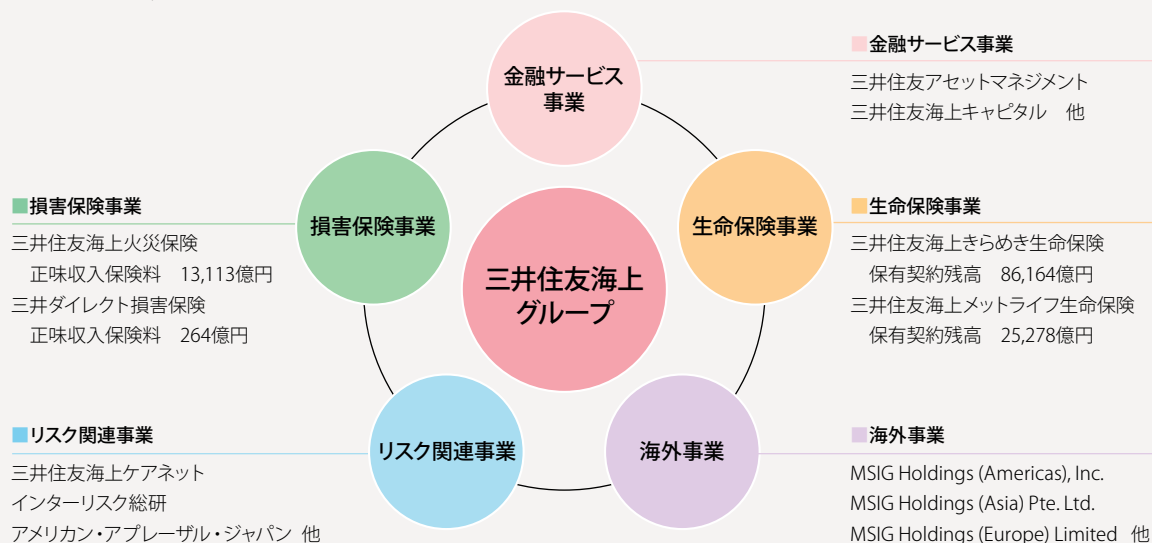
こうしたCSR活動がグループ社員の誇りと働きがいを育み、MSIGの品質と信頼を支え、今後のグローバルでダイナミックな社会にふさわしい企業集団を築いていくものと考え、努力を続けてまいります。

三井住友海上グループホールディングス株式会社

理事 企画部長 後藤 茂之

三井住友海上グループの紹介

■ グループ事業展開



■ 持株会社の体制と会社概要(2008年7月1日現在)

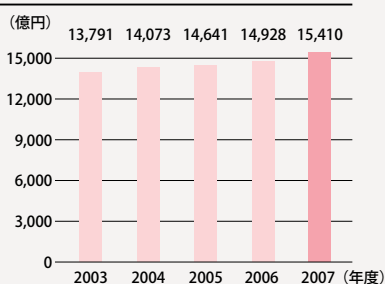
三井住友海上グループホールディングス株式会社				
本店所在地	東京都中央区新川2-27-2	資本金	1,000億円	
設立	2008年(平成20年)4月1日	従業員数	45名(注1)	
	三井住友海上火災保険株式会社	三井住友海上きらめき生命保険株式会社	三井住友海上メットライフ生命保険株式会社	三井ダイレクト損害保険株式会社
本店所在地	東京都中央区新川2-27-2	東京都千代田区神田錦町3-11-1	東京都中央区八重洲1-3-7	東京都文京区後楽1-5-3
設立	1918年(大正7年)10月21日	1996年(平成8年)8月8日	2001年(平成13年)9月7日	1999年(平成11年)6月3日(注3)
資本金	1,395億9,552万円	355億円	308億6,000万円	300億円
従業員数(注2)	14,421名	743名	418名	424名

(注1) 2008年4月1日現在 (注2) 2008年3月31日現在 (注3) 物産インシュアランスプランニング株式会社として設立

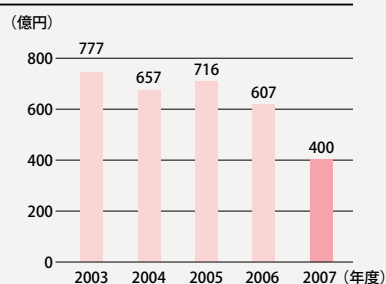
■ 決算データハイライト(連結)

三井住友海上グループホールディングスは2008年4月1日に単独株式移転により設立され、設立初年度の決算をまだ行っていません。このため、以下の数値については、子会社である三井住友海上上の連結決算数値を三井住友海上グループの業績数値として示しています。詳細はホームページ(<http://www.msig.com/ir/>)をご覧ください。

正味収入保険料



当期純利益





三井住友海上グループホールディングスは
チーム・マイナス6%に参加しています。



みんなで止めよう温暖化
チーム・マイナス6%

