

お客さま本位の業務運営に関する方針の取組状況

～2025年度版～

2025年7月9日

MS&AD MSプラスワン少額短期保険株式会社

© MS Plus One Small Amounts & Short Term Insurance Co., Ltd. All rights reserved.



お客さま本位の業務運営に関する方針

当社では、2024年10月16日に「お客さま本位の業務運営に関する方針」を制定し、全社員はこの5つの方針を常に意識し行動することを心掛けています。

方針1 最適な商品・サービスの提供 [金融庁の原則※2, 5, 6に対応]

- 多様化するお客さまのニーズ・課題を把握し、最適な商品・サービスの開発・提供に努めます。
- 社会環境や技術進展等の変化に伴う新しいリスクに迅速かつ柔軟に対応した商品・サービスの開発・提供に努めます。
- お客さまの体験価値を向上させ、高い満足度を得ていただけるよう努めます。
- 保険募集において、重要な情報をわかりやすく説明することで、ご意向に沿った商品・サービスを選んでいただけるよう努めます。

方針2 安心と信頼の事故対応 [金融庁の原則※2, 5に対応]

- 事故に遭われたお客さまや、事故のお相手の思いに寄り添った事故対応を行います。
- 事故が発生した際は、適正かつ迅速な保険金のお支払いに努めます。
- お客さまにご納得いただけるようわかりやすい説明に努めます。

方針3 お客さまの声に寄り添った対応と品質向上の取組み [金融庁の原則※2, 6に対応]

- お客さまの声に真摯に耳を傾け、要望や苦情に誠実に対応します。
- お客さまからの要望や苦情等を、業務品質の向上と商品・サービスの適時・適切な改善や開発に活かします。

方針4 お客さまの利益を不当に害さないための適切な業務運営 [金融庁の原則※2, 3に対応]

- 法令や社会規範等を遵守し、お客さまの利益を不当に害さないことに高い意識と価値観を持った業務運営を行います。
- 利益相反のおそれがある取引を適切に管理する態勢を整備・維持します。

方針5 お客さま本位の企業風土の醸成・定着 [金融庁の原則※2, 7に対応]

- 社員一人ひとりがミッション・ビジョン・バリューを常に意識し、行動します。
- 「お客さまの最善の利益の追求」に高い価値観を置く企業風土の醸成・定着を図ります。

※ 原則の詳細は、金融庁ホームページ（URL:<https://www.fsa.go.jp/policy/kokyakuhoni/kokyakuhoni.html>）でご確認ください。なお、原則4、原則5の（注2、4）、原則6の（注1～4、6、7）および補充原則1～5は、当社の取引形態上、または、投資リスクのある金融商品・サービスの取扱いがないため、方針の対象としておりません。

2024年度取組状況



＋ 方針1 最適な商品・サービスの提供

- ・ 多様化するお客さまのニーズ・課題を把握し、最適な商品・サービスの開発・提供に努めます。
- ・ 社会環境や技術進展等の変化に伴う新しいリスクに迅速かつ柔軟に対応した商品・サービスの開発・提供に努めます。
- ・ お客さまの体験価値を向上させ、高い満足度を得ていただけるよう努めます。
- ・ 保険募集において、重要な情報をわかりやすく説明することで、ご意向に沿った商品・サービスを選んでいただけるよう努めます。

<具体的な取組み>

■ 返品送料保険の販売 業界初

- ・ 当社は、経営理念を「日常のちょっとした不安からくるためらいをなくし、一人ひとりが安心してプラス一步を踏み出せる世界を創ります」と定めています。
- ・ ファッションアイテムなどをEC市場で購入する際、購入した商品の色やサイズがイメージと違っていた場合には返品送料を自己負担することが一般的です。この負担がECサイトでの購入の「ためらいや不安」につながっていることが、アンケート調査結果などから浮かび上がりました。
- ・ そこで、当社では、ファッションアイテムなどを自己都合の理由で返品する際の返品送料を補償する保険「返品送料保険」を開発しました。



ECサイトでファッションアイテムを購入する際、
「イメージと違った」「サイズが合わなかった」などの
お客さま都合（自己都合）の理由で返品する際の
配送料（返品送料）を補償する保険

補償内容	被保険者（ショップ利用者）が購入した物品について、物品販売店との合意の上で返品を行う場合に、被保険者が返品にかかる送料を負担することによって被る損害を補償します
補償額（保険金額）	1物品当たりの返品送料相当額を実費支払い（支払限度額 2,000 円）

＋ 方針1 最適な商品・サービスの提供

<具体的な取組みつづき>

■ お客さまの体験価値の向上

- ・返品送料保険はECサイトでの販売を前提に開発しており、保険のご加入から保険金のお支払いまでをデジタル上で完結できるように設計しています。
- ・保険のご加入は、ECサイトにおける商品の購入と同時に行い、商品代金と同時に保険料を決済する仕組みとしています。
- ・保険金請求については、必要書類の画像をアップロードすること等により、スマートフォンからの簡便・迅速な手続きが可能です。当社システム内で査定を実施し、最短5分でご指定の口座に着金する仕組みを構築しました。※

※詳細はP 5に記載しています。

- ・これらのデジタルを活用した保険機能の提供を通じ、お客さま体験価値の向上につなげていきます。

■ お客さまの声



40代男性

サイズがわからないので衣類でネット通販は使わないという考えが変わった



30代女性

低価格なのに補償が手厚い

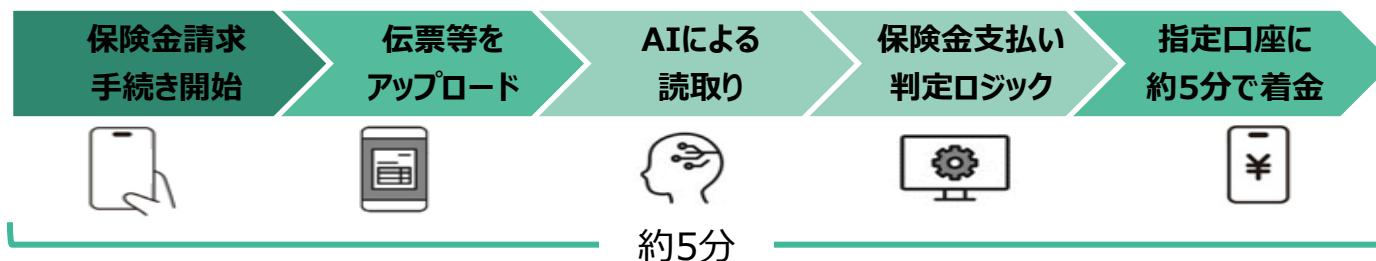
＋ 方針2 安心と信頼の事故対応

- ・ 事故に遭われたお客さまや、事故のお相手の思いに寄り添った事故対応を行います。
- ・ 事故が発生した際は、適正かつ迅速な保険金のお支払いに努めます。
- ・ お客さまにご納得いただけるようわかりやすい説明に努めます。

<具体的な取組み>

■ DXツールの導入により、保険金請求手続き開始から口座に着金するまで約5分を実現

- ・ AIを活用したOCRツールと、保険金支払い判定ロジックのシステム化により、「査定業務の自動化」を実現しました。
- ・ これにより、お客さまが行う書類の記載や送付手続き、保険会社が人手で行う査定業務を大幅に省力化・デジタル化し、保険金請求の手続き開始からお客さま指定口座への着金までに要する時間を、約5分に短縮することができました。※



※：保険金支払い要件（請求内容の入力に不備がない、ストアが返品を了承している、等）をすべて満たしており、通信環境に異常がない場合（開発環境におけるユーザーテストにより確認）。請求内容に確認事項がある場合等は、人手による査定業務を実施いたします。なお、夜間・非営業日を含む即時送金指示を行います。金融機関によっては即時着金とならない場合があります。

■ 翌営業日までの支払完了率約94%

自動査定ができないケースにおいても、人による迅速な査定で約94%は翌営業日までに保険金をお支払いしています。請求後、迅速にお支払いすることでお客さまに安心感を与えられるよう努めています。

■ お客さまの声



50代男性

保険金請求の際もお支払いのスピードが驚くほど早く助かりました



40代女性

実際に保険金を請求して手続きが簡単だったし入金までも早くてびっくりした

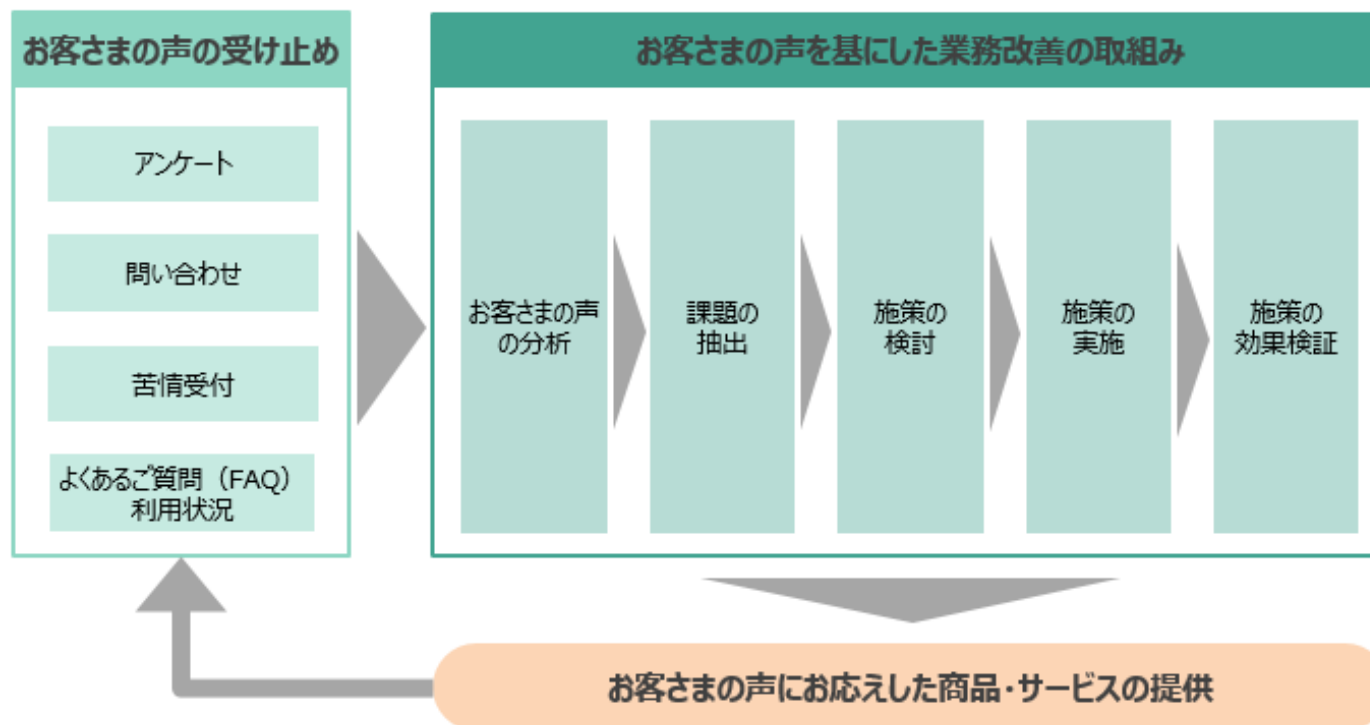
＋ 方針3 お客様の声に寄り添った対応と品質向上の取組み

- ・ お客様の声に真摯に耳を傾け、要望や苦情に誠実に対応します。
- ・ お客様からの要望や苦情等を、業務品質の向上と商品・サービスの適時・適切な改善や開発に活かします。

<具体的な取組み>

■ お客様の声を受けての品質向上とサービス等の改善取組み

- ・ 当社では、日々寄せられるお客様の声を真摯に受け止め、社員一人ひとりがお客様本位の視点を持ち、お客様によりよい体験を提供するためのサービス等の改善に取り組んでいます。
- ・ お客様の声を分析のうえ、課題の抽出・施策の検討、施策の実施につなげています。この品質向上の取組みを定期的なリスク・コンプライアンス委員会を通じて経営に報告し、さらに深度ある論議と対策を実施することにより全社的にPDCAサイクルを回しています。



＋ 方針3 お客様の声に寄り添った対応と品質向上の取り組み

<具体的な取り組みつづき>

■ お客様の声を受けての改善事例

・品質向上の取り組みにより実際に改善を行った事例をご紹介します。

お客様の声	改善事例
 手続き画面の表示がわかりづらく、手続きのボタンを押し間違えてしまった。	手続き画面の表示内容を簡素化し、手続き頻度の高いボタンが目立つように改修しました。これにより、お客さまが誤った手続きをしてしまうケースが減少しました。
 保険金の請求に必要な書類がわからない	オフィシャルホームページの「よくあるご質問（FAQ）」に追加しました。お客さまが必要とされる情報により迅速かつ簡単にたどりつけるように改善しています。

＋ 方針4 お客さまの利益を不当に害さないための適切な業務運営

- 法令や社会規範等を遵守し、お客さまの利益を不当に害さないことに高い意識と価値観を持った業務運営を行います。
- 利益相反のおそれがある取引を適切に管理する態勢を整備・維持します。

<具体的な取組み>

■ 社内の管理態勢の整備

- 「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」を管理するため、「利益相反管理方針」に沿って経営企画部を利益相反管理統括部署とし、規程・マニュアル等に管理態勢を定め、適切に業務を行っています。
- 「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」の類型および管理対象となる会社の範囲は次の通りです。

対象取引の類型	利益相反管理の対象となる会社の範囲
①お客さまの利益と当社等の利益が相反するおそれのある取引 ②お客さまの利益と当社等の他のお客さまの利益が相反するおそれのある取引	①当社の親金融機関等 MS&ADインシュアランス グループのグループ会社のうち保険業その他の金融業を行う者※ をいいます。 ②当社の子金融機関等 当社の子会社または関連会社のうち、保険業その他の金融業を行う者をいいます。

※当社および当社の子金融機関等に該当する者を除きます。

■ お客さまの利益を不当に害さないための取組み

- 「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」を適切に把握するため、リスク・コンプライアンス委員会を設置のうえ定期的に開催しています。お客さまからのお申出や課題について経営側へ定期的に報告・論議することで、改善策検討等必要な措置を実施し、早期の課題解決につなげます。
- 関係法令等の遵守と、「お客さまの利益を不当に害するおそれのある取引」を管理し適切に業務を行うため、以下の通り、社員教育を継続的に実施し、周知・徹底を図っています。

2024年度に実施した主な社員教育	実施年月
独占禁止法関連	2024年8月・12月、2025年1月
個人情報の取扱い・情報管理	2024年10月・11月
マネー・ローンダリング、テロ資金供与、拡散金融の防止について	2025年3月

＋ 方針5 お客さま本位の企業風土の醸成・定着

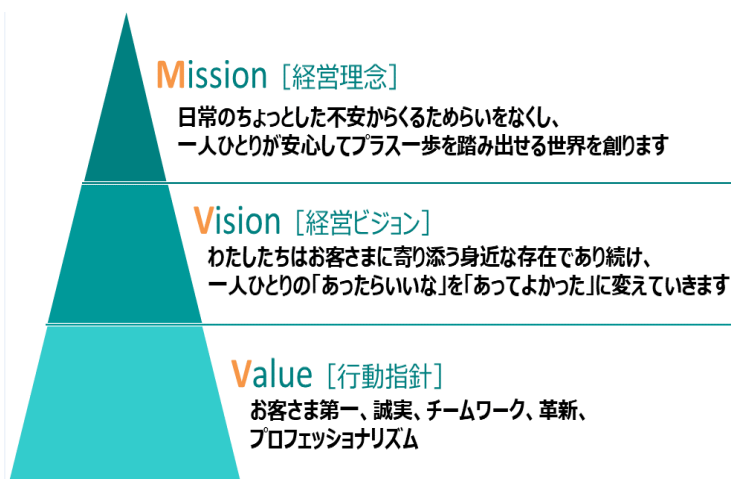
- ・ 社員一人ひとりがミッション・ビジョン・バリューを常に意識し、行動します。
- ・ 「お客さまの最善の利益の追求」に高い価値観を置く企業風土の醸成・定着を図ります。

＜具体的な取組み＞

■ Mission・Visionと5つのValueの浸透

- ・ 「将来、このような存在になりたい」という姿を全社員でディスカッションしたうえで、今後提供していきたい商品や世界観を、少短の特長も踏まえ「ちょっとしたプラス感」や「身近さ」をあらわす言葉で定義したのが、Mission [経営理念] と Vision [経営ビジョン] です。5つのValue [行動指針] については、MS&ADグループの一員として共通の価値観に沿って行動することが望ましいと判断し、グループ共通の内容としました。
- ・ 5つのValue [行動指針] を企業文化として全社員に浸透させるため、毎週の定例ミーティングやメール等で適宜、行動指針が経営基盤であることを経営陣から全社員に向けて継続的に発信しています。
- ・ 社員一人ひとりが行動指針を基軸とした目標を設定し、年数回の上司との面談において自身の行動を振り返ることにより、着実な実践につなげています。

【Mission・Vision・Value】



【5つのValue】

Value 行動指針

- 【**お客さま第一**】わたしたちは、常にお客さまの安心と満足のために、行動します。
- 【**誠実**】わたしたちは、あらゆる場面で、あらゆる人に、誠実、親切、公平・公正に接します。
- 【**チームワーク**】わたしたちは、お互いの個性と意見を尊重し、知識とアイデアを共有して、ともに成長します。
- 【**革新**】わたしたちは、ステークホルダーの声に耳を傾け、絶えず自分の仕事を見直します。
- 【**プロフェッショナリズム**】わたしたちは、自らを磨き続け、常に高い品質のサービスを提供します。

＋ 方針5 お客さま本位の企業風土の醸成・定着

<具体的な取組みつづき>

■ お客さま本位の企業風土の醸成・定着に向けた取組み

- ・当社では、2025年2月より、お客さまからご意見をお伺いするために、毎月お客さまアンケートを実施しています。
- ・アンケートでは、お手続きで満足いただけなかった点や分かりにくかった点のほか、「他人やご家族への推奨度」について回答いただき、回答結果の分析・課題の検出・対応策の検討・実施により、よりよい商品・サービスを提供できるよう努めています。
- ・当社では、この「他人やご家族への推奨度」から算出した数値をKPIとし、毎月モニタリングを行い、「お客さまの最善の利益の追求」に高い価値観を置いたお客さま本位の企業風土の醸成・定着に向けた取組みを進めています。

【アンケート実施からお客さま本位の企業風土の醸成・定着に向けた取組みイメージ】

アンケート結果は、お客さま対応部門を中心にフリーコメントまですべて目を通したうえで、「他人やご家族への推奨度」の向上に向けた課題や改善策等を議論しています。

分析のなかで深堀が必要である場合は、アンケート項目を適宜、追加・修正し、課題の明確化を図っています。

分析の結果は全社員で共有し、社員全員でお客さま目線で改善策等を検討します。この活動をしっかり継続して取り組むことが、お客さま本位の企業風土の醸成・定着につながると考えています。

