

## トップメッセージ

保険本来の価値をお届けし、  
選ばれ続ける会社になるために



平素より、皆様には東京海上日動をお引き立て賜り、誠にありがとうございます。

当社は2025年3月24日に金融庁より情報漏えい事案に関する業務改善命令を受領し、2025年5月9日に業務改善計画書を提出いたしました。お客様をはじめ関係者の皆様に多大なるご迷惑とご心配をお掛けしていますことを改めて深くお詫び申し上げます。

この度発生させてしまった情報漏えい事案を重く受け止め、再発防止策を確実に実行することで、お客様の信頼回復に努めてまいります。

自然災害の激甚化、地政学リスクの高まり、サイバー攻撃の増加、脱炭素社会への移行などお客様や社会が直面する課題は複雑化・多様化しています。こうした難しい時代だからこそ、お客様や社会の課題解決に対して当社が価値提供できる領域はさらに広がっていくものと考えています。

当社は「保険本来の価値によって選ばれる会社」の実現に取り組み、事故を未然に防ぐ、事故が発生してもその負担を軽減する、そして早期に復旧し再発を防止する、といった保険金支払いにとどまらない価値も提供してまいります。これまでにない当社独自の価値提供を通じて、お客様に選ばれ続け、当社の持続的な成長を実現していきます。

「お客様や社会の“いつも”を支え、“いざ”をお守りする」というパーパスの実現に向けて全役員・社員一丸となって取り組んでまいります。今後も皆様のご理解と変わらぬご愛顧を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

2025年7月

取締役社長

城田 宏明

# 業務改善命令に関するお詫びと今後の取り組み

当社は、2025年3月24日に金融庁より情報漏えい事案に関する業務改善命令を受領し、2025年5月9日に「業務改善計画書」を提出いたしました。

このような不適切な事案により、お客様をはじめ関係者の皆様に大変なご迷惑とご心配をお掛けしたことに對し、改めて心よりお詫び申し上げます。

## 1. 業務改善命令の主な内容

(1) 業務の健全かつ適切な運営を確保するために、以下を実施すること。

- |   |
|---|
| ① 個人情報保護法および不正競争防止法等を遵守するための適切な法令等遵守態勢の確立           |
| ② 当社・代理店における適切な顧客情報管理態勢の確立                          |
| ③ ビジネスモデル特性や経営戦略の推進等に伴い発生するリスクを踏まえた経営管理(ガバナンス)態勢の確立 |
| ④ 保険料調整行為事案において提出・実施している業務改善計画の抜本的な見直し              |

(2) 上記①について、保険業やコーポレートガバナンスにかかる専門的知見を有する外部専門家により業務改善計画の策定および実施にかかるレビューを受けること。

(3) 真因分析の結果を踏まえた経営責任の所在の明確化をすること。

(4) 業務改善計画について、2025年5月30日までに提出し、ただちに実行すること。

(5) 業務改善計画について、3か月毎に進捗および改善状況を報告すること。

## 2. 業務改善計画書の概要と信頼回復に向けた今後の取り組み

当社は、業務改善命令を厳粛に受け止め、このような事態を二度と起こすことがないよう、外部の目線も活用して深度ある真因分析を行い、業務改善計画を策定いたしました。計画の策定にあたっては、各種調査結果に基づく保険料調整事案および情報漏えい事案の真因を踏まえ、仕組み・体制面(契約プロセス、機構・制度・ガバナンス)、意識面、知識面といったあらゆる観点から再発防止策の検討を行い、改めてこれまでの取り組みの進捗状況等を把握・確認するとともに、新たな取り組みを追加いたしました。(追加した取り組みには【新】と記載しています。)

お客様や社会から失った信頼を回復し、「お客様や社会の“いつも”を支え、“いざ”をお守りする」というパーパスを実現するために、抜本的な経営管理態勢の強化、コンプライアンス・お客様起点を重視する健全な組織風土の醸成に取り組むとともに、これまで長期にわたり変えることができなかった不適切な業界慣行を当社が先頭に立って打破し、真に社会から信頼され、必要とされる業界に変えていくために、全社一丸となって本業務改善計画を実行してまいります。

(1) 個人情報保護法および不正競争防止法等を遵守するための適切な法令等遵守態勢の確立

項番	項目	実施概要	実施時期
①	情報の取扱いに対する基本的な考え方の浸透	社員一人ひとりがルール背景や趣旨を理解し適切な情報の取扱いを徹底できる能力を備えるために、営業社員向け学習ツール等を作成し、社内で開催しています。	2024年度実施済み、 2025年度継続実施
②	代理店と保険会社間における情報取扱いルールの浸透	2025年度に代理店と保険会社間の情報の適切なやり取りについてのルールを明確化しました。2025年度は、当該ルールを社内のポータルサイトに集約し、社内です定期的に発信します。	2024年度実施済み、 2025年度継続実施
③	他社情報取得時における対応事項のルールの浸透	他社情報を取得した際の実施に関する事例集やQ&Aを、情報セキュリティに関する社内のポータルサイトに集約し、社内です定期的に発信します。	2024年度実施済み、 2025年度継続実施
④	【新】個人情報保護法・不正競争防止法等の知識の定着	当社の情報取扱いルールや法令知識を浸透・定着させるために、情報セキュリティに関する全店研修、日常業務の総点検等を継続的に実施します。	2025年度

(2) 当社・代理店における顧客情報管理態勢の確立

代理店における顧客情報管理実態に即した教育・管理・指導態勢の構築

項番	項目	実施概要	実施時期
①	【新】乗合・兼業代理店の実態に即したプライバシーポリシーの取扱い・顧客情報管理の見直し	乗合・兼業代理店における顧客情報の管理実態を把握し、実態に即して顧客情報の管理に関するルール・運用の見直しを実施します。	2025年度
②	満期更改時における他社情報の取扱いルールの周知	2024年度には、他社契約の更改時にお客様の意向に反した情報の取扱いを行わないよう管理を徹底すること等を業界共通のルールとするよう損保協会に働きかけを行ったとともに、当社ルールを明確化しました。2025年度は代理店の自主点検項目に当該ルールの代理店内での周知徹底を確認する項目を追加するとともに、当社社員が一連の事案が発生した代理店を、モニタリングすることを検討しています。	2024年度一部実施済み、 2025年度継続実施
③	【新】代理店における教育体制の検討	損保協会とも連携し、募集人資格試験制度の改定、教育プログラムの見直しを行い、代理店内でルールの理解浸透・定着を図るための体制を検討します。	2025年度以降
④	モニタリングの実効性の向上	損保協会が策定した「代理店業務品質に関する評価指針」と当社が代理店に求める品質基準を統合した枠組みとして、当社独自の代理店業務品質評価制度を導入し、2026年度より運用を開始します。2025年度は本制度の導入を見据え、代理店との対話を通じてモニタリングの実効性を向上させていきます。	2025年度
⑤	【新】代理店向けのルール(事例集)の策定・展開	情報漏えい事案における不適切な取扱い事例や代理店における顧客情報の流出事例等を基に、適切な取扱い事例を定期的に代理店に配信します。一定期間後、配信した事例を集約して事例集として展開します。	2025年度

# 業務改善命令に関するお詫びと今後の取り組み

## 顧客情報を流出・不正取得させないルール・仕組みの構築

項番	項目	実施概要	実施時期
①	代理店システムのメール機能の改修	代理店業務基盤におけるメール送信システム(TNetメール)を改修し、出向者に限らず代理店募集人がメールを送信する際に、代理店内管理者の承認を得た上で発信できる上司承認機能を新設すること等を検討します。	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施
②	代理店執務室入室ルールの周知	2024年度は社員が原則代理店の執務室への入室を控えることや、やむを得ず入室する際には入室記録を行うこと等を定めた代理店執務室入室ルールを策定し、第1線にルールを周知しました。2025年度は代理店に対して執務室への入退室管理ルールの徹底を求める等、継続的に取り組んでまいります。	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施

## (3) 経営管理(ガバナンス)態勢

### ビジネスモデル特性等を踏まえたリスクに関する経営管理態勢の改善

項番	項目	実施概要	実施時期
①	第1線における PDCA の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 部店ごとに「業務品質・部店実施計画」を策定し、不当な取引制限の排除や強固な情報セキュリティ体制の構築を図る。</li> <li>b. 個人ワーク・職場での対話を通じて、日常の業務に潜んでいるリスク(社会やお客様の常識と当社の常識の「ずれ」等を含む)を洗い出し、リスクに応じた対策を実施する(「日常業務の総点検」)。</li> </ul>	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施
②	第1.5線の強化 ※当社では、営業部門と業務品質部の兼務者であるCPO(コンプライアンス・オフィサー)、CPL(コンプライアンス・リーダー)を第1.5線と位置付けています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 個人情報保護法・不正競争防止法等遵守に対する支援・牽制役割を明確化し、現場責任者の業務の適切性確保に向けた体制を強化する。</li> <li>b. 第1.5線による潜在的リスクの早期把握とリスク感度強化のための情報共有や研修を実施する。</li> <li>c. CPO・CPLと経営陣との対話を強化する。</li> </ul>	2024年度実施済み、2025年度継続実施
③	第2線の態勢強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 個人情報保護法・不正競争防止法等コンプライアンスの実効性向上に向けて、第1線の取り組みを定期的に把握し必要な支援、牽制を行う。</li> <li>b. 新たな不正の萌芽、不適切行為等の未然防止や早期発見のフローを導入する。</li> <li>c. 不正防止(不正検知や社員への牽制)に向けたコミュニケーションモニタリングの高度化等を検討する。</li> <li>d. 【新】各サービス部の分掌業務におけるコンプライアンス(情報セキュリティを含む)・法務リスクの特定・評価と対策を実施する。</li> <li>e. 社外インシデント収集拡大とリスク評価体制を強化する。</li> </ul>	2024年度実施済み、2025年度継続実施
④	第3線の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. 営業部店監査項目に「情報の不正取得や漏えい・漏出も含む、社員の不正を防止するための第1線管理職による指導や牽制等の日常マネジメント」を追加する。</li> <li>b. 「顧客情報保護・管理」を着眼点とする本部監査を実施する。</li> <li>c. 「コンプライアンス・顧客保護を重視する健全な組織風土」監査における「顧客情報管理に関するリスク感度」の着眼点を追加する。</li> <li>d. さらなる外部人材活用の推進を通じて、監査手法や着眼点設計等で社外の視点の積極的な取り込みを図る。</li> <li>e. リスク・シナリオの大幅な拡充と新たに他社インシデントを含めたリスク萌芽の情報を収集する。</li> </ul>	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施

乗合代理店における顧客情報の取扱いに関する経営管理態勢の改善

項番	項目	実施概要	実施時期
①	代理店の内部管理態勢の整備に係る支援	代理店が自立的に内部管理態勢を構築できるよう販売基盤改革に係る代理店との対話や、代理店業務品質評価制度を通じて態勢整備上の課題を示し、その解消のための支援を行います。	2025年度

出向に関する経営管理態勢の改善

項番	項目	実施概要	実施時期
①	出向要件の見直し	a. 出向要件を厳格化する。 b. 代理店(当社グループ会社を除く)への出向を原則廃止する。	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施
②	出向者管理の見直し	a. 出向者の人事評価の運用を見直す。 b. 出向者管理主体を営業部門から分離する。 c. 出向者に対するコンプライアンス教育を強化する。 d. 法令遵守状況等を定期的にモニタリングする。	2025年度
③	グループ内代理店出向者への情報管理ルールの遵守徹底	当社グループ外への出向者と同様に、グループ内代理店への出向者についても、コンプライアンス教育の強化等を通じて、情報管理ルールの遵守等の徹底を図ります。	2025年度

(4) 提出済・実行中の業務改善計画の抜本的見直し

健全な組織風土の醸成

項番	項目	実施概要	実施時期
①	営業目標の見直し	a. 営業目標配分から自主目標設定へ変更する。 b. 全社の事業計画のベースとなる営業目標水準を引き下げる。 c. 適切な目標設定および評価(目標達成に向けたアクションも含めた総合評価)を行う。 d. マーケットシェアをKPIや評価軸として活用しない。 e. 「成長に向けたプロセス重視の業務サイクル」を周知する。	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施
②	表彰制度の見直し	組織の収保目標の達成が大きなウエイトを占める現行制度を刷新し、お客様起点の業務運営、パーパスの実現に向けた取り組みを定性・定量両面で総合的に評価する制度へ見直しました。	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施
③	目標個別修正制度の拡大	顧客企業との条件交渉の結果、やむを得ず生じるシェアアウト等の減収を営業成績上のマイナス評価としない「目標個別修正制度」に、政策株式の売却、本業支援・出向の見直しに伴う減収を追加します。	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施
④	人材育成の強化	a. 社員一人ひとりの想いとパーパスのつながりを強めていく取り組みを実施する。 b. 【新】階層別研修における当社社員として求められるリスク感性や規範意識の向上を図るディスカッションを導入し、コンプライアンス教育を体系化する。	2024年度一部実施済み、2025年度実施
⑤	全リーダークラス向けのマネジメント研修の見直し	全リーダークラス向けのマネジメント研修を、マネジメントスキルの向上や知識習得の研修からパーパスの浸透やお客様起点、求められる倫理観等を重視した研修内容に変更します。	2024年度一部実施済み、2025年度実施
⑥	業績評価制度の改定	a. コンピテンシー項目へ「パーパス志向」・「インテグリティ」を追加する。 b. 目指す姿や達成までのアクションを定量化した目標を設定し、「アクション」に重きを置いた業績評価へ見直す。 c. コンプライアンス関連目標を必須化する。 d. コンプライアンス改善に寄与した場合の加点評価を実施する。	2024年度一部実施済み、2025年度実施

## 業務改善命令に関するお詫びと今後の取り組み

項番	項目	実施概要	実施時期
⑦	法令違反行為に対する人事処分の厳格化・明確化	不適切な行為の種類等に即して処分レベルを定めた人事処分ガイドラインを改定し、処分水準をより厳格化・明確化するとともに、今後は処分内容についても社内で定期的に共有します。	2024年度一部実施済み、2025年度継続実施
⑧	誠実かつ公正な企業活動に向けた経営陣およびマネジメント層のコミットメント	経営および部長からのメッセージを継続的に発信し、現場のミドルマネジメント層による担当者との定期的な対話も新たに実施することで、日常業務における行動から意識・変革を図ります。	2024年度実施済み、2025年度継続実施
⑨	経営理念やパーパスに関する対話	経営理念やパーパスの浸透に向けて、全ての職場において、組織内での対話、役員と第1線社員との対話等の実施を継続します。	2024年度実施済み、2025年度継続実施
⑩	「お客様起点推進委員会」および「経営企画部・お客様起点推進室」の設置・運営	2024年4月に設置した「お客様起点推進委員会」「経営企画部・お客様起点推進室」および「お客様起点推進キーパーソン」が中心となって行うお客様起点の施策論議を継続します。	2024年度実施済み、2025年度継続実施
⑪	【新】お客様懇話会の実施	お客様との対話による「お客様起点」の企業風土の浸透・定着、およびお客様のご要望を直接伺い改善に向けて取り組むことを目的とした、「お客様懇話会」を全店で実施します。	2025年度
⑫	【新】風化させない取り組み	毎年2月末日を「お客様起点を考える日」と定め、全職場でお客様起点の実践についてのディスカッションを行います。一連の不適切事案に関する資料や動画等を展示するコーナーを本店内に設置します。	2025年度

### 業務改善の実行・定着のための経営管理(ガバナンス)態勢の強化

項番	項目	実施概要	実施時期
①	経営会議諸規則の見直し	ビジネス上の重要な意思決定を要する事項に関して経営会議での論議を徹底する観点から、経営会議諸規則を改定しました。また、経営会議におけるリスク評価の実効性を高めるため、付議案件についてリスク評価を記載しています。	2024年度実施済み
②	【新】取締役会議案についてのリスク評価の導入	取締役会で審議する議案について、起案部による案件のリスク評価を実施します。	2025年度
③	【新】お客様起点の経営の実践に繋げるための社外取締役の増強	取締役会の監督・牽制機能の一層の強化を図るべく、社外取締役の増員等の対応を検討します(企業経営経験者等を想定)。	2026年度以降
④	【新】業務品質委員会の機能強化	個人分野の品質に関する議論が中心でしたが、企業分野に精通した社外委員を増員し、論議対象を企業分野にも拡大します。	2025年度
⑤	【新】「お客様起点推進委員会」の外部目線の強化	テーマに応じて社外委員も参加し、世間や社会の常識との「ずれ」の検知を強化します。従来は当社役員および部長のみで構成していましたが、社外取締役や社外の有識者が委員を務める業務品質委員会の委員も参加します。	2025年度
⑥	取締役会、監査役におけるガバナンス強化	監査役が各本店の社員へヒアリングを実施し、取締役の職務の執行を監査しました。今後は各サービス部の担当役員や部長に対してビジネスモデルの特性によるリスクとその対応策の検討状況を確認し、リスク認識力の強化を支援します。	2024年度実施済み



# 「本当に信頼される お客様起点の会社」になるために

当社を含む損害保険業界においては、「保険本来の価値」以外の領域である政策株式の保有や本業協力の度合いなどによって競争が行われているケースがありました。そうした「お客様・社会の常識」とのずれがあったにも関わらず、適正な競争を阻害する業界慣行や営業数字優先の組織風土に手を打つことが出来なかったことが、一連の不適切事案を発生させた真因だと考えております。

そうした反省のもと、2024年度にスタートした中期経営計画では、「お客様・社会の常識」を全ての行動の起点としたうえで、「保険本来の価値をいかに提供していくか」という観点で判断・行動することを「お客様起点」と定義しました。あらゆる業務プロセスを「お客様起点」で抜本的に見直すとともに、役員・社員全員で「本当に信頼されるお客様起点の会社」を目指してまいります。

## 適正な競争環境に向けた取り組み

### ■ 営業目標設定プロセスの見直し

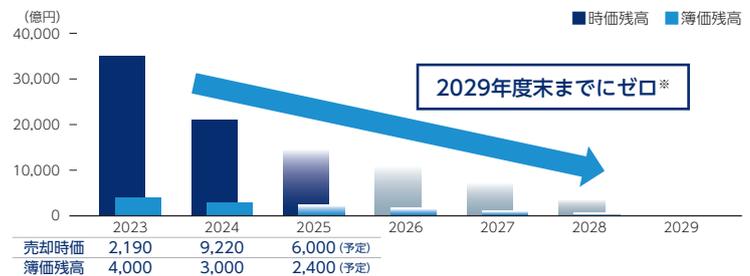
営業数字やマーケットシェア等が目的化されていたことが一連の不適切事案の要因の一つと考え、2024年4月より、これまで本社部門が設定していた営業目標を、各営業部店が主体的に営業施策を積み上げていく自主目標に変更しました。これにより、トップラインに偏重した営業推進から脱却し、営業プロセスをより重視する企業文化を醸成していきます。

### ■ 政策株式の売却

企業のお客様との関係維持や強化のため、政策株式を保有してきましたが、保有割合等が直接的に保険加入や取引シェアに影響しているケースがあったことを踏まえ、2029年度末までにすべての政策株式を売却することとしました。

※非上場株式(2025年3月末時価・簿価約220億円)および資本業務提携による出資等は除く

政策株式の売却状況

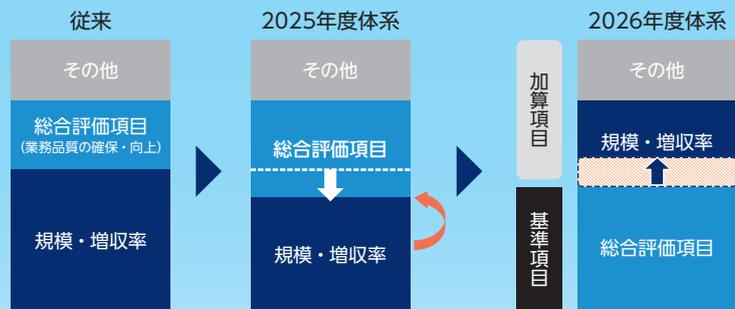


### ■ 不適切な本業協力の解消

損害保険業界では、本業協力の多寡が保険会社選定や取引シェア等に影響を及ぼし、適正な競争環境を阻害するケースがあったため、不適切な本業協力の解消を進めています。当社においては、2024年3月時点で不適切な本業協力があつた全ての代理店・契約者に対して、2024年9月までに解消の申し入れを行いました。ご理解いただけない場合でも、これらの要請には応じておらず、不適切な本業協力は実施しておりません。引き続き、全ての代理店・契約者に、ご理解いただけるよう対話を続けてまいります。

## ■ 代理店手数料ポイント体系の改定

2026年度体系では、総合評価項目(業務品質の確保・向上を促す項目)を基準とした体系に変更のうえ、規模・増収率による評価から総合評価項目へポイントをシフトするなど、提供価値に見合った体系を実現するため、継続的かつ段階的な改定を実施いたします。



## ■ 出向要件の見直し

東京海上グループ外への出向について、これまで営業戦略上の観点で派遣していたケースがありましたが、適正な競争環境を確保するため、出向要件の見直しを行い、保険代理店への出向は原則不可としました。また、代理店以外の出向においても、取引シェアに直結したり、保険会社と利益相反が生じうる役割・部門への出向は不可としました。

## ■ 組織風土の改善

### ■ 自浄作用を高めるための取り組み

社会やお客様の常識と当社の常識の間にある「ずれ」を洗い出すための取り組みとして、日常業務の中の違和感を洗い出す「Re-Newアンケート」や、全社員が自身の日常業務を総点検する取り組みを実施しました。今後も自浄作用を高める取り組みを継続するとともに、リスクが高い仕組みや業務については見直しを行い、自浄作用を高めてまいります。

### ■ 役員・社員間の対話

「お客様起点」や「経営理念・パーパスと日常業務のつながり」等をテーマに、経営の想いを直接社員へ伝えるとともに、経営が現場の声を聞く場として、役員・社員間の少人数単位での対話を全国で実施しており、2024年度は累計368回実施しました。このような場を継続的に設け、役員・社員全員が常に「お客様起点」を意識するよう心がけてまいります。



### ■ お客様懇話会の開催

2025年10月より、当社役員・部店長が当社の取り組みに対するお客様の声を直接聞く場として「お客様懇話会」を、全国各地で実施していく予定です。お客様と直接対話する機会を増やすことで、「お客様起点」の企業文化のより一層の浸透・定着を図るとともに、さらなるサービス向上を目指してまいります。



# 保険領域にとどまらない 新たな価値提供

お客様を取り巻く環境は大きく変化しており、それに伴い社会課題も多様化・複雑化しています。従来の保険だけでは、当社のパーパス「お客様や社会の“いつも”を支え、“いざ”をお守りする」を果たし続けることは難しくなっており、グループ会社や外部企業と協業しながら、保険領域を越えた価値提供を行ってまいります。

## ID&Eとともにレジリエントな社会を目指す

レジリエンス

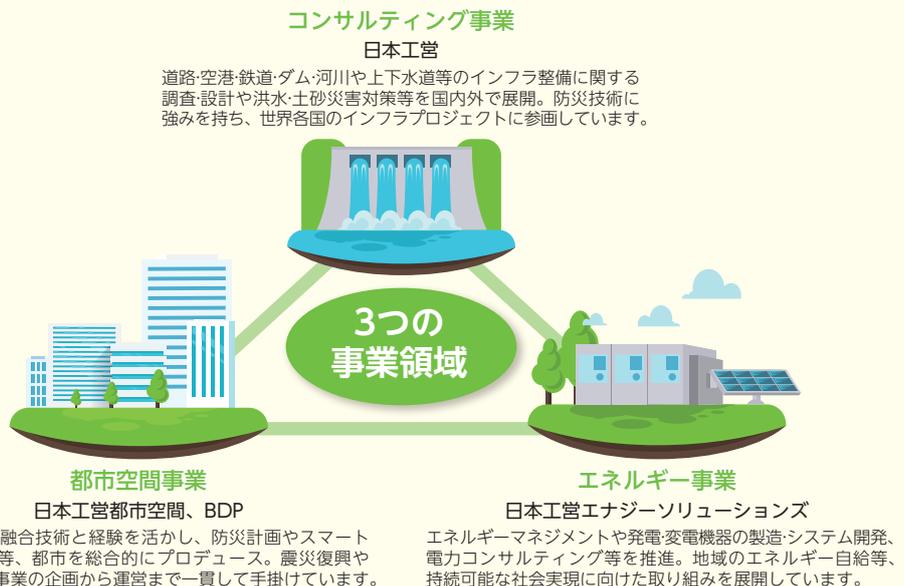
国内外で自然災害が頻発・激甚化する中、東京海上グループでは「レジリエンス」を重点社会課題に掲げ、従来の保険による補償に加えて、防災・減災等による罹災の軽減や早期の復旧実現など、お客様の負担を軽減させる商品・サービスの提供を進めてきました。

取り組みを加速させるため、2025年5月に建設コンサルティング最大手の「ID&Eホールディングス」を完全子会社化しました。ID&Eグループの防災・建設コンサルティングのノウハウと保険事業を組み合わせ、災害発生前後も含めて一気通貫で支援することで、レジリエントな社会の実現に貢献します。



### ■ ID&Eグループの事業内容

ID&Eグループは、建設コンサルティング業界の最大手である日本工営株式会社を中核として、ダム・河川・道路等のインフラ整備、都市開発計画、防災・減災対策、再生可能エネルギー事業等、社会基盤の計画・設計・施工監理を幅広く手掛けています。



### ■ 当社の強みと掛け合わせた新たなシナジー

防災・減災領域において、ID&Eとともに「現状把握」「対策実行」「経済的補償(保険金のお支払)」「復旧・維持管理」という一気通貫のソリューションをお客様へ提供することが可能となります。

またID&Eは、公共事業で長年培ってきた高い技術力を持っており、当社が持つ顧客基盤・ネットワークを活用して公共・民間を問わず、ID&Eが持つソリューションをお客様に提供してまいります。

## リスクソリューション(保険+α)で次代を支える会社に

「お客様の課題」や「社会課題」と向き合い、保険だけでは対応しきれなかった「課題と解決策のギャップ」を解消すべく、2024年度よりソリューションを駆使して「保険+αの価値」の提供をすすめてきました。2025年度はさらに加速していくことで「お客様や社会の“いつも”を支え、“いざ”をお守りする」という、社会的使命を果たしてまいります。

### ソリューション事業を通じたお客様や社会の課題解決の取り組み事例

#### ウェルネス

企業のエンゲージメント・生産性向上を支援する取り組み

アドバンテッジEAP-R

労働環境の変化や生産年齢人口の減少に伴い、従業員の健康管理や生産性を支える取り組みが注目されています。長年企業・団体の健康管理を支援してきた東京海上日動メディカルサービス(TMS)では、従来のサービスをリニューアルし、2025年4月より、個人と組織のメンタルヘルスを支え、エンゲージメントを引き上げる「アドバンテッジEAP-R<sup>®</sup>」の提供を開始しました。ストレスチェックを起点に、ストレス反応とエンゲージメントを軸に課題を可視化し、産業労働領域での支援実績が豊富なTMSの専門家チームが個人と組織双方に伴走し、改善のPDCAサイクルづくりを支援しています。

※本サービスは(株)アドバンテッジリスクマネジメントと共同でご提供いたします。

#### サイバー

中堅・中小企業の有効なサイバーリスク対策を支援する取り組み



多様化・巧妙化するサイバー攻撃からお客様の“いざ”をお守りするサイバー保険に加え、中堅・中小企業のセキュリティ対策に特化した株式会社CISO(シーアイエスオー)と連携し、“いつも”をお守りするソリューションの取り組みを開始しました。セキュリティのプロであるCISO社がお客様のセキュリティ担当者のように、平時における端末監視や不審な挙動の検知などを行う「セキュリティ対策代行支援サービス」や、企業のセキュリティ実態を問診し、必要な対策をご案内する「セキュリティ診断」の2つのサービスを通じ、お客様が本業に集中できる環境づくりを支援しています。

#### 中小企業支援

中小企業の海外輸出を支援する取り組み

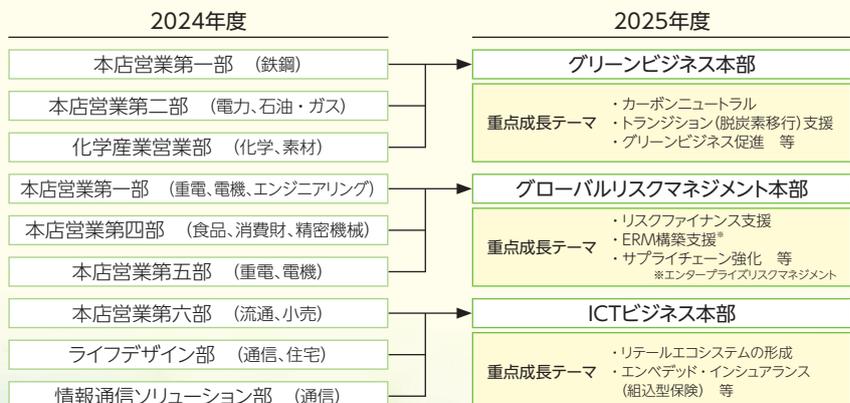


中小企業の海外輸出への意欲・注目度の高まりを受け、官民一体となって企業における輸出施策の啓発や成長機会の創出に取り組むため、スタンダード社と共に中小企業向けの海外輸出支援を行っています。具体的にはスタンダード社が販売する「おまかせ貿易」という海外販路開拓代行&伴走サービスをお客様に紹介・販売することで、貿易業務に係るデジタルソリューションを活用しながら、中小企業が簡単かつ確実に貿易を始められるよう支援しています。

## 事業環境の変化を踏まえた組織体制変革

当社では、企業のお客様を取り巻く事業環境に対して、お客様への価値提供領域の拡大を図っています。

全産業との接点を持つ当社の強みを最大限活用し、業界の重点成長テーマに一層コミットするため、2025年4月より関連性が高い産業を担当する営業部店を統合し、組織体制を刷新しています。各組織において、重点成長テーマに関する専門性を向上させ組織力を強化することで、お客様の新たなビジネスに貢献してまいります。



# DXによる新たな価値創造

当社は、今後も持続的な成長を続けるため、DX(Digital Transformation)を加速させ、予兆検知や再発防止といった「事前・事後の安心」の提供や、カスタマーエクスペリエンス向上に向けた新たな付加価値の提供に取り組んでいます。

## 自然災害・気候変動への防災・減災サービスの提供開始

多発化・激甚化する自然災害や気候変動がグローバルな社会課題となる中、データやテクノロジーを駆使した災害レジリエンス向上に向けて、さまざまな取り組みを行っています。

### ■ 情報配信サービス「住まいの防災・減災情報」

2024年11月から、「トータルアシスト住まいの保険」および「トータルアシスト超保険(住まいに関する補償)」をご契約のお客様向けに、情報配信サービス「住まいの防災・減災情報」を提供しています。

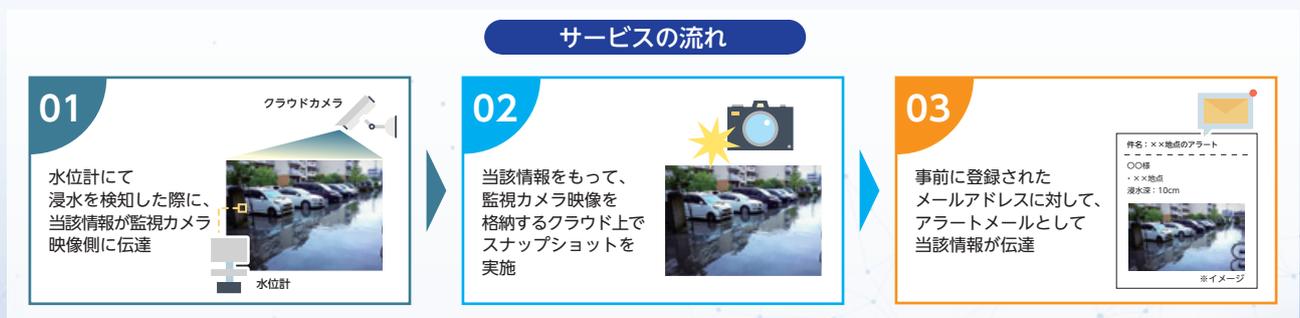
当社が保有する豊富な保険事故データの分析結果を活用し、台風などの自然災害や日常生活における事故(盗難・漏水等)の未然防止・被害軽減に関する情報や、水道管凍結リスクが高まっている地域にお住まいのお客様向けの警戒アラートを配信することで、防災意識の向上や被害軽減に貢献してまいります。



### ■ 浸水被害を即時に把握する「リアルタイムハザード」

グループ会社である東京海上レジリエンス株式会社は、浸水被害をリアルタイムで把握し、迅速な対応を支援する「リアルタイムハザード」を2024年7月から提供しています。

近年頻発する自然災害に対して、適切な避難行動を取ることが求められています。「リアルタイムハザード」は、最新のセンサー技術とクラウドカメラを活用し、浸水の発生を即座に検知してアラートを発信します。これによりお客様は、浸水が本格化する前に適切な対策を講じることができます。



## AIを活用したサービスの提供

### ■ 保険なんでもポータルサイト「HOKENO (ホケノ)」

最新のAI技術と豊富なデータを活用しながら、お客様一人ひとりのニーズに寄り添った、快適で納得感のある保険体験の実現を目指し、2024年11月より、リスクへの理解や保険の検討をサポートするポータルサイト「HOKENO(ホケノ)」の提供を開始しました。簡単な操作で見積もりや補償プランの作成を依頼できる機能や、オンラインで加入手続きが完結できるサービス、専門家である代理店の無料相談サービス等、柔軟にお客様をサポートします。また2025年2月より、リスクタイプ診断や法人向けサービスも拡充しており、今後も保険をわかりやすくするサービスの拡充・拡大を目指してまいります。



### ■ 経営課題の解決を支援する「マーケットインナビ」

マーケットインナビは中小企業における経営課題の解決を支援する、当社社員の営業活動サポートツールです。顧客企業との対話内容(音声データ)を生成AIが解析し、経営課題の抽出から課題解決に資する保険商品や各種ソリューションサービスの提案までをワンストップで行います。対話内容を生成AIが解析することで、経営者自身も認識していなかった課題についても広く把握することができ、支援策もその場で抽出するため、スピーディーに提案することが可能です。マーケットインナビの活用により新たな価値提供を行うことで、中小企業の挑戦を支援してまいります。



## デジタルを活用した新たなサービス

### ■ Jクレジット制度に登録した「エコドライブによるCO<sub>2</sub>削減プロジェクト」

個人向けのドライブレコーダー付き自動車保険では、お客様のエコドライブを通じてCO<sub>2</sub>排出量を削減し、クレジット化<sup>※</sup>するプロジェクトを実施しています。運転中の車両の危険な挙動を検知し、音声等でお客様に注意喚起を行う事故防止支援サービスにより、安全運転とエコドライブを推進するとともに、お客様の運転挙動をドライブレコーダーで検出し、エコドライブによるCO<sub>2</sub>削減効果をクレジット化しています。クレジットの売却によって得られた対価は、お客様に電子クーポンとして還元しています。この制度を活用し、お客様とともにカーボンニュートラルの実現・脱炭素社会への移行に貢献してまいります。

※温室効果ガスの削減量や吸収量を「クレジット(排出権)」として数値化し、取引可能にすること



# 多様な人材の活躍に向けた取り組み

当社は、多様性が生み出す価値を理解し、尊重することが組織力の最大化と新しい価値創出に繋がると考え、DE&Iの推進に取り組んでいます。真にインクルーシブで自由闊達な組織風土を醸成し、多様な社員がエンゲージメント高く働くことで、すべての社員と会社が双方に持続的に成長することを目指しています。

## ■ もしもチャレンジ ～いつもとは異なる「もしも」の状況を想定した挑戦～

社員一人ひとりが最大限の力を発揮するためには、お互いの価値観や状況を理解し、それぞれの働き方を尊重し、認め合う風土を醸成することが重要と考え、「もしも」の状況を想定した働き方に挑戦する「もしもチャレンジ」を実施しています。不測の事態が発生しやすい「育児」または「介護」を想定して、時間的制約のある働き方や突発的な休暇等の働き方をリアルに体験することで、自身の働き方を見直すとともに、社員一人ひとりの価値観を尊重し「仕事とライフの両立」の実現に向けた組織体制の構築等の気づきを得ています。



## ■ キッズプログラム ～ワクワクお仕事体験！大人の世界を冒険しよう～

「仕事と育児の両立」を一層推進するためには、こどもが親の仕事への理解を深めることが重要であると考え、KODOMOLOGY社と小学生向け職業体験プログラムを開発しました。親が働くオフィス見学や独自の保険商品を作成するプログラムに参加することで、こどもたちが親の就業環境や仕事内容に対する理解を深めると共に、こどもたちのポジティブな反応を通じて、親である社員自身が仕事の意義や目的を再認識する機会としています。参加したこどもたちが感じた親への感謝や損害保険事業の魅力を社内に共有することで、プログラムに参加していない社員のエンゲージメント向上も図っています。



## ■ 企業横断 クロスメンタリング

「あらゆる意思決定の場に女性が当たり前に参加している状態」を目指し、メンター（支援者、助言者）とメンティ（支援・助言を受ける立場）が他企業となる組み合わせで行う、企業横断型のキャリア形成支援の取り組みである「クロスメンタリング」を出光興産株式会社・帝人株式会社・株式会社リコーの3社と協働しています。メンタリングの相手が企業風土や文化、経験、互いの「当たり前」が異なる社外の方になることで、メンティ本人の課題や悩みを先入観なく深掘りすることが可能となり、より大きな効果を得られています。クロスメンタリングを通じて、女性管理職や経営陣を中心とした多様な人材が、企業を超えて学び、育て合うプラットフォームを構築してまいります。



人事企画部  
企画組織グループ  
佐々木 志帆



企業横断クロスメンタリングの取り組みを通じて、メンティには視野の拡大やキャリア形成の意欲を高める機会を、メンターには多様な人材育成に関する新たな視点を得る機会を提供することで、双方の成長を促進しています。2026年度には参加企業数をさらに増やし、プログラムの充実と拡大を進めていきます。多様な社員一人ひとりが持つ力を最大限に発揮し、新しい価値創出につなげていくとともに、自社だけでなく日本のジェンダーギャップ解消を実現し、日本企業の競争力強化に向けて取り組みを進めてまいります。

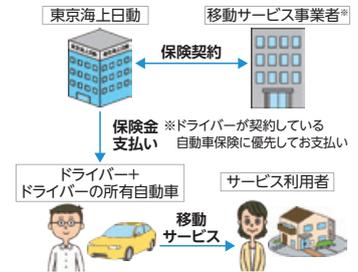
# ニューリスクに対する保険商品・サービスの提供

当社は、テクノロジーの発展や社会情勢の変化によって生じる「ニューリスク」に対応するため、新たな保険商品やサービスの開発に注力しています。「ニューリスクへの対応」は保険会社の使命であり、当社は今後も先進的な保険商品を提供することで、社会の変革を支えてまいります。

## 日本版ライドシェア対応「移動サービス事業者向け自動車保険」

地域交通の縮小により住民の移動手段が不足する等の問題に対応するため、日本版ライドシェアが創設され、タクシー事業者を通じて提供されています。当社は、2021年2月より、「移動サービス事業者向け自動車保険」を販売し、ドライバーの確保やより安心な制度運営を支援してまいりました。

今般、日本版ライドシェアの創設を踏まえ、2025年1月より、業界初の1時間単位で保険料を算出する方式を採用し、よりサービス提供の実態に即した保険料での加入を実現しました。



## サイバーリスク保険契約者向け付帯サービス「サイバーリスク・モニタリングサービス」

企業のDX推進やクラウド活用等により、サイバー攻撃による被害は深刻化しており、企業ではIT資産の適切な管理が求められています。

このような中、当社は、2025年1月にサイバーリスク保険の契約者向けに「サイバーリスク・モニタリングサービス」の提供を開始しました。本サービスは、企業のIT資産\*を外部から定期的に監視し、セキュリティ上の課題を検知した際にアラートを通知することで、サイバー攻撃への対策を支援するものです。

当社は、「事後」のサポートとしての保険に加えて、平時からお客様のサイバー被害の可能性を低減する「事前」の付加価値も提供していくことで、お客様をお守りしてまいります。

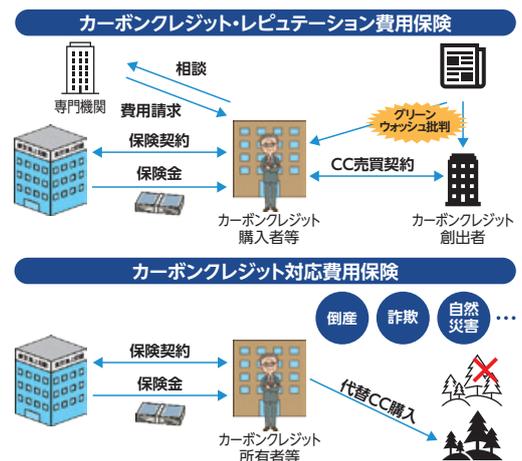
\*IT資産:企業のウェブサイト、クラウドサーバー、メールシステムなど、外部からアクセス可能な資産



## カーボンプレジット調達における保険商品・サービス

カーボンニュートラルの達成手段として、カーボンプレジットの活用が増えていきます。一方で、カーボンプレジット市場は現在発展途上で、様々なクレジットが流通しているため、リスク管理が課題となっています。当社は、2024年7月に「カーボンプレジット・レピュテーション費用保険」、2025年2月に「カーボンプレジット対応費用保険」の販売を開始し、企業が購入したクレジットに関するグリーンウォッシング批判への対策費用や相談費用、クレジットの価値が毀損した場合の代替クレジット調達費用等を補償します。

また、2025年3月には、クレジットの調達基準の策定や検証フローの導入を支援する「リスクマネジメント支援サービス」も開始し、企業が安心してクレジット調達できるよう支援しています。



火災・企業新種業務部  
企業新種保険グループ  
波佐 彩花



GX分野の企業向け新種保険の開発を担当しています。脱炭素の取り組みが拡大する中、カーボンニュートラル達成を目指すお客様のリスクは、ますます多様化しています。当社は、お客様がカーボンプレジットを安心して活用できる環境を実現するため、市場・政府・国際機関の動向も把握しながらお客様との対話を進め、脱炭素社会に必要とされる商品やサービスを開発していきます。

# 地域貢献への取り組み

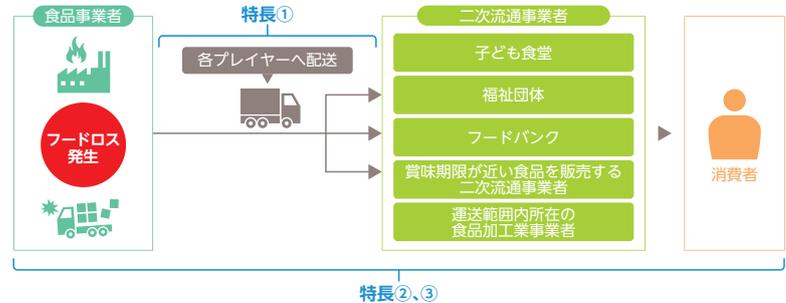
当社では、地域の代理店と一体となって「地域創生」活動に取り組んでいます。従来の保険の領域だけでなく、保険以外のソリューションも提供し、お役に立てる領域を広げていくことで、地域の豊かな生活と経済の発展に貢献してまいります。

## 食品ロス削減への貢献

食品廃棄による環境負荷や食品事業者の経済的損失が社会的な課題となる中、当社は2023年度より、大阪において地方自治体等と「大阪食品ロス削減コンソーシアム」を立ち上げ、食品を廃棄せず活用するスキーム作りに向けた実証実験を行ってきました。

この実証実験をふまえ、食品の二次流通にかかる物流費用等を補償対象とするとともに、提携する食品リサイクル事業者をご紹介します「食品ロス削減推進特約」を運送保険の特約として新たに開発しました。

### 食品ロス削減推進特約の特長



特長① 再販や寄付等の二次商流(食品リサイクル)にかかる費用を補償する  
 特長② 食品リサイクル事業者とのマッチングを提供する  
 特長③ 二次流通の活性化に向けた仕組みの提供

## ITを駆使して観光業を後押し

当社は、移動サポートMaaSアプリ「NAMO (ネイモ)」を通じて、目的地までのルート案内や移動手段の手配等、移動をより快適にするサービスを提供しています。

2025年5月からは、自治体等が保有する観光名所やその詳細情報をマップ上で確認できるデジタルマップ機能を追加しました。これにより、地元の魅力を広く発信できるだけでなく、目的地までの移動に関わるサービスもあわせて提供することで、観光業の発展やオーバーツーリズムの解消に貢献してまいります。

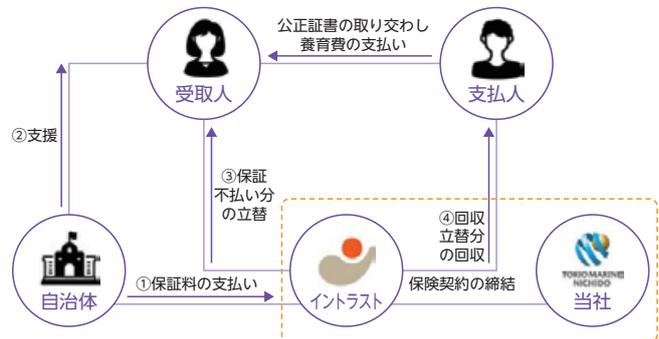


## ひとり親の養育費を保証する仕組みの開発

当社は、ひとり親家庭が養育費を確実に受け取ることができる「養育費保証 自治体モデル」を株式会社イントラストと共同で開発しました。イントラストが自治体と養育費保証の契約を結び、養育費の滞納が発生した際に、イントラストが立替払いを行い、その後、養育費支払人へ養育費の回収を行います。これにより、ひとり親家庭は確実に養育費を受け取ることが可能となります。

当社は、養育費不払いによる損害の一定割合をイントラストに保険金として支払い、本モデルの全国展開を推進してまいります。

### 養育費保証 自治体モデル



公務開発部  
小川 英敏



子どもの養育費の未払いは、社会全体の重要な課題のひとつであり、子どもたちが経済的な心配をすることなく、健やかに成長できる環境を整えることは、社会の責務です。当社はこうした課題の解決に向けて、イントラスト社とともに養育費保証サービスの開発を行ってきました。今後も全国の自治体と一緒に、ひとり親家庭が安心して子育てできる地域社会の実現に貢献してまいります。