

お客様の声 白書 2023

Innovation for Wellbeing

昨年度も新型コロナウイルスが引き続き猛威を振るい、国内の新規感染者数は累計で3,000万人に達しました。2023年5月8日には感染症法上の位置付けが「5類感染症」に変更されたことにより、3年にもおよぶ感染症対策を中心とした生活から、ウィズコロナとして社会経済活動を回していくステージに移りました。一方で、昨年度も日本列島各地で雹(ひょう)災・豪雨や豪雪などの自然災害が相次いでおり、自然災害の猛威が収まる兆しはありません。被害を受けられた皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

当社は、徹底したお客さま視点に基づくお客さま本位の業務運営を実現するとともに、すべてのステークホルダーに対して企業としての社会的責任を果たすべく、「お客さま本位の業務運営方針」を定めております。本白書は、お客さまの声を起点とした商品・サービスの改善状況をお伝えし、ご理解いただくことを目的に、2007年度から毎年発行しております。今年度は「お客さま本位の業務運営方針」に基づく取組状況の中から、お客さまからお寄せいただいた貴重な声を活かすための取組みと、社員・代理店のお客さまへの「想い」を掲載しています。

2023年2月には、当社の「お客さまの声を起点に保険商品・サービスを常に見直し、改善を続けていく企業姿勢」を広く皆さまにお伝えするために、『私たちの保険は未完成だ。』というキャッチコピーのもと、お客さまの声を起点として商品開発やサービスの改善につながった実際のケースを「お客さまと私たちの中で本当にあった物語」として動画やSNS等のさまざまなメディアを通じて展開するプロジェクトを開始しました。

今後も引き続き、お客さまの声を真摯に受け止め、お客さま視点で当社の商品・サービスの改善を続けてまいります。

当社は、今期が最終年度となる中期経営計画のビジョンとして、「すべての人々・地域・社会にたくさんの笑顔と活力あふれる確かな明日をお届けする」を掲げ、ブランドスローガンとして「Innovation for Wellbeing」を定めております。これからもさまざまな環境変化に的確に対応し、常にお客さまに寄り添い、安心・安全・健康に資する最高品質の商品・サービスをご提供し続けることで、社会に貢献してまいります。

今後も皆さまの変わらぬご支援とご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

2023年7月

損害保険ジャパン株式会社
取締役社長

白川 儀一



「お客さまの声白書」について

当社は、お客さまから寄せられた当社の事業活動に関するご相談、お問い合わせ、ご要望、ご不満、感謝のお言葉のすべてを「お客さまの声」と捉えています。

当社はお客さまの声を真摯に受け止め、商品やサービスの改善に活かしています。改善内容等については、2007年度以来、本白書の発行を通してお伝えし、ご理解いただけるよう努めてまいりました。

2020年度から2022年度までは、「お客さま本位の業務運営方針」に基づく「お客さま志向」の取組み全般についてお知らせしておりましたが、今年度は「お客さま本位の業務運営方針」の「方針2.お客さまの声を活かした品質向上」の取組内容を中心にお知らせしてまいります。

当社は2017年6月に「お客さま本位の業務運営方針」（以下「本方針」）を公表し、2018年6月の改定時に、「消費者志向自主宣言」を統合して本方針を更新いたしました。本方針に基づく業務運営状況を定期的に検証・見直すことにより、本方針のさらなる推進を図ってまいります。

※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」（P.20参照）および消費者庁等で構成する消費者志向経営推進組織が呼びかける「消費者志向経営」に応じて策定する「消費者志向自主宣言」（P.20参照）に対応したものです。

お客さま本位の業務運営方針

SOMPOグループは「お客さまの視点ですべての価値判断を行い、保険を基盤としてさらに幅広い事業活動を通じ、お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービスをご提供し、社会に貢献します。」という経営理念を掲げています。

当社は、上記理念に基づき、あらゆるお客さま接点において、徹底したお客さま視点に基づくお客さま本位の業務運営を実現するとともに、すべてのステークホルダー*に対して企業としての社会的責任を果たすべく、本方針を定めます。

※お客さま、お取引先、株主、社員、地域社会などの利害関係者をいいます。

方針1：お客さまへの新たな価値の提供

方針2：お客さまの声を活かした品質向上

方針3：商品・サービス等の開発・販売・管理

(1) お客さまニーズに対応した商品・サービス等の開発

(2) 重要な情報の分かりやすい提供

(3) お客さまに最適な商品・サービス等の提供

方針4：保険金のお支払い業務の品質向上

方針5：利益相反の適切な管理

方針6：企業としての社会的責任を果たす取組み

方針7：お客さま本位の業務運営の定着

「お客さま本位の業務運営方針」の取組み全般については当社公式ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.co.jp/company/corporatepolicy/fiduciaryduty/>



目次

トップメッセージ P.1

「お客さまの声白書」について P.2

お客さま本位の業務運営方針 P.2

お客さまの声を活かす企業姿勢
～ 私たちの保険は未完成だ。～ P.3

特集 P.4～7

お客さまの声を活かした品質向上 P.8～20

「お客さまの声白書 2023」に対する
第三者意見 ... P.21

お客さまの声を活かす企業姿勢

～私たちの保険は未完成だ。～



私たち損保ジャパンは、お客さまの声を起点に、保険商品・サービスを常に見直すことで、時代に合わせて変化させています。

お客さまの声を真摯に受け止め、保険商品・サービスをこれからも改善し、進化し続けていくという意味を込めてキャッチコピーは「私たちの保険は未完成だ。」としました。

私たちの保険は 未完成だ。

1888年、私たちの保険は始まった。

それから130年以上の時が過ぎた。

まだ、すべての保険が完成していない。

それは保険が人や時代にあったものでないといけないから。

毎日、お客さま一人ひとりの声に全力で耳を傾け、

いただいた声を元に変化を続けている。

どんなに小さな声にも耳を傾ける。

時には厳しいお叱りに胸が痛む日もある。

でも、そうやって私たちが向き合っているのは、

目の前のお客さまの安心だけでなく、

未来のお客さまの安心でもある。

これからも、ずっと

お客さまの声で、私たちの保険は進化する。



 損保ジャパン
SOMPO Innovation for Wellbeing

詳細は、当社公式ウェブサイトの特設サイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.jp/company/customervice/>





当社ではさまざまな部署でお客さま対応を行っています。
「すべてはお客さまのために」。それぞれの想いをご紹介します。

モバイル! SOMPOの開発・活用



© JAPAN-DA

モバイル! SOMPO

モバイル! SOMPO (通称:モバソン) は、保険代理店の皆さまの生産性向上・場所や時間を問わない働き方を支援し、迅速かつ高品質なお客さま対応を実現するモバイルツールです。

本ツールによりお客さまとの日常的な接点を創出し、お客さまからの問い合わせに迅速に対応できるようになるため、お客さま対応品質の向上に寄与しています。

モバソンは、主に以下の機能を有しています。

- 外出先でも利用することができるため、スピード感を持ったお客さま対応を実現!
- 保険商品やサービスの提案を補助するお客さま向け動画により、高いレベルでの募集品質平準化を実現!
- LINEを入口に、セキュリティの整ったチャットでのやり取りが可能となり、お客さまと代理店双方の利便性が向上!
- 代理店のシステムと即時連携しているため、最新の契約内容・事故情報等がいつでもどこでも確認可能!

お客さま対応にモバソンを活用している保険代理店・担当社員の声

保険代理店 有限会社ファイナンシャル・アドバンス 代表取締役 稲垣 康弘

当社では、モバソンをお客さまへの満期案内や情報提供、各種手続き等に活用しています。

携帯電話番号が分かれば、モバソンチャットを通じてお客さまのLINEとつながることができるため、事故対応時や契約内容変更時にもLINEですぐにやり取りすることができます。お客さまへモバソンチャットをご案内すると、モバソンチャットでのやり取りをご希望される方が多いです。また、「車検証等を写真で簡単に送付できる」と好評です。郵送の場合、郵便物をご開封いただけないことも多いですが、LINEであれば双方に送受信履歴が残りますし、きちんと内容をご確認いただけることが増えました。

また、お客さま対応品質向上を目的に、モバソンを活用してそれぞれのお客さまに合った情報提供を行うように心がけています。

これまでは問い合わせや手続き対応のみで終わっていましたが、モバソンの利用によりお客さまとの日常の接点が増えました。これからもお客さまへ有益な情報提供を行っていきたいと思います。



担当社員 滋賀支店 滋賀支社 高田 和

ファイナンシャル・アドバンスさんでは、今年度お客さま対応品質向上の取組みをととても重要視されており、お客さまとの接点を増やしていくことを目的に、お客さまへの情報発信の手段としてモバソンのチャット機能を有効活用していただいています。モバソンチャットの活用によって、お客さまとのやり取りがよりスピーディーになり、お客さまへより多くの情報を発信していただけるようになりました。また、モバソンチャットであれば営業担当の方だけでなく、事務担当の方もお客さまとのやり取りを確認することができるため、代理店内での連携もよりスムーズになっています。

今後もお客さま・代理店さん双方にとって便利なツールとして有効に活用していただけるよう、モバソンを推進していきたいと思います。



保険金支払い部門：お客さまの不安を安心へ変える取組み

■ 本店自動車保険金サービス部 本店自動車保険金サービス第四課

川野 直美 (クレドマイスター)



保険金支払い部門は、当社最大のお客さま接点である部署のひとつです。担当者の対応が当社のイメージを作るからこそ、私たち担当者が強みを磨いていくことが必要だと思います。お客さま一人ひとりに合わせた提案を行えるよう、お客さまとの会話の中でのささいな反応を見逃さないよう心がけています。

お客さまの会話のペースに合わせることや、お客さまの「気持ち」を引き出しながら話すことで、私がお客さまの想いを理解して受け止めていることを感じてもらえるように工夫しています。その結果、「親身になって対応してくれたので安心感があった。」「不安を安心に変えてもらった。」など、嬉しい言葉をいただくようになりました。

これからもお客さまの声に耳を傾け、お客さまの真の想いを汲み取ることができる担当者でありたいと思います。

クレドマイスターとは？

当社では、一人ひとりのお客さまに接する保険金支払い部門の職員の「心のあり方」「行動のあり方」を明確にした行動指針を「SCレド」としてまとめています。毎年、徹底したお客さま志向による最高品質のサービス提供ができる人材を「クレドマイスター」として認定し、対応スキルを社内でも共有することで、全社的にお客さま対応品質の向上に継続的に取り組んでいます。

カスタマーセンター部門：お客さまの期待を超える感動サービスの提供

■ カスタマーコミュニケーション企画部 荻窪カスタマーセンター室

芳賀 忍 (エグゼクティブ・アドバイザー)

お客さまにとって保険は身近なものではありません。そんな「保険」についてお問い合わせいただいたお客さまの対応時に心がけていることは、「話すよりも聴くこと」と「CL (カスタマーラブ!)」です。

お客さまの声に真摯に耳を傾け、CL (カスタマーラブ!) のマインドで、お客さまの期待を超えるような対応を目指していますが、未だ試行錯誤の連続です。メンバー同士で意見交換をしながら、多くのお客さまの期待を超える対応ができるよう、研鑽に励みたいと思います。

また、お客さまの声を直接伺うことができる窓口として、貴重なご意見を業務改善につなげていけるよう、情報の橋渡しに努めていきたいと思っております。



エグゼクティブ・アドバイザーとは？

カスタマーセンターでは、日々お客さま満足のために尽くし、社内外から高い評価を受けているアドバイザー*(以下AD)をエグゼクティブ・アドバイザー (以下EA)として認定しています。

また、年に一度EAの代表者を集め「ADサミット」を開催し、自らが対応した通話のポイントや、お客さまに感動していただいたポイントについて話し合います。その内容をカスタマーセンター全体に共有することで、「満足 (期待通り)」を超える「感動レベル」の対応を実現することを目指しています。

*当社では、電話対応オペレーターを「アドバイザー」と称しています。

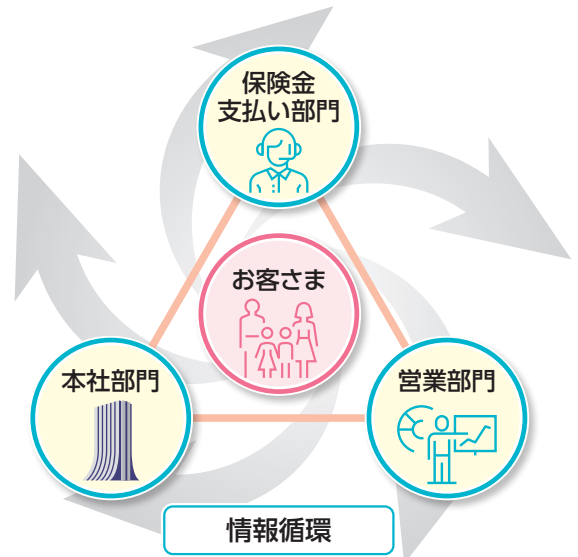


保険金支払い部門におけるお客さまの声を活かした品質向上の取組み

当社では、保険金の支払い対応を通して寄せられるお客さまのご意見やご要望などをサービス品質の向上に活用しています。

具体的には、保険金支払い部門の担当者が日頃のお客さまとの接点のなかで得た気づき、アイデアを全社に向けてタイムリーに発信する仕組みを構築しています。部門を越えて情報を循環させていくことで、商品・サービスの改善や新たな商品の開発につなげ、着実に品質改善を続けていきます。

本取組みで寄せられた声を踏まえて実施した商品・サービスの品質改善事例については、お客さまからいただいた声を起点に改善した事例 (P.13) にてご紹介します。



保険金支払い部門からの情報バトン
営業部門・本社につなぎ全体の品質向上へ

本取組みにおける保険金支払い部門・営業部門社員、保険代理店の声

中部保険金サービス第二部 岡崎保険金サービス課 志賀 祐介

自らによる情報の発信、社内外で発信されている情報の取得について意識して取り組むようになりました。部門横断による改善取組の具体例として、お客さま対応品質向上を目的とした話し合いの場を設けており、他部署のメンバーと積極的な意見交換をしています。お客さまのニーズが年々高まっている中で、部門横断による情報循環はとても重要であると感じています。これらの取組みを通じて、お客さまが安心・安全を感じることができるよう、お客さま対応品質の向上につなげていきたいと考えています。



長崎支店 自動車営業課 小川 明音

保険金支払い部門の社員においては、代理店さん向け商品説明会を開催するなど、これまで以上に営業面でのサポートや私たち営業社員と連携する機会が増えたと感じています。事故の詳細を把握している保険金支払い部門の社員の説明は、時に営業社員が説明するよりも説得力が増すこともあります。私たち一人ひとりがお客さまのために何ができるかを考え、営業部門・保険金支払い部門・代理店における関係性の質を高めていき、連携強化を図っていきます。



保険代理店 株式会社シンヤ 代表取締役 鈴木 昭吾

これまで保険金支払い部門の社員との関わりは、事故対応時がメインでしたが、現在は以前よりも接点が増えていると実感しています。定例のミーティングでは事故対応の進捗共有だけでなく、販売されている保険商品が開発に至った背景や経緯などをわかりやすく説明してくれます。私たちがお客さまに保険商品のご説明やご提案をする際の対話の中でとても役立っており、ありがたいと感じています。また、事故の対応を通じて、社員が積極的に保険商品の提案をしてくれるケースも増えてきています。従来の保険金支払い業務だけではなく、事故の詳細やお客さまの心情・ニーズを把握したうえで、お客さまにとって有益な提案をし、契約につながったケースもありました。こうした保険金支払い部門だからこそできる取組みが広がることにより、保険金支払い部門の社員と共に一層お客さまとの信頼関係を深めていきたいと思えます。



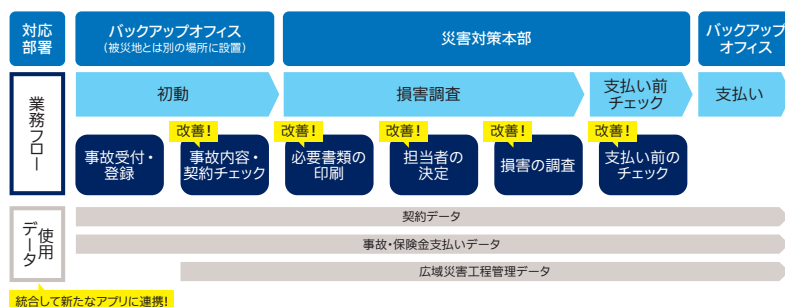
自然災害における保険金支払い部門の取組み ～大規模自然災害発生時の早期保険金支払いを実現～

1. Palantir社のプラットフォームを活用したDX

当社は、大規模自然災害発生時の業務オペレーションの改善を目的とした「災害対応プロジェクト」を2022年4月に立ち上げ、大規模自然災害の事故・保険金データの収集・統合と、アプリケーションの構築を開始しました。これまでは損害調査に必要な情報が複数のシステムに分散しているため、多くの労力と時間が必要でした。これらの課題を解決するために、今回 Palantir Technologies Japan 株式会社のプラットフォームを活用して、散在するデータを1か所に収集・統合し業務プロセスに合わせて再構築することで、業務を効率化するアプリケーションを開発し、実用性を検証するトライアルを実施しました。

業務オペレーションの改善により、お客さまへの保険金のお支払いが3～4日早くなることが見込まれます。

今回効果が実証された地震だけでなく、今後、風災・ひょう災・水災・雪災など他の自然災害発生時にも使用できるよう本アプリケーションを改良し活用する予定です。保険金支払い業務のDX※1によりオペレーションを大幅に効率化させることで、早期の保険金支払いにつなげていきます。

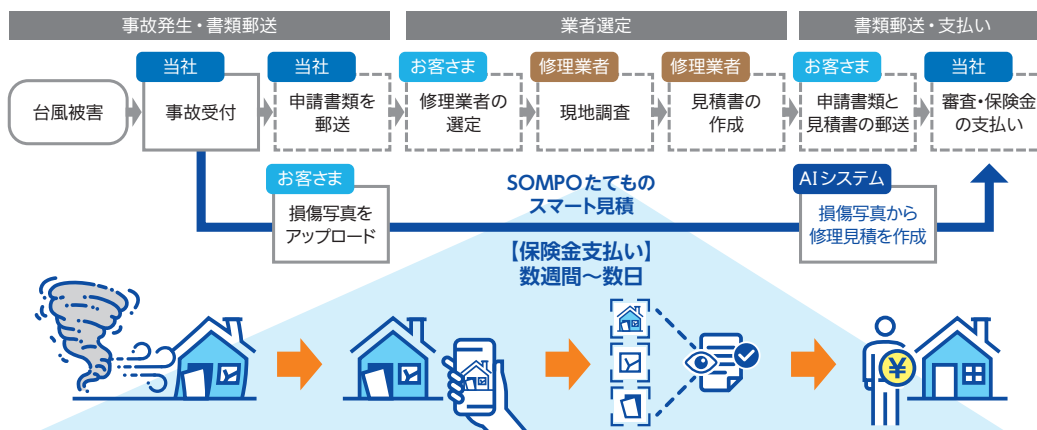


2. AIを活用した請求手続きのDX

台風等の自然災害による建物の被害において、お客さまや保険代理店が建物の被害状況をスマートフォンで撮影するだけでAIが損害額を自動で算出できる「SOMPOたてものスマート見積」によるサービス導入に向けて、2022年9月からトライアルを開始しました。

これにより、お受け取りいただける保険金を最短で事故の受付当日に確定することができます。

スマートフォン1台で、24時間365日手続きができ、また、お客さまが修理業者に修理見積書の作成をご依頼される前にお受け取りいただける保険金の額が分かるため、修理業者との打ち合わせもスムーズに進めることができます。



2023年度に全国展開し、頻発化・激甚化する自然災害への対応を強化するとともに、自然災害以外にも適用範囲を拡大することで、年間数万件の建物損害に活用することが可能となる予定です。

AIソリューションの活用により、お客さまが簡単・スムーズに利用することができるサービスの提供と早期に保険金をお届けすることで、お客さまの一日も早い生活再建に寄与し、SOMPOのパーパス※2を実現していきます。

【サービスを利用されたお客さまの声】

多くのお客さまから、「受付後、こんなに早く保険金支払いされるなんて驚きました。」「支払い対象にならなかったら、修理をするつもりはなく、業者に見積もりを依頼するのも悪いと思っていたところだったので、とてもありがたいです。」などといった高い評価をいただいています。

※1：デジタルトランスフォーメーションの略称です。

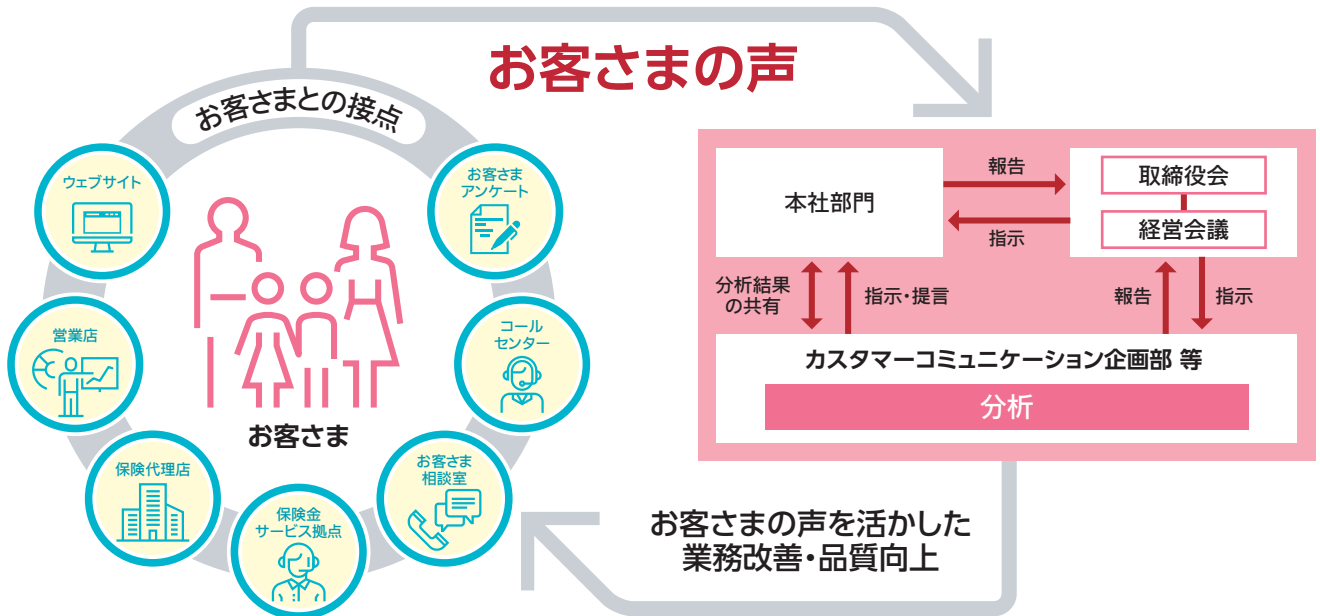
※2：SOMPOのパーパスについては当社公式ウェブサイトをご覧ください。
<https://www.sompo-japan.co.jp/company/groupinfo/principles/>



「お客様の声」の対応管理態勢

1. 「お客様の声」の活用

当社は、お客さまから寄せられる「お客様の声」を経営に反映するため、「お客様の声」の傾向や内容を分析し、分析結果を本社部門で共有して、業務改善・品質向上につなげています。



声の受け止め

保険代理店、営業店、保険金サービス拠点（保険金支払い部門）、コールセンターなどを通して寄せられたお客さまからのご相談、お問い合わせ、ご要望、ご不満、感謝の言葉などの「お客様の声」を真摯に受け止め、迅速かつ丁寧な対応を行っています。

原因分析 社内共有

「お客様の声」を経営に活かす態勢を構築・強化するため、本社部門はお客さまの声から把握した課題について深度ある原因分析を行い、商品開発・販売・保険金支払いなどさまざまな場面で発生している課題を共有しています。なお、お客様の声を起点としたこれらの取組みや業務改善の状況は定期的に経営に報告し、積極的な議論を行っています。

業務改善 品質向上

寄せられた「お客様の声」から本社部門は課題を把握し、業務改善・品質向上につなげています。特に重要な課題は、カスタマーコミュニケーション企画部等が、本社所管部門に「再発防止・業務改善」に向けた指示・提言をし、苦情の根本的な再発防止および継続的な業務改善・品質向上に取り組んでいます。

2. 「苦情対応マネジメントシステム (ISO10002) 規格」への適合の宣言

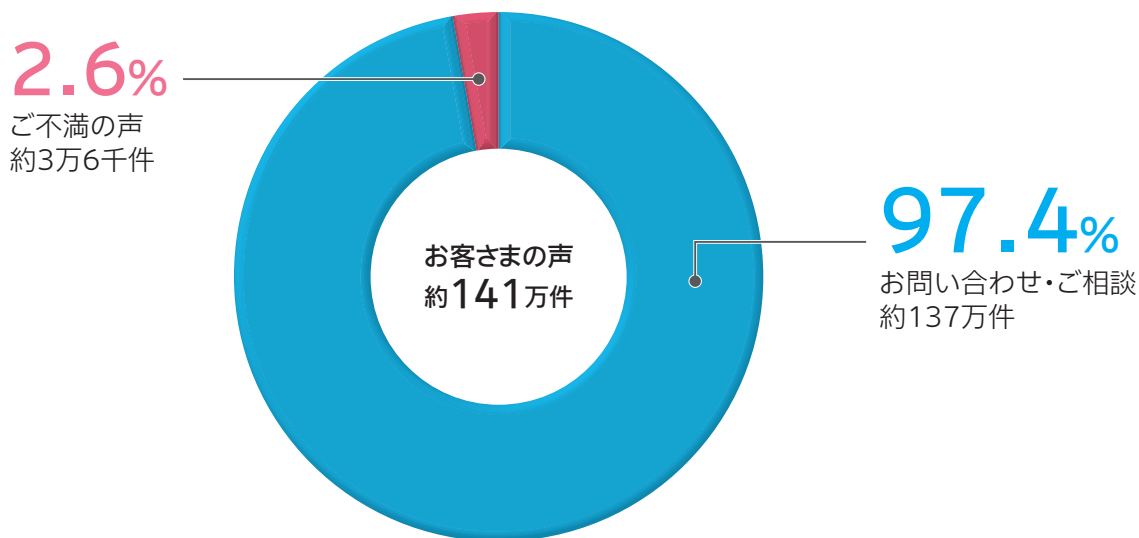
当社は、苦情対応の国際規格である「ISO10002」※に適合するお客様の声対応管理態勢を構築し、適切に運用していることを宣言しています。当該規格に準拠して、お客様の声対応管理態勢の継続的な整備・向上を図ってまいります。

※国際標準化機構 (ISO) が2004年7月に制定した「苦情対応マネジメントシステム」に関する国際規格です。

2022年度に寄せられたお客さまの声

1. お客さまの声の内訳

2022年度に保険代理店・営業店・保険金サービス拠点（保険金支払い部門）・コールセンターなどを通して当社に寄せられた「お客さまの声」は、合計で約141万件でした。そのうち約3万9千件は、公式ウェブサイトや有人対応型チャットを経由して寄せられています。



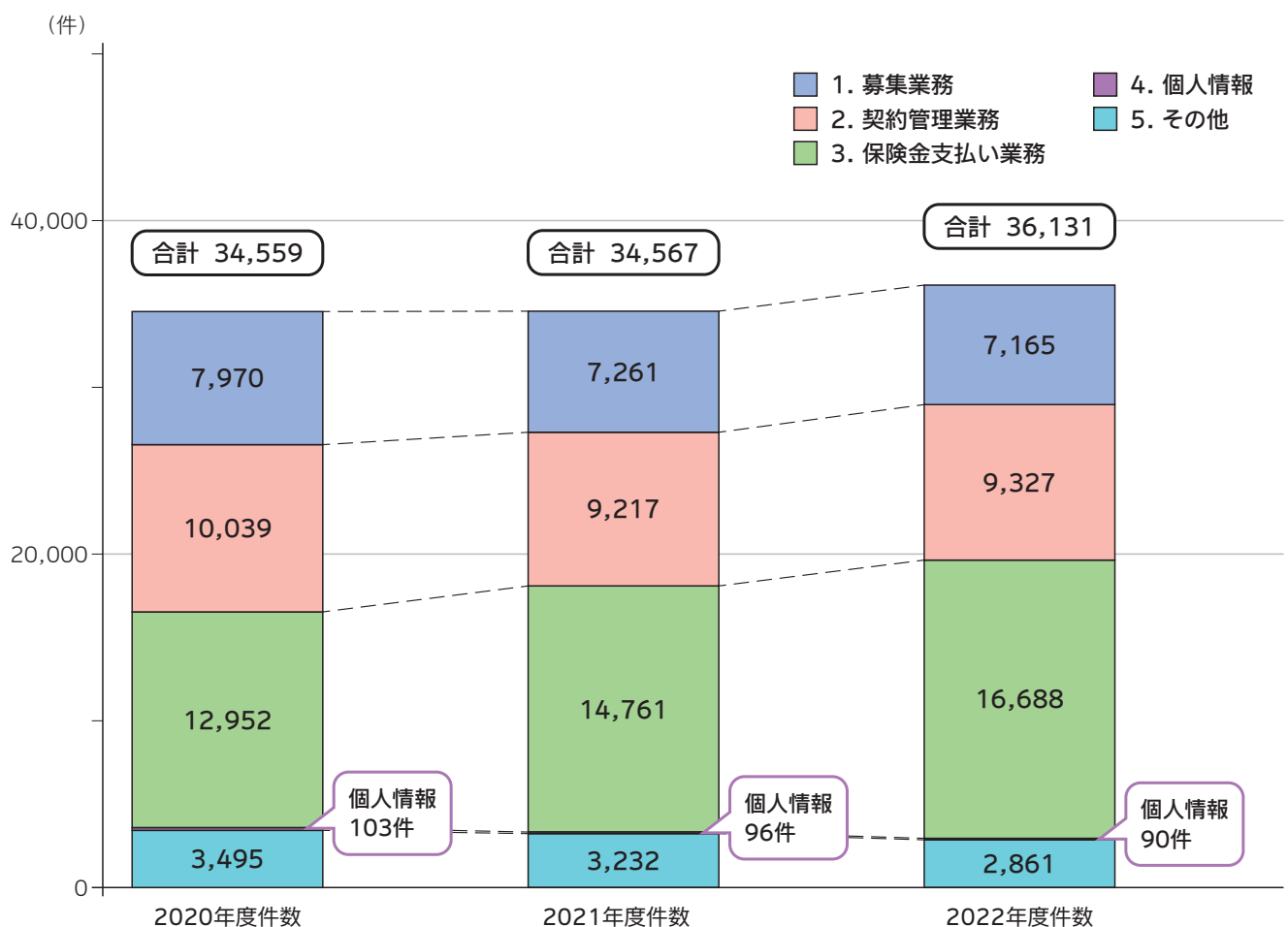
2. 2022年度 ご不満の声の受付件数

項目	概要	受付件数	構成比
募集業務 当社保険商品の説明や 契約手続きなどに 関するご不満	保険の補償内容や規定に関するもの	733	7,165 19.8%
	ご契約の更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの	689	
	ご契約の勧誘方法やご契約手続きに関するもの	1,678	
	ご契約に関わる重要事項や商品内容の説明不足・誤りに関するもの	2,144	
	ご契約の引受制限に関するもの	196	
	保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの	128	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	338	
	申込書、パンフレット等帳票に関するもの	193	
	上記以外のご契約の手続きに関するもの	1,066	
契約管理業務 契約内容の変更手続きや 保険料支払いなどに 関するご不満	保険証券の未着や記載内容の誤りに関するもの	528	9,327 25.8%
	保険料の支払い方法（口座振替など）に関するもの	1,115	
	ご契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの	2,544	
	ご契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの	2,477	
	満期返戻金の手続きにおける遅延や誤り、返戻金額に関するもの	102	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	523	
	上記以外の契約の管理・保全に関するもの	2,038	
保険金支払い業務 事故の受付から 保険金支払いまでの 事故対応に関するご不満	保険金のお支払い金額に関するもの	1,795	16,688 46.2%
	保険金のお支払い手続きにおける誤りや遅延に関するもの	11,280	
	保険金お支払いの判断に関するもの	1,153	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,185	
	上記以外の保険金お支払いに関するもの	1,275	
個人情報	誤送付に関するもの	15	90 0.2%
	本人の許可なく第三者への情報漏洩に関するもの	19	
	上記以外の個人情報に関するもの	56	
その他	上記以外のもの	2,861	7.9%
合計		36,131	100.0%

過去3年間のご不満の声推移

2020年度から2022年度にかけて「ご不満の声」の推移をみると、次のような特徴があります。

- 緊急事態宣言等の特殊事情により減少した2020年度以降、お客さまからのご不満の声の全体件数は増加しています。
- 保険契約時のご意向の把握や情報提供の徹底、保険代理店における募集品質向上の取組み等を継続して進めたことにより、「ご意向の確認不足」は減少している一方で、「手続きの放置や遅延」といった声を多くいただき、契約募集・契約管理に関するご不満は若干増加しました。
- 地震・ひょう・台風などの自然災害に加え、新型コロナウイルス感染症からの回復傾向などによる行動量の増加に伴い事故件数が増加したことにより、「連絡がない、書類が届かない」「手続きが進まない」といった声を多くいただき、保険金支払いに関するご不満は増加しました。



お客さまからいただいた実際の声

- 保険代理店の業務品質の向上や担当者の対応力向上を目指し人材育成を行っておりますが、依然としてお客さまからご不満の声をお寄せいただいているのも事実です。

お客さまからいただいたご不満の声の一部をご紹介します。

1 募集業務に関するご不満

- 仕事を始めるため自動車保険に加入した。付保証明書を至急発行してほしいとお願いしたが、約束の日になっても届かなかった。
- 紙の保険証券が発行されると思っていたがWEB証券になっていた。マイページにログインすれば契約が表示されると書かれているが、表示されない。

2 契約管理業務に関するご不満

- 運転免許証を更新してゴールド免許になったので保険代理店に相談したところ、今の契約を解約し新しく入りなおすように勧められ手続きしたが、保険料が前の契約と新契約の両方が引落しになった。急ぎではなかったのに、契約の応当日での変更でも良かった。
- 傷害保険の解約を保険代理店の担当者へ伝えていたが、手続きの書類が届かずに、そのまま契約が更新されている。

3 保険金支払い業務に関するご不満

- 事故の責任割合がなかなか決まらないので、LINEでの連絡ではなく電話で話をしたいと依頼していたにも関わらず、LINEで連絡があった。
- 医療保険金の保険金支払い案内はがきが届いた。確認したところ、被保険者の名前の漢字が誤っていたので、正しいはがきを送付してほしい。

- 感謝のお言葉もいただいています。保険代理店と社員はお客さまからのお言葉を励みにこれからもお客さまに安心をご提供し、頼られるパートナーとなれるよう努めてまいります。

[カスタマーセンターに寄せられた感謝の言葉の一例]

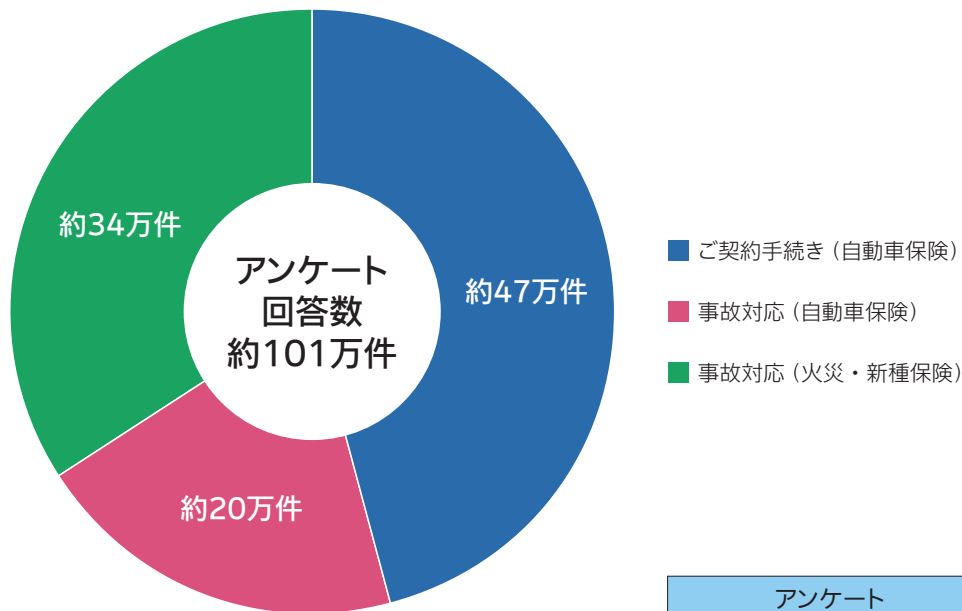
- 落ち着いた声で、表情が感じられる対応で大変満足です。会話がかぶらないように、こちらからの話が終わったタイミングを上手に計ってからお話されるなどの気遣いを感じました。
- ○○さん神対応でした。話し方や言葉遣いすべてが心地よく、説明もわかりやすかったです。とても良い以上の評価がないのが残念なくらいです。
- 専門用語を丁寧に説明して下さったが、理解しづらいことをお伝えしたら、改めて違う言い方でわかりやすく教えてくださいました。

「お客さまアンケート」の実施

「お客さまの声・期待」を受け止めるために、保険代理店による契約手続きや当社の事故対応サービスに関する「お客さまアンケート」を実施しています。

はがきやインターネット、LINE、SMS（ショートメッセージサービス）でお客さまからご回答をいただき、業務改善・品質向上に活かしています。

回答数



アンケート	回答数
ご契約手続き (自動車保険)	467,428
事故対応 (自動車保険)	201,303
事故対応 (火災・新種保険)	344,506
合計	1,013,237

[アンケートに寄せられたご不満の声の一例]

- 日頃の接点がなく、更新の手続きが事務的。
- 更新時のみではなく、契約期間中にも最新の情報提供をしてほしい。
- 契約して2週間経つが、証券が全然送られてこない。発送のタイミングや到着予定など、もう少し説明してほしい。

[アンケートに寄せられた感謝の声の一例]

- 色々な代理店があると思いますが、私の担当は本当に長い間寄り添って助言してくれて信頼しています。他の保険会社に移れば安いところもありますが、信頼を超えるものはありません。
- いつも丁寧に対応してもらい感謝しております。他社で嫌な思いをして今の代理店さんに変えました。変えて良かったです。長くお付き合いしたいと思います。
- 修理にかかる費用が高額であり、保険を使うか悩んでいましたが、大変親切丁寧にご対応いただきました。修理完了まで気持ち良くご対応いただきありがとうございました。改めて、損保ジャパンに入っていて良かったと痛感しました。今度とも引き続きよろしくお願いします。

お客さまからいただいた声を起点に改善した事例

事例 1

ロードアシスタンスについての「よくあるご質問」(Q&A)の追加と公式ウェブサイトの表示を変更しました。

[お客さまの声]

- 損保ジャパンの公式ウェブサイト(スマートフォン版)ではロードアシスタンスの電話番号が見つげにくい。
- ロードアシスタンスを利用した場合に等級が下がるのかどうかかわからず、自分で手配したところその業者から高額な費用を請求されてしまった。

[改善内容]

公式ウェブサイトトップページの見つけやすい場所に「ロードアシスタンス(レッカー手配)」の連絡先を追加しました。また「よくあるご質問」に、ロードアシスタンス特約のみ使用する場合は等級が下がらないことを説明したQ&Aを追加しました。

公式ウェブサイトトップページ



「+」をタップすると、以下の案内を表示

緊急時またはお電話でのお手続きをご希望の場合
(24時間365日受付)



自動車保険の事故受付
0120-256-110



ロードアシスタンス(レッカー手配)
0120-365-110



火災保険の事故受付
0120-727-110

番号のおかけ間違いにご注意ください。

よくあるご質問

よくあるご質問 (THEクルマの保険)

Q. [ロードアシスタンスのどのような場合に利用できますか?](#)

Q. [ロードアシスタンスを使ったら等級は下がりますか?](#)

Q. [ロードアシスタンスは何回でも使えますか?](#)

▶ [その他のご質問](#)

事例 2

次世代ロードサービスシステムをリリースしました。

【お客さまの声】

- 自動車保険のロードサービスを利用する際、いつレッカーが到着するかわからず、路上で待ち続けるのは不安だ。

【改善内容】

2021年10月から実証実験を進めていた次世代ロードサービスシステムを、2023年4月に本格的に展開しました。本システムは、スマートフォンの操作のみ(事前のアプリインストール不要)で、口頭で説明することなくレッカー車手配の受付が可能となります。また、手配後のレッカー車の位置情報と到着時間を可視化し、お客さまにタイムリーにお知らせするサービスは国内大手損保で初めての導入※1となります。

お客さまがロードアシスタンス(レッカー手配)のフリーダイヤルにお電話をされた際、自動音声※2上で、本システムによるレッカー車手配の受付をご案内します。

トラブルに遭った場所の口頭説明が不要となるだけでなく、スマートフォンで写真撮影した画像をシステム上で連携することにより、提携レッカー事業者がお車のトラブル状況を把握することができます。お客さまが必要情報を入力した後、現場に向かっているレッカー車の位置情報や到着時間をタイムリーに把握できるため、到着するまで安全な場所でお待ちいただくことが可能となり、「いつ頃レッカー車が到着するのか」、「どのくらい待てば良いのか」といったお客さまの不安感を解消します(本サービスは、位置情報の共有が可能な提携レッカー事業者が出動した場合のみ提供します。)

画面イメージ



※1: 当社調べ。

※2: 自動音声では、本システムによるレッカー車手配の受付または、オペレーターによるレッカー車手配の受付を選択することが可能です。

事例 3

「ファミリーバイク特約契約証明書」を発行できるようにしました。

【お客さまの声】

- 保険証券ではファミリーバイク特約の補償内容が確認できないので証明書を発行してほしい。

【改善内容】

自動車保険契約にファミリーバイク特約を付帯した場合、特約の補償内容を説明した「ファミリーバイク特約契約証明書」を発行できるようにしました。



事例 4

「乗るピタ!のお申込みにあたって」の ウェブページ内容を修正しました。

【お客さまの声】

- 申込み手続き時にわからないことが多く、わざわざカスタマーセンターに問い合わせをしないと手続きが完結しない。

【改善内容】

乗るピタ!は、ご友人やご家族などのお車を借りたときに運転中の事故を補償する、インターネット加入専用の時間単位型自動車保険です。

「事前のご確認事項」掲載ページについて、カスタマーセンターに寄せられたお問い合わせをもとに、わかりやすい表現にするなど、申込みページの内容を修正しました。



事例 5

SMSアンケートのメッセージを変更しました。

【お客さまの声】

- 自動車保険の契約後に「アンケートのお願い」というSMSが届いたが、損保ジャパンから届いたものかわかりにくい。

【改善内容】

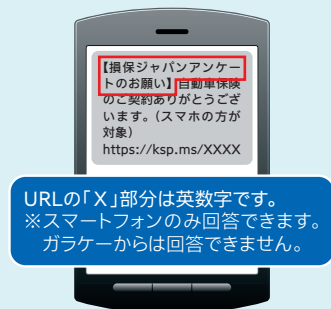
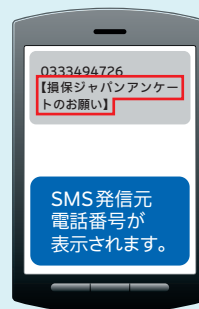
当社では、自動車保険にご加入いただいたお客さまへ、アンケートのご協力をお願いするSMS（ショートメッセージサービス）を送信しています。

2023年4月送信分から、当社による配信であることをより明確にお客さまにお伝えするため、配信されるSMSの文章を見直し、メッセージの冒頭を「損保ジャパンアンケートのお願い」に変更しました。

2023年3月まで



2023年4月から



いただいたアンケートは、お客さまの保険契約を取扱う保険代理店と共有させていただき、当社の業務改善・品質向上に活かしていきます。

なお、送信者は誰でも損保ジャパンと名乗ることが可能なため「なりすまし」と明確に区別するため、送信者番号を表示しています。

右記の送信者番号であれば、当社からのメッセージとなります。

Softbank	0032069000 または +32(0)69000
docomo・au・楽天	0333494726

お客さまアンケートの詳細については、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.co.jp/covenanter/enquete/>



事例 6

火災保険における建てかえ費用特約を新設しました。

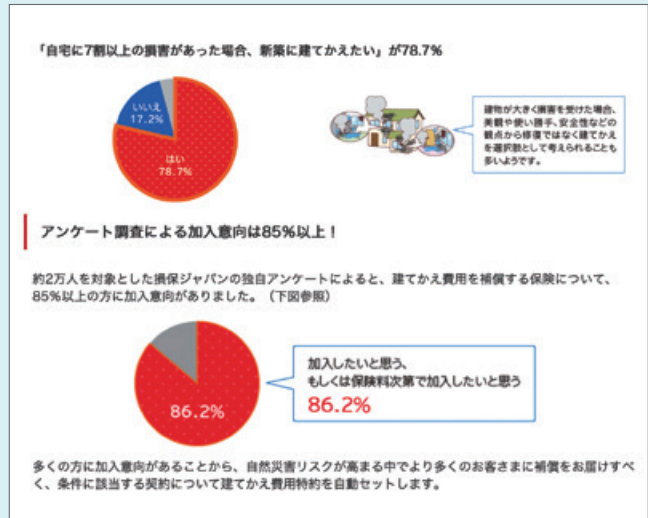
【お客さまの声】

- 災害等で住宅に大きな損害があった場合に、建てかえ費用を保険で補償してほしい。

【改善内容】

これまでの火災保険における商品のお支払い対象は「事故発生直前の状態に復旧するための費用」となり、「建てかえに要する費用」については自己負担いただいております。

建物に大きな損害があった場合、約8割の方が、新築へ建てかえたいと考えられているという当社独自のアンケート結果を踏まえ、新築に建てかえ、または買いかえるための費用を補償することが可能な特約として新たに開発しました。



事例 7

熱中症を補償する特約について、年齢を問わずセットできるようにしました。

【お客さまの声】

- 温暖化の影響などで猛暑日が続いていることから、自身が加入している保険で熱中症を補償してほしい。

【改善内容】

近年、夏期の猛暑日の増加とともに、日常生活やスポーツ活動などさまざまな状況において熱中症発症リスクが高まっていることなどから、お客さまから「加入している保険で熱中症を補償してほしい」といったご要望をいただいております。

お客さまニーズにお応えし、個人用傷害所得総合保険「THEカラダの保険」において、熱中症による入院や手術に加え、死亡した場合でも補償できる「熱中症特約」を2022年8月以降始期契約からすべてのプランでセットできるようにしました。

熱中症は気づいた時には重症かも

症状が出る前に、早めの対策を

THEカラダの保険 熱中症特約

熱中症による 通院 入院 死亡 怪我 手術 をしっかり補償！

例えばこんな場合も…

外出中に体調不良になり通院。熱中症と診断された。 入院保険金をお支払い

ゴルフ中に熱中症で倒れ救急搬送、そのまま入院に。 入院保険金をお支払い

万一、熱中症になった時の対応法は？

熱中症と診断された際には、医師（医師）や警察（緊急通報）に連絡し、必要に応じて救急車を呼んでください。救急車の到着を待ち、医師の指示に従ってください。

※個人の方で治療を受ける場合は、保険料の請求はできません。

※保険料の請求はできません。

損保ジャパン株式会社

お客様のニーズに沿って改善した事例

事例
8

業界初! 「子育て介護応援特約(育児・疾病・介護休業費用補償特約)」を新設しました。

2022年4月に改正育児・介護休業法が施行されました。また、2022年10月からは新たに「産後パパ育休(出生時育児休業)」が新設され、子どもが1歳になるまでの育児休業の分割取得が可能になるなど、中小企業においても育児休業を取得しやすい雇用環境の整備が求められています。育児休業の取得促進、仕事と家庭の両立支援に取り組むことは、企業のイメージアップにつながる一方で、人手不足が課題の中小企業にとっては休業者の代替人材の確保は経営課題にもなります。

そのような背景から、中小企業向けパッケージ商品「ビジネスマスター・プラス」の特約として、出産・育児・疾病・介護で役員・従業員が休業した場合に企業が負担する社会保険料や代替人材雇用費用などを補償する「子育て介護応援特約」を、業界で初めて新設しました。

子育て介護 応援特約

損保ジャパン
SOMPO Innovation for Wellbeing

2023年1月版

ビジネスマスタープラス
子育て介護応援特約のご案内

子育て
積極的に育児に参加する
従業員を確保し、
パパ育休[※]も確保したい。

介護
親の介護に忙しい従業員に
気兼ねなく休業してもらい、
業務する環境を整えたい。

病気
休業
病気で休業せざるを得ない
従業員に業務に貢献してもらい、
また職場に戻ってきてほしい。

従業員の方々が安心して休業できる
環境整備をサポートします!

- 1 業務を担う従業員が
テレワークを活用できるように、
在宅勤務時代の購入費用等の
職場環境整備費用をサポート
- 2 休業する従業員の
代替人員を
採用するための費用を
補償し、業務運営をサポート
- 3 休業中の従業員の
社会保険料を補償
することで企業の負担を軽減
(※休業による休業手当の発生はあり)

● 選べるプランと保険金額

	追加オプション ① 在宅勤務手当(月額補償)	② 介護介護手当(月額補償)
ご本人の月の 給与(標準)	50万円	50万円
ご本人の標準の 月額給与(標準)	50万円未満 100万円未満	50万円未満 100万円未満

● 特約保険料例

業種	標準業	金融業	製造業	小売業
保険料率	29.250%	24.500%	43.740%	34.800%

※保険金額は補償対象金額に上限があります。

事例
9

キャッシュレス・ペーパーレス決済サービスを拡充しました。

キャッシュレス・ペーパーレス決済のニーズ多様化に対応し、お客様の利便性向上のため、ネット口振[※]を利用できる契約を拡大しました。

同一契約者で同一口座を複数の契約に設定する場合、振替口座を契約ごとに設定する必要がありましたが、一つの登録URLで最大5契約までの振替口座を同時に登録・変更できる機能を新設しました。

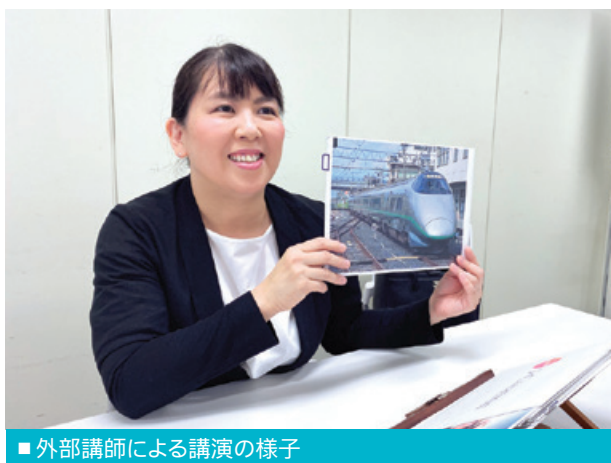
引き続き、お客様のニーズにあわせて機能・サービスを拡充していきます。

※お客様に登録用URLを2次元コード・Eメール・SMSにて連絡し、お客様自身に口座登録をしていただく仕組みです。

お客さまの声月間の開催

「お客さまの声」を起点に、お客さまを知り何ができるのかを考えるため『お客さまの声月間』を実施しました。実際に入電したお客さまの声を集めた音声ログのコンテンツを用意し、どのような声が寄せられているかを体験する機会を設けました。

また、「徹底してお客さまの立場で考える」をテーマに社外講師によるオンラインセミナーを開催しました。マニュアルの徹底ではなくお客さまにどのような気持ちで接するか、「目配り・気配り・こころ配り」の大切さについてご講演いただきました。セミナーの参加者からは、「お客さまの声を知ることの重要性を改めて認識する機会になった」、「寄り添うということはどのようなことなのかを改めて考えた」という声が多く寄せられました。これらの取組みを通して、社員一人ひとりが徹底してお客さまの立場で考える意識の醸成を図っています。



■ 外部講師による講演の様子

経営層によるお客さまの声の視聴

お客さまの声月間の一環として、お客さま相談室やカスタマーセンターに寄せられたお客さまの声を役員が聴くプログラムを実施しました。当日は各部門の役員がお客さまの声を聴くだけでなく、その声をいただくに至った背景の説明もお客さま相談室長から行いました。本プログラムを通してお客さまの声を経営に活かしていくことに取り組んでいきます。

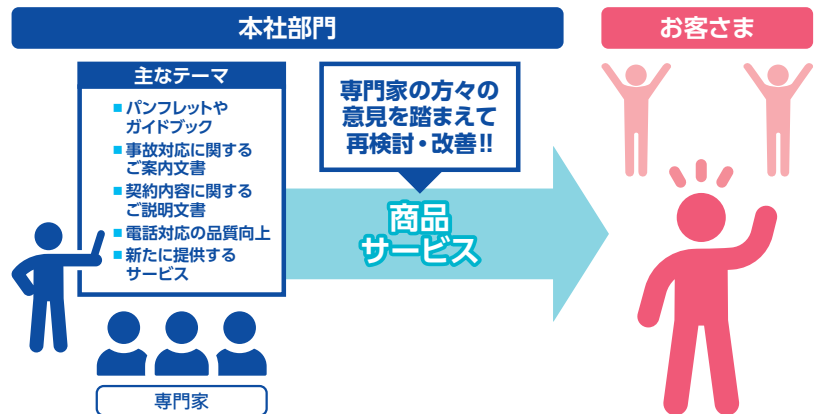


■ お客さまの声を視聴する様子

社外モニター制度

お客さまにご提供している商品・サービス等について、消費者問題の専門家の方々と会議を開催しています。お客さま視点でさまざまなご意見をいただき、業務改善・品質向上に活かしています。また、本制度を利用することで社員の「お客さま視点」のさらなる醸成にもつながっています。

2022年度実施回数：8回 議題：9件



公益社団法人 全国消費生活相談員協会 村松 久美氏

本会議では、各種発信情報・事故対応手順の分かりやすさや発信手段等に関し、消費者目線で適切であるかを議論しております。時には厳しい指摘をさせていただくこともございますが、いつも真摯に傾聴していただいている担当の方々には、消費者の立場に立ったより良い商品・サービスの開発を目指そうとする熱意を強く感じております。従来の想定を超える自然災害や感染症等、今後の新たな不安やリスクに対し、消費者の安全な生活が守られますよう、引き続きより一層の消費者視点に立った事業活動展開を期待しております。

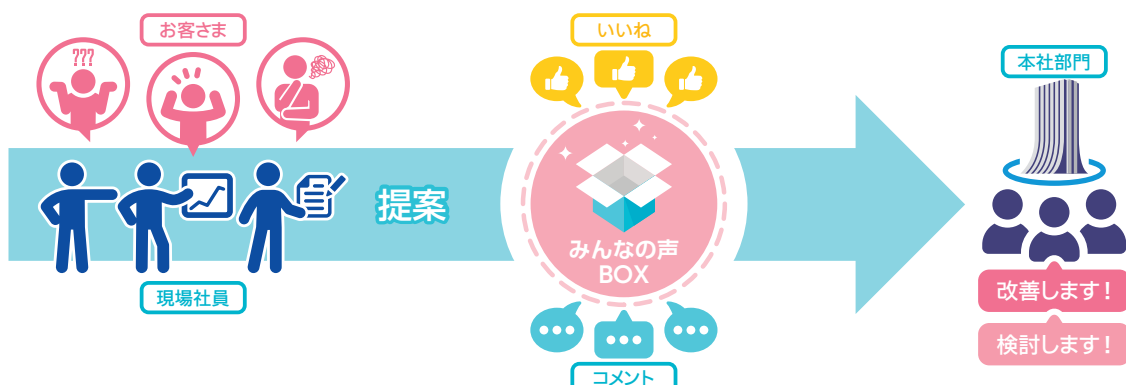
本制度を利用した社員の声 ▶ マーケティング部 小林 大介

お客さまに当社を選んでいただくためには、お客さまの目線で考え、良質な顧客体験の提供を目指し、お客さま接点の品質を改善することが重要であると考えています。しかし、私たちが検討しているさまざまな取組みは、自分たちが気づかないうちに、時に企業側の固定観念にとらわれてしまう場合があります。本会議でお客さまの声の知見に富むモニターの皆さまにご助言をいただけるのは、お客さま目線で考え抜くことを加速してくれる、最良の舞台だと考えています。



みんなの声BOX

みんなの声BOXは、社員および保険代理店がお客さま視点で問題意識や創意工夫の意欲を持ち、徹底してお客さまの立場に立って考えた改善を提案する仕組みです。提案内容については、商品・サービスの開発や改善を行う本社部門で検討するだけでなく、提案した当事者以外の社員が当該提案内容に「👍 いいね」で投票して賛同を示したり、提案に対するコメントを入力したりすることが可能です。これらの機能により、現場と本社部門とのコミュニケーションツールとしても活用しています。



VOC (Voice of Customer) ミーティングの実施

当社のカスタマーセンターに寄せられた「お客さまの声」を当社の品質向上に反映することを目的に、本社部門とカスタマーセンター部門が定期的にミーティングを行っています。カスタマーセンターの職員が、実際に寄せられたお客さまの声から気付いたことについて、商品・サービスの開発や改善を行う本社部門に提案を行い、改善策を協議しています。

「お客さまの声」を実際に聴くことで、徹底してお客さまの立場で考える社員の意識醸成にもつながっています。

カスタマーコミュニケーション企画部 佐賀カスタマーセンター室 山口 真由美・石丸 千恵美

当室は、自動車保険、火災・新種保険、新・海外旅行保険の「問い合わせ」と「変更手続き」のカスタマーセンターを運営しています。「私たちは『日本一のおもてなし』でお客さまにとって『最高の満足』を提供します」をミッションに、日々お客さま対応を行っています。

お客さまと直接の接点を持つことができる部門として、VOCミーティングでお客さまの真のお困りごととは何か、今私たちにできることは何かを本社部門とともに話し合い改善に努めています。

これからもお客さまの声に耳を傾け「最高の満足」を追求していきます。



リテール商品業務部 個人財産グループ 水毛 結衣

私が所属する部署では、個人分野の火災保険の商品開発や営業推進、パンフレットなどのお客さまがご覧になる印刷物の作成などを行っています。

VOCミーティングでは、実際のお客さまからの入電内容を聴きながらサービス改善の検討をしており、昨年度は地震保険の継続証に関するお問い合わせ内容をもとに、帳票の改善検討を行いました。VOCミーティングを通して「私たちの考える分かりやすさ」ではなく、「お客さまにとって分かりやすいサービス」を提供することの大切さをあらためて実感し、日々の業務にも活かされています。



参考資料

〈ご参考〉消費者庁等で構成する消費者志向経営推進組織が呼びかける「『消費者志向経営』の3つの活動」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係〉

「消費者志向経営」の3つの活動※	対応する方針
みんなの声を聴き、かついかすこと	方針1／方針2／方針3／方針4
未来・次世代のために取り組むこと	方針1／方針2／方針3／方針4／方針6／方針7
法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること	方針1／方針2／方針5／方針7

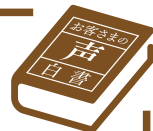
※消費者庁等で構成する消費者志向経営推進組織が呼びかける「消費者志向経営」の3つの活動の詳細については、消費者庁ホームページでご確認ください。

〈ご参考〉金融庁が公表する「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との関係〉

詳細は、当社公式ウェブサイトをご覧ください。

<https://www.sompo-japan.co.jp/-/media/SJNK/files/company/fiduciaryduty/reference2023.pdf>





公益社団法人
全国消費生活相談員協会 理事長
増田 悦子 氏

2022年度は、企業も消費者もデジタルを活用しながらコロナ禍の困難に対応し、平常の暮らしを取り戻してきたのではないかと思います。消費者問題においては、引き続きインターネット、SNSを起因とする消費者トラブルが多発し、デジタルを悪用した広告や勧誘等が行われ、それに対応するための法律改正が行われました。例えば、景品表示法においては、アフィリエイト広告をする場合の管理上の措置についての指針の改正や、ステルスマーケティングについては、「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」として指定され禁止となりました。そして、景品表示法自体も、確約手続きの導入、刑事罰、国際化への対応などの改正がされました。デジタル広告は消費者にとって大変有効であると同時に、詐欺的なダークパターンを生みやすいものです。デジタルプラットフォーム提供事業者、一般の事業者におかれては、消費者が適切な情報を得るための取組みをしていただくことを望みます。

このたびの「お客さまの声白書」では、「お客さま本位の業務運営方針」の「お客さまの声を活かした品質向上」を中心とした取組内容をご紹介します。こうした情報発信により、お客さまは自分たちの声、疑問がどう受け止められているかを知ることができ、より一層の信頼が生まれるものと思います。

そして、お客さまの不満の声と感謝の声の双方を紹介していただいておりますが、手続きの遅れやミス、直接話ができないこと、接点がないこと、連絡が少ないことへの不満がある一方で、直接対応をするカスタマーセンターや保険代理店の対応に感謝が寄せられています。デジタルを活用したスピード感のある業務運営が多くのお客さまにとって利便性、満足度が高いのは事実

ですが、一方で、お客さまの気持ちを受け止める機会をより一層大事にする必要性を感じました。お客さまの満足が心に残るのは、デジタルによるものよりもやはり直接の丁寧な対応であると思います。

ロードサービスシステムの改善やSMSメッセージの冒頭タイトルの変更は、お客さまの小さな不安に寄り添った改善であり、熱中症やキャッシュレスへの対応は、時代の変化に伴うお客さまの要請に合わせた改善です。さらに、「お客さまの声月間」において、実際のお客さまの声を聞く機会を設けてくださったことは、社員であればお客さまの声を実際に聞く経験をしていただきたいたずと願っている私としては、大変嬉しいことでした。

最後に、「私たちの保険は未完成だ。」は、時代の変化に伴って消費者にとって必要な保険が変化していくこと、それをしっかりキャッチしてお客さまを守ることが損害保険会社の本質的な役割であるというメッセージとして伝わりました。自然災害、感染症、デジタル化等によって否応なく変化する社会において、損害保険は国民が安心して暮らすためになくてはならない制度です。これからもお客さまの小さな声を聴き取っていただき、お客さまの安心な暮らしを確保するために皆さまがご活躍されることを期待しています。

〈公益社団法人〉全国消費生活相談員協会

1977年に全国で初めての消費者問題の専門家集団「国民生活センター消費生活相談員養成講座修了者の会」として発足。その後1987年に経済企画庁（現在は消費者庁）所管の「社団法人全国消費生活相談員協会」として許可を受け、2012年に「公益社団法人全国消費生活相談員協会」となっています。また、2007年11月には、内閣総理大臣から「適格消費者団体」として認定を受けています。

お客様の声を受け止める各種窓口

商品・お手続き
などに関する
お問い合わせ窓口

オンラインカスタマーセンター (WEB)
《受付時間》 スマートフォン・パソコンから
24時間365日ご利用いただけます。
<https://cc-vivr.sompo-japan.co.jp/>



カスタマーセンター (電話)

0120-888-089

《受付時間》 平日:午前9時～午後8時 土日祝日:午前9時～午後5時
(12月31日～1月3日は休業)

当社への
苦情・ご不満を
承る窓口

お客さま相談室 (WEB)

《受付時間》 スマートフォン・パソコンから
24時間365日ご利用いただけます。



https://entry.sompo-japan.dga.jp/cs_complaint_inquiry/consent/

お客さま相談室 (電話)

0120-228-292

《受付時間》 平日:午前9時～午後5時
(土日祝日、12月31日～1月3日は休業)

保険金の
お支払いに関する
ご相談窓口

保険金支払ご相談窓口

0120-668-292

《受付時間》 平日:午前9時～午後5時
(土日祝日、12月31日～1月3日は休業)

各種アンケート

お客様の声・期待を受け止めるために保険代理店による契約手続きや事故
対応サービスに関するお客さまアンケートを実施しています。

[お客さまアンケートご回答サイト]
<https://entry.sompo-japan.dga.jp/senq/>



社員・保険代理店

お客さまとの直接の接点である、保険代理店、営業店、保険金サービス拠点を
通じてお寄せいただいた声についても商品・サービスの改善につなげるよう
取り組んでいます。



損害保険ジャパン株式会社

〒160-8338 東京都新宿区西新宿1-26-1
公式ウェブサイト <https://www.sompo-japan.co.jp/>



※この印刷物は、環境に配慮した用紙、インキ、印刷方式を使用しています。
※この印刷物は、ユニバーサルデザインに配慮したフォント(書体)を使用しています。

2023年7月発行

(23050248) 401622 -1000