



SOMPO
ホールディングス

保険の先へ、挑む。

損保ジャパン日本興亜

お客様の声白書 2016



はじめに

このたびの熊本地震により被災された皆さまに、心からお見舞い申し上げますとともに、1日も早い復興をお祈り申し上げます。

当社では、被災されたお客さまに1日でも早く保険金をお届けするために、全国から被災地へ1,000人を超える応援要員を派遣し、当社代理店とともに全社一丸となり、取り組んでまいりました。

被災地では、当社へのご要望やご意見、ご不満の声や、感謝のお言葉など、さまざまな「声」をいただき、損害保険会社としての存在意義や社会的使命をあらためて認識し、全役職員が全力で取り組んでおります。

当グループは、経営理念として掲げる「お客さまの安心・安全・健康に資する最高品質のサービス」の実現に向けた新たな成長戦略として、今年度から「新中期経営計画」をスタートさせました。

あらゆるお客さま接点において、徹底したお客さま視点で品質を追求し、「最もお客さまに支持される損害保険会社」を目指します。

世代の移り変わりや、超高齢社会の到来に伴うお客さまの変化やデジタル技術の急速な進歩により、損害保険会社の社会的意義も大きく変化しています。変わりゆくいかなる時代においても、お客さまの変化を見つめ、社員・代理店自身が絶えず進化し、すべてのお客さまの「安心・安全・健康」を最高品質の商品・サービスで支え、社会に貢献してまいります。

本書では、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」をご紹介します。また、有識者からアドバイス・ご意見もいただいております。

お客さまの声を真摯に受け止め、より一層、商品・サービスの改善につなげてまいります。

今後とも、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。

2016年9月



損害保険ジャパン日本興亜株式会社
取締役社長

西澤 敬二

お客様の声とは

私たちは、お客さまから寄せられた私たちの事業活動に関する感謝のお言葉、ご相談、お問い合わせ、ご要望、ご不満のすべてを「お客様の声」ととらえています。

「お客様の声白書」は、お客さまからいただいたさまざまな「声」を紹介するとともに、「声」を活かした当社の活動や、社員・代理店のお客さまへの「想い」をご紹介します。

損保ジャパン日本興亜 「お客様の声」に対する基本理念・対応方針

基本理念

お客様の声を真摯に受け止め、迅速・適切に対応するとともに、お客さま第一をあらゆる業務の基点とし、積極的に企業活動に活かします。

対応方針

- (1) お客様の声を感謝と誠意をもって積極的に受け止め、全ての部門において最優先の課題と認識して、公平・公正・迅速・適切かつ誠実にお客さまの声に対応します。
- (2) お客様にとって負担のかからない、利用しやすいお客様の声受付窓口を設置し、窓口の連絡先、ご利用方法などを広く周知し、お客様の声の受付および対応の充実に努めます。
- (3) お客様の声を通じて得られた個人情報、機密情報等の情報の機密保持を徹底します。
- (4) お客様の声に関する情報を適宜、適切に集計・分析し、広く開示し、透明性のあるお客様の声対応を実施します。
- (5) お客様の声を商品・サービス・業務運営の向上へ積極的に活かし、お客様の声対応管理態勢を継続的に向上します。

目次

熊本地震に対する取組み.....	P.3
第1章 私たちの目指す姿	P.5
第2章 お客様の声を起点とした取組み.....	P.7
第3章 お客様の期待に応える会社を目指して	P.15
第4章 お客様対応力向上に向けた取組み	P.17
「お客様の声白書 2016」に対する第三者意見.....	P.18

熊本地震に対する取組み

2016年4月14日21時26分、熊本県熊本地方で最大震度7の「熊本地震」が発生しました。その後の4月16日1時25分に発生した本震により被害が大きく拡大し、熊本県に加え、福岡県・大分県にも災害対策本部を設置しました。

熊本地震に関する地震保険の受付件数は、損害保険業界全体で257,000件を超え、保険金支払総額は、3,488億円を超える大災害となりました（2016年7月31日時点 一般社団法人日本損害保険協会発表）。

当社は、お客さまにご安心いただくため、主に次の2点を掲げ、総力をあげて取り組んでまいりました。

- お客さまに、1日も早く保険金をお届けしてご安心いただくことが当社の最大の使命である。
- ご契約手続き等、お客さまサービスを途切れなくご提供するために、当社代理店とともに、現地営業体制を確実に継続する。

4月14日(木)

21:26 1回目の震度7発生
〈本社に危機対策本部を設置〉

- 被害状況確認
- 当社ウェブサイトにお見舞いメッセージ掲載
- 鑑定人・建築士の手配開始
- 社員の現地派遣手配
- 社員の派遣決定
- 物資支援のチャーター便確保



4月15日(金)

〈熊本県に災害対策本部を設置〉

- 新聞にお見舞い広告を掲載(夕刊)
- 応援要員による事故受付を開始



4月16日(土)

01:25 2回目の震度7発生
〈福岡県・大分県に災害対策本部を設置〉

- 新聞にお見舞い広告を掲載(朝刊)
- 本社社員の派遣を開始



4月17日(日)~

- 全国の保険金サービス部門社員の派遣を開始
- 熊本県で実地調査(損害状況の確認)を開始
- 福岡県、大分県で実地調査を開始

今後も総力をあげて、1日も早い保険金のお支払いに向けた取組みを進めてまいります。

お客さまから寄せられた声



今回熊本地震により、保険金が出ました。担当された方2名は、東京から来ているとおっしゃっていました。すごく優しく、丁寧に対応していただき、血の通った素晴らしい対応で涙が出ました。保険金も聞いていた日程よりもずっと早く振り込んでいただき、すべてにおいて感謝しかありません。本当にありがとうございました。(50代女性)



電話に出られた方も調査にいらした方もとても丁寧な対応でした。特に家の調査は私たちが気がつかないところまで指摘してくださり驚きました。「誠実な方で良かったね」と夫婦で満足しています。(60代男性)



熊本地震も余震の回数が減り、このまま収束できればと願って生活しています。保険金を受け取ったことが、どれだけ復旧への希望の光であるかは当事者でしかわからないと感じました。(60代男性)



被災後すぐに被害の連絡をしましたが、調査までの時間が半月程度かかりました。御社も混乱していたことはわかりますが、不安でした。(60代女性 他)

当社の対応においてご不安な思いをさせてしまい申し訳ございません。被災後には多くのご連絡をいただくことをふまえ、大規模災害時でもただちに対応体制を整えられるよう、今後の課題とさせていただきます。



建物の損害が「一部損」となり、保険金額の5%にあたる保険金をいただきました。「半損」であれば50%だったとのことで、差が大きく不満です。実際は修理費用もかかるため30%くらいの認定があればいいと思いました。(60代男性 他)

地震保険の損害区分は法律(地震保険に関する法律施行令)にもとづき決められているために、ご期待に沿えず申し訳ございません。なお、より損害の実態に照らした損害区分とするために、この法律が、2017年1月から現行3区分(全損100%、半損50%、一部損5%)に変わって、4区分(全損100%、大半損60%、小半損30%、一部損5%)へ改定されることになりました。地震保険改定の詳細は当社公式ウェブサイトをご確認ください。

震災対応を行った社員の声



お客さまが損害保険会社に抱く期待に応えたいという想いのもと、業務にあたりました。地震で家財に被害を受けたお客さまは、思い出の着物や花瓶が破損してしまったとのことでした。保険金のお支払いを終えた際に「たくさん話を聞いてくれてありがとうございました。あなたが来てくれて立ち直ることができました。」と感謝のお言葉をいただき、保険金のお支払いを通じて、お客さまのお気持ちに寄り添いご安心いただくことが我々の使命のひとつだと強く実感しました。

千葉保険金サービス部 千葉保険金サービス第一課 石橋 卓人



私は主に建物の被害状況を確認する実地調査を行いました。実地調査では、保険会社としての信頼の重みを強く実感いたしました。経済的な不安だけでなく、余震が続く中でお客さまの不安を解消するためには何が必要なのか会話の中から察知して、当社としてできることをご提供し、お客さまの支援をしたいという想いを強く持ちました。損保ジャパン日本興亜の社員として、一人でも多くのお客さまの信頼にお応えし、安心をお届けできるよう取り組んでいきます。

埼玉保険金サービス部 越谷保険金サービス課 岩本 拓馬

私たちの目指す姿

すべてのお客さまに「まごころ」をこめた事故対応

SCクレドの実践



保険金サービス課 (SC) にはお客さまに接する「心のあり方」「行動のあり方」を明確にした「SCクレド」があります。事故対応担当をさせていただき全社員が「SCクレド」を実践し、代理店と連携のうえ、すべてのお客さまに安心をお届けし、よりご満足いただけるよう取り組んでいます。

※クレドとは「信条」であり、判断・思考・行動の源です。

保険金サービス課 担当者の声



兵庫保険金サービス部
明石保険金サービス課
金谷 優理

「あなたが担当で良かった」とお客さまに思っていたくために

「あなたが担当で良かった」とお客さまに思っていたくたくたくて毎日の業務を行っています。事故にあわれたばかりのお客さまのお気持ちはそれぞれです。

長年、無事故でいらしたことが自慢とおっしゃっていたご年配のお客さまは、初めて事故にあい、すっかり気を落としていらっしゃいました。

「お怪我はございませんか?」「そのために私たちがいますから。」「精一杯対応させていただきます。」お客さまの状況に合わせて、ご不安を解消するためにはどうすれば良いかを考え、お客さまの気持ちに寄り添い、心をこめてお話させていただきます。

今までご契約をいただいたお客さまへの感謝を噛み締め、その気持ちをお伝えしながら。

事故の時にはいらだってお怒りになったお客さまが、次第に私のことを認めていただき、最後に「あなたが担当で良かった」と言ってくださると涙が出ます。

その時は、この仕事をしていて良かったと心から思います。



明石保険金サービス課の風景

お客さまから選ばれる代理店・募集人になるために

代理店の安心行動基準

すべてのお客さまに安心をお届けし、よりご満足いただくために、契約時や事故対応時などにおける代理店・募集人の基本的な行動のガイドラインを「安心行動基準」として定めています。安心行動基準の定着を目的に、代理店と保険会社社員が定期的にミーティングを実施し、さらなる業務品質の向上を図っています。



代理店インタビュー

お客さまに当たり前の安心をお届けするために

山口支店下関支社 株式会社みらいリンク 代表取締役 **山本 昌信**



Q.みらいリンク代理店はどのような代理店を目指していますか？

誰から見ても、「この代理店いいな。お客さまのことを考えているな。」と感じていただける代理店を目指しています。お客さまにとって、当たり前のことをきちんとやる代理店でありたいですね。



みらいリンク通信

Q.どのような取組みをしていますか？

年に2回程、保険をお任せいただいているお客さまに『みらいリンク通信』という情報誌をお送りしています。お客さまに興味を持って見ていただける内容にするため、毎回、趣向をこらしています。また、月に2回ほど全社員でお客さまの声を共有し、改善に向けて話し合っています。

お客さまアンケートでは、お客さまが率直な意見を書いてくださるので、素直に心に響きますね。代理店としての姿勢をより良くしていくうえで、非常にありがたいです。今後もお客さまの声を参考にしながら、お客さまに喜ばれる代理店になっていきたいと思っています。



代理店営業担当者の声

みらいリンク代理店とともに、お客さまアンケートから改善を行うなかで、お客さまから「本当に安心した。」という感謝のコメントを拝見するたびに非常にうれしく感じています。これからも、一人でも多くのお客さまに「この代理店で良かった。この保険会社で良かった。」と思っただけの契約手続きや事故対応を目指していきます。

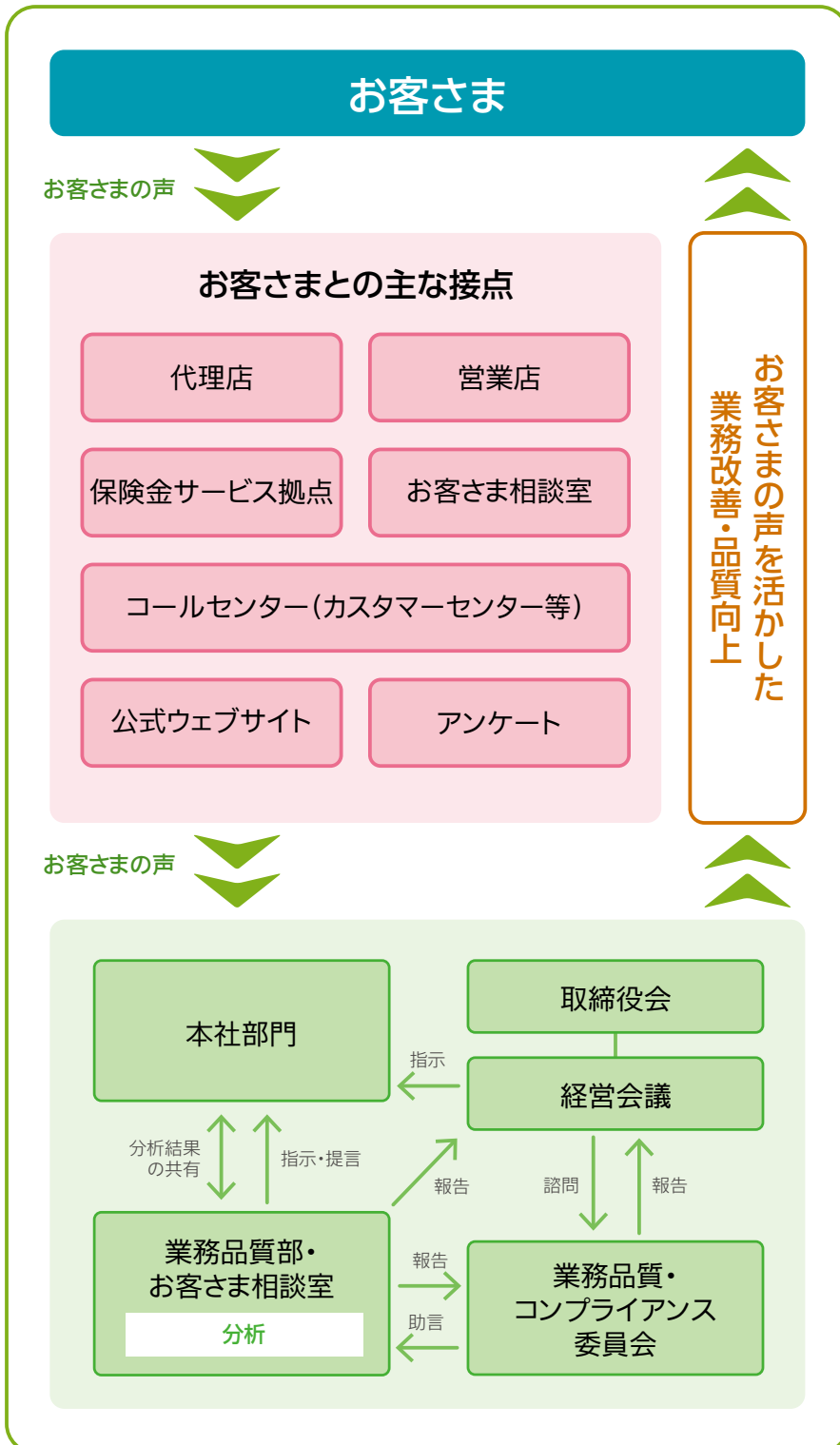
山口支店 下関支社 **植野 陽子**



お客様の声を起点とした取組み

お客様の声を活かす仕組み

私たちは、あらゆる機会に「お客様の声」を受け止められるよう、さまざまな窓口を設けています。また、たくさんのお客様からお寄せいただいた大切な「お客様の声」を業務改善・品質向上に活かす仕組みを継続的に構築・強化しています。



声の受け止め

代理店・営業店・保険金サービス拠点・お客様相談室・コールセンターなどを通じて寄せられたお褒め・感謝の言葉、問い合わせ、相談、要望、苦情などの「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、「業務品質部」を設置し、お客様の声から把握される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本社関連部署と共有しています。さらに、各種会議において経営陣が改善に向けた議論を行っています。

業務改善・品質向上

特に重要な事項については、所管する本社関連部署に「苦情の再発防止・品質向上」を指示・提言することで、苦情の根本的な再発防止と継続的な業務改善・品質向上に取り組んでいます。

お客様の声の受け止め

各種お問い合わせ窓口の設置

当社は、代理店を通じ、お客様のご要望にお応えできるよう努めているほか、お客様から直接ご不満・苦情を承る「お客様相談室」、商品・サービスに関するお問い合わせを承る「カスタマーセンター」、万が一の事故に備え、24時間365日体制でお客様からの事故のご連絡を受け付ける「事故サポートセンター」などのお問い合わせ・受付窓口を設けています。

また、公式ウェブサイトから、インターネットでのお問い合わせや事故のご連絡も承っています。それぞれのお問い合わせ窓口では、お客様の声をしっかり受け止めて、高品質かつ親切・丁寧な対応をしていくこと、受け止めた声を経営に活かすことを念頭に、お客様対応を行っています。

「お待たせいたしました。お客様相談室阿部が承ります。」



業務品質部お客様相談室
相談グループ
阿部 純子

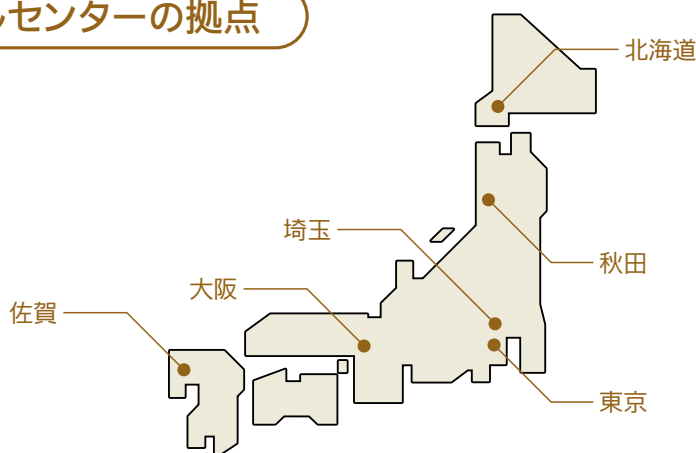
お客様相談室には、全国からお客様の声が寄せられます。ご不安、ご不満、お叱りなどさまざまなお客様の声を会社の代表として傾聴し、お客様が何を求めているらっしゃるか、どうすればお客様のご要望に添った対応ができるかを心で聴き、すみやかに適切に回答するとともに、全国の営業課支社、保険金サービス課にお客様のご要望を正確に伝え、お客様の対応を依頼しています。

これからもお客様の声に真摯に向き合い「あなたに聴いてもらって良かった。」のお言葉とともに受話器を置けるお客様対応を目指してまいります。



お客様相談室の風景

主なコールセンターの拠点



各種お問い合わせ窓口の
連絡先等は、裏表紙をご覧ください。

コールセンターの機能強化

各コールセンターでは、より良いお客さま対応を行うため、さまざまな対応を行っています。

人工知能 (AI) と音声認識技術を活用した「アドバイザー自動知識支援システム」の導入

「アドバイザー自動知識支援システム」とは、お客さまと当社カスタマーセンターにおけるアドバイザーとの通話内容から、人工知能や音声認識技術を活用して、タイムリーにお問い合わせに対する最適な回答候補を探索するシステムです。

これまでアドバイザーは正確な回答をするため、多くの種類の文書を参照してお客さま対応を行っていましたが、迅速かつ正確な回答をするためには経験と文書探索力が求められていました。そのため、当社では経験が浅いアドバイザーでもお客さまをお待たせすることなく、即座に正確で迅速な回答が行えるよう「アドバイザー自動知識支援システム」を導入しました。

また、人工知能や音声認識技術を活用することで、お客さまの貴重なご意見、ご要望を正確に把握し、分析することもできるため、商品・サービスの改善、カスタマーセンターの対応品質の向上、さらにはWEBサービスの向上などを行い、お客さまサービスを一層強化してまいります。



カスタマーコミュニケーション企画部
企画グループ

錦 晃彦

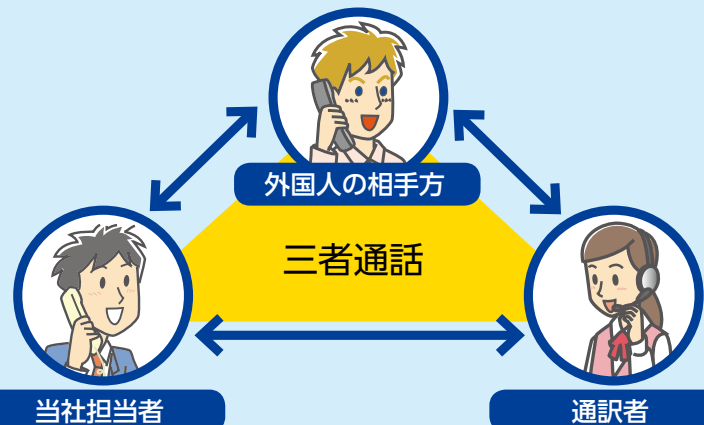
事故サポートセンターにおける外国語対応

外国人旅行者の増加にともない、日本語を話せない方が自動車事故にあうケースも増加しています。

「お客さま(外国人の事故相手方)ー通訳者ー事故サポートセンターの担当者」の三者で事故受付や初動対応※を24時間365日行っています。

対応できる外国語 (2016年7月現在)

- 英語
- 中国語
- ス페인語
- ポルトガル語
- 韓国語



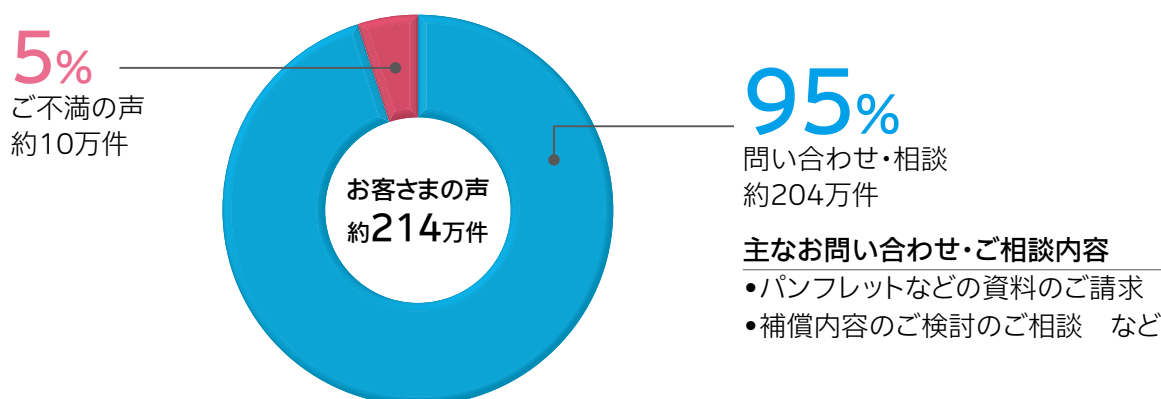
※24時間初動対応サービスについてはP.15をご覧ください。

2015年度に寄せられた「お客さまの声」

2015年度に代理店・営業店・保険金サービス拠点・お客さま相談室・コールセンターなどを通じて当社に寄せられた「お客さまの声」は、合計で約214万件でした。

また、2015年度は「ご不満の声」だけではなく、「問い合わせ」「相談」などお客さまから当社に届くさまざまな「声」の傾向や内容の集計・分析を行いました。

■「お客さまの声」の内訳



■2015年度 ご不満の声の受付件数内訳

区分		受付件数※	
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	2,734	18,222
	契約更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの	1,703	
	契約の勧誘方法や契約手続きに関するもの	4,871	
	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	5,429	
	契約の引受制限に関するもの	205	
	保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの	549	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	828	
	申込書、パンフレットなど帳票に関するもの	371	
	上記以外のご契約の手続きに関するもの	1,532	
契約管理業務 契約内容の変更手続きや 保険料支払などに 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	1,333	20,079
	保険料の支払い方法(口座振替など)に関するもの	2,549	
	契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの	4,744	
	契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの	4,412	
	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	50	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,533	
	上記以外の契約の管理・保全に関するもの	5,458	
	上記以外の契約の管理・保全に関するもの	5,458	
保険金支払業務 事故の受付から 保険金支払までの 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	3,098	20,997
	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	11,325	
	保険金お支払いの判断に関するもの	940	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	2,405	
	上記以外の保険金支払いに関するもの	3,229	
個人情報	お客さまの個人情報に関するもの	163	163
その他	アンケートに記載されたもの	35,417	41,595
	上記以外のもの	6,178	
合計			101,056

※ 2015年4月から2016年3月までに受け付けた件数です。

お客様の声をお聞かせください

「お客様の声」を把握するひとつの方法として、代理店による契約手続きや、事故対応サービスに関する「お客様アンケート」を実施しています。アンケートには、はがきやインターネットで回答いただき、企業活動に活かしています。

■ 2015年度 お客様アンケート

自動車保険のご契約に関するお客様アンケート



※アンケート対象種目は自動車保険です。
(一部対象外のご契約があります。)

😊 「満足」いただいたお客さまからのコメント

- 事故にあった時にはどうすればよいか、具体的に教えていただきました。ちょっとした疑問でも丁寧に教えていただけなので、大変心強いです。(60代男性)
- 保険については全くわからない状態でしたが、こちらの生活環境や家族構成、予算などの要望を踏まえてわかりやすくいくつかのプランを提案してくれました。いつでも迅速に対応してくれます。(30代女性)

😞 「不満」を感じられたお客さまからのコメント

- 代理店担当者の保険料の説明がわかりにくく、こちらから質問しないと説明してもらえず不安だった。(20代女性)
- 契約期間が終了する直前になって連絡があり、前年度と同じ内容で契約した。確かにしがきは届いていたが、届いた頃に連絡をもらえていれば、もう少し契約内容を考えることもできたと思う。(40代女性)

当社サービスについて皆さまの声をお聞かせください

- アンケートはがきがお手元に届いた方はがきかインターネットのいずれかでご回答いただけます。
- アンケートはがきをお持ちでない方インターネットでご回答いただけます。

保険金のお支払いに関するお客様アンケート



※アンケート対象種目は自動車保険と火災・新種保険です。
(一部対象外のご契約があります。)

😊 「満足」いただいたお客さまからのコメント

- 最初に連絡をした時は、混乱していて言葉につまったりしてしまいましたが、電話を受けてくださった方は、私が言葉を発するまで待って、穏やかに対応してくださいました。おかげさまで、落ち着くことができました。(40代女性)
- 初めての事故のため怖くて不安でしたが、そんな中、いつも優しい話し方で「安心」を与えてくださり、本当に感謝の気持ちでいっぱいです。(70代女性)

😞 「不満」を感じられたお客さまからのコメント

- 途中経過の連絡が取りづらかった。担当者からの連絡に出ることができず、後日こちらから連絡することが数回あったので、電話の時間帯を変えたり、留守電に次回電話の案内などを伝言してほしい。(20代男性)
- 担当者と連絡が取りづらく、一方通行になってしまったこともあったので、事故対応に満足する気持ちが半減。不安だったので、もう少し途中経過の連絡がほしかった。(20代女性)

当社サービスについて皆さまの声をお聞かせください

- アンケートはがきがお手元に届きますので、はがきでご回答いただけます。
自動車保険金のお支払いに関するお客様アンケートは、インターネットでもご回答いただけます。

[お客様アンケートご回答サイト] <http://www.sjnk.co.jp/mypage/service/others/enquete/>

※損保ジャパン日本興亜、旧損保ジャパンのご契約者さまが対象となります。

ご回答いただいたアンケート結果については、募集業務・契約管理業務・保険金支払業務の改善につなげてまいります。



2015年度の改善・対応事例

お客様の声を活かした商品・サービスの改善と、お客様の声に対する対応事例の一部をご紹介します。

改善・対応事例
1

火災保険のパンフレットの改定について



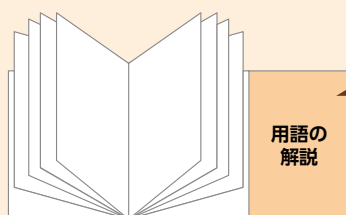
火災保険のパンフレットは、保険用語が理解しづらく内容がわかりにくい。



火災保険について疑問に感じていることが、パンフレットを見ても解決されない。

改善

「THE すまいの保険」のパンフレットについて、お客様が「用語の解説」を見ながら、パンフレットの内容を確認いただけるようにしました。また、公式ウェブサイトやカスタマーセンターなどに多く寄せられるお客様からのご質問とその回答を巻末に掲載しました。



常に開いて
ご確認ください。

用語の
解説



社外の声を活かす取組み ～社外モニター制度～

私たちはお客様の視点で考え、改善につなげるために、消費生活専門相談員の方々とは毎月1回打合せを行い、お客様に提供している帳票や制度・事務手続きについて、ご意見をいただいています。2015年度は12回の打合せを開催して、25件の議題についてご意見をいただき、業務改善・品質向上へとつなげています。

社外モニター会議の風景

改善・対応事例 2

お客様宛てご案内の改定について



「保険料お払込みのお願い」という払込票付きの書類が届いたが、いつまでに何をすればよいのかがわかりにくい。

改善



当社に複数のご契約をいただいているお客様に、どの契約の「保険料お払込みのお願い」が一目でわかるよう、保険の対象など（自動車保険は登録番号、火災保険は物件所在地）を印字する対応を行いました。

また、「お払込みいただく保険料」欄と「払込期日」欄の枠や背景の色を目立つように変更したり、払込みができるコンビニエンスストアの確認方法を明確に記載したりするなど、記載内容やレイアウトも変更しました。

改善・対応事例 3

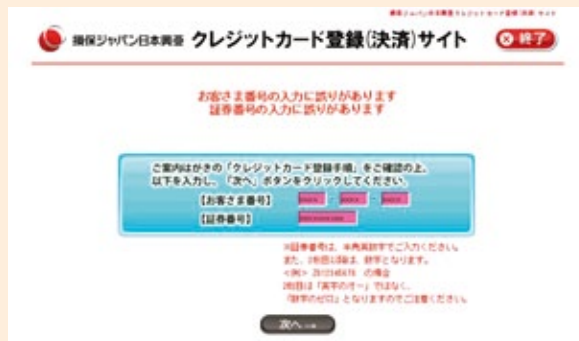
クレジットカード登録（決済）サイトについて



クレジットカード登録（決済）サイトの入力箇所がわかりにくい。

改善

クレジットカード登録（決済）サイト※について、全体的に文字を大きくするとともに、入力のエラー箇所をピンクで表示し、わかりやすくするなどの対応を行いました。



※ご契約の際に保険料のお支払方法を「クレジットカード払」とされたお客様にクレジットカード情報をご登録いただくサイトです。

改善・対応
事例
4

地震保険改定に関するお客さま向けご案内について



地震保険が改定されると案内が届いたが、改定理由がわかりにくい。

改善中

2017年1月に地震保険の改定を予定しています。今回の改定に向けて、前回改定時（2014年7月）のご案内に対して寄せられたお客さまおよび社外モニター*のご意見を参考に、よりお客さまにわかりやすい表現や構成への見直しを検討しています。

※社外モニターについては、P.12を参照ください。

改善・対応
事例
5

満期のご案内はがきへの情報反映について



満期のご案内はがきが届いたが、先日手続きした新しい自動車の情報が反映していない。

別の対応を検討します

満期のご案内の作成には、作成基準日を定めており、この基準日以降に変更したご契約内容を反映させることができません。ご不便をおかけしてしまい申し訳ございません。

ご案内の作成基準日をわかりやすく記載するなどの対応を行ってまいりますので、ご理解いただきますようお願いいたします。

SOMPO ホールディングスグループは、お客さまの「安心・安全・健康」な暮らしを支える企業グループとして、誰に対しても正しくわかりやすく情報をお伝えすることを目指しています。

当社はグループの一員として、パンフレットやリーフレットなどの印刷物において、「ユニバーサルデザイン※」の観点から、一般社団法人 ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会（UCDA）の認証を受けたフォント（「みんなの文字」）を積極的に使用するとともに、正しく伝わる色使いを工夫するなどの取組みを進めています。本書も「みんなの文字」を使用し、UCDA認証「見やすいデザイン」を取得しています。

※障がいの有無、年齢、性別、人種等にかかわらずさまざまな人々が利用しやすいようにデザインする考え方



お客様の期待に応える会社を目指して

事故の発生から保険金支払までの手続きの流れ

「保険会社」と聞いてイメージされることは、万が一事故が発生した時に、保険金のお支払いをするところではないでしょうか。

スマートフォン向けアプリの提供

ポータブルスマイリングロード

「万が一の事故時にワンタッチで事故連絡する『安心』の機能」「運転診断、リアルタイム情報提供など事故防止に役立つ『安全』な機能」などを「『快適』なカーナビゲーション機能※」とともに提供する個人向けテレマティクスサービスです。

※カーナビゲーション機能は、株式会社ナビタイムジャパンから提供を受けています。

主なサービス

- 1 万が一の事故の際も「安心」な事故対応サービス
- 2 保険会社の事故防止ノウハウを活用した「安全」な運転支援サービス
- 3 高機能カーナビで「快適」なドライブをナビゲート



事故対応



運転診断



ルート検索

※画像はイメージです。また、サービス内容などは変更となる場合があります。



©JAPAN-DA

事故発生

1 事故のご連絡

2

夜間・休日の場合

①事故が発生したら…、事故サポートセンターまたは、ご契約された代理店にご連絡をいただけます。

私たちは24時間365日稼働するコールセンターとして、たくさんのお客様の事故連絡を受け付けています。

日頃からお客さまの真の要望をつかみ、必ず不安を解消しようという気持ちで対応しています。事故サポートセンターの「耳ではなく心で聴き、言葉でなく心を伝えます」という行動指針のもと、これからもお客さまに『まごころ』を届けます。



事故サポートセンター東京
久保田 薫

● 夜間・休日の初動対応



お客さま事故サポート部
東京サポート第二課
江頭 浩平

事故にあわれたお客さまにいち早く安心していただくため、夜間・休日の初動対応はとにかく迅速に行うことを心がけています。

『いま、何にお困りで、何が必要か』、お客さまの気持ちを汲み取り、不安を安心に変えられるよう日々努めています。

お客さまへの「24時間初動対応サービス」

- 保険対応の可否判断
- 事故解決のアドバイス
- 代車の手配
- 修理工場のご紹介
- 修理工場への連絡
- 病院への連絡

相手方への「24時間初動対応サービス」

- 事故受付の連絡
- 修理工場への連絡
- 病院への連絡
- 代車の手配

※24時間初動対応サービスは事故受付後にお客さまのご要望に応じて実施します。



事故発生からお支払いまで、SCクレド(P.5)を実践し、お客さまの期待に応える対応を目指しています。

担当者からのご連絡

③ 損害の調査・ご相談

④ 解決のご案内

⑤ 保険金のお支払い

②受付後、担当者から、お客さまにご連絡し、今後の流れをご案内いたします。

④損害額が決定しましたら、お客さまにご報告のうえ、お支払いのお手続きを進めます。

「お客さまの期待に全力で応えること、それこそが私たちの使命です。」

これは私たちの行動指針であるSCクレドの一文です。お客さまへの対応、説明、報告、提案、行動などにおいてお客さまの期待を上回ることができるよう心がけています。

お客さまに最適な解決方法をご提案し、そのとおりの解決ができるよう最善を尽くします。



神奈川保険金サービス部 横浜保険金サービス第一課
中川 瑛理

③損害調査の専門員が、事故車両の損害を確認します。

お客さまの自動車を確認させていただき、修理工場と修理方法や損害額の打合せを行う損害調査担当をしています。

自動車に対する事故衝撃力の方向や損害の状態から事故状況をイメージし、その情報を社内で共有することで相手方との交渉に役立てるなど、お客さまのあらゆるニーズに応えることを意識し業務に取り組んでいます。



大阪自動車保険金サービス部 大阪車両保険金サービス課
池田 卓也

代理店インタビュー

「現場駆けつけ」が大きな信頼の鍵



茨城南支店古河支社
有限会社並木保険企画
取締役会長
並木 義雄

Q.事故のときはどのような対応をしていますか？

お客さまのために事故現場に駆けつけることが重要だと思っています。お客さまには、事故の際の連絡先として代理店事務所の電話番号、あるいは、緊急連絡先として社員の携帯番号をお伝えしています。困ったときの保険ですから、事故現場の状況をお客さまと一緒に把握して、お客さまのお話を伺い、お客さまに安心していただきたいですね。

Q.保険金の支払いまでは、どのような対応をしていますか？

自動車保険を使うと、翌年の保険料が高くなる場合があります。お客さまの保険料に関わることなので、修理の見積もり結果を確認しながら、保険を使うか使わないか、お客さまにとって最善の方法を考えながらしっかりと説明させていただきます。

Q.今後の抱負をお聞かせください。

一人ひとりのお客さまのご意向やお気持ちに寄り添い、「事故で並木さんのところなら安心だね」と思ってもらえるよう、これからも社員全員がお客さま第一・事故対応第一を徹底していきます。



お客さま対応力向上に向けた取組み

社員一人ひとりが、すべてのお客さまとの接点において、徹底したお客さま視点を醸成し、さまざまなご期待に応えられるよう、社内での教育に取り組んでいます。

1 障がい者・高齢者等に対する配慮

(1) 障害者差別解消法への対応

2016年4月1日施行の「障害者差別解消法※」も踏まえ、ご契約手続きや保険金のお支払い時など各プロセスで配慮すべき内容、店舗などの物理的環境の見直しなどについて、全社的な取組みを展開するとともに、社員向けセミナーを開催し、一人ひとりが理解し、行動できる社員の育成に取り組んでいます。

※この法律は、障がいのある人もない人も、互いに、その人らしさを認め合いながら、共に生きる社会をつくることを目指しています。障がいを理由とした不当な差別的取扱いが禁止され、障がい者に対する合理的配慮が求められます。



耳マークの設置
(本社ビルなどで設置しています。)

(2) 認知症サポーター養成講座の開催

これからの超高齢社会に向け、「認知症」について正しく理解し、ご高齢のお客さまにより一層の安心をお届けするため、「認知症サポーター」の育成に取り組んでいます。



本社ビルでの認知症サポーター養成講座

(3) ヘルプマークの理解促進

東京都福祉保健局から講師をお招きし、本社ビル(東京都新宿区)において、当社社員向けに「ヘルプマーク※」の意義やヘルプマークの具体的な活用エピソードなどを紹介していただき、社員への周知、理解促進につなげています。

※「ヘルプマーク」は、東京都が内部障害や難病の方など外見からわからなくても援助や配慮を必要としている方々が、周囲の方に配慮を必要としていることを知らせることで、援助を得やすくなるように作成したマークです。



2 「お客さまの声」に関する社員・代理店への研修

当社では、「お客さまの声」に対する基本理念・対応方針の周知徹底を図るため、お寄せいただいた「お客さまの声」をもとに、よりお客さまの立場に立った対応ができるよう、社員および代理店向けの研修を行っています。



代理店への研修

「お客さまの声白書2016」に対する第三者意見



公益社団法人
全国消費生活相談員協会
理事長
吉川 萬里子 氏

『変わりゆくいかなる時代においても、お客さまの変化を見つめ、社員・代理店自身が絶えず進化し、すべてのお客さまの「安心・安全・健康」を最高品質の商品・サービスで支え、社会に貢献してまいります』との西澤社長のごあいさつに始まるお客さまの声白書です。

災害や事故へのまさかの備えとして消費者は保険をかけています。そのまさかが今年4月に九州に起きてしまいました。そして、そのまさかへの対応が「熊本地震に対する取組み」に記されています。なかでも寄せられたお客さまの声として、素早い対応への感謝の声とともに「被災後すぐに連絡したが調査までに時間がかかり不安だった」との不満の声が寄せられているのは、気がかりです。震災という異常事態の中だからこそ、「1日も早く不安な気持ちを取り除いてあげることが、いつも以上に求められている」ということを肝に銘じて関係者は対応してほしいものだと思います。

一方で震災対応を行った社員が「あなたが来てくれて立ち直ることができました」とお客さまに言われたことも報告しています。これは「第1章 私たちの目指す姿」で、保険金サービス課でお客さまに接する「心のあり方」「行動のあり方」を明確にした「SCクレド」が社員によって実践され、消費者が社員に寄せた信頼から出た言葉だとうれしく読ませていただきました。

「第2章 お客さまの声を起点とした取組み」では、さまざまな視点からの取組みが紹介されています。2015年度のお客さまから寄せられた声は約214万件、2014年度は226万件でしたから、5%ほど減っています。苦情件数も11万件から10万件に減っています。

2015年度の苦情件数10万件が全体の声に占める割合5%は2014年度と同じです。苦情件数を少しでも減少させる努力をしてほしい。そんな思いで不満の声の受付件数内訳(P.10)を見てみました。募集業務や契約管理業務などにわけられている項目の中から、「説明不足・誤り」だけを取り出し集計してみると27,842件で、全苦情の27.6%となっています。これらの「誤り」は単なる担当者のケアレスミスだったのか、あるいはシステムがまずいために起こしてしまった誤りなのか、前者の場合は担当者一人ひとりが注意を払うようにすれば防ぐことができます。後者についてはさらなる分析・検証が必要になり、再発防止のためにシステム等の改善につなげることが必要と考えます。

さらに、お客さまの声214万件のうち、問い合わせや相談は204万件、問い合わせや相談(感謝の声もちろん)は不満の声ではないのですが、業務のプロである保険会社の方にとって、通常当たり前とされているようなことが、実は一般の人にはわからないこととして、問い合わせや相談として寄せられている内容が多いのではないかと、あるいは同じような問い合わせが多く寄せられているとしたら、そうした問い合わせが寄せられないように業務の改善が必要ではないのかなど、ある種のお客さまの不満の声と捉えて、お客さま視点で会社がいろいろなことを考える基礎となる情報と言えるでしょう。

だからこそ損保ジャパン日本興亜のお客さまの声を活かす仕組み(P.7)に図示されているように、声を活かすために重要な役割を担う部署として「業務品質部」が設置されているのでしょうか。「最もお客さまに支持される損害保険会社」であるための要として「業務品質部」の業務がさらに重視されることを願っています。

「第3章 お客さまの期待に応える会社を目指して」では、事故の発生から保険金支払までの手続きの流れが具体的な事例とともに図示されていてわかりやすいです。

「第4章 お客さま対応力向上に向けた取組み」として、社員が「安心・安全・健康」に係る勉強をするベースになるものとして、障がい者・高齢者等社会的弱者への配慮の学びの機会等を社員に提供していることを伝えています。こうしたことは個人の努力で身につけるものとはいえ、会社として学ぶ機会を提供することは大切なことと感じています。西澤社長のごあいさつ『すべてのお客さまの「安心・安全・健康」を最高品質の商品・サービスで支え、社会に貢献してまいります』の裏付けともなっている会社の姿勢ということになるのでしょうか。

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」となる。主として、全国の自治体等の消費生活相談窓口にて、相談業務などを担っている消費生活相談員を主な構成員とする団体で、消費者被害の救済を図り、広く消費者被害の未然防止、拡大防止のために活動している。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る。

各種お問い合わせ窓口

商品・お手続きなどに
関するお問い合わせ窓口

カスタマーセンター

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)

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(お客さま相談室内)

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)

ウェブサイト上での
お問い合わせ窓口

損保ジャパン日本興亜 公式ウェブサイト

<http://www.sjnk.co.jp/contact/>

「お問い合わせ」画面内「お問い合わせフォーム」

「お問い合わせフォーム」にて商品・
お手続きに関するご相談を承って
います。



損害保険ジャパン日本興亜株式会社

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



見やすいデザイン
UCDA
第三者認証
151608002(1)

この小冊子は、一般社団法人 ユニバーサル コミュニケーション
デザイン協会が、第三者の公正な審査を経て、ユーザーにとって
見やすく配慮されたデザインであると認証したものです。

※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。

2016年9月発行

(16080082) 401622-0300