



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 2018



「最もお客さまに支持される損害保険会社」を目指して

日頃より、皆さまのご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。

2017年度は国内外において数多くの自然災害が発生しました。また、2018年度に入りましても、大阪府北部を震源とする地震や西日本を中心とした「平成30年7月豪雨」により、各地で甚大な被害がもたらされました。お亡くなりになられた方々に謹んで哀悼の意を表しますとともに、被害を受けられた皆さまに心からお見舞い申し上げます。

SOMPOホールディングスグループは、「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。グループの中核会社である当社は、グループ経営理念に基づき、「お客さまの声」を商品・サービス・業務運営の向上を図るための最重要情報として明確に位置付け、「最もお客さまに支持される損害保険会社」の実現を目指して取り組んでおります。

また、2018年6月には、徹底してお客さまの立場で考える意識や行動の一層の定着を図るため、昨年度策定した「お客さま本位の業務運営方針」を改定し、定着状況を図るための指標を新たに設定しました。これにより、当社の取組みに対する各ステークホルダーからの評価を迅速・適切に把握し、さらなる品質向上につなげる体制を構築してまいります。

今、世界では「第4次産業革命」とも呼ばれるIoT、ビッグデータ、ロボット、人工知能(AI)等による技術革新が、従来にないスピードとインパクトで進行し、当社を取り巻く経営環境も急激に変化しています。このような時代の変化とともに多様化するお客さまのご要望等にお応えし、「お客さま重視・現場主義」の姿勢で社員・代理店一人ひとりがお客さまの立場で考え抜き、お客さまのご期待を上回る満足をご提供できるよう、引き続きさらなる努力を続けてまいります。

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。

2018年8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



「お客様の声白書」について

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「お客様の声」ととらえています。

「お客様の声白書」は、2007年度から毎年発行し、ビジネスパートナーである代理店および社員の「お客さまへの想い」をご紹介します。

私たちは、発行以来、本白書を通して「お客様の声」を真摯に受け止め、商品やサービスの改善をお伝えし、ご理解いただけるよう努めてまいりました。

今後も、さらに多くのお客さまの声をしっかり受け止め、より一層、商品・サービスの改善を行っていくことで、「最もお客さまに支持される損害保険会社」を目指します。

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、すべ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

特集	座談会「徹底してお客さまの立場で考える意識と行動の定着」	P.3
第1章	お客様の声を起点とした取組み	P.7
第2章	最高品質の商品・サービスの提供を目指して	P.15
第3章	徹底したお客さま視点に向けた取組み	P.22
	「お客様の声白書 2018」に対する第三者意見	P.26

[特集]

座談会「徹底してお客さまの立場で考える意識と行動の定着」

「徹底してお客さまの立場で考える意識と行動の定着」をテーマとし、近年増加している大震災や大型台風など広域災害を中心に、それぞれの立場から実際の対応内容や意見などをいただきます。



[出席者].....

- 消費者代表
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**
(同協会のご紹介はP.24に掲載しています)
- 代理店
熊本支店熊本第二支社
有限会社 ひまわり総合保険企画
代表取締役 **米満 哲矢**
- 保険金サービス部門
本店企業保険金サービス部
本店火災新種保険金サービス第二課
兼坂 仁
- 商品開発部門
リテール商品業務部
商品開発グループ
上月 涼平
- 営業部門
熊本支店熊本第二支社
原田 敦史

広域災害への対応について

—— 広域災害が増加している中で損害保険会社への期待役割は大きなものになっています。現場でのお客さま対応について教えてください。

兼坂 入社した年に、阪神・淡路大震災が発生し、迅速な保険金支払いに向けて、応援に行きました。その後、仙台での東日本大震災対応に至るまで、多数の災害対策本部の立ち上げと対応をしてきました。それらの経験が熊本地震での対応に



兼坂 仁

も活かされました。全国から熊本に派遣された応援社員に対して「お客さまに寄り添った対応で、一日でも早くお客さまに保険金をお届けし、お客さまに安心していただく」ことが災害対策本部の使命であると何度も説明しました。社員一人ひとりの応援経験が会社の財産として、お客さま対応におけるマインドや文化となり、今のSCクレド※(詳細はP.15参照)につながっているのだと思います。

増田 部門を問わず、広域災害に対して、会社が一丸となって対応していることは、保険会社の社会的な使命を果たすだけでなく、社員一人ひとりの貴重な経験となり、その後のお客さまの立場で考える意識と行動につながっているのだと思います。

—— 代理店としてどのような対応をされましたでしょうか。

米満 熊本地震での最初の前震時に、お客さまからどうしたらいいかという相談を多数受けました。受付簿を作成し、事故連絡内容をきちんとお聞



米満 哲矢

きしたうえで、後日現場調査になることを伝え、お客さまに安心していただきました。少し動けるようになった際、事故受付順に、地域別に選別しながら効率よく鑑定人と一緒にお客さま対応できたのが良かったと思っています。東日本震災後、地震保険を普及させ、当代理店でのお客さまの地震保険への加入割合は約9割、また家財への地震保険付帯率も上がりました。実際の損害は、一部損壊が多く、支払われた保険金では建物の復旧には金額が足りないが、家財の保険金を合算すると、ある程度建物を復旧できたというケースもあり、それが一番お客さまにご満足いただけたと思います。今後も経験を活かしながら地震保険の加入に向けて、普及活動をしていかなければならないと思っています。

増田 お客さまの経済力や家のあり方など、何に重点を置いているのかよく聴取して、その方に合った提案をすることで納得感が得られて契約につながっているのですね。



増田 悦子氏

米満 鑑定人の現場調査に私どもも同行し、お手伝いをさせていただいたことで感謝の声もいただきました。

増田 顔見知りの方がいることで、心をほぐしながら、話をさせていただくのは大事なことだと思います。専門家がいて、なおかつ米満さんが行かれたことで初めて信頼が生まれるのだらうと思います。

米満 反省点としては、高齢のお客さまに緊急連絡先を聞いていましたが、避難されていて連絡がつか

ない方が多かったです。そういった方に今後は、ご本人以外の複数の連絡先も確認するようにしていく必要があると考えています。

—— 原田さん、営業店として工夫した点を教えてください。

原田 一日でも一件でも早くお客さまに保険金をお支払いすることを大前提とし、営業活動をストップして、動きました。営業店、保険金サービス拠点（保険金お支払い部門）、代理店といったそれぞれの立場で、「お客さまのために何ができるか」を考え行動していました。今回の経験から、防災の周知活動が保険会社の使命であり、営業の真骨頂だと考えました。

熊本支店では県庁の防災課とタイアップしてさまざまな商品の開発や保険のご案内をしています。防災グッズと地震保険の案内チラシを、代理店と協力して市内で配布するといった活動もしています。

増田 営業活動を一時的にストップした対応はお客さま本位の業務運営につながっていて、何が大事かということを理解されたうえでの行動だと思います。消費者教育の中でも防災意識はすごく重要だと思っています。行政だけではできないのでぜひご協力いただきたいと思います。



お客さまの声を反映した 商品・サービスの開発について

—— 「防災」というワードが出てきましたので、当社が最近開発した「ハザードマップ」の背景やきっかけについて説明してください。

上月 パンフレットなどを活用した募集だけでは、お客さまにとって不十分ではないかと思っていました。お住まいの地域のリスクを示し、お客さまにとって最適な補償をご提案するのが本来のコンサルティングではないかと考え、ハザードマップツールを開発しました。（詳細はP.11参照）



お客さまがどのような内容の火災保険に入っていられるか、あるいはどのような保険が必要なのか、ご存じない方が多いと感じており、万一の時の請求漏れを防ぐ意味でも、営業ツールで可視化して、防災や火災保険の理解を深められることを期待しています。

米満 さまざまなリスクの説明をする際、利用しています。

増田 営業ツールとしてしっかり説明、注意喚起していただければ、周知徹底につながる素晴らしいツールだと思いました。

—— 増田さま、消費者の視点から、当社の取組みについて今後の課題も含めて、ご意見やアドバイスをお願いします。

増田 震災対応は、私たちが想像する以上の行動力だったのだと思います。かつ実行し、成果もあげられています。消費生活センターにも地震発生時にはたくさんの相談が寄せられますが、保険の相談自体は少ないです。保険会社に対する信頼が厚くなってきているのではないかと感じています。商品、サービスの提供がお客さまの利益のためであるということをしっかり認識していただいて、お客さまのニーズに対応する提供を続けていただきたいです。

—— 次に、新しいサービスの「ポータブルスマイリングロード」「ドライビング!」について説明してください。



上月 涼平

上月 お客さまの事故防止として、「ポータブルスマイリングロード」というサービスを提供しています。これは、安全運転支援サービスを手軽にご利用いただくスマートフォンのカーナビアプリです。アプリ上で、安全運転診断の他、代理店や保険会社に自動で事故の発生を連絡できる「万一の時」に備えた機能を強化したサービスです。また、主に高齢者などスマートフォンを使用していない方向けには、「ドライビング!」というドライブレコーダーを活用した安全運転支援サービスを開発しました。(詳細はP.10参照)



—— このような商品やサービスについて、どのような活用方法があると思いますか。

米満 サービスの1つ「ドライバー診断」が、代理店に通知が届くと運転の状況をお客さまにアドバイスができ、高齢者の方の免許返納のタイミングも判断できるのではないかと思います。

—— 増田さま、お気づきの点やアドバイスなどお願いします。

増田 今、まさに必要とされている内容だと思っています。地方では、日常の生活の中で車が手放せない方も多いため、保険会社はこのようなサービスを作り、それを適切な説明で販売していただくことで、お客さまの安全を守っていただきたいと思っています。最近、高齢者でもスマートフォンを使用する方が増えてきています。高齢者の場合は、さまざまな場面でフォローする必要がありますので、お客さまの意見をよく聞いて、商品・サービスの開発・改善を進めてほしいです。

高齢化社会のかかわり

—— 高齢者の方々への対応が大きな課題になっています。それぞれの立場でどのような対応をされていますか。



米満 高齢化社会は、地域の課題でもあり当代理店の課題でもあります。私どものお客さまは、年齢別で見ると70歳以上が21%を占めており、「高齢者対応方針」を定めています。例えば70歳以上の方の契約は保険商品の種類を問わず全件、「募集状況記録票」を残すようにしています。基本的には対面募集と、可能であればご家族の方などに同席をお願いしたり、複数回のご説明や、証券到着時に再度内容をご確認するといった対応をしています。

原田 高齢のお客さまの対応は、まず第一に記録をとること、ご家族の方などに同席をお願いすることを各代理店に強くお伝えしています。日頃から、ご家族の方に同席していただいたり、コンタクトを取っておくことで、万が一、災害が発生した際にスムーズな連携が図れると思っています。



兼坂 最近の課題は、国民生活センターが注意喚起している「火災保険が使える」と誘う住宅修理契約トラブルです。台風・雪災や地震の保険金請求時に多く発生しており、被害者の多くが60歳以上



の方です。当社は、住宅修理契約トラブルからお客さまをお守りするために、消費生活センター・警察などの関係機関、顧問弁護士や代理店と連携し、お客さまをサポートしています。

増田 高齢者の対応で大切なのは、対面で表情を確認し、記録を十分に残すことだと思います。災害発生時、悪質商法に利用されることがあります。行政側からも情報発信はしていますが、ぜひ、保険会社や代理店の皆さまには力を貸してほしいと思います。お客さまに周知していただくと同時に、行政に連絡をしていただいて連携して対応することが必要だと思います。



—— 最後に当社に期待することなどを、増田さま、米満さまからお聞かせください。

米満 台風や地震などの広域災害が発生すると、私ども代理店は、お客さまに向けて保険金お支払いに関するご案内をいち早く郵送したいと思っています。しかしながら、発生直後はお客さまのご自宅に出向くなど日々の対応に追われ、後手後手になることが多いのが実態です。例えば、台風の場合は「火災保険」のお客さまだけに一斉にご案内を郵送するツールがあれば良いと思います。

増田 米満さまの代理店としての対応は、素晴らしい事例だと思います。保険は良い商品やサービスがあっても、お客さまと接する代理店の方々の力によるところが大きいと思います。ぜひ、こういう好事例を全国で共有し、保険会社は代理店の方々の育成やご指導にあたっていただきたいと思っています。

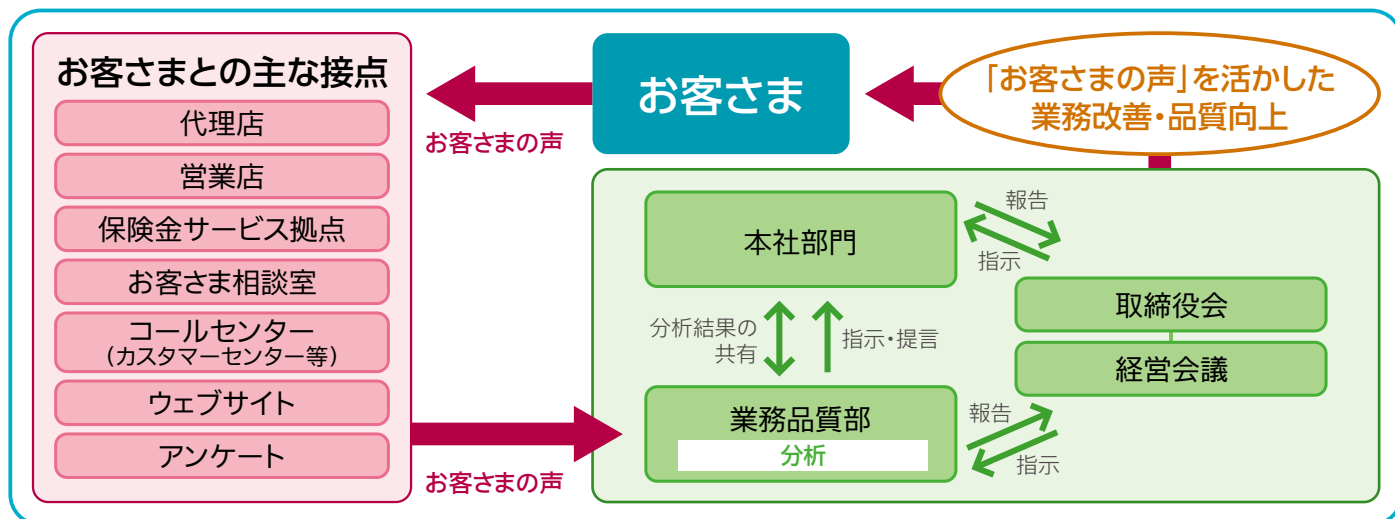
—— 本日はありがとうございました。将来を見据えながら、より一層お客さまの声を傾聴することで、「最もお客さまに支持される損害保険会社」を目指し、今後も商品・サービスの開発・改善に努めてまいります。

第1章

“お客さまの声を起点とした取組み”

お客さまの声を活かす仕組み

私たちは、あらゆる機会に「お客さまの声」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、たくさんのお客さまからお寄せいただいた大切な「お客さまの声」を業務改善・品質向上に活かす仕組みを構築し、継続的に強化しています。



お客さまの声の受け止め

当社は、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して寄せられたお客さまからの声を真摯に受け止め、迅速かつ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、お客さま対応を行っています。

お客さまのご要望に耳を傾ける ～お客さま相談室～

お客さま相談室には、全国からお客さま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さまの声を会社の代表として傾聴し、どうすればお客さまのご要望に沿った対応ができるのかを考えながら、全国の営業店、保険金サービス課へお客さまのご要望を速やかに伝え、対応を指示しています。また、お客さまの声から把握された課題について、本社所管部門へ再発防止策の検討を指示するなど、問題の根本的な解決に向けて取り組んでいます。これからもお客さま相談室全員でお客さまの声に真摯に向き合っていきます。



お客さま相談室の風景

お客さまへの感動体験のご提供 ～カスタマーセンター～

私たちの運営するコールセンターでは、年間約90万件の入電があり、自動車保険や海外旅行保険等、多種目に渡る保険のお問い合わせに対応しています。コールセンターではお客さまの声を品質向上に反映できるよう、昨年からお客さまアンケートを導入しています。いただいた評価やコメントから、これまで以上にお客さま視点で品質改善に向き合い、「お客さまの期待を上回るサービスとは何か」を追求していきます。



カスタマーコミュニケーション企画部
荻窪コールセンター室
古嶋 雅之 松瀬 仁志



お客様の声からの改善・対応事例

お客様の声をもとに改善・対応した商品やサービスの事例の一部をご紹介します。

改善・対応事例

1

『新・海外旅行保険【off! (オフ)】』のキャッシュレス治療サービス



『新・海外旅行保険【off! (オフ)】』に加入したが、契約書を持参・提示しないとキャッシュレス治療サービスを受けられない。

改善

海外旅行保険は直前でのお申込みが多いことから、契約書が届かない、プリンターを所有していない場合はどうしたらよいのか、というお問い合わせが多く寄せられます。

保険契約証や契約確認書が手元にない場合、原則、キャッシュレス治療サービスはご利用できませんが、2017年10月から契約成立時に表示された契約確認書をスマートフォン等で保存した画面メモ（スクリーンショット）でキャッシュレス治療サービスを受けられるようにしました。

なお、キャッシュレス治療サービスを利用される場合は、病院へ行かれる前に「海外メディカルヘルプライン」へのご連絡が必要となります。



改善・対応事例

2

自転車運転中の賠償事故の補償



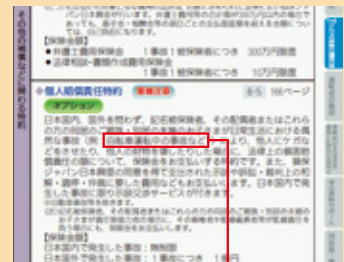
自転車事故が補償されるか何を見てもわからない。

改善

自動車保険などに任意で付帯できる個人賠償責任特約で、自転車運転中の賠償事故が補償されます。

自転車運転中の賠償責任保険の加入が、多くの自治体で条例化されたことに伴い、「自転車事故を補償する保険に加入していることを証明する必要があるが、はっきりと記載されている箇所がわからない」というお客様の声を多くいただいていた。

2018年1月から証券に同封する『THE クルマの保険』のご契約のしおりに、自転車運転中の賠償事故を補償することを記載しました。



「自転車事故を含む」と記載

改善・対応
事例
3

聴覚障がいをお持ちのお客さまに対する対応



自動車事故の時はコールセンターに連絡をしたいが、手話で受付ができるようにしてほしい。

改善

2017年9月1日から聴覚・発話障がいを持つお客さまへの自動車事故対応サービス向上のため、手話通訳サービスを利用した事故の受付・初動対応※を事故受付サポートセンターにて、開始しました。

※事故受付後の保険対応の可否判断、事故解決のアドバイス、代車の手配、病院や相手方への連絡などをいい、当社では24時間365日実施しています。

手話対応は、午前8時から午後9時まで（年中無休）受け付けています。

改善・対応
事例
4

同性パートナーの補償



同性パートナーも配偶者と同様に補償を受けられるようにしてほしい。

改善

LGBT※など性的少数者の権利尊重に対する社会的関心・要請の高まりをふまえ、2018年1月から自動車保険における「配偶者」の定義を変更し、「同性パートナー」を配偶者として補償対象に含めました。

他の個人向け商品についても、順次対応していく予定です。

※レズビアン（L：女性同性愛者）、ゲイ（G：男性同性愛者）、バイセクシャル（B：両性愛者）、トランスジェンダー（T：性同一性障害を含む生まれた時の体と心の性が一致しない人）の頭文字を取った性的少数者（セクシャルマイノリティ）の総称です。



改善・対応
事例
5

安全運転の取組み



運転に不安があるので客観的に自身の運転内容を診断してほしい。

対応

お客さまがご自身の運転を診断していただくコンテンツとして、2016年1月に安全運転支援カーナビアプリ『ポータブルスマイリングロード』を、2018年1月からは通信機能付きのドライブレコーダーを活用した『ドライビング!』の提供をしています。また、主に初めてお車を購入する方向けには『ポータブルスマイリングロード』の運転診断結果に応じて、自動車保険料の割引を行う『安全運転割引』の提供を開始しました。今後もこれらのサービスを通じて、すべてのドライバーに安心・安全を提供し、“事故のない社会”の実現を目指していきます。

1. 「ドライビング!」(ドラレコ特約)の開発

- 2018年1月から「安全運転支援機能」を搭載した通信機能付き専用ドライブレコーダーにより、運転技術のセルフメンテナンスをサポートする『ドライビング!※』を自動車保険の特約として開発しました。
- 事故の際の衝撃検知を活用した「事故時通報機能」やALSOKと連携した「事故現場駆けつけサービス」も新サービスとして追加しています。

※「ドライブレコーダーによる事故発生時の通知等に関する特約」付帯サービス



左記の運転診断レポートを活用したご高齢のお客さまから、「運転免許証を返納する気づきとなった」との感謝の声をいただきました

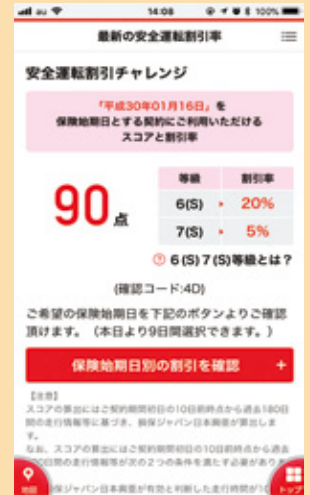
2. スマートフォンアプリと連動した新割引

『安全運転割引』の導入

【国内初】

- スマートフォンアプリ『ポータブルスマイリングロード※』と連動し、運転診断結果に応じて自動車保険料を割引する『安全運転割引』を2018年1月から開始しました。

※万一の事故時にワンタッチで保険代理店や保険会社に連絡する「安心」の機能、運転診断やリアルタイム情報提供など事故防止に役立つ「安全」の機能などを「快適」なナビゲーション機能とともに提供する個人向けのスマートフォン用アプリです。



改善・対応
事例
6

災害への取組み



地震や水災のときの情報をふまえて火災保険に加入したい。

対応

近年の地震や台風等の自然災害の増加を受けたお客さまの災害に対する意識の高まりをふまえ、2018年4月から最新のデジタル技術を活用し、地震発生確率や洪水時の想定浸水深などの自然災害リスクを可視化した、独自の総合的ハザードマップを開発しました。

独自のハザードマップ「THE すまいのハザードマップ」の開発

本ハザードマップは、当社の保険代理店がお客さまへ火災保険・地震保険のご提案をする際などにご提示する情報提供ツールで、タブレットやPCにてご覧いただけます。お客さまがお住まいの地域のハザードマップ表示に加えて、事故例の写真や、支払保険金の事例などを掲載することで、保険を通じて自然災害のリスクを具体的にイメージしていただくことを目指しています。





改善・対応事例
7

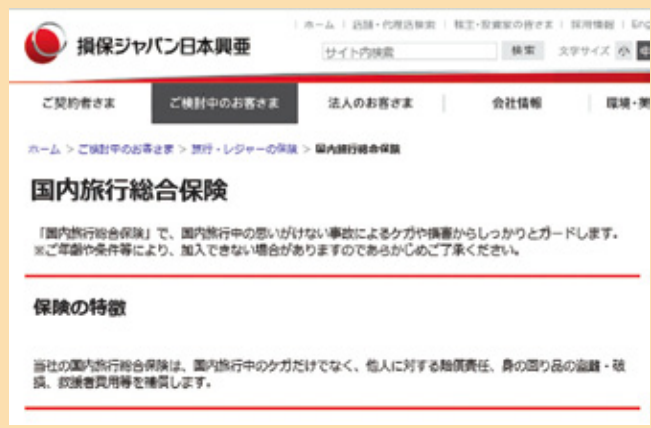
公式ウェブサイトでの掲載商品



公式ウェブサイトに、海外旅行保険だけではなく、国内旅行保険も掲載してほしい。

改善

問い合わせが多く寄せられたことをふまえ、2017年12月から公式ウェブサイトに国内旅行保険の概要を掲載しました。



改善・対応事例
8

個人番号(マイナンバー)の申告方法



積立保険の満期返れい金を請求するにあたり、個人番号(マイナンバー)の申告を求められたが、申告方法がわかりにくい。

改善

2017年12月から申告手順に図式を追加し、わかりやすくしました。

個人番号(マイナンバー)申告手順

ステップ1

① 契約者または受取人さまのご契約情報の表示内容を確認し、②のチェック欄にご記入ください。

ステップ2

③ 「個人番号(マイナンバー)申告書」の必要書類貼付欄に必要書類のコピーを貼付してください。

① 目が「はい」の場合
④ に本人の個人番号(マイナンバー)複製書類※1のコピーを貼付してください。

② 目が「いいえ」の場合
④ に本人の個人番号(マイナンバー)複製書類※1と本人複製書類※2のコピーを貼付してください。

※1: 通知カード(表裏)または個人番号カード(表裏両面)または、個人番号が記載された住民票写し
※2: 運転免許証、パスポート等(個人番号カード(表裏両面)をご提出いただく場合は不要です)

ステップ3

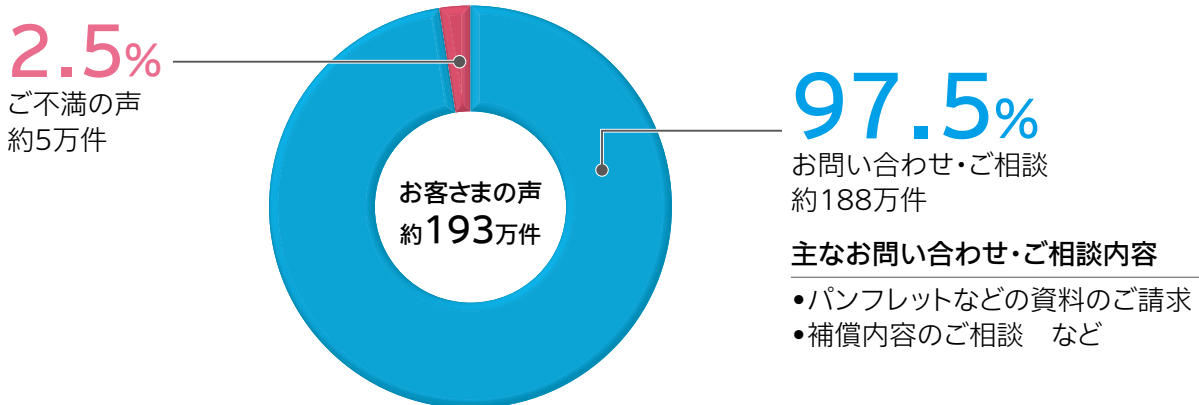
⑤ 「個人番号(マイナンバー)申告書」を専用の返信封筒に入れて期限までにご返送ください。

※しっかりと封がされていることをご確認のうえからご投函ください。

2017年度に寄せられた「お客様の声」

2017年度に代理店・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当社に寄せられた「お客様の声」は、合計で約193万件でした。

■「お客様の声」の内訳



■2017年度 ご不満の声の受付件数内訳

区分	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	1,178	13,241 25.1%
	ご契約の更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの	1,895	
	ご契約の勧誘方法や契約手続きに関するもの	2,877	
	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	3,988	
	ご契約の引受制限に関するもの	177	
	保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの	336	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,184	
	申込書、パンフレットなど帳票に関するもの	385	
	上記以外のご契約の手続きに関するもの	1,221	
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	1,025	16,150 30.6%
	保険料の支払い方法(口座振替など)に関するもの	2,077	
	ご契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの	4,884	
	ご契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの	4,034	
	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	53	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,573	
	上記以外の契約の管理・保全に関するもの	2,504	
	上記以外の契約の管理・保全に関するもの	2,504	
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	2,415	18,163 34.4%
	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	10,953	
	保険金お支払いの判断に関するもの	1,010	
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,913	
	上記以外の保険金支払いに関するもの	1,872	
個人情報	お客様の個人情報に関するもの	215	0.4%
その他	上記以外のもの	4,997	9.5%
合計		52,766	100.0%

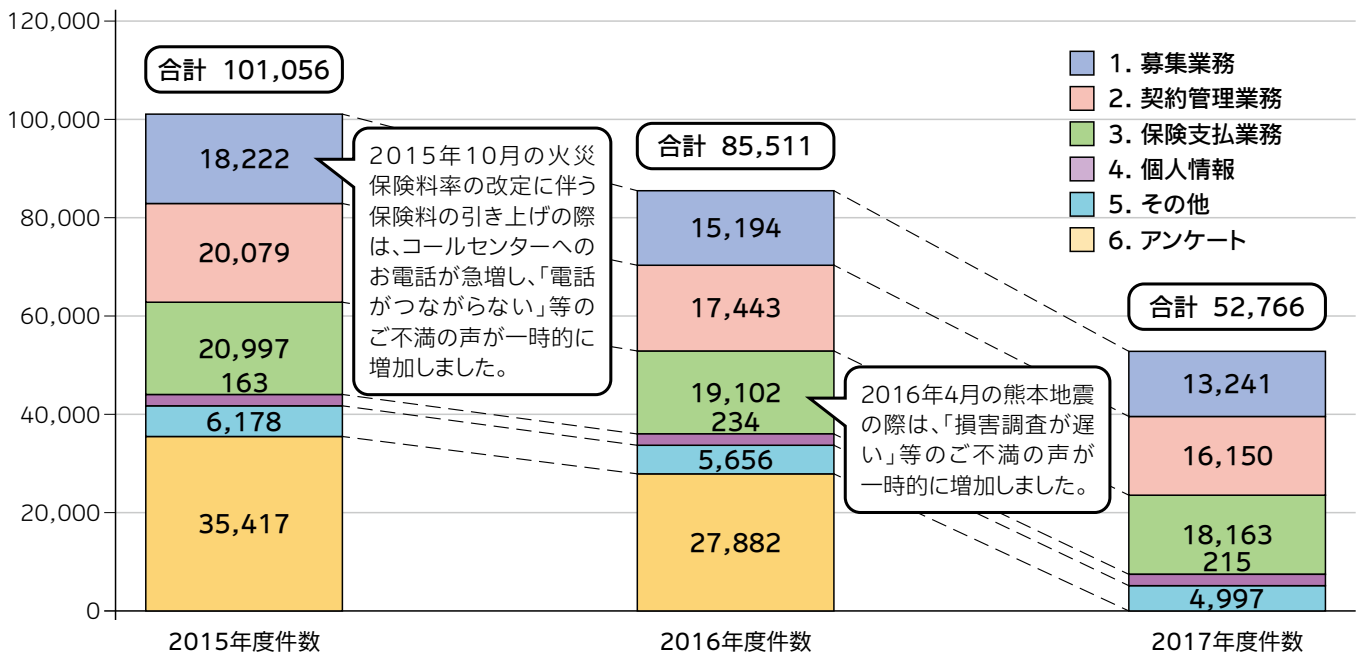


過去3年間のご不満の声の推移

2015年度から2017年度にかけてご不満の声の推移を見ると、次のような特徴があります。

- 2014年9月の合併*に際して増加していたご不満の声の件数は、各種取組の結果、2015年度以降、徐々に減少しています。
- 2017年度は「保険業法改正」に伴い、保険契約時のご意向の把握や情報提供の徹底に向けて取り組みました。また、「お客さまアンケートを活用した品質向上」に取り組んだ結果、募集業務・契約管理業務に関するご不満の声が減少しています。
- なお、2017年度から「お客さまアンケート」でお寄せいただいた声の取り扱いルールを変更したため、ご不満の声の受付総件数は2016年度から大幅に減少しています。

*2014年9月1日に損保ジャパンと日本興亜損保が合併し、現在の「損害保険ジャパン日本興亜株式会社」となりました。



2017年度お客さまアンケート

「お客さまの声」を把握するひとつの方法として、代理店の契約手続きや、保険金のお支払いなど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。お客さまには、はがきやインターネットでご回答いただき、企業活動に活かしています。2017年度は、自動車保険の代理店の契約手続きについては約47万通、保険金のお支払いについては約42万通のアンケートにご回答いただきました。お客さまからいただいたご意見の一部をご紹介します。

自動車保険*の代理店の契約手続きに関するお客さまアンケート



契約手続きでは、いくつかの加入例を示して、一番私に合った保険をすすめてくれ、丁寧で満足度のいく契約でした。(50代・男性)



年に1度の契約更新の時しか連絡が来ず、契約内容も詳しい説明がなかった。更新をする気にならず友人にもすすめたくない。(40代・女性)

※一部対象外のご契約があります。

保険金のお支払いに関するお客さまアンケート



事故があった際、担当者の方から「まかせてください。」と言われ、実際も早期に解決し、とても安心しました。(60代・男性)



事故受付をしてから書類が届かず、こちらから催促をしてようやく到着した。受付したら届くよう改善してほしい。(40代・女性)

※アンケートの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。)

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

「SCクレド」は保険金サービス拠点（SC）で働く社員の、お客さまに接する「心のあり方」「行動のあり方」について述べたものです。事故対応をさせていただき全社員が「SCクレド」を実践し、代理店と連携しながら、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。

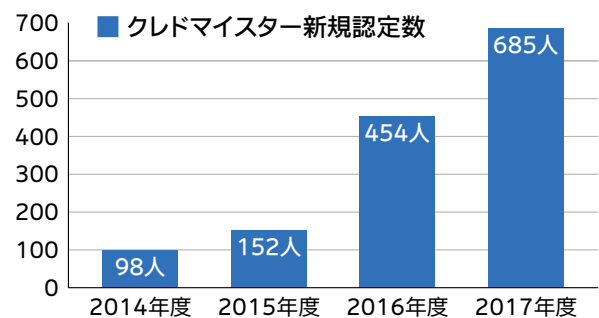
※クレドとは「信条」を意味するラテン語です。



クレドマスター制度

「SCクレド」を実践する保険金サービス部門の社員のなかで、その判断・思考・行動がお客さまや代理店などから高く評価を受けた者を「クレドマスター」として認定し、表彰しています。

クレドマスターの育成・拡大に向け、計画的に取り組んでいます。



保険金サービス課 担当者の声



関東保険金サービス第二部
前橋保険金サービス課
石川 真紀
(クレドマスター 3回獲得)

お客さまに寄り添った迅速・親切・適切な対応をするために

事故に遭われたお客さまへ事故状況やお怪我の状況を確認し、対象になる保険や特約などをわかりやすくご案内いたします。

特に事故直後で不安なお客さまにご安心していただけるよう早めにご連絡をし、事故の状況やお客さまのご意向をお話しいただけるように常に意識しながら対応しています。傾聴や共感の姿勢で対応することでお客さまのご不安が少しでも減り、ご安心していただければと思っています。

事故直後より少し落ち着いたお客さまはその後ご不明点も出てくるので、積極的にお話をうかがい、今後の流れや次回の経過報告のタイミングなどをお知らせしています。

事故の経過報告などはお客さまにお待たせすることがないように迅速な対応をすることでお客さまにご安心していただけるよう心がけています。

不明な点などお客さまからいつでも気軽にご連絡いただける立場で対応できたらと思っています。

「SCクレドの実践」の取組み

課内では事故対応の通話録音の自己／他者チェックを定期的実施しています。他者の通話で良い点を参考にしたり、また指摘された改善点を意識し電話対応の品質向上に努めています。またチーム制で事故対応をしてお客さまの対応や過失交渉の相談をしたりと、サポートしやすい環境作りをし、チームワークでより質の高い対応を目指しています。



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の代理店・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に向けて、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

常にお客さまが求めるものは何かを考えて

千葉支店銚子支社 株式会社アドウェル 代表取締役 渡邊 昇一



■お客さまに安心、喜んでいただける仕組みやツールがあれば教えてください。

日々の活動から上がってきた「お客さまの声」や「ヒヤリハット」の報告書をもとに、毎月1回会議の中で対応策を話し合い、3か月後に改めて検証して、質の高いサービスの提供に努めています。また、お客さまとの信頼関係を深めるために、スタッフ全員のコメントや顔写真を載せた情報誌(アドウェル通信)を年2回発行しています。その中には保険の豆知識や周辺知識を盛り込み、お客さまに保険への理解を深めていただけるよう心がけています。



■「安心行動基準の定着」について、社長の想いをお聞かせください。

地域に密着した顔が見える身近な代理店として、お客さまに寄り添い耳を傾け、適切かつ丁寧なアドバイスを行うことで問題を解決しています。常にお客さまが求めるものは何かを考え「お客さま第一」の視点で行動をし、安心していただけるように努めています。

代理店営業担当者の声

日々お客さまに接する中で、お客さまがどうしてほしいのか、何を望んでいるのかを考えて対応するよう心がけています。それでも、ご満足いただけない場合もでてきます。お客さまからいただいたご不満の声を真摯に受け止め、アドウェル代理店と共に、「なぜご不満が発生したのか?」とPDCAサイクル*を回し、日々の行動を振り返り、また情報提供することで、お客さまに最高のサービスを提供し、地域で選ばれる代理店、保険会社を目指していきます。

千葉支店 銚子支社 鈴木 啓子



*PDCAサイクル:Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)の4段階を繰り返すことによって継続的に改善していく手法。

事故の発生から保険金支払までの手続きの流れ

当社は、事故発生からお支払いまで「SCクレド」を実践し、お客さまのご期待に応える対応を目指しています。
(「SCクレド」についてはP.15をご参照ください)



事故発生

① 事故のご連絡

② 専任担当者からのご連絡

外国語対応の場合

① 事故が発生したら…、ご契約の取扱代理店、または事故サポートセンターにご連絡をいただきます。

お客さまが事故に遭われた際に最初にご連絡いただくセンターとして、24時間365日、多様なニーズに応え、不安なお気持ちに寄り添うことを心がけています。私のやりがいは、お客さまからいただく「ありがとう」と、一緒に働く仲間の存在です。事故サポートセンターの「耳ではなく心で聴き、言葉ではなく心を伝えます」という行動指針のもと、お客さまに『安心と感動』をお届けできるよう全力を尽くします。



事故サポートセンター東京
山田 礼子

② 受付後、お客さまの専任担当者からご連絡し、今後の流れをご案内いたします。

事故受付をした事案について、お客さまを含めた関係先へコンタクトを行い、初動対応から示談解決まで対応します。お客さまの不安をいち早く解消し安心していただくために、お客さまに寄り添う心を持ち、お客さまのためにできることは何かを常に考え、自ら行動するように意識しています。

● 外国語での事故対応

自動車保険の15か国語事故対応サービス



本店自動車保険金サービス部
統括サポート課
森川 健

24時間365日、事故受付および事故受付後の示談交渉・保険金お支払手続きなど全般的な事故対応を通訳オペレーターによる逐次通訳を活用し、15か国語で行います。お客さま(事故の相手方も含みます)・通訳者・担当者が同時に会話することで、日本語を十分に話すことができない方に対しても安心感のある事故対応を行います。

※火災・新種保険についても、15か国語による事故対応を行っています。

統括サポート課外国語チームでは、件数の多い英語・中国語の事案を中心に全国のサポートをしており、私は英語の事案を担当しています。お客さまは、事故に遭ってしまった不安に加えて、言葉が通じないことへの不安も抱えています。できる限り迅速に連絡をし、お客さまの言語で安心をお届けできるよう心掛けています。



③ 損害の調査・ご相談

④ 解決、保険金のご案内

⑤ 保険金のお支払い

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



四国保険金サービス部
高知保険金サービス課
片山 恵

③ 損害調査の専門員が、事故車両の損害を確認します。

お客さまからお伺いした事故状況や、事故現場をふまえて事故車両の損害を確認していきます。
車両の損害額が適正なものかを判断し、お客さまへわかりやすくご説明できることを目指します。
少しでも早く事故が解決できるように、またご期待に応えられる事故対応となるように、これからも日々最善を尽くしていきます。



兵庫保険金サービス部
尼崎保険金サービス課
押場 竜也

代理店 インタビュー

お客さまへの最善な対応で信頼関係を築く



秋田支店秋田支社
(能代営業所)
有限会社安田保険プランナー
代表取締役
清水 証



- **事故のときはどのような対応をしていますか。**
事故現場へほぼ100%駆けつけます。平日は2名体制で、お客さまとお相手の状況確認や写真撮影をスムーズに行い、お客さまにご安心いただけるようにしています。当日行けない場合も後日必ず現場へ出向き、同じ状況で走行し確認しています。
- **事故対応で工夫されていることは？**
冬期間の事故が多い地域なので、どんな場所や状況で事故が多いのかお客さまへ情報提供し、事故減少に努めています。また、事故現場ではお客さまとお相手の方にベンチコートとカイロをお渡しし、和やかに事故対応が進むよう心がけています。今年は「例年に比べ水道管凍結事故が多い」という新聞記事から、お客さまへ確認はがきをお送りし、“知らせてもらえて助かった”とお喜びの声をいただきました。
- **事故対応に対する清水社長の想いをお聞かせください。**
万が一の事故の際にお客さまに最善な対応をすることで、信頼関係が生まれ、信用を得られます。事故対応がスタートだと思って1件1件大事に対応しています。

当社における九州北部豪雨災害に対する取り組み

2017年7月5～6日にかけて、福岡県と大分県を中心とする九州北部で最大24時間降水量が統計開始以来の最大級クラスとなる記録的な集中豪雨が発生しました。

福岡県、大分県の両県では人的被害のほか、家屋の被害は3,130棟にのぼり、水道、電気などのライフライン、道路や鉄道、地域の機関産業である農林業にも甚大な被害が生じました。(総務省消防庁発表 2018年2月22日)

この災害により被害を受けられた皆さまに、心からお見舞い申し上げます。

当社は、代理店とともに全社を挙げて一日も早い保険金のお支払いに向けた取り組みを進めています。

2017年7月6日

対策室設置

7月12日

避難所10か所へ訪問し、事故連絡先を掲示するなど
お問合せの環境の整備を実施

7月13日

ドローンを使用した損害調査を実施

ドローンを活用した損害調査 ～お客さまへ安心をお届けするために～

- 福岡県朝倉市で小型無人機「ドローン」を使用した調査を実施しました。
- ドローンや航空写真を活用することで、道路が寸断された地域の被害状況や被災地域の全体が把握でき、迅速な保険金支払いへとつなげることができました。



ドローンで撮影した被災地の様子

7月16日

避難所へ再訪問。災害支援とともに事故連絡先を再度ご案内

7月18日

被災地域で当社で契約いただいている1,319件のお客さまのうち、
1,277件に対して損害の調査を行い、立ち入り可能な地域全件の調査を完了。

保険金サービス拠点、営業店、代理店が三位一体となり、お客さまに一日でも早く保険金をお届けするという強い使命感のもと、組織力を最大限に発揮した災害対応を行いました。

保険金のお支払い完了状況：2017年8月31日時点 82.2%

災害発生から約8週間で水災・落雷・風災などの被害1,290件中1,060件のお支払いを完了しました。



お客さまからの感謝の声



- 事故連絡をしていないのに調査をしていただき、親切に説明していただきました。保険金が支払われる事案ではなかったのですが、丁寧で親切な対応に感謝しています。
- 損保ジャパン日本興亜は道路も不通なのにドローンで損害を確認してくれて、また営業時間外に電話をかけてくれました。書類も記載することなく7月14日に保険金を支払っていただき感謝しています。

災害対応を行った社員の声



被災直後は、自衛隊や救急隊員の方が懸命に作業をする中で、住民の方々も、ご自宅を罹災されているにもかかわらず、地域の道路や排水溝や学校・公民館などの泥除去を住民総出で作業されており、我々にも「ご苦労さまです」「こんにちは」と声をかけていただきました。避難所の方々も一致団結して整然と共同生活をされており、地域住民の方々の強さと美しさを再認識いたしました。保険の真価が試される局面で、保険だからできることを追求し、「何のために、誰のために」という原点に戻ることができたことを感謝しています。

九州保険金サービス第一部 福岡火災新種保険金サービス第一課 課長 **伊藤 学**
(現：中部保険金サービス第一部 愛知火災新種保険サービス第一課)



被災されたお客さまの中には、生活基盤だけではなくご家族を亡くされた方、行方不明のご家族を捜索されている方々もいらっしゃいました。被災者の方々の生の声をお聞きすると、胸が詰まる思いでしたが、この思いと同時にお客さまに一日でも早く保険金をお届けしなければならぬと強い使命感を感じながら関係者一丸となって取り組んでまいりました。その結果、過去事例に比べて早いスピードでお客さまに保険金をお届けすることができ、感謝とともに驚きの言葉をいただくことができました。今後も損害保険会社としての役割と使命感を忘れることなく業務に取り組んでまいります。

九州保険金サービス第一部 福岡火災新種保険金サービス第一課 **齊藤 弘和**



被災して間もないお客さまにとって、当社が行う損害調査が一方的な押し付けとならないよう、立ち入り可能な地域であっても今このときにお客さまのご自宅に伺うことが適切なのか、損害調査を実施する中で周辺の被災状況も確認し、日々調査地域を広げていきました。災害対策本部では損害調査員をはじめ、それぞれに役割がありましたが、お客さまに一日でも早く保険金をお届けするという共通の使命をもって対応していました。損害保険に携わる者として、私自身この使命を今後も見失わないようにしていきたいです。

九州保険金サービス第一部 福岡火災新種保険金サービス第二課 **坂口 正芳**

当社代理店における台風災害時の対応 ～高知～

台風21号が日本列島に接近、通過した10月21～23日にかけての降水量が近畿地方や東海地方を中心に500ミリを超える記録的な大雨となりました。また四国、近畿、関東地方では、強風による被害が報告されました。(気象庁発表 2017年10月25日)

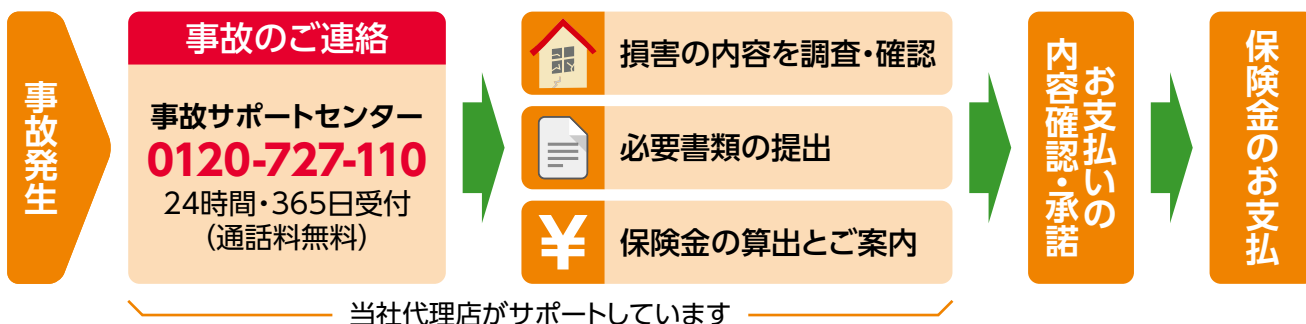
この災害により被害を受けられた皆さまに、ここからお見舞いを申し上げます。

台風災害における、代理店、保険金サービス拠点、営業店が一体となった、一日も早い保険金のお支払いに向けた取組みを紹介します。



事故発生からお支払いまでの流れ

落雷、台風、盗難などによる被害は契約によりますが、火災保険によりお支払いします。事故が発生した場合は必ず当社または、代理店までご相談ください。



代理店 インタビュー

私たち代理店が事故や災害時の心配を払拭したい

高知支店 高知支社 有限会社上岡保険事務所 代表取締役 **上岡 賢二**

■ 災害時における保険会社との連携について教えてください。

台風など大きな事故の際は、多くの事故連絡があり混乱する場面が多々ありますが、支払いを担当する保険金サービス拠点、営業店、私たち代理店がお客さま対応に向けて三位一体になって動けることに非常に力強さを感じています。

■ 災害時におけるお客さま対応について社長の想いをお聞かせください。

万が一の事故の際は、事故の途中経過など、代理店からお客さまへお伝えすることで事故や災害時の心配を払拭したいです。

お客さまからの相談や心配事を一つ一つ解決し、「この代理店さんで保険に入っていてよかった。」と思っただけのように取り組んでいます。



営業担当者の声



台風の被害が膨大な件数であったこともあり、お客さまから連絡をいただくのではなく、当社代理店からお客さまにコンタクトをさせていただきました。

お客さまに選ばれる代理店となるために、募集時の対応品質だけでなく、事故時の対応品質も併せて高め、代理店の皆さんが積極的にお客さまに寄り添った対応を行えるよう取り組んでいます。

高知支店 高知支社 **滝田 真二**

第3章

“徹底したお客さま視点に向けた取組み”

当社は、社員一人ひとりが、すべてのお客さま接点において、「徹底してお客さまの立場で考える意識や行動の定着」の一環として、社員向けセミナーの開催や資格取得推進などを行っています。

1 社員向けセミナーによる意識醸成

2018年1月に、外部講師により「消費者行政の立場からみる消費者志向経営とは」、「競争戦略としての『顧客本位の業務運営』」の2つをテーマにセミナーを開催し、約300名が参加しました。

セミナーの様子は、動画で社内配信し、社員・代理店の研修資料として活用しています。



セミナーの様子

2 品質向上コンテストの実施

- 社員の意識醸成の取組みの一環として、徹底してお客さま視点で考え、行動した社員の取組みを表彰する「品質向上コンテスト」を2016年度から実施しています。
- 2017年度は508チームがエントリーし、そのうち「お客さまの声」をより多く聞くための工夫をした取組みなど83件がコンテストの入賞を果たしました。



表彰状

3 障がい者・高齢者への配慮

当社は、2016年4月の「障害者差別解消法」の施行を契機として「障害者差別解消法対応ハンドブック」を策定し、障がいのあるお客さまに配慮ある寄り添った対応を推進しています。

2018年4月には「耳マーク※」を、全国の営業店や保険金サービス拠点などのお客さま受付カウンターに配置するとともに、外部講師による研修会やeラーニング講座などにより、社員の意識醸成につなげています。

※「耳マーク」とは

聴覚に障がいのある方が誤解されたり、危険な目にあったりしないように「耳が不自由です」という自己表示をするために考案されたものです。



耳マーク

4 「消費生活アドバイザー※」資格取得の推進

社員一人ひとりが、お客さま視点を養うための一助として「消費生活アドバイザー資格」の取得を推進しています。有資格者は、当社の制度や仕組み・事務処理等にお客さま視点で提言し、改善につなげています。



外部講師による講座の様子



昼休みを活用した職場勉強会

〈消費生活アドバイザーの取組み紹介〉

名古屋自動車開発部
吉川 和希

2015年度に、消費生活アドバイザー資格を取得し、NACS（※P.24参照）中部支部の会員になりました。

地域に役立つ活動の一環として、NACS中部支部に同会員向けの「認知症サポーター養成講座」開催を提案し、2018年6月に実施しました。日頃から社会にアンテナを高く持っていたと考えており、社内で開催された同講座を受けて、認知症を取り巻く環境を理解したことがきっかけです。

開催にあたり、当社グループ会社（SOMPO ケア㈱）に講師を依頼するとともに、支部の方々の多大なご支援のもと、約40名の方にご参加いただきました。

今後も、社内だけでなく地域にも目を向け、消費生活アドバイザー資格を活用していきたいと思っています。



講座の様子

※【消費生活アドバイザー資格制度とは】

内閣総理大臣及び経済産業大臣事業認定資格。消費生活アドバイザー資格制度は、消費者と企業や行政の架け橋として、消費者からの提案や意見を企業経営ならびに行政等への提言に効果的に反映させるとともに、消費者の苦情相談等に対して迅速かつ適切なアドバイスが実施できるなど、幅広い分野で社会貢献を果たす人材を養成することを目的として、昭和55年（1980年）に通商産業省（当時）が制度を創設。

～ 一般財団法人日本産業協会ホームページより出典 ～



5 社外の声を活かす取組み ～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、消費生活相談員（消費生活センターなどで消費者からの相談に携わっている方々）と月1回会議を開催し、お客さま視点でさまざまなご意見をいただいています。

2017年度は、10回の会議を実施し、20件の議題についてご意見をいただきました。

当社社員は、本制度を利用することで「お客さま視点」の醸成につなげています。

本制度の運営にあたり、「公益社団法人 全国消費生活相談員協会※1」、「公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）※2」にご協力をいただいております。



社外モニター会議の様子

主な議題

- お客さま向けのハガキ改定
- 公式ウェブサイトの見直し
- 保険商品の申込書・証券について
- コールセンターの対応について
- 新サービスの開発・利便性など

本制度を利用した社員の感想

- システムの開発に当たって、お客さまにご満足いただけたと思っていた施策について鋭い指摘をいただくなど、検討すべき課題が明確になりました。（商品開発部門）
- 当社社員以外の目線はとても新鮮であり、今後検討するにあたり多くのヒントをいただきました。（企画部門）
- ゼロの目線で大変貴重なご意見をいただくことができ、再検討することにしました。（商品開発部門）
- お客さまが、初めてご覧になった時の印象や、どのような点に気をつければ良いのか非常に参考になりました。（事務部門）

※1 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」となる。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。



理事長 増田 悦子氏

※2 公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）

1988年6月に通商産業省（現経済産業省）の社団法人許可を得て設立。「消費者利益と企業活動の調和を図り、社会に貢献する」ことを目的に、「消費生活アドバイザー」、「消費生活コンサルタント」の有資格者、前記資格者と同等以上の専門的な知識と経験を有する者および消費生活相談員で構成され、全国7支部の会員約3,000名が『持続可能な消費生活の確立』を目指して地域に密着した活動を展開している。

6 お客さまに向けた啓発冊子の発行

2011年3月に発生した東日本大震災、2016年4月に発生した熊本地震などを教訓に、冊子「地震と私たち」、「あなたの未来を支える日」を発行しました。

本冊子では、巨大地震発生危険性を地図等で解説している他、地震への備えや被災後の生活のための非常用品なども紹介しています。

私たちは、今後も損害保険会社として、巨大地震の記憶を風化させることなく、地震の教訓や保険の重要性を啓発し、防災・減災に貢献してまいります。

※本冊子に関するお問い合わせなどは、当社もしくは最寄の当社代理店にご連絡ください。

地震と私たち



表紙



あなたの未来を支える日



表紙



7 「お客さま本位の業務運営方針」の更新

当社は、グループの経営理念をふまえ、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べく、2017年6月に本方針を定めました。

2018年6月に、2017年1月に表明した「消費者志向自主宣言」を統合して「お客さま本位の業務運営方針」を更新しました。当社は、お客さま本位の業務運営を実現し、定着させるとともに、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してまいります。

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.sjnk.co.jp/company/fiduciaryduty/>



「お客さまの声白書 2018」に対する第三者意見



一般財団法人
日本消費者協会
専務理事
唯根 妙子 氏

私と損害保険会社の 関わり

長らく相談員として消費者相談に携わった経験から、損害保険業界は保守的で、保険商品は複雑でわかりにくいという印象を持っていました。相談者の疑問や不満、不安に対する解決のため、保険商品の仕組みや生損保業界の違いなど、日夜勉強に励んだものでした。そんな自分が第三者意見を述べる機会を得て、感慨深いものがあります。

2007年から始まった御社の「お客さまの声白書」も12年目を迎えられ、「最もお客さまに支持される損害保険会社」の実現を目指す取組みを改めて読ませていただきました。そして、白書の成り立ちが2006年度の業務の一部停止命令および業務改善命令がきっかけであったことを知り、驚いた次第です。私が保険業界と関わりを持つことになったのは、金融庁の「保険商品の販売勧誘のあり方に関する検討チーム」に参画したことがきっかけです。その会期中に、保険金の支払い漏れ問題や火災保険の料率適用誤りの問題が起こり、保険会社が行政指導されたことで、当初数回の予定だった検討会が28回まで続きました。この間、消費者の視点から「消費者にわかりやすく」「消費者の身近に」「まかせて安心な」保険商品や保険会社が欲しいと主張し続けました。それに対して、御社は「お客さまの声白書」を通して即対応し、今日まで続けていることは、その実行力と継続性の観点から大いに評価できるものです。

御社に期待すること

2011年の東日本大震災以降も、各地で起きる地震被害や異常気象による風水害被害等を見聞きし、被害救済に損害保険がどれだけ有効であるか被災した方々だけでなく消費者の誰もが身を持って強く感じていると

思います。だからこそ、損害保険会社への期待も大きくなります。こうした消費者の期待や不満がどの程度「お客さまの声」に反映されているのか、2012年以降のご不満の声（苦情）について「勧誘方法」と「募集時の商品説明不足や誤り」の項目で推移を追ってみました。2013年度11,331件、14年度10,700件、15年度10,300件、16年度7,978件、17年度6,865件と受付総件数の減少傾向より遅めですが、ご不満の声（苦情）は減少しています。昨年から取り組んだ「保険業法改正（意向把握・情報提供）対応」「アンケートを活用したお客さま評価向上」の結果とも思われますが、御社にはしっかりした分析を行い、限りなくゼロに近づける努力を求めます。というのも契約変更や解約時、保険金支払時の手続き遅延や誤りのご不満の声（苦情）件数は減少していないからです。異常な風水害被害が各地で多発し申請者が多いからかもしれませんが、御社のお客さまに接する「心のあり方」「行動のあり方」を明確にした「SCクレド」を全社員がお客さまへの対応に活かせば、「遅延」や「誤り」というケアレスミスは防げるはずですよ。

なお、防災・減災の観点から発行された「地震と私たち」「あなたの未来を支える日」は「SCクレド」を実践する貴重なツールになると思います。厳しい環境の中で、「すべてのお客さまに満足していただく」のは至難の業だと思いますが、これからも多くの「お客さまの声」を大切に、全社員の活動記録としても後世に語り継げるよう、ぜひとも前向きに取り組んでいかれることを期待しています。

〈一般財団法人 日本消費者協会〉

昭和36（1961）年に、通商産業省（現経済産業省）から「財団法人」として認可を受け設立された消費者問題に関する調査・研究・教育を行う消費者団体。

設立当初から消費生活コンサルタント・コンシューマーオフィサー養成や消費者相談業務を行い、消費者問題の専門家を搬出。三年毎に全国規模で「葬儀に関するアンケート調査」を行い、11回におよぶ結果は消費者のみならず企業側からも注目されている。

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

<https://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 <https://www.sjnk.co.jp/>



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。

2018年8月発行

(18070463) 401622-0500