

「お客様の声白書 2009」の発行

株式会社損害保険ジャパン（以下「損保ジャパン」、社長 佐藤 正敏）は、2008年度における「お客様の声の現状」、「お客さまから寄せられた苦情」、「お客様の声を活かした事業活動」、および「お客様の声からの改善事例」をまとめた「お客様の声白書 2009」を本日発行し、オフィシャルホームページに掲載しました。

（掲載URL：<http://www.sompo-japan.co.jp/about/reconf/voice/whitepaper/index.html>）

この白書は、損保ジャパンの「お客さま第一（Customer First）の実践」に関する具体的な取り組みをお客さまにご理解いただくことを目的に2007年度から作成し、今年度で3回目の発行となります。

1. 「お客様の声白書 2009」発行の背景

損保ジャパンの120年にわたる歴史の中で、変わらず持ち続けてきた理念は「お客さま第一」です。さらに、社会全体に目を向けると、消費者庁の設置や、保険法の成立など、消費者重視に向けた動きが一層進展しています。

損保ジャパンは、こうした社会の流れをしっかりと受け止めて適合していくとともに、より一層お客様の声に真摯に耳を傾け、丁寧に対応し、お客さま視点での業務品質の向上に努めていくことで「お客さま第一」を実現していきます。

このような状況の中で作成した「お客様の声白書 2009」では、2008年度にお客さまから寄せられた苦情、ご意見、ご要望など、さまざまな声ならびに改善事例を紹介するとともに、「お客様の声」を活かした損保ジャパンの事業活動についても掲載しています。

損保ジャパンでは、「お客様の声」を業務品質の向上に活かし、その取り組みを広く公表することで一層多くのお客さまから声をいただき、といった改善サイクルの構築に継続して取り組んでおり、本白書の発行もその一環として位置づけています。

本白書をご覧いただき、損保ジャパンが「お客様の声」をどのように受け止めているのか、また、どのように業務の改善に活かそうとしているのかをご理解いただければ幸いです。

なお、「2009年度版」の白書は「2008年度版」から、以下の改訂をしました。

「お客様の声白書 2009」改訂のポイント

◆よりわかりやすい構成

- ・「お客様の声」の単年度件数内訳だけでなく、年度別の推移もグラフなどを活用して追加掲載しました。

- ・苦情事例などは、苦情とその対応結果のみではなく、「苦情となった背景、事実関係および損保ジャパンの再発防止策」まで踏み込んで記載しました。
- ・「お客様の声」の受け止めから、具体的な改善に至るまでの流れ（仕組み）を、実際の事例を用いてわかりやすく説明しました。

◆使いやすい冊子

- ・イラストや図を増やして、よりわかりやすい冊子としました。

2. 「お客様の声白書 2009」の概要

本白書の概要は以下のとおりです。

(1) 「お客様の声」の現状

2008年度にお客さまから寄せられた約58万件の声※の受付状況を紹介しています。

※コールセンターやアンケートなど、様々な媒体を通じて損保ジャパンにお寄せいただいたご意見、ご要望、ご不満など

(2) お客さまから寄せられた「苦情」について

2008年度に寄せられた「お客様の声」のうち、損保ジャパンの商品・募集、契約管理、保険金支払いなど業務に関する約4.3万件（前年度は約2万件）の「苦情」※の受付状況と対応事例を紹介しています。

※「苦情」件数増加の主要因は、2007年10月に実施した「苦情」の定義拡大です。

(3) 「お客様の声」を活かした事業活動

お客さまのご期待に応え続けていくために「お客様の声」を基点とした事業活動を推進する損保ジャパンのさまざまな取り組みとして、以下のような例を紹介しています。

- 「お客様の声」を活かす仕組みづくり
- 全てのサービスプロセスにおけるお客さまサービスの強化
～リテールビジネスモデル革新プロジェクト【P T-R】～
- お客様の声を活かした幅広い事業活動

(4) 「お客様の声」からの改善事例

「お客様の声」を受けて実施した商品・サービスなどの改善事例として、以下のような例を紹介しています。

- 自動車保険『ONE-Step』の「更新のご案内」のわかりやすさの改善
(運転者年齢条件特約の適用範囲となる方の具体的な例を記載)
- 自動車保険『ONE-Step』の「保険のとりせつ」(保険証券・継続証)の利便性の向上(お問い合わせの用件別の連絡先を掲載)

以上