



SOMPO
JAPAN

NKSJグループ

損保ジャパン

お客さまの声白書 2012



この国でいちばん
お客さまの声にえられる
保険会社へ

はじめに

日頃より皆さまのご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。

昨年発生した東日本大震災から1年余りが経過し、改めて被災された皆さまに心よりお見舞い申し上げますとともに、被災地の一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一日も早く保険金をお支払いするため、当社代理店とともに全社一丸となった取り組みを行ってまいりました。被災地での活動においては、お客さまから当社へのご要望やご意見をいただいたり、感謝のお言葉をいただくこともございました。役職員一同、損害保険会社の存在意義や社会的使命の重要性を改めて認識するとともに、当社の最重要の経営戦略目標である「お客さま評価日本一」実現に向けた取り組みをさらに強化していく決意を新たにいたしました。

本年3月、当社は日本興亜損害保険株式会社と2014年度上半期を目途に合併することを公表いたしました。新会社となる「損害保険ジャパン日本興亜株式会社」は、損害保険会社単体としては、国内で最も収入保険料が大きい会社となりますが、規模だけでなくサービス品質においても業界をリードし、最もお客さまからの評価が高い会社を実現していくために、新会社においても最重要の経営戦略目標として「お客さま評価日本一/No.1」を掲げ、お客さまの声を経営に活かす取り組みを、一層強化してまいります。

お客さまの声白書は、お客さまからお寄せいただいた様々な声を当社として真摯に受けとめて、その内容や傾向を分析し、それを広くお客さまに知っていただくとともに、お客さまサービス品質の一層の向上に繋げていくため発行してまいりました。お客さまの声白書の発行も今回が6年目となることから、今回は2011年度のお客さまの声の状況や取り組みに加え、過去5年の取り組みを振り返る特集記事も掲載しております。

本白書をご覧いただき、当社のお客さまの声を起点とした取り組みについてご理解いただければ幸いです。今後とも、一層のご愛顧・ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2012年8月

株式会社 損害保険ジャパン

取締役社長 櫻田 謙悟



損保ジャパン

「お客さまの声」に対する基本理念・対応方針

当社はお寄せいただいたお客さまの声
(以下の基本理念、対応方針においては「相談・苦情等」と表記します。)
に対して、以下の理念、方針に基づき対応します。

【基本理念】

お客さまからの相談・苦情等を真摯に受け止め、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) お客さまからの相談・苦情等を、感謝と誠意をもって積極的に受け止め、
迅速・適切かつ誠実に対応します。
- (2) お客さまからの相談・苦情等への対応は、すべての部門において最優先の課題と認識します。
- (3) お客さまにとって利用しやすい受付窓口を設置し、その充実と周知に努めます。
- (4) お客さまからの相談・苦情等を、商品・サービスや業務の品質向上へ積極的に活かし、
顧客サポート等管理態勢の継続的な改善を図ります。
- (5) お客さまからの相談・苦情等をもとに、顧客サポート等管理態勢を
「社外の目」で検証し、継続的に見直します。

「ISO10002」規格への適合宣言

当社は、2008年4月1日、苦情対応の基本原則やその達成に必要な仕組み・プロセスなどを
規定する国際規格「ISO10002」に準拠した苦情対応の仕組みを構築し、同規格への適合宣言を行いました。
この宣言に基づき、当社は「お客さまの声」に基づいた会社経営を
実現するための仕組みづくりを一層強化しています。

目次

p3	「お客さまの声」に対する基本理念・対応方針 「お客さまの声」を活かす仕組み
p6	お客さまの声白書 過去5年間総括特集
p13	「お客さまの声」の現状
p19	「お客さまの声」に対する取り組み事例
p23	「お客さま満足度調査」の結果
p28	巻末データ集

第1章

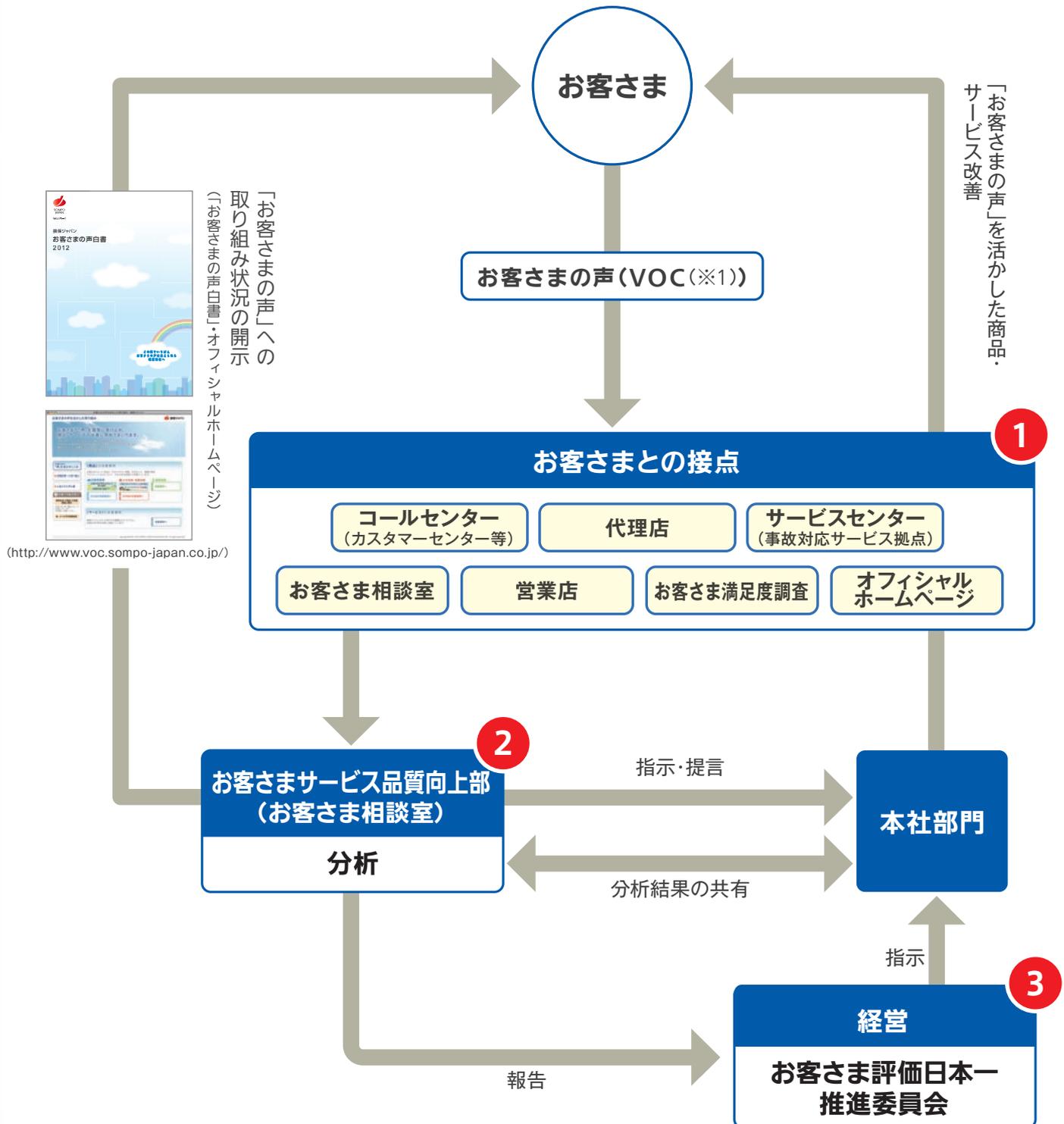
第2章

第3章

「お客様の声」を活かす仕組み

前頁の基本理念・対応方針に基づき、「お客様の声」を会社経営に活かす仕組みづくりを継続的に構築・強化しています。

「お客様の声」を受け止め・活かすための仕組み



(※1) VOC : Voice of Customer (お客様の声)

1

お客さまとの接点

コールセンター (カスタマーセンター等)

「お客様の声」を丁寧に受け止め、高品質かつ親切な対応をしていくこと、また受け止めた声を会社経営に活かすことを目的に、土日祝日も含め、フリーダイヤルによりお客さまからの問い合わせ・相談等を受け付けています。

 **0120-888-089**

【カスタマーセンター】

受付時間 ●平日：午前9時から午後8時
●土曜、日曜、祝日：午前9時から午後5時 *12月31日から1月3日は休業

お客さま相談室

お客さまから寄せられる苦情に丁寧に対応するとともに、お客さまからの苦情に対応する全国の営業店およびサービスセンター(事故対応サービス拠点)と連携しています。

また、保険金のお支払対象とならなかった事案に関するお客さまからのご相談・異議申立て窓口として、お客さま相談室内に「支払ご相談窓口」を設置しています。支払ご相談窓口は、保険金支払部署である全国のサービスセンターとは独立した部署として、お客さまからのお申し出に対し、保険金支払の対象とならなかった理由を改めて確認しています。(保険金お支払対象とならなかった事案への異議申立て対応の流れは下図をご参照ください。)また、お客さまが「そんぼADRセンター(※2)」にお申し出いただいた当社に関する苦情について、当社窓口として問題の解決に向けて取り組んでいます。

お客さま満足度調査

当社、代理店がご提供した商品・サービスが、お客さまの視点で本当にご満足いただけるものなのかを確認し、改善につなげていくために、保険金のお支払い時、ご契約時の2つの満足度調査(アンケート)を実施しています。

代理店

営業店

サービスセンター (事故対応サービス拠点)

オフィシャル ホームページ

代理店、当社の営業店やサービスセンターなどにいただいた声についても、商品・サービスの改善に結びつけるよう取り組んでいます。

2

お客さまサービス品質向上部

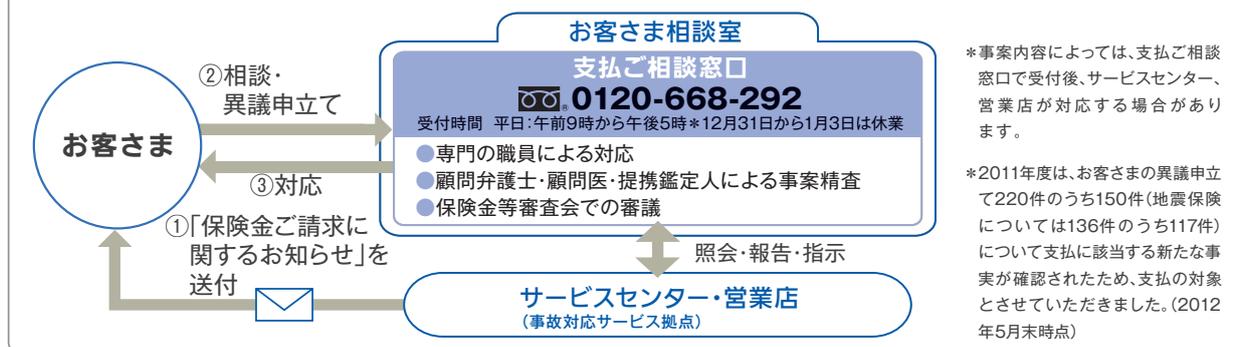
「お客様の声」から課題やニーズを分析し、関連部署と共有しながら、商品・サービスの改善につなげる取り組みを行っています。また、重要事案については本社部門へ再発防止施策の検討を指示・提言し、問題の根本的な解決を図っています。

3

お客さま評価日本一推進委員会

2012年7月に、「VOC委員会」と「お客さま評価日本一推進本部会議」を統合し、新たに設置しました。「お客様の声」の分析結果に基づき、商品・サービスの改善および業務内容やプロセスの見直しに向け課題を洗い出し、関連部署に対して必要な指示を行ってきた「VOC委員会」と、当社の最重要戦略目標である「お客さま評価日本一」の実現に向けた取り組みを推進してきた「お客さま評価日本一推進本部会議」との統合により、最重要戦略目標の達成に向け、お客さまの声を経営に活かす取り組みを一層強化しています。

保険金支払の対象とならなかった事案への異議申立て対応の流れ



(※2)「そんぼADRセンター(正式名称:損害保険紛争解決サポートセンター)」: 社団法人日本損害保険協会が2010年10月1日に設置した機関で、お客さまからの損害保険全般に関する苦情や紛争解決の申立てを受け付け、中立・公正な立場から問題解決に向けたサポートを行っています。

お客様の声白書 過去5年間総括特集

「お客様の声白書」は、今回、発行から6年目を迎えました。いただいたたくさんの声にこれからもより一層しっかりと応えていくために、過去5年間の振り返ります。

特集① お客様の声に対する主な取り組み年譜

- | | | |
|-------|-----|---|
| 2006年 | 5月 | 「カスタマーセンター(お客様総合窓口)」開設 |
| | 7月 | 「お客様相談室」設置 |
| 2007年 | 4月 | 「VOC委員会」設置 |
| | 6月 | お客様の声に対する改善取り組みを開示する専用WEBサイト開設 |
| | 7月 | 「お客様の声白書2007」発行 |
| | 12月 | 「支払いご相談窓口」設置 |
| 2008年 | 2月 | 個人用自動車総合保険『ONE-Step』発売(お客様の声を取り入れた商品開発) |
| | 4月 | 「カスタマーサービス部(※1)」設置
ISO10002への自己適合を宣言 |
| | 7月 | 「お客様の声白書2008」発行 |
| | | |
| 2009年 | 6月 | 契約時のお客様満足度調査 開始 |
| | 7月 | 「お客様の声白書2009」発行 |
| | 11月 | 個人用火災総合保険『ほ〜むジャパン』発売(お客様の声を取り入れた商品開発) |
| | 12月 | 「事故サポートデスク(※2)」運営開始 |
| 2010年 | 2月 | 「保険手続きNavi(※3)」開始 |
| | 4月 | 「募集人の行動基準 ~安心基準(募集)~」策定(※4) |
| | 7月 | 「お客様の声白書2010」発行 |
| | 10月 | 「お客様評価日本一推進本部会議」設置 |
| 2011年 | 1月 | 「お客様サービス品質向上室(※5)」設置 |
| | 3月 | 当社自動車保険 保険証券が「損害保険 UCDAアワード2011(※6)」受賞 |
| | 7月 | 「お客様の声白書2011」発行
「保険金お支払い満足度調査(火災・新種保険)」開始 |
| | 12月 | 「SCクレド」作成(※4) |
| 2012年 | 2月 | 「募集人の行動基準 ~安心基準(事故対応)~」策定(※4) |
| | 4月 | 「カスタマーサービス部」と「お客様サービス品質向上室」を統合し、
「お客様サービス品質向上部」を設置 |
| | 7月 | 「VOC委員会」と「お客様評価日本一推進本部会議」を統合し、
「お客様評価日本一推進委員会」を設置 |
| | 8月 | 「お客様の声白書2012」発行 |

(※1)「お客様の声」の分析、関連部署との共有・関連部署への改善指示などを担当。

(※2)事故のご連絡、保険金請求に関する問い合わせ窓口。

(※3)パソコンを使った動画等による商品説明や契約手続き完了までの誘導・案内機能を搭載した代理店システム。

(※4)詳細は次ページ参照。

(※5)「お客様評価日本一」の実現に向けたサービス品質向上に関する企画立案、業務品質を阻害する要因や課題に対する社内からの情報収集などを担当。

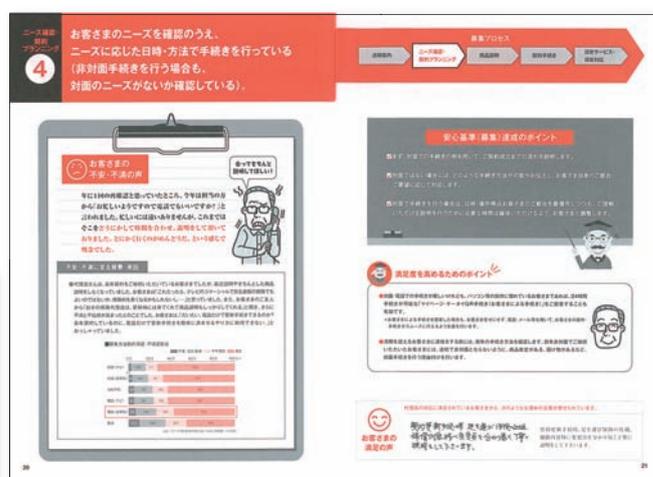
(※6)損害保険会社の自動車保険証券などを「第三者」が客観的に評価するもの。(主催:一般社団法人 ユニバーサル コミュニケーション デザイン協会)

特集② 「お客さま評価日本一」に向けた取り組み

「お客さま評価日本一」は、お客さまから最も高い評価をいただける会社を目指す当社の最重要の経営戦略目標です。目標の実現に向けて、以下の取り組みを実施しています。

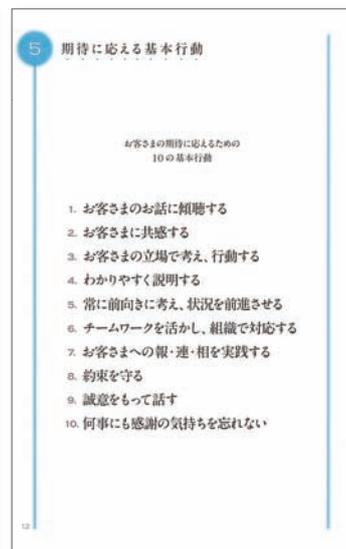
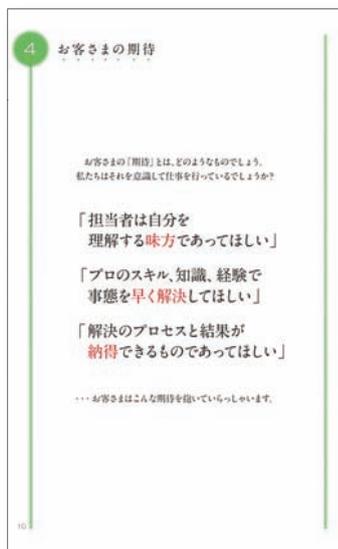
■「募集人の行動基準 ～安心基準～」の定着

「安心基準」は、『お客さまの視点で期待される募集人の行動』として導き出し、定めた代理店(募集人)の行動基準です。これは、お客さま満足度調査やお客さまからいただいた声の分析結果をもとに作成しています。募集人一人ひとりが、お客さまの期待に沿った「安心・安全への備え」をご提供できるように、「安心基準」の定着を推進しています。



■事故対応における行動指針「SCクレド」の作成

「SCクレド」は、当社の事故対応サービス拠点であるサービスセンター(SC)部門におけるお客さまに対する意識や行動のあり方について述べた行動指針です。これは、お客さまからいただいた声や社員の声をもとに作成しています。すべてのお客さまに「まごごろ」を込めたサービスを行うための心の信条を明確にし、全国のサービスセンター部門が日々「SCクレド」をもとにお客さまによりご満足いただけるサービスを追求し続けています。



「お客さまの声白書」は昨年度発行の2011年度版で5周年を迎え、本年度は6年目の発行となります。過去5年間を振り返って、当社の取り組みや今後当社に期待すること・目指すべき姿等について、日頃から消費者の声と接する機会が多く、損害保険業界にも詳しいお2人にお話を伺いました。

INTERVIEW 1

高橋 綜合法律事務所代表 弁護士 高橋達朗

まごころと誠意とスピード感で、感動を与える保険会社へ。

—— 当社では、お客さまの声を商品・サービスの改善につなげていくために2007年から毎年「お客さまの声白書」を作成していますが、この活動について率直なご感想をお聞かせいただけますか。

高橋 お客さまから寄せられる要望や苦情と、それに対する改善内容を公表している会社は非常に少ないと思います。とくに苦情は、会社のマイナスイメージになりかねないものですから、正面から向き合い、積極的に公表することは大変な勇気が必要です。損保ジャパンが敢えて「お客さまの声白書」を発行するのは、お客さまの声を会社の課題として真摯に受け止め、着実に業務に反映させていこうという

会社の強い決意と潔い姿勢の表れであり、評価されることだと思います。

—— ありがとうございます。お客さまの声に真摯に耳を傾け、活かしていく取り組みはまだまだ道半ばだと思っていますが、取り組み姿勢に対するアドバイスなどはありますか。

高橋 心情的にクレームなどはどうしても隠したくなるものですが、トラブルになった場合でも、その場限りの対応に終始してしまいがちです。しかし、苦情やトラブルも全員で共有すれば再発防止になり、商品・サービスの品質向上にもつながります。つまり、お客さまの声や苦情は「宝の山」なのです。そこにはお客さまの潜在的なニーズが隠されており、業務にいち早く取り入れることが会社を成長させるチャンスになります。社員や代理店のみなさんに「お客さまの声が業務改善の出発点になる」という意識を今以上に浸透させ、定着させることが大切だと思います。

—— 当社では、お客さまの声を活かす取り組みをはじめ、最もお客さまからの評価が高い会社「お客さま評価日本一」を目指しさまざまな取り組みを行っていますが、業務内容をご覧になって、その成果が出ていると感じられる点はございますか？

高橋 社員のみなさんのお客さまへの対応は、目に



見えて変わってきたと感じます。行動指針を画一的なマニュアルとして整備するのではなく、例えば、支払部門の社員に「SCクレド(信条)」を示し、どのような心構えで仕事をするべきかを明確にしました。その結果、ぶれない軸ができ、社員の方たちはこの軸にしたがって、それぞれの場面で自ら考え、お客様の要望に応える心のこもった対応ができるようになったのではないのでしょうか。

これまで保険会社の保険金支払部門は、公共的な使命を担う企業として公正・中立性を強く意識してきました。保険金を正しく支払うために、例えば自動車保険などでは加害者となった契約者と被害者との間に立ち、公平な紛争解決を果たすことが保険会社の社会的使命だったのです。しかし最近では、お客さまを第一に考える「お客さまの代行者」という意識と自覚が芽生え、お客さまの主張や想いを真摯に受け止めて望んでいる解決に導く姿勢が感じられるようになりました。

—— 当社の社員や代理店のお客さま対応について、今後さらに期待されることがありましたら教えてください。

高橋 保険のトラブルはほとんどが保険金の支払い段階で発生しますが、近時、説明不足や理解不足によるトラブルが多く見受けられます。消費者保護の観点から裁判でも説明責任が厳しく問われますから、お客さまの理解度を十分に踏まえながら、丁寧でわかりやすい説明を行ってほしいと思います。

また、保険会社はお客さまに選ばれる立場にあり、昨今の厳しい競争の中で、お客さまは保険会社を選択する際にプラスαの価値を求めようになりました。もちろん金融機関ですから、他のお客さまとの公平性を欠く不適正な行為などがあってはなり

ませんが、「まごころ」をもってできる限りお客さまの要望や期待に応えていってほしいと思います。

—— お客さまの求めるプラスαの価値について、具体的に教えていただけませんか？

高橋 ひとつわかりやすい例をあげると「スピード感」ということになると思います。どれだけ丁寧に事故解決をしても、保険金の支払いが遅く、不安を抱えるお客さまを長い間待たせてしまえば「誠意がない」という苦情につながってしまいます。迅速であることは、お客さまに対する最も大切な誠意のひとつです。より一層、業務のスピードアップを果たし「お客さま評価日本一」へ邁進していただきたいと思っています。

—— ありがとうございます。これからもお客さまの声に応えられる業務改善と、お客さまに尽くすマインド醸成の両輪で、お客さまの期待に応える保険会社を目指してまいります。



高橋総合法律事務所
代表弁護士 高橋 達朗

慶應義塾大学法学部卒業。第二東京弁護士会所属。日弁連交通事故対策委員会委員、民事暴力対策委員会委員、日本弁護士連合会代議員等を歴任。損害保険、交通賠償実務を専門に30年のキャリアを有し、大学非常勤講師の経験もある。損保ジャパン顧問弁護士を務め、保険会社社員や代理店に向けた講演・研修も行っている。同法律事務所は、弁護士11名が所属し、損害賠償・企業法務・倒産処理等の法律業務を幅広く取り扱う。

INTERVIEW 2

公益社団法人
全国消費生活相談員協会理事長 丹野美絵子

もっとシンプルに、わかりやすく。 保険の常識を変えて欲しい。

—— 長年、消費生活相談に携わってこられた丹野理事長のご経験から、消費者のみなさんが損害保険に対して望んでいることや、不満に感じていることを教えていただけますか？

丹野 消費者の損害保険に対する不満は「わかりにくい」という一語に尽きると思います。消費者は、わかりやすくシンプルなお金を望んでいますが、保険会社が提供する商品は、特約がたくさん付いている複雑で難しいものが多いですね。「大きな保険会社だから大丈夫だろう」という信頼感だけで、契約を深く理解しないまま保険に加入している人が多数いると思います。例えば、自動車保険は、対人賠償、対物賠償、人身傷害、搭乗者傷害、車両の5つの基本的な補償に、多数の特約が組合わされているという複雑な保険の仕組みを知らず、どんな時に保険金が支払われるのかも漠然としかわかりません。多数の消費者が、自分が理解できる保険を提供してほしいと望んでいることを認識して、保険会社にはぜひ、シンプルでわかりやすい保険をお願いしたいと思います。

—— 商品の簡素化については社内でも検討していますので引き続き商品開発の努力を続けていきます。また募集時の説明についてもお客さまにご理解いただく工夫が必要ですね。

丹野 もちろんです。最近、パンフレットだけで



なく契約概要や注意喚起情報、契約の意向確認書など、たくさんの書類や帳票を使った説明がされていますが、これほど多くのことを消費者と対面する限られたわずかな時間の中で正確に伝えることができるのでしょうか？消費者は保険を「わかりたい」と思っているわけですから、今の方法で本当に消費者が充分理解できるのか、消費者目線できちんと見直していただきたいです。また一方で、意向確認は年に一度、顧客と会って、事故に該当するようなことがなかったか確認したり、正しい情報提供を行い、さらに契約内容を改めて確認する大事な機会ですが、代理店にとっては顧客と会うことによって営業の機会とするチャンスだと思います。

—— お客様との接点を増やすことは、大変意義のあることだと思います。ところで、昨年の東日本大震災の際、多くの被災者の方にお会いし、一刻も早く保険金をお支払いする活動は、私たちが自分たちの仕事の意義を再確認する貴重な経験になりました。

丹野 東日本大震災の時の保険会社の対応は素晴らしかったと思います。あれだけの大規模災害でありながら、消費生活センターへの苦情はほとんどありませんでした。寄付金も支援金も届かない中で、最初に被災者に届けられたのが保険金でした。消費者の保険会社への信頼感が非常に高まりましたし、社員や代理店の方も自分たちの仕事を誇りに思われただろうと推察しています。

—— 多くの社員がお客様から「ありがとう」という声をいただいて、私たちは保険会社の原点を再認識することができました。その想いが、支払い業務を担うサービスセンター(SC)の行動指針である「SCクレド」を作るきっかけにもなりました。

丹野 「SCクレド」の内容は大変感心いたしました。例えば、記載されている『お客様の期待』ですが、「担当者は自分を理解する味方であってほしい」「プロのスキルで早く解決してほしい」「納得できるものであってほしい」については、消費者が損害保険会社に期待する基本中の基本です。これはもう何十年も前からそうだし、将来も多分ずっと変わらないと思います。大事なのは、この顧客の本音にどのように応えて、実行していくかという話ですよね。保険会社は事故や災害で困っている人から「助かった、あなたでよかった、ありがとう」と言ってもらえるなかなかの職業ですから、さらに消費者の声を踏まえた仕事をしていただきたいと思います。

—— 保険会社の社会的使命をしっかり認識し、お

客さまの声を活かす取り組みをこれからも続けていかなければならないと思っています。

丹野 「お客様の声白書」に載っているのは、消費者の声のほんの一部で、わざわざ代理店や保険会社のコールセンターへ苦情の電話はしないけれども、不満を感じていて黙っている人もたくさんいるはずです。そこもしっかり拾っていただきたい。損保ジャパンは、親しみやすい企業イメージがありますし、ユニークなパンダのCMなど何か新しいことをやってくれそうな期待感のある会社ですから、ぜひ今までの業界の常識に囚われずに、消費者目線のシンプル・アンド・スタンダードの保険を開発するなどドラステックな改革を行って、業界をリードしていく役割を担っていただきたいです。消費者の声を的確に聞いて期待に応える、その結果最も評価される会社を目指すという会社の方針は、継続することに価値があります。それはずっと変わらないでもらいたいですね。期待しております。

—— お客様の声と期待に応えられるように、これからも努力を継続していきたいと思います。本日はありがとうございました。



公益社団法人
全国消費生活相談員協会理事長
丹野 美絵子

北海道大学法学部卒業。
元法制審議会保険法部会委員。金融審議会保険商品サービスのあり方に関するワーキング・グループ委員、日本損害保険協会「消費者の

声」諮問会議委員、国民生活センター紛争解決委員会委員など。消費者及び金融・保険業界向けの講演活動などを行う。著書に「保険法ハンドブック-消費者のための保険法解説」(日本評論社、共著)等。

「お客さまの声白書」を活用した 取り組み ～「お客さま評価日本一」に向けて～



千葉サービスセンター業務部 (前列左が本人)
柏サービスセンター課 課長
佐藤 恭介

当課では「お客さまの声白書」をメンバーにとって「気づき」を得るための資料と位置づけています。具体的には、全員が「お客さまの声白書」を読み、その感想を「夏季読書感想文」として課長に提出、毎月実施している課長とメンバーとの個人面談で意見交換を行っています。「お客さまの声」については、その内容、受付窓口を問わず、「たくさん集まることが、結果的に損保ジャパンにとって良いことである」という考え方を、日常的にメンバーに訴えかけています。「お客さま評価日本一」に向けて、私たちに求められているのは「心の教育」。「お客さまの声白書」の活用で、損保ジャパンの取り組み、姿勢をメンバーが理解することにより、組織に必要な「共通認識」を持つことができていると考えています。

お客さまや代理店からいただいたご意見やご提案を「しっかりと受け止め、当社が変わってきている」ことをご理解いただくため、また当社との新たなお取引先にも当社の取り組みをご理解いただくためにこの白書を使っていました。「お客さま評価日本一」に向け、一人でも多くのお客さまに「損保ジャパンの代理店で手続きしてよかった」「安心できる代理店だ」と思っていたきたい。そのため、どの代理店が保険の募集をしてもお客さまに十分ご理解いただけるよう「保険手続き Navi(※)」を利用して商品内容をご説明し、そこに代理店からのアドバイスや経験談を加えることによって、お客さまにより一層ご満足いただくことを目指して「一緒に頑張りたい！」と代理店に訴え続けてきました。代理店、当社社員が二人三脚で「損保ジャパン」という会社を作っていけるよう、これからも多くのご意見やご提案をいただき、これらの声をしっかりと受け止め、共有し、改善していける会社であり続けたいと思います。



名古屋支店 名古屋東支社
支社長代理
波多野 歩美

(所属・役職は当時 現在は営業企画部 革新企画・支援グループ 課長代理)

(※)「保険手続きNavi」：パソコンを使った動画等による商品説明や契約手続き完了までの誘導・案内機能を搭載した代理店システムのことをいいます。

第1章

「お客さまの声」の現状

当社ではお客さまからいただいた「声」を大切に受け止め、一つでも多く改善につなげていけるよう努力しています。2011年度にお客さまからどのような声をいただいたのか、その概要についてご紹介します。

第1章

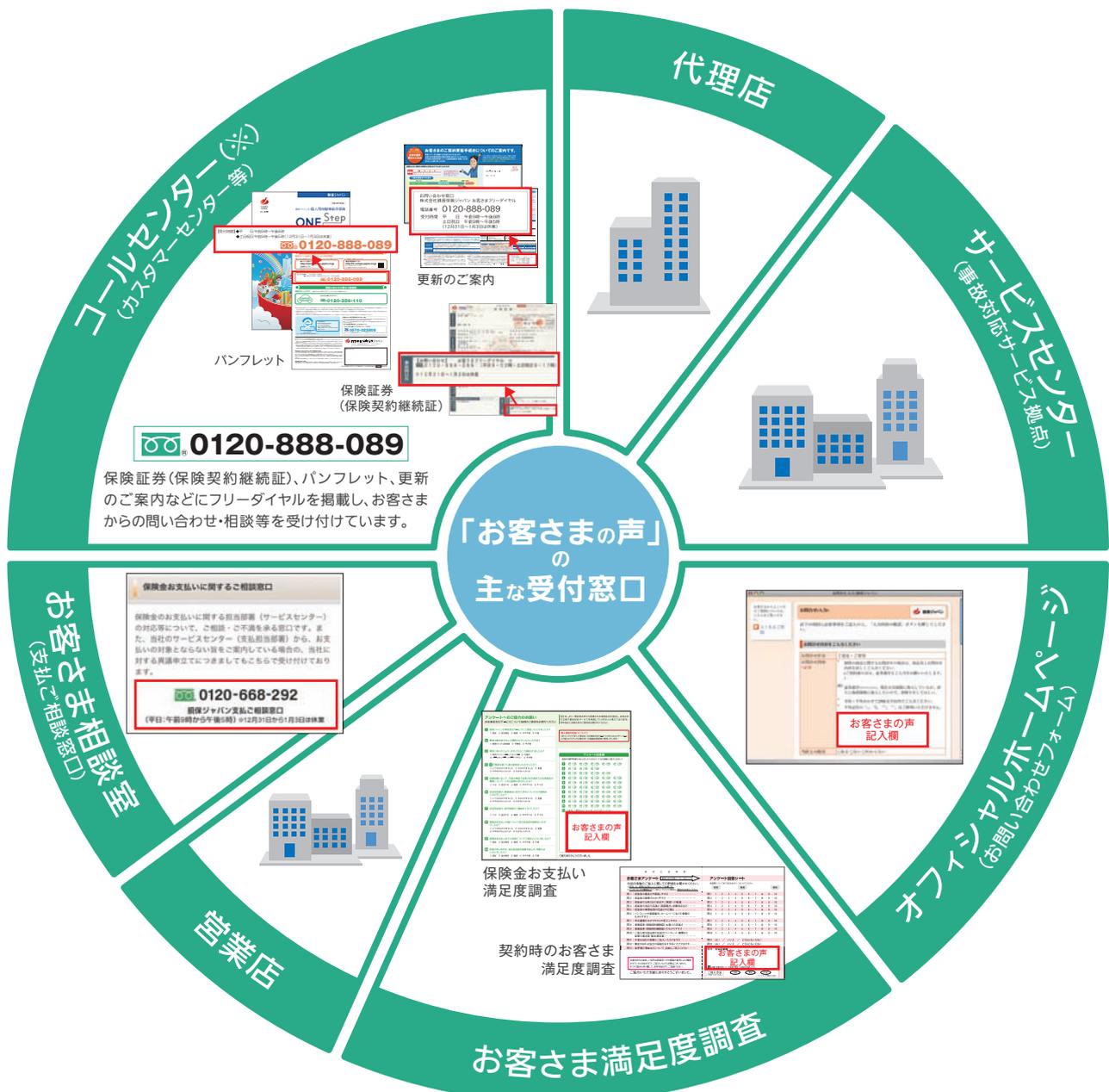
「お客さまの声」の
現状

お客さまからいただいた声をこ 商品やサービスの改善に活かし

「お客さまの声」の主な受付窓口

当社は、以下のような窓口で、お客さまからの貴重な声を受け付けています。当社は、お客さまの声一つひとつをしっかりと受け止め、申し出にいたった原因やお客さま

ニーズを分析し、これまで以上に商品やサービスの改善に結びつけるよう取り組んでいます。



(※)「コールセンター」: お客さま総合窓口である「カスタマーセンター」の他に、「事故サポートデスク」(事故のご連絡・保険金請求に関する問い合わせ)、「スーパー安心サポート専用デスク」(ロードアシスタンス受付専用デスク)、「マイページカスタマーセンター」(マイページに関する問い合わせ)、「自賠責お客さまサポートデスク」(自賠責保険に関する問い合わせ)等のコールセンターをいいます。

れまで以上に ています。



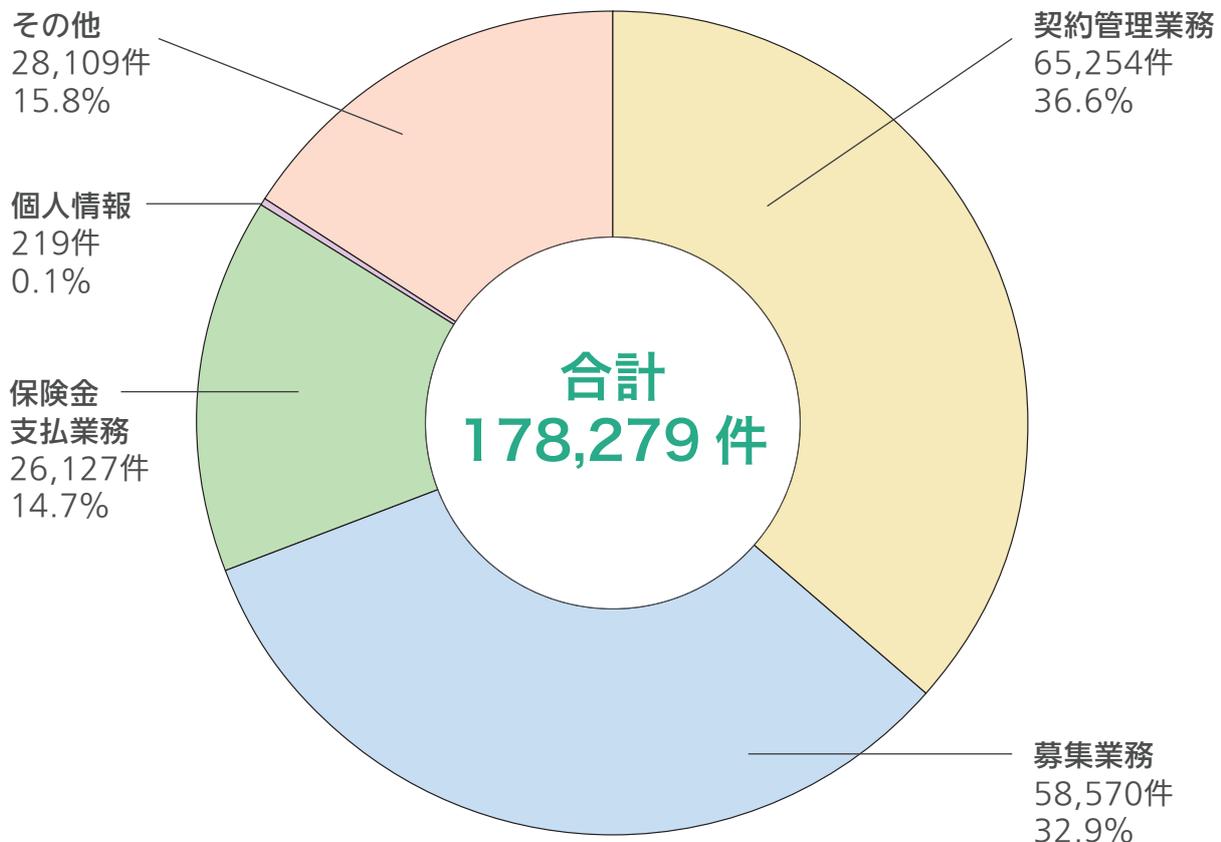
2011年度苦情の受付状況

当社では、お客さまからいただいた様々な声の中で、お客さまが当社の対応や回答を求められているかどうかにかかわらず、お客さまからの当社の事業活動全般に関する不満足申し出を「苦情」と捉えています。2011年度は、お客さまから多くの声をお寄せいただ

ているコールセンターにおける苦情を広く受け止める取り組みを、さらに強化いたしました。

お客さまからお寄せいただいた苦情を真摯に受け止め、その傾向や内容を集計・分析して、業務・商品・サービスの改善につなげる取り組みを推進しています。

2011年度苦情の受付件数



(%は小数点第2位を四捨五入して掲載)

苦情の受付状況詳細につきましては、当社オフィシャルホームページをご参照ください。
(<http://www.sompo-japan.co.jp/about/reconf/voice/analysis/index.html>)

2011年度苦情の受付件数内訳

● 苦情の概要

募集業務

「補償内容に関する説明がなかった」などの契約に関わる重要事項や商品内容の説明不足・誤りに関する苦情や、「満期の案内がなかった」など、契約の更新手続きの案内不足・遅延に関する苦情が多く寄せられました。

契約管理業務

「住所変更などの手続きがきちんとされていない」といった契約の変更や解約の手続きにおける遅延・誤りに関する苦情や、保険料の支払方法、保険証券の未着・記載内容誤りに関する苦情などが寄せられました。

保険金支払業務

保険金の支払手続きにおける遅延・誤りに関する苦情や、保険金の支払金額に関する苦情が多く寄せられました。

2011年度苦情の受付件数内訳

苦情の区分			受付件数		比率(※)
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苦情	商品内容	保険の補償内容や規定に関するもの	10,094	58,570	32.9%
	契約更新手続き	契約更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの	6,236		
	募集行為	契約の勧誘方法や契約手続きに関するもの	9,479		
	契約内容の説明	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	21,958		
	契約の引受	契約の引受制限に関するもの	290		
	保険料	保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの	2,477		
	接客態度	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,278		
	帳票類	申込書、パンフレット等帳票に関するもの	952		
	その他	上記以外の契約の手続きに関するもの	5,806		
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苦情	証券	保険証券の未着や記載内容の誤りに関するもの	6,898	65,254	36.6%
	分割払い・口座引落し	保険料の支払方法（口座振替など）に関するもの	12,222		
	契約変更	契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの	19,298		
	解約	契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの	9,756		
	満期返戻	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	72		
	接客態度	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	4,203		
	その他	上記以外の契約の管理に関するもの	12,805		
保険金支払業務 事故の受付から、保険金支払までの対応に関する苦情	保険金支払金額	保険金の支払金額に関するもの	6,085	26,127	14.7%
	支払手続き	保険金の支払手続きにおける遅延や誤りに関するもの	7,615		
	支払可否	保険金支払の判断に関するもの	1,529		
	接客態度	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,883		
	その他	上記以外の保険金支払に関するもの	9,015		
個人情報	—	—	219	0.1%	
その他	—	—	28,109	15.8%	
合計			178,279	100.0%	

(※) 小数点第2位を四捨五入して掲載。

お客さまからいただいた苦情の事例

募集業務に関する声

毎年満期のぎりぎりに案内をして
くるため、十分に内容を検討する時
間がもてない。昨年代理店に「もっと
早く案内をしてほしい」と言ったの
に、今年も満期ぎりぎりにきた。

生年月日を教えてあるので、自動
車保険を更新するときにはその年齢
条件に合うプランに訂正して送って
欲しい。

パンフレット等を使用した説明がな
かったので、素人の私には、今ひとつ、理
解しにくい部分があった。

これまで契約を更新するたび、毎年
保険料が下がってきたのに、今年は保険
料が上がっていた。保険料が上がった理
由について、事前に何の説明もなく納得
できない。

今年は担当の人から「お忙しいようですので電話でもいいですか？」と言われた。確かに忙しいが、
これまでではそこをどうにかして時間を合わせ、説明をしてもらっていた。とにかく行くのが面倒だ、とい
う感じで残念だった。

契約管理業務に関する声

代理店に住所変更のお願いをし
ていた。代理店が「やっておきます」
というので安心していたら、「更新の
ご案内」が前の住所から転送されて
届いたので驚いた。

3か月前に保険の解約をお願いし
ていたが、その後の連絡がなかった
ので、1か月前にも連絡していた。い
まだに手続きがされていないのはど
ういうことか。

保険料入金後、2週間を過ぎても保険
証券が届かないので電話で問い合わせ
たところ、内容に不備があり、そのまま
になっていたとのこと。手元に証券がな
く不安だった。

事故の連絡をしたが、なかなかつながらなかつた。初めての事故ですごく不安だったので、せめて電話がつながるようにしてほしい。

事故相手の方との交渉がどうなっているのかなど、途中経過の連絡がなかった。

電話をかけるたびに違う人に話すのは面倒。事故の担当者は1人にしてほしい。

■ 保険金支払業務に関する声

保険金の支払が完了したことを封書が来て初めて知った。支払完了の電話もなく、どうなっているのか不安だった。

事故の対応が遅く、保険金の支払までが長い。こんなに時間がかかるものなのか。

当社はこれらの声を真摯に受け止め、改善につなげていけるよう、取り組んでまいります。

第2章

「お客様の声」に対する 取り組み事例

お客様満足度の向上のためには、お客様の視点を取り入れた商品・サービスの開発・改善が大切だと考えています。ここでは、お客様の声を活かした取り組みの一部をご紹介します。

第2章

「お客様の声」に対する取り組み事例

「お客様の声 体感プログラム」の実施

当社では、2011年度、社員向けの研修として、お電話で寄せられた実際の「お客様の声」を体感することで、社員がお客様について、より深く理解することを目的とした「お客様の声 体感プログラム」を実施しました。

64の部店で開催したこのプログラムに参加した多くの社員が、お客様の声を傾聴する大切さをあらためて認識しました。また、事例の原因分析とその対策について議論し、具体的な業務品質の改善に繋がっています。

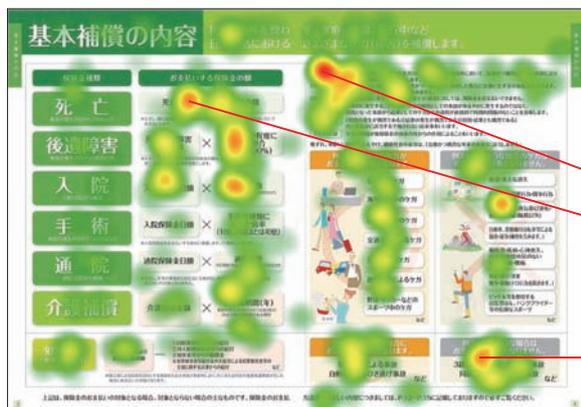


傷害総合保険「まも～るジャパン」におけるわかりやすいパンフレットの作成

当社は、2011年7月に、満70歳以上の方専用の傷害総合保険「まも～るジャパン」を発売しました。「まも～るジャパン」の商品パンフレットは、従来のものより文字のサイズを大きくし、ページ数を減らす工夫をする等、お客さまにとってのわかりやすさ・読みやすさ等を重視した専用のパンフレットとして作成しました。パンフレット作成の過程では、シニアの方が従

来の傷害総合保険のパンフレットを読む際の視線や注視する箇所を分析し、わかりやすさ・読みやすさ等の観点で改善すべき点をパンフレットに取り込みました。なお、本パンフレットは、色覚の個人差を問わず、多くの方に見やすく配慮されたデザインとして、カラーユニバーサルデザインの認証（認証元：NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構）を受けています。

わかりやすいページづくりの参考とするため、これまでの傷害総合保険のパンフレットについて、読み手の目線の動きを分析し、読み手の知りたい順序を理解する調査を実施しました。



赤い部分ほど被験者の目線が集中していることを表しています。



基本補償 ケガの補償 病気の補償は対象外です。

国内・国外を問わず、家庭内、旅行中など日常生活におけるさまざまなケガ(傷害)を補償します。

保険金種類	お支払いする保険金の額
死亡	死亡・後遺障害保険金額の全額
後遺障害	死亡・後遺障害保険金額 × 後遺障害の程度に応じた割合(78%~100%)
入院	入院保険金日額 × 入院日数 入院日数は1日30日以内
手術	入院保険金日額 × 手術の種類に応じた倍率 (10倍、20倍または40倍)
通院	通院保険金日額 × 通院日数 通院日数は1日30日以内
入院時金	ご契約のタイプにより、3.5万円~7万円

犯罪被害 所定の計算により算出した損害額

例えはこのようなケガが、お支払いの対象となります。

- 海外旅行中のケガ
- 国内旅行中のケガ
- 交通事故によるケガ
- 建物火災によるケガ
- スポーツ中のケガ

例えはこのような場合のケガは、お支払いの対象となりません。

- わざとケガをした(故意・自殺行為によるケガ)
- ケンカをしてケガをした(犯行行為・闘争行為によるケガ)
- お酒を飲んだ後、自動車を運転してケガをした(飲酒運転・酒気帯り運転中の事故によるケガ)
- 脳卒中で意識を失い、転倒したときにケガをした(脳疾患・病前・心神喪失に起因するケガ、医学的に死所見のないいわゆる「ちうち症」)
- 旅行で暴動に巻き込まれてケガをした(戦争・暴動によるケガ(テロ行為)によるものは除きます。))
- ハングライダー中にケガをした(ヘルメットを使用する山岳登山、ハングライダー等の危険なスポーツ中のケガ)
- 3級内の運転による被害事故、同様の運転による被害事故

【留意】とは 本契約は、ご加入者本人の故意によるケガ・損害に対しては、保険金をお支払いできません。盗難、詐欺、自殺、しもやけ、痴情心中等は、「自然かつ偶然な外来の事由」に該当しません。

【除外】とは 本契約は、ご加入者本人の故意によるケガ・損害に対しては、保険金をお支払いできません。盗難、詐欺、自殺、しもやけ、痴情心中等は、「自然かつ偶然な外来の事由」に該当しません。

【除外】とは 本契約は、ご加入者本人の故意によるケガ・損害に対しては、保険金をお支払いできません。盗難、詐欺、自殺、しもやけ、痴情心中等は、「自然かつ偶然な外来の事由」に該当しません。

お客さまの声

地震や津波によって、自分の車に損害が生じた場合、自動車保険で補償してほしい。

被災したお客さまの生活に欠かせない移動手段の確保などにお役立ていただくための一時金をお支払いすることを目的とし、地震・噴火・津波による損害でご契約のお車が全損になった場合に、地震・噴火・津波車両全損時一時金として50万円(※)をお支払いする「地震・噴火・津波車両全損時一時金特約」を新設しました(2012年1月以降保険始期契約から実施)。

(※)車両保険金額が50万円を下回る場合にはその金額をお支払いします。

当社の取り組み

東日本大震災における当社・代理店の取り組みに関する感謝の声を一部ご紹介します。

代理店の方は、私が地震保険に加入していないにもかかわらず、震災が起こった後に心配して連絡くださいました。今時、このような対応ができる代理店はないと思います。とても感激しています。

調査に来てくれた男性の方が、その夜には査定金額を教えてくれ、3日後には保険金が振り込まれました。これからの生活で、いくらお金がかかるかわからない不安の中、本当に助かりました。

昨日調査員の方が、我が家に来てくださいました。何の連絡もない家庭を訪問しているとのこと。地震保険に入っていることはわかりましたが、調査の依頼はしませんでした。なぜなら食器やタンス、テレビのキズなどありましたが、この程度なら我が家は幸せな方と満足したからです。ところが、昨日調査員の方が訪ねて来られ、被害の状況を細かく見て、それを丁寧に説明してくださり、家財保険の請求もさせていただくことができました。零細企業に勤める私達にはお金の余裕などあるはずありません。気持ちに少し余裕と明るさが戻りました。損保ジャパンの心遣いに感謝いたします。

第3章

「お客さま満足度調査」の 結果

当社、代理店がご提供した商品・サービスが、お客さまの視点で本当にご満足いただけるものかを確認し、改善につなげていくために、お客さま満足度調査を実施しています。この章では、調査結果の一部をご紹介します。

保険金お支払い満足度調査

■調査概要

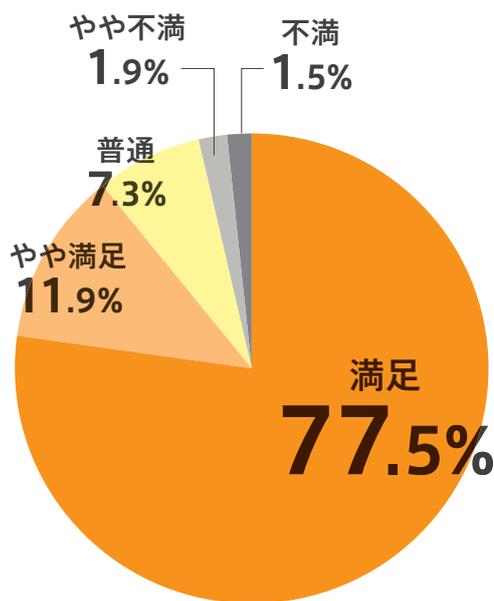
自動車保険・火災新種保険の保険金をお支払いしたお客さまに対し、当社や代理店の事故対応に関する満足度調査を実施しています。（自動車保険については2002年度から開始。火災・新種保険については2011年7月から開始。）

■2011年度実施要領

- ・発送数：1,357,788件
- ・回収数： 278,291件(回収率:20.5%)
- ・お客さまのコメント数:127,022件(記入率:45.6%)

調査結果

▶総合満足度



(%は小数点第2位を四捨五入して掲載)

77.5%のお客さまから、損保ジャパンの事故対応サービスに満足とご回答いただきました。しかしながら、不満と回答されたお客さまが1.5%、やや不満と回答されたお客さまが1.9%いらっしゃいます。より一層のサービス向上に努めてまいります。

■調査内容

アンケートへのご協力をお願い

当社は、お客さまからより一層信頼される保険会社を目指し、お客さまの立場で事故対応サービスを見直していきたいと考えております。
 なにとぞ当社事故対応サービスについて皆様のご意見をお聞かせください。
 (お手数ですが次ページのアンケート回答欄にご回答ください。)
 なお、アンケートにご協力いただいた方の中から毎月抽選で40名さまにグルメカタログギフト、100名さまに図書カードをプレゼントいたします。

【個人情報取扱いについて】
 お客さまの個人情報につきましては、
 ・当社および取扱代理店の事故対応サービスの向上
 ・アンケートにご協力いただいたお客さまへの抽選品発送
 ・統計的な活用
 のために使用いたします。
 当社の個人情報の取扱いの詳細につきましては、「個人情報保護宣言」をご覧ください。
 <当社ホームページアドレス>http://www.sompo-japan.co.jp

ご回答いただいたアンケート結果は、ご記入いただいている代理店に提供することがあります。代理店への提供を希望されない場合は、アンケート回答欄の最後にある〇欄にチェックをお願いします。

1	2	3	4	5
1 今回の損保ジャパンの対応全般についてご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満	2 保険金のお支払まで全にご連絡させていただいたのは? ① 損保ジャパン ② 代理店 ③ その他	3 保険金請求にあたり、最初にどちらにご連絡されましたか? ① 損保ジャパン ② 代理店 ③ その他	4 問3でお客さまのご連絡を受けた者の対応にご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満	5 お客さまがご加入されているご契約の補償内容について、当社担当者(または代理店)の説明にご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満
6 お支払までの流れについて、当社担当者(または代理店)の説明にご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満	7 当社担当者(または代理店)からの途中経過のご連絡にご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満	8 最終的な保険金お支払内容について、当社担当者(または代理店)の説明にご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満	9 保険金お支払までの日数についてご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満	10 お客さまに対する、当社担当者(または代理店)の態度や話し方、気配りにご満足いただけましたか? ① 満足 ② やや満足 ③ 普通 ④ やや不満 ⑤ 不満
11 機会があれば、当社の保険をおすすめいただけますか? ① はい ② いいえ ③ どちらともいえぬ	12 ご意見・ご要望などがございましたらご記入ください。			

アンケート回答欄

該当する数字を黒く塗りつぶしてください(塗りつぶし例: →)

1	→1	→2	→3	→4	→5
2	→1	→2	→3		
3	→1	→2	→3		
4	→1	→2	→3	→4	→5
5	→1	→2	→3	→4	→5
6	→1	→2	→3	→4	→5
7	→1	→2	→3	→4	→5
8	→1	→2	→3	→4	→5
9	→1	→2	→3	→4	→5
10	→1	→2	→3	→4	→5
11	→1	→2	→3		
12	ご意見・ご要望などがございましたらご記入ください				

回答内容について取扱い代理店への提供を希望しません。

ご協力ありがとうございました

「不満」を感じられたお客さまのコメント

- 相手方との話し合いが長引き、その間**ほとんど連絡がなかった**ので、もう少しどんな状況なのか連絡がほしかった。
- 治療が終わってから**支払まで時間がかかった**。もっとスムーズに支払いしてほしい。
- 丁寧に説明をしてくれたが、**専門用語で言われたので**、もう少しわかりやすい言葉で説明してほしい。
- **保険を使った場合と使わなかった場合の保険料がどれくらい上がるのか**、具体的に教えてほしい。

「満足」いただいたお客さまのコメント

- 初めての事故で頭が真白になり不安で一杯でしたが、**担当者の方の暖かい対応に勇気づけられました**。相談にも乗って頂き大変お世話になりました。ありがとうございました。
- 担当者にわからないこと、気になったことなど聞いたら、**こちらの意見を十分に理解し、親切に対応してくれて**感謝しています。ありがとうございました。
- **私の保険の内容を詳しく見てもらい、思いがけぬ保険金を受け取ることができました**。ありがとうございました。
- 電話をしてから、**すぐに来てくれて、対応も良く、保険金の入金までとても早く**ありがたく思っております。ありがとうございました。

アンケートにご回答いただいたお客さまのご意見やご要望は、事故対応の品質改善や新商品開発などにつなげていきます。

契約時のお客さま満足度調査

■調査概要

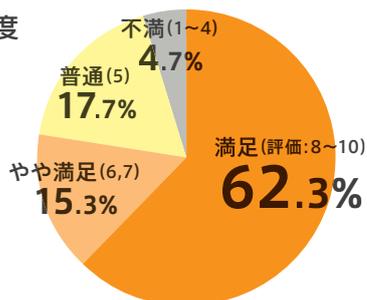
自動車保険をご契約いただいたお客さまに対し、ご契約時の当社や代理店の対応に関する満足度調査を実施しています。(2009年度から開始。)

■2011年度実施要領

- 発送数: 1,828,074件
- 回収数: 177,532件(回収率:9.7%)
- お客さまのコメント数: 57,590件(記入率:32.4%)

調査結果

▶総合満足度



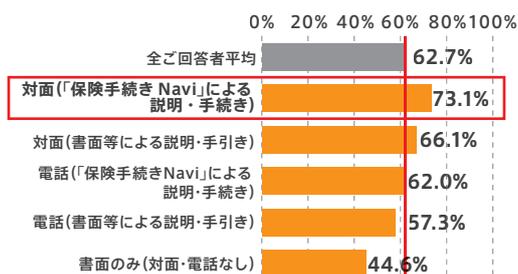
(%は小数点第2位を四捨五入して掲載)

62.3%のお客さまから、ご契約時の当社、代理店の対応に総合的に「満足」とご回答いただきました。

しかしながら、4.7%のお客さまは「不満」と回答されているため、より一層の取り組みが必要と認識しました。

▶契約手続き方法別の総合満足度

(当社、代理店の対応に総合的に「満足」と回答した方の比率)



2010年2月から、代理店がお客さまに契約内容をわかりやすくご説明・ご提案できるよう、「保険手続きNavi(※)」を導入しています。代理店が「保険手続きNavi」を使いながら対面で契約手続きを行った場合の満足度が73.1%と最も高い結果になりました。

▶保険手続きNavi



これからも、「保険手続きNavi」などを活用しながら、保険の内容について、わかりやすく、ご理解いただける説明を徹底することにより、より一層、お客さま満足度の向上に努めていきます。

(※)「保険手続きNavi」: パソコンを使った動画等による商品説明や契約手続き完了までの誘導・案内機能を搭載した代理店システムのことをいいます。

(参考データ)年度ごとの苦情の受付件数内訳

苦情の区分		2006年度	2007年度
募集業務	商品の説明が不十分であったなど、募集時の説明に関する苦情	913	1,967
	パンフレットの表記がわかりにくいなど、印刷物に関する苦情	25	114
	満期の案内や手続きに不備があったなど、更新手続きに関する苦情	1,127	2,102
	契約の条件が制限されたなど、契約引き受けに関する苦情	76	70
契約管理業務	証券が届かない、証券の記載に誤りがあったなど、証券に関する苦情	366	727
	契約した条件と違う内容になっていたなど、契約内容に関する苦情	450	455
	異動・解約の手続きを依頼したのに対応を忘れられたなど、契約内容変更手続きに関する苦情	946	1,994
	保険料の引き落としに関する問題など、保険料の支払に関する苦情	357	1,319
保険金支払業務	保険金の支払金額に関する説明不足など、保険金支払に関する苦情	3,280	2,880
	社員からの連絡が遅いなど、社員の対応に関する苦情	4,410	5,882
その他	接客や電話などにおける社員の態度・マナーに関する苦情、個人情報の保護などに関する苦情	1,752	2,830
計		13,702	20,340

※2007年10月に、苦情として取り扱う範囲を「当社の事業活動全般に対してお客さまが当社に不満足を申し出られたもの」に拡大しました。
 ※2008年度に苦情の区分を変更しました。

苦情の区分		2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
募集業務	保険の補償内容や規定に関するもの	1,952	2,111	7,688	10,094
	契約更新手続きの連絡不十分・遅延に関するもの	3,962	5,420	13,438	6,236
	契約の勧誘方法や契約手続きに関するもの	2,743	4,247	7,881	9,479
	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	3,964	5,663	14,577	21,958
	契約の引受制限に関するもの	101	179	226	290
	保険料の算出誤りや割引適用漏れに関するもの	57	198	1,142	2,477
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	284	432	997	1,278
	申込書、パンフレット等帳票に関するもの	107	182	477	952
	上記以外の契約の手続きに関するもの	231	287	1,469	5,806
契約管理業務	保険証券の未着や記載内容の誤りに関するもの	1,969	2,814	6,774	6,898
	保険料の支払方法(口座振替など)に関するもの	3,375	4,739	12,055	12,222
	契約の変更手続きにおける遅延や誤りに関するもの	3,804	5,291	13,802	19,298
	契約の解約手続きにおける遅延や誤りに関するもの	1,485	3,129	7,031	9,756
	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	12	38	48	72
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	—	532	2,480	4,203
	上記以外の契約の管理に関するもの	1,456	2,063	7,171	12,805
保険金支払業務	保険金の支払金額に関するもの	2,716	4,381	5,172	6,085
	保険金の支払手続きにおける遅延や誤りに関するもの	3,284	4,826	5,735	7,615
	保険金支払の判断に関するもの	655	1,118	1,263	1,529
	社員や代理店の言葉遣い・マナーに関するもの	1,322	1,668	1,700	1,883
	上記以外の保険金支払に関するもの	4,851	5,058	10,758	9,015
個人情報	—	—	—	219	
その他	5,153	8,277	25,909	28,109	
計	43,483	62,653	147,793	178,279	

株式会社 損害保険ジャパン

〒160-8338 東京都新宿区西新宿1-26-1 TEL.03-3349-3111
[フリーダイヤル] 0120-888-089
ホームページアドレス <http://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、一部ユニバーサルデザイン(UD)に配慮したフォント(書体)を使用しています。

2012年8月発行

(99NG5541) 201622 Ver 6.00