

お客様にとって価値ある「違い」の実現に向けて

ソニー損保は、スローガン“Feel the Difference”のもと、お客様にとって価値ある「ソニー損保ならではの違い」の実現を目指しています。「お客様の声」に真摯に耳を傾け、お客様とより良い関係を築き、お客様にとって快適な、また、価値を感じていただけるサービスや商品を提供するために努力を続けています。

ダイレクトコミュニケーション

お客様と直接コミュニケーションが図れるというダイレクト保険会社の長を活かし、お客様との信頼関係の構築と、お客様サービスの一層の充実を目指しています。

カスタマーセンター

カスタマーセンターでは、お客様からのお問合せ対応をはじめ、お客様の契約手続から契約後のケアまで行っています。自動車保険では、お客様の利便性向上を目的に、2016年12月から、スマートフォンを利用されているお客様へのご連絡手段として、ショートメッセージサービス(SMS)の利用も開始しました。さらに、同月にチャットサービスも開始し、2017年2月からは対応時間を従来の22時から24時まで拡大しました。医療保険においても、2017年1月から新規見積りの営業時間を22時までに拡大しました。時代の変化やお客様のニーズに合わせた円滑なコミュニケーション、そして、お客様にとって最適なソリューションの提案ができるよう、スタッフひとりひとりが、常にわかりやすい説明やスピーディーな対応を心掛けています。

お客様相談室

お問合せやご相談にお応えするほか、ご意見・苦情などもお伺いしています。ひとつひとつの「お客様の声」にしっかりと耳を傾け、声と一緒にいただいた思いも受けとめていくことで、お客様に共感・ご納得いただけるコミュニケーションの実現を目指しています。

商品・サービス

ソニー損保ならではの、お客様に価値を感じていただける商品やサービスの開発に取り組んでいます。さらに、各顧客接点を通じたカスタマーエクスペリエンス(以下、CX)の向上による、顧客価値最大化に向けた取り組みを進めています。

商品

自動車保険では、走行距離リスクファクターの導入(保険料は走る分だけ)や「くりこし割引」制度によりお客様に納得していただける保険料の実現を目指しているほか、「おりても特約」など特長ある特約を提供しています。また、加速・減速の発生状況(運転特性)を保険料に反映させる、日本で初めての運転行動連動型(PHYD型)の自動車保険「やさしい運転キャッシュバック型」も2015年2月から販売しています。

医療保険では、2017年1月に、手頃な保険料で「実際にかかった費用を保障」する合理的な医療保険を提供することをコンセプトとした「入院実費型の医療保険ZIPPi(ジッピ)」の販売を開始しました。

今後も、お客様にとって価値あるソニー損保ならではの商品の開発に向けた取り組みを続けます。

☞ 商品については34～36ページをご参照ください。

サービスセンター

自動車保険では、24時間365日体制で事故受付を行っており、事故受付後は、全国のサービスセンターの専任担当者がお客様とコミュニケーションをとりながら、お客様の立場にたって、少しでも早い事故解決を目指し責任を持ってサポートします。また、医療保険や火災保険などでも、専任担当者がお客様からのさまざまなご相談に応じながら、保険金のお支払いまできめ細かにサポートします。

☞ 保険金お支払いまでのサービスについては、37～39ページをご参照ください。

ロードサービスデスク

自動車保険では、お客様の快適なカーライフをサポートするため、24時間365日体制で事故時はもちろん故障時もお客様をサポートするロードサービスを、無料で付帯しています。お客様の万が一の時、お客様にご満足いただけるサービスが提供できるよう、迅速かつ適切な対応を心掛けています。

☞ ロードサービスについては40ページをご参照ください。

CX向上の取り組み

CX向上を経営の重要課題の1つに掲げ、事故対応サービス、カスタマーサービス、インターネットによるサービスなど、当社が提供するあらゆるサービスを通じた顧客体験(カスタマージャーニー)を確認し、サービスの改善やレベル向上を図っています。CX向上の取り組みを通じて、お客様にとって、一層の快適かつ価値あるサービスの提供を目指します。



カスタマージャーニーを確認する社内でのワークショップの様子

「お客様の声」に対する取組み

お客様により大きな「安心」をお届けするため、また、お客様によりご満足いただけるサービス品質を実現するため、「お客様の声」に真摯に耳を傾け、積極的に企業活動に活かしています。

お客様とソニー損保のコミュニケーションサイト

お客様とコミュニケーションを図り、「お客様の声」に対する当社の姿勢を公開するため、2006年4月から「お客様とソニー損保のコミュニケーションサイト」を運営しています。

なお、同サイトに使用されている「コエキク」という言葉は、お客様の声に耳を澄ます・耳を傾けるという意味を含め、「声(コエ)を聴く(キク)」から作った造語です。



「お客様とソニー損保のコミュニケーションサイト」
トップページ

「お客様とソニー損保のコミュニケーションサイト」の主な内容

● コエキク質問箱

お客様にご意見・ご質問を投稿していただき、回答を担当者の顔写真と一緒に公開するページです。公開されたお客様の投稿や回答は、投稿されたお客様以外の方にも役立てていただける情報と考えています。また、お客様が希望される場合は、ご連絡先をお伝えいただくことで、個別対応が必要な内容を投稿することも可能です。

● コエキク改善レポート

「コエキク質問箱」をはじめとする、ソニー損保に寄せられるさまざまな「お客様の声」を起点とした課題と、その改善への取組状況をお伝えするページです。「お客様の声」に対し、「改善しました!」「検討します!」「申し訳ございません」の3つのカテゴリーに分けて、回答や対応策、あるいは対応が不可能な場合の理由の説明を掲載しています。

● みんなの満足度

当社が実施する顧客満足度アンケートの結果を公開するページで、4つのサービス(「事故解決」「ロードサービス」「契約手続」「医療保険金請求手続」)についてのアンケート結果を公開し、四半期ごとに更新しています。

● 保険なるほど知恵袋

保険についての解説や、当社取扱商品の周辺情報を紹介するページで、補償やサービス、手続き、自動車事故防止やドライブ関連情報、健康に役立つ情報などを読物として提供しています。

「お客様の声」を積極的に伺うためのアンケート

お客様へのサービスのさらなる向上のため、ご契約に関する各種お手続きを実施いただきましたお客様や、自動車保険の事故解決サービスやロードサービスを提供させていただいたお客様を対象に、ソニー損保のサービスに対するご意見やご感想をお伺いしています。いただいたご意見・ご感想は、より高品質なお客様サービスを実現するための施策検討に活かしています。

「お客様の声」を業務に活かすための取組み

お客様からいただいたご意見やご不満の声は、会社の健全な発展と成長のための重要なメッセージとして真摯に受けとめ、全社で共有しています。そして、その内容を適切に把握して業務品質改善に活かし、商品やサービスをお客様にとって価値あるものに発展させていきます。特にご不満の声については、ご不満の解消とその原因となった事項の改善のため、重点的に取組みを進めています。

「ISO10002」自己適合宣言

「お客様の声」を業務品質改善や顧客満足向上に活かす取組みを体系化することで、2011年4月に、苦情対応に関する国際規格「ISO10002」(品質マネジメント～顧客満足～組織における苦情対応のための指針)に適合した苦情対応マネジメントシステムを構築したことを宣言しました。

「ISO10002」自己適合宣言後も、構築した苦情対応マネジメントシステムに基づく「お客様の声」への対応に継続的に取組み、定期的に苦情対応マネジメントシステムの専門家に取組態勢について再確認を依頼し、第三者意見書を取得しています。

今後も、お客様と直接コミュニケーションを図るダイレクト保険会社の長を活かした「お客様の声」の傾聴、そして、「お客様の声」を真摯に受けとめて業務品質改善や顧客満足向上に活かす活動を、さらに推進していきます。

「お客様の声」への対応（ご意見やご不満の声の受付・改善態勢）

「お客様の声」を真摯に受けとめ、分析・業務改善活動を通じて商品や各種サービスの開発・改善に努めています。

お客様相談室をはじめとする社内の各部門でお伺いした「お客様の声」は、お客様の声対応推進部が一元的に管理しています。

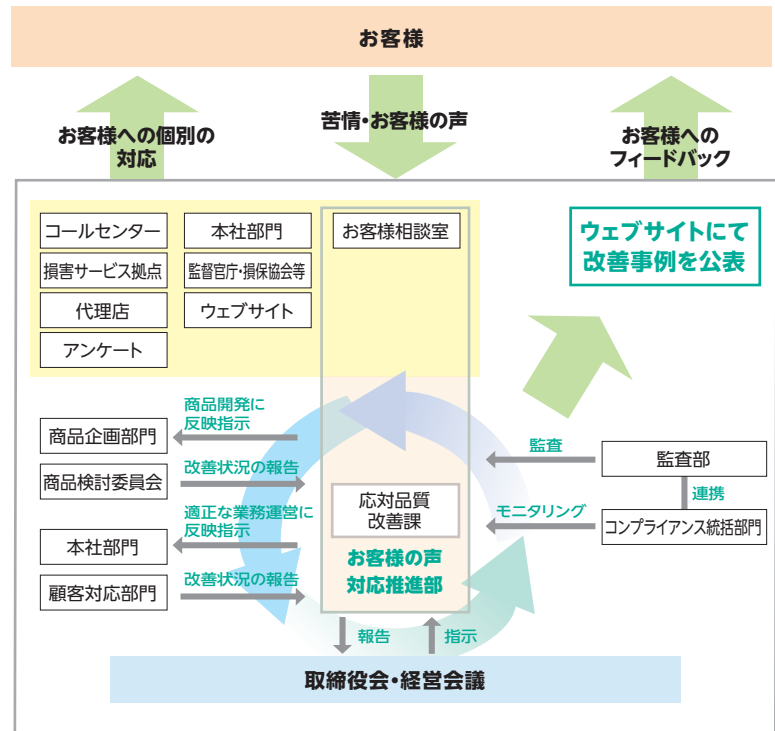
ご不満の声については、月次で集計して内容の分析を行い、四半期単位で経営陣に報告しています。特に重要と判断した案件については、適時、経営陣にその原因の詳細を報告するとともに、対策についての提言を行います。このほか、必要に応じて関連部門にフィードバックして改善を指示するとともに、改善状況の確認を行っています。

ソニー損保に関するご相談やご質問、ご意見は、「お客様相談室」で直接お伺いしています。

お客様相談室 0120-101-656

受付時間：月～金 9:00～17:30（休日除く）

「お客様の声」を業務に活かすための態勢



(2017年4月1日時点)

■ お客様からの苦情受付状況(2016年度)

2016年度(2016年4月～2017年3月)の苦情受付状況は次のとおりです。

※苦情とは、当社の広告・商品・サービス・仕組み、従業者、代理店等を対象とした保険契約関係者からの不満足の内容をさします。

ご不満の区分	ご不満の概要	2016年 4月～6月 (第1四半期)	2016年 7月～9月 (第2四半期)	2016年 10月～12月 (第3四半期)	2017年 1月～3月 (第4四半期)	2016年度 合計
商品・サービス		1,811	2,083	2,029	1,852	7,775
商品内容・引受制限	商品内容やご契約条件など	1,392	1,570	1,593	1,424	5,979
印刷物(パンフレット・申込書等)	字が小さい、表現が分かりにくいなど	419	513	436	428	1,796
ご契約の手続き		1,646	1,992	1,958	2,099	7,695
広告内容や見積り・申込手続	CM・広告内容や商品・保険料の説明が分かりにくいなど	746	893	884	909	3,432
ご契約の継続手続	満期案内の内容や手続方法が分かりにくいなど	350	354	344	307	1,355
接客態度	お電話をいただいた際の対応など	63	65	62	93	283
その他		487	680	668	790	2,625
ご契約の管理		1,232	1,353	1,422	1,580	5,587
保険証券	保険証券の到着の遅延や記載内容など	3	2	2	1	8
ご契約の変更手続・解約手続	手続方法や手続完了までの時間など	571	780	790	791	2,932
接客態度	お電話をいただいた際の対応など	23	21	23	41	108
その他		635	550	607	747	2,539
保険金のお支払い		1,339	1,342	1,259	1,139	5,079
お支払い金額	保険金のお支払金額や説明が分かりにくいなど	258	265	242	247	1,012
対応の遅れ・対応方法	事故解決までの時間や対応方法など	723	754	739	618	2,834
保険金お支払いの可否	保険金がお支払いできない場合の説明が分かりにくいなど	51	33	33	36	153
接客態度	面談時や電話対応時のマナーなど	247	267	215	214	943
その他		60	23	30	24	137
その他		190	194	231	178	793
いずれの区分にも該当しないもの		190	194	231	178	793
合計		6,218	6,964	6,899	6,848	26,929

■ 「お客様の声」を反映した改善事例

お客様からいただいたご意見やご不満の声については、関連部門にフィードバックし、商品や各種サービスの開発・改善に活かすとともに、対応状況や改善事例をウェブサイト上で報告しています。2016年度中に改善した事例の一部を、担当者が紹介します。



自動車保険

当社おすすめめの補償を動画でわかりやすくご案内（2016年10月）

お客様の声 ▶▶

自動車保険の継続を促すメールを送ってくれるのであれば、こんな内容の保険に加入している人が多いとか、これに入っていると便利だとかを積極的に教えてほしい。

改善内容 ▶▶

満期を迎えたお客様に、当社おすすめめの補償をわかりやすくお伝えできるよう、満期のお知らせメールに動画を掲載する取組みを開始しました。動画は、お客様ごとに内容を変えており、補償の説明のほかに、補償の追加に必要な保険料やお客様と同年代の方の加入状況などを個別にご案内しています。

現在は、一部のお客様のみにご案内しておりますが、今後、対象範囲を順次拡大する予定です。



ダイレクトマーケティング部
高橋



お客様にお送りする動画のイメージ

スマートフォン用の各種ご案内ページのデザインを変更（2016年8月・12月）

お客様の声 ▶▶

- スマホでの手続きが面倒。どこから保存された見積りを再開してよいかわからない。途中で操作するのをあきらめました。
- スマホで「契約内容変更」の画面を見ると「運転者範囲の変更・年齢条件の変更」を選択する部分の文字が小さ過ぎる。大変選択しづらいので改善してほしい。

改善内容 ▶▶

保存した見積りを呼出したい方や、お電話で見積りをしてからウェブサイトで申込む方がお手続きしやすいよう、目立つ場所に手順用のボタンを配置しました。

また、「各種お手続きの受付」画面ではスマートフォンでご覧になったときの文字が小さく表示されてしまい見づらい状態でしたが、画面の構成を見直して、スマートフォンでも見やすくなるよう改善しました。



CXデザイン部
稲垣



CXデザイン部
安中



お客様への連絡手段としてSMS(ショートメッセージサービス)を導入(2016年12月)

お客様の声▶▶

自動車保険の保険料の入金を確認する電話だとわからなかった。そうそう電話に出られない。
また、何の電話かと折返すのは面倒です。

改善内容▶▶

指定の期日までに保険料の入金が確認できなかったお客様には、個別にお電話で状況を確認させていただく場合がありますが、電話やメール以外の新たな連絡手段としてSMS(ショートメッセージサービス)を導入しました。
SMSの利用をはじめたところ、ほぼ全てのお客様に、当社からの連絡事項をご確認いただけるようになりました。



カスタマーセンター
横山

医療保険

医療保険のウェブサイト「入院持ち物ガイド」を新設(2016年7月)

お客様の声▶▶

私は幸いにも入院の経験がありませんが、万一入院した場合についてもいろいろと教えてもらえると助かります。

改善内容▶▶

医療保険のウェブサイト「入院持ち物ガイド」というページを新たにご用意しました。万一の入院時に何を持って行けばよいのかわかりやすく紹介する「入院時のための持ち物リスト」のほか、入院生活を過ごすうえでのポイントも掲載しています。



CXデザイン部
水野

中立・公正な立場で問題を解決する損害保険業界関連の紛争解決機関

中立・公正な立場のお客様相談窓口として、一般社団法人日本損害保険協会「そんぽADRセンター」や、一般財団法人自賠責保険・共済紛争処理機構、公益財団法人交通事故紛争処理センターがあります。

<手続実施基本契約を締結している指定紛争解決機関> 一般社団法人日本損害保険協会「そんぽADRセンター」

当社は、保険業法に基づく金融庁長官の指定を受けた指定紛争解決機関である一般社団法人日本損害保険協会と手続実施基本契約を締結しています。

同協会では、損害保険に関する一般的な相談のほか、損害保険会社の業務に関連する苦情や紛争に対応する窓口として、「そんぽADRセンター」(損害保険相談・紛争解決サポートセンター)を設けています。受付けた苦情については、損害保険会社に通知して対応を求めることで当事者同士の交渉による解決を促すとともに、当事者間で問題の解決が図れない場合には、専門の知識や経験を有する弁護士などが中立・公正な立場から和解決を提示し、紛争解決に導きます。当社との間で問題を解決できない場合には、「そんぽADRセンター」に解決の申し立てを行うことができます。

一般社団法人日本損害保険協会「そんぽADRセンター」の連絡先は以下のとおりです。

電話番号：0570-022808(ナビダイヤル、全国共通・通話料有料)
IP電話からは同協会ウェブサイトに掲載のお近くのセンターの直通番号におかけください。
受付時間：月～金 9:15～17:00
(祝日・休日および12/30～1/4を除く)

*詳しくは、同協会のウェブサイト(<http://www.sonpo.or.jp/>)をご参照ください。

<「そんぽADRセンター」以外の損害保険業界関連の紛争解決機関> 一般財団法人自賠責保険・共済紛争処理機構

自賠責保険(自賠責共済)の保険金(共済金)の支払いをめぐる紛争の、公正かつ適確な解決を通して、被害者の保護を図るために設立され、国から指定を受けた紛争処理機関として、一般財団法人自賠責保険・共済紛争処理機構があります。同機構では、自動車事故に係る専門的な知識を有する弁護士、医師、学識経験者等で構成する紛争処理委員が、自賠責保険(自賠責共済)の支払内容について審査し、公正な調停を行います。同機構が取扱うのは、あくまで自賠責保険(自賠責共済)の保険金(共済金)の支払いをめぐる紛争に限られますので、ご注意ください。

*詳しくは、同機構のウェブサイト(<http://www.jibai-adr.or.jp/>)をご参照ください。

公益財団法人交通事故紛争処理センター

自動車保険の対人・対物賠償保険に係る損害賠償に関する紛争を解決するために、相談、和解のあっせんおよび審査を行う機関として、公益財団法人交通事故紛争処理センターがあります。全国11か所において、専門の弁護士が公正・中立な立場で相談・和解のあっせんを行うほか、あっせん案に同意できない場合は、法律学者、裁判官経験者および弁護士で構成される審査会に審査を申し立てることもできます。

*詳しくは、同センターのウェブサイト(<http://www.jcstad.or.jp/>)をご参照ください。