

# 「お客さま本位の業務運営方針」に基づく 2020年度の取組状況

2021年6月  
ソニー損害保険株式会社

- 方針1. 「お客様の声」を経営に活かす取組み
- 方針2. お客様に価値を感じていただける商品・サービスの提供
- 方針3. ご契約時のお客様への情報提供の充実
- 方針4. 事故解決サービス・保険金等のお支払い
- 方針5. 利益相反の適切な管理

## 別紙

- ① 「お客様の声」に基づく改善事例
- ② 改善活動への取組みに対する評価（KPI）

参考 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客様本位の業務運営方針」との対応関係

# 方針1.「お客様の声」を経営に活かす取組み

## 運営方針

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まいります。

## 2020年度を取組状況

※改善活動への取組みに対する評価（KPI）については、別紙②をご参照ください。

当社は、2011年に国際規格「ISO10002」に適合した苦情対応マネジメントシステムを構築しており、「お客様の声」を最善の商品・サービスを提供すべく活用しています。またお客様満足度が社員評価に直結する仕組み・制度を運用するなど、お客様の声を起点とした業務品質改善・顧客満足向上を実現する態勢整備に継続的に取り組んでいます。取組状況は経営陣に定期的に報告をしています。2020年度については、主に以下のような取組みを行いました。

### ■「お客様の声」に基づくサービス開発・改善に向けた取組みの強化

- お客様の声や評価を顧客サービスの改善に活かす取組みをより強化するため、専門部署を新設し、体制強化を図りました。
- アンケートの内容を見直した上で、約37万件におよぶお客様の声を収集し、商品・サービスの改善につなげ、「お客様ご提出書類の電子送付化」や「ご契約手続きの一部自動化」などを実現しました。
- お客様から頂戴したご意見等に基づき、商品・サービスの改善に活かした事例については、「コエキク改善レポート」として、ウェブサイトに掲載しています。

※ウェブサイトに掲載した改善事例については、別紙①をご参照ください。

### ■「お客様の声」を業務品質改善・顧客満足向上に活かす企業文化の醸成と社員教育

- お客様への商品説明力向上のための各種研修や社内勉強会を定期的実施することに加え、社内報を通じて全社員に「お客様本位の業務運営方針」を再周知するなど、社員への浸透に努めました。

### 「お客様の声」に基づく改善取組の事例

#### 「お客様ご提出書類の電子送付化」



従来ご契約に必要な書類はFAXでお送りいただいておりますが、新たにウェブ上でアップロードできる仕組みを導入しました

#### 「ご契約手続きの一部自動化」



継続手続の際に、お客様のお手間を減らすため免許証の色と証券の項目があらかじめ入力される仕様としました。

# 方針2. お客様に価値を感じていただける商品・サービスの提供

## 運営方針

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、各お客様接点を通じたカスタマーエクスペリエンスの向上による、お客様価値最大化に向けた取り組みを進めてまいります。

### 2020年度の実績

※改善活動への取り組みに対する評価（KPI）については、別紙②をご参照ください。

当社は、カスタマーエクスペリエンス向上を経営の重要課題に掲げ、お客様の視点に立った質の高い商品・サービスの提供に努めています。商品開発においては充実した補償を最適な保険料にて提供すべく取り組んでおり、サービスにおいてはよりお客様にわかりやすく、納得感を感じていただけるサービスの提供に向けた取り組みを行っております。また、優れた取り組みは社内にて表彰を行うことでお客様本位の姿勢が全社に浸透するよう努めています。2020年度においては、主に以下の取り組みを実施しました。

#### ■運転特性連動型自動車保険「GOOD DRIVE」の普及への取り組み

- 2020年3月に発売した「GOOD DRIVE」は、AIとスマートフォンの専用アプリにより運転特性を計測し、事故リスクの低いお客様に保険料を最大30%キャッシュバックする商品です。2020年度は、お客様の事故リスクの低減を通じ、交通事故の少ない安全な社会の実現に貢献するという同商品のコンセプトに共感いただけるよう、SNSや専用ウェブサイトを活用したマーケティングに取り組ましました。

運転アドバイス表示画面



「専用デバイス装着イメージ」



専用デバイスには、もしものときの「緊急ボタン」を搭載しています

#### ■火災保険：破損・汚損損害等補償特約の新設

- 建物や家財の“ぶつける・落とす”といった“不測かつ突発的”な事故を補償可能な破損・汚損特約を新設するなど商品力を強化しました。

#### ■ウェブサイトの情報入力画面の改善による利便性向上

- 自動車保険のウェブ申込画面のデザインをリニューアルし、お客様にとって、スマートフォンでの操作がより見やすく・使いやすくなるよう改善を図りました。

「自動車保険」  
情報入力画面の改善



(2021年6月時点)

#### ■お客様とウェブ画面を共有したサポート

- お客様が操作中のウェブ画面を共有いただける仕組みを導入し、当社オペレーターがお客様のウェブサイト上での困りごとを瞬時に理解・共有・解決することを可能としました。

画面共有のイメージ図



# 方針3. ご契約時のお客さまへの情報提供の充実

## 運営方針

お客さまが商品選択する上で、ご意向に沿った商品・サービスを選んでいただけるよう、重要な情報をわかりやすく提供いたします。

**2020年度の実績状況** ※改善活動への取組みに対する評価（KPI）については、別紙②をご参照ください。

当社は、「販売・勧誘方針」に基づき、お客さまのご意向や実情に沿った適切な保険商品・補償内容の選択がなされるよう社員の教育を行うとともに、重要事項説明書等により商品の基本的な内容から詳細な条項まで、情報の重要性や複雑さに応じた説明に努めています。2020年度においては、ご契約書類やウェブサイトのわかりやすさの向上などの改善に取り組ましました。

### ■ ご契約書類やウェブサイトによる充実した情報提供への取組み

#### ご契約書類

・医療保険において高齢の方や目の不自由なお客さまにもご確認いただけるよう「契約内容のご案内(封書版)」にQRコードを読み取っていただくことで音声案内が流れる仕組みを導入し、お客さまに合わせた方法でご案内ができるよう取組みました。

#### ウェブサイト

・初めて自動車保険をご契約されるお客さまにも、商品内容をマンガなどを用いてわかりやすくご説明しています。  
・火災保険では必要な補償を選べる設計や地震保険の上乗せ補償など他の保険会社の商品との違いをわかりやすく説明し、お客さまが商品を選択する際に参考になる情報の提供に努めています。

### ■ カスタマーセンターや代理店の適切な情報提供に向けた取組み

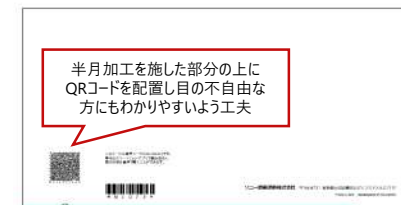
#### カスタマーセンター

・お客さまのご意向に沿った最適のご案内ができるよう、カスタマーセンターにおいてはお客さまの満足度を評価に反映する仕組みを取り入れ、社内教育にも取り組んでいます。

#### 代理店

・お客さまのご意向にあった補償内容等をご選択していただけるよう、代理店に対しお客さまのご理解・ご判断に必要な情報の提供とわかりやすい説明がなされるよう指導しています。

#### 「医療保険 音声案内封書イメージ」



(2021年6月時点)

# 方針4. 事故解決サービス・保険金等のお支払い

## 運営方針

ご契約後のご契約車両のトラブルや事故、病気やケガなどの場合には、担当者がお客さまとダイレクトにコミュニケーションをとり、お客さまの立場にたち、お客さまの納得感を追求した事故解決、保険金等のお支払いを行います。また、保険金支払の迅速性および適切性を確保し、お客さまからの満足と信頼を得るよう努めてまいります。

**2020年度の取組状況** ※改善活動への取組みに対する評価（KPI）については、別紙②をご参照ください。

当社は、事故解決および保険金のお支払いを保険会社として最も重要なサービスと位置づけ、お客さまのご意向を踏まえたうえで、迅速さ・納得感・利便性において高い品質のサービスを提供できるようサービス開発や社員教育に取組みました。2020年度においては、以下の取組みを実施しました。

### ■Webチャット（LINE経由）を活用した新たなお客さまコミュニケーションの開始

- お客さまのLINEアプリから当社のWebチャットルームに簡単にアクセスできる仕組みを導入し、事故担当者とのコミュニケーションの利便性が高まるよう改善に取組みました。

### ■デジタルツール（Web-RTC）を活用した迅速な保険金支払いに向けた取組み

- 自動車の損害状況を動画や静止画で修理工場からリアルタイムでの受信を可能とするツールを導入するなど、損害確認に要する日数の短縮に取組みました。

### ■24時間365日事故対応のサービス拡充（深夜受付事故の初期対応強化）

- 従来行っている24時間365日の自動車事故受付に加えて、深夜時間帯であっても事故相手方への初期対応を即時実施するなど、不安を取り除けるよう取組みました。

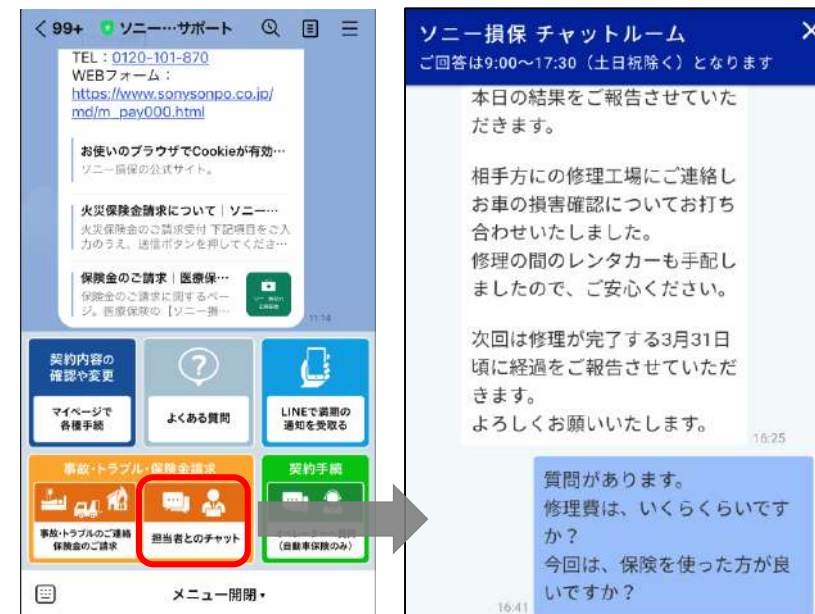
### ■大規模災害発生を想定した保険金お支払い体制の整備

- 保有契約の増加に合わせ大規模災害発生時においても、迅速にお支払いを実施するため、定期的な研修や鑑定体制の確保等の整備を進めています。

### ■保険金支払いの適切性確保に向けた取組み

- 適切な保険金のお支払いに向け社外の弁護士などの有識者を交えた「保険金支払審査会」を8回開催し、17件の個別審議を行いました。

### 「Webチャット（LINE経由）を活用したコミュニケーション」



# 方針5. 利益相反の適切な管理

## 運営方針

お客様の利益が不当に害されることのないよう適切に業務を遂行するため、利益相反のおそれがある取引を適切に管理するための体制を整備し、維持、改善に努めます。

## 2020年度 of 取組状況

当社は、お客さまとのご契約に際し、お客さまの利益が不当に害されることがないよう利益相反管理方針を定め、適切な管理体制の構築や販売代理店への指導を行っています。2020年度においては以下の取組みを実施しました。

### ■利益相反管理の徹底

- 当社では「利益相反管理方針」に基づき、お客さまの利益が不当に害されることのないよう態勢を構築し、適切に管理しています。2020年度も本方針に基づき対象取引の確認を行い、お客さまの利益が不当に害される案件がないことを確認しました。

### ■代理店に対する適切な指導

- 2020年度はコロナ禍の訪問研修ができない状況ながらリモート面談を活用しつつ、代理店がお客さまのご意向に沿った商品の提案ができるよう、研修・指導を行いました。

# 別紙①「お客さまの声」に基づく改善事例

「お客さまの声」に基づく改善事例を「コエキク改善レポート」として、当社ウェブサイト内の以下ページに公表しております。

## <2020年度「お客さまの声」に基づく改善事例>

URL：<https://from.sonysonpo.co.jp/improvement/>

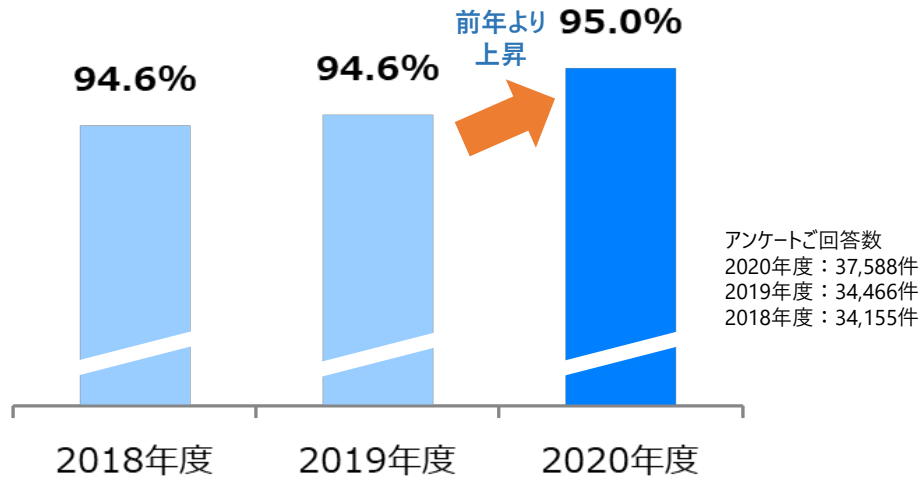
### 【お客様の声】（2020年6月～2021年5月）

- 自動車保険の手続画面が操作しづらい
- 火災保険で建物の書類確認が必要なことが分からなかった
- 耳が不自由でも担当者とリアルタイムで話したい
- 保険金請求時の書類郵送を省略したい
- ドライブレコーダーの映像を手間なくソニー損保に送りたい
- FAXではなく画像アップロードによる書類提出ができるようにしてほしい
- 満期案内手続について、書面でなくメールや電話でも連絡が欲しい
- GOOD DRIVEでの継続手続の入り口がわかりにくい
- 緊急時にサービス説明をされても頭に入らない
- 台風時の保険金請求手続きの流れがわかりづらい
- 火災保険の事故報告を、ウェブサイトからでもできるようにしてほしい
- 承認請求書を送っているのに承認書が遅く、また返金口座記入欄がわかりにくい
- 休業損害証明書の記入案内が請求の実態に合っていないことがある
- もう契約者情報はわかっているのだから、継続手続きを簡単にしてくれないか
- 契約者向けアプリを使いやすく、出来る事を明確にして欲しい
- 自動車保険の申込画面が分かりにくく、入力欄が小さくてスマホで操作しにくい
- 時間帯や天候によってロードサービスに電話が繋がりにくい
- ドライブレコーダー付きの保険があれば継続を検討したい
- GOOD DRIVEの契約に関する相談も手話や筆談でしたい
- 地震保険の質問が電話でしかできないのが不便
- 自動車保険を使うと何に影響があるのか分かりにくい
- 他車運転特約の説明が複雑で分かりにくい



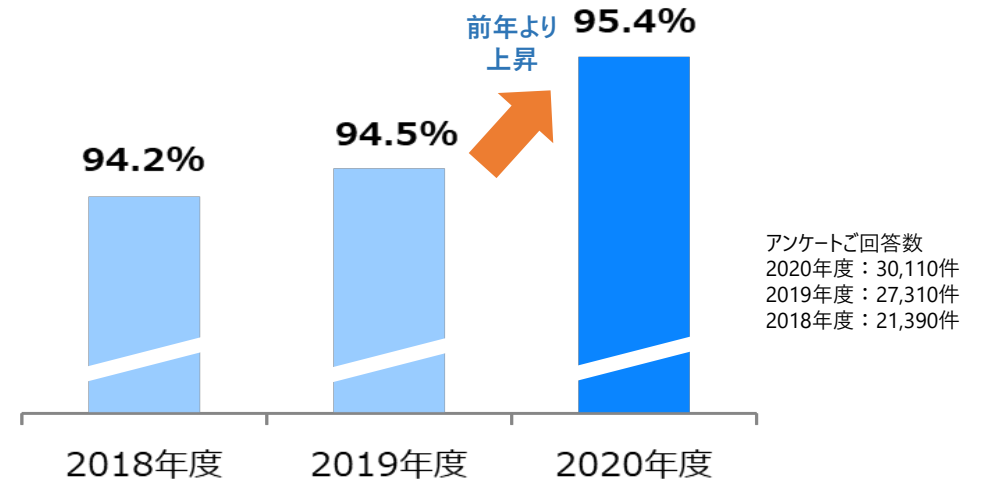
## 別紙② 改善活動への取組みに対する評価 (KPI)

### カスタマーセンターのお客さま対応の評価



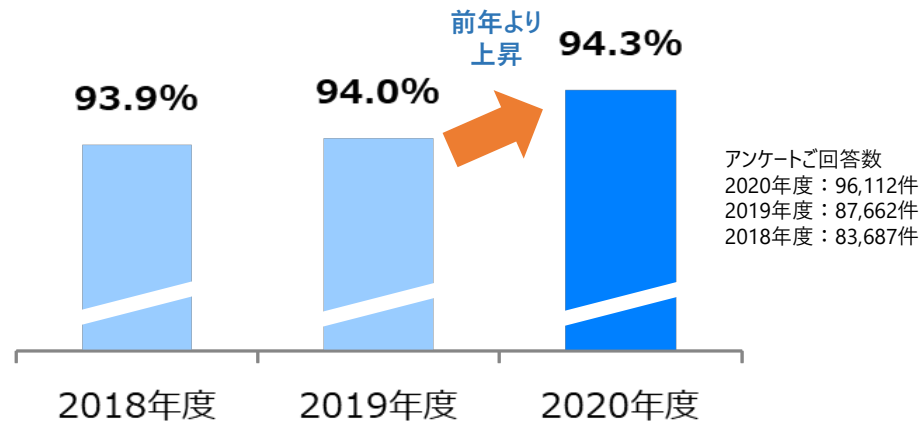
※カスタマーセンターのアンケート結果になります。  
お客さまに10点～0点の11段階でご評価をいただき、6点以上の割合を表示しています。

### 事故解決サービスの評価 (自動車保険)



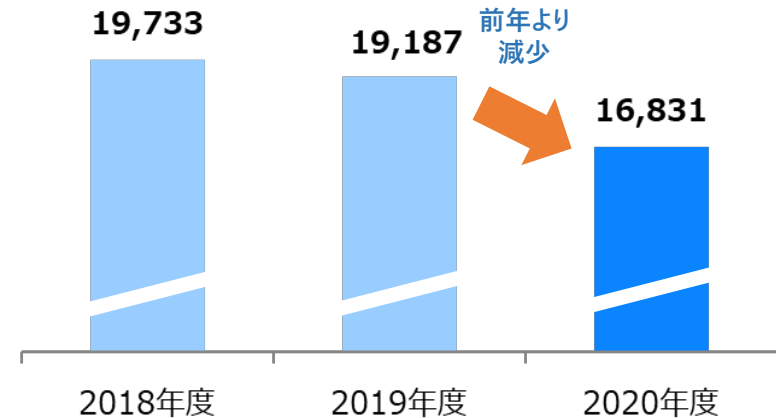
※「事故解決サービスの総合満足度」のアンケート結果になります。  
お客さまに10点～0点の11段階でご評価をいただき、6点以上の割合を表示しています。

### ウェブサイトの使いやすさについての評価



※ウェブサイトのアンケート結果になります。  
お客さまに10点～0点の11段階でご評価をいただき、6点以上の割合を表示しています。

### ご不満の件数



※ご不満とは、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 of 表明をさします。

# (参考) 金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」と当社「お客さま本位の業務運営方針」との対応関係

当社は金融庁「顧客本位の業務運営に関する原則」（以下、原則）を採択し、「お客さま本位の業務運営方針」（以下、本方針）を当社ウェブサイトで公表しております。原則と本方針の関係は下記の通りです。

金融庁原則	対応する当社取組方針
原則 1【顧客本位の業務運営に関する方針の策定・公表等】	-
原則 2【顧客の最善の利益の追求】	方針1 「お客さまの声」を経営に活かす取組み 方針2 お客さまに価値を感じていただける商品・サービスの提供 方針3 ご契約時のお客さまへの情報提供の充実 方針4 事故解決サービス・保険金等のお支払い 方針5 利益相反の適切な管理
原則 3【利益相反の適切な管理】	方針5 利益相反の適切な管理
原則 4【手数料等の明確化】	※ お客様から手数料をいただかないため対象外となります
原則 5【重要な情報の分かりやすい提供】	方針2 お客さまに価値を感じていただける商品・サービスの提供 方針3 ご契約時のお客さまへの情報提供の充実 方針4 事故解決サービス・保険金等のお支払い 方針5 利益相反の適切な管理 ※ 注2および注4は投資性商品の取扱いがないため対象外となります
原則 6【顧客にふさわしいサービスの提供】	方針2 お客さまに価値を感じていただける商品・サービスの提供 方針3 ご契約時のお客さまへの情報提供の充実 方針4 事故解決サービス・保険金等のお支払い ※ 注1～注4は投資性商品の取扱いがないため対象外となります
原則 7【従業員に対する適切な動機付けの枠組み等】	方針1 「お客さまの声」を経営に活かす取組み 方針2 お客さまに価値を感じていただける商品・サービスの提供 方針3 ご契約時のお客さまへの情報提供の充実 方針4 事故解決サービス・保険金等のお支払い 方針5 利益相反の適切な管理

以上