

## ソニー損保への第三者意見書

ソニー損保は1999年に開業しましたので、現在11年が経過しています。この間に「通販型」自動車保険売上No.1の地位を築いています。11年の間に、お客様の信頼を獲得しながら保険契約件数や正味収入保険料といった業績を順調に伸ばしてきたのです。また、それに伴い従業員数も右肩上がりが増えました。

ソニー損保では、2004年にソニーらしい他社との違いを表したコーポレートスローガン“【Feel the Difference】「この違いが、保険を変えていく」“を定めています。これはお客様に価値を感じて頂けるような独自性のあるサービスを提供していくという会社の意思を示したものです。保険会社の「商品」とは「安心の約束」です。その「品質基準」は、「わかりやすさ」「素早さ」「礼儀正しさ」「透明さ」「信頼度」「合理的補償」などですが、ソニー損保では、更に「手続などの簡素さ」「利便性」「高い専門性」「先進性」「独自性」などが効くと理解しています。

ソニー損保の特徴は、業務のスタートから個々のお客様と「直接つながる」ことです。従来の損害保険会社とは異なり、ダイレクト型損害保険会社として代理店などを通さず「直接」保険契約が出来ることとなります。

お客様と「直接つながる」いくつもの場面で、上記のような「品質基準」を踏まえてお客様対応することで、お客様の信頼を得てきたのだと考えます。ただ逆に、お客様と「直接つながる」ため、苦情などを受ける確率は高くなる可能性もあり、お客様としては苦情を言いやすい環境にあります。そこで、ソニー損保では苦情対応業務としてもこのような特徴を生かし、お客様のご不満・ご意見を「直接うかがう」ことで社内に取り入れ、業務の改善に活かしています。

今回、ソニー損保がISO10002/JISQ10002「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」（以下「苦情対応マネジメントシステム」と略す）を自己適合宣言いたしました。ダイレクト型損害保険会社としては、初めてこの規格への自己適合宣言を行ったこととなります。

私が第三者意見書を担当するに当たって、ソニー損保の苦情対応態勢をISO10002/JISQ10002「苦情対応マネジメントシステム」の規格に沿ってチェックした結果を拝見しました。その結果、トップマネジメント以下全社員がダイレクト型損害保険会社の特徴を生かしたお客様対応を実施していると確認され、全社的にISO10002/JISQ10002「苦情対応マネジメントシステム」の規格に合致した態勢が構築されていると判断いたしました。

<ソニー損保のお客様対応として優れていた点>

- ・公開性が高い（ご不満の声を含むお客様の声のほぼ全例をwebで公開し、お客様の参考にしている。お客様の声を反映した改善事例を2007年以降開示している）
- ・迅速な対応（自動車保険の場合には手続の締切等により迅速さが要求されるが、この点のお客様の満足度が高い）
- ・責任を持って回答しているため信頼感が増している（お客様から寄せられたご意見に対して記名・顔写真付きで担当者が回答している）
- ・その他（「専門性」「先進性」「独自性」などの点で他社と比べ優位性が見られる）

金融庁は苦情処理態勢について、「保険会社向けの総合的な監督指針」の中で、「苦情等の内容に応じ、紛争処理段階における説明態勢の問題として位置付け、可能な限り顧客の理解と納得を得て解決することを目指すものとなっていることが必要である」と言及しています。今回のISO10002/JISQ10002「苦情対応マネジメントシステム」の規格適合により、ソニー損保の苦情処理態勢は一層整備、確立されるものと考えます。

しかしながら、今回の規格への適合は、スタート段階です。より良い顧客対応が実施できるように、この苦情対応マネジメントシステムを継続する必要があります。現代の社会は流動的で、社会の変化に即応した苦情対応態勢が必要であり、それには継続的な教育体制とマネジメントレビューの実施等システムの継続的改善が必要になってきます。このシステムの継続的改善に努め、より良い顧客サービスの継続に期待いたします。



元（公社）消費者関連専門家会議  
（ACAP）理事長  
鍋嶋 詢三氏

鍋嶋 詢三