

ソニー損害保険株式会社（以下ソニー損保と略す）は、ダイレクト損保の先駆け企業として起業し、さまざまな活動を通して業界をリードすることにより、日本のダイレクト損保会社の発展に寄与してまいりました。

ソニー損保では、“Feel the Difference～この違いが、保険を変えていく。～”をスローガンに、今日までお客様に対して数々のサービスを提供してきました。このスローガンにある、お客様にとって価値ある「違い=Difference」を提供するために、多くの施策を進めていますが、そのひとつとして、「ソニー損保の品質方針」の実現という課題に取り組んでいます。お客様の声に耳を傾け、真摯な姿勢と誠実な対応で業務品質の改善・向上に取り組み、たゆまぬ努力を重ねることでお客様の「安心感・信頼感・満足感」を高め、最終目的である「業務品質でNo.1の保険会社」を目指しています。また、それぞれの施策においては、「お客様との接点」が最も重要と考え、2011年に、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）規格の自己適合宣言を実施しました。それ以降も現在に至るまで、本規格への継続適合を目指した取り組みを進めることによって、運用面でも組織上の面でも実績を上げています。

私は、最初の意見書より数えて6回目（6年目）の第三者意見を述べるに当たり、ソニー損保の苦情対応態勢について、「苦情対応マネジメントシステム」規格との適合性を十分に再確認しました。その結果、各種取り組みの規格適合に向けた積極性や更なる向上意欲等が認められることとなり、「適合」を確認しました。

<「苦情対応マネジメントシステム」への適合に関して、今回確認した点>

- ・NPS（ソニー損保を知り合いに勧めようとする割合で、顧客のロイヤルティを測るための指標）を高める活動を進めた。その中で苦情を減らす取り組みだけではなく、ソニー損保に批判的な評価をした顧客に対してフォローの連絡をするなど、ソニー損保に関する評価をさらに向上させる取り組みを行った。
- ・お客様の声対応推進部が苦情全体を把握できるように態勢を強化した。お客様の声対応推進部以外に入電した苦情にお客様の声対応推進部が関与することにより、解決が迅速に行われるよう態勢を強化した。
- ・カスタマーセンター、事故対応部門における苦情対応のPDCAサイクルが実効性を伴うものとなるよう態勢を強化した。
- ・苦情対応時の顧客対応品質向上のために新たに細則を設け、顧客対応における「正確性」「迅速性」「利便性」「共感性」等を高めるようにし、顧客が更なる「安心感・信頼感・満足感」を得られるようにした。
- ・苦情対応マニュアルを改訂し、苦情対応に関する評価基準および記録方法を明確化した。

以上、ソニー損保では、創業以来お客様の声を大切にし、社内外との関係および連携を強化しながら情報を社内でフィードバックまたは共有し、継続改善に努めていることが確認できました。重要なことは、継続して「苦情対応マネジメントシステム」への適合を全社で維持していくことです。

その努力が、ソニー損保が目指す“Feel the Difference～この違いが、保険を変えていく。～”につながるものと考えております。



2016年3月

元（公社）消費者関連専門家会議(ACAP)理事長

鍋島 尚