

## 保険会社の利用者満足度向上に向けた懇談会における主な意見

### I. 利用者の声の調査

#### 1. 基本的な考え方

- 利用者の声を調査することは、利用者の立場を反映した商品・サービス等の改善の基礎となるものであり、各保険会社においてそれぞれ自主的に取り組まれるべきものである。その方法等については、各社の事業の態様等を踏まえた判断に委ねられるものであるが、何らかのかたちで組織的に利用者からの声を汲み上げる仕組みを構築することは必要である。
- アンケート調査は、広く潜在的な意識も拾い上げるために有意義なものと考えられる。ただ、全ての人と同じ客観的な基準に立って判断しているわけでもないため、全体的な感じはつかめるが、これのみでは、例えば保険会社間の比較を行うことは難しいと思われる。
- 将来の保障のために加入する時点から、本当の保険の必要性が生じる保険金支払の時点まで、時間差がある保険商品の特性に鑑み、加入の際の満足度だけでなく、保険金支払の際の満足度を把握することが必要である。
- 商品開発から保険金支払まで、サイクルを一巡するかたちで利用者の声を調査し、その情報・データ等を各部門横断的に共有し、契約期間を通してどのタイミングで利用者からの声が発せられたのかも把握しながら、商品・サービスの改善・向上に取り組むことが望ましい。
- 利用者の声の調査、共有、改善・向上への取り組みという一連のプロセスにおいて、会社外部から利用者が参画しチェックをすることが必要である。
- いわゆる製販分離が進展する中で、販売委託先の販売責任という観点も踏まえ、保険会社として利用者の声を調査して、その調査結果等は販売委託先への対応に反映されることが望ましい。
- 利用者満足度の向上は、利用者と保険会社が対立的な関係では実現するものではなく、両者間の双方向の意思疎通、すなわち、わかりやすい説明など保険会社側の利用者満足度向上に向けた取組み、及び、保険商品の理解と選択に関する利用者側の取組みが必要と思われる。
- 保険商品の理解と選択にあたって、それぞれの利用者がどのような目的・必要で保険の契約を行おうとするのかをしっかりと認識して判断することができ

るよう、人生の中での保険の位置づけと役割等について情報発信を行うなど基本的な消費者教育に取り組むことも、利用者の満足度の向上につながるものと思われる。

## 2. 調査方法

- 保険会社においては、アンケート調査の他、契約内容の定期的なお知らせ、コールセンターから利用者への連絡、ダイレクトチャネルにおける利用者からの返信等の機会を活用することも考えられる。
- 対象範囲・対象者数・実施時期等、どのような調査方法を採用したかについては、明らかにする必要がある。

## 3. 調査項目

- 基本的には各保険会社の自主的な判断であるが、ある程度の共通の項目を設けることが望ましい。
- 生命保険と損害保険における商品性の相違、また、個人向けか法人向けか利用者の属性の相違により、項目が異なってくることは当然にありえる。
- 時々の苦情・相談に寄せられる内容を参考にしながら、項目だてを考えることが望ましい。
- 調査項目の例としては、以下のようなものが考えられる。
  - － 窓口の対応（言葉使い、事務の正確さ、待ち時間等）
  - － 募集人・代理店の対応（訪問頻度・状況、加入後対応等）
  - － 各種情報提供（保険商品の品揃え・内容、約款・広告・商品内容等の説明のわかりやすさ、ニーズに応じた提案能力等）
  - － 苦情・相談への対応（お客さま相談室・コールセンター等での対応状況、アフターフォローの状況等）
  - － 保険内容（加入動機、選択理由、保険料について等）
  - － 保険金支払（事故発生時の対応（主に損保）、保険金支払の迅速さ、加入動機と実際の保険金支払の対比等）

## 4. 活用のあり方

- 利用者が不満とする項目、期待が高いが満足度が低い項目等について、苦情・相談として持ち込まれる内容等も参照しつつ、分析等を行い、商品・サービス等の改善につなげることが必要である。

- そのため、部門横断的に、利用者の声の分析等を行う仕組みを構築することが必要である。
- 活用の例としては、以下のようなものがある（苦情・相談によるものも含む）
  - － 帳票の改訂（保険証券の説明態様をわかりやすくする改訂等）
  - － 資料の充実（提案書等のカラー化等）
  - － 手続きの見直し（一定の保全手続きの際の保険証券の提出を省略等）
  - － 運営の改善（給付金支払に時間のかかる場合に途中経過説明の文書を送付、事故発生時のサービスの充実等）
  - － 商品・サービスの見直し（同時に保険金・給付金の支払対象となる場合に請求を案内、「更改手続き忘れサポート」の創設等）
- 各保険会社はそれぞれの会社にとってメリットとなりうることについては前向きに改善の取組みを行うが、約款をわかりやすくすること等の業界全体で取り組まなければならない課題については積極的に対応しているとはいえ、このような課題にしっかり取り組む枠組みづくりを業界全体で考えることが望しい。

## 5. 公表のあり方

- 利用者の声を調査し、その調査結果が商品・サービスの改善・向上にどのようにつながっているか、改善・向上に結びついていないものに関してはどこに問題があるかについて、積極的に公表されることが望ましい。
- 情報提供がきちんとなされることで利用者の側の理解が進むという面について、十分認識されることを期待したい。

## II. 苦情・相談への対応等

### 1. 対応のあり方

- 組織的に苦情・相談を把握・管理する仕組みを構築し、苦情・相談にどのように対応しているかをプロセス管理することが必要である。また、このようなプロセス管理について、経営陣が適切に関与することが必要である。
- 苦情・相談への対応が適切になされているかチェック・検証を行う仕組みを構築することが必要である。また、このような仕組みにおいて、会社外部から利用者が参画することが必要である。
- 苦情・相談に真面目に対応すれば、当面はかえって苦情・相談の申出が増加することも考えられる。しかし、中期的には減少するものと考えられ、苦情・

相談件数が増えることをもって直ちに問題とすべきではない。

- 本社のお客さま相談室は、具体的なトラブルの解決に関して、現場任せにせず、自らしっかり対応すべきである。消費者相談サイドから見て、支部・支店レベルではうまく話ができずに本社に上ったものが、再びそのまま支部・支店へ対応が下ろされるということが少なからずある。
- 苦情・相談等における問題が契約時に係るものであることがあるが、相当程度期間が経過していることもあり、契約時の資料が残っておらず、適切な対応が図られていないということがある。生命保険は契約期間が長期にわたるので、契約関係の資料もそれにあわせて保存されることが必要である。
- 契約の保安全管理に関するサービス（契約の満期の案内等）の取扱いについては、代理店・募集人任せにするのではなく、保険会社としてその位置づけを明確にして対応すれば、トラブルは少なくなると思われる。
- いわゆる製販分離が進展する中で、保険会社として、販売代理店・募集人に持ち込まれた苦情・相談についてしっかりと把握し、情報を共有することができるような仕組みを整備する必要がある。
- 近年伸びが著しい変額年金保険については、適合性の原則を念頭に、利用者の知識・経験・状況等を踏まえた十分な説明がなされるよう求められているところであり、これに係る苦情・相談については特に留意されるべきものと考えられる。
- 損害保険の分野で自動車保険についてはかなりの数のトラブルがあるが、裁判外紛争処理機関（ADR）がかなり充実している。一方、保険協会の現在の裁定審査会等は、中立的な機能を十分に果たしているとはいいがたい。業界として、保険金等の支払い等に関する不満・紛争に関して、きちんとしたADRをつくっていくことに積極的に取り組むべきものと考えられる。

## 2. 活用方法

- 苦情・相談の内容をよく分析し、商品開発等に活用すべきである。例えば、最近の保険商品は、特約を幾つも重ねてつけることにより、複雑化するものが多く、それがトラブルの要因ともなっており、もっとシンプルな商品開発に取り組むべきである。
- 販売代理店・募集人に係る苦情・相談についても、その原因の分析と分析を踏まえた適時適切な対応を図る必要がある。例えば、販売代理店・募集人は、媒介を行う場合、自らの立場・権能（例えば告知の受領権は保険会社にあることなど）を明確にするとの対応が求められる。また、販売代理店・募集人に係るトラブルを分析すると、代理店・募集人が十分に保険商品を説明でき

るよう、保険会社として教育体制の充実・強化に取り組むことも必要という結論が導かれるのではないか。

- 告知に係る苦情・相談については、特に注意を払ってその内容を分析し、改善策につなげていく必要がある。例えば、正しい告知がなされるために、利用者にとっては告知書自体が難解であるとの声も踏まえて、わかりやすく注意事項を記載するなどの改訂を行う、本人に複写を渡すなどして告知内容の認識・確認を容易にする、あるいは、告知内容に応じて加入できるような商品を開発するなど、総合的に対応することが必要と考えられる。
- 約款についても、未だ極めてわかりにくいものとなっており、また、詳細は保険会社の内規に委ねている等の苦情・相談が寄せられているところであり、約款に係る苦情・相談については、注意深い分析が必要である。このような苦情・相談を明瞭かつ平易で、利用者がより容易に理解できるような約款とするための改善に活用していくべきである。

### 3. 公表のあり方

- 苦情・相談の件数及び主要な苦情・相談の例を積極的に開示するとともに、このような苦情・相談等を踏まえてどのような改善を行ったかについても開示することが望ましい。
- トラブルになっている事例について、きちんと情報提供することが重要と考えられる。典型的な苦情・相談の事例を示すことにより、消費者に対する注意喚起、意識の高まりを促すことになるのではないかと思われる。

(以上)