



「聞くこと」からつながる

お客様の声レポート 2026

このレポートは、SOMPOひまわり生命が一人ひとりのお客様の声に向き合いながら大切にしている想いや考え方、そして現在の取り組みをありのままにお伝えするものです。

SOMPOひまわり生命保険株式会社

<公式ウェブサイト> <https://www.himawari-life.co.jp/>

SOMPOグループの一員です。

お問い合わせ先



Top Message

お客様の声に耳を傾けることは 永遠のテーマです

豊かな人生や夢の実現をサポートする存在を目指すために、SOMPO ひまわり生命は、「お客様の声」に耳を傾けることをもっとも大事にしています。

私たちは、保険を万への備えとして提供するだけでなく、日々の健康づくりや将来への安心を支える存在でありたいと考えています。その想いの原点にあるのが、お一人おひとりから寄せられる「お客様の声」です。

お客様からいただく感謝のお言葉やご相談、率直なご意見、そして時には厳しいお声も含め、すべてが私たちのサービスを磨き、進化させるための大切な気づきとなっています。健康への不安が安心に変わった、前向きな行動を起こすきっかけになった——そうした声は、私たちが目指す「ウェルビーイング応援企業」としての役割を実感させてくれます。

それこそが、私たちが提供したい価値であり、社会に果たすべき使命であると考えています。

お客様の声に耳を傾けることに、終わりはありません。

この考えに基づき、「お客様の声」を日々の業務や制度の中にも具体的に落とし込み、今後とも「お客様の声」と向き合い続けてまいります。

代表取締役社長

久米康樹

Contents お客様の声がつくる本資料の概要

1.SOMPO ひまわり生命にとっての「お客様の声」とは

2.お客様の声に対する態勢

3.お客様の声から生まれた改善 2025年度

4.当社の商品をご提案するにあたっての共通姿勢・考え方

5.結果から見える現在地と課題

6.当社のこれから



Contents 1

SOMPO ひまわり生命にとっての「お客様の声」とは

「お客様の声」の定義

当社は、日常業務のあらゆる場面でお客さま本位の考え方を定着させ、それを実践する組織文化の醸成を目指しています。お客さまからいただいた感謝の言葉、問い合わせ、相談、要望、苦情および紛争などを「お客様の声」と定義し、多様な窓口を整備し幅広い声の積極的な受付・収集に取り組んでいます。

お客様の思いを正確に受け止め、未来のサービス向上につなげるためには、声を詳細に聞き、誠実に記録することが、当社の品質を支える基盤であると考えています。

当社に寄せられている具体的な声

voice 1

契約時は喫煙者でしたが、禁煙☆チャレンジ!制度^(*)の案内とその後のフォローをきっかけに禁煙に取り組みました。継続的なアフターフォローのおかげで、今年度はチャレンジ達成できる見込みのため、感謝しています。



voice 2

MY ひまわりアプリで健康診断結果を登録することで、5年以内の健康リスク予測ができる点に驚きました。特にリスクの高い項目を意識するきっかけとなり、次回の健康診断結果も入力してみたいと思います。



※禁煙☆チャレンジ!制度とは、禁煙に成功すると、以降の保険料が安くなる制度です。

お客様の声には、私たちの取り組みがどのように受け止められているか、また、どこに価値を感じていただいているかが率直に現れます。そのため、「感謝の声を集める・活かす」視点を共有し、日々の業務の中で自然と実践できるよう取り組んでいます。集まった声を分析し、組織内で共有し、次の行動に反映する——この循環を重ねることで、より多くのお客さまにご満足いただけるサービスの提供につながると考えています。

当社におけるお客様の声の価値

- 私たち一人ひとりが担う仕事の意義を再確認し、次取るべき行動を明確にするものです。
- お客様の思いや評価を組織内で共有することが、チームの改善と持続的な成長につながります。
- いただいたお客様の声を分析し、業務やプロセスに反映することで、より質の高いサービスの提供を実現します。

Contents 2

お客様の声に対する態勢

声を受け取る窓口

代理店・ライフカウンセラー

お客さまからの幅広いご相談やご要望に対して、最適な保障やサービスを提供しています。代理店で受け付けた声は、苦情だけでなく感謝も営業店社員を通じて積極的に当社へ報告するよう推進しています。

ホームページ(公式ウェブサイト)

「お客様の声」のご意見・ご要望フォームから、いつでもご意見・ご要望をいただける態勢を整えています。

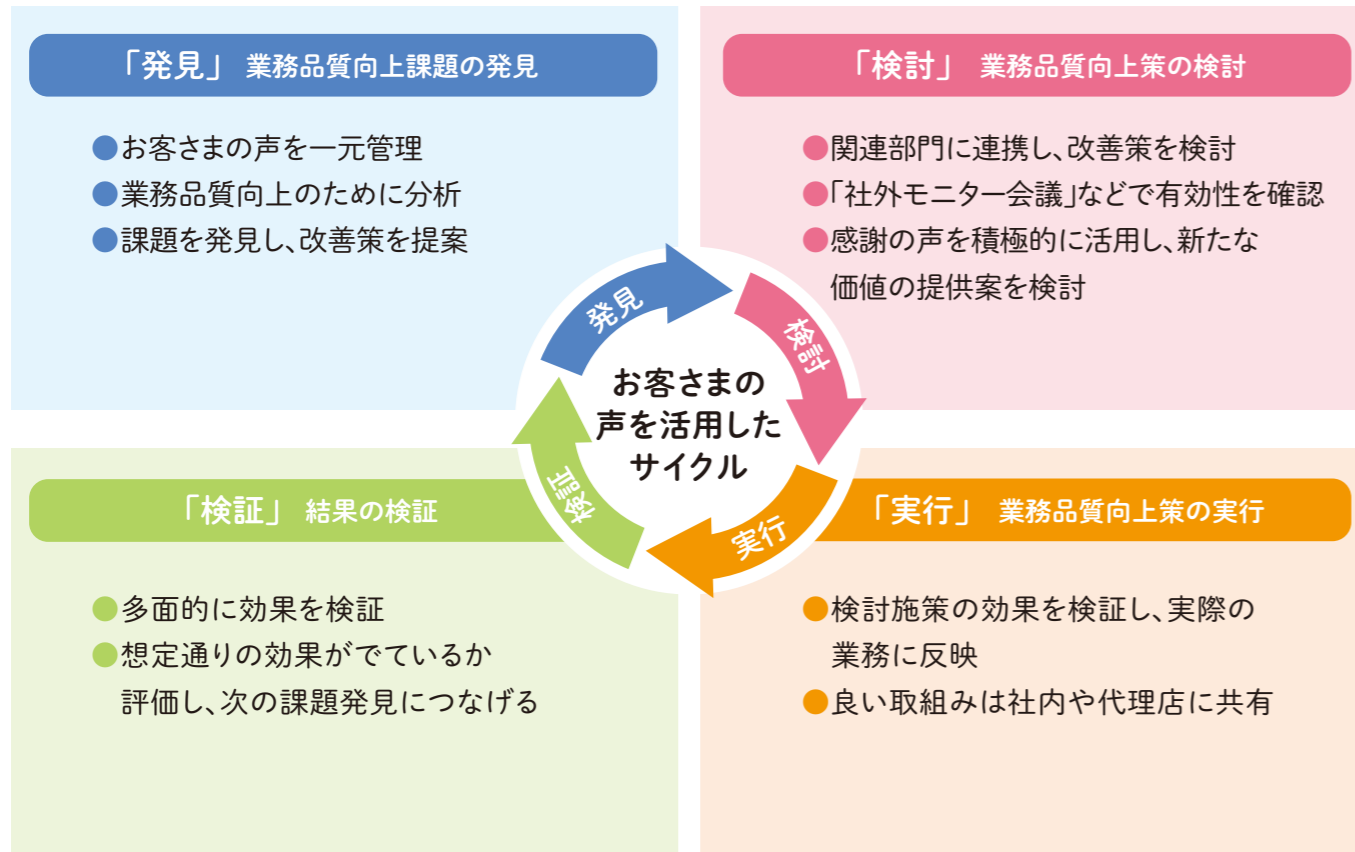
カスタマーセンター

ご契約いただいているお客さまからの各種手続きやお問い合わせ、資料のご請求などを承っています。また、当社に対するご意見、ご要望をお持ちのお客さまからのご相談窓口を設定しています。

お客さまアンケート

お手続きごとに実施しており、数値での評価に加え、フリーコメント欄も設けています。なお、ウェブで完結するお手続きの一部について、2025年10月より新たにアンケート窓口を開設しました。

声を活かす改善サイクル



お客様の声の状況や改善事例を当社公式ウェブサイトでお客さまにご報告し、経営の透明性を高めています。
https://www.himawari-life.co.jp/customer_voice/



社外モニター会議について

お客様の声を拝聴し、商品・サービスに反映していくため、消費生活相談員、消費生活アドバイザー等の有資格者等の方に社外モニターとしてご出席いただき、制度・事務処理等に関して、消費者目線で広くご意見・助言をいただくための会議を開催しています。2025年度は「ご契約時のMYひまわりダウンロードフローの改修」「ご契約内容のお知らせ(高齢者用封書、一般用ハガキ)の掲載内容」など8議案についてご意見をいただき、品質向上や改善に活かしています。

Contents 3

お客様の声から生まれた改善 2025年度



クローズアップ

保険金・給付金請求における「わかりやすさ」と「早さ」を追求した改善取組み

「わかりやすさ」の向上

- **A4 請求書の新設**
見やすく・記入しやすいデザインに刷新
- **お手続きガイド抜本改訂**
手続きで迷いやすい点の案内を改善
- **デジタル請求高度化**
スマホ・PCでスムーズに入力できる画面に変更
- **デジタル請求まるわかり book**
アプリ・Webでの手続きをわかりやすく1冊に集約

「早さ」への取組み

- **お支払いまでの流れの改善**
効率化によりお支払いまでの時間を短縮
- **書類の記入・提出もれを防ぐ取組み**
必要書類や記入方法をわかりやすくすることで、スムーズなお手続きを実現
- **デジタル請求の普及**
郵送を介さない手続きにより、お手続きの迅速化

その他の主な改善事例

1 変額保険の運用実績をアプリで確認できない

投資性商品にも関わらず、運用実績を「MYひまわり」で手軽に確認できなかったため、ご不安・ご不便をおかけしていました。

取組事例 運用実績(概算値)の表示機能をリリース

「MYひまわり」でいつでも運用実績(概算値)を把握できるため、安心して資産形成いただけるようになりました。

2 ネットで口座振替からクレジットカード払へ変更できない

カスタマーセンターへの電話でのお手続きのみだったため「平日の昼間は電話できない」「口頭での手続きは心配」など、ご不便・ご心配をおかけしていました。

取組事例 「MYひまわり」でお手続き可能に^(※)

いつでも、待ち時間なしでお手続きいただけるようになりました。
 ※お取扱いには条件があります。

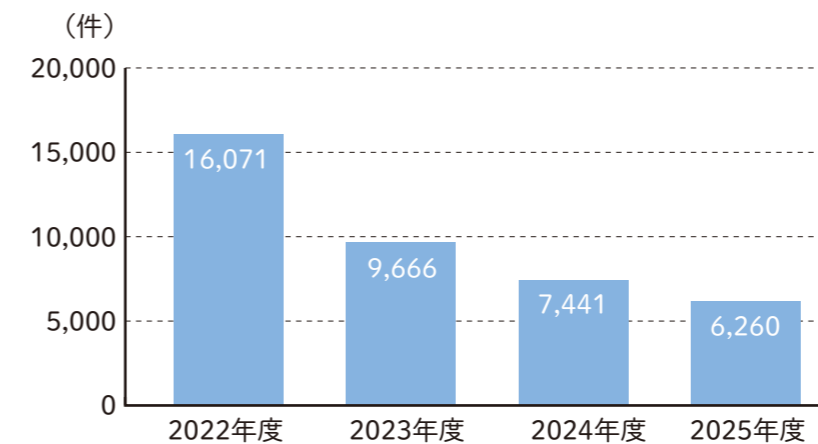
3 子どもが変額保険に加入できない

変額保険(V1)(就労不能・介護保障型)の契約年齢は20歳以上のため、お子さまの保障を備えたいというお客さまのニーズに答えられていませんでした。

取組事例 19歳以下もご加入可能な変額保険(V2)(死亡保障型)の販売開始

お子さまにも将来の備えとして変額保険にご加入いただけるようになりました。

● 苦情件数



さまざまな改善取組みもあり、2023年度以降苦情件数は、減少しました。しかしながらMYひまわり関連や変額保険(V1)(就労不能・介護保障型)、変額保険(V2)(死亡保障型)販売開始に伴う新たな声をいただいています。



Contents 4 当社の商品をご提案するにあたっての共通姿勢・考え方

当社の生命保険やサービスをご提案いただいている募集人の皆さまの取組みの一例をご紹介します。
当社はお客様の声に寄り添い、お客様視点での価値判断を徹底することで、
最高品質のサービス提供を目指してまいります。



Interview ① 株式会社みらいリンク 山本 昌信 様

「出口」を共有し、「使える保険」を届けるお客様対応

Q1 お客様の声をどのように活かしていますか

例えば、感謝のお声は「このような取組みや対応をしたところ、喜んでいただけた」など、受け答えの仕方や提案方法、アポイントの取り方も含めて共有しています。
また、苦情には至らないものの、お客様が少し不満を感じているかもしれない点についても、日頃からアンテナを張り、汲み取るようにしています。これらの内容は、毎日の朝礼や毎週の会議で共有しています。

Q2 お客様対応で大切にしていること・心がけていることは何でしょうか

保険を「いざという時に本当に使えるもの」としてお届けするために、「将来どの場面でのどのように役立つか」という「出口」のイメージをお客様と共有し、私の中にある“将来像(絵)”をわかりやすくお伝えすることを意識しています。そのため、お客様の想いを丁寧に聞き取ることが大切にしています。
ご質問には、プロとして可能な限りその場でお答えできるよう心がけており、8～9割は即時に回答しています。難しい内容の場合は「念のためお調べしてご連絡します」とお伝えし、最大でも1時間以内を目安に回答するようにしています。事前準備をしっかり行い、正確な情報をわかりやすくお伝えすることで、お客様からの信頼につながると考えています。



Interview ② SOMPO ひまわり生命 北九州LCオフィス 下田 香 ライフカウンセラー

家族のように寄り添い、“安心”を届けるお客様対応

Q1 お客様の声をどのように活かしていますか

感謝のお声は励みに、苦情は次に活かせるよう、オフィスのメンバーや既契約のお客様に共有しています。例えば苦情では「以前、給付金のお手続きでこのようなご不満をいただいたためこのように対応させていただきます」とお伝えし、反省を踏まえて対応していることをご説明しています。

Q2 お客様対応で大切にしていること・心がけていることは何でしょうか

お客様を自分の家族のように大切に思い、行動することです。そうすることで、保険の担当としてだけでなく、人としてお客様のお気持ちに寄り添えるLC(ライフカウンセラー)になれると考え、自己研鑽にも努めています。
アフターフォローとしては、定期的なご連絡のほか、例えば給付金請求のお手続き後、1か月以内に体調をお伺いしています。また、「下田通信」(近況、がんや資産形成などの情報提供)の送信などを通して、困ったときに「まず下田へ」と思い出しご連絡いただけるように、お客様とつながり続けることを大切にしています。

ライフカウンセラーとは生命保険を軸として、金融、経済などの幅広い専門知識を持つ営業社員です。お客様をとりまく環境、お客様の年齢、家族構成、将設計などを把握し、さまざまな観点からアドバイスさせていただきます。

Contents 5 結果から見える現在地と課題

お客様の声

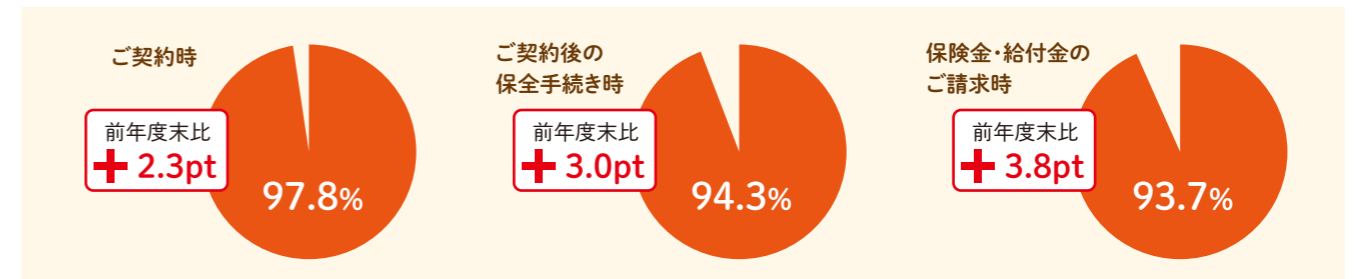
さまざまな改善取組みや代理店・募集人の日々のお客様起点の対応の結果、2025年度は苦情6,260件(前年度比▲1,181件)となりました。これらの声は、2024年度以前の声と合わせ、改善の可能性について検討しています。これらの数値は、ゴールではありません。私たちが「次に何を考えるべきか」を考えるための、現在地です。

	苦情件数	前年度末比
ご加入手続き	827件	▲351件
保険料のお支払い	609件	▲76件
ご契約内容の変更	1,172件	▲251件
ご請求手続き	1,950件	▲282件
その他 (アフターサービス、 Web関連など)	1,702件	▲221件
合計	6,260件	▲1,181件

現在、「がん保険(C2・C3)」において、初回の保険料が未入金となった際にお客様へお送りする案内が、他の保険商品と異なる仕様になっています。この違いによるわかりにくさを解消し、利便性を向上させるため、案内内容の改訂に向けた検討を開始いたします。また、年に一度発送している「ご契約内容のお知らせ」を2025年度以降、書面からハガキに変更し、保障内容をMYひまわりにて確認いただくよう案内しましたが、保障内容がわかりにくいなどの新たな苦情が発生しました。今後MYひまわりに表示される保障内容をわかりやすくできないかを検討予定です。

お客様満足度

当社では、お客様の声を経営に活かす取組みを含む「お客様本位の業務運営方針」を策定し、その成果指標の一つに、お客様アンケートにおける「お客様満足度^(※)」を設定しています。特に「ご契約時」の満足度は97.8%と非常に高い水準を維持しており、いずれも2024年度末と比較して上昇しました。



なお、お客様アンケートの回答結果は本社だけで活用するのではなく、全国の営業店に共有し、代理店のお客様対応、品質向上にも活用しています。これまでは苦情の削減を中心に取り組んでいましたが、今後はプラスして「お客様満足度」を高めるための取組みにシフトしていきます。

※お客様満足度は、アンケートでご回答いただいた0～10点の評価から算出しています。10-9点を「満足」、8-7点を「やや満足」と定義し、この2つの層の合計割合を「お客様満足度」としています。

Contents 6 当社のこれから

お客様の声に耳を傾けることに、終わりはありません。

お客様の声は、私たちの取組みに終わりを示すものではなく、次の価値創造へとつながる大切な出発点です。時代や環境が変化しても、お一人おひとりの想いに真摯に耳を傾ける姿勢は決して変わりません。

これからも私たちは、お客様の声に向き合い続け、その声をサービスの改善や新たな価値につなげながら、健康とお客さまの豊かな人生や夢の実現をサポートし、自分らしい人生を過ごせる社会を実現する「ウェルビーイング応援企業」への進化を目指していきます。