

interview — いま、考えるべき「つながりと安心」

## ソニー損保だからこそ、生まれ、進化してきた思想 「安心につながるカスタマーサービス」の現在地

「つながりと安心」(前頁参照)の生活者調査の結果、問合せは全世代で電話が主流。意外というべきか、人と人を介したコミュニケーションを尊ぶ人が多いことが判明した。分らないことを聞く。対話を通し、理解し、次のフェーズに進む——。こんなコミュニケーションをずっと大切にしてきたソニー損保のサービスの根底にある思想とはいかに? “安心につながる”カスタマーサービスのプロフェッショナルのふたりに聞いてみた。

**桑原** 安心研の桑原です。今日は編集者として「つながりと安心」をテーマに「安心につながるカスタマーサービス」について聞きに来ました。お客様とダイレクトにつながる保険会社だからこそ、生まれ、進化してきたサービスについて聞くことができると思います。

**山田 (カスタマーサービス部門・担当)** 現在、私はお客様と直接対話する部署の現場管理をしています。ずっと変わらない思いはひとつ、お客様と血の通ったコミュニケーションをしたい。この一点に尽きます。働き始めた頃はまだスマートフォンもなく、ネットの黎明期。テクノロジーが進化し、お客様ファーストのチャネルが増えている今であっても、保険は形のない商品なので、電話をかけてきたお客様に対し、いかに安心感を持ってもらえるか、信頼関係を作れるか、という気持ちは変わりませんね。

**北山 (カスタマーサービス部門・担当)** 同感です。私は現在、ウェブチャットサポート(1)や、ソニー損保LINE公式アカウント(2)のサービス開発に携わる部署にいます。フィテックやAIなど、時代が求めるテクノロジーを駆使しながらも、山田さんと同じように、カスタマージャーニーを描きつつ、いま私が

やっていることはお客様の視点に立ったサービスなのか、いつも自問自答しています。

**山田** そうですね。私が担当しているコールサービス(3)は、お客様との接点が色濃く反映される仕事。当社のオペレーターにはいつも、「多分こういうことだと思います」という言い方ではなく、いまお客様が何を求め、どんな理由で問合せしてきているのか、しっかりと電話を通じてお客様のニーズを把握し的確に回答できる力を身につけられるように指導しています。

**桑原** お客様が第一。この思想は仕事の領域は違えど、ソニー損保の社内では共通の思想のような気がします。

**北山** 例えば、私がいま担当しているLINEサービス。スマホにアクセスすると、LINE上で気軽にコミュニケーションできます。お客様のニーズは千差万別。だからこそ、人によってはこの気軽さこそ大切だと思っています。LINEでのやり取りの途中でも、電話での説明、手続きを希望される場合は、オペレーターと話すことができるサービスも一部開始している。お客様ファーストの開発思想はソニー損保の“らしさ”だと思います。

**山田** この手のUX(ユーザーエクスペリエンス)はたくさんあるね。時代の流れるには不可逆だけれど、例えばチャットボットのように決められたシナリオでなくては答えられない対応に対し、人による対応であればどんな角度の質問であってもお客様に対して一定の答えを出せる。つまり、人ならではのサービスも大切。この視点を尊ぶ

からこそ、当社のWEBやSNS内には分かりやすい位置に、直接オペレーターと電話でつながるための問合せ先を掲載しています。

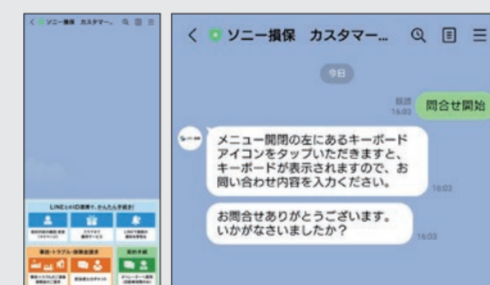
**北山** 温もりのある人を介したコミュニケーションと、テクノロジーを用いたお客様それぞれの要望に対応するサービス。両輪を回し続けることがソニー損保らしさな気がします。

### (1) ウェブチャットサポートとは?



自動車保険に関するお問合せについて、オペレーターがウェブサイト上のチャットでお答えするサービス。一部のページでは、お問合せいただいた内容に対し、AI技術を活用して適切と思われる一般的な回答を選択し、自動でお答えするチャットボットサービスも開始。解決しない場合は、チャットオペレーター(有人)とつながる仕組みに。

### (2) LINE公式アカウントとは?



LINEの友達登録をすることで、ウェブサイトへアクセスすることなくいつでもどこでもチャットができるサービス。証券が手元になくとも契約関連の問い合わせが可能であり、契約内容と照合して個別のお問合せにも一部対応。※自動車保険のみサービス実施中。

### (3) コール(電話)サービスとは?

自動車保険の手続きや問合せに対応する窓口。お客様のさまざまな疑問に対してオペレーターが電話で直接対応。創業以来あるサービスで、日々内容は更新され続けている。事前に予約した日時に、ご契約者へ折返し電話する「コールバック予約サービス」は派生サービスのひとつ。

### 編集後記

今号の作成にご協力いただいた皆様、改めて心から感謝申し上げます。「安心ってなんだ?研究所」では、「安心」をトコトン追求していくことをミッションに活動しております。今号のテーマは「つながりと安心」。コロナ禍、対面や移動を避ける生活様式が広がり、私たちの日常は変わらざるをえなく、また、人と人とのつながりについても変化を余儀なくされました。今号ではコロナ禍で浮き彫りになった「人とのつながり」について6つの世代に分類し、各世代の生声に耳を傾けました。今回実施した生活者調査の結果を通し、「コミュニケーションの現在地」を少しでも捉えることができたのなら幸いです。(安心研・ばら所長)



安心研の特設サイトを開設! “安心”に関するその他調査や取材についても、ぜひご覧ください。

<https://www.sonysonpo.co.jp/anshinken/>

ソニー損保 安心研 検索

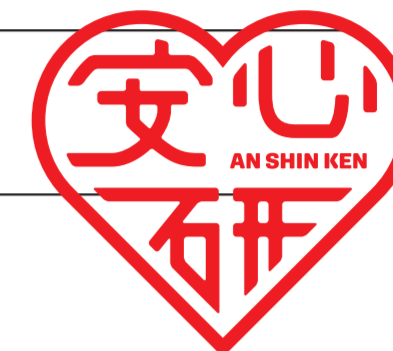


発行日 / 2021年10月 発行 / ソニー損保株式会社  
「安心ってなんだ?研究所」PR事務局(株式会社イニシャル) TEL:03-6821-5730 FAX:03-5572-6073  
本内容の掲載にあたりましては、出典:ソニー損保の「安心ってなんだ?研究所」と付記のうえご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

ソニー損保が大マジメに  
“安心”を考えぬく  
プロジェクトとそのレポート

# 06

## ソニー損保の “安心ってなんだ?” 研究所



# つながりと安心

Z世代、ミレニアル世代からロスジェネ世代、団塊世代まで  
コロナ禍で浮き彫りになった「人とのつながり」を国民調査!

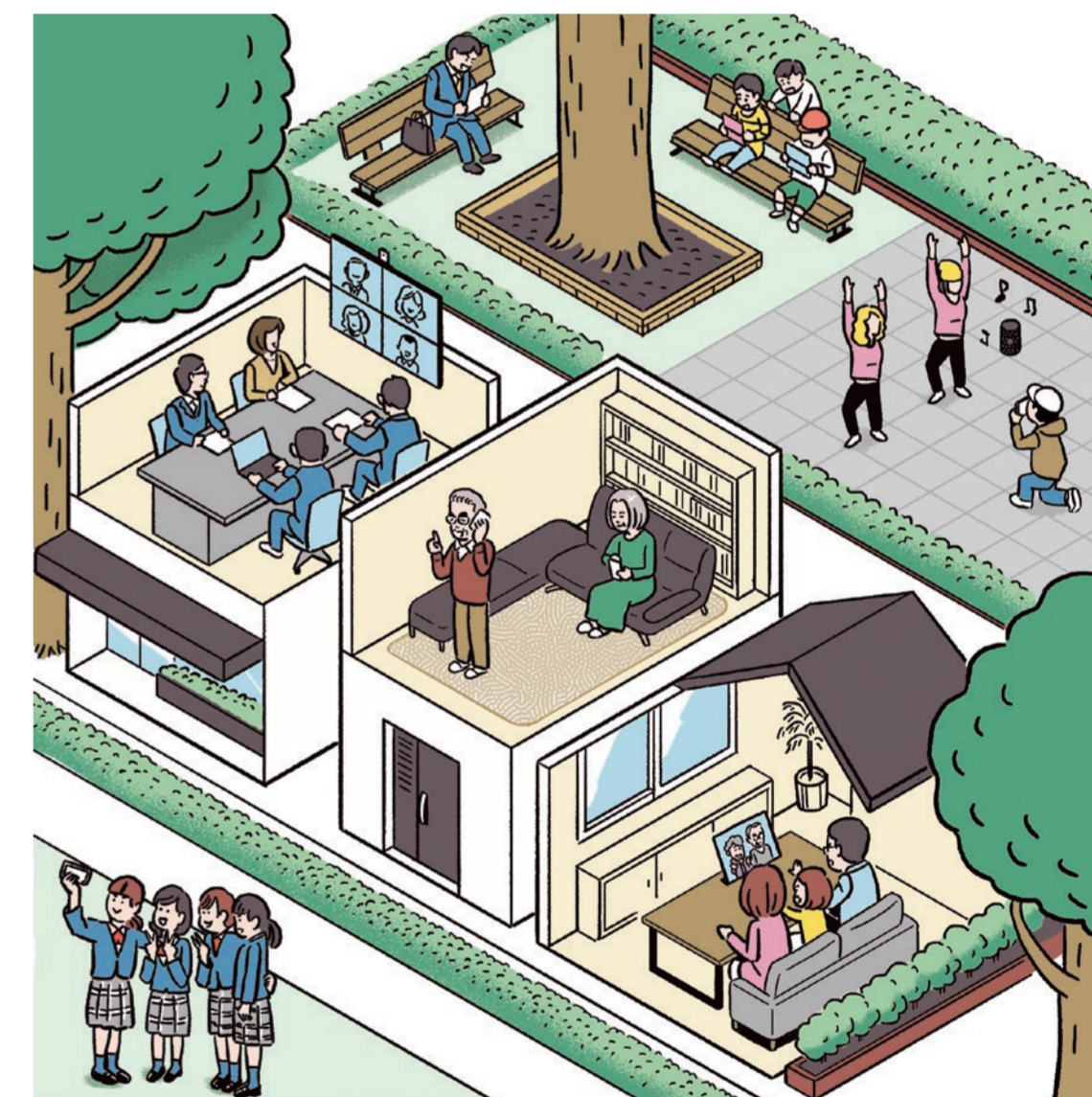
コロナ禍、人とのつながり方は変わった? 変わらなかった?  
世代ごとの生声で分かった「コミュニケーションの現在地」

気の置けない友人と会い、談議に花を咲かせる。酒宴の席で職場の同僚と愚痴をこぼし合う。コロナ禍、対面や移動を避ける生活様式が広がり、私たちの“こんな”ありふれた日常は一変。人と人とのつながり方についても変化を余儀なくされた。

こうした変化はすべての世代に当てはまり、取り上げる視点によってネガティブにもポジティブにも言及できる。前号の「テレビ電話と安心」号でお伝えしたテレビ電話の全国的な浸透は“新しいコミュニケーションの形”という視点で見ると、コロナ禍に起きた新潮流であることは間違いなし。直接対面によるコミュニケーションは尊びつつも、ポジティブな側面として捉えることもできた。

今号の安心研では人と人とのコミュニケーションについてもう一步踏み込み、「つながりと安心」をテーマに生活者調査を実施。コロナ禍で浮き彫りになった「人とのつながり方」について、Z世代、ミレニアル世代、ロスジェネ世代、バブル世代、新人類世代、団塊世代の6つの世代に分類し、各世代の生の声に耳を傾けたいと思う。いま、世代間でどんなギャップが生じているのか? その考察は次頁に譲るとして、ここではひとつ、興味深い調査結果を紹介しよう。

人とのつながりで不安を感じるか。



こんな設問に対し、Z世代で「感じる」と回答したのは70.0%だったのに対し、団塊世代は38.3%。世代間で大きな開きがあった。この結果ひとつみても、生まれた時からデジタルデバイスが身近にあり、SNSを使いこなすソーシャル・ネイティブと称されるZ世代ならではの“悩み”が見て取れる。「既読スルー」や「つながっていないくはない

けない使命感」など不安を感じる理由もネットを介したコミュニケーションによるものが多々。人と人をつなぐコミュニケーションツールの善し悪しが見え隠れした。

コロナ禍、私たちはどんなつながりに安心感を得てきたのか。次頁ではその真相を浮き彫りにしていこう。

2021.10 NO.06 ソニー損保の「安心ってなんだ?」研究所



SPECIAL 1 / つながりと安心

SPECIAL 2 / 世代間でつながり方(あり)がどう変わるか「つながりと安心」10THINGS

安心につながるカスタマーサービス

01 つながりは安心感があってこそ。

「つながり」から連想する言葉は？

全世代共通で  
1位「安心」  
2位「絆」

「新しいつながり」から連想する言葉は？

団塊世代～ミレニアル世代の1位は「期待」  
Z世代のみ1位は「不安」

「つながり」から連想する言葉を尋ねると、全世代共通で1位は「安心」。世代に関係なく「つながり＝安心」と紐づける人が多かった。他方、「新しいつながり」はZ世代のみ1位は「不安」。他の世代と対照的に、ネガティブな印象であることが判明。

02 Z世代と団塊世代で意識差あり。

「新しいつながり」と「今までのつながり」  
どっちが大切？

団塊世代「今までのつながり」(96.6%)  
Z世代「新しいつながり」(30.0%)

団塊世代のほぼ全員が「今までのつながり」と回答したのに対し、Z世代の30.0%が「新しいつながり」と回答。これからのつながりに期待を寄せている人が多いことが分かった。新しいつながり派の代表的な理由は、「新しいコミュニティで出会う人たちは自分にはない考え方や性格を持っている人の可能性が高いから」(Z世代)、「新たな出会いにワクワクするから」(ミレニアル世代)などコロナ禍にあってもポジティブなものが目立った。

03 「人とのつながり」に不安を感じることは？

世代が上がるほど不安感、薄らぐ。

人とのつながりで不安を感じるか。この設問に対し、団塊世代の61.7%、新人類世代の53.3%、バブル世代の51.7%が「不安を感じることはない」と回答。他方、Z世代の70.0%、ミレニアル世代の61.7%、ロスジェネ世代の58.3%が「不安を感じることもある」と回答。不安を感じる代表的な生の声は、「メールなどの返信やSNSの既読スルー」(Z世代)、「苦手な先輩に好かれる時。あまり好きではない人と関わらなければならない時」(ミレニアル世代)など。

04 SNSの捉え方、世代ギャップあり。

一番大切なつながりを感じるSNSは？

ミレニアル世代とZ世代の一番は「Twitter」  
ロスジェネ世代以上の一番は「Facebook」

Z世代とミレニアル世代はTwitterを「趣味を通じてのつながりの場」として活用する傾向が強く、ロスジェネ世代以上は「実名を出している」という理由からFacebookに「大切なつながり」を感じる傾向が強いことが分かった。

05 人とのつながり、基本は前向き。

今、新しい誰かとつながりたい？

つながりたい派は、数値が大きい順にZ世代(53.3%)、新人類世代(38.3%)、ロスジェネ世代(35.0%)、ミレニアル世代(33.4%)、団塊世代(28.3%)、バブル世代(25.0%)。「新しい出会いは面倒」という意見も散見された。

Z世代 (1996年～2004年生まれ)  
生まれた時からデジタルデバイスが身近にあり、SNSを自在に使いこなす世代。個人による発信、個人による情報収集に長けた人が多い。

ミレニアル世代 (1981年～1996年生まれ)  
幼少～学生の頃からPCやインターネットに触れ、ITリテラシーも高いデジタルネイティブ。ゆとり教育を受けた経験も。

ロスジェネ世代 (1970年～1984年生まれ)  
バブル経済崩壊後、就職氷河期に社会人になり就職難を経験した世代。あらゆるものを失った世代と形容されることが多い。

世代間でギャップあり!?  
コロナ禍にみる  
「つながりと安心」  
10 THINGS

“with コロナ”な暮らしが1年半以上経ち、世代を超えて多くの人に新しい生活様式が浸透中のいま、私たち生活者は普段、どんなことを考え、どんなコミュニケーションの作法を善しとし、暮らしているのだろうか。安心研ではその実態、本音を探るため、「つながりと安心」をテーマに生活者調査を実施した。Z世代から団塊世代まで6つの世代に分類し、各世代の生声に耳を傾けることで、各世代が潜在的に感じている「人とのつながり」の意識や感じ方の違いを浮き彫りにしていく。例えば、年齢的に大きな開きのあるZ世代と団塊世代ではその意識にギャップはあるのか？10のキーワードを立て、その真相を浮き彫りにしていきたい！

バブル世代 (1965年～1969年生まれ)  
バブル経済で好景気であった頃に社会人になった世代。お金使いが華やかで楽観的なタイプが多いと言われる。

新人類世代 (1956年～1964年生まれ)  
高度経済成長期に子供時代を過ごし、上の世代から「一風変わった価値観を持つ若者たち＝新人類」と言われていたことに由来。

団塊世代 (1947年～1949年生まれ)  
ベビーブームで出生率が高く同世代人口が多かったため、競争意識が高いことが特徴。戦後の復興を支えてきた世代でもある。

06 「リアルな出会い」に軍配。

リアルとオンライン、  
どっちの出会いが安心感を感じる？

リアルな出会い 88.9%  
各世代8割以上が「リアルな出会い」と回答。理由は「会って話す相手の方がわかる」(団塊世代)、「オンラインの姿は偽装が多い」(バブル世代)、「リアルのほうがつながりを強く感じる」(Z世代)

VS

オンラインの出会い 11.1%  
オンライン派の代表的な回答は、「リアルな出会いはお互いの事情などを話さないといけないから」(ロスジェネ世代)、「オンラインのほうが対面でない分、緊張しない」(ミレニアル世代)、「リアルで話すのは精神的に負担が大きい」(Z世代)。

07 コミュニケーションツールの利用率に変化あり。

コロナ前後を比較し、  
人とのコミュニケーションの取り方に変化は？

団塊世代の46.6%が「LINE・メール」の利用頻度が「増えた」  
Z世代はコロナ禍で新しい「人とのつながり」があった人が35.0%

顕著な変化があったのは団塊世代とZ世代。特にZ世代はテレビ電話やSNS、LINEなど、すべてのツールの利用頻度が増加。コロナ禍でも、積極的に人とのコミュニケーションを図ることが判明。

08 ネットでの出会い、OK派が増加。

マッチングアプリでの出会いはあり？

Z世代～ロスジェネ世代の約半数が「ありだと思ふ」  
団塊世代の93.3%が「なしだと思ふ」

コロナ禍、マッチングアプリを許容する世代層が拡大していることが判明。しかし反面、団塊世代の93.3%が「なしだと思ふ」と回答。「素性が分からない人とつながりたくない」の声が多数で、許容できない様子が浮き彫りに。

09 若い世代を中心にオンラインを積極活用。

コロナ禍を経てよくなったと思うコミュニケーションの変化は？

ロスジェネ世代の26.7%が「習い事や勉強がオンラインで気軽にできるようになった」と回答し、ミレニアル世代とZ世代の30%以上が、「オンラインコンサートで気軽にエンタメを楽しめるようになった」と回答。他世代に比べ高い水準となった。また、Z世代の25.0%が「SNSやオンラインツールで新しい出会いが増えた」と答えた。コロナ禍、若い世代を中心に、オンラインを活用した「新たなコミュニケーション」を楽しんでいることが判明。

10 問合せ、全世代で電話が主流。

企業のサービスとつながり、最もよく使う問合せツールは？

- 全体で約4割。企業への問合せツールの利用率、全世代で「電話」が主流
- 団塊世代～ロスジェネ世代まで、上位3つが「メール」「電話」「LINE」
- ミレニアル世代とZ世代は「メール」の利用率が3割超

普段、企業に問合せをする際に利用するツールは、団塊世代の半数以上(53.3%)が電話と回答。Z世代では4人に1人の割合(26.7%)で電話と回答し、全世代を通して「電話で問合せ」をしている人が多いことが明らかになった。また、ミレニアル世代とZ世代では「メールで問合せ」が3割超という結果に。他の世代に比べ、「メールで問合せ」の利用率が高いことが分かった。企業側の問合せ対応が進化・充実することで安心につながるか。この設問に対しては、全世代共通で約7割が「安心につながる」と回答。企業側の問合せ対応と利用者の安心感が紐づいていることが見て取れた。

※SNS各社のサービス名、企業名、ロゴは各社の商標または登録商標です

調査名：つながりと安心に関する調査 日時：2021年9月11日～2021年9月12日 性別：男女 地域：全国  
 世代：団塊世代(1947年～1949年生まれ)、新人類世代(1956年～1964年生まれ)、バブル世代(1965年～1969年生まれ)、ロスジェネ世代(1970年～1984年生まれ)、ミレニアル世代(1981年～1996年生まれ)、Z世代(1996年～2004年生まれ)に該当する方  
 ※世代を跨いでいる年はランダムに振り分け  
 調査対象者数：360名(各世代男女30名ずつ)