

第3章

「お客様の声」を 業務改善に活かすための取組み

当社では、お客さまからいただいた「声」を業務改善に活かしていくため、社内での検討だけでなく、社外の有識者の方々にもご意見を伺い、より良い改善となるよう努めています。

この章では、この「お客様の声」を業務改善に反映させる取組みの、2009年度の運営状況についてご紹介します。

(1)「お客様の声」推進委員会

「お客様の声」に基づく業務改善取組みを推進するため、2006年4月より「お客様の声」にかかわる部門により横断的に組織された「お客様の声」推進委員会を設置しています。同委員会は、「お客様の声」に基づく課題を検討するほか、改善取組みの実施状況のフォロー・効果検証など業務改善に関する当社のPDCAサイクルを適切に回すために運営されています（下図ご参照）。

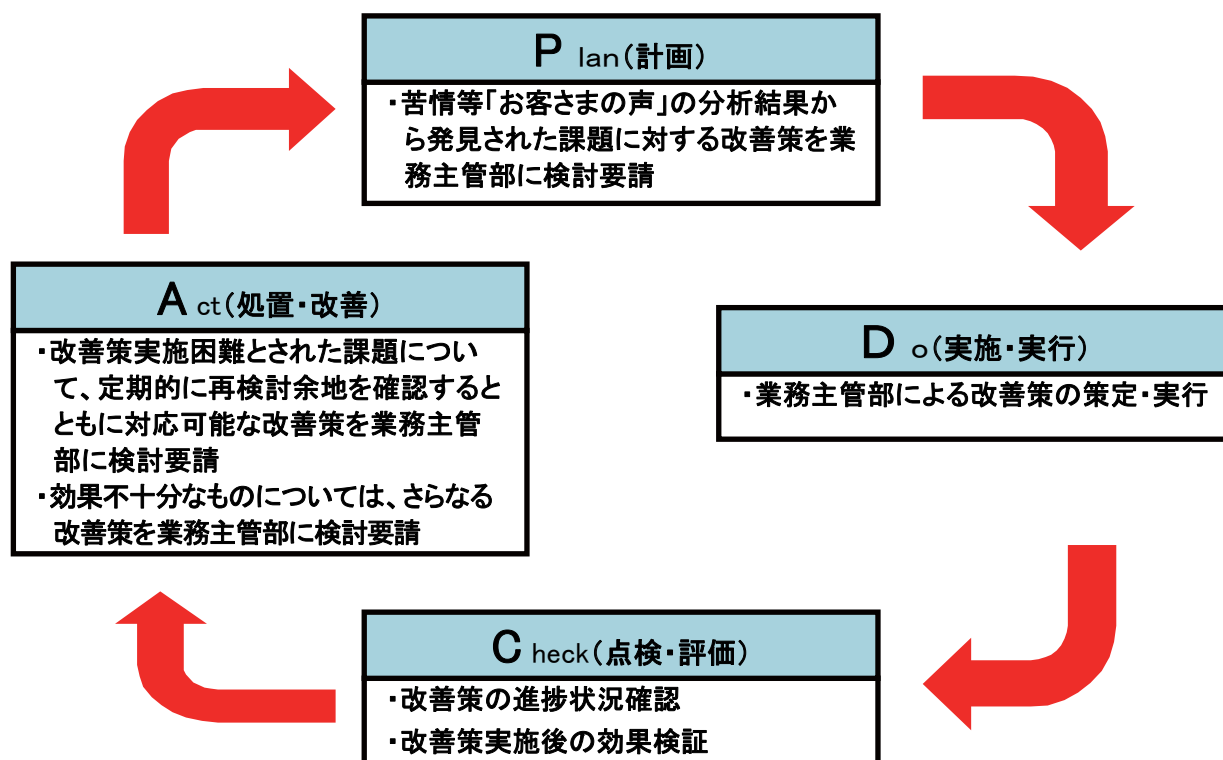
2009年度には、「保険金・給付金のお支払に関する苦情」、「金融機関窓口販売のご契約に関する苦情」などに対する改善を重点的に検討したほか、毎月の苦情発生状況のモニタリングに基づく業務主管部の改善取組み状況を定期的に確認しました。

また、団体保険・団体年金等の法人市場分野については、同委員会の傘下に別途「法人市場『声』推進分科委員会」を設置し、同様の取組みを行なっています。

2009年度の「法人市場『声』推進分科委員会」では、団体保険商品ごとの苦情の分析と課題の改善や、各種お客さまアンケート結果に基づく改善などについて取組みました。

2009年度にそれぞれの委員会で検討した主な内容は次ページ、実施した業務改善事例については、P.25~38をご参照ください。

【「お客様の声」推進委員会における業務改善のPDCAサイクル】



【「お客さまの声」推進委員会 2009年度開催概要】

開催回数	12回（毎月開催）
主な検討内容	<ul style="list-style-type: none"> ○「お客さまの声」の分析と課題への対応の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・保険法施行にともない留意が必要な事項の整理 ・ライフアカウントL.A.更新を契機とした苦情の未然防止に向けた対応の整理 ・金融機関窓口販売契約のお客さまからの声に基づく課題の検討 ・高齢者契約からの苦情の分析 ・「告知義務違反解除」苦情の分析 ・2008年度「お客さま満足度調査」結果に基づく課題の検討
	<ul style="list-style-type: none"> ○苦情縮減・未然防止に向けた業務改善取り組み内容の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・保険金・給付金のお支払結果・手続・書類に関する改善取り組み内容 ・金融機関窓口販売契約のお客さまからの声に基づく課題への取り組み内容 ・MYライフプランアドバイザーに起因する苦情の縮減に向けた取り組み内容 ・「態度・マナー」に関する苦情への取り組み内容 ・各業務主管部からの苦情モニタリングデータの活用状況 ・お客さまあて回答文書に関する態勢の整備状況
	○業務改善取り組みの進捗状況の確認（毎回）

【法人市場「声」推進分科委員会 2009年度開催概要】

開催回数	5回（4月、7月、10月、1月、3月）
主な検討内容	<ul style="list-style-type: none"> ○団体保険分野における「お客さまの声」の分析と課題への対応の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・商品別、原因別苦情の状況と対応の検討 ・2008年度法人顧客満足度調査結果に基づく課題の検討 ・2009年度団体保険「保険金・給付金ご請求手続きに関するアンケート」結果に基づく課題の検討
	<ul style="list-style-type: none"> ○苦情の縮減・未然防止に向けた業務改善取り組み内容の検討 <ul style="list-style-type: none"> ・団体保険における募集資料の改訂 ・団体保険「保険金・給付金請求書」の改訂 ・各業務主管部からの苦情モニタリングデータの活用状況
	○業務改善取り組みの進捗状況の確認（毎回）

(2) お客様の声推進諮問会議

社外の専門的見地からのご意見を取り入れ、契約者保護とお客さまサービス向上のための諸施策に迅速かつ適切に反映させるため、2005年4月から社長の諮問機関として「お客様の声推進諮問会議」を設置しています。

この会議には、消費者問題を中心に高い見識を持つ社外の専門家3名を社外委員としてお迎えし、当社の業務運営のあり方やお客さまサービス向上のための改善策等について、お客さまの視点で忌憚のないご意見をいただき、経営の改善に反映させています。2009年度は6回開催しました（2010年5月までで累計で35回）。

2009年度に諮問した主な内容およびご意見を受けての対応状況は、次ページのとおりです。

【お客様の声推進諮問会議 開催概要】

諮問者	・松尾憲治（取締役 代表執行役社長）
社外委員	・上條典夫氏（株式会社電通 ソーシャル・プランニング局長）〔議長〕 ・恩藏直人氏（早稲田大学 商学部長） ・早川祥子氏（株式会社日本政策金融公庫 社外取締役）
社内委員	・福家聖剛（常務執行役 「お客様の声」統括部担当） ・前田茂博（常務執行役 事務サービス企画部担当） ・若狭一郎（常務執行役 営業企画部担当）
開催回数	・年6回開催
主な役割	・会社に寄せられた「お客様の声」およびお客様の声を代弁する「従業員の声」の調査・分析結果等に関する評価と社長への提言 ・契約者保護およびお客さまサービス向上の観点から会社が実施する諸施策・サービス等のうち重要なものに関する評価と社長への提言 ・お客さまあて諸通知・文書およびお客さま対応に関する各種資料・マニュアル等のうち重要なものに関する評価と社長への提言 ・お客さまへの商品・サービスの提供に関わる本社組織の運営方針、重点実施事項およびその実施状況に関する評価と社長への提言 ・その他社長からの諮問事項に関する社長への提言

【お客様の声推進諮問会議 2009年度開催概要】

	主な議題
第29回 (5月28日)	<ul style="list-style-type: none"> ・2008年度お客様満足度調査の結果 ・『お客様の声』白書2009の作成 ・お客様への商品・サービスの提供に関わる本社組織の運営方針
第30回 (7月29日)	<ul style="list-style-type: none"> ・2009年度「明治安田生命からのお知らせ」の発信計画 ・「コミュニケーションセンター白書2009」に基づく運営概況
第31回 (9月26日)	<ul style="list-style-type: none"> ・「CSR報告書2009」等の制作方針 ・2009年度お客様満足度調査の実施案
第32回 (12月2日)	<ul style="list-style-type: none"> ・明治安田チャレンジプログラムの実施状況 ・2009年度「明治安田生命からのお知らせ」の発信状況等 ・2009年度上半期業務改善取組状況
第33回 (1月26日)	<ul style="list-style-type: none"> ・シニア戦略の概要とこれまでの取組状況 ・「銀行窓口販売」に関するお申し出（苦情）および改善への取組状況 ・2010年度消費者関連の対応
第34回 (3月30日)	<ul style="list-style-type: none"> ・「給付金お支払明細書」の改訂 ・コミュニケーションセンターに関するお客様対応の改訂 ・2009年度「消費者専門アドバイス制度」の実施状況

【2009年度に社外委員から寄せられた主なご意見・アドバイス】

■お客様満足度調査は、より良いサービスを実施するための調査なので、今年度調査でも時系列的な変化を確認できる質問や、今後調査すべき課題を把握できるように質問項目を設定して、調査結果をじっくり読み込んでいくとよい

⇒2009年度調査においても、前年度調査と同様、経年比較を実施しました。また、安心サービス活動の効果を確認するため、安心サービス活動実施状況と満足度との関係の分析、お客様のご加入商品、ご加入後の経過年数等による満足度の違いなどを分析しました

■業務改善への取組状況から、PDCAサイクルの充実が感じ取れる。改善していることを『お客様の声』白書などで訴えていくべきである

⇒2009年度版『お客様の声』白書から、業務改善の対象となった帳票類等の図版を掲載して、改善内容をよりわかりやすく具体的にご紹介するとともに、各種情報提供資料にて白書発行を告知することにより、業務改善取組状況の周知に努めています

■CSRへの当社の取組みを紹介する冊子が難しい話題ばかりだと、お客様も関心がわかないと思うので、地域に密着した話題も載せるとよいのではないかと

⇒個人のお客様向けの「明治安田生命のCSRへの取組み2009」（CSR小冊子）は、個人のお客様にお伝えしたいCSRへの取組みや、支社・営業所における取組み、主な社会貢献活動等のご紹介など、お客様によりいっそう関心を持っていただきやすい内容で構成しました

(3) 消費者専門アドバイス制度

2008年5月に、消費者の意向を把握する取組みを充実させるために、「消費者モニター制度」を新たに設置し、2009年度から「消費者専門アドバイス制度」に改称し、運営を拡充して実施しています。

本制度は、消費生活センター等で相談業務に携わる有資格者、企業のお客さま対応部門の経験者、消費者関連団体の役職者等に「消費者専門委員」を委嘱し、当社の手続書類、募集資料や各種情報提供資料、当社のお客さまサービスについて、消費者の視点でご意見・アドバイスをいただき、業務の改善に活かしていくものです。

2009年度は、東京・大阪、合計24名の消費者専門委員で構成し、次のような運営を行ないました【☞寄せられたご意見等は次ページ】。

① 「消費者専門家懇談会」の開催

当社のお客さまサービスのあり方等をテーマに、ご意見・アドバイスを受ける懇談会を、東京・大阪で各々年3回開催しました。消費者専門委員全員に出席いただく全体会のほか、テーマにより5～6名の少人数による分科会も行ないました。

	開催日等	懇談会のテーマ
第1回	2009年 7月 3日(大阪) 2009年 7月 9日(東京)	○オフィシャルホームページ ○保険がわかるサイト
第2回	2009年 9月 29日(大阪) 2009年 10月 6日(東京)	○コンサルティングセールスにおける説明や表示のあり方
第3回	2010年 2月 24日(東京) 2010年 2月 26日(大阪)	○年金受取予想額試算書の開発 ○2010年度の消費者関連の対応について

② 「消費者専門アンケート」の実施

対象となる手続書類、募集資料や各種情報提供資料、お客さまサービスの課題について、委員から書面によりご意見やアドバイスをいただく「消費者専門アンケート」を年4回実施しました。

<「消費者専門アンケート」のテーマ>

- オフィシャルホームページ
- 団体保険の「保険金・給付金請求書」
- 冊子「保険金・給付金のご請求について」
- 団体保険募集のパンフレット



【寄せられた「消費者専門アンケート」】

【2009年度「消費者専門委員」から寄せられた主なご意見・アドバイス】

※【懇】は消費者専門家懇談会、【ア】は消費者専門アンケートからのご意見

■オフィシャルホームページ、保険がわかるサイトについて 【懇】【ア】

- トップページの文字、情報量が多くごちゃごちゃした感じがする。
- 項目が細かすぎて、自分の知りたい情報を探すのが大変。
- 「お問い合わせ窓口」はトップページのわかりやすい場所にもってくるべき。
- 資料請求ボタンが随所にあり、大きく見やすいのでクリックしやすい。
- 入力見本が表示されているのでわかりやすい。

※順次改訂中 (☞P37)

■コンサルティングセールスにおける説明・表示のあり方について 【懇】

- 意向確認書面にて「理解していますか」と質問されると「理解していない」とは答えにくいのではないか。
- 担当者がきちんと説明することが最も重要。
- 書類をいっぺんにバサッと渡されると読まないことも多いので、特に重要なものは対面で説明しながら渡した方がいい。

※意向確認書を2010年3月より改訂

■「年金受取予想額試算書」について 【懇】

- 「なぜ当初の予想額より少なくなるのか」ということを、もっとわかりやすく書いた方がいい。
- 書類が5ページもあり、読むのに負担感がある。
- 現在払い込んでいる保険料の累計金額も載せたほうがいい。
- マイナス部分も含めて表に出して説明するのはいい。

※2010年度改訂予定

■団体保険の「保険金・給付金請求書」について 【ア】

- 個人情報に関する注意喚起の文言が小さい。
- 診断書代等がお客さまのご負担になるという文章はもっとはっきり記載した方がいい。
- 所定の用紙があるかどうか、はっきりわかるようにしてほしい。
- 丁寧すぎる言葉使いが多い。

※2010年4月より改訂 (☞P35)

■冊子「保険金・給付金のご請求について」について 【ア】

- 字数・情報量が多すぎてわかりづらい。
- 事例の中に図やグラフを取り入れ、事例の内容をもっとわかりやすくしてほしい。
- 必要な手続きや、手続の流れが詳しく説明されているのでいい。
- 支払われない理由が太字で強調されており、理解しやすい。

※2010年度改訂予定

