方針2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

お客さまからのご意見やご要望を「お客さまの声」として広くお伺いするとともに、「お客さまの声」を経営に活かす取組みを推進し、お客さま満足度の向上に努めます。
また、積極的な情報開示に努めます。

広く「お客さまの声」を伺う取組みと業務改善への反映

お客さまから当社（営業所、支社、法人部、コミュニケーションセンター等）に寄せられたお申し出は、全国の拠点をネットワークで結ぶ「お客さまの声システム」を通じて集約・一元管理のうえ、商品やサービス等の業務改善に活かしています。

お客さまからのお申し出状況（2025年度）

お客さまからのお申し出合計
440,700件
（対前年▲6.3%）

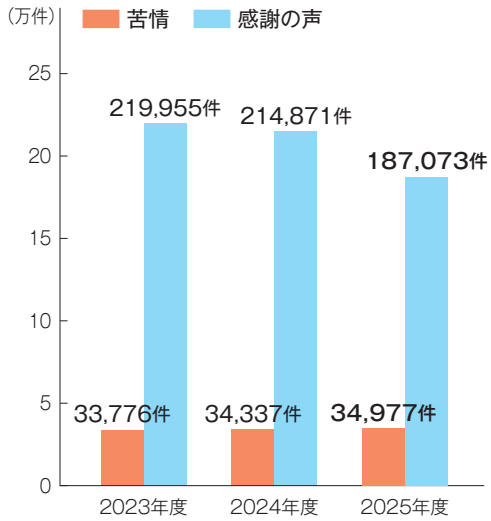
苦　情
34,977件
（対前年+1.9%）

感謝の声
187,073件
（対前年▲12.9%）

その他、ご意見・ご要望

（注）「苦情受付状況」については当社ホームページに掲載しています

苦情および感謝の声の受付状況



「苦情受付状況」について詳しくはこちら

全国の支社で開催するお客さま懇談会や定期的な地域の消費生活センター等への訪問等（2025年度:上期219ヵ所、下期218ヵ所）を通じ、当社の商品・サービス等の情報提供を行ない、消費者の立場からご意見・アドバイスをいただき業務改善に活かしています。

「代弁者の声」として、お客さまと身近に接する従業員が、日常業務を通じてお客さまの立場から気付いたことを社内で提案する「Kizuna提案」によって、サービスの改善を行なう活動を実施しています。2025年度は31,791件の提案がありました。

「お客さまの声」を業務改善に活かすための推進態勢

お客さま志向統括部にてお客さまのご意見やご要望を一元管理するとともに、「お客さまの声」に基づく業務改善の取組みを検証・推進するための機関として、お客さま志向・コンプライアンス領域会議を設置しています。同会議は、「お客さまの声」に基づく業務改善取組みの審議・提言等を行ない、本社部門（業務主管部）に対して業務改善を促しています。

社外の専門家から、お客さまサービス向上のための改善策やコンプライアンス事項の態勢、当社のお客さま志向の業務運営等に関するご意見をいただき、経営に反映させていくための第三者機関として「お客さまサービス推進諮問会議」を設置しています。2025年度は3回実施し、例年諮問している「内部通報制度の第三者検証」に加え、当社のサステイナビリティ経営における具体的取組みについてご意見をいただき、施策に反映しました。

消費生活センター等で相談業務に携わる有資格者や消費者関連団体の役職者等に「消費者専門委員」を委嘱し、消費者の立場からお客さまサービスのあり方等をテーマにご意見をいただき業務改善に活かしていく「消費者専門アドバイス制度」を設置しています。2025年度は東京・大阪でそれぞれ3回開催し、「明治安田のメールマーケティングの高度化」や「次期主力商品募集資料（コンセプトパンフレット）」、「団体保険の従業員等向け専用ポータルサイト『みんなのMYポータル』のUX/UI刷新」についてご意見をいただき、特に「わかりやすさ」の観点から内容を改善しました。

情報開示の推進

「お客さま志向」の取組状況を定期的に取締役会に報告し、その結果を「お客さまの声」白書で公表しています。
「お客さまの声」白書は、当社にお寄せいただいた「お客さまの声」と、その「お客さまの声」を反映した業務改善への取組状況のご報告を目的として、2006年度より毎年作成・公表しており、2026年度（当白書）で21回目の発行となります。なお、CO_2排出量削減等、環境への負荷低減への取組みの一環として、2022年度から冊子の作成を廃止し電子化しました。
また、2018年度からは、「お客さま志向の業務運営方針 ーお客さま志向自主宣言ー」に基づく「お客さま志向」の具体的な取組状況を、当白書のなかで報告しています。

方針2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

「お客さまの声」を業務改善に活かす取組み

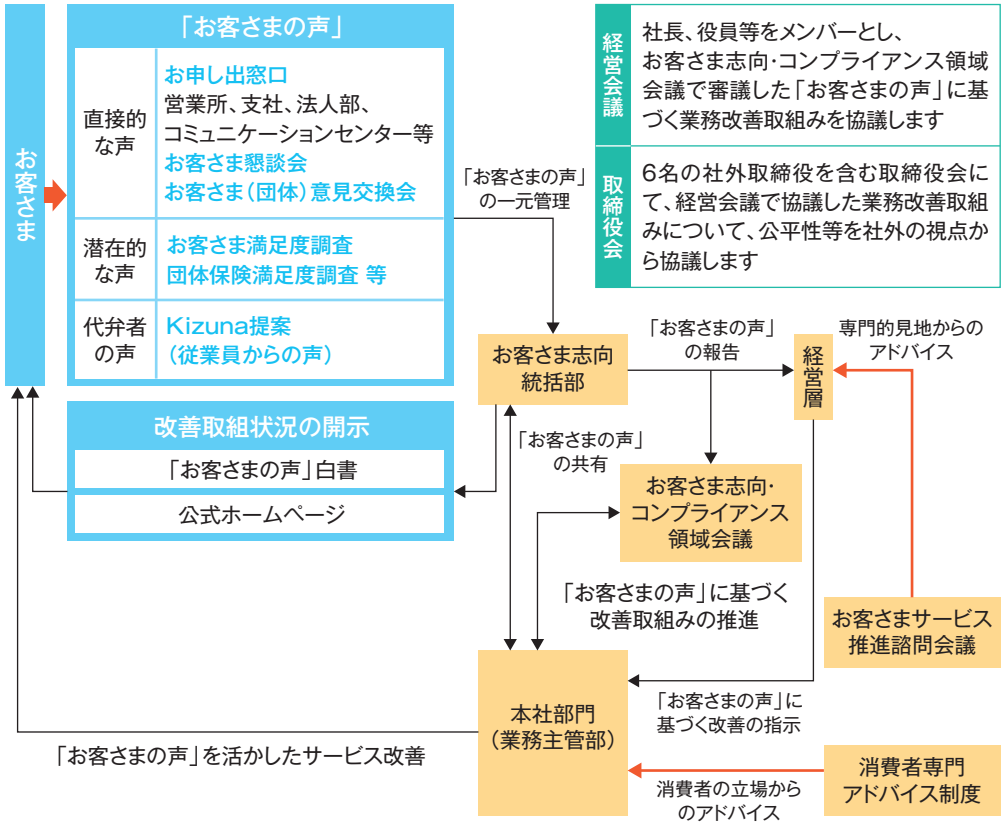
●お客さま懇談会の開催結果（2025年度）

全国の支社等105会場で開催し、合計2,409人のご契約者にご出席いただき、8,217件のご意見・ご要望等をいただきました。

●お客さま（団体）意見交換会（2025年度）

団体窓口のご担当者から、当社の団体事務サービスへのご意見・ご要望を直接伺うとともに、当社の改善取組みへのご理解を深めていただく機会として2006年度から毎年実施しています。2025年度は35団体、累計で1,032団体にご参加いただきました。

■「お客さまの声」を経営に活かす仕組み



2025年度お客さま懇談会で寄せられた代表的なご意見・ご要望

経営全般

- 当社の契約者配当の考え方について教えてほしい
- 不安定な金融環境のなか、当社の資産運用方針について教えてほしい
- 海外保険事業に関する今後の方向性について教えてほしい
- イオングループとの協業に関する今後の方向性について教えてほしい

営業活動関連

- デジタルが進化していくなかでも、対面のアフターフォローなど、「ひと」による丁寧なサービスを継続してほしい
- 担当者変更時の引継指導を含め、MYリンクコーディネーターの知識・対応に差がでないように教育してほしい
- 当社のコンプライアンス態勢も含め、MYリンクコーディネーター等の販売・サービス方針について教えてほしい

社会貢献活動関連

- 「みんなの健活プロジェクト」の具体的な取組みや実施状況について教えてほしい
- 「地元の元気プロジェクト」の具体的な取組みや実施状況について教えてほしい
- 地域に密着したイベント等について、事前にわかりやすく周知してほしい

商品関連

- 金利のある世界になるなか、魅力的な貯蓄性商品を充実させてほしい
- 高齢者向けおよび若年層向けなど、世代別のニーズに応じた商品を充実させてほしい

事務手続き関連

- AI・デジタルの活用による、各種手続きのさらなる利便性の向上を進めてほしい
- 高齢者に配慮した対応を拡充してほしい

広報活動関連

- さまざまな広告媒体を通じて各世代に対して効果的なブランドづくりに取り組んでほしい

「お客さま懇談会」について詳しくはこちら

方針2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

●お申し出事例および改善の取組み 直接的な声

事例1 コミュニケーションセンターへの電話による即時解約手続きの認証方法を追加



お客さま

電話による解約手続きの際、暗証番号を忘れてしまった場合でも他の方法で本人認証してほしい

背　景

・従来、外貨建保険をコミュニケーションセンターへの電話により即時解約する際の本人認証方法は、暗証番号（4桁）による方法のみでした。そのため、「暗証番号を思い出せず、電話による解約ができなかった」、「プッシュ音が発信されない電話機を使用しているため、認証できない」といった声をいただいていました。このように、暗証番号を失念した場合等に手続きが完了せず、改めて手続きが必要になるなど、お客さまのご負担につながることがありました

改善内容

・2026年4月1日から、一部の外貨建保険の解約手続きにおいて、コミュニケーションセンターへお電話いただいた際の発信番号（携帯電話番号）と、当社にご登録済みの携帯電話番号を照合して認証する方法を追加しました。これにより、お客さまは、解約対象契約に事前登録された携帯電話番号から発信することで、暗証番号の入力を行なうことなく本人認証が可能になり、よりスムーズに電話でお手続きいただけるようになりました

事例2 健康キャッシュバック※1支払基準日の自動判定機能を搭載



お客さま

MYほけんページから健康キャッシュバックの健診結果を提出したが、異なる支払基準日を選択してしまった

背　景

・従来、お客さまがMYほけんページから健康キャッシュバックの健診結果を提出する際には、健診結果を反映する支払基準日をお客さまご自身で選択していただく必要がありました。そこで、誤った支払基準日を選択してしまうと、差し戻しや再提出が必要となる場合があり、お客さまのご負担となっていました

改善内容

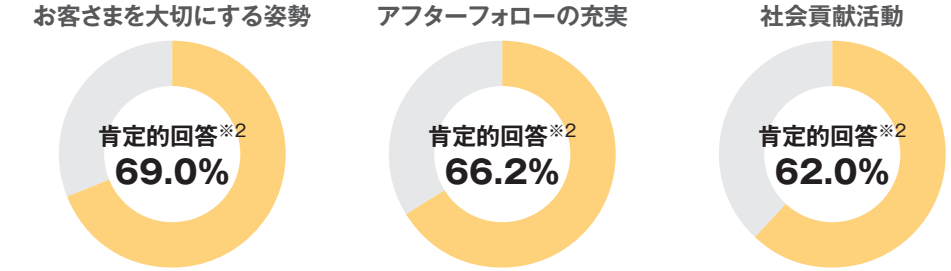
・MYほけんページの健診結果提出手続画面に、支払基準日の自動判定機能を搭載しました。受診年月日を入力するだけで、「未提出」の支払基準日のなかから最適な支払基準日が自動で選択されます。これにより、お客さまご自身の操作による支払基準日の選択ミスを防止し、より迷わずお手続きいただけるようになりました

※1 健康キャッシュバックについては、P.13をご参照ください

●2025年度「お客さま満足度・NPS郵送調査」 潜在的な声

全国の支社等に調査結果を共有し、お客さまへのアフターフォローの充実や営業担当者の応対品質向上に向け、活かしています。

明治安田の企業イメージについて



※2 明治安田の企業イメージに関する設問に関して、「そう思う」「ややそう思う」「どちらともいえない」「あまりそう思わない」「そう思わない」「わからない」の選択肢のうち、「そう思う」「ややそう思う」の回答割合



お客さま（30代女性）

こちらから連絡することはあまりありませんが、担当の方がよく連絡をくれて、訪問してくれるため、密にコミュニケーションを取ることができて安心しています

営業担当者のアフターフォローに期待すること(複数回答)

1位	現在ご加入の保険商品･保障内容のご説明（保障額、保障範囲等）
2位	保険金･給付金の請求漏れがないかの確認
3位	現在のお客さまにあわせた生命保険についてのアドバイス、保障内容の見直し
4位	手続きの具体的な進め方についての説明、手続きの実施
5位	社会保障制度や税金など生命保険に関連する情報の提供



お客さま（30代男性）

生命保険は長期間にわたる大きな買い物なので、相談の際には適切で丁寧な説明をしていただけると助かります

方針2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

●Kizuna提案 代弁者の声

お客さまと身近に接する従業員が、日常業務を通じてお客さまの立場から気付いたことを社内で提案する「Kizuna提案」によって、サービスの改善をする活動を実施しています。

事例3 「明治安田の長期運用年金」の手続方法等の拡充

提案

・「明治安田の長期運用年金」のお申込みに際し、「スマートフォン操作に不慣れで、申込手続きをスムーズに進められない」、「画面が小さくて設計書（見積書）の内容が確認しづらいため、紙（印刷物）で確認したい」というご意見を多くいただいたので、検討してほしい

取組み・改善内容

・「明治安田の長期運用年金」は、当初、手続きの効率化によって魅力的な受取率の実現につなげる目的から、お客さまのスマートフォン等で完結するデジタル手続きを基本として販売を開始しました。
一方で、実際にご案内を進めるなかでいただいた上記のご提案をふまえ、より幅広いお客さまに安心してお手続きいただけるよう見直しを行ないました。
具体的には、当社のMYリンクコーディネーター（営業職員）等が設計書（見積書）を紙でもご提示・ご説明できるようにするとともに、当社の携帯端末（マイスタープラス）からのお申込みにも対応できるよう改善しました。これにより、お客さまのご希望や状況に応じた手続方法を選べるようになりました



●お客さまサービス推進諮問会議での改善取組み

事例4 「2025年度『お客さま満足度・NPS郵送調査』の分析結果」へのご意見の反映

当社の取組みに関し、社外の有識者である諮問委員からご意見をいただき運営に活かしています


社外委員

MYリンクコーディネーター等（営業職員）や事務サービス・コンシェルジュによる活動内容などとお客さま満足度をクロス分析することで、お客さま体験価値（CX）向上に有効な示唆が得られるのではないか

当社の対応

・加入勧奨から保険金・給付金請求にかかる一連の流れのなかで、ご提供しているサービス・体験が、お客さまのお気持ち・ご意向にどのように影響しているかを把握できるように、調査の見直しを検討しています

●消費者専門アドバイス制度での改善取組み

事例5 「明治安田のメールマガジン」へのご意見の反映

当社メールマガジン登録者に配信しているメールの内容について、消費者専門委員からいただいたご意見を改善検討に活かしています


消費者専門委員

メール件名の「★特別なお知らせ★」という見出しは、お客さまに警戒心を与えてしまう。メールの開封は件名で判断するので工夫した方がよい

改善内容

・メールマガジンの件名をより明確にし、お客さまに安心して開封いただけるよう改善

【件名】
★特別なお知らせ★

⬇

【件名】
★もうすぐ誕生日を迎えるあなたへ★

メールのイメージ

