

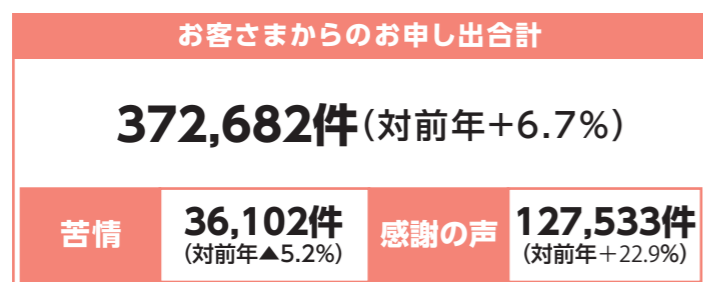
方針2 「お客様の声」を経営に活かす取組み

お客様からのご意見やご要望を「お客様の声」として広くお伺いするとともに、「お客様の声」を経営に活かす取組みを推進し、お客様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「お客様の声」を伺う取組みと業務改善への反映

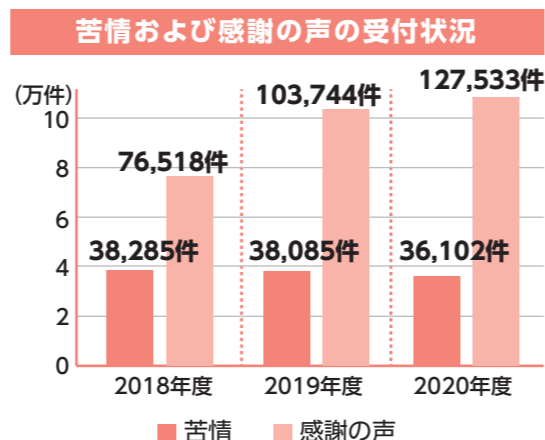
お客様から当社(営業所、支社、法人部、コミュニケーションセンター等)に寄せられたお申し出は、全国の拠点をネットワークで結ぶ「お客様の声システム」を通じて集約・一元管理のうえ、商品やサービス等の業務改善に活かしています。

お客様からのお申し出状況(2020年度)



※2020年度の苦情受付状況については当社ホームページに掲載しております

「2020年度の苦情受付状況」は
スマートフォンでさらに詳しく



全国の支社で開催するお客様懇談会や定期的な地域の消費生活センター訪問等を通じ、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。

お客様懇談会の開催結果(2020年度)

全国の支社等105会場で開催し、合計1,094人のご契約者にご出席いただき、2,368件のご意見・ご要望等を頂戴しました。

お客様(団体)意見交換会(2020年度)

団体窓口のご担当者から、当社の団体事務サービスに対しご意見・ご要望を直接伺うとともに、当社の改善取組みについて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。2020年度は、リモートの活用により、98団体の窓口ご担当者の方々にご参加いただきました。

地域の消費生活センター等訪問状況(2020年度)

全国の支社に配置しているお客様対応の責任者が地元の消費生活センター等を定期的に訪問(2020年度上期は222箇所、下期は206箇所)しています。2020年度は、電話や郵送等の手段を活用し、当社から情報提供を行なうなどの交流を図っています。

「代弁者の声」として、お客様と身近に接する従業員が、日常業務を通じてお客様の立場から気付いたことを社内で提案する「Kizuna提案」によってサービスを改善する活動を実施しています。2020年度は12,718件(対前年+115.6%)の提案を受けました。

■ 「お客様の声」を業務改善に活かすための推進態勢

お客様志向統括部にてお客様のご意見やご要望を一元管理するとともに、「お客様の声」に基づく業務改善の取組みを検証・推進するための機関であるお客様志向検証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、お客様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、当社のお客様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「お客様サービス推進諮問会議」を設置しています。2020年度は3回開催し、コロナ禍における当社の取組みや、MYミューチュアル配当創設に関わる事項などについてご意見をいただき、政策に反映しました。

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様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。2020年度は東京・大阪でそれぞれ3回開催し、デジタル技術を活用した営業活動ツールや「MYほけんアプリ」など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。

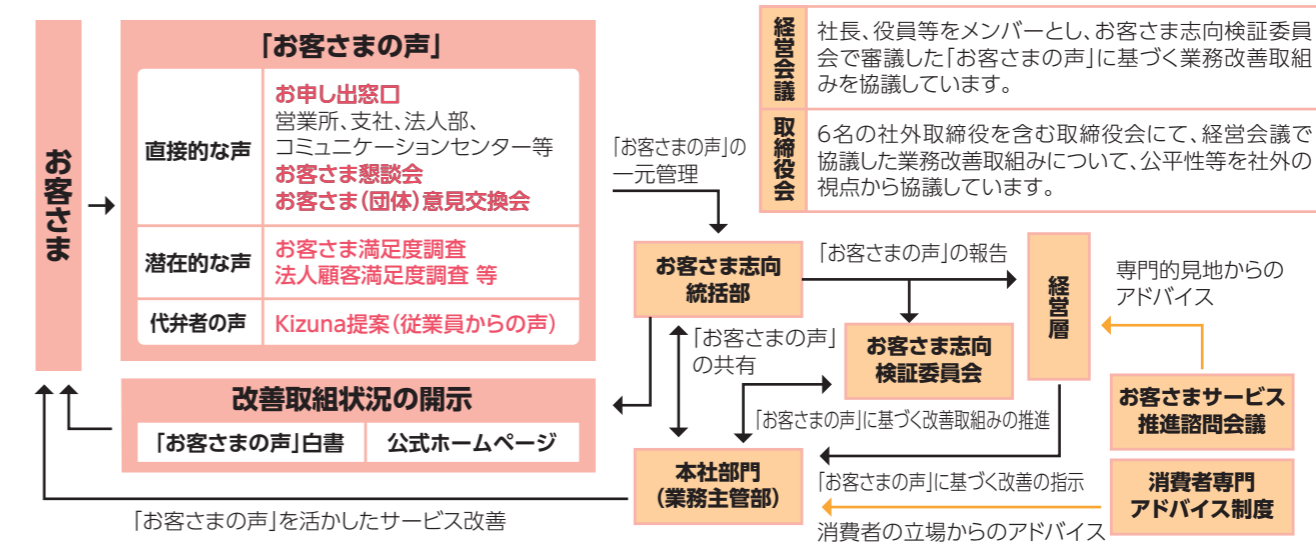
■ 情報開示の推進

「お客様志向」の取組状況を定期的に取締役会に報告し、その結果を「お客様の声」白書で公表しています。

「お客様の声」白書は、当社にお寄せいただいた「お客様の声」と、その「お客様の声」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、2021年度(当白書)で16回目の発行となります。



2018年度からは、「お客様志向の業務運営方針 -お客様志向自主宣言-」に基づくお客様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。

「お客様の声」を経営に活かす仕組み




2020年度のお申し出事例および改善取組み

事例1：最先端デバイスを活用した非対面でのアフターフォローの実現

<p>お客さまの声</p>	<p>新型コロナウイルス感染症の感染防止の観点から、極力、担当者と対面せずに説明を受けたり、さまざまな手続きを進めたい</p>
<p>改善内容</p>	<p>2020年度は新型コロナウイルス感染症の感染防止の観点から、最先端のデバイスを活用した対面と非対面を融合させた能動的なアフターフォローを進めてまいりました。具体的には、当社ホームページのお客さま専用サイト「MYほけんページ」の機能拡充をはじめ、社用スマートフォン「MYフォン」を活用したお客さまとのコミュニケーションなど、非対面での活動を拡大いたしました。加えて、2021年4月には「オンライン面談システム」を導入し、お客さまとビデオ通話が可能となりました。これにより、直接お会いすることが困難なお客さま等に対し、非対面でも対面と変わらないアフターフォローを推進してまいります。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;">  <p>業界で初めて3万人規模で配布した社用スマートフォン「MYフォン」</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>タブレット型営業端末「マイスタープラス」</p> </div> </div>

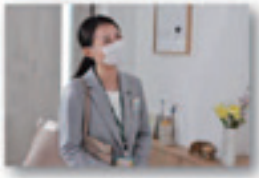
※詳細についてはP.13、P.37をご参照ください

事例2：当社独自の取組みである「エピローグ・レター」サービスの開始

<p>お客さまの声</p>	<p>契約者向けのアフターフォローサービスを充実させてほしい</p>
<p>改善内容</p>	<p>ご家族に対し「金銭」だけでなく、ご契約者の「想い」も残せる新たな生命保険のカタチを追求したサービスとして「エピローグ・レター」を2020年6月にサービス開始いたしました。これは、ご契約者から郵送いただいた手書きメッセージを死亡保険金お支払い後に、受取人あてに画像データとしてお届けするサービスです。普段なかなか言葉にできないご家族への感謝の気持ちや生命保険に託した想いを「エピローグ・レター」として未来にお届けします。今後も社会情勢の変化やお客さまニーズの把握に努め、商品・サービスの充実を図ってまいります。</p> <div style="text-align: right;">  </div>

※詳細についてはP.38をご参照ください

事例3：「事務サービス・コンシェルジュ」による「訪問型サービス活動」の展開と事務手続きの簡素化

<p>お客さまの声</p>	<p>事務手続きをスムーズに行ないたい</p>
<p>改善内容</p>	<p>2021年4月から事務・サービスに関する専門知識を有する「事務サービス・コンシェルジュ」が直接お客さまを訪問し、対面でお手続きのサポート等を行なう「訪問型サービス活動」を展開しています。加えて、2020年11月には、保険金・給付金請求書作成時の住所・口座データ自動反映、2021年3月には給付金請求手続きの書類削減や記入箇所の削減を行ないました。今後もお手続きのさらなるスピードアップや、ご請求手続きに必要な提出書類のいっそうの簡素化など、お客さまの利便性向上に努めてまいります。</p> <div style="text-align: right;">  </div>

※詳細についてはP.43をご参照ください