

# 第1章

## 「お客さまを大切にする会社」の 実現に向けた当社の取組み

# 「お客さまを大切にする会社」の実現に向けたこれま

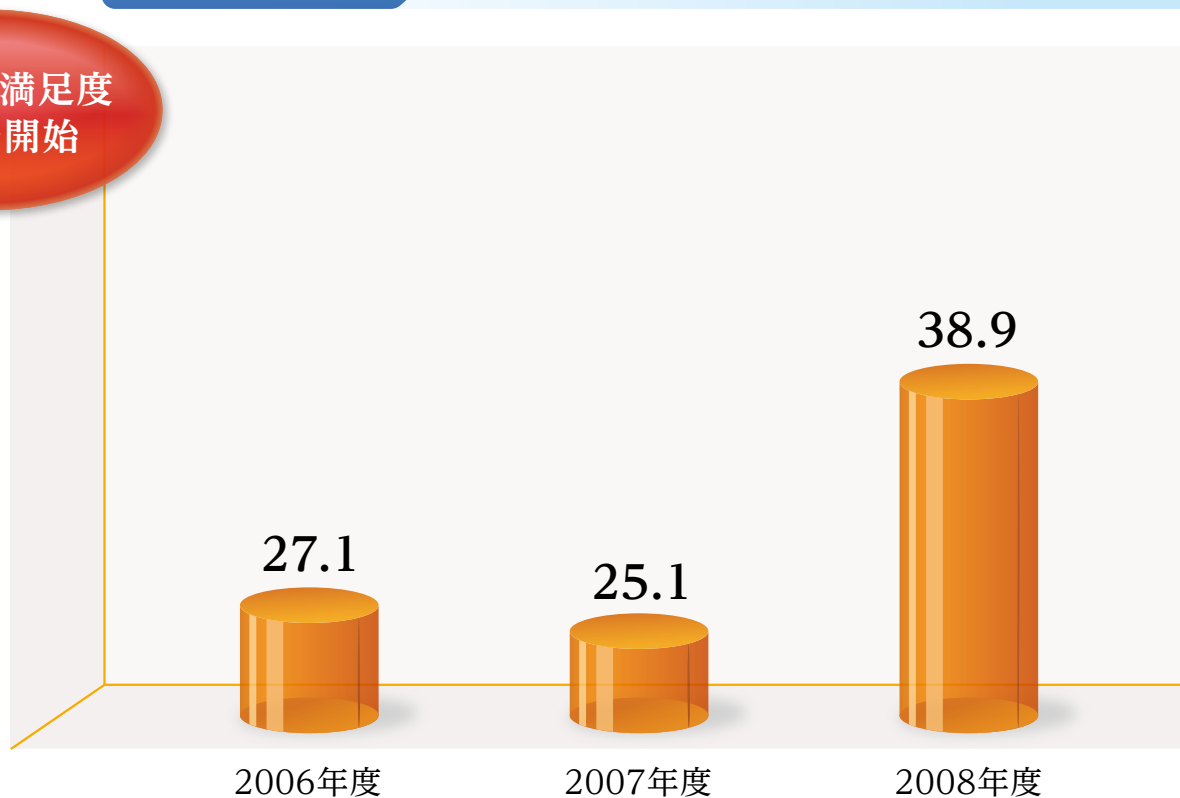
「お客さま満足度調査」が始まった2006年度から現在までの  
お客さま満足度向上に向けた取組みなどについて振り返ります

個人営業改革  
を開始

ガバナンスの強化・  
透明性の向上

・内部統制システムの基本方針を制定・公表(2006年5月)  
・委員会設置会社に移行(2006年7月)

お客さま満足度  
調査を開始



## 明治安田再生プログラム

お客さまからの信頼回復をめざし、成長に向けた土台づくり

### 中期経営計画

- ・ガバナンスの抜本的改革
- ・基幹機能(引受・保全・支払)の強化
- ・アフターサービス重視の営業への改革

### 新風土創造「MOTプロジェクト」

お客さまを大切にする会社の実現に向けた新たな企業風土の創造

## 明治安田チャレ

お客さま満足度向上の徹底

### 中期経

- ・基幹(営業職員)チャ
- ・チャンネル多様化と新
- ・基幹機能と資本・財

### 新風土創造「MOTプ

お客さま満足度向上を支え

※ MOTは「もっと(M)お客さまを(O)大切に(T)」することを意味します。

# での歩み

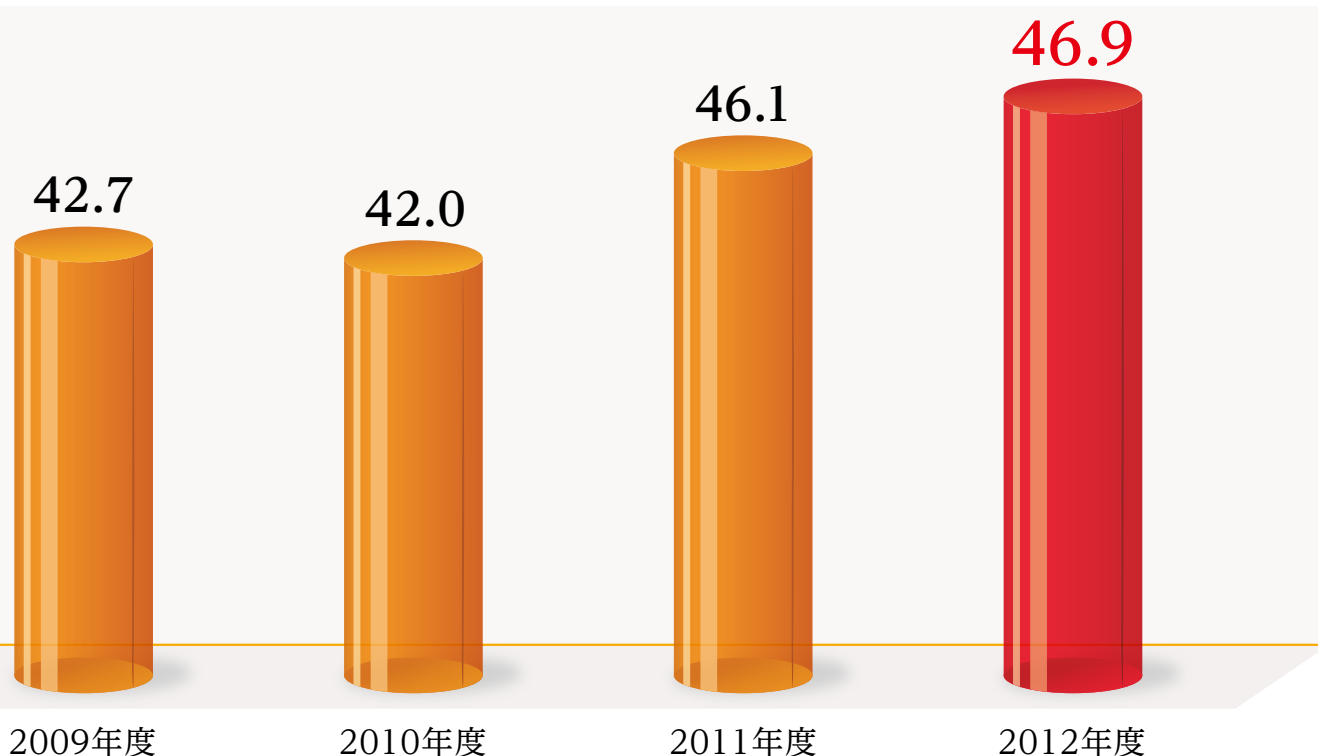
## 事務サービス改革を開始

- ・請求書の簡素化(2011年3月)
- ・「基礎知識習得プログラム」を開始(2012年4月)
- ・第1回保険料の口座振替化(2013年4月)

## チャンネルの多様化と新たなマーケット開拓

- ・来店型店舗「保険がわかるデスク」「ほけんポート」を開設(2009年5月)
- ・銀行窓販チャンネルの販売支援体制を強化(2011年4月)
- ・「MY介護の広場」サイトを公開(2011年11月)

- ・「安心サービス活動」を開始(2008年4月)
- ・「社内教育検定制度」を開始(2008年4月)
- ・「MYライフプランアドバイザー制度」を開始(2008年11月)



## ンジプログラム

追求、安定的な成長の実現

## 営計画

ネルの抜本的改革  
たなマーケット開拓  
務基盤のいっそうの強化

## ロジェクト」(第Ⅱ期)

る企業風土づくりの推進

## 明治安田新発展プログラム

CSR 経営の推進、お客さま満足度向上の徹底追求

## 中期経営計画

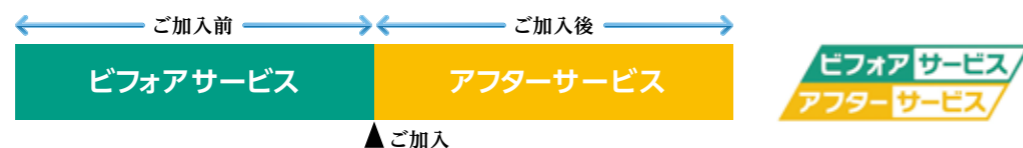
- ・国内生命保険事業における安定的成長力の確保
- ・海外保険事業・介護事業等、成長分野への積極投資
- ・リスク管理の高度化と資本・財務基盤の強化

## 「MOTプロジェクト」(第Ⅲ期)

お客さまを大切にする意識・行動のさらなる浸透に向けた取組みの推進

# お客さま満足度 向上の徹底追求

## → ビフォアサービス・ アフターサービスの充実



※詳細は8~11ページに掲載しています

## → 三位一体の 介護関連サービスの充実

### ビフォアサービス・ アフターサービスの充実

#### ● MYライフプランアドバイザーによる 高品質なサービスを安定的・継続的に 提供するための個人営業改革

1. 訪問頻度・サービス内容の向上をめざす安心サービス活動
2. ご納得感・安心感の向上に向けたコンサルティング活動
3. 知識・スキル・マナー等の向上をめざす社内教育検定制度

#### ● 「お客さま発想」最優先の事務サービス改革

4. 事務サービスの「迅速・簡便性」「正確性」「納得性」  
「ホスピタリティ」の徹底追求

### 三位一体の介護関連サービスの充実

#### ● 介護不安のない社会づくりをめざす 3つの取組み

1. 介護保障商品の発売 「介護のささえ」
2. 介護施設の運営 「サンビナス立川」
3. 介護に関する情報提供 「MY介護の広場」

※詳細は12~13ページに掲載しています

# ビフォアサービス・アフターサービスの充実



## 1 お客さまへの訪問頻度・サービス内容の向上をめざす安心サービス活動

お客さま満足度のさらなる向上を目指して、担当するお客さまへの訪問頻度(原則年2回以上)やサービス内容などを「安心サービス活動」として標準化し、お客さまとのコミュニケーションを充実しています。

担当のMYライフプランアドバイザーによる訪問(面談)を通じて、毎年のご契約内容の確認のほか、生命保険に関する税金や「追加の保険料のご負担なく付加いただける特約」(代理請求特約等)のご案内など、お客さまのお役に立つ情報の提供に努めています。



生命保険に関する税金のご説明を行なっています



※ MYライフプランアドバイザーは、当社営業職員のことです。

## 2 お客さまのご納得感・安心感の向上に向けたコンサルティング活動

生命保険ご加入時のご納得感や安心感の向上に向け、社会保障制度についてご説明のうえ、必要保障額やご要望に沿った複数の設計プランの提案等、総合的なアドバイスを行っています。



## 3 お客さまに信頼いただける知識・スキル・マナー等の向上をめざす社内教育検定制度

「社内教育検定制度」の導入により、お客さまにご満足・信頼いただける知識・スキル・マナー等の向上と均質化を進めています。



社内検定基本テキスト

## 4 事務サービスの「迅速・簡便性」「正確性」「納得性」「ホスピタリティ」の徹底追求

「事務サービス改革」は、ご契約に関する各種手続きなどにおいて、より迅速でわかりやすくお客さまにご満足いただけるサービスをお届けできるよう、事務サービスの構造的・抜本的な見直しを行なう、5ヵ年計画の取組みです(2011年度から2015年度まで)。



### 基本となる取組み



\*ICT: 情報通信技術 (Information and Communication Technology)

お客さまの手間を省き、スムーズなお手続きを実現するため、キャッシュレス化、ペーパーレス化を進めています。



ご高齢のお客さまにいつそうわかりやすい事務サービスに見直していきます。



お客さまに近い支社・営業所において、お手続きなどの事務サービスを担う事務職員に対する教育を強化しています。

お客さまに、いつまでも、ご満足いただけるアフターサービスをお届けするために、さまざまな取組みを進めています



キャッシュレス化

ご契約のお申込み時に現金でお預かりしている第1回保険料などについて、キャッシュレス化を進めています。

26ページご参照



ペーパーレス化

ご契約後の保全手続きについて、押印不要、電子サインのみでお手続きできる電子手続きを導入予定です。



事務取扱ルールの見直し

印鑑証明書など保全手続きにご提出が必要な書類を減らし、できるだけ簡易なお手続きに見直しています。



お客さまへの通知の見直し

ご契約者に毎年郵送でお届けしている「明治安田生命からのお知らせ」について、ご高齢のお客さまにも見やすくわかりやすいものに見直していきます。



事務職員教育の強化

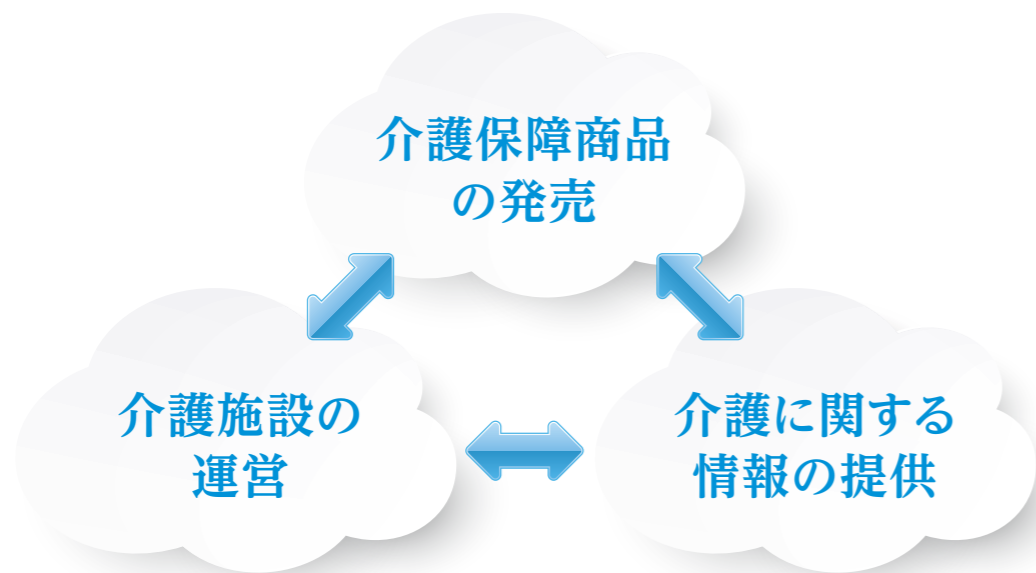
より高品質な事務サービスをご提供できるよう、「基礎知識習得プログラム」を導入し、実務知識・スキルの向上に取り組んでいます。



# 三位一体の 介護関連サービスの充実

明治安田生命グループでは、高齢化の進展による介護ニーズの高まりに対応し、介護保障商品の発売をはじめ、介護施設の運営や介護関連情報の提供など、介護関連サービスを順次展開しています。今後も介護に関するさまざまなサービスの提供・充実に努めてまいります。

## 介護関連サービスの充実に向けた取組み



### 1 介護保障商品「介護のささえ」の発売

「お客さまの声」や介護の実情をふまえ、「ご自身の介護にかかるご家族の経済的・精神的負担の軽減」をコンセプトに、要介護状態に該当したときの一時金・終身年金や万一の保障を生涯にわたってご準備いただける保険「介護のささえ」を開発しました。



### 2 介護施設の運営「サンビナス立川」

平成24年3月に買収・子会社化した介護付有料老人ホーム運営会社「サンビナス立川」では、平成25年3月、既存の自立棟(103室)と同じ敷地内に介護専用棟(34室)をオープンしました。今後、運営を通じて得られたノウハウを、商品開発・情報提供などにも活かしてまいります。



### 3 介護に関する情報提供「MY介護の広場」

明治安田システム・テクノロジー株式会社が運営する介護総合情報サイト「MY介護の広場」では、介護経験のない人やご家族の介護を行なう人、介護の現場で働く人まで、それぞれの立場に役立つ情報・サービスを提供しています。

#### ●おすすめコンテンツ

「介護とお金」では、介護費用について動画や予算事例などによりわかりやすく学ぶことができます。「老人ホームを探す」では、掲載施設を順次拡充しており、WEB上での資料請求なども可能です。

#### トップページ



#### 介護とお金



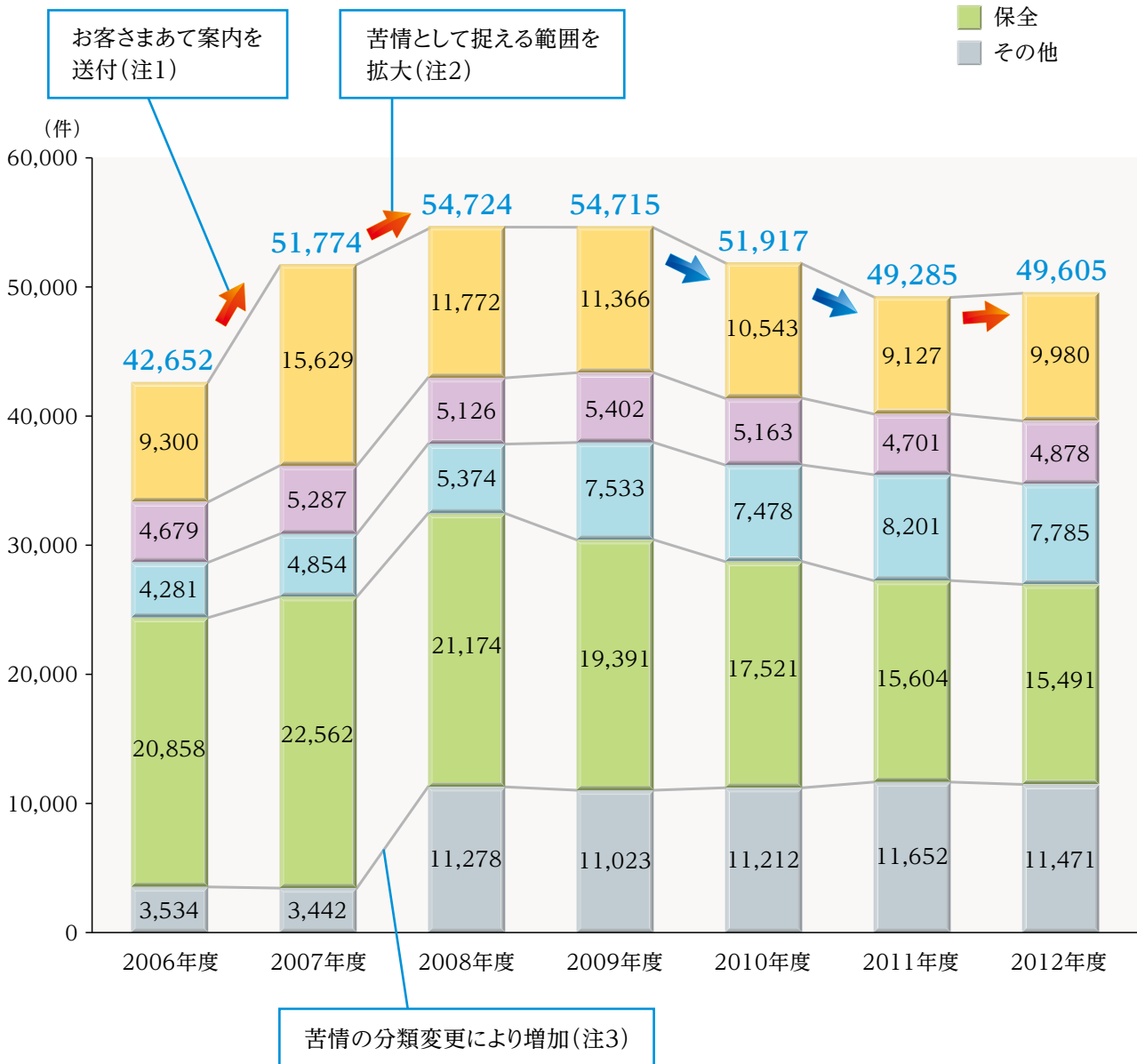
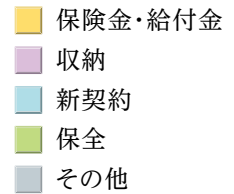
画面は平成25年4月1日時点のものです。

# 当社に寄せられた苦情・「感謝の声」の受付状況

## 苦情の受付状況 (2006年度からの推移)

2012年度の苦情件数は49,605件で、前年度と比べて0.6%増加しました。「保険金・給付金」に関する苦情が前年度比+9.3%(+853件)と増加しており、これを受け、保険金・給付金のご請求についての説明の充実等に取り組んでいます。年度全体では増加傾向にあるものの、2012年度下半期においては「保険金・給付金」の苦情件数は減少傾向にあり、今後も苦情縮減に向けた取組みを継続してまいります。

### 苦情受付状況



(注1) 2007年4月に保険金等支払状況に関する公表を行ない、以後追加支払いの可能性があるお客さまあてに案内を送付し、その調査結果報告のため10月に2回目の公表を行なったことにより、「保険金・給付金」の苦情が増加しました。

(注2) 2008年度から、お客さまからの不満足の原因が明確でない「意見・要望」等のお申し出も、背景にお客さまの不満足が存在すると推察される場合は苦情と捉えることとしました。

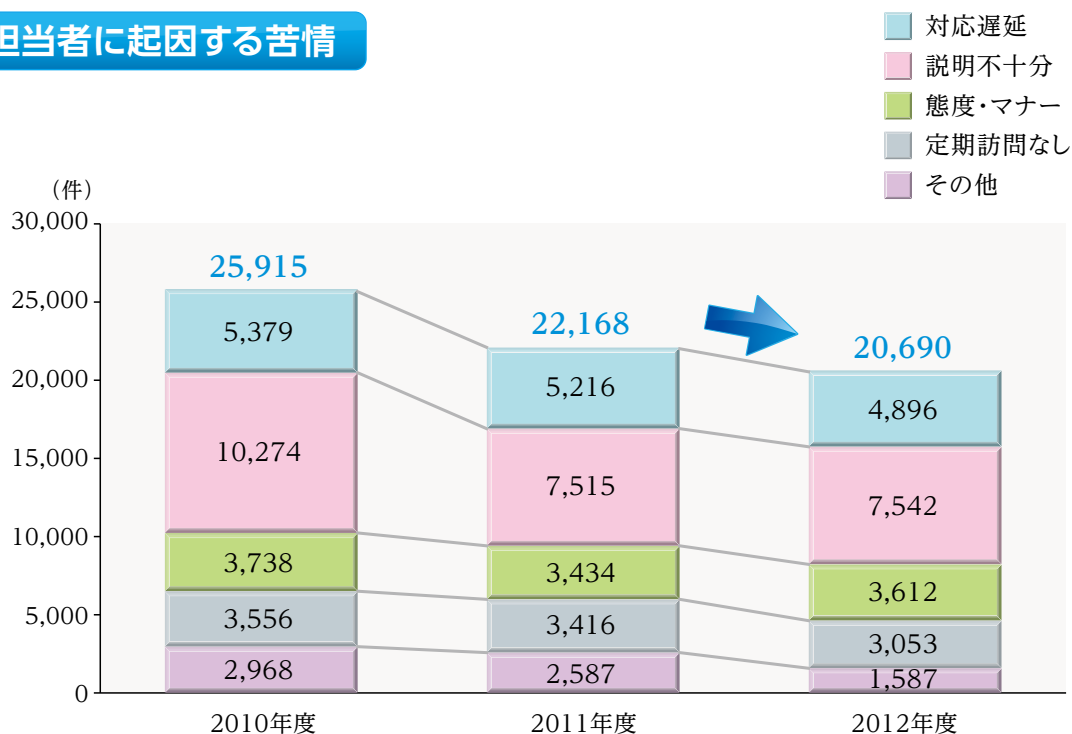
(注3) 2007年度まで「保全」に分類していた一部項目を「その他」の分類に変更しました。



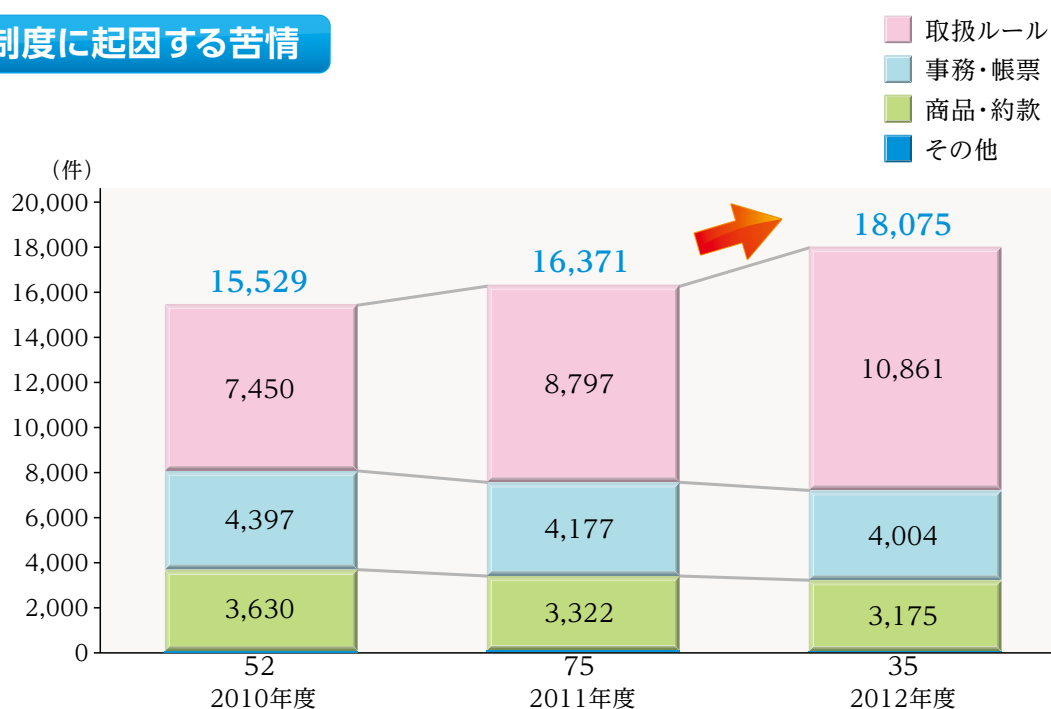
2008年度から「未対応・対応遅延」・「説明不十分」・「態度・マナー」および「定期訪問なし」といった営業担当者に起因する苦情の縮減に継続して取り組んでおり、2012年度は2011年から▲1,478件減少しました。

一方、会社の制度等が原因で生じた苦情は18,075件で、前年度と比べて+10.4%増加しました。「事務・帳票」および「商品・約款」に関する苦情が減少したものの、「取扱ルール」に関する苦情が前年度比+23.5%(+2,064件)増加しました。今後も苦情が増加した原因を分析し、業務改善に向けた取組みを進めてまいります。

### 営業担当者に起因する苦情



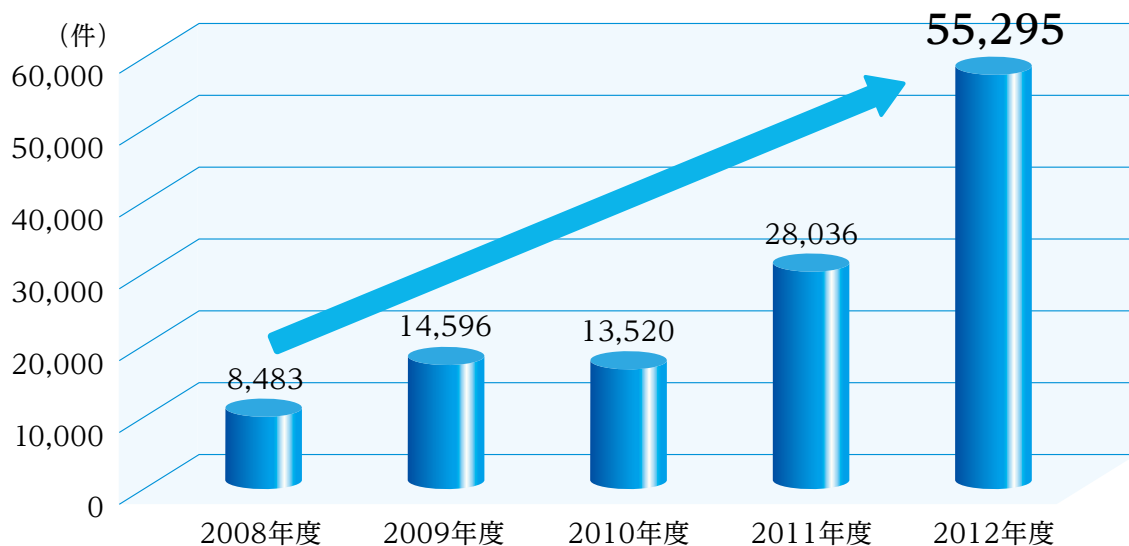
### 会社制度に起因する苦情



※ 苦情分類の用語の説明はP45に掲載しております。

## 「感謝の声」の受付状況

お客さまからいただいた「感謝の声」についても、内容や要因を分析し、お客さま満足度向上に向けた取組みに活かしています。2012年度の「感謝の声」の受付件数は55,295件で、前年と比べて約2倍に増加しています。



※2011年度から、「感謝の声」を活かした業務改善を推進するため、コミュニケーションセンターからお客さまへ連絡の際、営業担当者についてのご意見を伺うなど、「感謝の声」を広く収集しています。また、社内でも「感謝の声」を積極的に共有する風土づくりを推進し、「感謝の声」の受付件数は増加基調にあります。

## お客さまからいただいた「苦情」・「感謝の声」

- ★死亡保険金の請求をするのに、受取人全員の印鑑証明書が必要だと言われた。もっと簡単に手続きすることはできないのか。(60代・女性)
- ★急に訪問され、新しい商品の提案をされても戸惑うので、アポイントをとってから来てほしい。(30代・男性)
- ★公的年金や公的介護年金の説明とともに、私たち夫婦に今後必要な保障額を具体的に説明してくれました。いつも家族の状況にあわせて情報提供してくれます。(50代・男性)
- ★主人が亡くなり不安なとき、遺族年金のことなど具体的な情報を教えてくれてありがとう。落ち着いて将来のことを考えはじめることができました。(40代・女性)

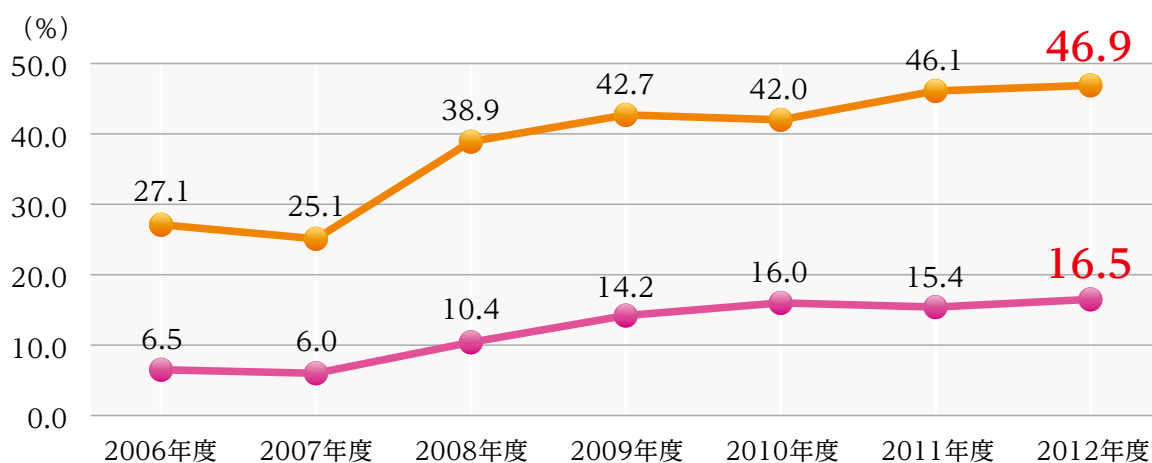
## 「お客さま満足度調査」結果

2006年度から、無作為に選出させていただいたご契約者本人にアンケートを郵送し、当社の商品・サービスなどについてご意見・ご要望を伺う「お客さま満足度調査」を毎年実施しています。2012年度は総合満足度が「満足」+「やや満足」が46.9%、営業担当者に対する満足度は「満足」+「やや満足」が51.9%と、満足度調査開始以降最も高い数値になりました。

総合  
満足度

46.9%  
(前年比+0.8%)

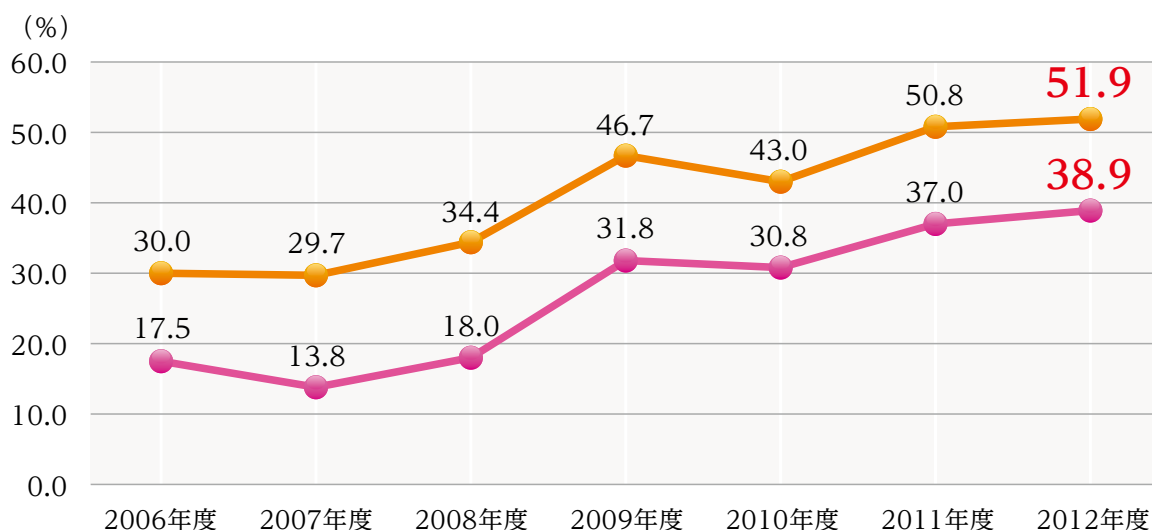
● 「満足」+「やや満足」  
● 「満足」



営業担当者  
満足度

51.9%  
(前年比+1.1%)

● 「満足」+「やや満足」  
● 「満足」



# さらなる「お客さま満足度向上」のための取組み



## 幅広い情報提供の充実

お客さまからのご要望にお応えし、生命保険を考えるうえで役に立つさまざまな情報を提供しています。生命保険に関する税金については、よりわかりやすくお客さまへご説明できるよう、「生命保険と税金ご説明ブック」を作成し、ご活用いただいています。



## お客さま対応マナーの向上を推進

お客さま対応マナー向上のために、具体的な苦情やお申し出事例を分析して冊子を作成しています。お客さまの視点に立った適切な対応を推進し、お客さまサービスの向上をめざしています。

(社内教材)



## お客さまからいただいた「感謝の声」に基づくホスピタリティの実践

お客さまからいただいた「感謝の声」から、営業担当者がどのようなホスピタリティある活動を実施したのかを活動事例として冊子などにまとめています。研修で繰り返し活用し、定着を図るようにしています。

(社内教材)