

お客さま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「お客様の声」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。

#### お客さまからのお申し出状況（2022年度）

##### お客さまからのお申し出合計

**536,160件**

（対前年+24.3%）

苦情 **40,436件**（対前年+2.1%）

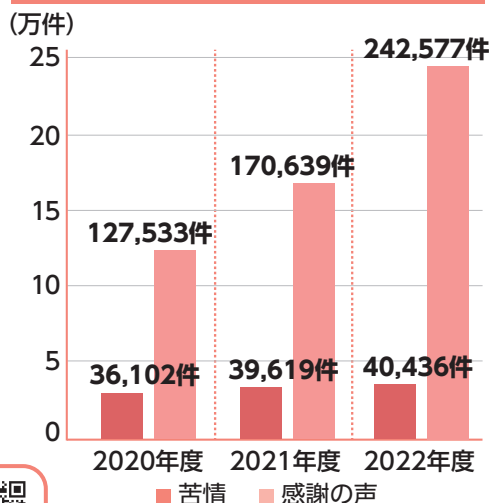
感謝の声 **242,577件**（対前年+42.2%）

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おります

「苦情受付状況」を  
スマートフォンでさらに詳しく



#### 苦情および感謝の声の受付状況



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（2022年度：上期212箇所、下期212箇所）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、サービスの改善をする活動を実施しています。2022年度は14,065件の提案がありました。

### 「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さま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。2022年度は3回開催し、当社の「DX戦略」や、MYリンクコーディネーター等の対応品質向上を企図して実施している「お客さまアンケート」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。2022年度は東京・大阪でそれぞれ3回開催し、「みんなにやさしい保険アクセス」（金融包摂の取組み）の取組みや「契約者手続サポート制度」案内パンフレット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り締役に報告し、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、2023年度（当白書）で18回目の発行となります。なお、CO<sub>2</sub>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。

2018年度からは、「お客さま志向の業務運営方針 -お客さま志向自主宣言-」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。

## 「お客様の声」を業務改善に活かす取組み

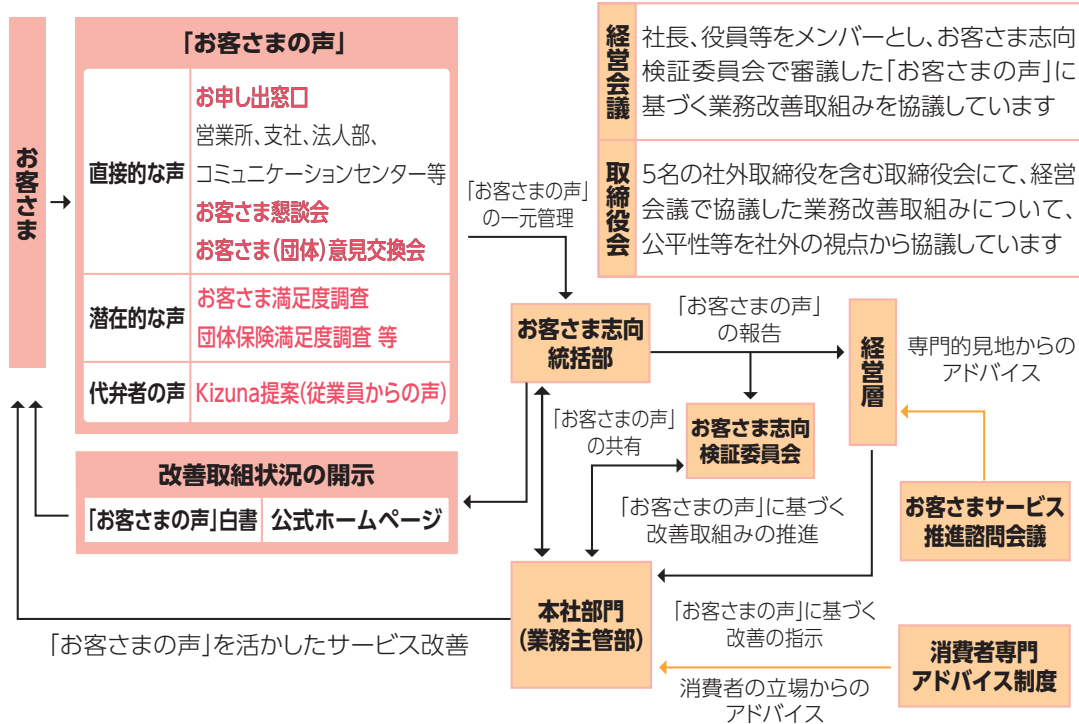
### お客様懇談会の開催結果(2022年度)

全国の支社等105会場で開催し、合計2,437人のご契約者にご出席いただき、8,186件のご意見・ご要望等をいただきました。

### お客様(団体)意見交換会(2022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。2022年度は、25団体の窓口ご担当者の方々にご参加いただきました。

## 「お客様の声」を経営に活かす仕組み



## 2022年度お客様懇談会で寄せられた代表的なご意見・ご要望

### 経営全般

- 国内人口の減少やデジタル化が進んでいくなかでの経営戦略について
- 女性、シニア等の活躍や家庭との両立など、多様な働き方を支援するための取組みについて
- 持続可能な社会づくりへの貢献に向けた取組みについて
- インフレの進行や金利の上昇等、不透明な経営環境のなかでの健全性を重視した経営について

### 営業・サービス関連

- 「MYリンクコーディネーター等」の役割や具体的な活動について
- 「事務サービス・コンシェルジュ」等の役割や具体的な活動について

### 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
- 「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
- Jリーグとの今後の協働取組みについて

### 商品関連

- 医療技術の進展をふまえた、ニーズに沿った商品の拡充について
- 魅力的な受取率の貯蓄性商品の拡充について
- 新たなお客様との接点を拡大する商品戦略について

### 事務対応・お手続き関連

- デジタル化、ペーパーレス化の推進等による事務手続きにおける契約者の利便性向上について
- ご高齢の方に配慮した対応の拡充について

### その他(CM関連・資産運用関連)


- さまざまな広告媒体を通じた効果的なブランドづくりへの取組みについて
- 金融環境が大きく変化するなかでの資産運用分野における取組みについて

お客様懇談会について  
スマートフォンでさらに詳しく

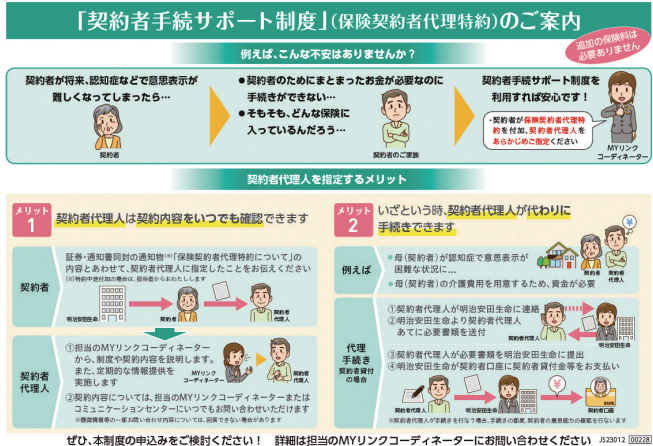


## お申し出事例および改善取組み

### 事例1:マイナンバーカードの利活用による、年金受取手続きの簡素化への取組み

お客さまの声	<p>年金を受け取るための、現況確認(年金受取人がご存命であることを確認するための手続き)が面倒なので、簡素化してほしい</p> <p>○マイナンバーカードの利活用について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当社では、「デジタル社会の実現」に向けてマイナンバーカードの利活用を推進し、“お客さまの利便性向上”に努めております</li> <li>・マイナンバーカードの制度や仕組みをわかりやすくまとめた「マイナンバーカードまるわかりパンフレット」をデジタル庁協力のもと作成いたしました。当パンフレットを活用し、MYリンクコーディネーター等によるマイナンバーカードの普及活動を展開しております</li> </ul> <p>○改善点・内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2023年1月より、マイナンバーカードの有効状態から年金受取人の住民情報を確認できるようになりました</li> <li>・これにより、<b>毎年の現況確認が不要になり、自動的に年金をお受け取りいただけます(事前にマイナンバーカードの読み取り手続きが必要です)</b></li> </ul> <p>改善内容等</p> <p>○マイナンバーカードを活用したサービスの展開予定について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・安否確認活動(死亡保険金請求案内)(2023年7月開始予定)</li> <li>・住所変更・改姓名 自動手続きサービス(2024年2月開始予定)</li> <li>・健康サポート・キャッシュバックのお受け取りに必要な健康診断データの連携(2024年度開始予定)</li> </ul>
	 <p>▲ マイナンバーカードまるわかりパンフレット</p>

### 事例2:「契約者手続サポート制度」(保険契約者代理特約)の創設

お客さまの声	<p>親である契約者が、認知症等で手続きできない場合、代理で契約の手続きができるようにしてほしい</p> <p>○制度概要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・保険契約者が認知症で意思表示できない等、ご自身がご契約に関する手続きを行なうことができない特別な事情がある場合に、保険契約者があらかじめ指定した「保険契約者代理人」が、保険契約者に代わって所定の手続きが可能となる「<b>契約者手続サポート制度</b>」(保険契約者代理特約)を、高齢者向けのアフターフォロー高度化の一環として創設しました</li> </ul> <p>○改善点・内容(2023年6月開始)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>保険契約者代理人は、契約内容をいつでも確認できるようになりました</b></li> <li>・<b>「保険契約者が認知症やその他の病気やケガで意思表示ができないとき」、契約者代理人が代わりに手続きできるようになりました</b></li> </ul> <p>改善内容等</p>
	 <p>▲ 「契約者手続サポート制度」(保険契約者代理特約)のご案内</p>

# 方針 2 「お客さまの声」を経営に活かす取組み

## Kizuna提案※での改善取組み

※お客さまと身近に接する従業員の「代弁者の声」(P.09左下をご参照ください)

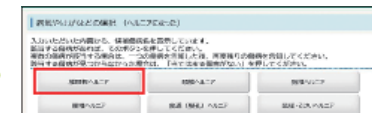
### 事例1:新契約Web手続きの利便性を向上してほしい

<b>提案</b>	遠方にお住いのお客さまや非対面の手続きを希望されるお客さまから、新契約 Web 手続きの対象商品拡大や操作しやすい画面への変更を希望する声を多くいただいたので、検討してほしい
<b>取組み・改善内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2022年9月から、MYほけんページでの新契約Web手続きの対象商品に、特に要望が多かった「明治安田生命つみたて学資」を追加しました</li> <li>■ 申込み手続きにおける操作性向上および簡素化に向けて、各種確認画面の縮減等を実施しました</li> </ul>



### 事例3:電子告知手続き時の入力方法をわかりやすくしてほしい

<b>提案</b>	新契約申込手続きをされたお客さまから、健康状態の告知の際、傷病名選択画面で該当する傷病名がなかなか見つからない、また、「治療内容」等の入力項目が多く大変という声を多くいただいたので、改善を検討してほしい
<b>取組み・改善内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ お客さまの手続き負担をいっそう軽減するため、2022年9月末から、電子告知の傷病名選択画面で、お客さまがあいまいな傷病名を自由入力した場合にも入力内容に応じて傷病名の候補を表示する仕組みを導入しました</li> <li>■ 上記の方法で傷病名を選択した場合、後続の「治療内容」等の質問も各傷病に対応した回答選択肢の中から選択していただけるようになりました</li> </ul>



▲告知画面イメージ

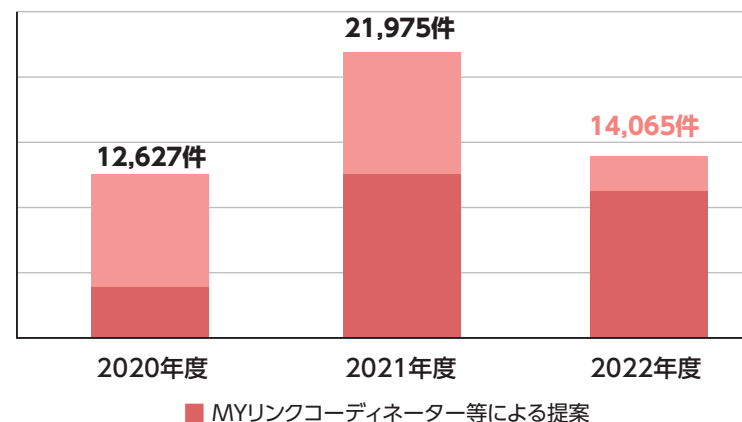
### 事例2:エピローグ・レター作成、登録範囲を拡大してほしい

<b>提案</b>	死亡保険金受取人として 2 名以上のお子さまを指定されているお客さまから、「死亡保険金受取人 2 名以上の契約はエピローグ・レターの登録対象外と聞いたが、対象にしてほしい」という声を多くいただいたので、検討してほしい
<b>取組み・改善内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 今までは、死亡保険金受取人が2名以上の契約については、エピローグ・レターの登録ができませんでしたが、2023年1月から、死亡保険金受取人が複数の契約についても、エピローグ・レターの登録ができるようになりました</li> </ul>



### <「Kizuna提案」件数推移>

2022年度は、14,065件の提案がありました。提案の内訳としては、お客さまと身近に接しているMYリンクコーディネーター等による提案が全体の約8割を占めています



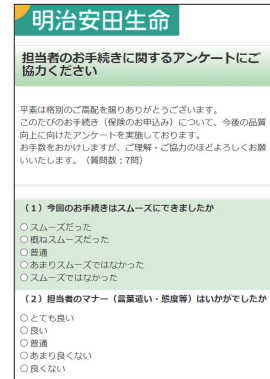
## お客さまサービス推進諮問会議での改善取組み

### 事例1: 応対品質・手続き品質向上の取組み

#### 「お客さまアンケート」

ショートメッセージサービス(SMS)を活用し、MYリンクコーディネーター等のお手続き・ご案内時のサービス品質に関するアンケートを実施しています。お客さまからいただいた評価やご意見は、課題の把握や業務改善に活用しています

<b>社外委員からの声</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「お客さまアンケート」は、お手続きやご案内の直後にご回答いただくため、回答結果には、お客さまのご意向がはっきりと表れている</li> <li>回答結果を活用して、MYリンクコーディネーター等の応対品質や手続き品質向上のための対策を検討したほうがよい</li> </ul>
<b>改善内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MYリンクコーディネーター等一人ひとりに、お客さまからいただいた評価やご意見をまとめた「フィードバックレポート」を、年3回提供しています</li> <li>個別課題を把握し、一人ひとりの応対品質・手続き品質の向上に活用しています</li> </ul>



▲ SMSアンケート(イメージ)

### 事例2: デジタルツールの利便性向上の取組み

<b>社外委員からの声</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル化の進展により、今やお客さまにとってデジタルツールは、「便利に使えてあたりまえ」であるため、お客さまからの真の評価を把握することは困難。お客さまと接する従業員をお客さまの代弁者として位置づけ、具体的な課題点を情報収集するとよい</li> </ul>
<b>改善内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>従業員へのヒアリングや「Kizuna提案」を活用し、お客さま専用サイト「MYほけんページ」において改善要望が多かった機能に関し、使い勝手やデザインを継続的に改善しています(例: 2023年2月に健康診断結果の提出画面を改訂)</li> </ul>



## 消費者専門アドバイス制度での改善取組み

### 事例1: 「みんなにやさしい保険アクセス」(金融包摂の取組み)

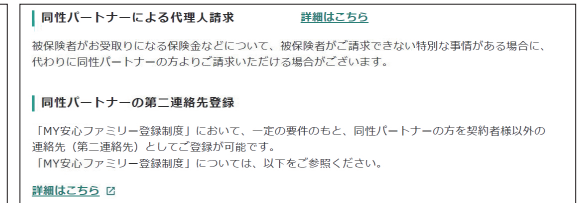
<b>消費者専門委員からの声</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「みんなにやさしい保険アクセス」のホームページにたどり着きにくいため、「サステナビリティ・企業情報」だけでなく、「お客さまサポート」等のメニューにも記載したほうがよい</li> <li>1ページあたりの文字数が多く、読むのに苦労する。高齢者などに配慮した理解しやすい情報量にしたほうがよい</li> </ul>
<b>改善内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「お客さまサポート」等のメニューからも、本取組みの各種コンテンツにアクセスできるよう改訂しました</li> <li>読みやすさに配慮し、イラスト等の掲載や、説明文をわかりやすい表現にする等の改善をしました</li> </ul>

#### 【ホームページの改善例】

① 文字だけでなく、イラストを掲載し、視認性を向上



② 説明文を簡潔に記載し、詳しい内容については、各詳細ページで確認できるよう導線を改善



### 事例2: 「行動事例アワード」優秀事例選考

- 企業理念「明治安田フィロソフィー」の実現に向け、「お客さま志向」の価値観にふさわしい行動事例を全組織から集め、「消費者の視点」や「人にやさしい」視点で優れている事例を「行動事例アワード」として顕彰しています。
- この顕彰の優秀事例について、社外の第三者の目で選考いただいております。「お客さま志向」に関する顕彰事例は、社内教材「『感謝の声』読本」に掲載し、全組織に共有しています。

<b>消費者専門委員からの声</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「人に一番やさしい」という言葉の具体例があふれていました。一人ひとりが「お客さまのためにできることは何か」を考えていることが感じられました</li> <li>「行動事例アワード」を通じて、仲間の取組みを共有・評価し、主体的に行動する姿勢がますます浸透していくことを期待しています</li> </ul>
--------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------