

# 「お客さまの声」白書 2008

～「お客さまを大切にできる会社」の実現をめざして～

2008年6月

明治安田生命保険相互会社

## ご挨拶

当社は、2006年1月に「お客さまを大切にできる会社」の実現に向けた「明治安田再生プログラム」を策定し、2008年3月までの2年3ヵ月、「お客さまに安心をお届けする会社」、「お客さまの声を大切にできる会社」、「社会に開かれた会社」を取組みの基本に掲げ、全社一丸となって推進してまいりました。

特に、ガバナンスの強化、透明性の向上については、委員会設置会社へ移行し、取締役の過半数を社外取締役とするとともに、業界初の総代立候補制の導入、社外の専門家を委員に加えた「お客さまの声推進諮問会議」の設置など、お客さま・社外の声を活かす取組みを積極的に実施してまいりました。

一方で、2001年度から2005年度までの過去5年間に支払事由が発生した案件約435万件を調査対象とした、保険業法128条に基づく「保険金等の支払状況に係る実態把握について」に関する調査報告(2007年10月公表)に関しましては、お客さまや関係者の皆さまにご迷惑・ご心配をおかけしましたことをあらためてお詫び申し上げます。

支払漏れと請求案内案件につきましては、「明治安田再生プログラム」のなかで、新「給付金ご請求のご案内」作成システムによる漏れのないご案内態勢の整備(2006年6月から)や、請求案内案件等の再確認を行なう本社専門組織の新設(二重査定ラインの構築。2007年1月から)などの再発防止策を実施し、お客さまに安心してご加入いただける態勢づくりに努めております。

この「お客さまの声」白書は、「明治安田再生プログラム」に基づく取組みの一環として、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み状況のご報告を目的として、毎年作成・公表しているもので、今回が3回目となります。

2008年度からは、これまでの取組みをさらに発展させ、お客さま満足度向上を徹底追求していく「明治安田チャレンジプログラム」を策定し、安定的な成長の実現をめざしてまいります。

この白書をより多くの皆さまにご覧いただき、ご意見・ご教示をいただくことで、さらにお客さまおよび社会の要請に誠実に対応していくための改善努力を重ねてまいりたいと考えておりますので、今後とも、よりいっそうのご支援を賜りますようお願い申し上げます。



社長

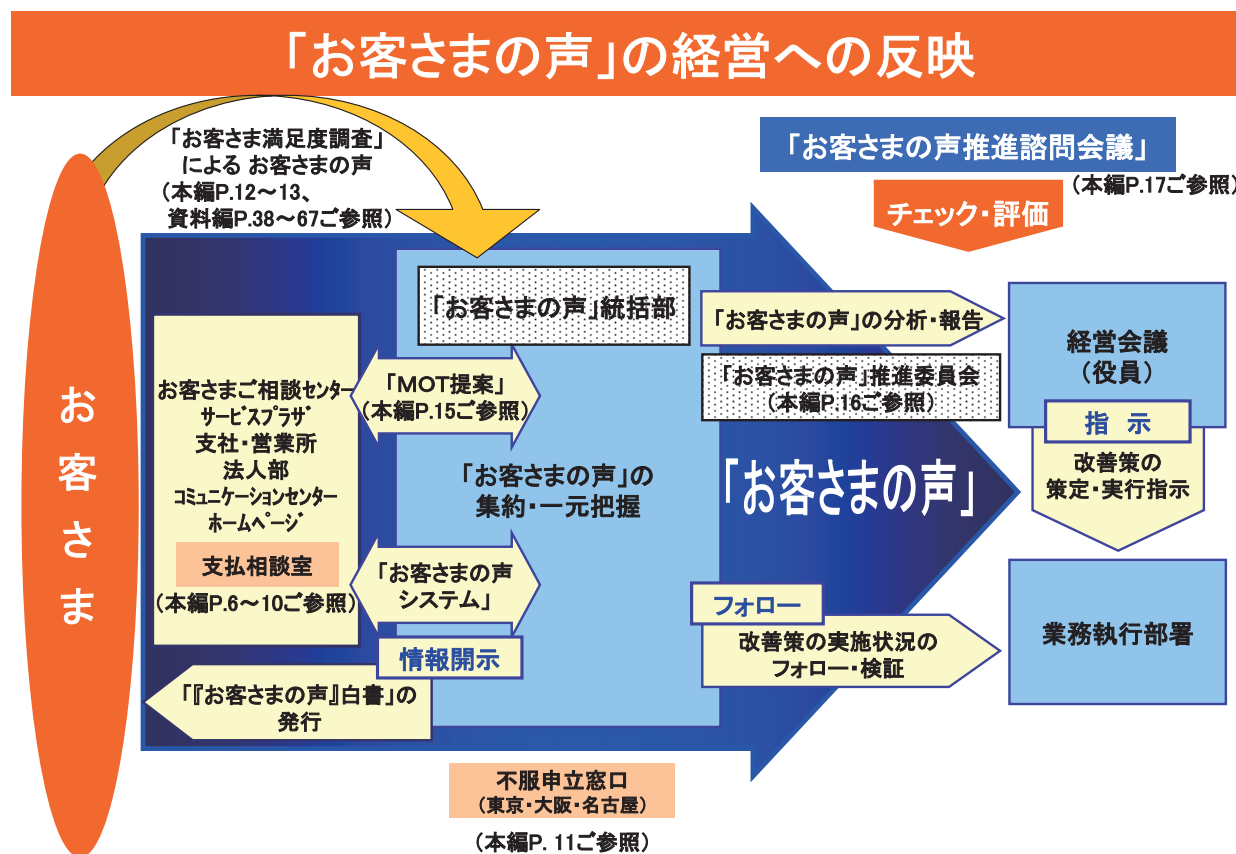
松尾 憲治

# 目次

<u>はじめに</u>	P. 4
<u>1. 当社に寄せられた「お客様の声」</u>	P. 6
(1) お申し出の受付状況	P. 6
(2) 苦情の受付状況	P. 7
(3) 支払相談室へのお申し出状況	P. 10
(4) 不服申立制度のご利用状況	P. 11
(5) お客様満足度調査でいただいた回答	P. 12
(6) お客様懇談会等でのご意見・ご要望	P. 14
(7) MOT提案の受付状況	P. 15
<u>2. 「お客様の声」を業務改善に活かすための取組み</u>	P. 16
(1) 「お客様の声」推進委員会	P. 16
(2) お客様の声推進諮問会議	P. 17
<u>3. 「お客様の声」を反映した業務改善事例</u>	P. 19
(1) 確かなお支払いをするための取組み	P. 20
(2) 契約内容をより正しくご理解いただけるようにするための取組み	P. 23
(3) 照会・手続窓口の利便性向上に向けた取組み	P. 26
(4) 手続方法や手続完了のお知らせに関する取組み	P. 28
(5) 手続書類に関する取組み	P. 30
(6) 商品開発に関する取組み	P. 31
<u>4. 「お客様満足度向上」をめざす今後の取組み</u>	P. 32
(1) 基幹チャネルの抜本的改革	P. 32
(2) 手続書類・事務手続きに関するシステムの刷新	P. 33
(3) 「お客様の声」を経営に反映させる取組みの充実	P. 33
<b>( 資料編 )</b>	
<u>1. お客様からのお申し出（苦情）受付件数</u>	P. 36
<u>2. お客様満足度調査の結果（詳細）</u>	P. 38
<u>3. お支払いに該当しないと判断したご契約件数・具体的事例</u>	P. 68
<u>4. お問い合わせ窓口一覧</u>	P. 74

## はじめに

当社は「お客さまを大切にする会社」の実現をめざし、「お客さまの声」を経営に反映させることに努めています。



### （「お客さまの声」の集約・一元把握）

お客さまから全国の支社・営業所、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・一元把握しています。とくに、当社ではお申し出のうち「不満足の表明があったもの」を苦情と定義し、より重要なものとして取り扱っています。

また、お申し出からだけでは把握できないご意見・ご要望を広く集めるために、「お客さまの声」を当社からお伺いする「お客さま満足度調査」を2006年3月より継続的に実施しています。

さらに、ご契約者にご出席いただき、直接ご意見・ご要望をいただく「お客さま懇談会」を毎年全国の支社で開催しています。2006年度からは各地の消費生活センターからもご参加（陪席）いただいています。

加えて、お客さまと身近に接する営業現場の従業員を中心に、全員が日常業務に関してお客さまの目線で気付いたことを提案する取組みである「MOT（\*）提案」活動を2006年4月から展開し、従業員の声を「お客さまの声」を代弁するものとして集約しています。提案に対しては、業務を主管する部署が内容を検討し、回答・改善を実施しています。

（\*）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

#### （「お客さまの声」に基づく業務改善取組み）

これらにより集められたさまざまな「お客さまの声」は、経営層に対し定期的に報告するとともに、その内容を分析して業務改善取組みにつなげています。

具体的には、経営会議および経営会議の諮問機関として「お客さまの声」にかかわる部門により横断的に組織された「お客さまの声」推進委員会において、改善策を検討し、全社においてその推進を行なっています。

#### （改善策をお客さまの視点で考える取組み）

また、当社の業務運営のあり方やサービス向上のための改善策等について、社外の専門的見地からのご意見を取り入れるため、社長直轄の諮問機関として、消費者問題に高い見識をもつ社外の専門家3名を委員に加えた「お客さまの声推進諮問会議」を2005年4月に設置し、お客さまの視点で忌憚のないご意見をいただいております。

以下、この白書では、こうした態勢の運営状況、お寄せいただいた「お客さまの声」および業務改善の取組み状況についてご報告いたします。

また巻末には、資料編としてお申し出（苦情）受付件数等のデータやお客さま満足度調査結果の詳細等を掲載しておりますので、あわせてご参照ください。