

第 1 章

2009 年度の取組み概要

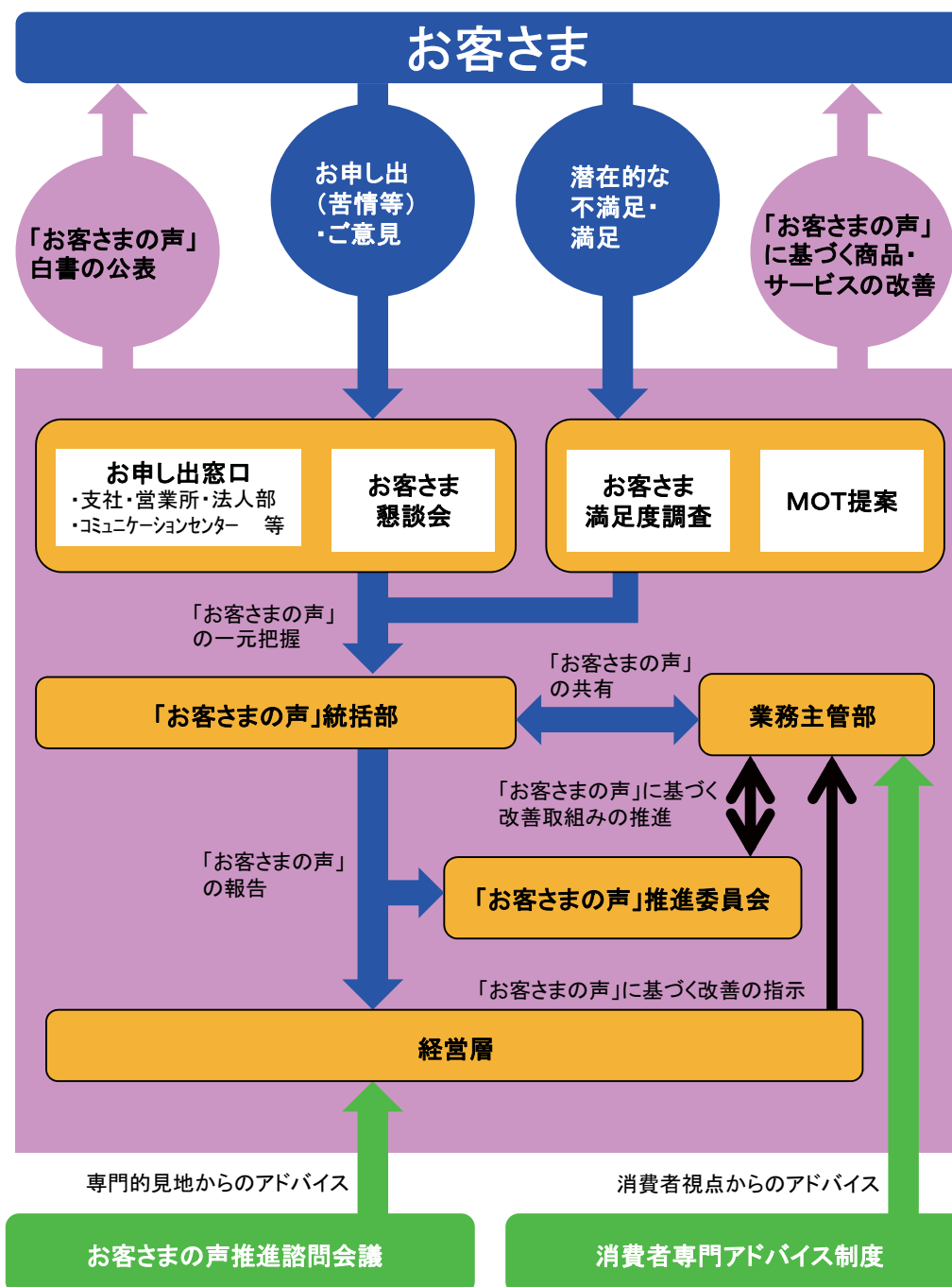
当社は、お客さまを大切にする会社の実現をめざし、「お客さまの声」を広く収集するとともに、その内容を分析して、商品・サービス等の改善に努めています。

この章では、「お客さまの声」の収集と業務改善に活かす仕組みの概要を、2009年度の主な状況とともにご紹介します。

「お客さまの声」を経営に反映する仕組み

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」を広く収集するとともに、その内容を分析して、商品・サービス等の改善につなげるため、以下のような仕組みで「お客さまの声」にもとづく業務改善のP D C Aサイクルを回しています。

特に当社では、お客さまからのお申し出のうち「不満足の説明があったもの」をすべて「苦情」と定義し、より重要なものと位置づけ、お客さまの不満足が解消するまで改善に努めるものとしています。



2009年度に当社に寄せられた申し出状況について

(☞詳細はP8)

お客さまから支社・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び「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。

2009年度のお申し出件数は295,620件、このうち苦情件数は54,715件で、前年度とほぼ同水準でした。

苦情は、「対応遅延苦情」等を中心に改善対策が奏功し減少したものが一方、金融機関窓口販売のご契約（窓販契約）の件数増加に伴い、当該契約に関する苦情が増加しているため、全体としては前年度と同水準にとどまっています。

「お客さまの声」推進委員会

(☞詳細はP18)

苦情を中心に「お客さまの声」を分析し、課題の発掘、業務改善策の検討・推進に努めています。

2009年度は、苦情分析ツールとしてテキストマイニングソフトを導入し、苦情分類の精緻化、課題発掘の強化等に努めました。また同ツールを業務改善取組みの効果検証にも活用し、苦情に基づくPDCAサイクルを充実させました。

また、業務改善取組事項の検討・取組み実施状況のフォロー・効果検証を行なう「お客さまの声」推進委員会を2009年度も毎月開催しました。

2009年度の同委員会では、「保険金・給付金のお支払に関する苦情」、「金融機関窓口販売のご契約に関する苦情」などに対する改善を重点的に検討したほか、毎月の苦情発生状況のモニタリングに基づく業務主管部の改善取組み状況を定期的に確認しました。

なお、同委員会傘下の「法人市場『声』推進分科委員会」も年5回開催し、団体保険商品ごとの苦情の分析と課題の改善や、各種お客さまアンケート結果に基づく改善などを検討しました。

お客さまの声推進諮問会議

(☞詳細はP20)

「お客さまの声」に基づく業務改善のあり方について、社外の専門的見地からのご意見をいただく「お客さまの声推進諮問会議」を、2009年度も6回開催しました。

2009年度は、「高齢者層（シニア層）への営業サービスのあり方」や「CSR報告書にもとづくCSRの取組み」などについて、お客さま視点でのご意見・アドバイス等をいただきました。

消費者専門アドバイス制度

(☞詳細はP22)

業務改善取組みに消費者の意向を反映させるための制度である「消費者専門アドバイス制度」については、2009年度は「消費者専門家懇談会」を東京・大阪で各3回、「消費者専門アンケート」を4回実施し、当社のオフィシャルホームページやコンサルティングセールスにおける説明や表示のあり方、団体保険の「保険金・給付金請求書」や「団体保険募集のパンフレット」などに関してご意見をいただきました。

「お客様の声」を反映した業務改善事例 (☞詳細はP25～)

お客さまからの苦情等の他、お客さま満足度調査結果、お客さま懇談会でのご意見、MOT提案(従業員からの提案)などの「お客様の声」をもとに、業務改善に取り組んでいます。以下はその一例です。

「お客様の声」を活かした商品開発

「わかりやすく、安心感のある商品・保障」を向上させた商品開発の一環として、手術の有無や病気の種類を問わず、診療報酬点数に応じた給付金額とすることにより、お支払いする際の給付金額をわかりやすくした総合保障商品「明日のミカタ」「元気のミカタ」を2009年6月に発売しました。

「お客様の声」を活かした提出書類の簡素化・統一化

各種お手続きの際にお客さまからご提出いただく書類に関して、「お客様の声」をもとに、保険証券や印鑑証明書等の提出書類の簡素化・統一化を2009年7月に実施しました。

お客さま満足度調査結果 (☞詳細はP39～)

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「お客様の声」を当社からお伺いする「お客さま満足度調査」を2006年3月から継続的に実施しています。2009年度の調査における当社の総合満足度は、「満足+やや満足」が43%で、前年度に比べて4ポイント増加しました。これは、2009年度より本格実施した安心サービス活動の定着によりMYライフプランアドバイザー(営業担当者)への満足度が上昇したことが大きな要因と考えています。

