

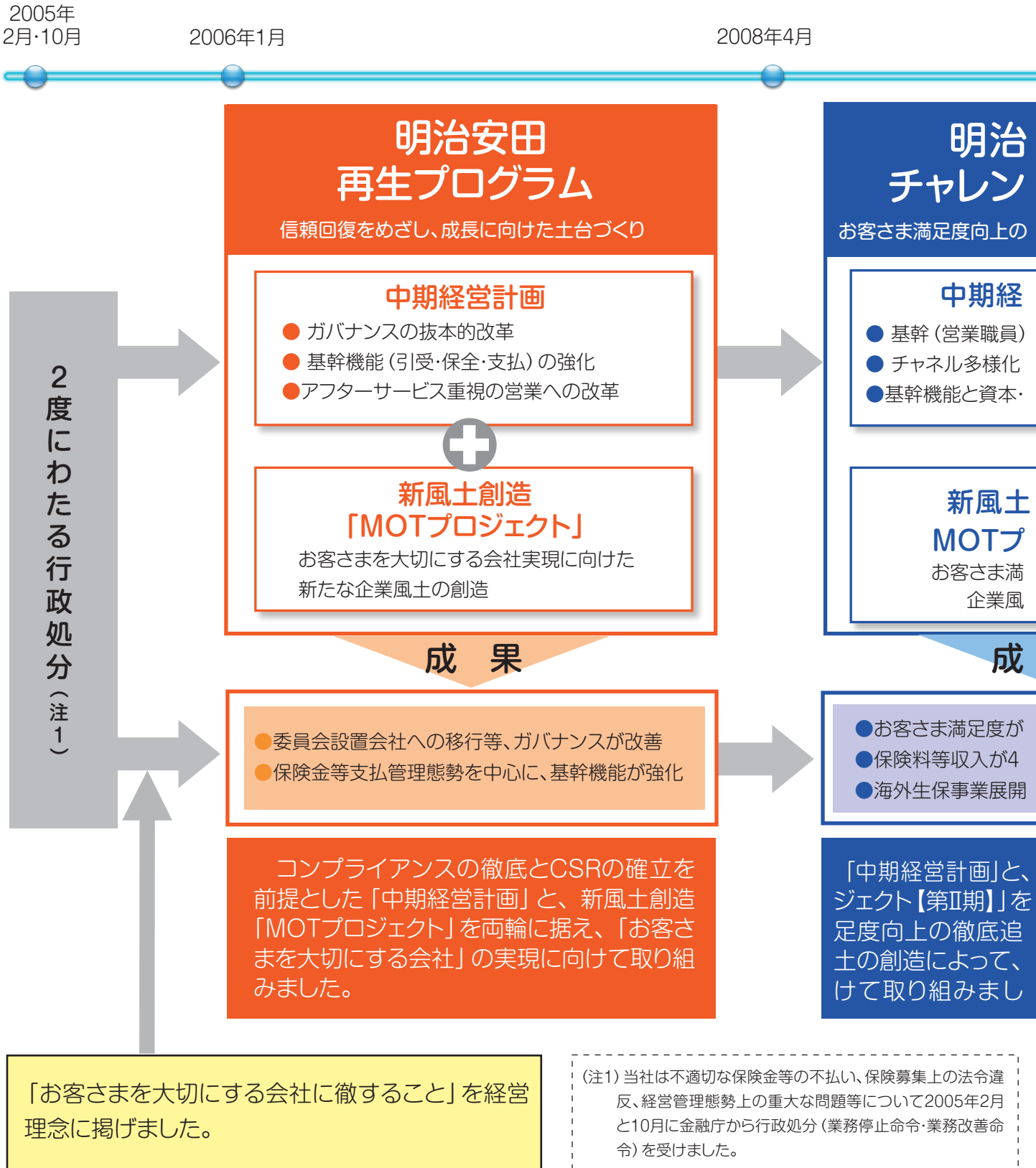
第1章

「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」の実現に向けて～明治安田生命の歩み～

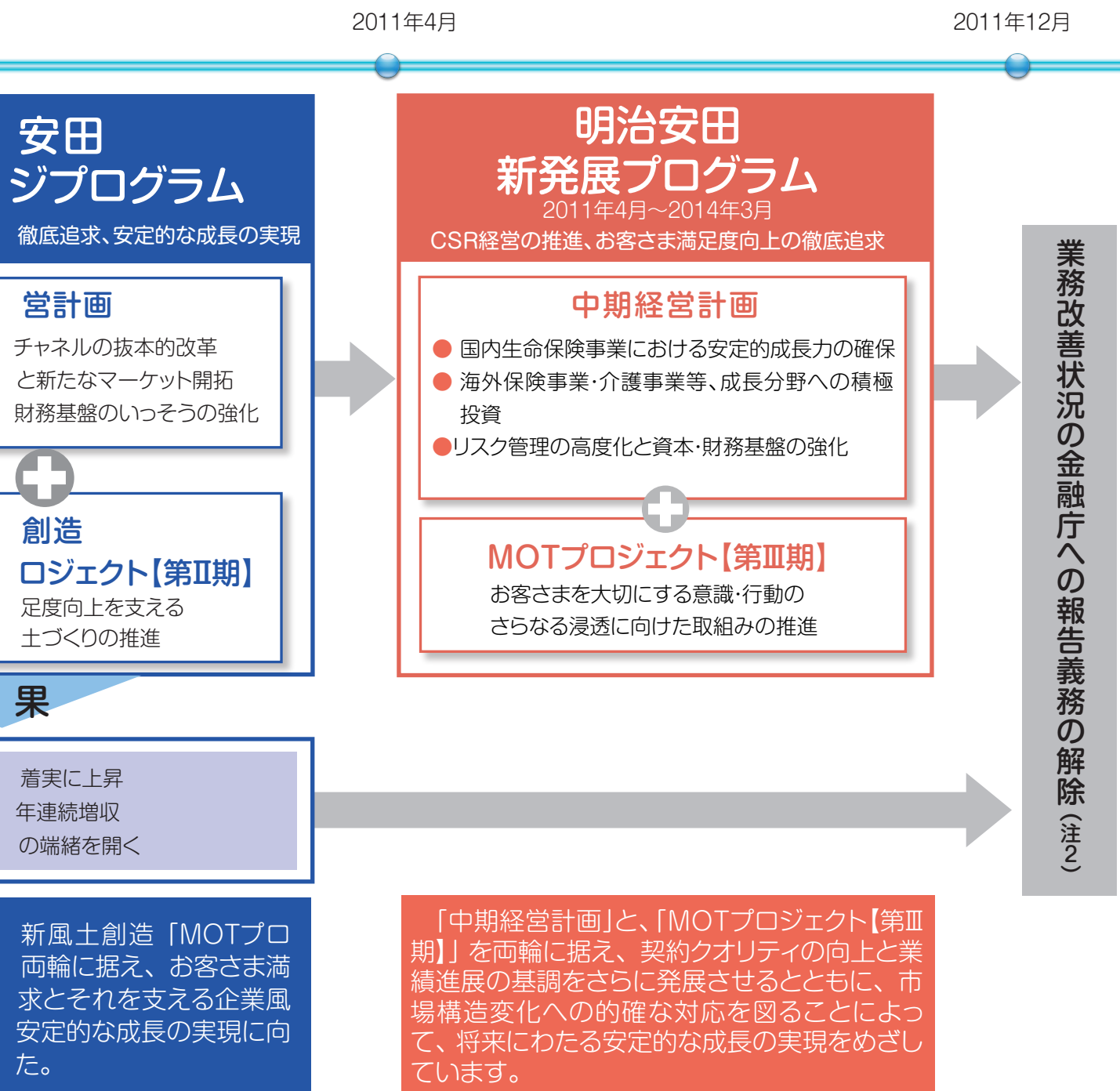
当社では、2005年に2度にわたる行政処分を受けて以降、「明治安田再生プログラム」「明治安田チャレンジプログラム」そして「明治安田新発展プログラム」において、抜本的な経営の改善に取り組みました。

●「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



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

ここでは当社が「お客さまを大切にできる会社」の実現に向け、2005年2月から現在まで推進してきた経営改善の取組み等について振り返ってまいります。



第1章 「お客さまを大切にできる会社」の実現に向けた当社の取組み

業務改善状況の金融庁への報告義務の解除(注2)

「中期経営計画」と、「MOTプロジェクト【第Ⅲ期】」を両輪に据え、契約クオリティの向上と業績進展の基調をさらに発展させるとともに、市場構造変化への的確な対応を図ることによって、将来にわたる安定的な成長の実現をめざしています。

(注2) 業務改善命令に基づき、金融庁に対し改善状況の定期的な報告が求められていましたが、各種取組みが評価され、2011年12月にその報告義務が解除されました。

●「明治安田再生プログラム」における業務改善の取組み

明治安田

「お客さまの声」に基づく業務改善

「ご契約のしおり」に支払事由に関する事例を掲載

ガバナンスの強化と透明性の向上

情報開示推進委員会を設置
「お客さまの声」統括部を設置

「お客さま満足度調査」を開始（毎年実施）
三利源の開示を決定

従業員からの改善提案制度（MOT提案）の開始
「お客さまの声」推進委員会を設置

内部統制システムの基本方針を制定・公表

各部の基本的役割・運営方針を公表
「お客さまの声」白書を公表（毎年発行）

事務サービス等の基幹機能の強化

「支払相談室」を設置

診断書の改訂等を実施
「不服申立制度」を創設

新「給付金ご請求のご案内」作成システムの展開

チャネル多様化と新たなマーケット開拓
基幹チャネルの抜本的な改革

営業職員向け教育カリキュラムを見直し
クオリティ重視の営業評価を開始

2005年

2006年

12月

1月

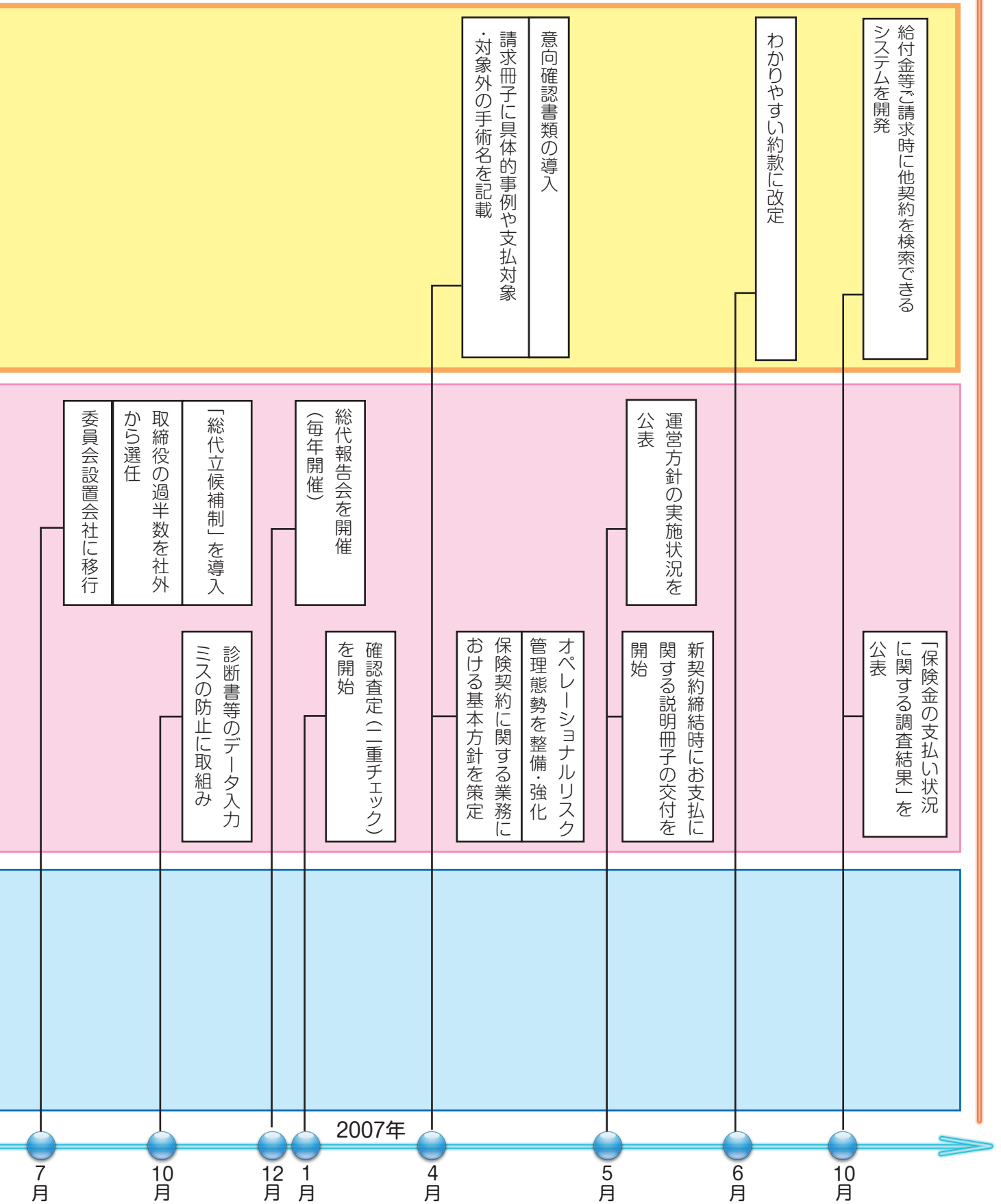
3月

4月

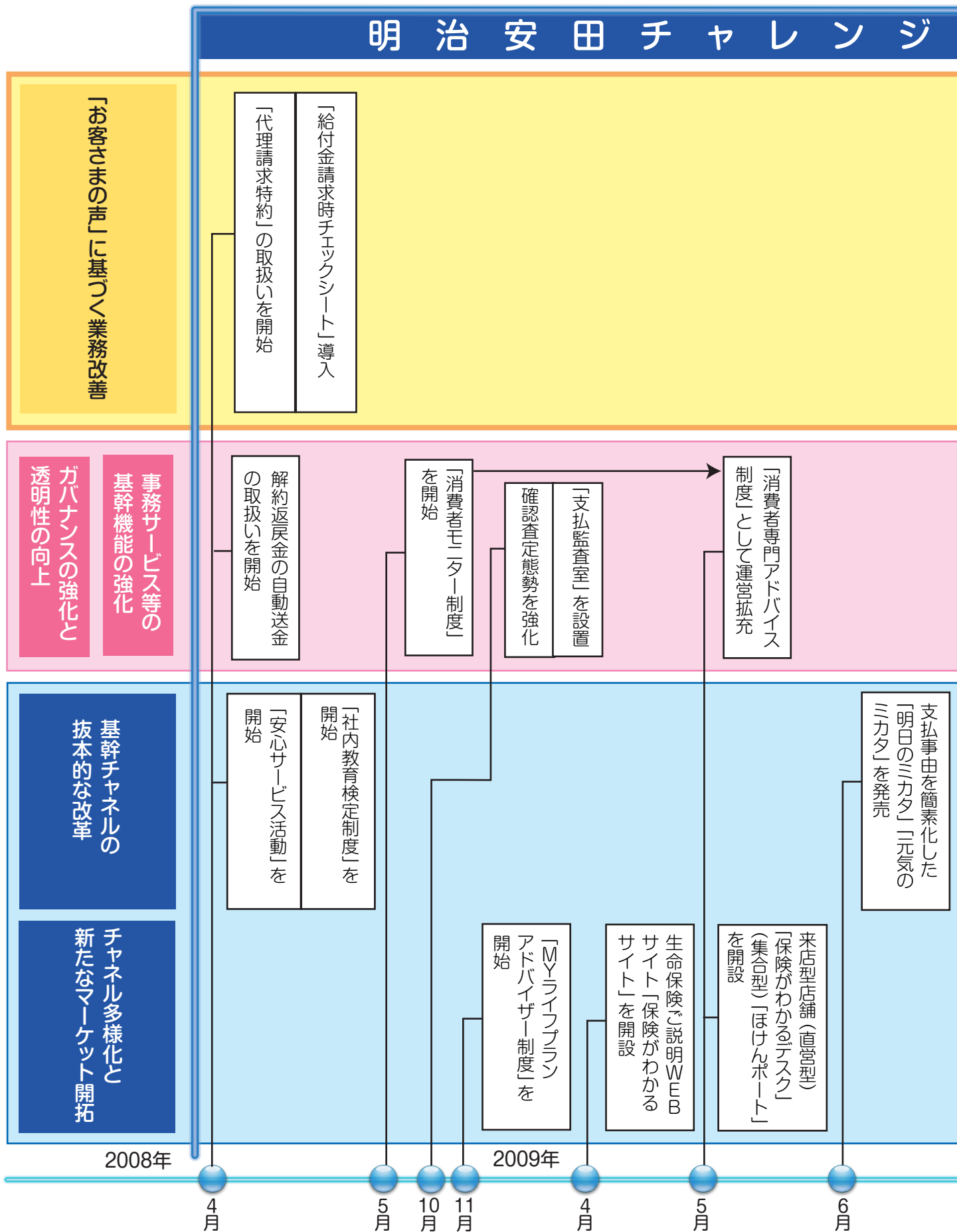
5月

6月

再生プログラム



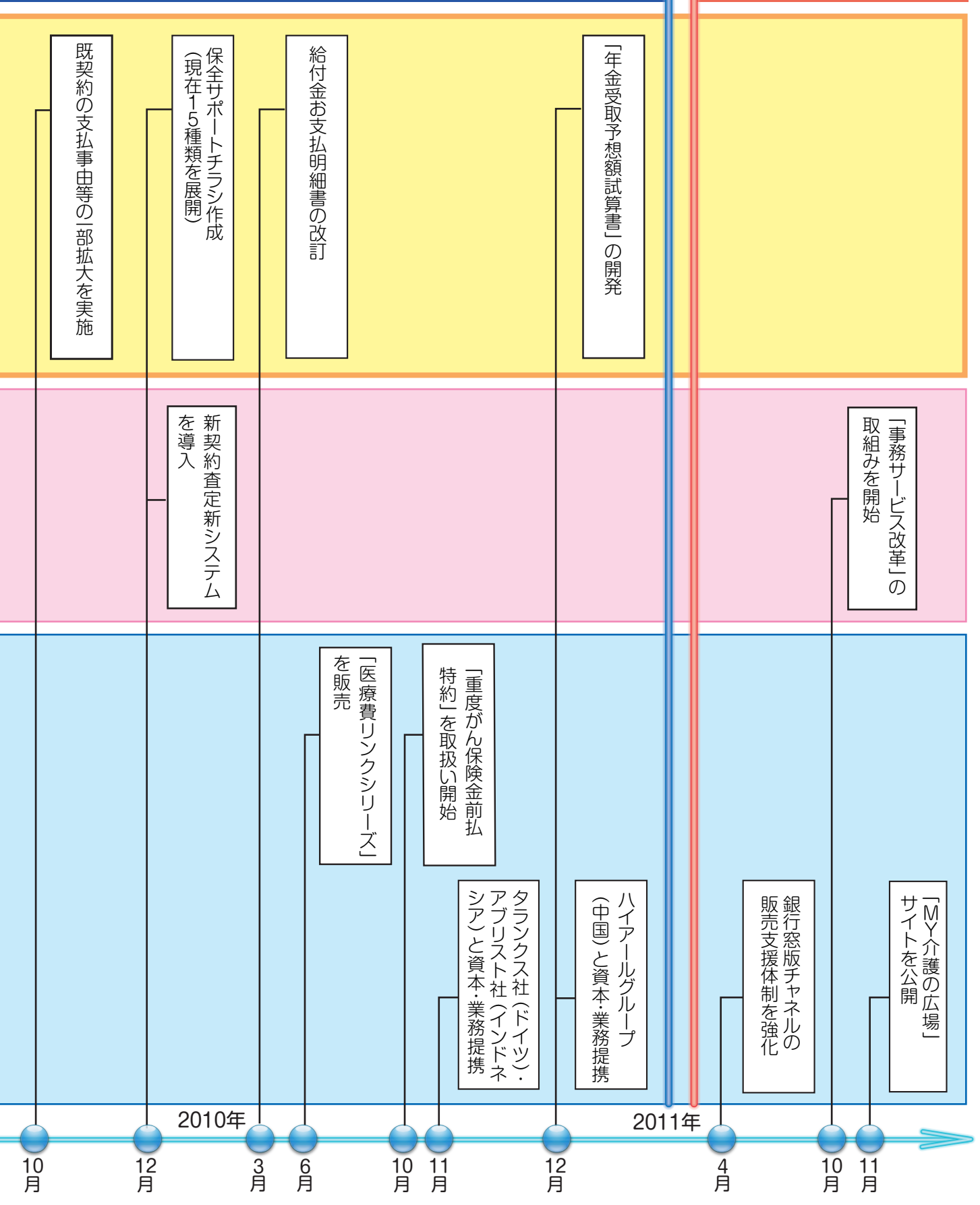
●「明治安田チャレンジプログラム」および「明治安田新発展プログラム」における業務改善の取組み



第1章 「お客様の声を大切にしている会社」の表現に向けた当社の取組み

プログラム

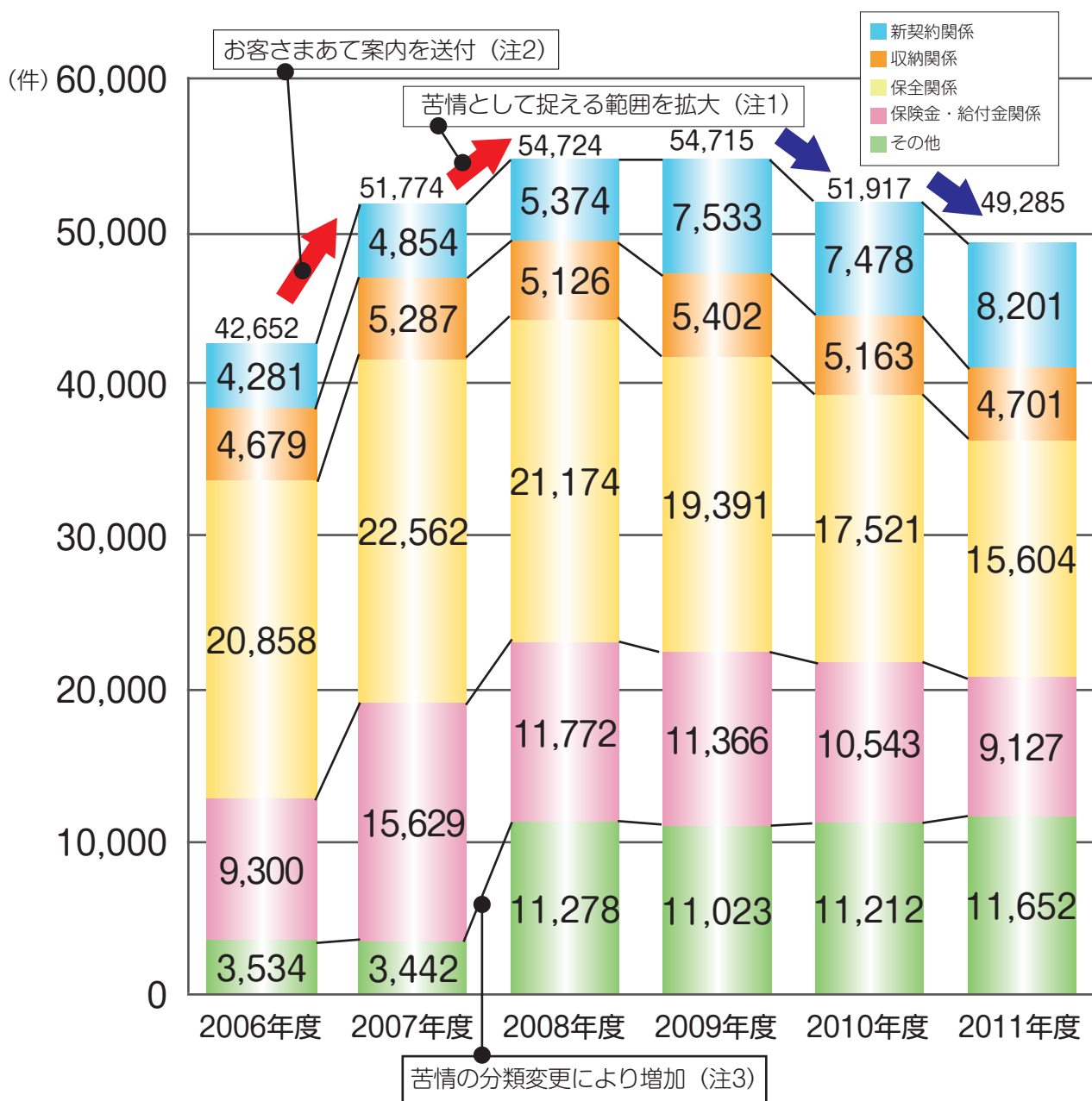
明治安田新発展プログラム



苦情の受付状況（2006年からの推移）

当社は、2008年度から取り組んできた3カ年計画「明治安田チャレンジプログラム」で、初年度である2008年度から苦情として捉える範囲を拡大(注1)しました。そのため、2008年度の苦情は2007年度より増加しています。2008年度は苦情件数が54,724件でしたが、苦情を分析し、商品・サービス等の改善に取り組んだ結果、2011年度は49,285件と引き続き減少傾向でした。

●苦情の受付状況



(注1) 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。

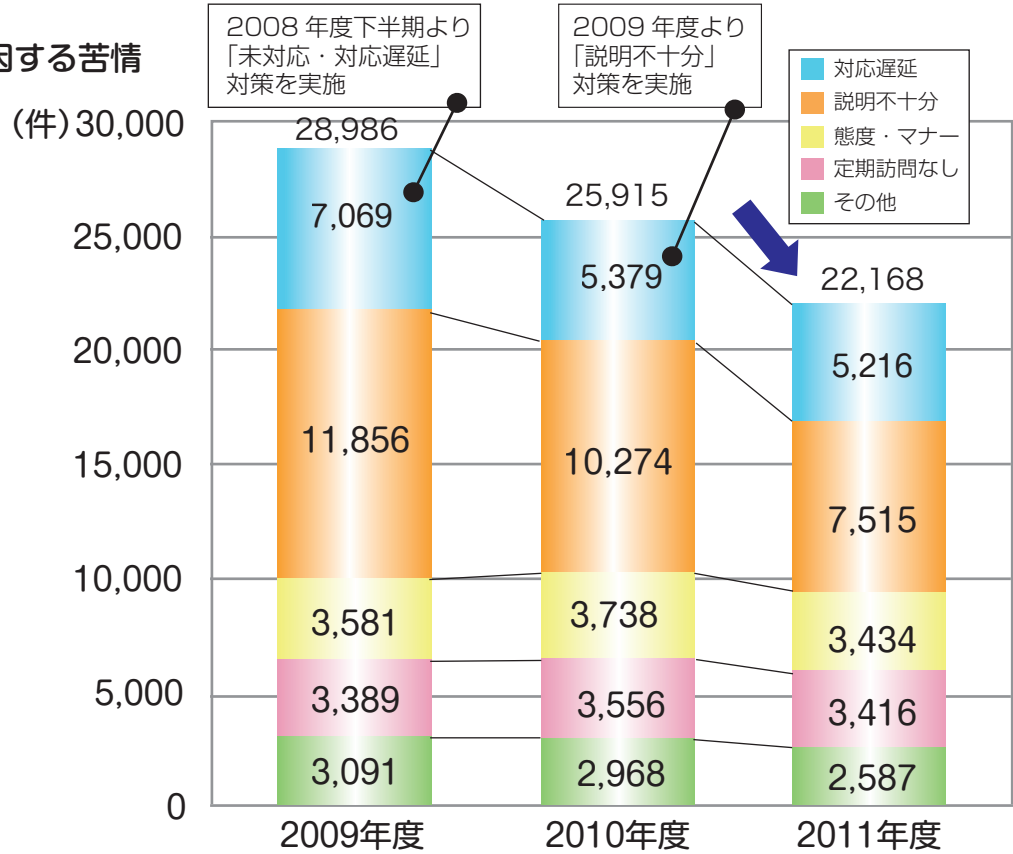
(注2) 2007年4月に保険金等支払状況に関する公表を行ない、以後追加支払いの可能性のあるお客さまあてに案内を送付し、その調査結果報告のため10月に2回目の公表を行なったことにより、「保険金・給付金関係」の苦情が増加しました。

(注3) 2007年度まで「保全関係」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。

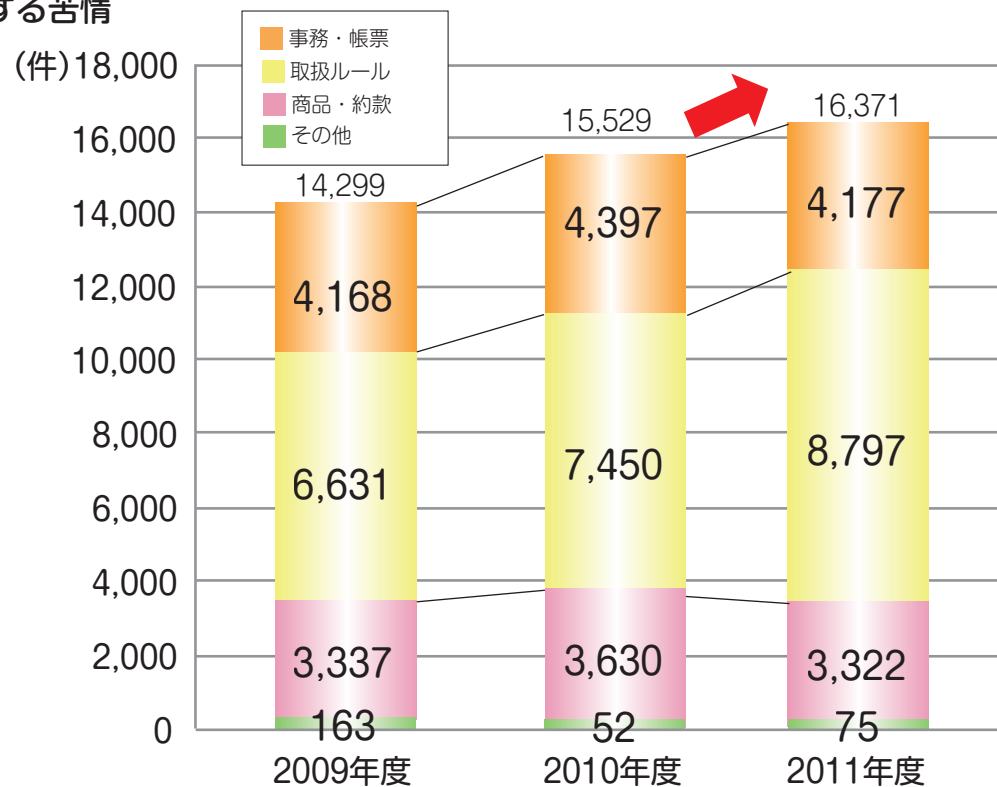
2008年度から「未対応・対応遅延」「説明不十分」「態度・マナー」「定期訪問なし」といった営業担当者に起因する苦情の縮減に継続して取り組んでおり、2011年度は2010年度から▲3,747件と大幅に減少しました。

一方、会社の制度等が原因で生じた苦情は「事務・帳票」および「商品・約款」が減少したものの、「取扱ルール」が前年度比+19.6%（+1,347件）増加したことで、同+5.4%（+842件）と増加しました。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



「感謝の声」の受付状況

現在、当社はお客さまから「感謝の声」をいただいた具体的な担当者の対応・活動内容等から、「お客さま満足度向上」に向けた取組みに活かしています。

2011年度は28,036件の「感謝の声」をいただき、2010年度から14,516件増加しました。(※)内容としては、保険金・給付金等、各種お手続きの際、あるいは毎月の定期的な訪問活動等に、多くの「感謝の声」をいただきました(事例は下段ご参照)。

お客さまから「感謝の声」をいただき、今後もより多くのお客さまに「満足」いただけるよう、ホスピタリティのある活動に取り組んでまいります。



※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ご連絡の際、営業担当者についてのご意見を伺う等、「感謝の声」を広く収集しています。

お客さまからいただいた「感謝の声」

- 給付金請求手続きの際、「ご体調はいかがですか。本日はご請求書類をお持ちしましたが、ご案内させていただいても大丈夫でしょうか」と、何よりもまず私の体調を気づかってくれたのがうれしかったです。
- 連絡したその日のうちに給付金請求手続きのための書類を持ってきてくれました。また、高額医療費等の公的制度についても教えてくれました。あなたがいてくれて、安心できました。
- 私や家族が納得いくまで説明してくれました。丁寧に対応してもらい、とても気持ちよく申し込みの手続きができました。
- すえ置金引出しについて、事前に準備するものを連絡してくれたので、私の希望通りの日程で受け取ることができました。迅速な対応に感謝しています。
- 定期的に訪問して、保険に限らず、ニュースや健康の話し等、いろんな情報を教えてくれてありがとう。

「お客さま満足度調査結果」の状況

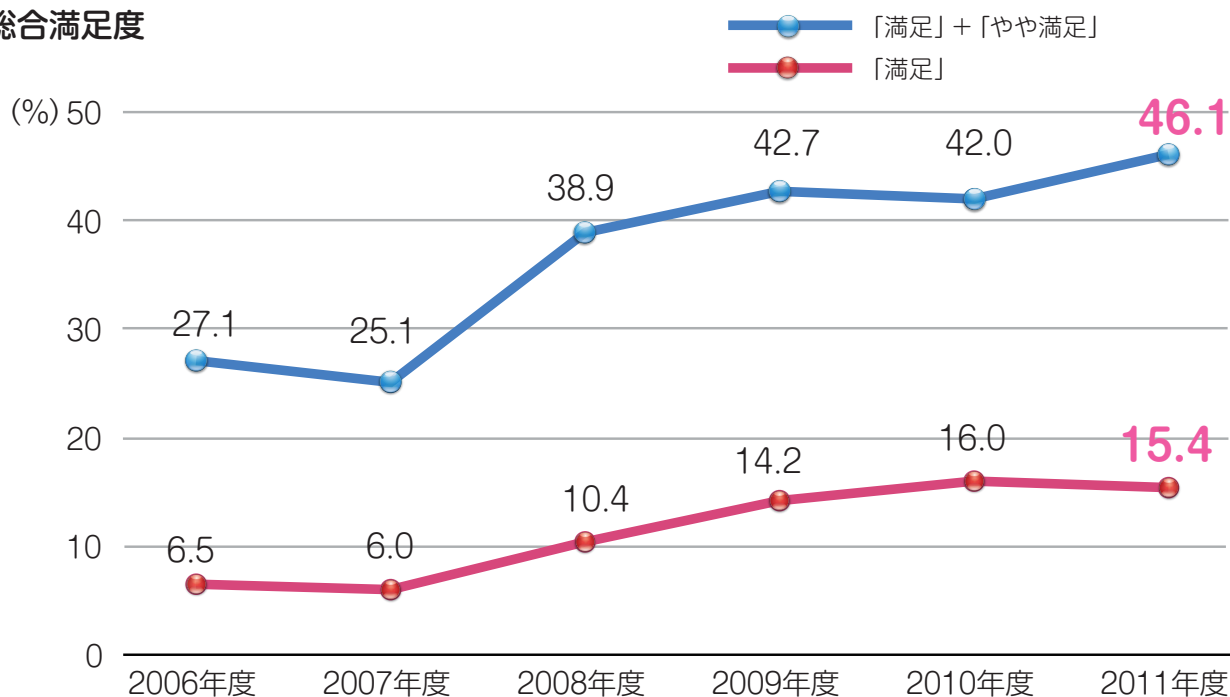
当社では2006年3月から「お客さまの声」を伺う「お客さま満足度調査」を毎年実施しています。2011年度は10月に調査を実施し、総合満足度(当社に対する総合的な満足度)は「満足」+「やや満足」が46.1%、営業担当者に対する満足度は「満足」+「やや満足」が50.8%となりました。

2006年度から現在における「お客さま満足度」の推移は、2006年度総合満足度27.1%、営業担当者に対する満足度30.0%からどちらも大幅に上昇しています。

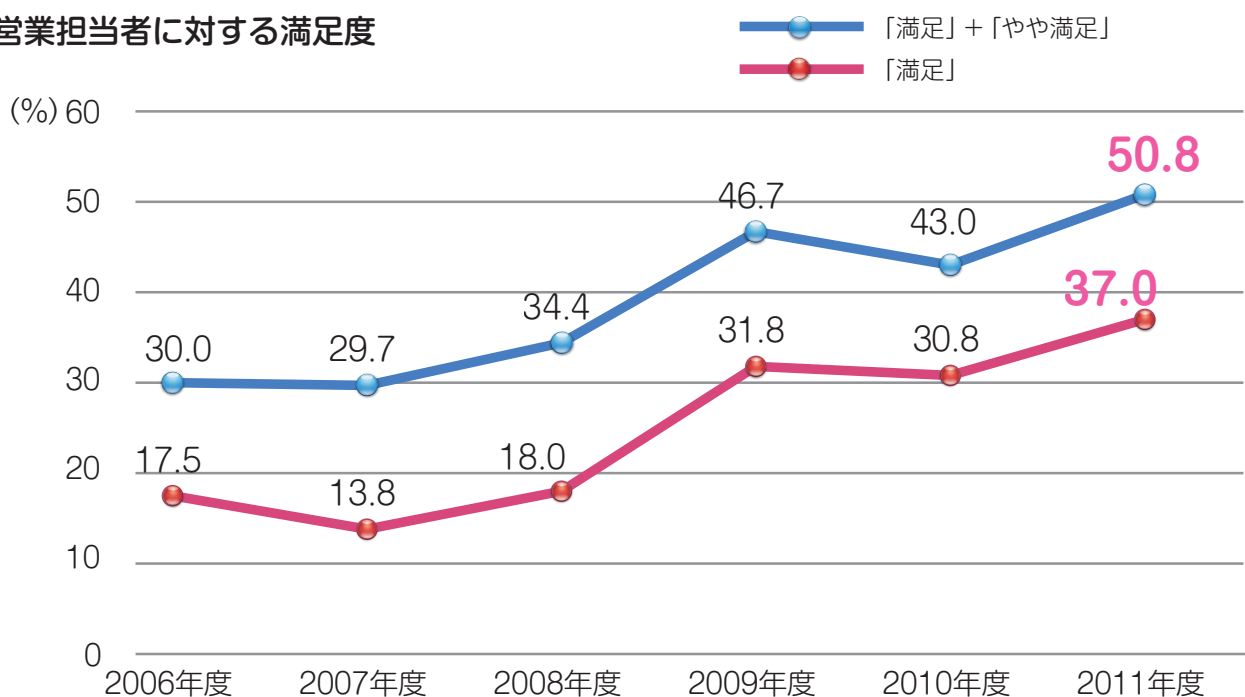
今後もさらなる「お客さま満足度向上」のために、「お客さまの声を経営に活かすための取組み」を全社をあげて推進してまいります。

※2011年度お客さまアンケート結果は第4章(P29)をご参照ください。

●総合満足度



●営業担当者に対する満足度



さらなる「お客さま満足度向上」のための取組み

当社は、2011年4月から3か年計画の「明治安田新発展プログラム」に基づき、「お客さま満足度向上の徹底追求」により、将来にわたる安定的な成長の実現をめざしています。

ここでは現在当社が推進している「お客さま満足度向上」のための取組みの一部をご紹介します。

◆質の高いコンサルティング活動によるビフォアサービスの充実

2011年4月から、生命保険のご加入に際して、お客さまにご納得感や安心感をもってご加入いただけるよう、「社会保障制度」をご理解いただいたうえで、必要保障額やご要望に沿った複数の設計プランをご提案するコンサルティング活動を行なっています。

とくに社会保障制度については、よりわかりやすくお客さまへご説明できるよう、「社会保障制度ご説明ブック」を作成し、活用しています。上記冊子は「消費者専門アドバイス制度」など高い見識を持つ社外の専門家にもご好評いただいています。



◆「安心サービス活動」によるアフターサービスの充実

2008年4月から、お客さまへのアフターサービスの充実を図るため、営業担当者が提供すべきお客さまへの標準的なサービスを「安心サービス活動」として制度化し、「ご契約内容の確認」、「節目（誕生日や就職等）のご挨拶」等の活動を通じて、お客さまへの定期的な訪問（連絡）を推進しています。



◆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かを具体化し、全社で共有・実践する取組みを推進しています。具体化した営業担当者の活動事例は冊子等にまとめ、研修等で繰り返し活用し、定着を図るようになっています。

