

特集1 「お客さまの声」を 経営に活かすために

明治安田生命は、「お客さまの声を大切にし、明日につなげる会社」を企業ビジョンに掲げ、「お客さまの声」に謙虚に耳を傾け、常にお客さまの視点に立った商品・サービスの提供に努めています。

お客さまからのお申し出(苦情)、ご意見、ご要望の一つひとつを大切にし、その「お客さまの声」を商品・サービスの改善に活かし、経営に反映していく――。

そうした日々の取組みとそれを支えるシステムを、従業員の言葉を通じて、ご紹介します。

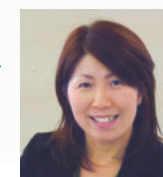
私たちは、 「お客さまの声」を 大切にしています

「お客さまの声」

明治安田生命

個人のお客さま一人ひとりのご担当
お客さまに近い存在であることが大事です。

岡崎支社 豊橋第一営業所 支部マネジャー
小林 祥代



私たちは、お客さまに直接お会いする「明治安田生命」であり、ご要望やご意見など、常に生の声に接しています。その声が、お客さまの満足につながるよう確実に会社に届け、そして明治安田生命がどう変わっていくかをきちんとお知らせする存在でありたいと思っています。

直接訪問

お電話での相談窓口
常に“共感”することを心がけています。

コミュニケーションセンター コミュニケーター
里園 友紀



コミュニケーターとして、日々数十人のお電話を受けていますが、常に「私のお客さま」という意識を持ち“共感”することを心がけています。第一声で状況をイメージしたうえで必要な情報をお聞きし、さらにお言葉の背景も感じ取ることができるよう努めています。

お電話

法人のお客さまのご担当
日々の積み重ねを大切にしています。

公法人第五部 法人営業担当
林 泰伸



私たち法人営業のテーマは、団体や事業所のご担当者等との協働を通じて、所属員のみなさまの福利厚生向上に貢献することです。ご意見・ご要望は自身や会社の業務の見直しにつなげ、その積み重ねにより、お客さまに感動いただけるまでになりたいと考えています。

直接訪問

ご来店されるお客さまのご担当
お客さまニーズの把握に努めています。

保険がわかるデスク丸の内 デスクマネジャー
中富 央



私たちは、来店されるお客さまが安心してご相談いただける場をつくることを心がけています。そして、本社のお客さま窓口として、お客さまニーズの変化をいち早く把握し、ご意見とともに、関係各部署に連携することが責務と考え、日々取り組んでいます。

店舗

「お客さまの声」を活かした経営へ

お客さまの利便性と安心感を追求 コミュニケーションセンターの取り組み

特集1 「お客さまの声」を経営に活かすために

「お客さまの声」に耳を傾け、ご意見を担当部署に
伝えることでサービス改善に活かしています。

教育・研修担当
山田 美佳



コミュニケーションセンターは、全国のご契約者、これから加入を検討されるお客さまなど、すべてのお電話に対応する相談窓口です。ご質問やご要望に正確・迅速・丁寧に対応するのはもちろん、お客さまのご期待以上の「驚きと感動」のサービスができるよう日々取り組んでいます。実際に電話対応するコミュニケーションターは、明治安田生命を代表する顔ですから、「お客さまに明治安田生命のファンになっていただけるかどうかはあなた次第」と教えています。

お客さまからいただく貴重なご意見は、担当部署に伝え、業務改善に活かしてい

ます。とくに「ご契約者のみなさまに発送される「明治安田生命からのお知らせ」については、毎年多くのご意見を頂戴します。そのご意見をただ伝えるだけではなく、「お客さまの声」に直接触れるコミュニケーションターが考えた「もっとこうしたらお客さまに満足いただけるのではないか?」という具体的な提案もあわせて提言しています。提案が実際に反映されることによって、お客さまの満足度向上につながることはもちろん、「私たちがお客さまのご意見・ご要望をしっかり届けられ、サービスが改善される」という思いを、一人ひとりがより強く抱いてくれるようになっていきます。



VOICE



「おもてなし実行委員会」を通じて、
コミュニケーションセンターの
運営改善に取り組んでいます

「お客さまの声」統括部
コール業務グループマネジャー
二瓶 貴史

コミュニケーションセンターでは、年間45万件的「電話受信業務」と30万件的「電話発信業務」を行ない、書類の発送、インターネットによる資料請求や見積り依頼にも対応、年間延べ80万人のお客さまとコミュニケーションを展開しています。お客さまからお申し出を受けた事項については、その7割を当センターで完結し、営

業担当者 (MYライフプランアドバイザー) 訪問のご希望等については営業所に取り次いでいます。

また、お客さまからいただいた貴重なご意見は、もろさず各担当部署に連携する一方、当センターの業務運営に対するご意見については、毎月、センター幹部全員が参加する「おもてなし実行委員会」において報告し、お客さまのお役に立てるような対応策を協議するなど、スピーディーな運営の改善に取り組んでいます。

今後もお客さまサービスの最前線として、ホスピタリティあふれるコミュニケーションセンター運営を行なっています。

ホスピタリティあふれるコミュニケーションターを
育成しています。

スーパーバイザー (指導・育成担当)
田島 陽子

スーパーバイザーとして、日々コミュニケーションターをサポート、育成しています。新人コミュニケーションターは1年間にわたる初期研修を経て、ようやくすべてのお問い合わせを受けられる業務知識が身に付きます。お問い合わせに正確に対応するための知識習得は当然のことですが、目標は、お客さまのお言葉の表面だけではなく、お客さまの心の声を聞き取り、お客さまから本心を打ち明けていただけるようになることです。ですからコミュニケーションターには、お客さまのお言葉を聞くだけではなく、お言葉の背景にあるも



のを推し量るようにと指導しています。初期研修後も定期的に研修を実施、知識・スキルアップはもちろん、「お客さまを大切にすること」というマインド面の教育も行なっています。お客さまからのお叱りや失敗事例の共有も大事ですが、一方で感謝いただいた事例も全員で共有し、ホスピタリティあふれるコミュニケーションターを育成するよう取り組んでいます。



VOICE



スーパーバイザーのサポートが、
お客さま対応力の向上に
つながっています

コミュニケーションター
神野 千枝子

1年間の初期研修を終え、今はお客さまからのお電話一本一本に真摯に向き合っています。研修を受けたとはいえ、お客さまの多岐にわたるお問い合わせ内容に、自分が持っている知識をうまくつなげられないようなとき、すぐにスーパーバイザーがサポートしてくれます。アドバイスを受けながら適切な対応ができますし、お電話が終わったあとに、疑問点なども確認できるので、いつでも学べる体制が整っています。スーパーバイザーの心強いサポートのもと、お客さまのお役に立てるコミュニケーションターをめざしています。

COLUMN

お客さまより感謝のお手紙をいただきました。

コミュニケーションセンターでは、コミュニケーションターがお客さまのお役に立てた時などに、感謝のお手紙やお言葉をいただくことがあります。「親切に教えていただいたおかげで、今日、スムーズに手続きができました。ありがとうございました」とわざわざお電話をいただいたり、書類を返送いただく際に「先日は色々とお電話で教えていただき、助かりました」と丁寧なお手紙を同封いただくことがあります。

こうしたメッセージについても、お客さまからのお叱りのお言葉とともに当センター内で共有し、励みにしています。



「お客さまの声」を集約・一元把握

「お客さまの声」を幅広く収集するための取組み

特集1 「お客さまの声」を経営に活かすために

「お客さまの声」を収集・分析し、
期待に応える解決方法を探っています。

「お客さまの声」統括部
お客さまサービス業務グループマネジャー
江川 幸男

「お客さまの声」は、当社の貴重な財産です。それは厳しいお叱りの声として、また時には温かい励ましの声として表われますが、そのいずれもが当社にとって

価値あるものです。

「お客さまの声」は、当社が提供しているさまざまなサービスが、果たしてお客さまにとって本当に役に立っているものなのかどうかを端的に示すものであり、

私たちは常に「お客さまの声」に謙虚に耳を傾け、また誠実に向き合い、お客さまのご要望にお応えする不断の努力を続けなければならないと考えています。

「お客さまの声」統括部は、そうしたお客さまから寄せられる声を集め、分析し、業務の改善に活かしていくための指導的役割を担っています。業務改善の推進にあたっては、既存のルールや枠組みを見直さなければならないことも多く、担当部署との間で相当な議論を要することもあります。しかし、「お客さまを大切にする会社を実現するために」という全社共通の強い目的意識の下、解決方法を探り、可能な限りの業務改善を実現するよう、日々努めています。

お客さまとの対話の場
「お客さま懇談会」



企画部
経営総務グループ
神田 純子

ご契約者さまのご意見やご要望を直接お伺いする機会として、

全国の支社で「お客さま懇談会」を開催しています。懇談会では、シンプルな保険や医療保障の充実した保険の開発、定期訪問によるアフターフォローを充実させてほしいというご要望が多く寄せられ、最近は、積極的な社会貢献活動を希望される声も多くなっています。

当社に対して、さまざまな地域・立場からご意見をいただけるので、支社や関連各部と連携し、

その声にお応えすることが重要な責務と感じています。



「お客さま懇談会」の様子

お客さま目線で
気付いたことを提案する
「MOT提案」活動



「お客さまの声」統括部
お客さまサービス業務グループ
市川 裕子

「MOT提案」は、お客さまと身近に接する営業担当者や事務職員が、日常業務で感じたことから、既存業務の改善や新しい商品・サービスの開発などについて、「もっとこうしたらよくなる」という提案をする活動です。

お客さま視点での気づきが業務に反映され、お客さまにとっても現場にとってもよりよいものになるよう、適切かつスピーディに改善につなげるよう心がけています。そして、提案の実現が、お客さまの満足につながり、私たちのモチベーションもアップする、そのようなよい循環を生み出す提案制度としてさらに活性化させたいと考えています。

法人のお客さまのご意見や
ご要望を収集する仕組み



法人サービス部
団体保険サービス開発グループ
加藤 淳子

法人サービス部では、お客さまからのお申し出に対する改善

の検討はもちろんのこと、当社からお客さまへご意見をお伺いする取組みを行なっています。企業や団体の事務ご担当者から日常事務に対するご意見・ご要望を直接お聞きする機会として「お客さま意見交換会」を開催し、事務改善につなげています。

また、団体保険の「保険金・給付金ご請求者アンケート」を実施し、ご請求手続きの改善に取り組んでいます。アンケートを通じていただいたご意見は、企業や団体の事務ご担当者や消費者専門委員の方々からのアドバイスも参考にし、わかりやすく、より迅速にお支払いができるよう活用させていただきます。

これからも、お客さまが望まれる水準以上の事務・サービスをご提供し、お客さまに喜ばれる仕組みづくりに取り組んでいきます。

お申し出だけでは把握できない
ご意見やご要望を収集する
「お客さま満足度調査」



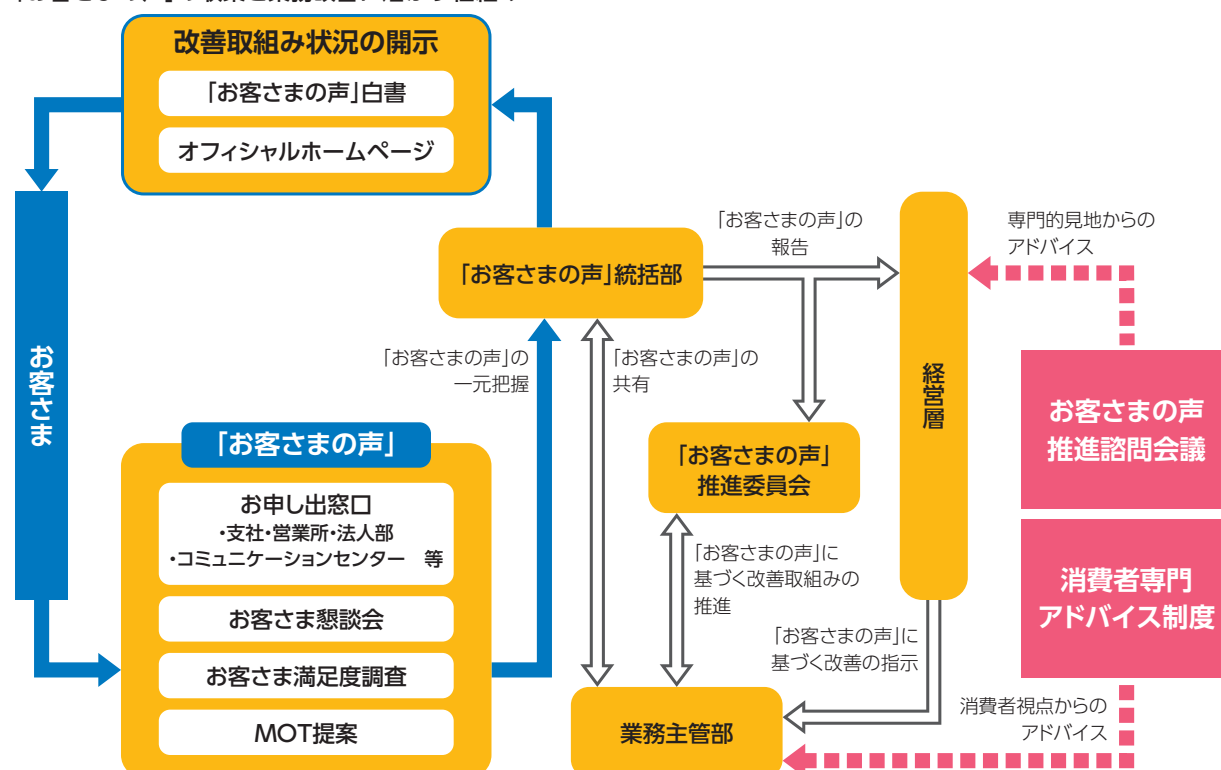
「お客さまの声」統括部
お客さまサービス業務グループ
結城 健太郎

「お客さま満足度調査」は、

お客さまからのお申し出だけでは把握できないご意見やご要望を広く集めるとともに、その内容を分析して、商品・サービス等の改善に活かすことを目的としています。お客さまに対する訪問回数やサービス内容を標準化した「安心サービス活動」も、“営業担当者の訪問頻度が高くなるほど満足度は向上する”などの調査結果をふまえて、実施されたものです。

調査では、業務改善の取組みの効果が、満足度として明確に返ってきます。お客さま満足度の向上のためにさらなる課題が発掘できるよう、より適切な調査と結果分析に取り組んでいきます。

「お客さまの声」の収集と業務改善に活かす仕組み



「お客さまの声」から生まれた業務改善

「お客さまの声」を業務や経営に活かす取り組み

特集1 「お客さまの声」を経営に活かすために

「お客さまの声」は貴重な財産であり、
担当部署と連携して、業務改善を実行しています。

「お客さまの声」統括部

お客さまサービス業務グループ

戸上 真語

業務改善にあたっては、営業・事務・システム等お客さまにご提供するサービ

スに関係の深い部署の部長をメンバーとする「お客さまの声」推進委員会が中心となって検討しています。委員会では、「お客さまの声」からの課題の発掘、担当部署との課題の共有、改善要請、改善の進捗状況の管理等を行なってい

ます。時には担当部署との課題認識の共有に時間を要し、改善がなかなか進まないこともあります。業務改善が実現したときには、「お客さまの声」にお応えできた喜びとともに、アドバイスをいただいたお客さまに感謝する気持ちになります。

「お客さまの声」により、当社のサービスや各種手続きなどについて、ご不便をおかけしている点に気付くこともあり、「お客さまの声」は、貴重な財産であると実感しています。これからも、「お客さまの声」を真摯に受け止め、業務改善の実現に役に立てたいと考えています。

消費者視点での具体的な
意見・アドバイスを収集する
「消費者専門アドバイス制度」

「消費者専門アドバイス制度」を活用して、消費生活センターなどで相談業務に携わる消費者関連の有資格者や、他業態のお客さま対応部門経験者などから、当社のサービスや各種書類などについて、消費者視点での具体的な意見・アドバイスをいただいています。

2010年10月の「消費者専門家懇談会」では、年に一度お客さまにお届けしている「明治安田生命からのお知らせ」をテーマに、活発な意見を交換しました。

社外の専門的見地からの意見を
経営に反映する
「お客さまの声推進諮問会議」

社外の専門的見地からのご意見を取り入れ、お客さまサービス向上のための諸施策に迅速かつ適切に反映させるため、社長直轄の機関として「お客さまの声推進諮問会議」を設置しています。この会議では、消費者問題に幅広い見識を持つ社外の専門家3人を委員としてお迎えし、お客さま対応窓口の整備、お申し出(苦情)への対応、お客さまとのコミュニケーションなどについて、厳しいご意見や有意義な提言をいただいています。



「消費者専門家懇談会」の様子



「お客さまの声推進諮問会議」の様子

改善事例

【お客さまの声】

いつからいつまでの入院期間に対する
給付金なのかが明細書でわからない

「給付金お支払明細書」を
わかりやすく改訂

給付金のお支払いの際にお客さまにお送りする「給付金お支払明細書」について、お支払いの対象となる入院期間や手術日、給付金額の算出方法等、お支払内容に関する記載項目を充実させ、よりわかりやすい明細書としました。あわせて、明細書のサイズをはがき型のシーリングメールから、A4サイズの封書型の用紙に拡大しました。

【お客さまの声】

診療報酬点数の高い手術の方が、
給付金額が少ないことがあった

保障内容やお支払いのわかりやすさを
向上させた「医療費リンクシリーズ」を発売

「保障内容が複雑でわかりづらい」等の声をふまえ、病気や治療の種類を問わず、入院医療費に応じてお支払いすることで、保障内容やお支払いのわかりやすさを向上させた「ライフアカウント L.A.」、「明日のミカタ」および「元気のミカタ」を「医療費リンクシリーズ」として発売しました。



「ライフアカウント L.A.」
「明日のミカタ」「元気のミカタ」
商品パンフレットなど

【お客さまの声】

自分が加入している団体保険の
内容がわかりにくい

「ご加入内容のお知らせ」を
わかりやすく、見やすく変更

「ご加入内容のお知らせ」を改訂し、ご加入商品や保障内容を具体的に記載し、わかりやすい内容にするとともに、見やすいレイアウトに変更しました。

あわせて、保険金・給付金のご請求方法やお支払いできる場合とできない場合の事例等を記載した「保険金・給付金のお支払いについて」の冊子を同封することとしました。



ご加入内容のお知らせ

VOICE



消費者専門家懇談会では
消費者志向経営への真剣さが
伝わってきました

社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
西日本支部 消費生活アドバイザー
樋口 容子氏

消費者専門家懇談会への出席を重ねるうちに、明治安田生命がいかに真剣に消費者志向経営に取り組んでいるかが伝わってきました。私たちの意見に、関連部門の役員らが真摯に耳を傾け、意見の多くが確実に手続書類等に反映されます。そうすると、懇談会は非常に興味深く、有意義なので、消費者視点をさらに経営に盛り込んでほしいとの期待を持って、毎回参加しています。

VOICE



明治安田生命らしさを意識し、
世の中の課題解決に先んじて
取り組んでください

株式会社 電通
ソーシャル・ソリューション局長
上條 典夫 議長

明治安田生命は、お客さま第一主義のもと、現場も、本社内も改革が進んだと実感しています。

ただ、「お客さまの声」を経営に活かす、ということに100点満点はなく、「明治安田生命らしさ、ならでは」というもの、保険会社としての社会性、品位を高めるためプロアクティブに世の中の課題を先んじて捉えて、行動することが重要視されてくると思います。