

お客さま満足度向上への取り組み

「お客さまの声」を経営に活かす

「お客さまの声」を収集・活用する仕組みや、声を活かした事例などについて報告しています

- ▶ 「お客さまの声」を経営に活かす仕組み
- ▶ 「お客さまの声」の活用事例

専門家の声を聞く仕組み

お客さま満足度を高めるために広く社外のご意見を伺う仕組みについて報告しています

- ▶ お客さまの声推進諮問会議
- ▶ 消費者専門アドバイス制度

確かなお支払いに向けた取り組み

お支払いを正確・迅速に実施するための管理態勢や仕組みについて報告しています

- ▶ 正確で迅速なお支払い体制

販売チャネルの改革

サービス活動の充実やお客さまの利便性向上をめざした取り組みについて報告しています

- ▶ MYライフプランアドバイザーの取り組み
- ▶ 販売チャネルの多様化と新たなマーケット開拓

事務サービスの高度化に向けた取り組み

事務サービスの構造的・抜本的な見直しを行なう「事務サービス改革」について報告しています

- ▶ 「お客さま発想」最優先の事務サービス改革の取り組み

法人のお客さまへのサービス

お客さまの課題解決をサポートするためのサービスや取り組みについて報告しています

- ▶ 法人のお客さま満足度向上へ向けた取り組み

情報提供での工夫

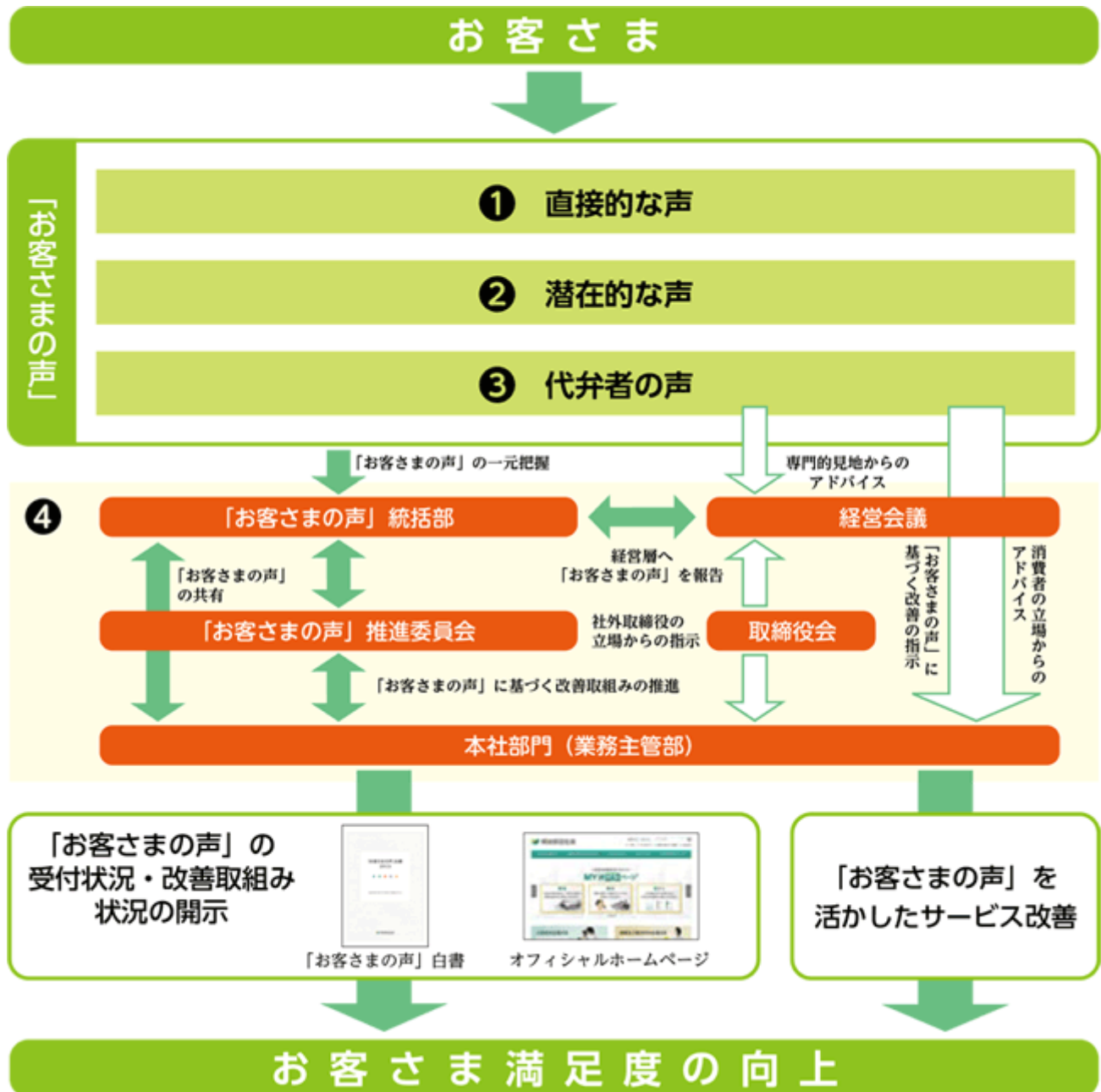
適正な表示、わかりやすく充実した情報提供に関する取り組みについて報告しています

- ▶ わかりやすい情報提供

「お客さまの声」を経営に活かす仕組み

当社は、「お客さまを大切にする会社」の実現をめざし、お客さまからのご意見・ご要望等さまざまな「お客さまの声」を広く収集するとともに、「お客さまの声」を業務改善に活かしていくための取組みを社内だけではなく、社外の方々のご意見を伺い、進めています。

「お客さまの声」を業務改善に活かす仕組み図



「お客さまの声」を幅広く収集

当社ではお客さまからのご意見・ご要望を受け付けるために「お客さまの声」を以下の3つに分類し、業務改善を進めています。

- ①お客さまが支社・営業所の店頭やコミュニケーションセンター等に直接お申し出をいただいた「直接的な声」
- ②当社からお客さまのご意見を伺う「お客さま満足度調査」等からいただいた「潜在的な声」
- ③「お客さまの声」を代弁する従業員の声である「MoT提案」や、社外の専門家の方々からいただいた「代弁者の声」

1.直接的な声

支社・営業所の店頭やコミュニケーションセンター等へ直接お申し出をいただいた「お客さまの声」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」を通して集約し、「お客さまの声」統括部で一元把握しています。そのなかでも「不満足 of 表明があったもの」をすべて「苦情」と定義し、特に重要な情報として取り扱い、業務改善に活かしています。

さらに、ご契約者から直接ご意見・ご要望をいただく「お客さま懇談会」を毎年全国の支社等で開催し、2013年度においては、1,709人のご契約者に出席いただいたほか、38支社では各地の消費生活センターからも参加いただきました。

2.潜在的な声

お客さまからの直接のお申し出以外に、当社から「お客さまの声」を伺う「お客さま満足度調査」を2006年3月から毎年実施し、お客さまの満足度を継続的に調査しています。

また、ご契約団体の窓口担当者と所属員を対象に満足度を継続的に伺う「法人顧客満足度調査」や、団体保険の保険金・給付金をお支払いした方々を対象に請求手続きに関するご意見を伺う「保険金・給付金ご請求手続きに関するアンケート」を実施しています。

お客さまから伺ったご意見・ご要望を業務改善に活かし、さらなるお客さま満足度向上に努めてまいります。

3.代弁者の声

お客さまと身近に接する従業員を中心に、お客さまの立場にたって日常業務を通じて気づいたことを提案する仕組みである「MoT提案」を展開しています。

さらに、社外の方のご意見・アドバイスを業務の改善に活かすため、「お客さまの声推進諮問会議」(社長直轄の諮問機関)や「消費者専門アドバイス制度」を運営しています。

関連情報

- ▶ お客さまの声推進諮問会議 P47
- ▶ 消費者専門アドバイス制度 P50

4.「お客さまの声」に基づく業務改善の取り組みの推進

お客さまから寄せられたさまざまな声をもとに、全社一丸となって業務改善に取り組んでいます。
具体的には、社内の「お客さまの声」にかかわる部門によって構成された「『お客さまの声』推進委員会」がその中心となり、「お客さまの声」に基づく業務改善取り組みの審議等を行ない、関連する部署に対して業務改善を促しています。

「『お客さまの声』白書」の発行

当社に寄せられた「お客さまの声」と「お客さまの声」を反映した業務改善事例、「お客さま満足度調査」の結果などについて、2006年から「『お客さまの声』白書」にまとめ、毎年公表しています。各営業拠点に備え置いてご覧いただけるようにしているほか、当社WEBサイトにも掲載しています。



「お客さまの声」
白書2014

「お客さまの声」の活用事例

さまざまな形でいただいた「お客さまの声」を商品やサービスの改善・開発に活かしています。

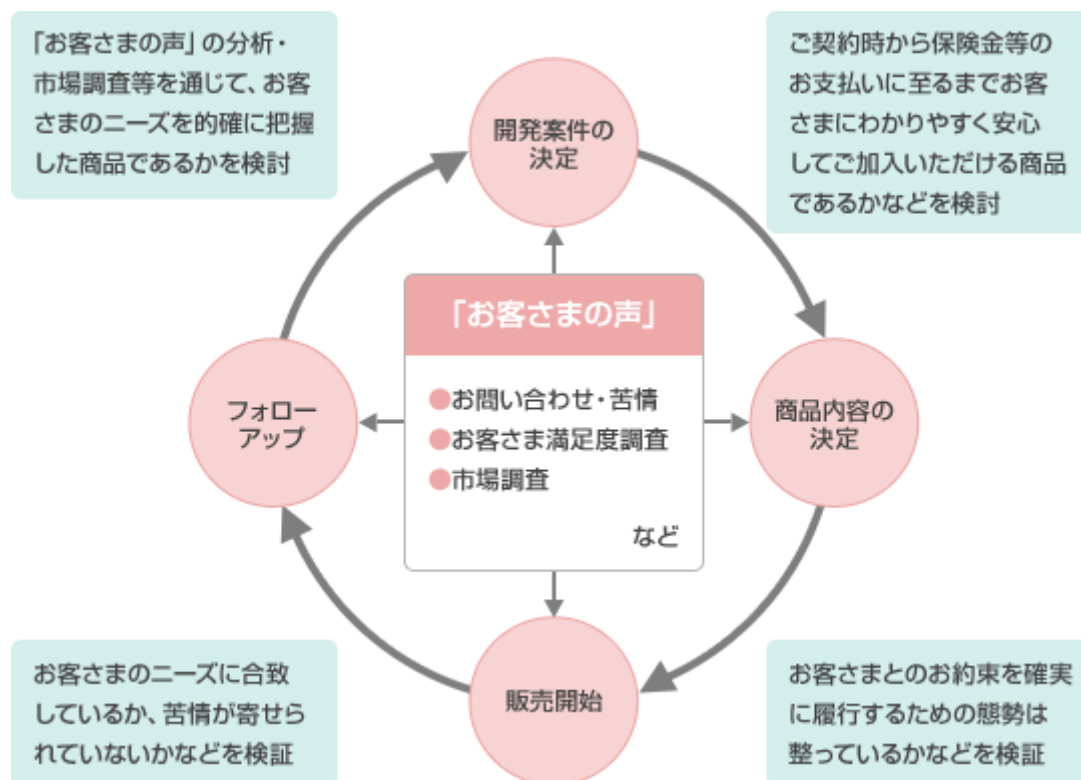
「お客さまの声」を活かした商品開発の推進

当社は、「お客さまの声」をもとに、「お客さまにわかりやすく、安心感のある商品・保障」の充実に取り組んでいます。

商品開発にあたっては、「お客さまの声」の分析などを通じてニーズが的確に把握できているかを検討し、商品や保障の内容がお客さまにとってわかりやすいか、安心してご加入いただけるかどうかにも十分に検討したうえで、開発に取り組んでいます。さらに販売開始後も、苦情の状況などを検証し、次の商品開発に活かしています。

今後も、お客さま視点での商品開発を推進し、わかりやすく、安心してご加入いただける商品・保障の充実に継続して取り組んでいきます。

お客さまの視点に立った商品開発



商品の開発事例

開発事例1「ベストスタイル」

「病気・ケガ」「重い病気」「障がい・介護」「万一」の4つの保障カテゴリーから必要な保障を組み合わせることができ、さらに保障内容を毎年見直すことができる保険

「お客さまにわかりやすく、安心感のある商品・サービス」のいっそうの充実に向けて、「いつも『あなたの今』に寄り添う」をコンセプトに、「ご加入時」「ご加入後」「ご請求時」の安心をお届けする総合保障商品「ベストスタイル」を2014年6月に発売しました。ご加入時にお客さまのご要望に「あわせやすい」、ご加入後にお客さまのニーズの変化にあわせて「みなおしやすい」、公的医療保険制度との連動によりご請求時に「わかりやすい」という3つの特徴により、「病気・ケガ」「重い病気」「障がい・介護」「万一」の4つのカテゴリーから、ご自身に必要な保障を将来にわたってご準備いただけます。

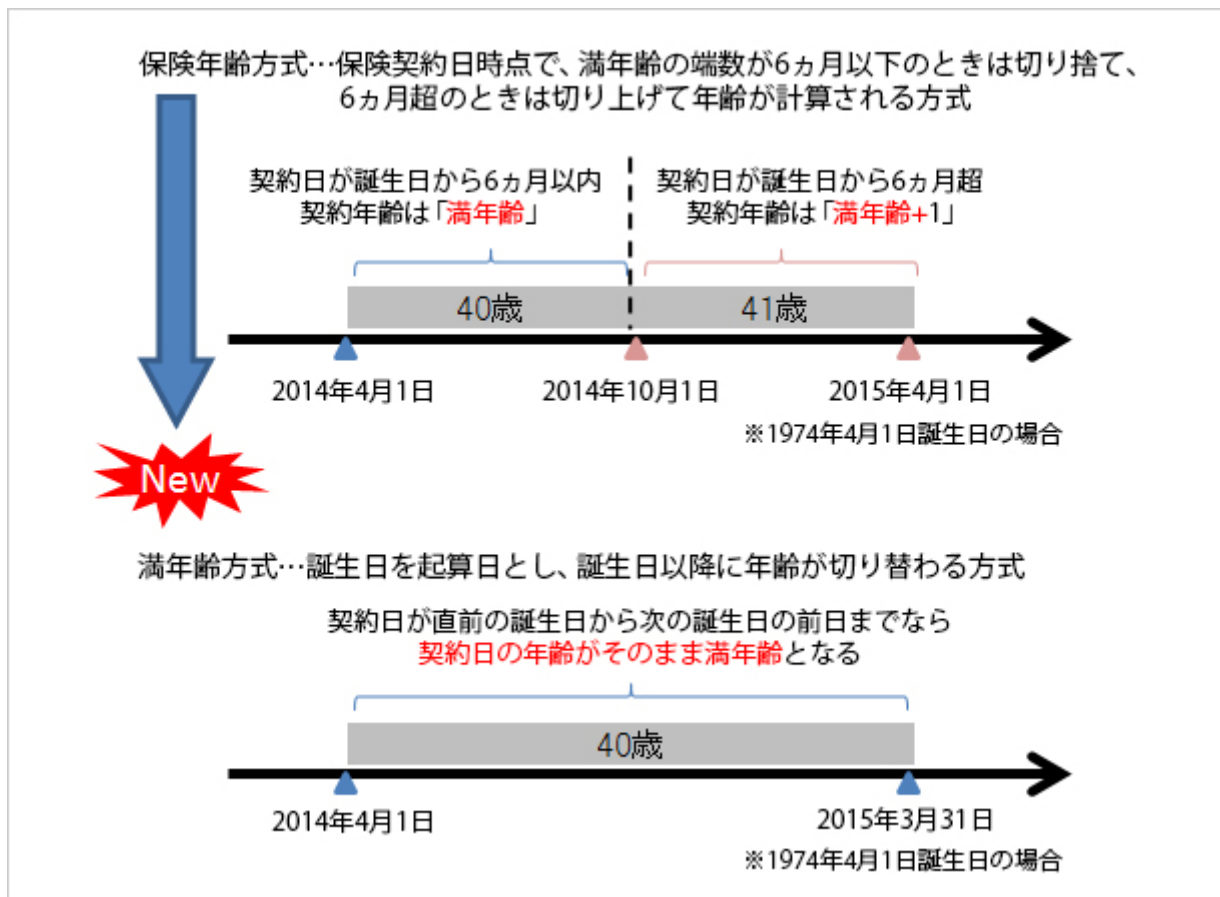


ベストスタイル
商品パンフレット

開発事例2 満年齢方式の導入

お客さまの満年齢にあわせて保険料が算出される保険

従来、保険料を計算する際に保険年齢方式を用いていましたが、2014年6月発売の「ベストスタイル」から満年齢方式を導入することで、年齢計算におけるわかりやすさと同時に、「ベストスタイル」の特徴の一つである公的医療保険制度に連動したお支払いの上でもわかりやすさを向上させました。

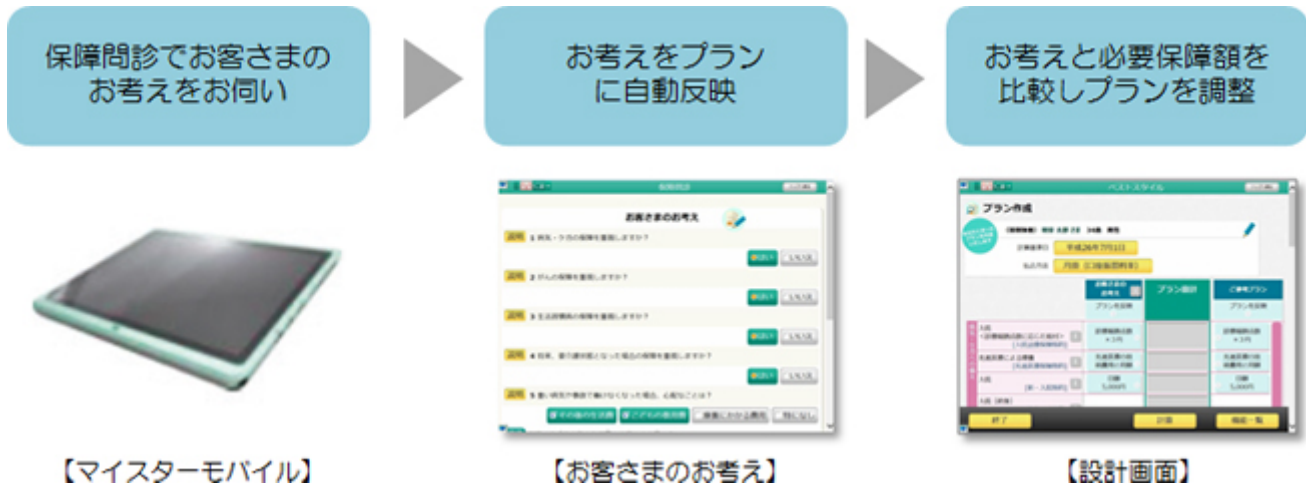


開発事例3「クイックチェック保障問診」制度

お客さまのご要望をお伺いし、ご納得いただける提案ツール

MYライフプランアドバイザー(営業職員)がお客さまに提案をする際、お客さまのご要望を今まで以上に提案内容に反映させる仕組みとして、MYライフプランアドバイザーの携帯端末を使った「クイックチェック保障問診」によりお客さまのお考えをお伺いし、お答えいただいた内容をもとに設計された保障プランと当社がおすすめする必要保障額を対比しながらプランを調整することで、これまで以上にお客さまにご納得いただける提案を実現しました。

「クイックチェック保障問診」の仕組み



開発事例4 外来時手術保障特約、退院後通院治療保障特約

医療機関で交付される領収証の自己負担額に応じて給付金額が支払われる特約

「保障・給付のわかりやすさ」を向上させた商品開発の一環として、入院医療費の自己負担に備える特約「入院治療保障特約」を取り扱っていましたが、「入院せずに手術を受けた場合や通院時も保障してほしい」というご要望をいただいております。そこで、「入院を伴わない」手術に備える「外来時手術保障特約」、退院後の通院時の自己負担に備える「退院後通院治療保障特約」を、2014年6月から新商品「ベストスタイル」でご用意しました。

ベストスタイル[※]における、病気・ケガへの備え(一部抜粋)



※いずれの特約も、メディカルスタイルにも付加できます。

その他の改善事例

改善事例1 保全手続きの電子化について

今までのお手続きは紙面で行なってきたため、お客さま面談時のお申し出にはその場で対応できませんでした。マイスターモバイルの導入により、その場で電子請求書を作成し、お客さまには手続き内容の確認と電子サインをいただくだけで、手続きを完了することができるようになりました。



改善事例2 IT技術を活用した支払査定支援システムの導入

保険金・給付金のご請求において、IT技術を活用した新たな支払査定支援システムの導入により、より正確かつ迅速なお支払いと、漏れのない確かな請求勧奨を進めています。

1. より確実で漏れのないお支払い

- ・ 診断書等における記載項目を明確化・簡素化し、証明にかかるお客さまのご負担を軽減いたしました。加えて、診断書の取付けがいない「簡易請求」のお取扱い範囲も拡大しています。
- ・ また、新システムの導入に伴い、より確実な保険金・給付金等の査定事務に移行しました。

2. より速いお支払いと請求案内の実現

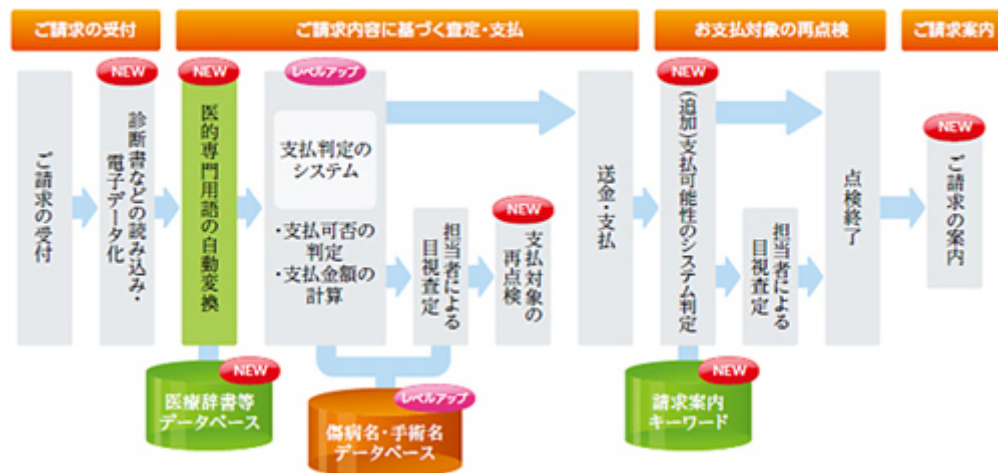
- ・ ご請求の受付から請求案内点検※までの工程について、IT技術を活用した新たな事務に移行することで、お支払いまでにかかる日数を短縮しました。

※お客さまからご提出された診断書等の情報から、ご請求された保険金・給付金の他にお支払い可能なものがないかを確認し、該当する場合には請求案内を行ないます。

3. より適切かつ効率的な支払事務態勢の構築

- ・ 新しい「支払査定支援システム」の稼働に伴って、要員効率を高めるとともに、複雑な判断が要求される業務の担当者を増やすなど、適切かつ効率的な支払事務態勢を構築しています。

保険金・給付金 総合支払査定支援システムの概要



改善事例3 65歳以上のご契約者向けご案内冊子の作成

毎年1回、ご契約者に郵送でご契約内容等をお知らせする「明治安田生命からのお知らせ」について、65歳以上のご契約者約170万人(当社ご契約者の約4分の1)を対象としたご案内冊子を新たに作成し同封しました(2013年9月から)。

このご案内冊子は、文字の大きさに加えて、保険金・給付金のご請求、受取人変更や住所変更などの特に重要な手続きについて、平易かつ丁寧に記載するなど、見やすさ・わかりやすさにいっそう配慮しています。

65歳以上のご契約者向けご案内冊子のイメージ



「CSRウェブサイト」は、保険募集を目的としたものではありません。保険商品の詳細につきましては「商品パンフレット」等をご覧ください。

お客さまの声推進諮問会議

ご契約者保護とお客さまサービス向上のための改善策等について、社外の専門家からお客さまの視点で忌憚のないご意見をいただき、経営に反映させています。

契約者保護とお客さまサービスの向上のために

社外の専門的見地からのご意見を取り入れ、契約者保護と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、2005年4月に社長直轄の諮問機関として「お客さまの声推進諮問会議」を設置しました。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、お客さまの視点で忌憚のないご意見をいただき、経営に反映させています。なお、社内委員として3人の執行役が務めています。これまでに50回開催(2014年6月現在)し、お申し出(苦情)への対応や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。

今年度においても、「お客さまの声」に基づく業務改善など、さまざまな事案に対してご意見をいただき、当社業務の改善につなげています。

VOICE お客さまの声推進諮問会議 議長

感動を生み出すというテーマは、これからの歩みに必須だと思っています。

お客さま満足度が51%という数字になったのは、お客さまへの思いを忘れず、従業員と経営陣が愚直なまでに地道に取り組んできた成果であり、心から称賛したいと思います。保険商品は食品や家電などとは異なり、普段は意識されず、何らかのきっかけや条件が整ってから購入に結びつく「非探索品・非探索財」です。ユーザー自らが積極的に探して購入する商品ではないので、お客さま満足度の数値を高めるのは難しく、頭打ちになる可能性があります。その観点からすると、ひたすら満足度ばかりを追求するのではなく、「感動を生み出す生命保険会社」という目標を掲げたことは理に適っていると思います。

例えば「安心ロードマップ」などを用いて、契約後のアフターフォローに関して明言し、保険会社との付き合い方をお客さまに対して明確にすることは、お客さまへ安心感を与えるだけでなく、明治安田生命の価値観や姿勢を発信する試みだと思います。高い満足度を維持しつつ、どのように感動を実現したらよいのかという点で、こうした取組みに期待しています。

これからのキーワードの一つは、お客さまのニーズにあわせてサービスを適合させていく「カスタマイズ」と言えるかもしれません。MYライフプランアドバイザーが、お客さまの事情や要望に応じたプランづくり、すなわちカスタマイズをしてきた例は少なくないはずですが、会社全体でカスタマイズの推進に取り組むことは、もっともとお客さまに寄り添う意志の表れだと思っています。同時に、お客さまと一緒に価値を創りあげていく「共創」という感覚を大切にしていけば、今後のさらなるサービスの進化につながるのではないのでしょうか。

ひたむきに取り組むだけでは、感動は得られません。感動を生み出すために、強い意志と信念を持って挑み続けていただきたいと願っています。



早稲田大学
商学学院 教授
恩蔵 直人 氏

VOICE お客さまの声推進諮問会議 社外委員

背景にある思いまで耳を傾ける。それが選ばれる生命保険会社への第一歩。

年々、お客さま満足度が向上し、苦情の件数も減少しつつあることは、私自身とても嬉しく思っています。しかし、お客さま満足度51%という数値が過去最高だからといってよしとするのはまだ早いように感じます。

もちろん、この数値はトップをはじめ、従業員みなさんが一丸となって頑張ってきた成果であり、高く評価できていると思っています。ですから、ここまで努力できたことに対する、さらなる期待としてとらえていただきたいのです。

アフターフォローを大切に考えるならば、その前のサービスインやビフォアサービスの時点で十分なりサーチと万全な準備を持って臨むことが重要です。アフターフォローは企業の勝手な思い込みであってはなりません。何よりも、お客さまの思いやライフスタイルに沿ったものでなければ、感動には結びつくはずもないでしょう。音でとらえる「聞く」ではなく、苦情のお申し出やご要望も含めて、背景にある思いまで「聴く」というスタンスが、これまで以上に求められていると思います。

保険の価格・サービスが多様化するなかで、明治安田生命は、お客さまに選ばれる保険会社でなくてはなりません。そのためには、将来に向けた提案やサービスの創造が欠かせないだけでなく、CSR活動の内容をもっと広く知っていただくことも重要だと考えます。昨今の日本における社会意識の高まりからすれば、社会や地域に貢献する企業を応援する層が増えることは予想できます。CSR活動に対する思いや取り組みをテーマにしたコミュニケーション施策を検討してほしいと思っています。



株式会社日本政策金融
公庫
社外取締役
早川 祥子 氏

VOICE お客さまの声推進諮問会議 社外委員

お客さまへの働きかけで大切なのは、「何故」への気づきを促すこと。

お客さま満足度向上の取り組みを継続されたことで、お客さま満足度が51%に達し、一つの区切りを迎えたことを喜ばしく思っています。さらに2014年度からは「感動を生み出す生命保険会社」をめざした新たな歩みもはじまりました。

「感動を生み出す」ために、「アフターフォロー」を主軸にされていることは、明治安田生命としての姿勢を明確にしています。超長期にわたるアフターフォローという「時間軸」に着目し、お客さまの一生を支える信念と決意を示していることは高く評価できます。

新商品の「ベストスタイル」やマイスターモバイルの導入も、アフターフォローを強化するうえで重要な施策だと思います。

今後、改めて明治安田生命として注力すべきは、「何故、アフターフォローが大切なのか？」お客さまにその価値をご理解いただき、全てのステークホルダーと、今まで以上に価値観の共有を徹底されていくことだと思います。

例えば、90歳以上の方にMYライフプランアドバイザーが、100歳以上の方にお客さまサービス部長が訪問する取り組みをされていると伺いましたが、ご高齢のお客さまにとって、大変心強い取り組みだと思います。このような超高齢化社会への布石とも言えるすばらしい取り組みを、より積極的に社会に発信していくことも重要だと思います。

また、Jリーグの協賛スポンサーになったことで、今まで以上に幅広い世代にメッセージを発信しやすくなりました。お客さまと共感を得られる場での触れあいを通じて、「アフターフォロー」を中心に据えた明治安田生命の価値観や決意を発信していただきたいと思います。



株式会社電通
国内事業部門
第2CRプランニング局
局次長 シニア・プラン
ニング・ディレクター
賀来 敏朗 氏

消費者専門アドバイス制度

お客さまへのサービス向上の取り組みに対して、消費者専門委員の方々に消費者の視点に立ったご意見・アドバイスをいただいています。

消費者視点の具体的な意見・アドバイスを収集

当社は、消費者視点の意見を収集するため、2008年5月に「消費者モニター制度」を創設し、2009年5月に「消費者専門アドバイス制度」と名称を変更して運営しています。

これは、消費生活センターで相談業務に携わる有資格者や、他業態のお客さま対応部門、消費者関連団体の役職者など22人で構成する「消費者専門委員」から、当社のさまざまなお客さまサービス向上の取り組みについて、消費者視点での具体的な意見・アドバイスを収集する制度です。

制度創設時は、当社の手続書類、募集資料、各種情報提供資料等を対象に意見収集していましたが、2009年度以降は、制度の名称変更とともに、会社が展開するお客さまサービス全般に対象を拡大し、「消費者専門アンケート」を年3回実施するほか、「消費者専門家懇談会」を東京と大阪で年3回ずつ開催しています。



消費者専門家懇談会(東京)



消費者専門家懇談会(大阪)

2013年度に実施した懇談会およびアンケートのテーマは、次のとおりです。

	第1回(2013年6月)	第2回(2013年10月)	第3回(2014年2月)
消費者専門家懇談会	ディスクロージャー小冊子「MEIJIYASUDA INFORMATION 2013」の活用について	「契約者年齢65歳以上向け『ご契約者のみなさまへ』冊子」について	「安心ロードマップ」について※
消費者専門アンケート	「お客さまの声」白書2013について	「推奨行動」コンテスト選考について	団体保険の「ご契約内容のご案内」について等

※「安心ロードマップ」: 当社のアフターフォローに対する考え方を説明し、今後いつどのようなサービスを提供するかをご案内する冊子

今後も「消費者専門アドバイス制度」を活用し、さらなるお客さまサービスの向上に取り組んでいきます。

「消費者専門家懇談会」「消費者専門アンケート」などで寄せられたご意見

ディスクロージャー小冊子「MEIJIYASUDA INFORMATION 2013」の活用について

- ・ 巻頭見開きページについて、落ち着いた色調でよい。また、文字が大きくわかりやすい。
- ・ 社会貢献活動のページやフォトコンテストのページは見えて楽しい。
- ・ 「順ざや・逆ざや」等の専門的な言葉は、一般の人にはわかりにくいので、補足説明があるとよい。
- ・ ソルベンシー・マージン比率等の指標について、数字を聞いてもよいのかどうかかわからないので、判断の目安になるものを入れた方がよりわかりやすい。
- ・ お客さま満足度調査の結果が年々上がっているのはよいことであり安心につながるので、お客さま満足度調査結果を掲載してはどうか。

「契約者年齢65歳以上向け『ご契約者のみなさまへ』冊子」について

- ・ 文字が大きく、情報量をしぼり、ポイントを押さえた内容なので高齢者に大いに適している。
- ・ コミュニケーションセンター電話番号の下に、音声案内「用件別番号」を記載しているのがすばらしい。
- ・ 用紙が薄いので、ページがめくりにくい。用紙を厚くするか、インデックスを作る等の工夫が必要。
- ・ 「配当金のしくみ」は、難しく理解し辛い。むしろコミュニケーションセンターやMYライフプランアドバイザーへの照会に誘導する記載にしてはどうか。

「安心ロードマップ」について(今後ご提供するサービスのご案内冊子)

- ・ アフターフォローを重視する会社の姿勢が率直に表現されており好感が持てる。
- ・ ご結婚などの「ライフイベント」の記載には、文字だけでなくイラストを使うなど、見やすさ、わかりやすさに配慮した工夫をしたほうがよい。
- ・ 冊子が重厚すぎる印象があるので、もう少しポイントをしぼり簡素な作りにしてはどうか。
- ・ 対面の説明に対し、わずらわしいと思う人もいるので、お客さまの状況・要望に合わせた訪問活動が必要。

「お客さまの声」白書2013について

- ・ 全体として、平易な言葉で書かれており、わかりやすい。
- ・ ボリューム感もほどほどで、文字の大きさや色使いなども見やすく改善され好感がもてる。
- ・ お客さまアンケート結果では、お客さま満足度が上がったことだけでなく、「不満」が減っているか、満足していない人への対応をどうしていくかなどを盛り込むとよい。

これらの「声」をもとに、当社の各種情報提供資料や販売資料等がいつそうわかりやすくなり、お客さまサービスの向上につながるよう努めていきます。

VOICE 消費者専門委員

「お客さま満足度向上」のための真摯な取り組みを実感

消費者専門アドバイス制度の委員をお引受けし、ホームページの構成や契約者等へ送付される各種のお知らせ書面をはじめ、広くお客さまサービス全般についてさまざまな意見交換をさせていただきました。

委員として、消費者がどのように感じ、どのように行動するのかということをお伝えすることが大切と思い、意見を述べさせていただいております。

こうした意見を取り入れていただき、消費者にとって分かりやすくなったホームページや書面の数々を拝見するのは喜ばしいことです。

また消費者専門家懇談会を通し、「お客さま満足度向上」のために、さまざまな部署で真摯に取り組んでおられることを実感し、頼もしく思っております。

今後とも誠意をもって消費者と向き合い、信頼関係を築き、維持していかれるよう期待しています。



公益社団法人 全国消費
生活相談員協会
消費生活専門相談員
田中 雅代 氏

VOICE 消費者専門委員

「感動サービス」の提供により、お客さまとの絆が強くなることを期待

「消費者専門家懇談会」において、「お客さまの声」を日々の活動やパンフレット、冊子などに活かした事例や、社外の有識者の意見やアドバイスを真摯に聞く姿勢などを拝見し、明治安田生命が「お客さまの声」を大切にしている会社であると強く感じました。

また、「消費者専門アドバイス制度」を有効に活用されていると思います。

保険は、お客さまとお客さまのご家族が生涯安心して過ごすための大事なサポートです。

私ども食品業界と同様に、生命保険業界においても、お客さまに信頼と安心を提供することが大切だと思います。

そして、少子高齢化が進む現在の日本において、保険会社の役割と社会的使命はますます重要になってまいります。

今後も「お客さまの声」に耳を傾け、根岸社長がかかげる「感動サービス」を提供し続けることで、お客さまとの絆をさらに強くしていかれることを期待しております。



麒麟株式会社
お客様相談室
室長
坂倉 忠夫 氏

VOICE 消費者専門委員

消費者としての目線を大事に

生命保険は非常に難しい商品ですが、消費者の生活設計にとって必要であり、その人その人の一生に長期にわたってかかわる商品です。消費生活センターでの生命保険の苦情等相談では、争点を双方に理解してもらうことから始まります。保険会社は約款や規定を根拠にしますが、消費者は実際の生命保険契約時に、内容を理解していない、十分な説明を受けていないことでトラブルになることが多いようです。双方の格差を埋めていくことが保険会社と相談員のあっせんの合意形成につながり、解決することで商品づくりの一助になっていると信じています。明治安田生命の消費者専門委員として、常に考えていることは商品内容を簡略にしてほしいということです。まず広告を見て説明を聞き、次に保険の設計書で選択できる、消費者に分かるような生命保険商品ができることを望んでいます。約款も消費者に分かる平易な文章になるように消費者目線を愚直に提案していきたいと思っています。



NPO法人
消費者情報ネット
理事長
石原 純子 氏

VOICE 消費者専門委員

消費者の声を真剣に受け止め、改善しようとする姿勢

消費者センターには多種多様な相談が寄せられます。なかでも生命保険はさまざまな機能の保険種類を組み合わせることが多く、消費者に分かりにくいという面があります。消費者と事業者の間には情報や交渉力に格差があるため、事業者は消費者にとって分かりやすい表示や説明が求められます。

消費者専門家懇談会に出席して思うのは、明治安田生命は、「消費者の声を真剣に受け止め、改善しようとする姿勢」が感じられることです。また、私たち消費者専門委員の意見や指摘を参考に、消費者の満足度を上げるための努力を積み重ねておられます。ホームページも、とても見やすくなりました。このような取り組みは、保険商品の分かりやすさを追求し、消費者が安心して生命保険に加入できることをめざしておられるからだと思います。今後も消費者側の視点に立った取り組みを期待しております。



公益社団法人 日本消費
生活アドバイザー・
コンサルタント協会
消費者相談室
日高 美保 氏

正確で迅速なお支払い体制

お客さまに対して正確・迅速に保険金・給付金のお支払いを実施し、また、お支払いのまれやご請求のまれが生じないよう、チェック機能を強化した支払管理態勢を構築するとともに、お客さまに対するわかりやすいご説明・ご案内の充実に努めています。

「確かなお支払い」を確保するための支払管理態勢の整備

保険金・給付金の支払業務の適切性を強化するため、重層的な支払管理態勢・事後検証態勢を構築しています。

＜支払管理態勢＞

ご請求いただいた案件を二重にチェックし、保険金・給付金を適切にお支払いするとともに、ご請求いただいた内容以外の保険金・給付金にもお支払いの可能性がないかを確認し、随時、お客さまへのご案内を実施しています。

また、2008年6月からは、お客さまが保険金・給付金などをご請求する際に診断書(原本)をご提出いただいたにもかかわらず、お支払いの対象とならなかった場合に、取得費用の一部をお支払いしています。これは、お客さまの声を受けて、お客さまにご請求いただきやすい環境を整備した改善例の一つです。

＜事後検証態勢＞

支払査定の適切性をチェックする仕組みとして、弁護士等の社外専門家を委員とする「保険金等支払審査会」を設置しています。

また、支払業務が適切に実施されているかについて日常的な検証を実施するため、支払査定ラインとは独立した専門組織として、支払担当部署に「支払審査室」を設置しています。

内部監査態勢については、支払管理部門に対する監査の充実に図っているほか、特に保険金等支払管理態勢の機能発揮状況については、適宜、監査委員会が報告を受け、必要に応じて内部監査部に指示する態勢を整備しています。

お客さまの利便性向上

保険金・給付金をもれなくご請求いただくためのお手続きのご案内や、お支払いする場合・お支払いできない場合の事例を紹介した冊子「保険金・給付金のご請求について」をご用意し、お支払いに関するご説明の充実に努めています。

当冊子はお客さまからのご照会事項等を踏まえ、随時見直しを図っており、2014年度は、外部の専門家のご意見を踏まえ、色覚障がいのある方や高齢者など、誰にでも分かりやすい帳票となるよう配色等を修正しています。

また、保険金・給付金をご請求いただくためのお手続きに関しては、お客さまの利便性の向上にむけ、お手続きの簡素化・迅速化を進めています。

給付金のご請求手続き時に一定の条件を満たす場合には、当社所定の「診断書」に代えてお客さまご自身にご記入いただく「入院・通院状況報告書」によるお取り扱いとするほか、診断書原本に代えて診断書(コピー)によるお取り扱いとするような基準の緩和を開始しています。

また、死亡保険金のご請求手続き時に一定の条件を満たす場合には、当社所定の「死亡証明書」に代えて「死亡診断書(死体検案書)」の写しでお取り扱いを開始するなど、お客さまの利便性向上に努めています。

2012年度から順次稼働させた「IT技術を活用した支払査定支援システム」の完成により、新たな支払事務態勢を構築し、査定品質の一段の向上を図っています。

MYライフプランアドバイザーの取組み

当社では、「MYライフプランアドバイザー」(営業職員)が、ご加入時においては適切な情報提供やこれまで以上に納得いただける提案活動を、ご加入後においては定期的な点検やお手続きのサポートなどのアフターフォローを、お客さま一人ひとりに寄り添って対面で実践することで、お客さまに確かな安心を感じていただけるよう取り組んでいます。

質の高いコンサルティング活動の充実

市場調査の結果、生命保険のご加入にあたって「社会保障制度を含めた総合的なアドバイス」や「人生設計やニーズを加味した提案」を強く要望されていることがわかりました。

これをふまえ、生命保険のご加入に際して、公的年金・医療保険等に関する「社会保障制度」の情報提供に加えて、お客さまのご要望をお伺いする「クイックチェック保障問診」の導入により、お答えいただいた内容をもとに設計された保障プランと、当社がおすすめする必要保障額とを対比しながら保障内容を決定していく提案スタイルを実現しました。このような取組みを通じて、納得感や安心感をもって生命保険にご加入いただけるよう努めています。

また健康・医療等の情報提供やお客さまに毎年訪れる節目(お誕生日・結婚記念日等)に「おめでとう」「ありがとう」の気持ちをお届けすることで、お客さまとのリレーションを深めていく活動も行なっています。

社会保障制度や商品のポイントについてご理解いただくためのパンフレット・ツール等



社会保障制度
ご説明ブック



クイックチェック
保障問診

「安心サービス活動」によるアフターサービスの充実

ご契約内容等の確認・特に重要な情報のご案内

「ご契約内容の概要」や「ハッピーレポート(年次報告書)」を活用し、ご契約内容の説明を通じて、お客さまご自身に現在ご加入の生命保険に対するご理解を深めていただくとともに、保険金・給付金のご請求の有無について確認するための活動を行なっています。

あわせてご契約者の事前承諾を前提に、受取人様に対しても、万一の場合の連絡先やご請求方法等についてご案内する活動を行なっています。

また、お客さまの関心が高い各種情報提供セミナー(相続・年金・介護など)のご案内活動も行ない、アフターサービスのさらなる充実に努めています。

なお、2014年6月発売の総合保障商品「ベストスタイル」にご加入いただいたお客さまには、アフターフォローを解説した冊子「安心ロードマップ」をお届けし、ご契約終了までの長期にわたりご安心いただける対面のアフターフォローをご提供します。

ご契約内容や重要な情報について、ご理解いただくためのツール等



ご契約内容の概要



ハッピーレポート



安心ロードマップ

各種情報のお届け

経営活動や健全性・業績などをわかりやすく紹介した小冊子「MEIJIYASUDA INFORMATION」等のお届けを通じて、今後も安心してご契約を継続いただけるよう決算情報等をご確認いただく活動を行なっています。

また平成22年度税制改正に伴い、この生命保険料控除制度が改正されましたが、「生命保険料控除申告額試算サポートツール」を用いて、制度改正に対応した生命保険料控除申告額のご案内も行なっています。



MEIJIYASUDA INFORMATION

VOICE

大切なお客さまに寄り添うMYライフプランアドバイザーとして

私が日々の活動で心掛けていることは、お客さまに真に寄り添えるMYライフプランアドバイザーになることです。より多くのお客さまにお会いできるよう、事前にお約束を取らせていただくことや、お客さまのご年齢や環境に合わせ、お電話だけでなく、お手紙やメールなどお客さまの状況に応じた最適な方法でご連絡を差し上げることで、そして、ご訪問の際には、お客さまが求められている以上のサービスを提供できるよう努めています。

大切な保障をご提案させていただく際には、ご家族を交えて、そのご家庭に合致した保障内容や社会保障制度をご説明することで「安心」をご提供できるよう心掛け、その上でお客さまのライフサイクルの変化にもご対応いただけるよう5年先、10年先のご家族のことを想定しながら提案させていただいております。

アフターフォロー、特に給付金のお支払い等、重要な手続きでは、一日でも早くお客さまのお役に立てるよう、素早く、そしてミスなくお手続きを完了させることを心掛けています。

当社では、「感動を生み出す生命保険会社」をめざし、MYライフプランアドバイザーによる対面のアフターフォローを通じて、確かな安心を感じていただけるよう取り組んでおります。私もより多くのお客さまへ10年・20年先まで「安心」と「感動」をご提供し、お客さまにいつそう「信頼」されるMYライフプランアドバイザーになれるよう努力してまいります。



姫路支社 加古川営業所
支部マネジャー
濱田 好江

営業端末(マイスターモバイル)の導入による対面でのサービスの充実

2013年9月から順次、全国のMYライフプランアドバイザー向けにタブレット型営業端末(マイスターモバイル)を導入しました。大きく見やすい画面、簡単操作で、お客さまに分かりやすいお手続きを行なうとともに、便利なサービスを提供します。

MYライフプランアドバイザーによる対面でのサービスのわかりやすさ向上

モバイル機能により、設計プランの修正、ご契約内容、WEBサービスなど、必要な情報がお客さまのもとで即座にご確認いただけます。また、社会保障制度、税制等、生命保険に関するお役立ち情報を、動画などを活用して、よりわかりやすくご説明します。



営業端末(マイスターモバイル)

電子手続きの導入により、簡単でスピーディーなお手続きを実現

営業端末(マイスターモバイル)の画面上でお手続き内容をご確認のうえ、電子サインをいただくことで、簡単かつ迅速にお手続きができます。お客さまには、請求書類にご記入・押印いただく手間がなくなります。



電子手続きのイメージ

社内教育検定制度

多様化・高度化するお客さまのニーズに的確にお応えするために、生命保険および損害保険に関する専門知識に加えて、金融・税務に関する幅広い知識も身に付けたMYライフプランアドバイザーによるコンサルティングとアフターフォローを推進しています。

そのため、お客さまからのご要望への対応力をさらに向上させるために、MYライフプランアドバイザーを対象に「社内教育検定制度」を実施し、必要な知識・スキル・マナーの習得を目的とした教育・研修と検定を制度化しています。また、所定の教育・研修の受講状況、およびその習得・到達レベルを確認するため、「知識試験」と「実技試験」から構成される「社内検定試験」を原則、毎年実施しています。

なお、全社の教育レベル(知識・スキル・マナー・コンプライアンス等)に格差が生じないように、「社内検定基本テキスト」を主たる教育教材として発行し、記載内容も本社で一元管理を行なっています。



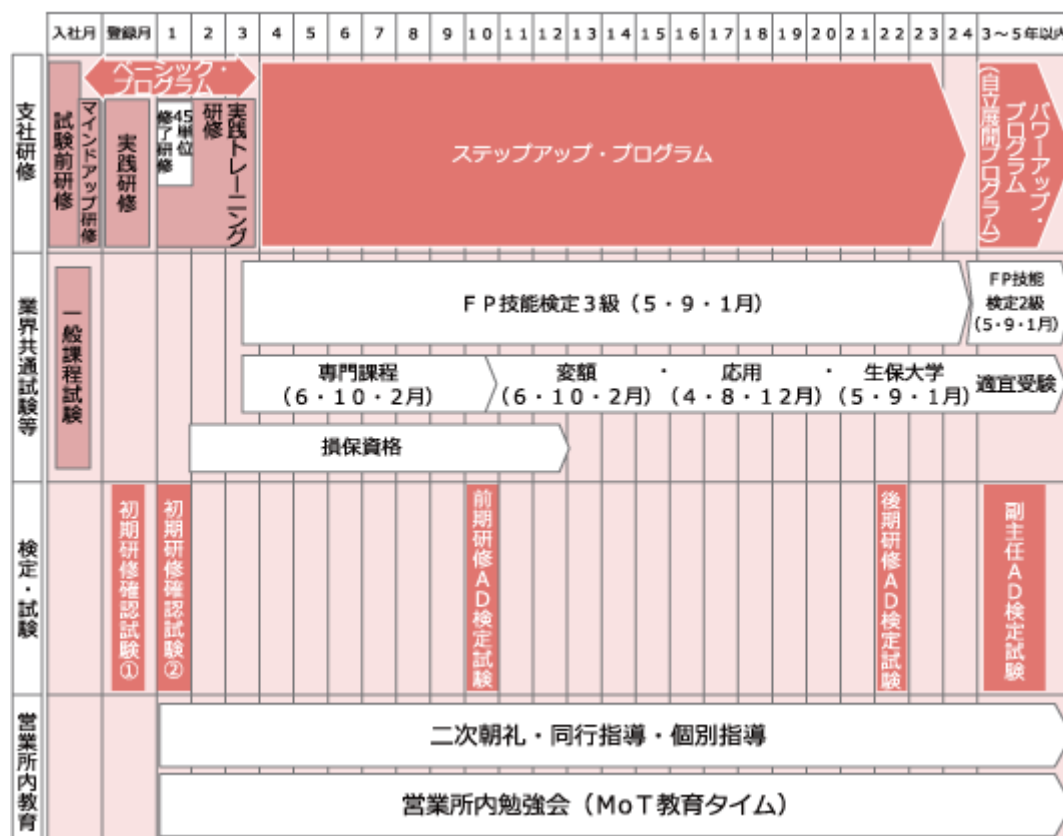
社内検定試験の様子



社内検定基本テキスト

MYライフプランアドバイザーの教育・研修体系

- ・ 入社後5年間を育成期間と定め、お客さまの立場に立ったコンサルティングやアフターフォローの習得を目的に、MYライフプランアドバイザー教育を推進しています。特に入社初期のMYライフプランアドバイザーを育成する「実践トレーニング室」を全国に、また本部には「基礎トレーニングセンター」を設置し、お客さまに選ばれる人材の育成に向け、態勢を強化しています。
- ・ 入社2年以内のMYライフプランアドバイザーの初期教育訓練については、生命保険業界共通試験合格に向けたカリキュラムとリンクさせた研修体系を構築しています。
- ・ あわせて、2014年度より資格・能力に応じた教育・育成プログラムを実施しており、支社集合研修・営業所内研修に加え支社スタッフによる確認等、役割を明確化して、教育効果の向上を図っています。



ファイナンシャル・プランナーの育成

- ・アフターサービス力やコンサルティング力の維持・向上に加え、コンサルティングにかかわる幅広い知識習得を目的として、国家資格である「ファイナンシャル・プランニング技能士^{※1}」の資格取得を推進しています。
- ・多様化・高度化するお客さまのニーズにお応えして最適な保険商品を提案・提供するためには、お客さまの立場に立ったコンサルティングが欠かせません。そこで当社は、お客さま一人ひとりの人生設計に則した資金計画・資産運用をアドバイスする「ファイナンシャル・プランニング技能士」の育成に力を入れており、資格取得と合わせ、より高度なFP知識を習得するため上位資格取得を積極的に推進しています。
- ・資格取得に向けては、各支社に配属されている育成支援担当^{※2}が中心となって研修会を実施しています。また、資格取得者には、FP知識の維持向上を図るため、最新情報の定期的な提供を行なっています。

※1 ファイナンシャル・プランニング技能士

ファイナンシャル・プランニングについての専門的な知識や技術を一定水準以上有していることを示す国家資格。1～3級までの資格があり、一般社団法人金融財政事情研究会とNPO法人日本ファイナンシャル・プランナーズ協会が実施する「ファイナンシャル・プランニング技能検定」に合格することによって取得できます。

※2 育成支援担当

主にFP資格取得に向けた事前対策研修などを担当する者。FP資格取得の推進とともに、FP知識を活用したコンサルティング力向上のための研修・支援等を実施しています。

FP資格保有者数・保有率

	2006年 9月	2007年 9月	2008年 9月	2009年 9月	2010年 9月	2011年 9月	2012年 9月	2013年 9月	2014年 3月
保有者数(人)	3,668	7,711	14,612	17,724	20,886	20,957	21,602	21,276	21,302
保有率(%)	11.9	25.7	48.7	59.0	69.3	69.6	73.4	73.6	74.3

VOICE

幅広い知識でより多くのお客さまに安心をお届けするよう努めています

社内検定試験やFP資格取得を通じお客さまの生命保険のプランのみならず、ご家族を含めたライフプランのご相談やアドバイスをさせていただくことができるようになりました。

近來、目まぐるしく変わる医療環境や税制。その都度、多様化するお客さまニーズを考え情報提供を行ないお客さまの立場で長期的かつ総合的な視点で活動しています。その際にはお客さまのご家族構成や状況、収支や資産内容等もお伺いさせていただきますが、日頃の活動を通じて様々な情報をお客さまよりいただけることに大変感動しています。先日も現在介護に直面しているお客さまのお話を伺いました。現在の身体的、経済的な不安といつかご自身が要介護状態になった時の子供たちへの思いが切実に伝わってきました。社会保障での不足と自助努力で備えるべき介護保障をご案内させていただき、将来への備えができたことにとても安心いただけました。これからもお客さまにさらなる安心をお届けできるよう知識習得に努めてまいりたいと思います。



福井支社 福井営業所
MYライフプランアドバイザー
松井 智子

販売チャネルの多様化と新たなマーケット開拓

お客さまのご要望に対応し、チャネル特性に応じた商品を販売しています。

新規チャネルへの取り組み

来店型店舗の展開

お客さまの生活スタイル・購買ニーズの変化と生命保険加入チャネルの多様化が進むなか、「お客さまにとってより身近な場所で、お客さまの都合で気軽に立ち寄れる」窓口として、二つのタイプの来店型店舗を展開しています。

保険がわかるデスク

自社商品のみを取り扱う「保険がわかるデスク」は、医療・介護の保険から生命保険を活用した資産形成まで、幅広くお客さまの相談・ニーズにお応えするよう、専門スタッフを配置し、平日は19時まで、土曜日(一部店舗を除く)も営業しています。

2009年5月に新宿に1号店を開業以来、首都圏・大阪・名古屋に現在10店舗を展開しています。

丸の内、越谷店は、パブリックスペース「MYカフェ」を併設した新コンセプトの店舗です。また、池袋、横浜、川崎、浦和、越谷、栄の各店舗は、お子さま連れでもゆっくりと保険相談を受けていただけるよう、キッズスペースを設置しています。



保険がわかるデスク浦和



保険がわかるデスク西梅田



保険がわかるデスク丸の内
MYカフェ



保険がわかるデスク川崎
キッズスペース

ほけんポート

自社商品のみならず他社商品も取り扱う「ほけんポート」※では、お客さまの「自ら保険を選ぶ」というニーズにお応えするために、生命保険・損害保険あわせて17社66種類(2014年4月現在)の保険商品をそろえ、専門スタッフがお客さまの視点に立ってご相談にお応えしています。

現在、新宿店、南砂町SUNAMO店、自由が丘店、大宮DOM店の4店舗を展開しています。



ほけんポート南砂町SUNAMO店

二つのタイプの来店型店舗とも、お客さまが活用しやすいよう利便性の高い立地、営業時間の拡大、ご来店いただきやすい雰囲気づくりに努めています。

※「ほけんポート」は関連会社(株)MYJで運営しています。

インターネットの展開

生命保険加入を検討する際にインターネットを活用するお客さまが増加するなか、「明治安田生命公式ホームページ」にて、各種商品の資料請求や保険料シミュレーション機能などのコンテンツを用意しています。

また、スマートフォンのご利用が増えていることから、2014年3月からスマートフォン専用サイトを拡充し、お客さまの利便性のさらなる向上に努めています。

明治安田生命公式ホームページ



保険をご検討中のお客さまページ



スマートフォン専用ページ

※スマートフォンのお客さまは、トップページ

(<http://www.meijiyasuda.co.jp/>)より

ご覧ください。

インターネットによる各種情報提供

ご契約者専用WEBサイト MYほけんページ

お客さまとの接点の拡充と利便性向上を目的として当社ホームページにご契約者専用WEBサイト「MYほけんページ」を開設しています。「MYほけんページ」へのご登録により個人保険および個人年金保険にご加入のすべてのお客さまが、さまざまなサービスをご利用いただけます。

ご利用いただけるサービス

- ①ご契約内容の照会、一部お手続きや書類のご請求ができます。
- ②充実のご契約者専用サービスとして健康・医療・介護関連サービスをご利用いただけます。サービスについては順次拡充してまいります。

<健康・医療関連サービス>

- ・セカンドオピニオンサービス(ベストスタイル専用サービス)
- ・24時間健康相談サービス
- ・24時間妊娠育児相談サービス
- ・郵送検診優待利用サービス
- ・スポーツクラブ優待利用サービス
- ・その他先進医療情報等、医療に関する各種情報提供サービス 等

<介護・障がい関連サービス>

- ・24時間介護相談サービス
- ・障がい相談サービス
- ・各種介護関連サービス取次、紹介 等

- ③社会保障制度の概要、生命保険に関する税金など、生命保険を考える際に役に立つさまざまな情報をわかりやすくご紹介しています。

2014年4月より「MYほけんページ」の一部をスマートフォンでも快適にご利用いただける画面に改訂を行ないました。これからも順次対応を進めてまいります。

当社のタブレット型営業端末「マイスターモバイル」からも「MYほけんページ」へご登録、また各種サービスのお申込みがいただけますので、その際は担当のMYライフプランアドバイザーにお申し出ください。



ご契約者専用WEBサイト
「MYほけんページ」



スマートフォン専用ページ

セカンドオピニオンサービス



2014年6月からベストスタイル加入者(被保険者さま)専用サービスとして「セカンドオピニオンサービス」を無料でご提供しています。本サービスではお客さまがより良い治療法を検討し、安心して治療が受けられるよう、各専門分野の総合相談医との面談を予約します。面談の結果、高度な専門性が必要と判断された場合には、優秀専門臨床医の紹介を行ないます。

介護総合情報サイト



2011年11月に開設した介護総合情報サイト「MY介護の広場」では、ますます身近な問題となりつつある高齢者の介護について、介護経験のない人やご家族の介護を行なう人、介護の現場で働く人まで、それぞれの立場に役立つ情報・サービスを提供しています。

2014年度は、病気・医療に関する情報を拡充するなど、当社のお客さまをはじめ、どなたでもご利用いただくことができ、必要な情報に出会える場所として、よりいっそうの充実を図ってまいります。



介護総合情報サイト「MY介護の広場」

銀行等金融機関窓口販売の取り組み

全国の金融機関で当社生命保険商品をお取り扱い

当社は、全国の金融機関等(都市銀行、地方銀行、信託銀行、信用金庫、証券会社等)と募集代理店委託契約を締結し、個人年金保険や終身保険を販売しています。一時払商品(定額個人年金、変額個人年金、終身保険)のほか、平準払商品(定額個人年金、介護終身保険)も取り扱い、お客さまの多様なご要望にお応えできるよう努めています。

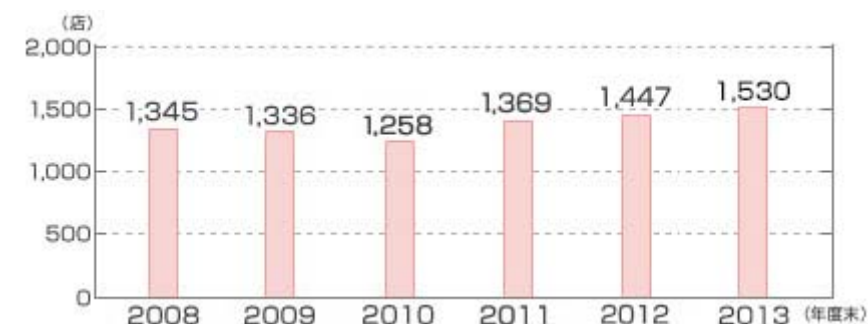
代理店チャネルでの取り組み

当社は、前述の金融機関等以外にも、保険専門代理店等を中心とした法人代理店、税理士代理店、個人代理店等と募集代理店委託契約を締結し、代理店チャネルの体制を整備・強化しています。

法人代理店・税理士代理店では、主に、事業保障資金対策・事業承継対策や相続対策等のニーズをお持ちの経営者の方々に対しコンサルティングを実施し、生命保険の有効活用をご提案しています。

個人代理店では、死亡や医療保障、さらには資産形成・老後保障対策等、多様化するお客さまのニーズに対応し、目的にあった幅広い商品を提供するとともに、きめ細やかなアフターフォローに努めています。

代理店数



※金融機関代理店を含む

代理店支援体制および教育・研修体系

全国に約190人の代理店営業担当を配置し、代理店を直接的かつタイムリーにサポートする体制を構築しています。

法人代理店に対しては、インターネットを活用した代理店支援システムである「MYLINCエージェントダイレクト※」を提供し、販売をサポートしています。

代理店に対しては、業界共通の研修に加え、その特性やニーズに応じ、教育・研修プログラムの整備を進めるとともに、コンプライアンスも含めた研修講師の派遣、教材の提供等、代理店支援に取り組んでいます。

今後も支援体制および教育・研修体系のいっそうの充実に努め、お客さまニーズの多様化に適切に対応するとともに、お客さまサービスの充実を図っていきます。

※ MYLINCエージェントダイレクト

保険販売に必要な、設計書作成・手数料照会等の機能をWEB上で提供している代理店支援システムです。保険販売のサポートシステムとしてご利用いただいています。

代理店研修体系

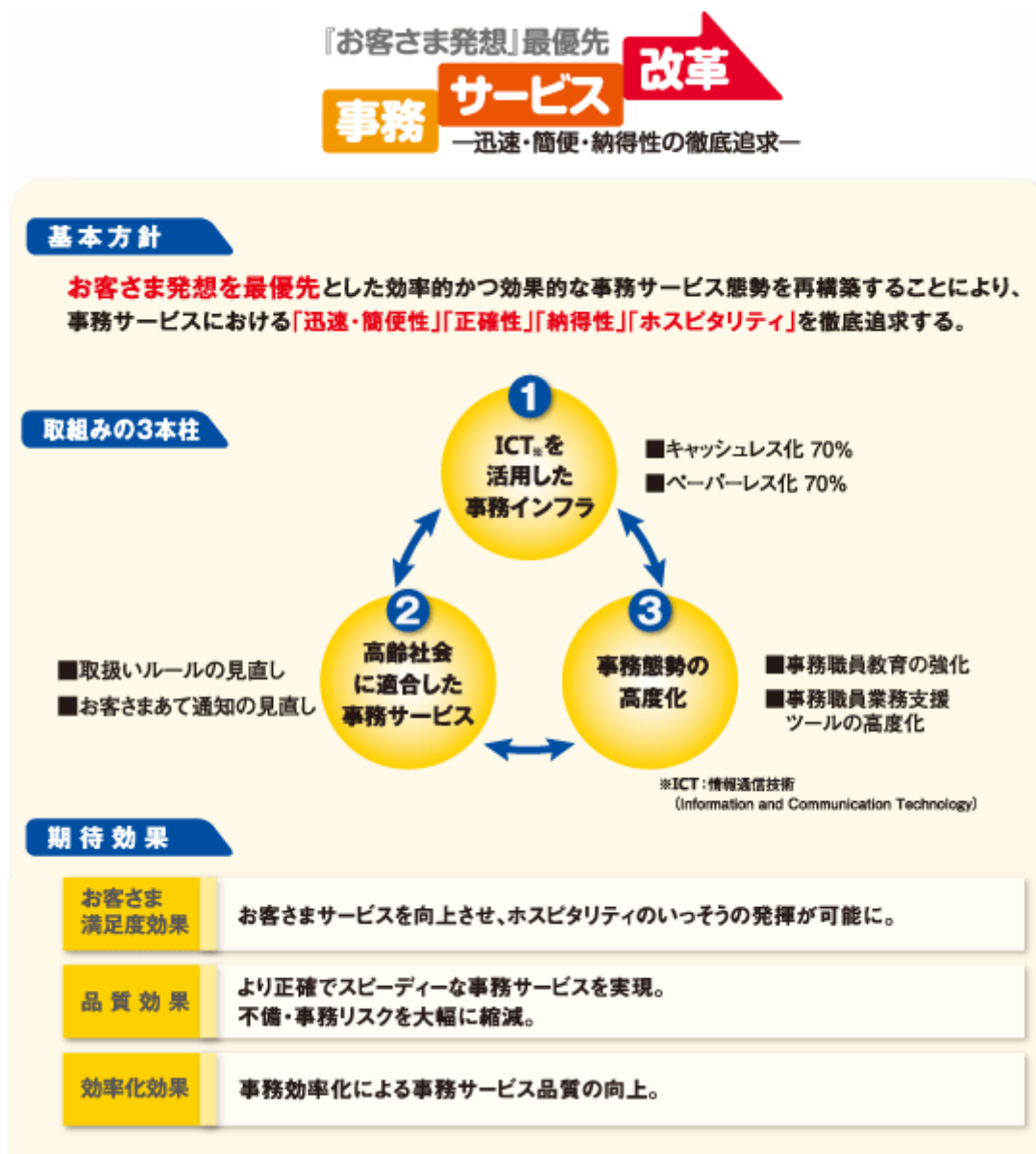
導入研修	業務委託説明会	●代理店業務の概要 ●明治安田生命の会社概要 等
	登録前・後研修(業界共通)	●商品概要 ●コンプライアンス研修 ●販売実務研修 等
スキルアップ研修(法人代理店向け)		●新任者およびフォローアップ研修 ●生命保険商品研修・FP知識研修 ●税務セミナー 等
コンプライアンス・販売研修(個人代理店向け)		●コンプライアンス事例研究 ●保険業法等の法令の解説および留意事項 ●商品勉強 等

「お客さま発想」最優先の事務サービス改革の取り組み

2011年度下期から、お客さま発想を最優先として事務サービスの構造的・抜本的な見直しを行なう「事務サービス改革」に取り組んでいます。

基本となる取り組み

【「事務サービス改革」の俯瞰図】



①ICT※の戦略的な活用によるペーパーレス化、キャッシュレス化の推進

※ICT:情報通信技術(Information and Communication Technology)

■キャッシュレス化の取り組み

従来、第1回保険料をお申込時に現金でお支払いいただく必要がありましたが、契約成立後に口座振替でお支払いいただく取扱い※を2013年4月から開始しました。

※一部対象外となるご契約がございます。

■ペーパーレス化の取り組み

営業端末(マイスターモバイル)の導入により、積立配当金お支払いやご契約者貸付等の各種お手続きを2013年9月から電子化しました。お客さまには、画面上でお手続き内容をご確認のうえ、電子サインをいただくことで、簡単・迅速なお手続きを行なっていただけます。



電子手続きのイメージ

②高齢社会に適合した事務サービス態勢の構築

■お手続き方法の簡素化

お身体の障がい等により、書類の記入等が困難なお客さまが円滑にお手続きできるよう代筆によるお手続きの取扱いを拡充しました(2012年11月から)。また、各種お手続きの提出書類の簡素化を推進しています。

■65歳以上のご契約者向けご案内冊子の開発

毎年1回、ご契約者に郵送でご契約内容等をお知らせする「明治安田生命からのお知らせ」について、65歳以上のご契約者約170万人(当社ご契約者の約4分の1)を対象としたご案内冊子を新たに作成し同封しました(2013年9月から)。このご案内冊子は、文字の大きさに加えて、保険金・給付金のご請求、受取人や住所変更等の特に重要なお手続きについて、平易かつ丁寧に記載するなど、見やすさ・わかりやすさにいっそう配慮しています。

65歳以上のご契約者向けご案内冊子のイメージ(2013年度版)

〈表紙〉

〈中面〉



③事務態勢の高度化

より高品質な事務サービスをご提供できるよう、支社・営業所等においてお手続きなどの事務サービスを担う事務職員を対象とした「基礎知識習得プログラム」を導入し、実務知識・スキルの向上に取り組んでいます。

グループインタビューを通じた「お客さまの声」の反映

「事務サービス改革」は本社と支社・営業所が一体となって創りあげることが推進のコンセプトとしています。このため、全支社の営業所事務職員から「事務サービス改革推進リーダー」を、本社担当部から「事務サービス改革推進サポーター」を任命しています。推進リーダー・サポーター等による少人数でのグループインタビューを定期的に行う等、双方向かつ本音ベースのコミュニケーションを通じ、改革を推進しています。



グループインタビューの様子

VOICE

お客さま発想を最優先としてお客さまの期待を超える事務サービスを実現します

事務サービス改革を通じて、お客さまの利便性・納得性を徹底追及し、お客さまの期待を超える事務サービスの実現を目指しております。

今年度は5か年計画の4年目にあたり、特に重要な取り組みが目白押しです。私は現在、手続き書類の「ペーパーレス化」に取り組んでいます。2013年に新たに導入されたマイスターモバイルでは、一部の保全手続きが紙面ではなく画面上での確認と電子サインをするだけで、その場で手続きが完了します。

これによりお客さまの記入負担を大幅に軽減することができ、手続きが簡単になったと、お客さまからも好評です。今後は対象手続きを拡大していき、より利便性が高いサービスを追求してまいります。

最後になりますが、お客さまに、いつまでも、明治安田生命のファンでいただくためにお客さま目線ということを常に忘れずに改革を進めていきたいと思っています。



事務サービス企画部
事務企画グループ
スタッフ
田元 龍馬

法人のお客さま満足度向上へ向けた取り組み

法人(企業・団体)のお客さまと、所属員のみなさまにご満足いただけるよう、より良い商品・サービスの提供、わかりやすい説明、きめ細かい対応に努めています。

お客さまの課題解決のサポート

昨今の経済情勢、雇用動向の変化など、企業・団体を取り巻く環境は常に変化し、かかえる課題也多岐にわたります。

当社法人営業部門では、お客さまのコア・パートナーとして、個々の課題解決へ向けた一助となるべく、「福利厚生」「退職金・年金」「団体保険」「金融全般」などに関するさまざまな情報のご提供、ご提案を行なっています。お客さまに満足していただけるコンサルティング営業、事務・サービス体制の充実、また、所属員のみなさまにもご納得いただける、わかりやすく、迅速で、きめ細やかな対応に努めています。

退職金・年金制度に関する取り組み

企業年金は、企業会計基準・資産運用環境・労務環境などの退職給付制度をとりまく環境の変化により、さまざまな課題をかかえています。

当社は、企業年金が直面する課題の解決の一助として、お客さまの退職給付制度の見直しやそれに伴う年金資産運用の見直しなど、お客さまのニーズに合わせた情報提供やご提案を行なっています。

特に、年金資産の運用につきましては、不安定な運用環境が続くなか、運用安定化に資する運用手法や具体的な運用方法について、きめ細かいご提案および情報提供を行なっています。

また、所属員のみなさまが年金資産の運用を行なう確定拠出年金につきましては、セミナー開催やインターネットを介した学習等の投資教育プログラムにより、みなさまの理解が深まるようお客さまをサポートしています。



企業年金に関する情報提供資料

VOICE

「感動を生み出すサービスの向上」をモットーに

退職金・年金制度は、常に変化する環境の中で経営者・従業員のそれぞれの視点で長期的に制度をとらえる必要があります。企業・団体のご担当者の悩みはその狭間にあって、いかに戦略的に制度を再構築するか、安定的な運用を行なうかにあるのかと存じます。

年金制度はお客さま独自の制度であり、また時々運用方針等も異なります。お客さまのこれまでの歩みや、今後の中・長期の戦略をお客さまと共に深いレベルで共有し、年金制度がいかにあるべきかの答えを同じ歩みの中で探し出す作業となります。

私どもはお客さまのパートナーとして、関連法規、会計制度、経済環境等について理解を深めることはもちろんのこと、長期的にお客さまに大きな影響を与える制度提案に携わるものとして、謙虚さ、真摯さ、誠実さをもってお客さまからご信頼をいただくことも重要と考えます。「感動を生み出すサービスの向上」をモットーに職員相互に声を掛け合い、日々の研鑽努力を行なっています。



総合法人第二部
法人営業第一部長
吉川 正志

団体保険制度に関する取り組み

企業・団体のお客さまへ、より満足度を高めていただけるような各種ご提案を行なうとともに、事務・サービス面においては、保険事務を効率化するインターネット事務システム(GW支援システム※)のご提供や、ご請求手続きの受付先として「ご請求相談センター」を設置しています。

また、所属員のみなさまへは、職場訪問および専用コールセンターからのアウトバウンドコールによる商品内容のご説明など、団体保険制度運営の魅力度向上に向けたサービスを展開しています。さらに、ご加入の際にご照会いただくことの多い「告知」についての専用の窓口(フリーダイヤル)や、ご退職時等に団体保険などから個人保険等の退職後保障へご加入いただいた方専用の照会窓口(フリーダイヤル)も設置しています。

加えて、団体保険事務面でのお客さま満足度向上の実現を目的に、企業・団体のご担当者さまから直接ご意見をお伺いする機会として「お客さま意見交換会」を開催しています。いただきましたご意見等につきましては、企業・団体のご担当者さま、ご加入者さまにとってわかりやすく、利便性の向上につながるよう業務改善に活かしています。

※ GW支援システム

団体保険ご契約先と当社をインターネットで接続し、企業・団体の窓口でご加入者の内容照会や事務手続きを簡単に完結できる仕組みです。事務負担の軽減を実現するシステムとして、多くの企業・団体の窓口ご担当者さまにご利用いただいています。



GW支援システム画面

ご契約内容をさらに正しくご理解いただくための取組み

任意加入型団体保険等にご加入いただいた方へ配付させていただく「ご加入内容のお知らせ」について、ご加入商品や保障内容等をより詳しくまた見やすくなるよう、レイアウトの変更等改訂しております。

また、保険金・給付金等のお支払いの際に配付させていただくお支払明細書は、A4サイズで封書化し、お客さまの保険名称(制度名称)を記載するなどよりわかりやすく改訂しております。

ご加入内容のお知らせ・保険金給付金お支払明細書、その他お客さまあてのご通知等について、今後もお客さまの声をいただきながらより「わかりやすい」ものとなるよう改善に努めてまいります。



ご加入内容のお知らせ



保険金・給付金お支払明細書

ご遺族のサポート

団体保険制度にご加入の方々に万一のことがあった場合には、ご遺族を経済的・精神的にサポートする制度を用意しています。経済的サポートとしては、ご事情に応じて、保険金を年金でお支払いする方法などを提案しています。

精神的サポートとしては、ご遺族の不安を少しでも軽減できるように、ご遺族と面談する「遺族ガイダンス」を行なっています。「遺族ガイダンス」では、ご遺族が行なう手続きなどについてわかりやすく解説した冊子「ライフガイド」を配付しています。また、遺族ガイダンス実施後も一定期間無料でご利用できる相談ダイヤル(24時間健康・医療相談、メンタルヘルス相談、FP<ファイナンシャル・プラン>相談サービス)を展開し、ご遺族に向けたきめ細やかな対応に努めています。



ライフガイド

「ライフプランセミナー」の開催

「健康」「生きがい」「家計」に関する「ライフプランセミナー」を、企業・団体のお客さまを対象に年間400件以上開催しています。(明治安田ライフプランセンター(株)にて実施)

セカンドライフをみすえた退職準備型、家庭経済設計を重視した生涯生活設計型、仕事と家庭生活の両立を考えるワークライフプラン型など参加者の年代・属性、テーマに応じた「オーダーメイド」型のセミナーを開催しています。



「ライフプランセミナー」

わかりやすい情報提供

お客さまに商品や契約内容を正しく理解していただくために、各種法令をふまえた適正な表示を確保しつつ、わかりやすい情報提供のための仕組みを整えています。

適正な表示の確保に向けた社内規程や体制を構築

お客さまのニーズに合った保険商品をご提案・ご提供するためには、パンフレットやチラシなどの募集資料に、商品内容を正しく、わかりやすく記載する必要があります。

そこで、「適正な表示を確保しつつ、お客さまにわかりやすい約款冊子、募集資料の作成を行なう」という基本方針のもと、お客さまの視点に立って「見やすく」「読みやすく」「わかりやすい」募集資料を作成するための社内規程や体制を構築しています。

お客さまへの適切な情報提供のための基本的な社内規程として、「募集資料等の取り扱いに関する規程」を定めています。さらに、景品表示法・保険業法といった法令などをふまえ、表現・記載方法などをルール化した「募集資料作成基準※」を定めて、「手順・解説書」とともに職員に提供し、会議や研修会などの機会を通じた教育・徹底も実施しています。

募集資料を確認・審査する仕組み

本社部、全国の支社・営業所、法人部などにおいて作成された募集資料は、営業企画部・法人営業企画部による一元的な集中管理を実施し、審査・登録のうえで使用することとしています。

審査の際には、当社に寄せられる「お客さまの声」や「消費者専門家懇談会」における消費者専門委員の意見も参考としながら、作成された募集資料が関連法令や社内規程に則って適正に表示されているかについて確認・点検しています。

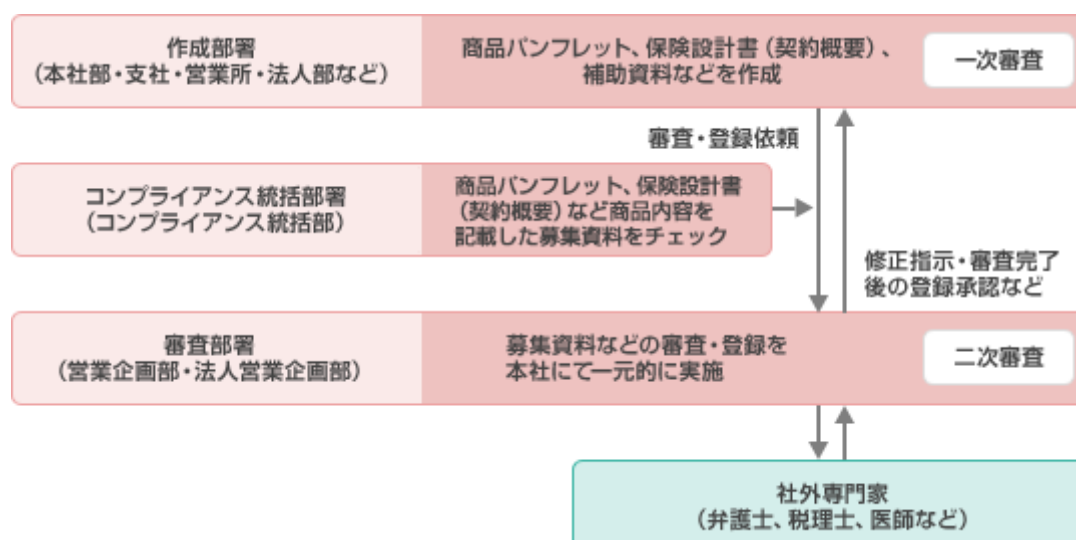
また、より厳正な適正表示を確保する観点から、新商品の募集資料を中心として、社外の専門家の方々のご意見をお聞きして、募集資料に活かす取り組みも実施しています。具体的には、社外の弁護士、税理士、医師、医療・福祉分野に精通した専門家などからご意見をお聞きしています。

なお、募集資料のうち、「商品パンフレット」「保険設計書(契約概要)」などについては、審査に加えて、必要に応じてコンプライアンス統括部によるチェックを実施する体制としています。

※ 募集資料作成基準

お客さまに的確な情報を正しく提供することを目的として、各部署(本社部・支社・営業所・法人部など)で作成可能な募集資料の分類なども定めています。また、お客さまの視点に立った募集資料作成のための留意事項も明記しています。

適正な表示を確保するための体制



ご契約の各段階でのご説明ツール



WEBサイトからの情報提供

当社では、ホームページを通じたお客さまへの情報提供にも力を入れています。ホームページの特性を活かし、「保険金払い戻し」などを装って送信される不審メールへの対策や居所不明のお客さまへの呼びかけなどの情報を掲載しています。

例えば、当社名や当社名に類似した社名を名乗る偽携帯メールに対しては注意を呼びかけるとともに、照会先の当社電話番号を掲載しています。また、事務上のミスなどによって、保険金以外で追加でお支払いすべき事案が発生したケースや、ご案内不十分などによってお支払いもれが生じた保険金などについて、ご転居先不明などによって連絡が取れないお客さまに対しては、コミュニケーションセンターの電話番号をご案内しています。「偽造・盗難カード」による被害を受けたお客さまへの補償実施についても、規約の改訂を詳しくお知らせしています。