

お客さまとの絆

「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

- ▶ お客さまサービス推進諮問会議
- ▶ 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

当社では「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、社内だけでなく社外の方々のご意見も伺い、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・ご要望をお受けするために「お客さまの声」を以下の3つに分類しています。

- ①お客さまから「お申し出窓口」や「お客さま懇談会」等の場で、直接お申し出いただいたご意見を「直接的な声」
- ②当社からお客さまへお送りしたアンケート等によりいただいたご意見を「潜在的な声」
- ③お客さま対応をしている従業員からの提案や、有識者の方からお客さまの立場としていただいたご意見を「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「不満足の原因があったもの」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、2014年度においては1,986名のご契約者に出席いただいたほか、47支社・営業支社では各地の消費生活センター等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年度から毎年実施し、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、お客さまの立場に立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、「お客さまサービス推進諮問会議」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

- ▶ お客さまサービス推進諮問会議 P20
- ▶ 消費者専門アドバイス制度 P23

4.「お客さまの声」に基づく業務改善の取組みの推進

集約・一元管理されたさまざまな「お客さまの声」は、経営層に対し定期的に報告されるとともに、その内容を分析して業務改善への取組みにつなげています。

具体的には、経営会議および「お客さまの声」にかかわる部門横断組織である「お客さまの声」推進委員会において、改善策を検討し、全社で推進しています。

「『お客さまの声』白書」の発行

当社に寄せられた苦情、ご意見、ご要望など、さまざまな「お客さまの声」の実態をご報告するとともに「お客さまの声」を活かした当社の業務改善取組みをまとめた「『お客さまの声』白書」を2006年度から毎年作成しています。ホームページに掲載して社外公表するとともに、全国の支社・営業所に冊子を備え置き、閲覧いただけるようにしています。



「お客さまの声」
白書

「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。

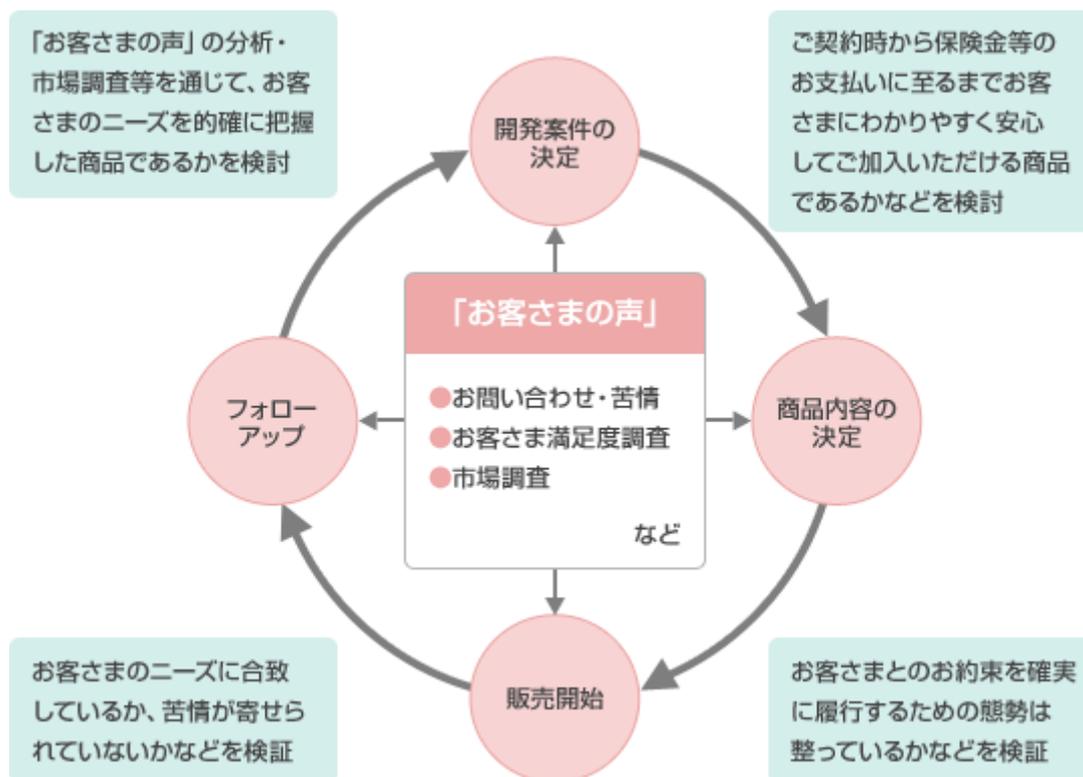
「お客さまの声」を活かした商品開発の推進

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 個人年金保険の商品ラインアップを充実

割安な保険料でご加入を可能としたことと、さまざまなご要望に幅広くご活用できる個人年金の発売

若年層のお客さまの声に多かった「もっと割安な保険料にて年金を準備したい」というご要望にお応えするため、2014年10月に「年金ひとすじ」の最低保険料を6,000円まで引き下げました。

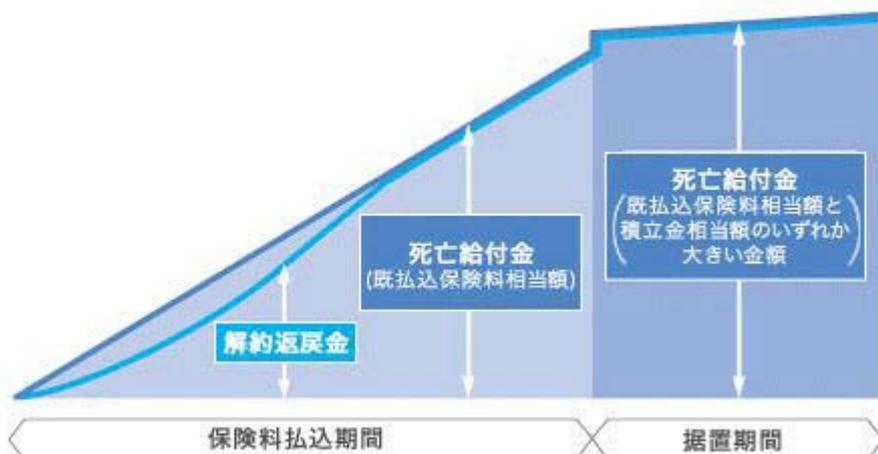
また、契約年齢の範囲や保険料払込期間の柔軟性が高く、生前贈与対策や短期資金形成ニーズから老後資金準備まで、多様なニーズに対応できる個人年金保険「年金かけはし」を2014年12月に発売しました。

将来必要な資金を計画的に準備したいというご要望にお応えするため、据置期間を柔軟に設定いただくことで、より魅力的な年金受取率を実現させました。



個人年金保険
商品パンフレット

【年金かけはし しくみ図】



受取方法をお選びいただけます。

年金受取

5年・10年確定年金からお選びいただけます。

¥ ¥ ... ¥ ¥

一括受取

年金でのお受取りにかえて、一括でお受取りいただけます。

¥

- 年金支払期間中に被保険者が死亡したときは、年金支払期間中の未払年金の現価をお支払いします。
- この保険には保険料払込免除のしくみはありません。

開発事例3「3年間災害保障型遡増定期保険」

経営者の幅広いニーズにお応えし、企業の安定した経営をサポート

ご加入後3年間の死亡・高度障害保障を災害時のみに限定することや、低解約返戻期間（ご加入後4年間）を設定することで、従来商品より割安な保険料にて保障を準備いただける保険「3年間災害保障型遡増定期保険」を2015年3月に発売しました。経営者のための事業保障や死亡退職金に活用いただくとともに、解約時のキャッシュバリューは、生存退職慰労金の一部としても利用いただけます。

また、「法人格を有する経営者」に加え、「個人事業主」も加入いただけるようになり、より経営者の幅広いニーズにお応えできるようになりました。



遡増定期保険
商品パンフレット

その他の改善事例

改善事例1「MY安心ファミリー登録制度」の開始

2014年10月から、65歳以上のお客さまを対象として、ご契約者のご家族の連絡先を「第二連絡先」として登録する「MY安心ファミリー登録制度」を創設しました。

大災害発生時等のご契約者や被保険者の安否の確認だけでなく、当社からご契約者へ満期保険金や年金等のお手続きのご案内の際に、所定の状況により連絡がつかない場合、ご登録いただいたご家族へ連絡することでご契約者の居所(連絡先)等を確認させていただき、より確実なお支払いを推進しています。

「MY安心ファミリー登録制度」のお手続きの流れ



改善事例2 対面での営業端末(マイスターモバイル)によるお手続き

2014年10月から「満期保険金の支払手続き」を郵送によるお手続きから、原則MYライフプランアドバイザーを通じた対面によるお手続きに変更しました。また、同時にお客さまに手続き内容の確認と電子サインをいただくだけでお手続きできる「電子手続き」を導入し、利便性向上を図りました。

加えてマイスターモバイルに搭載のカメラ機能を活用し「本人確認書類」を撮影することで、お客さまに事前に準備いただく煩わしさを解消しました。



改善事例3「マルチペイメント・コンビニ収納」(注1)の対象範囲拡大

2014年11月からご契約者貸付金・保険料振替貸付金のご返済や復活保険料等について、「マルチペイメント・コンビニ収納」によるお払込みが可能となりました。これにより、夜間や休日にもお払込みいただけるようになるとともに、振込先の口座番号などを入力いただく必要がないため、簡単にお払込みいただけます。(注2)

(注1)取扱金融機関(窓口・ATM)、インターネットバンキング・コンビニエンスストア等からお払込みいただくサービスのこと

(注2)お払込金額が30万円超およびお払込取扱票にバーコードが印字されていない場合はコンビニエンスストアではお払込みいただけません



「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。

お客さまサービス推進諮問会議

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積極的にご意見をいただき、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

お客さまサービス推進諮問会議

2005年度に設置したご契約者保護とお客さまサービス向上を審議する「お客さまの声推進諮問会議」と、コンプライアンス推進に関わる重要な事項等を審議する「コンプライアンス推進諮問会議」を2015年度より統合・再編し、「お客さまサービス推進諮問会議」として設置しました。社外の専門家からお客さまサービス向上のための改善策やコンプライアンス事項の態勢等に関して積極的にご意見をいただき、経営に反映させています。

VOICE お客さまサービス推進諮問会議 議長

熱は、伝播する。熱を持って、「感動を生み出す生命保険会社」としてのポジションと期待感を獲得する。

2006年の信頼回復への取組みから10年。お客さま満足度が目標だった50%超えを達成。今、明治安田生命は、「アフターフォロー」を軸足に据えて、これまでの常識に捕われることなく、生命保険のあるべき姿を抜本から見直して大胆に改革を進めて行く、業界の“革命児”になっていると思います。

昨年は、「ベストスタイル」の発売、「安心ロードマップ」の導入、「MY長寿ご契約点検制度」の創設と、矢継ぎ早に画期的な商品やサービスを投入。そのすべてに強い意志と信念と哲学が満ちていると思います。「ベストスタイル」発売時の「更新型のススム。」という新聞広告シリーズは、これまでの常識に真っ向から立ち向かう強い意志表示であり、「MY長寿ご契約点検制度」は、『能動的にお客さまに働き掛けて行く』という、保険との新しい向き合い方の宣言になっていると思われます。

この熱い思いや取組みを、もっと積極的にフランクに、外に向けて発信して行くべきではないかと思えます。制度は既に先行しており、更なる熱い取組みの実践と情報発信で、明治安田生命のファンを作り、そのファンの存在が新しいチャレンジの原動力になって行く。そういう好循環を作ることが大切だと思います。そのために、Jリーグへの取組みも有効です。熱を持った活動で、生命保険は「人がより良く(より安心に)生きていくための強い味方」という新しいポジションを構築し、若い世代にも、明治安田生命が積極的に人生に関わって来るのは必然でありウエルカムというポジティブなパーセプションを育てて行くのではないかと考えます。



株式会社電通
マーケティング
ソリューション局
局次長 シニア・
プランニング・
ディレクター
賀来 敏朗 氏

VOICE お客さまサービス推進諮問会議 社外委員

お客さまサービス向上が業績に貢献!

お客さま満足度と業績は比例しながらアップしています。

以前にお客さま満足活動と業績はボクシングのボディーブローのように効いてくると例えたことがあります。お客さまサービス向上のためのあらゆる施策・活動が数字として表れています。お客さまの喜び・感動は活動を通じて皆さまも実感していらっしゃると思います。

明治安田生命は、お客さま視点で商品や企業活動を常にチャレンジ・チェンジしてきました。

高齢者へのアフターフォローは、業界に先駆けて今後抱える高齢者の問題・課題に目を向け、「アフターフォローの明治安田生命」をお客さまに印象付けました。

高齢者の年齢の節目節目で細かく確認活動をすることはお客さまの感動にも結びつくでしょう。

また、サッカーを通じて地域社会に貢献するという施策は、明治安田生命の豊かなスポーツ文化を醸成するという理念とJリーグの理念が、若者層だけでなく広くスポーツを愛する層にアピールするでしょう。また、TV放映での露出度も高くなり、好感度も高くなるでしょう。社内にあっては、お客さまとの接点で話題に広がりを持って、良いコミュニケーションに繋がります。

ベストスタイルは、医療保険の充実から若年層の女性の契約者が増えると考えられます。

今後は、他業種と保険商品のコラボレーション(例えば、女性特有のがん保険と、ファッション関連企業、ヘアサロン、サプリメント・食品企業など)も視野においた商品開発やサービスを考慮した企画があっても良いかと思えます。



株式会社日本政策金融
公庫
元社外取締役
早川 祥子 氏

VOICE お客さまサービス推進諮問会議 社外委員

生命保険会社は何を販売しているのか？

私は時々、生命保険会社の職員の方に「何を販売されているんですか？」と尋ねることにしています。通常は「生命保険です。」との答えが返って来ますが、そのあとが続かない場合が少なくありません。

言うまでもなく生命保険は、保険期間中に死亡などの保険事故が発生した場合に予め約束した定額の保険金を支払うものです。そのため、販売する側も購入する側も、どうしても保険金の支払額や支払条件に関心を寄せてしまいがちです。しかし、販売しているのはそれだけではないはずです。

保険は「将来の」リスクに備えることによって「現在の」安心を提供するものです。そうだとすれば、保険にご加入いただいてから、保険金が支払われるまでの間に、どれだけ「安心」を届け続けられるかが勝負なのではないでしょうか。例えば、海外旅行中に死亡事故に見舞われたというニュースがあった場合、お客さまは、自分が同じような被害にあった場合の保険金請求の仕方に不安を覚える可能性があります。そうした不安を解消しなければ、せっかく購入していただいた「安心」の価値が下がってしまいます。この不安をどうやって取り除くのか。ここにアフターフォローのヒントがあるのではないのでしょうか。



中央大学法科大学院
教授
森・濱田松本法律事務所
弁護士
野村 修也 氏

VOICE お客さまサービス推進諮問会議 社外委員

お客さまの声につねに耳を傾け、お客さまの立場にたったサービスが必要

保険というのは実に不思議な商品だと思います。一般的な商品やサービスであれば、潜在的に買いたい、使いたいと考えている人にさまざまなかたちでアプローチし、試しに使ってもらったり、あれこれ使い比べてもらったりするうちに、お気に入りのブランドとなり、ずっと使い続けてもらう流れが想定できます。

保険の場合、保障の対象となるのは病気やけが、死などのだれもが歓迎したくない事柄で、そういう事態に直面した人の経済的な打撃を少しでも和らげることに意味がある商品です。試しに使ってみることも、他のブランドと使い比べることもあまり考えられません。実のところ、積極的に買いたいと思われることも多くはないでしょう。とはいえ、リスクが発生したときに、初めて保険のありがたみがわかることとなります。

家族や自分自身の病気、けが、死というリスクに直面しているお客さまの多くは、初めての経験に戸惑い、おびえ、不安を抱えています。大数の法則で成り立つ保険ではありますが、一人ひとり異なる事情を抱えているお客さまの声につねに耳を傾けて、お客さま一人ひとりにあわせた対応をする必要があるでしょう。明治安田生命のお客さま満足度は、着実に上がってきているとかがっています。お客さまの立場でのサービスといえば明治安田生命といわれることをめざしていただきたいと思っています。



早稲田大学
商学学術院
教授
嶋村 和恵 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、「消費者専門家懇談会」を東京と大阪で年3回ずつ開催するほか、「消費者専門アンケート」を年3回程度実施しています。

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(東京)



消費者専門家懇談会(大阪)

2014年度に実施した懇談会およびアンケートの主なテーマは、次のとおりです。

	第1回(2014年6月)	第2回(2014年11月)	第3回(2015年2月)
消費者専門家懇談会	「年金開始お手続きのご案内」について	「CSRウェブサイト2014」について	当社の高齢者対応取組み(「MY長寿ご契約点検制度」のお知らせ通知)について※
	第1回(2014年6月)	第2回(2014年10月)	第3回(2014年11月)
消費者専門アンケート	アフターフォローのためのツール「MYほけんカード」について	「感謝の声」コンテストの選考について	拠出型企業年金「年金のしおり」について

※「MY長寿ご契約点検制度」のお知らせ通知:

保険金等のお支払いを確実にするため、喜寿(77歳)等、長寿の祝賀年齢に該当するお客さまに、「ご連絡先の変更」有無や「未請求の保険金」等の有無をお尋ねし、返信いただく往復はがき形式の通知

「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

「年金開始お手続きのご案内」について

- ・ 文字も紙面も大きくなり、見やすく読みやすく改善された。
- ・ 請求書記入や必要書類の説明は重要なため、記載ページを前に移動してはどうか。記入欄の順に解説し、レアケースの解説は後ろに記載するとよい。
- ・ 税金部分は情報量が多い印象があるので、重要事項を中心に記載し、計算式等の詳細は巻末に記載してはどうか。

「CSRウェブサイト2014」について

- ・ 従業員のメッセージが各ページに掲載されており、全社一丸で取り組んでいることが伝わる。
- ・ 「3分でわかる明治安田生命のCSR活動」という動画は、わかりやすく全体像を理解できる。ページの上部に配置するとよい。
- ・ CSRの諸取組みを1枚で俯瞰できる図やイラストがあるとよい。
- ・ CSRウェブサイトへの入口がわかりにくい。ホームページのトップ画面下部にバナー等を付ければアクセスしやすくなりアクセス数も増えるのではないかと。
- ・ ステークホルダーやガバナンス等の言葉は消費者には理解しづらい。わかりやすい言葉に置き換えた方がよい。

「MY長寿ご契約点検制度」のお知らせ通知について

- ・ 通知に記載の「MY長寿ご契約点検制度」という表題では、自分には関係のない制度と感じてしまう。住所変更の有無・未請求の保険金等の有無をはがきを書いて返送してもらう重要な内容であり、「大切なお知らせ」等お客さまの注意を引く表題にした方がよい。
- ・ はがきに「住所変更あり」として回答しても、その後の手続きがどうなるかわからないので不安に思う。「明治安田から手続きの連絡がある」なら、その旨を記載すべき。
- ・ 通知に「ご高齢」との文言がいくつも記載されているが、高齢者は「ご高齢」と言われるのを嫌うので、「ご高齢」の文言は極力記載しない方がよい。
- ・ 「喜寿をお迎え」の文言がシールをはがさなくても見える部分に書かれており、年齢がわかってしまう。個人情報に配慮し、シールをはがさなくても見える部分には記載しない方がよい。
- ・ 家族の方に見てもらいたい通知であることをわかるようにすることが大事。〈ご家族の方へ〉の説明文は大変重要であり、目立つように枠を赤色にしてはどうか。
- ・ (電話照会時やはがき返信時に契約を特定させるために設定されている)「照会番号」は、数字の桁が多く、高齢者には読み上げられないのではないかと。サイズを大きくするか、カード番号のように4字毎にスペースやハイフンをいれるなど工夫が必要。

アフターフォローのためのツール「MYほけんカード」について

- ・ 文字の大きさ、適度な空白に好感が持てる。サイズも診察券等と一緒に保管するのによい。
- ・ 紙ではなく、テレホンカードやマグネットのような素材の方がよい。当社キャラクターの「うさりん」を掲載してはどうか。
- ・ 「お客さまの担当」は、営業所名ではなく担当者名を記載した方がよい。
- ・ 他の生保に加入している人もいるので、「明治安田生命」の表示を大きくしてはどうか。

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

お客さまが安心して幸せに暮らしていけるよう

日本の総人口は減少し続け、65歳以上の人口は14歳以下の2倍を超えました。世帯主が65歳以上の世帯の貯蓄の目的は、病気・介護の備えが1番多いとのこと。このことから、私たちが最期まで心配なく暮らしていくのに保険が果たす役割は、ますます大きくなっていくことがうかがえます。

その役割を担うためにも「消費者専門アドバイス制度」はとてもよい制度と思います。懇談会やアンケートを通じて、お客さまに満足していただくために努力されていることを強く感じました。そして、そのお客さまを大切にしていることが、まだまだお客さまに伝わっていないもったいなさも感じました。

今後もニーズに合ったよい商品を作り続け、よさをわかりやすく伝え、それを最大限活用してお客さまが安心して幸せに暮らしていけるよう努めていただけたらと思います。消費者専門委員もきちんと役割を果たしていきたいと思います。



一般財団法人
消費科学センター
雨宮 靖子 氏

VOICE 消費者専門委員

生命保険はまごころの循環

生命保険の書類は、文字が小さいと読みづらく、大きくすれば情報量が不足します。言葉足らずの説明文は困りますが、こまやかすぎでは読みきれません。そんなジレンマのなか、「消費者専門アドバイス制度」の消費者専門家懇談会では、お客さまの視点に立った過不足のないサービスを目指し、活発な意見交換が行なわれています。また生命保険は、保険料を支払う人と保険金を受け取る人が異なる場合が多いだけに、高齢化の進む今、一歩踏み込んだサービスが大切です。「自己責任」ではなく「おせっかい」くらいがちょうどよい場合もあることでしょう。

明治安田生命はアフターフォローに真剣に取り組んでいるからこそ、全国のアドバイザーが説明しやすい資料や働きやすい工夫も重ねられています。

世代を超えた安心と信頼を築きあげるために、しっかりとした経営基盤のうえに、お客さまへのまごころとアドバイザーへのまごころが循環するような、あたたかく力強い生命保険会社として、さらに進化されることを期待しています。



医療法人財団
献心会
川越胃腸病院
総務部長
小川 卓氏

VOICE 消費者専門委員

生命保険は加入者の人生の一端を担う大切な商品

20数年来、生命保険等、保険関連の消費者問題に携わってきました。その間、相次ぐ保険会社の破綻、不当な転換契約、保険金不払いなど、さまざまな消費者トラブルが起き、社会問題となりました。問題が起きる度に保険業界はその対応を迫られ、「消費者の声を聞こう」「消費者視点で考えよう」という原点に立ち返った取組みが組織的に働き出したように思います。しかし保険商品は保険金の給付条件、保障期間等、仕組みが複雑なものが多く、最近では自由設計型の保険商品も増え、消費者の認識が追い付いていない傾向も見られます。

生命保険は加入した人の人生に参加し、その責任の一端を担うという大切な商品です。いっそうの自負を持ち消費者に接していただくことを期待します。

明治安田生命の「消費者専門アドバイス制度」は、消費者の声を経営に反映させるための制度です。その役割を十分果たしていくよう期待しており、しっかり参画していきたいと思っています。



特定非営利活動法人
消費者情報ネット
生損保研究会
ぐる一ぷ31
代表 松尾 保美氏

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、お支払いのれやご請求のれが生じないよう、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 of 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配色に修正しています。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推進しています。

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)」の写しのみのお取り扱いを実施するなど、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を活用した支払査定支援システム」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、ご加入時には適切な情報提供やこれまで以上にご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」をお客さまが望ま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、お客さまに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「クイックチェック保障問診」を導入しました。このような取り組みを通じて、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



必要保障額シミュレーション



アプローチベストツール
(ベストスタイル)



クイックチェック保障問診

「安心サービス活動」によるアフターフォローの充実

「定期点検活動」を柱とした「安心サービス活動」

統一した説明資料(「ご契約内容の概要」など)を活用し、定期的にご契約内容の説明を行なう「定期点検活動」を開始しました。あわせて保険金・給付金のご請求の有無についても確認するなど確かな安心を感じていただけるよう取り組んでいます。

また、お客さまの関心が高い情報を提供するセミナー(相続・年金・介護など)のご案内も行なっています。

なお、平成26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お客さま一人ひとりに寄り添った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



定期点検



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「明治安田インフォメーション」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、生命保険料控除制度が改正されました。「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。



明治安田インフォメーション

タブレット型営業端末(マイスターモバイル)の活用による対面でのサービスの充実

現在、全国のMYライフプランアドバイザーがタブレット型営業端末(マイスターモバイル)を活用しております。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ご説明、簡単でスピーディーなお手続きを行なうとともに、便利なサービスを提供しております。

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分かりやすさ向上

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、より分かりやすくご説明します。



タブレット型営業端末(マイスターモバイル)

電子手続きによる、簡単でスピーディーなお手続き

タブレット型営業端末(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、簡単でスピーディーなお手続きができます。



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。

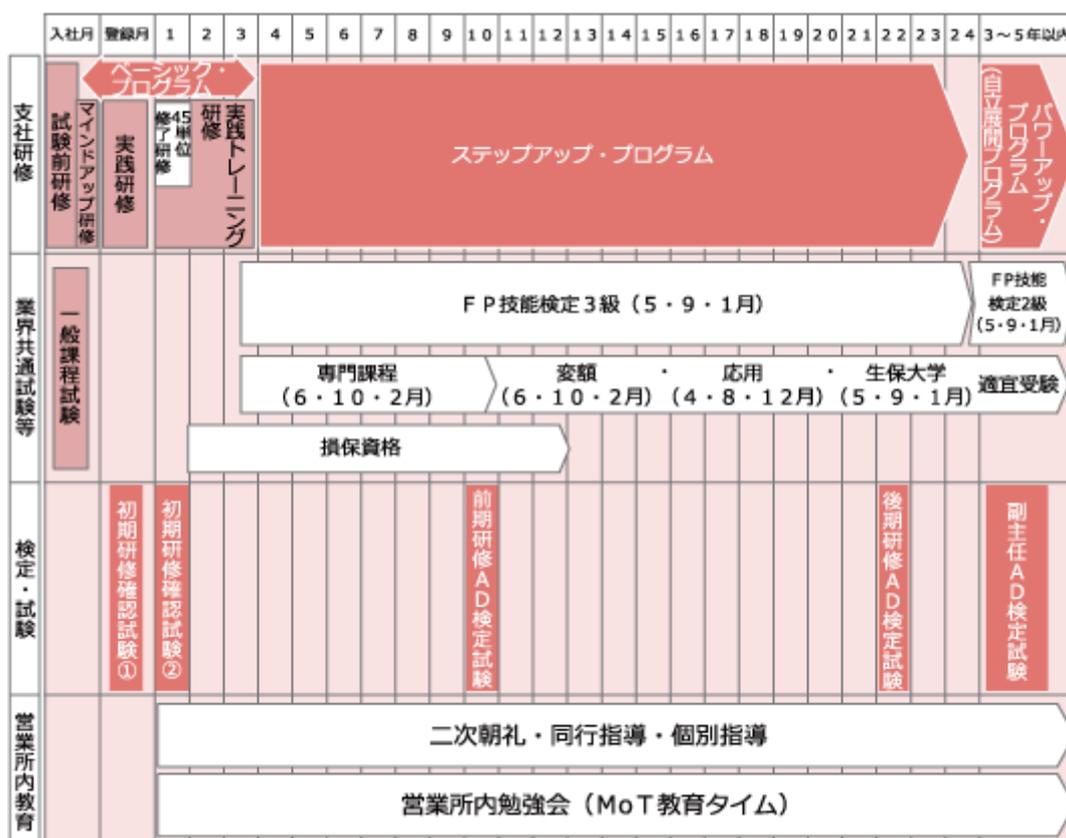
なお、全社の教育レベル(知識・スキル・マナー・コンプライアンス等)に格差が生じないよう、「社内検定基本テキスト」を主たる教育教材として発行し、記載内容も本社で一元管理を行なっています。



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年間で育成期間と定め、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」(一部の支社には「支社基礎トレーニングセンター」)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、生命保険業界統一カリキュラムとリンクさせた体系的研修カリキュラムのいっそうの強化・充実を図っています。
- ・ 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、資格取得とあわせて、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営業支援担当^{※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 営業支援担当

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
保有者数(人)	3,668	7,711	14,612	17,724	20,886	20,957	21,602
保有率(%)	11.9	25.7	48.7	59.0	69.3	69.6	73.4

	2013年 9月	2014年 3月	2015年 3月
保有者数(人)	21,276	21,302	21,769
保有率(%)	73.6	74.3	73.3

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、ご契約の有無にかかわらずどなたでもご相談いただける窓口」として、二つのタイプの来店型店舗を展開しています。

当社商品のみを取り扱う「保険がわかるデスク」では、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、平日は19時迄、また土曜日も営業しています。平成27年4月に、都市部やその近郊における店舗配置を見直し、千葉市・西宮市等に4店舗を新設しました(合計10店舗を展開)。同時に、所属するFPコンサルタントを1.5倍の約60人に増員し、幅広いお客さまニーズに対応してまいります。

一方、当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、16社66種類(平成27年4月現在)の保険商品をそろえ、専門スタッフ(ライフクリエイター)がお客さまの視点に立ってご相談にお応えしています。平成21年5月、新宿に1号店を開設以降、計4店舗(平成27年4月現在)を運営するとともに、お客さまの保険加入ニーズや保険加入意識・行動を把握し、市場の開拓ノウハウを蓄積しています。

来店型店舗では、お客さまがご利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。



MYカフェ
(保険がわかるデスク 丸の内)



保険がわかるデスク 立川



保険がわかるデスク 千葉



ほけんポート 南砂町
SUNAMO店

インターネットチャネルへの取組み

生命保険加入を検討する際の情報収集手段としてインターネットを利用するお客さまが増加するなか、平成21年4月より明治安田生命公式ホームページにて、保険料シミュレーション機能や資料請求・面談予約受付機能等を実装した「保険をご検討中のお客さま向けページ」を展開し、生命保険および当社商品をわかりやすく説明しています。

さらにスマートフォン・タブレット端末などさまざまなデバイスからのインターネット利用者が増えていることから、平成26年3月にスマートフォン専用サイトを開設しました。

今後も、お客さまが明治安田生命のサービスをより身近に感じていただけるよう、サイト内の更なるサービス向上に努めていきます。



保険をご検討中のお客さま向けページ



スマートフォン専用サイト

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にご加入のすべてのお客さまが、簡単にご契約内容の照会や一部のお手続き・書類請求ができます※¹。

「MYほけんページ」では、生命保険のお手続きのほか、充実したご契約者専用の健康・医療・介護関連サービスをご利用いただけます※²。

具体的には、健康・医療関連サービスとして、24時間健康相談・妊娠育児相談、スポーツクラブ優待利用等に加え、平成26年6月からはセカンドオピニオンサービスを新たに展開しています。また介護・障がい関連サービスとして、24時間介護相談サービス、障がい相談サービスをご利用いただけます。

加えて、生命保険に関連する各種情報もご提供しています。具体的には、社会保障制度・生命保険に関する税金、保険金や給付金のご請求手続き等についてわかりやすくご案内しています。

また、スマートフォンでも快適にご利用いただけるよう専用の画面を用意しており、これからも順次利便性の向上に向けた対応を進めていきます。



MYほけんページ

MYほけんページの概要

区分	ご利用可能なサービスの一例	
簡単 ご契約内容の照会・ 各種お手続き	<ul style="list-style-type: none"> ・ご契約内容の照会 ・住所変更のお手続き ・ご契約者貸付のご利用や積立配当金等のお引き出し ・保険料振替口座変更の書類請求 など 	
便利 ご契約者 専用サービス	健康・医療関連 サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・セカンドオピニオンサービス(ベストスタイル被保険者様専用サービス) ・24時間健康相談サービス ・24時間妊娠育児相談サービス ・スポーツクラブ優待利用サービス ・郵送検診優待利用サービス ・先進医療情報、病院検索等各種医療情報提供サービス など
	介護・障がい関連 サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・24時間介護相談サービス ・障がい相談サービス ・在宅介護サービス検索(MY介護の広場)^{※3}など
役立つ 生命保険関連	<ul style="list-style-type: none"> ・社会保障制度ご説明ブック ・生命保険と税金ご説明ブック ・保険金・給付金のご請求について など 	

※1 ご契約者にID、ログインパスワードおよび暗証番号をご登録いただけます。法人契約等のお客さまを除きます。

※2 明治安田生命カードをお持ちのご契約者専用サービス「mapサービス」は平成26年3月で終了し、健康・医療・介護関連サービスについては引き続き「MYほけんページ」で提供します。

※3 「MY介護の広場」はご契約者以外の方もご利用いただけます。

明治安田生命セカンドオピニオンサービス

平成26年6月よりベストスタイル加入者(被保険者様)専用サービスとして「セカンドオピニオンサービス」をご提供しています。

セカンドオピニオンとは、現在診断や治療を受けている主治医以外の別の医師による「診断についての見解」や「今後の治療方針、方法」等の意見をいいます。

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予約を行ない、面談によるセカンドオピニオンも無料でご利用いただけます。

セカンドオピニオンサービスの概要

以下のサービスが無料でご利用いただけます。

- 医学界の各専門分野を代表する医大の教授、名誉教授クラスの名医(総合相談医)との面談予約を行ないます。
- 総合相談医による面談でのセカンドオピニオンをご利用いただけます。
- セカンドオピニオンの結果、より高度な専門性が必要と判断された場合には、優秀専門臨床医をご紹介します。

*「明治安田生命セカンドオピニオンサービス」は、業務委託先であるティーベック株式会社が提供するサービスであり、保険商品の一部ではありません。
*当サービスの利用にあたり諸条件があります。

介護総合情報サイト

明治安田生命グループでは、ますます身近な問題となりつつある介護をテーマに、介護総合情報サイト「MY介護の広場」[※]を運営し、役立つ情報・サービスを提供しています。

介護のことだけでなく、病気・医療・老後に関する情報の拡充に取り組むとともに、アドバイザーのタブレット型営業端末へも搭載し、お客さまへの情報提供を推進しています。

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るサイトとして、より一層の充実を図っていきます。



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185名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「MYLING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向け、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。

※ MYLING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

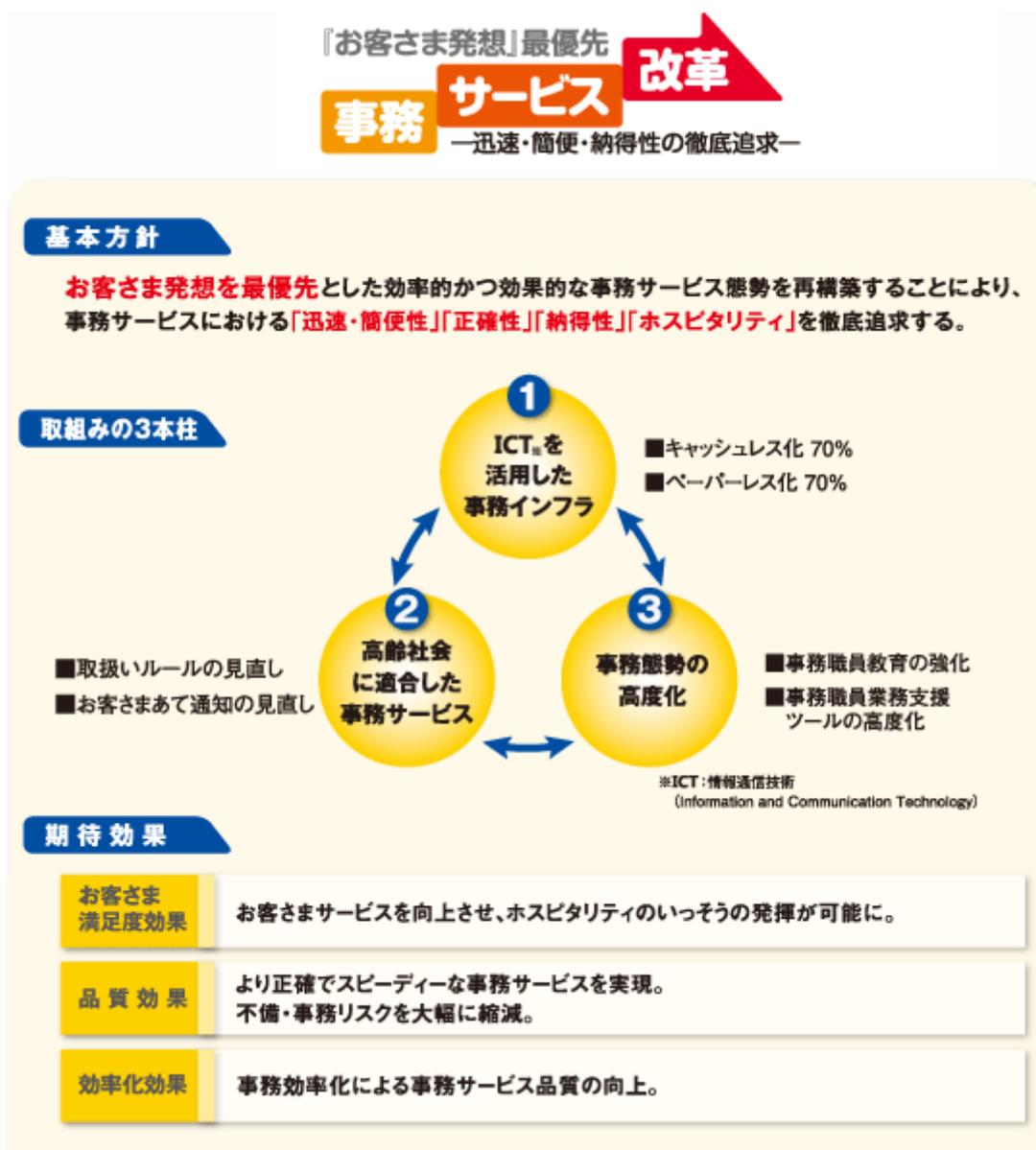
導入研修	業務委託説明会	<ul style="list-style-type: none"> ●代理店業務の概要 ●明治安田生命の会社概要 等
	登録前・後研修(業界共通)	<ul style="list-style-type: none"> ●商品概要 ●コンプライアンス研修 ●販売実務研修 等
スキルアップ研修(法人代理店向け)		<ul style="list-style-type: none"> ●新任者およびフォローアップ研修 ●生命保険商品研修・FP知識研修 ●税務セミナー 等
コンプライアンス・販売研修(個人代理店向け)		<ul style="list-style-type: none"> ●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組み

2011年度から、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組み

従来、第1回保険料を新契約申込時に現金でお払込み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払込みいただく取扱い※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組み

タブレット型営業端末(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歳以上のご契約者を対象とした、専用のご案内冊子を同封しています。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(2014年度版)

<表紙>

<中面>



■「MY安心ファミリー登録制度」、「MY長寿ご契約点検制度」の実施

「MY安心ファミリー登録制度」は、当社からの通知が到着しない場合や、大規模災害時など、ご契約者と連絡が困難となった場合に、ご家族の連絡先(第二連絡先)を通じてご契約者の連絡先を確認させていただく制度で、特にご高齢のご契約者に登録をお勧めしています(2014年10月から)。

また「MY長寿ご契約点検制度」では、ご高齢のお客さまへのアフタフォローを万全にするため、長寿の節目を迎えられたご契約者に、保険金等ご請求有無とご連絡先を当社から確認しています(2015年4月から)。

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ていくことを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」を任命し、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

法人のお客さま満足度向上へ向けた取組み

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、かかえる課題も多岐にわたります。

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・サービス体制のさらなる充実、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あ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、企業年金制度内容をふまえた運用方法のご提案、制度移行における運用方法の変更提案など、きめ細かく対応しています。具体的には、政策アセットミックスの策定に関する情報提供、お客さまの制度に適した運用提案および運用プラン(一般勘定、特別勘定、有期利率保証特約などの組み合わせによるアセットミックス等)をご提供しています。

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

団体保険制度に関する取組み

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、団体保険制度の加入勧奨支援を展開しています。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、団体をご退職後にご加入いただく商品の「ご契約内容のお知らせ」では、ご高齢者にも見やすいよう文字の大きさや色合いにも配慮した改訂を行っております。

保険金・給付金等のお支払いの際に配付させていただく「保険金・給付金お支払明細書」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。

お客さまあてのご通知等については、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



ご契約内容のお知らせ



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」を行っております。「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」「家庭経済」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。また、年金や保険、資産形成・運用などに特化したセミナーも実施しています。



「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あ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て、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。

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の場合、ご転居先不明などによって連絡が取れないお客さまには、コミュニケーションセンターの電話番号(0120-662-332)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。