



## 特別賞(BPR 推進)

明治安田生命保険相互会社

「明治安田」流 BPR で感動のお客さま体験を提供!

明治安田生命保険相互会社コミュニケーションセンターでは、お客さま体験価値と従業員体験価値、双方の向上を目指して運営をおこなっている。今回、3つの課題『採用難からの人財不足による応答率の低下』、『長年踏襲された非効率業務による EX 低下』、『デジタル化の進行に比して電話の需要が高く呼量削減が不十分』に対して、BPR を活用した業務改善に取り組んだ。デジタル活用・業務効率化で創出した余力は、人による応対をさらに高度化することを基本コンセプトに設定して活動を行った。

業務量調査とヒアリングで、業務の可視化を行い、「電話ニーズ対策 PT (DX)」、「EX 向上・生産性向上 PT (EX)」、「特別感提供 PT (CX)」の3つのプロジェクトチーム (PT) を立ち上げ、それぞれの施策を実施した。

DX では、ビジュアル IVR を設置して最適な窓口へのお客さまの誘導や、ボイスボットによる自由発話 IVR で受付効率化に取り組み、ビジュアル IVR+ボイスボットでつながりやすさと効率化を実現した。また、要約 AI による応対履歴作成の自動化、RPA を活用した事務処理の自動化などの効率化にも取り組んだ。その結果、応答率は前年から 1.3pt 改善し、93.8%にアップし、電話が繋がらないとの苦情は 33.6%減少し、業務効率化が進んだ。

EX では、ボトムアップ型の業務改善施策として、現場コミュニケーターの意見を取り入れた検索性向上と話法の簡素化をしたスクリプトを作成した。また全コミュニケーターへ満足度調査を行い、職場環境の整備から処遇の引き上げも行った。

CX では、効率化によって生じた余力で、能登半島地震の被災地域にいち早く安否確認アウトバウンドコールをしてお客さまへ安心感を提供した。また、円安により解約ニーズが増加した外貨建て保険の電話解約対応や、高齢のお客さまへの対応など、お客さま一人ひとりに寄り添った対応を行い、お客さまからの感謝の声は前年から 2.2 倍アップの 841 件で過去最高となった。

BPR に取り組むにあたり、現状分析・課題設定から解決に向けて確実な活動が行われており、高く評価できる。また、現場メンバーを含めた多数のメンバーが関わり、多くの課題解決を並行して行い、短期間で成果を挙げている点は、今後、BPR に取り組む他社の参考になることから、特別賞 (BPR 推進) と評価した。今後は、創出された余力で、さらに『高度化された応対の開発・実践』を期待したい。