



Best Customer Support
of The Year 2025

奨励賞

明治安田生命保険相互会社

長期安定的なセンター運営に向けた土台づくり

明治安田生命保険相互会社の明治安田コミュニケーションセンターでは、所属員一人ひとりが明治安田フィロソフィーを体現することで、「『感動』の体験価値を創造し続ける『人に一番やさしい』CC」の実現を目指している。

こうした中、震災や外貨保険関連の入電急増により応答率が90%を下回る期間が続いた。また、業務の難易度が高いこともあり、当初3年間の新人コミュニケーターの在籍率が低位な状況であった。このような状況では、センターを将来に渡って安定的に運営することが難しくなる可能性があるため、安定的な運用ができるようなセンターに改善をする必要があった。そのため、①対応の仕組み・ルールづくり、②やりがい・働きがいの向上、③時代の変化・要請への対応の3方針に基づき改善に取り組んだ。

- ① 対応の仕組み・ルールづくりでは、CCアラームラインという応答率の段階に応じた応援体制づくり、電話積滞時のボイスボットへの転送機能の活用、災害時にCCへの入電の一部を全国の支社に転送するBCPの高度化に取り組んだ。
- ② やりがい・働きがいの向上では、2年連続の派遣単価の引き上げ、モニター増設・ワイヤレスヘッドセット導入・応対メモのAI要約という働きやすい環境づくり・業務支援、パートナー企業の知見・ノウハウの吸収のための意見交換会開催、VOCに基づく改善提言の実施、会長・社長のほか役員・経営管理職層、本社・支社等の従業員による「CC見学会」に取り組んだ。
- ③ 時代の変化・要請への対応では、ご高齢のお客さまの入電増に対応するため、所定の研修を履修したコミュニケーター増員と電話音声明瞭器「サウンドアーチ」の継続活用、「LGBTQのお客さま向けお問い合わせ窓口」の開設、チャットボットから有人チャットへの引継ぎやデジタルヒューマンというデジタル活用の一層の推進に取り組んだ。

こうした取組みの成果として、応答率は毎月90%以上の高位を継続し、年間応答率も向上した。また、所属員の職場満足度、仕事のやりがい・達成感スコアが向上し、新人コミュニケーターの入社1年後在籍率も向上した。さらに、お客さま満足度も維持・向上し、デジタルチャネルの活用率も向上している。

以上の通り、3つの方針に基づき、多面的な視点からの取組みを推進し成果をあげているものの、今後の課題としてさらなる抜本的な改革による有人価値の高いセンターを志向していることから、より一層のレベルアップを期待して奨励賞と評価した。