

お客様満足度の向上は経営の最重要課題のひとつです。2003年度に大和証券のお客様に実施した「お客様満足度調査」の結果によると、全体的に満足度の向上が見られました。また、2003年度には例年の調査に加え、お客様41万人に対する「お客様アンケート」も実施しました。

### お客様満足度向上に向けた体制の強化

お客様の苦情に対して真摯に対応することは、CS(お客様満足)のために欠かすことはできません。同時に当社では、苦情に対しては、「処理する」のではなく、「対応する」という考え方が大切であると考えています。

「お客様相談センター」<sup>\*1</sup>や営業店から寄せられるお客様の声を迅速に商品・サービスの改善に活かす体制をさらに強化するため、2003年6月、CS推進室をコンプライアンス部門からマーケティング部門に移管しました。また、2004年4月には、サービスのクオリティのさらなる向上を図るため、新営業体制をスタートさせました。大和証券の店頭でお客様とじかに接する投資サービス課の強化や、総合職・エリア総合職従業員を対象とした「プロフェッショナル認定制度」<sup>\*2</sup>を導入しました。

このように大和証券では、“お客様と感動を共有したい”という考えのもと、お客様の「声」に真摯に耳を傾け、サービスの向上に向けた体制整備に注力しています。

### 最重要課題:「アフターフォロー」<sup>\*3</sup>への取り組み

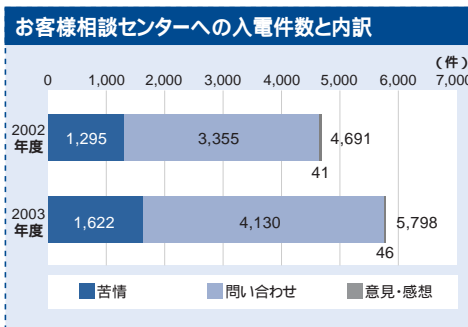
大和証券では、2002年度以降、アフターフォローをお客様満足度向上のための最重要課題と位置付けています<sup>\*4</sup>。2003年度はアフターフォローの実践に向け、全国123の営業店ごとに「アフターフォロー計画書」を作成し、上半期、下半期と2回

に分けてCS推進室へ提出しています。計画には、お客様向け資料の充実や商品の品質管理など営業店から本部への要望やその他問題点などが記載され、改善に向けた取り組みを行なっています。

### お客様相談センターへのお問い合わせと対応

お客様相談センターにいただいたお問い合わせやご意見は、そのお客様を担当する営業店へ必ずフィードバックされ、対応結果がCS推進室へ報告されます。また、CS推進室では、お客様相談センターへの入電記録を毎日チェックし、対応のあり方や改善点を検討し、従業員の教育や経営へフィードバックする仕組みづくりに取り組んでいます。

2003年度にお客様相談センターにいただいた「声」のなかでもっとも多かったものは、「取引残高報告書がわかりにくい」というものでした。こうしたお客様の意見を反映させて、2003年度には外国債券の時価情報を取引残高報告書に記載するなどの改善を行ないました。



\*1  
2001年11月にCS推進室内に設置。  
TEL 03-3665-5111  
受付時間 9:00-17:00

\*2  
一定期間内のコンサルティングスキル研修の修了や資格取得を認定要件としています。詳しくは、「人の尊重と人材の活用」p.35をご覧ください。

\*3  
大和証券では商品販売後のフォローアップを「アフターフォロー」という言葉で表現しています。

\*4  
「第3回お客様満足度調査結果」p.31をご覧ください。

## 2003年度のお客様満足度調査

大和証券では2001年度より年1回、お客様へのアンケートによる「お客様満足度調査」を行なうことで、サービスに対するお客様の評価を把握しています。2003年度は、営業担当者やサービス・商品の質に関する項目(右図中青字)で評価が向上。重点改善項目である「アフターフォロー」ではお客様満足度において0.4ポイントの向上が見られました。2003年度は、この「お客様満足度調査」の結果をグループ中期経営計画における業績評価基準に取り入れました<sup>5</sup>。

また2003年10～11月、営業店・従業員の評価にお客様の視点を入れることを目的に、大和証券のお客様約41万人を対象に「お客様アンケート」を実施しましたが、回答結果に他社との競合状況の違いなど、大きな地域間格差があったため、営業店・従業員の評価指標として採用することは見送りました。なおこのアンケートでは、営業担当者のコンサルティング力や情報提供力、アフターフォローについての課題が明らかになりました<sup>6</sup>。

## 2004年度の3つの重点課題

2004年度の重点課題は、次の3つです。

### 1 「アフターフォロー」への継続的な取組み

お客様との接触頻度を高め、お客様のニーズを把握し、提案の品質向上を目指します。

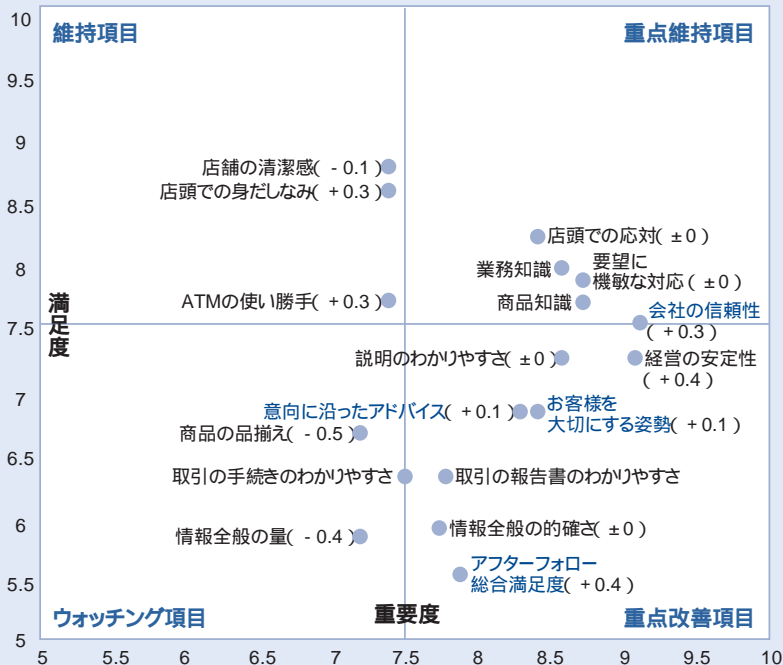
### 2 「基本動作の確認」

満足度の向上以上に、お客様のご不満や苦情を発生させないよう基本動作をしっかりと行ないます。

### 3 「お客様からみたわかりやすさ」の追求

お客様向けの文書や、各種申込書などの表現をわかりやすくすることに取り組みます。

## 第3回お客様満足度調査(ブランディング・アンケート)結果



\*2003年11月に大和証券のお客様5,000名に郵送調査を行い、うち1,807名からご回答いただきました。  
 \*上のグラフは、49項目の質問のうち、一部の結果を示しています。「満足度」は高いから低いまで5段階、「重要度」は3段階でご回答いただき、「どちらともいえない」を5.0点として作成しました。質問の全項目について、お客様の満足度の平均は、5.0点を超えました。  
 \*( )内の数値は2002年9月に行なった前回調査からの満足度の増減を示しています。この数値が無い項目は質問の新設または変更により、前回調査値が無い項目です。

\*5  
 詳しくは「コーポレート・ガバナンス」p.18をご覧ください。

\*6  
 アンケート結果はイントラネットに掲載し、グループ全従業員が共有しています。

## 私が心がけていること

大和証券 CS推進室・お客様相談センター 小池 学

お客様相談センターの電話対応では、まず、お客様のお話をよく聞き、心をかけています。たとえ単純なお問い合わせの電話でもよくお話を聞くことによって、お客様の不満や問題点が見えてくることがあります。一見、簡単なようでいざ実行するとなるとなかなか容易ではありませんが、スタッフ一同誠意を持って取り組んでいます。

