

お客様満足への取組み

大和証券グループはさまざまなお客様とかわりを持っていますが、ここでは大和証券の、個人のお客様の満足度向上に対する取組みについて報告します。

2004年度以降の課題・目標	2004年度の実績・進捗状況
「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、ニーズを把握し、提案の品質向上を図る	商品購入後の情報提供セミナーの開催、担当者・上司によるお客様との接点頻度の向上
「基本動作の確認」：基本動作、基本的なサービスの徹底	基本的なビジネスマナー・エチケットの再確認を目的として各部室店に推進リーダーを設置
「お客様から見たわかりやすさ」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	わかりやすい資料の作成、取引残高報告書等の電子化対応、手続き書類の簡素化
営業体制やサービス体系の改善によるお客様満足度の向上	お客様のニーズに合わせた新営業体制のスタート（コンサルティング課の設置等）

お客様満足に対する考え方

お客様満足度の向上は経営の最重要課題のひとつです。現在、大和証券グループでは、お客様からいただいたご意見・ご要望をもとに、お客様の満足度を高めるための新しいサービスの提供、営業体制の整備などに取り組んでいます。

■ 大和証券グループ ブランド・ステートメント (2001年3月制定)

私たち大和証券グループは、お客様のベストパートナーでありたいと考えています。そのために3つの視点で、これまでの常識を超える新しい金融サービスの提供をめざします。

お客様の「期待」を超える並外れたサービス

私たち大和証券グループは、お客様のことを徹底的に理解し、最適な提案と的確な情報を通じて、お客様の期待を上まわるサービスを提供します。

会社・事業の「枠」を超える幅広く厚みのあるサービス

私たち大和証券グループは、グループ会社の俊敏な連携と、既成の枠にとらわれない柔軟なネットワークを活用して、お客様の成長ステージに応じた金融のさまざまな選択肢を提供します。

時代の「標準」を超える革新的なサービス

私たち大和証券グループは、高い専門的知識とチームワークを通じて、新たなフロンティアを切り拓くサービスを、いち早く提供します。

2004年に掲げた課題への取組み

■ 「アフターフォロー*1への継続的な取組み」

大和証券では、保有者の多い投資信託等の商品についてセミナーを開催し、商品購入後の情報提供に積極的に取り組んでいます。

また、お客様向け資料を充実させ、お客様に提供する情報のレベルアップを図るとともに、担当者だけでなく、その上司が直接お客様と接する機会を増やすことで、より質の高いアフターフォローが行なえるように努めています。

■ 「基本動作の確認」

2004年11月、基本的なビジネスマナー・エチケットの再確認を目的として、各部室店に推進リーダーを設置し、取組みをすすめています。

■ 「お客様から見たわかりやすさ」の追求

お客様への配布資料は、図やグラフを多用するなど、「わかりやすさ」を意識して作成しています。また、取引残高報告書などの電子交付対応や、特定口座などの各種手続き書類の簡素化を行ないました。

*1 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。

苦情、クレーム対応を強化するための組織変更

お客様の満足度を高めるため、また、投資家保護の観点や、当社とお客様との認識の

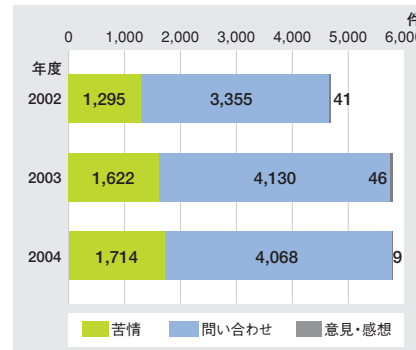
違いから発生する問題を早期に発見し、コンプライアンス面の強化を図るためにも、お客様の声に耳を傾けることが重要であると考えています。

そのため、2004年10月に営業戦略本部CS推進室の管轄にあった「お客様相談センター」を、コンプライアンス本部内に移管しました。また、2005年4月にはコンプライアンス部内に「お客様相談課」を新設。お客様相談センターや各支店などに寄せられるお客様の苦情、クレームを、お客様相談課が集約し、管理することで、より迅速かつ適切な対応ができる体制を整えました。

お客様相談センターへのお問い合わせと対応

2004年度のお客様相談センターへの入電件数は合計5,791件でした。そのうち、「問

■ お客様相談センターへの入電件数と内訳



い合わせ」が4,068件ともっとも多く、「苦情」は1,714件でした。苦情の内容は、支店での対応、マナーに関するものが多数を占めています。

お客様相談センターでは、「お客様センター月報」を発行して役員、全支店長、支店内部管理責任者、本部ライン部長あてに送付。入電内容などの情報を共有しています。各部店では、苦情、クレームをもとに業務の改善に努めています。

2004年度のお客様満足度調査

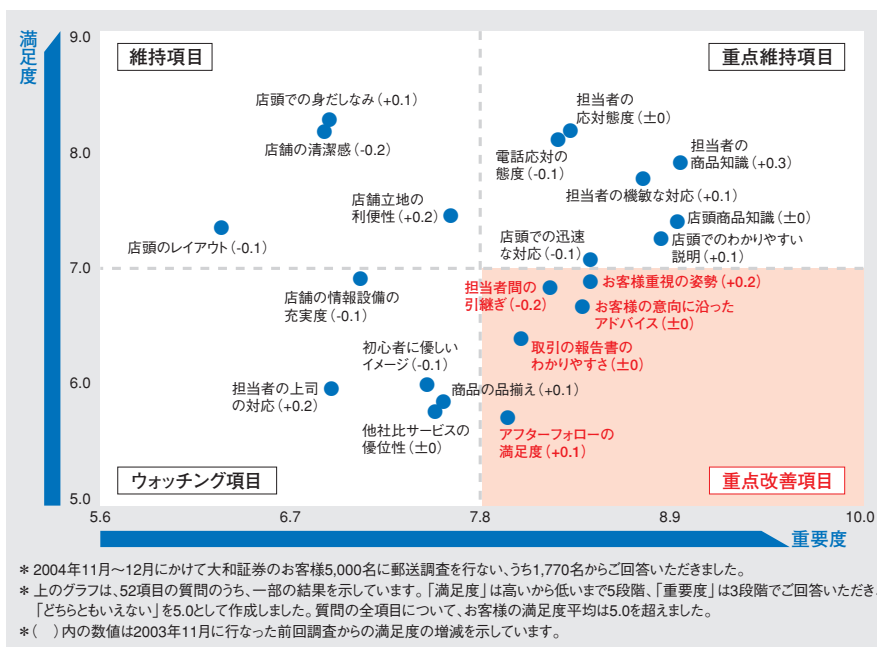
大和証券では、サービスに対するお客様の評価を把握し、お客様にクオリティの高いサービスを提供するため、アンケートによる「お客様満足度調査」を2001年度から毎年実施しています。2004年度の調査結果では、総合的なお客様満足度が前年度比で上昇しました。

アフターフォローに関する項目では、その「頻度」「タイミング」「内容」ともにすべて満足度が上昇しましたが、ほかの評価項目と比較するとまだその水準は低いため、さらに高いレベルを目指し、今後も継続して重点的に取り組んでいきます。

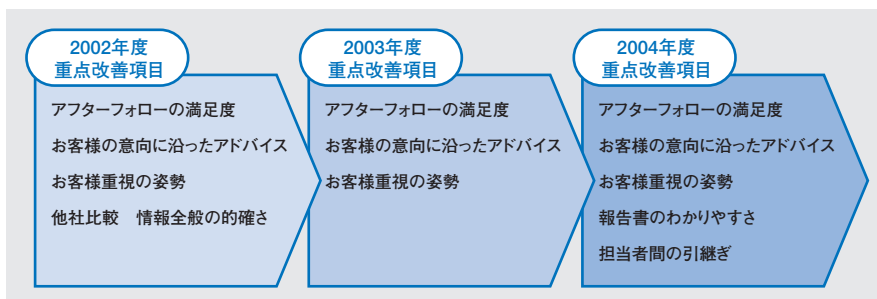
今後の課題と2005年度の目標

大和証券では2004年度の「お客様満足度調査」の結果を受け、2005年度も引き続き積極的なアフターフォローに取り組めます。また、「店舗におけるIT技術の活用」により、店舗の利便性を高め、「ダイワ・ダイレクト」コースをご利用のお客様へのサービスをより一層充実させるとともに、店舗のリニューアルを行なうことで、幅広いお客様にご満足いただける店舗空間づくりに取り組んでいきます。

第4回お客様満足度調査結果



お客様満足度調査結果における重点改善項目の推移



ステークホルダーからのコメント

▶▶ 大和証券グループの「お客様満足への取組み」について

20年以上前に「お客様満足」をテーマとしてアメリカで書かれた本が、未だに版を重ねています。その本のなかで、「服を買う人は実は服が欲しいのではなく、洗練された外見とスタイルを求めている」「おもちゃを買う人はおもちゃが欲しいのではなく子どものための幸せなひとときを求めている」とお客様からの手紙を引用しています。翻って投資家が証券業界に求めているものは、“増やす楽しみ”と“安心して老後を過ごせるゆとり”ではないかと思えます。これまでの取組みを継続し、そのお手伝いをしていくことが、当社グループの持続的存続につながっていくのだと思います。



大和証券 営業企画部 CS推進課 上席次長 佐藤廣之