

お客様のさらなる満足を目指して

1997年以降、私たちは、お客様の満足度（CS: Customer Satisfaction）をさらに高めるために大和証券グループができることは何なのかについて、過去のさまざまな経験や教訓に基づき、徹底的に検討を行ってきました。その結果として、大和証券グループは、1999年、分社化・持株会社化を機に、「つぎつぎと、次のスタンダードを。」というコーポレート・スローガンを、2001年には、お客様に対する約束であるブランド・ステートメント¹を制定しました。現在、大和証券グループ全体で、お客様の満足度を高めるための新しいサービスの提供など、幅広い活動に取り組んでいます。

コーポレート・スローガン

「つぎつぎと、次のスタンダードを。」

お客様の期待、会社・事業の枠、時代の標準という、これまでの「常識＝スタンダード」を超えて、大和証券グループが21世紀の新しい金融サービスを提供し続けていくという、強い意志を表すものです。

大和証券

CS推進室とお客様相談センター²

大和証券は、2001年4月、CS推進室を新設しました。証券会社では、お客様へのサービスやコミュニケーションの多くが営業担当者を通じて行なわれていますが、会社全体としてお客様にご満足いただける体制・システムを整備するうえで、本部とお客様との接点を増やすことが不可欠と判断したためです。CS推進室では、研修や社内刊行物「CSメッセージ」などを通じ、従業員の意識付けから活動を開始しました。

2001年9月、大和証券のお客様5,000人（有効回答数1,444名）と全営業店社員6,200人を対象に、「第1回ブランディング・アンケート」を実施しました。その結果、「営業担当者からのアフターケア」、「他社との比較におけるサービスの優位性」については、お客様の満足度がまだまだ十分とは言えないことがわかりました。なお、この満足度調査は、CS向上のためのベンチマークとして、2002年度も引き続き実施する予定です。

上記のアンケート結果を受け、2001年11月、CS推進室内に「お客様相談センター」を設置しました。これまでお客様からいただくご要望・苦情を全社で把握し共有する体制は十分ではありませんでしたが、お客様相談センターにいただいたご意見を貴重な経営資源として、社内でも有効に活用する体制を整えることが可能となりました。具体的には、「お客様相談センター・ニュース」として、具体的事例と解決策を交え、大和証券の経営陣および全店の従業員に対し週次で紹介され、CS向上に大きな役割を果たしています。

2002年1月から3月の3カ月間で、お客様相談センターにいただいたお電話の件数は1,109件で、うち184件（重複分を除く）がお客様の苦情でした。2002年7月現在、この184名のお客様のうち、44名のお客様が口座を解約されています。一方、ほぼ同数の40名のお客様が追加のご資金を大和証券にて運用されています。私たちの課題は、お客様のご要望・苦情により適切に対応することで、大和証券を継続的にご利用していただけるお客様の数を増やすことと認識しています。2001年度の改善例としては、コールセンターの自動音声案内の見直しや総合取引申込書の刷新などを実施しました。

またCS推進室では、「ベスト・プラクティス」として、ブランド構築に貢献した部室店を表彰することで、全社でお客様満足への意識と取り組みの共有を進めています。

CRMシステムの導入：お客様のニーズを的確に捉えるために

大和証券が取り扱っている金融商品は株式、債券、投資信託、保険など、多種多様で、低リスク商品から高リスク商品まで、または商品設計が比較的シンプルなものから複雑なものまで、多岐にわたります。そのため、お客様に商品をお勧めする際には、お客様のニーズや投資経験などに応じて、きめ細かく配慮することが、信頼される証券会社であるために不可欠と考えています。しかしながら、お客様から寄せられる苦情が示しているように、お客様にご理解・ご納得してお取引いただくためには、私たちが果たすべき説明



大和証券店頭

責任にまだ改善すべき点があると認識しています。

この課題への対応策の一つとして、個々のお客様の状況とニーズをよりタイムリーにかつ体系的に把握し、お客様へ適切な情報と最適なサービスを提供するため、2002年3月までに大和証券全店に配備した営業支援端末に、米国シーベル社による最先端のCRM（Customer Relationship Management）システムを導入しました。これにより、お客様の個人情報やお取引の履歴に加えて、過去にご説明した履歴もコンピュータ上で確認することが可能になり、お客様のニーズに応じた適切な対応が可能となります。現在、大和証券では、CRMシステムが効果的に機能するよう、全社をあげて情報の蓄積を進めています。

お客様のための社員業績評価体系とコンプライアンス

大和証券のビジネスは、お客様と信頼関係を構築し、資産運用についてのご相談をお受けすることから成り立っています。支店長をはじめとする営業員の業績評価において、お客様からお預かりした資産額は重要な評価項目です。また、コンプライアンス対応も業績評価のうえで大きなウェイトを占めています。

コンプライアンス意識と知識の浸透については、従来から行なっている集合研修に加え、2002年度より、社内イントラネット上にて、法務・コンプライアンス知識を向上するためのトレーニングを行なっています。

お客様情報の管理

大和証券は、お客様情報を始めとする情報のセキュリティ強化に全力を挙げて取り組んでいます。本支店、コールセンター、ダイワダイレクト（インターネット）における電子的なお客様情報の徹底した管理はもちろんのこと、書類などの紙によるお客様情報も重要度に応じて3ランクに分類し、重要書類は通し番号を付けて管理しています。

法定保存期間が終了した重要書類は、シュレッダー処理の後、社員立ち会いのもと溶解処理を行なっています。

お客様からお預かりしている資産の管理

大和証券は、お客様からお預りしている有価証券やお金を「顧客資産」として、証券取引法などの法律に基づき、安全確実な方法で保管しています。例えば、お客様からお預かりしている株券は財団法人証券保管振替機構で、またお金は「顧客分別金」として信託銀行で、大和証券自身の資産と分別して保管しています。また、第三者である外部機関からも、顧客資産の分別保管が法令に準拠し適切に行なわれている旨の報告書をいただいています。大和証券は、お客様との強固な信頼関係を構築するうえで、分別保管の徹底を非常に重要な業務であるとと考えています。

1 詳しくは、「経営ビジョンとサステナビリティ」p.8~9、およびコーポレートブランディング・プロジェクトのホームページ（<http://www.branding.daiwa.co.jp/>）をご覧ください。

2 大和証券「お客様相談センター」
TEL 03-3665-5111



大和証券 コールセンター



ダイワ サテライトスタジオ

お客様への情報発信

証券取引サービスの基本は、タイムリーで的確な情報を幅広いお客様に提供することです。大和証券グループでは、営業担当者やホームページによる情報提供のほか、ダイワインターネットTV、日本経済新聞社との共同運営によるDaiwa Market Scope、CS放送によるダイワサテライトTV（スカイパーフェクTV！ch.766）など、さまざまな媒体を通じて情報発信を行なっています³。

お客様のニーズを満たすサービスの提供

3つのサービス・パッケージ

2000年7月、大和証券は「3つのサービス・パッケージ」を開始しました。「3つのサービス・パッケージ」とは、パッケージ毎に、利用可能なお取引チャネル、取扱商品・サービス、手数料が異なるサービスであり、お客様の多様なニーズにお応えするものです。お客様は、店舗における対面取引の「ダイワ・コンサルティング」、コールセンター取引の「ダイワ・コール」、そしてインターネット取引の「ダイワ・ネット」の3つのサービス・パッケージから、自らの投資スタイルやライフスタイルに合わせて、サービスを選択することができます。また、お客様のニーズに合わせて、ご利用されるサービス・パッケージを変更することも可能です。このサービスは大和証券独自のものであり、あらゆるお客様のニーズに対応する体制を整えることで、お客様の満足度を高めていきたいと考えています。

土曜開店

2001年10月より、「土曜日は相談日にしよう」のキャッチフレーズのもと、大和証券全店にて土曜開店を実施しています。店頭でお客様からの投資相談をお受けするほか、毎月1回、土曜セミナーを開催しています。平日にご来店いただけないお客様や、ゆっくりと資産運用の相談がしたいというお客様のニーズにお応えするもので、お客様から高い評価をいただいています。

信用取引サービスの拡充

大和証券では、お客様のご要望に応え、ダイワ・コールおよびダイワ・ネットのお客様専用の新サービスとして、2001年11月より信用取引サービスを開始しました。なお、2002年7月からは、信用取引サービスをご利用いただけるための預り資産基準を、当初の300万円から100万円に引き下げています。

投資クラブ

投資クラブとは、職場、学校などの身近な仲間とグループを結成し、資金を出し合い共同で証券投資を行なう集まりのことです。発祥の地である米国では、1940年代より数多くの投資クラブが設立され、現在では数万のクラブが活動しているといわれています。大和証券では、個人投資家の支援・育成を目的として、1996年に日本での初の投資クラブの設立を支援して以来、これまでに140クラブの設立をサポートしてきました。これは現在活動する国内の全投資クラブの7割にあたります。大和証券では、投資クラブ設立のためのガイドブックを全国の本支店にて配布しているほか、クラブへ講師として社員を派遣するなどの支援を行なっています。



土曜開店

大和証券SMBC

2002年1月4日の日経金融新聞に発表された「金融機関人気度ランキング」の証券会社総合順位において、大和証券グループは前年に引き続き第2位を獲得しました。このランキングの主要な評価対象である大和証券SMBCが法人のお客様から高い評価をいただいた結果です。また、米国の著名なコンサルタント会社による調査では、債券、デリバティブ部門をはじめとする複数の分野において、顧客満足度第1位にランクされています。また大和証券SMBCは、2001年度に国内普通社債リーグテーブルで第1位の座を獲得しています。

同社が開発・販売した元本確保型の仕組債の一種である「円満債」は、同社の2001年度最大のヒット商品となりました。「円満債」の名称は、円建てで満期時（または期前償還時）の元本が確保されることに由来していますが、同時に投資家と円満な関係を維持しようとする希望も込められています。

この成功の背景には、お客様の最新のニーズを的確にとらえるべく、部門横断的に組織された「新商品開発チーム」の活動がありました。同チームによる開発プロセスは、大和証券グループ内のベスト・プラクティスとして表彰されています。

大和証券投資信託委託 (大和投資信託)

大和投資信託では、受益者の皆様からの信頼の向上、ファンドのパフォーマンス向上のために、運用体制およびリスク管理体制の整備に努めています。また、ファンドの販売会社に対して情報提供やサポートを行なう体制を強化することにより、販売会社を通じてファンドに投資している受益者の皆様への情報提供と説明の質・量の向上に努めています。

同社は、インターネットやコールセンターを通じてファンドの直接販売を行っており、「目論見書」のインターネットでの電子交付を他社に先駆けて実現しました。お客様の利便性向上を図るとともに、紙使用量の削減に効果をあげています。そのほかにも、「運用報告書」や、組み入れ銘柄とファンドマネージャーのコメントなどを記載したウィークリーおよびマンスリーの「ファンドマネージャーレポート」を、同社ホームページに掲載するなど、お客様へ向けた情報提供を積極的にこなっています。

(<http://www.daiwa-am.co.jp/>)

同社では、投資家のニーズに応じた商品開発にも注力しています。2002年4月、大和投資信託は「静岡ベンチマーク・ファンド」の設定・運用を開始しました。

これは静岡県内に本社を置く企業および静岡県に進出し雇用を創出している企業に投資する、地域密着型の「地域応援ファンド」で、地域の皆様がより手軽に地域産業の育成に参加できることを目指しています。同様のコンセプトで、2002年7月に「茨城ベンチマーク・ファンド」2002年9月に「神奈川応援ファンド」を設定し、現在、ビジネスモデル特許を出願しています。

大和総研

「お客様の満足度向上」を経営方針に掲げる大和総研では、リサーチ、コンサルティング、システムと幅広いニーズに対してクオリティの高いサービスを提供するため、さまざまな取り組みを行なっています。

アナリストランキングの向上

大和総研は、日本経済新聞社が2002年3月25日に発表した「第14回人気アナリスト調査」において、全体評価で4位、企業調査担当アナリスト部門で3位にランクされました。リサーチスタッフの陣容に大きな変化はなかったものの、全体評価、アナリスト部門のいずれの順位も、前年の8位から躍進しました。お客様のニーズを最優先に考えた投資情報の提供などが評価されたものです。

コンピュータ・システムにおける品質の向上

コンピュータ・システムにおいても、CMM (Capability Maturity Model : ソフトウェア成熟度モデル)⁴などによって様々な品質管理体制の強化に取り組み、さらなるお客様の満足度向上を目指しています。

大和住銀投信投資顧問

大和住銀投信投資顧問は、格付投資情報センター (R&I) が実施した「2001年運用委託機関の年金顧客評価調査」において、運用能力の総合評価部門で第1位 (信託・生保含む) を獲得しました。今回で7回目となるこの調査は、全国の企業年金 (厚生年金基金1,802

と適格年金のある企業2,182) を対象に実施したもので、集計対象数が国内最大規模であるため、年金関係者が新しく運用会社を選ぶ際の重要な参考資料となっています。同社が高い評価を受けたのは、証券と銀行という異業種をそれぞれの親会社とする投資顧問会社同士の合併による相乗効果があらわれたこと、国内株式のバリュー運用という一貫した投資哲学・スタイルを堅持していること、そしてお客様の信頼に応える運用体制、運用プロセスを構築していることなどが理由と考えられます。

同社は、資産運用力の強化はもとより、受託者責任の観点から、合理的なスクリーニング基準や社内ガイドラインなどに沿って投資先企業に対し議決権を行使することで、コーポレート・ガバナンスの確立、ひいては資本市場の健全な発展に向け努力しています。

大和証券ビジネスセンター

大和証券ビジネスセンターは、証券事務代行業務について、大和証券および大和証券SMBCなどの大和証券グループ各社のほか、グループ外の証券会社に対してもサービスを提供しています。同社は2000年11月、証券事務代行業務の受託会社として初めて、品質システムに関する国際規格ISO9001の認証をグループ外の証券会社向けサービス部門において取得しました。同社は、認証取得で得たノウハウをベースに、「品質管理および品質保証システム」を同社の全業務に導入しており、証券会社のお客様が安心してお取引いただけるために事務処理精度の向上に努めています。

3 お客様への情報発信に関するより詳しい情報は、<http://www.daiwa.jp/>からご覧いただけます。

4 CMMは米国国防省がカーネギーメロン大学のソフトウェア工学研究所に委託し開発したモデルです。