



社会性 報告

お客様満足への取り組み

大和証券グループは、お客様からの信頼を得るために、付加価値の高いサービスを提供していくことにより、お客様との強固で永続的な信頼関係を構築していきます。

取り組みの現状と目標

貯蓄から投資への流れが加速するなか、お客様のニーズは多様化しています。大和証券グループではお客様のご要望を的確に捉え、新たなサービスを提供していくプロフェッ

ショナル集団を目指しています。そのために、何よりもお客様のことを第一に考える誠実さを積み重ねていきます。そして同時に高い専門知識を身につけることで、お客様からの信頼に応えていきたいと考えます。その結果として、お客様に心のこもったおもてなしを提供し、「大和証券に来てよかった」と感じていただけることを目指しています。

2007年度の課題・目標

- アフターフォローへの積極的な取り組み（継続）
- 従業員のスキルアップ
- 店頭従業員のお客様対応スキルアップ

2007年度の実績・進捗状況

- 各支店で投資セミナー、インターネットライブセミナーによるフォローアップを実施、新興国に焦点をあてたセミナーの開催
- ホームページのリニューアルによる利便性の向上
- 従業員の教育を統括する「教育研修部」を新設
- 新入社員の集合研修期間に商品知識についての研修を実施
- より実践に則したロールプレイング型研修を導入
- ロールプレイング型の「ホスピタリティ研修」を実施

お客様との信頼関係の強化に向けた取り組み

■アフターフォローへの積極的な取り組み

商品を販売した後のアフターフォローは、お客様と築いた信頼関係を継続していくための重要な要素です。営業員や店頭スタッフに対しては研修を重ねてアフターフォローの重要性を浸透させることに加え、支店で毎月開催する「投資セミナー」など、お客様向けにはセミナー等を通じてフォローアップを行なっています。また2008年2月からは、お客様からお問い合わせの多い新興国に焦点をあてたセミナーを継続して実施中です。また、2007年4月と9月にはホームページのリニューアルを行い、お客様の利便性の向上を図っています。

■店頭従業員のお客様対応スキルアップ

店頭で直接お客様と接する従業員には、市場や商品の専門知識に加え、お客様への気配りを重視した対応スキルの向上が求められます。そのため、新入社員の段階からお客様対応におけるホスピタリティの大切さを伝えています。2007年度の新入社員向けの研修では具体的な対応シーンを想定したロールプレイングを中心に、より実践的な研修

を実施しました。おもてなしの心を大切に、高齢者や障がいのある方を含めたあらゆるお客様に、安心してご来店いただけるよう努めています。



ホスピタリティ研修

■従業員教育

大和証券では、従業員の教育に注力しています。2007年10月、人事部研修課と支店教育サポート部教育推進課を統合して教育研修部を新設し、従業員教育を一貫して統括できる体制を整備しました。また、若手営業員向けの研修については、従来の研修方法に加えロールプレイング型の

研修を積極的に取り入れるなど、より実践的な研修の比重を高めています。特に、入社から3カ月間の新入社員の集合研修期間においては、専任のインストラクターに加え、各商品担当部署にも教育担当者を設置して、より専門的な商品知識を得る機会を多く設けるようにしています。

■コールセンターの取組み

コールセンターは、大和証券の2つのお取引コース（「ダイワ・コンサルティング」コース、「ダイワ・ダイレクト」コース）を中心としたビジネスモデルを支える主要チャネルのひとつです。業界最大規模（450席）の体制を整え、注文や商品説明・資料請求、各種事務手続のお問い合わせの対応などを通じて、「お取引チャネル」、「お客様サポート」、そしてお客様の声を業務改善につなげる「マーケティング」という重要な役割を担っています。高いクオリティの対応実現のため、オペレーター（TSR*）研修や定期的なレベル確認に力を入れているほか、お客様満足度向上への取組みとして、問題のあった事象について、原因ごとにデータ分析を実施し、サービスのさらなる充実やお客様対応の改善に向け、本部関連部署・営業店への情報発信やフィードバックを行なっています。

* TSR: Telephone Service Representative —— 欧米で一般的に使われている専門知識を備えたオペレーターの呼び名。

WEB版 活動報告 ●お客様からの声を活かす体制図

2007年度のお客様満足度調査

お客様の当社グループに対する評価を把握するため「お客様アンケート」を毎年実施しています。2007年度に実施したアンケートでは、ホスピタリティやホームページに対する満足度が上昇しており、「ホスピタリティ研修」やホームページリニューアルの成果が出たものと考えています。このように2007年度を上回る項目も一部ありましたが、アフターフォローの取組みが課題であることは変わらず、今後もこうした重点課題の取組みに注力していきます。

■お客様満足度調査（一部抜粋）*

年度	2006	2007
あいさつ	4.26	↑ 4.43
言葉遣い	4.27	↑ 4.40
対応態度	4.19	↑ 4.31
ホームページの情報量・質の充実度	3.37	↑ 3.72
購入後の情報提供の内容	3.20	→ 3.24

* 5段階評価

2008年度の目標と主な行動計画

お客様との真の信頼関係の構築に向けて、「アフターフォロー」「従業員スキルアップ」「店頭従業員のお客様対応」を引き続き重点課題として取り組んでいきます。また、お客様の声の一元化と協力体制の強化に取り組んでいきます。

■お客様満足度調査結果（2007年度）

