



# BCP強化、働きがい向上、デジタル活用 コンタクトセンター改革で「応答率90%」を維持

明治安田生命保険のコミュニケーションセンターは、東京（高田馬場・東陽町）と大阪の3拠点で合計約400名の態勢で運営している。営業職員のフォローを補完する役割を中心に、年間約71万件の受電、約11万件の発信、約24万件のデジタル対応（チャットボット／ボイスボット／フォーム／デジタルヒューマン）を行っている。

2024年1月の能登半島地震や円安進行による外貨建保険関連の問い合わせ急増で、応答率が90%を下回る状況が続いた。さらに、新人の定着率も課題で、入社から1年で半数が退職するという厳しい状況があった。これらの背景から「柔軟な対応体制の構築」「働きがいの向上」「社会的要請への応答」を三本柱に改革を推進。具体

的な取り組みは、①BCPと応答率回復の仕組みの構築、②研究会と見学会で職場改善、③多様性への対応とデジタル活用の3つだ。

## マニュアル作成、見学会の実施 CXとEXを高める多様な取り組み

まず、災害や有事でも業務を継続できる仕組みを整備。応答率が基準を下回った場合にレベルA～Dに区分し、対応ルールを明確化した（図）。2025年4月からは、首都直下地震等で東京拠点が停止した場合、全国の支社に入電を転送して対応する体制を整える。

次に、年2回「コミュニケーションセンター革新研究会」を開催し、派遣会社5社との意見交換を通じて新人定着や教育、カスハラ対策、メンタルケアなどを議論。終了後の懇親会で交流を深めた。さらにセンター見学会も積極的に実施、2024年度は58回で437名が参加。リアルタイムモニタリングやデジタルツールを紹介し、業務への理解促進を図っている。

直近の研究会ではスクリプトの改善要望や新人教育の見直し、センター運営ルール（休憩制度など）などに関する声を収集、初期研修



お客様サービス相談部 コミュニケーションセンター コール業務開発Gの村山淳一氏

を基礎に絞り、応用は2年目以降に回すなど教育体系を改訂した。

さらに、高齢者、障がい者、外国人、LGBTQなど多様な顧客に対応する専用窓口を順次開設。村山淳一氏は、「チャットボットの刷新で利用件数が増加し、デジタルチャネルの利用率は16%から26%へ上昇しました」と順調なデジタルシフトも強調。2025年1月からは24時間365日対応を行う「デジタルヒューマン」を開始した。

取り組みの結果、2024年5月以降は応答率90%以上を安定的に維持。職場満足度ややりがい、達成感のスコアも改善し、新人の在籍率も38%から45%へ上昇した。2025年は「有人対応の価値向上」を掲げ、新人教育カリキュラムの実践型改訂、AIロープレ導入、感情解析を活用した退職予兆の把握など、育成・支援体制をさらに強化する方針だ。

図 応答率を維持するための対応ルール

局面	発動要件	
入電量予測の策定時	応答率の予測値が90%未満となった場合（営業日単位）	
当日	応答率が90%を下回る状況が一定時間継続している場合	
翌日以降	レベル	判定基準
	A	前日の応答率が90%未満
	B	2日連続で応答率が90%未満
	C	2日連続で応答率が85%未満
	D	応答率が80%未満の状態が一定期間継続