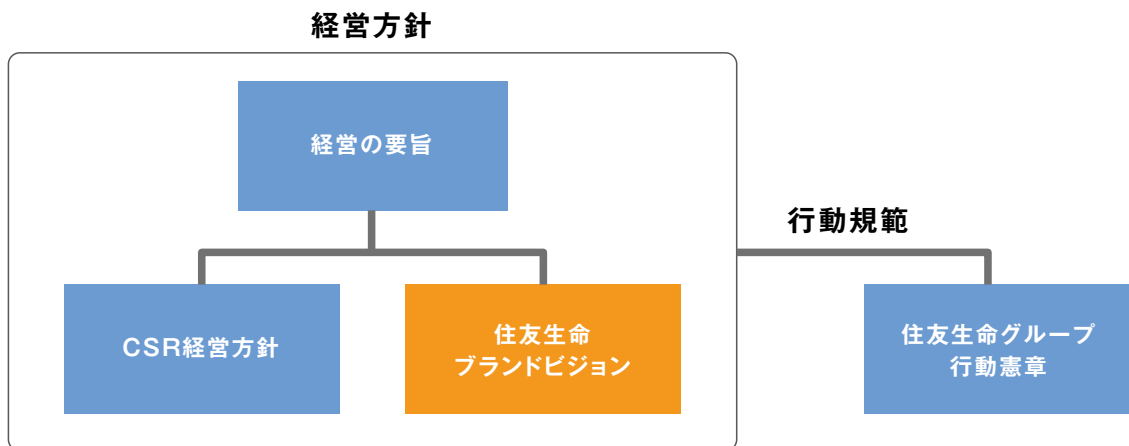


“あなたの未来を強くする”

ブランド戦略の取組み

住友生命は、
“あなたの未来を強くする”というブランドメッセージのもとで、
お客さまからみて「一番薦めたい保険会社」を目指した
ブランド戦略を展開しています。
このブランド戦略では、お客さまとのあらゆる接点における、
「住友生命ならではの」の価値づくりを
進めてまいります。



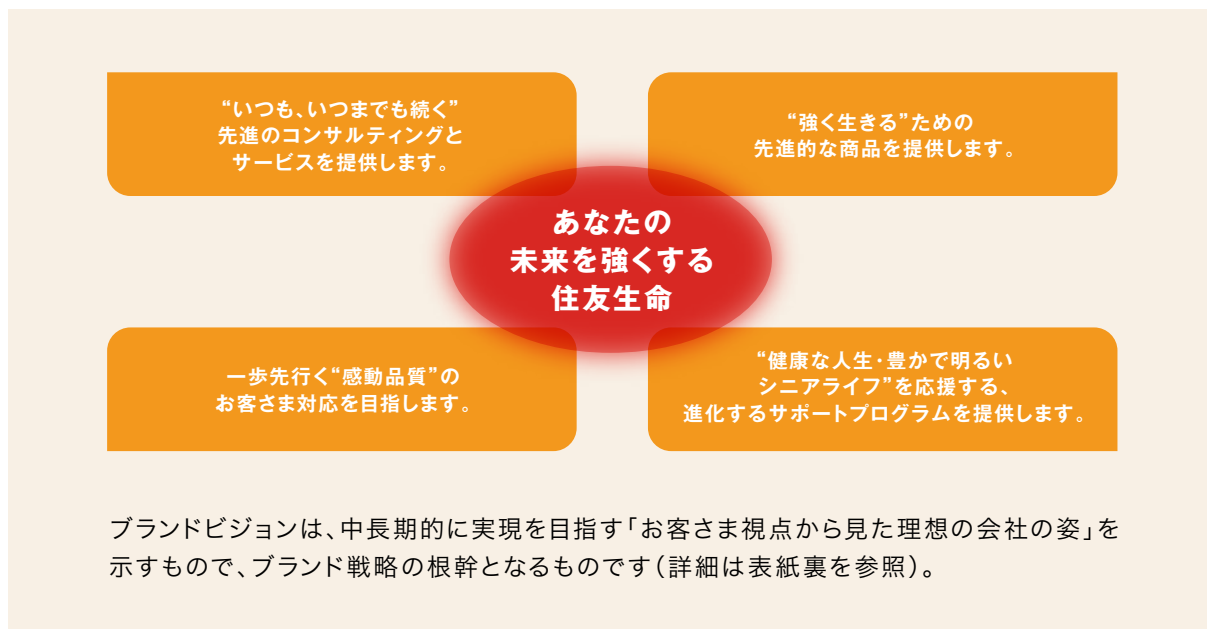
超高齢社会の到来やお客さまニーズの多様化、新規参入の拡大による競争激化など、生命保険会社を取り巻く環境は急激なスピードで変化しています。そうした中で、当社はこれまでも、介護・医療・年金などの成長分野への取組みを強化すると同時に、専業営業職員体制の改革に注力してまいりました。

こうした動きを一層加速させるため、現在、ブランド戦略を展開し、お客さまの未来

を強くする「4つの先進の価値」の実現に向けた取組みを進めています。

当社の役職員全員がブランドビジョンに掲げた先進の価値をお客さまにご提供することで、「住友生命ならではの」の価値を実感していただく。そのような対応を徹底することで、お客さまからみて「一番薦めたい保険会社」というブランド戦略で目指す姿を実現したいと考えています。

ブランドビジョンに掲げる「4つの先進の価値」



12のコミットメント

ブランドビジョンを実現するための全役職員の行動指針として制定しました。
このコミットメント(約束)は、お客さまの人生をお守りし、お客さまの強い未来を支えるためのお客さまへの約束です。
この行動指針を一人ひとりの役職員が行動レベルで実現していくことで、ブランドの実現を目指してまいります。

基本理念

1. 長期的な視野を持ちお客さまの立場で考え、住友の信用をさらに高めます。
2. 「伝統と革新」の志をもって、保険の新しい価値を次々と実現していきます。

コンサルティング&サービス

3. お客さまの人生を守るため、使命感をもって保険の大切さを伝えます。
4. お客さまのニーズをしっかりと聞きし、どこよりも分かりやすく丁寧に、最適な保障を提案します。
5. いつもいつまでもお客さまとともに歩み、安心と満足を提供し続けます。

商品、サポートプログラム

6. 介護、医療、貯蓄等の「強く生きるための商品」で業界をリードします。
7. 健康で豊かな人生を支えるため、お客さまサポートの一層の進化に挑戦し続けます。

お客さま対応

8. 基本品質の向上、さらには感動品質の提供を目指し、迅速で誠実、そしてどこよりも親身な対応を行います。
9. どこよりも便利で高品質と実感していただける手続き・サービスを目指します。

働く姿勢

10. マナーやルールを守り、お客さまからの信任にきちんと応えます。
11. プロとして知識を高めて日々成長を続け、働き甲斐と誇りを持って職務を果たします。
12. 全ての役職員が互いを尊重しながら協力して働く、明るく活き活きとした職場を築きます。

お客さまからみて 「一番薦めたい保険会社」を目指して

ブランド戦略の全体像



■ブランド戦略について

お客さまからみて「一番薦めたい保険会社」を目指して、2011年度からブランド戦略に取り組んでいます。具体的には、

- ①「住友生命ならでは」の先進の価値づくり
- ②社内での行動変革(インナーブランディング)
- ③社外へのイメージ戦略(アウターブランディング)

の3本柱と、これらを機能させるための枠組みづくりであるブランドマネジメントによって推進しています。当社のブランド戦略は、CI(コーポレート・アイデンティティ)マークの管理やイメージ戦略にとどまらず、お客さまとのあらゆる接点、特に営業職員を通じて「住友生命ならでは」の価値を実感いただくことを軸に据えています。

2014年度からの3か年をブランド戦略第2フェーズと位置づけ、各種取組みの更なる進化を図ってまいります。

■「住友生命ならでは」の価値

来店型保険ショップやインターネットなどの新しい販売チャンネルが台頭する中、当社の中核である営業職員チャンネルの最大の強みは、ご加入時はもちろん、ご加入後も「いつも、いつまでも」お客さまに寄り添い、コンサルティングとサービスをお届けできることです。

お客さまに直面サービスならではの価値を実感していただけるように「保険のプロフェッショナルとしての知識」と「親しみやすさ」にさらに磨きをかけて、お客さまから安心してご相談いただける存在になりたいと考えています。

そうしたコンサルティングとサービスの一環として、

平成25年12月から、営業用携帯端末「SumiseiLief(スミセイリーフ)」で入金手続きや各種変更手続き等、ご加入後のお手続きをその場で行うことができる新サービス「LiefDirect(リーフダイレクト)」を開始しました。また、平成26年4月には、お客さまのライフプランに応じた必要保障額をシミュレーションしていただけるコンサルティングサービス「未来診断」の機能をレベルアップし、お客さまにとって一層わかりやすく納得感のあるコンサルティングを通じた最適な保障のご提供に努めております。(P.33、P.42参照)



■インナーブランディングの取組み

お客さまサービスを一層充実させ、安心と満足をお届けするためには職員の仕事に対する意識や使命感が重要となります。そうした観点から、社内の好取組事例や成功体験を幅広く共有し、共感の輪を拡げていく取組みを進めています。そうすることで、一人ひとりの職員が真摯な気持ちでお客さまに向き合い、しっかりとしたサービスをお届けしていく。それがまた、より多くのお客さまに喜んでいただける好循環につながるものと考えています。さらに、こうした取組みの土台として社内で互いにほめ合い、認め合う風土の醸成にも努めております。

また、ブランド戦略を推進するにあたって、その理念をまとめた「ブランドブック」やお客さまからの感謝の声などをまとめた「いいね!スミセイStoryBook」を制作し、各職場で毎月実施している対話ミーティングで話し合うことで、一人ひとりの職員がブランドの理念を自分のこととして捉える工夫をしています。

さらに第2フェーズでは、こうしたブランド理念の「理解」に加え、一人ひとりの職員の「行動化」を目指して、対話ミーティング等の更なるレベルアップ等を進めてまいります。



ほめる風土醸成のためのツール「いいね!カード」

■ アウターブランディングの取組み

「住友生命らしさ」をお伝えしていくために、CM等の外部メディア、公式ホームページを中心とする自社メディア、ソーシャルメディアの3つのメディア(トリプルメディア)を連動させ、効果を高めていくイメージ戦略を展開しています。

CMでは「大切なご家族を失う」という生命保険事業の本質に関わるテーマを描いた作品を作りました。悲しみを乗り越えて明るく前を向くご家族の人生を将来にわたって守り、支える存在でありたいという想いを「家族の未来に、変わらない毎日があるために。」というメッセージに込めました。このCMは第51回ギャラクシー賞CM部門選奨を受賞いたしました。また、当社のコンサルティングサービスである「未来診断」をテーマとしたCMも展開しています。

公式ホームページでは、ご希望の地域や利用目的から介護サービス・施設の検索ができる情報サイト「スミセイ安心介護」や「健康・医療・介護」分野のお役立ち情報を集めた、健康ポータルサイト「健康応援Navi」などお客さまのお役に立つコンテンツの充実に取り組んでいます。



健康ポータルサイト「健康応援Navi」や介護情報サイト「Sumisei安心介護」を当社ホームページに開設しています。

また、職員の「お客さまへの想い」「仕事への想い」や体験等を映像化したフィルム「Small Story Film」を作成し、公式ホームページとYouTube公式チャンネルで公開しています。



「Small Story Film」YouTube公式チャンネルで公開中

公式Facebookページでは、CM情報や社会貢献活動の取組みなど様々な情報を発信しています。(P.39参照)

こうした取組みとともに、引き続き、ブランドパートナーの浅田真央さんとのプロジェクトを展開してまいります。

■ ブランド戦略の効果

こうした取組みの結果、お客さま満足度調査における総合満足度は着実に向上しており、新卒者の就職人気ランキングにおいても上昇が続くなど、ブランド戦略の効果が表れています。また、お客さまからいただく感謝の声も増えています。

しかしながら、お客さまからみて「一番薦めたい保険会社」になるという目標の実現にはまだまだ努力が必要であり、これからもさまざまな施策に継続して取り組んでまいります。



ブランドパートナーの浅田真央さん 営承M153