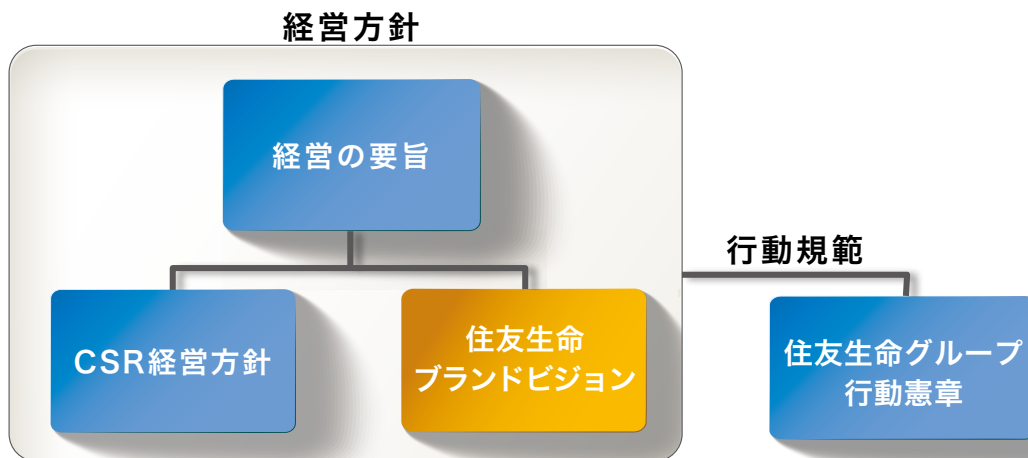


“あなたの未来を強くする”

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、
 お客さまとのあらゆる接点において、
 「住友生命ならではの」の「先進の価値」の実現に取り組んでいます。
 お客さまとそのご家族に最適な保障を提供し、
 万全の安心をお届けすることで、
 お客さまからみて「一番薦めたい保険会社」を目指してまいります。

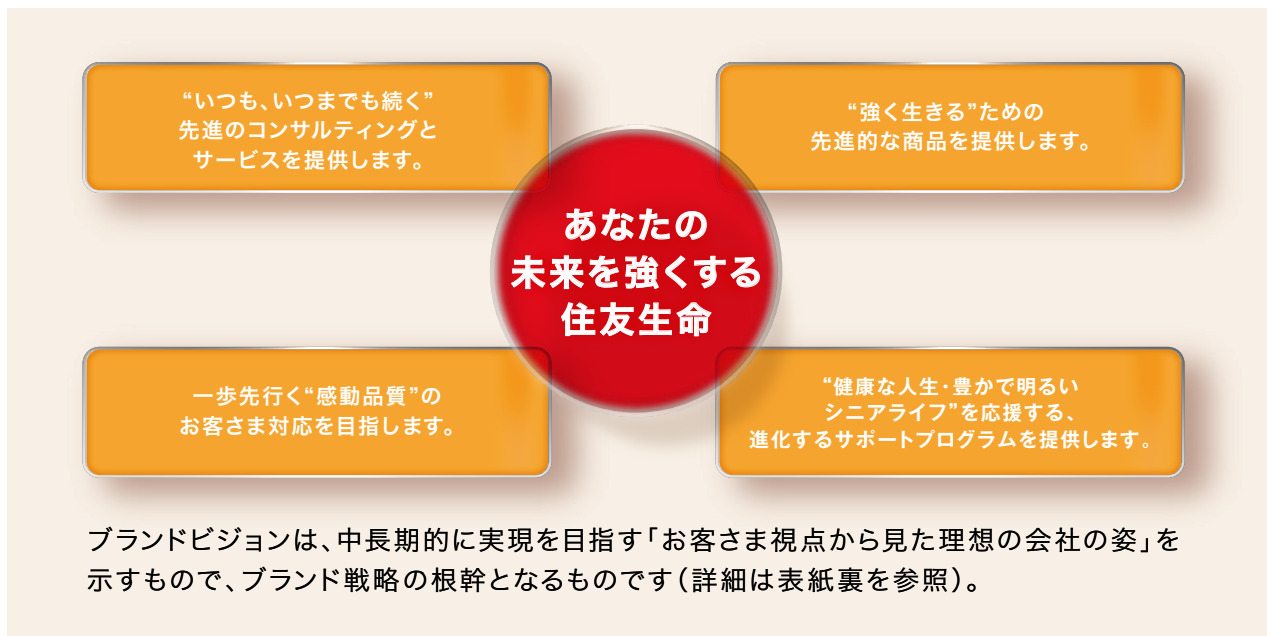


昨今、超高齢社会の到来や世帯構造の変化などが急速に進む中で、お客さまの生命保険に対するニーズも、医療や介護の保障、老後の生活への備えなどますます多様化が進んでいます。

住友生命では、そうしたお客さまのニーズにしっかりとお応えし、お客さまとご家族に最適な保障を提供することで、万全の安心をお届けしていく決意を「あなたの未来を強くする」というメッセージに込めたブランド戦略を展開しています。

全国のスマセイライフデザイナーによる先進のコンサルティングとサービスをはじめ、当社の役職員全員がブランドビジョンに掲げた「4つの先進の価値」をお客さまにご提供することで、「住友生命ならではの」価値を実感していただくことを軸に据えています。そうした取組みを通じて、お客さまから一層ご支持いただき、選ばれる、そして、お客さまからみて「一番薦めたい保険会社」を目指してまいります。

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、お客様の人生をお守りし、お客様の強い未来を支えるためのお客様への約束です。

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、ブランドビジョン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様の立場で考え、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.お客様の人生を守るため、使命感をもって保険の大切さを伝えます。
- 4.お客様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様とともに歩み、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、お客様サポートの一層の進化に挑戦し続けます。

お客様対応

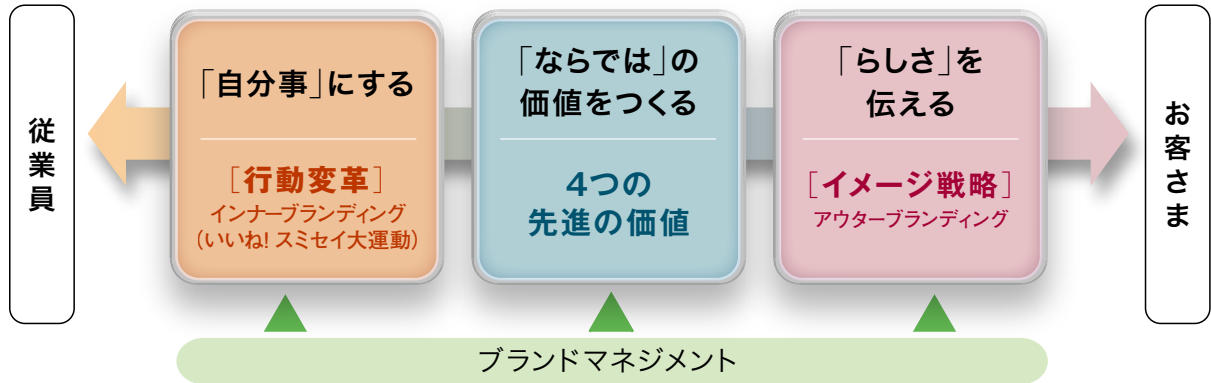
- 8.基本品質の向上、さらには感動品質の提供を目指し、迅速で誠実、そしてどこよりも親身な対応を行います。
- 9.どこよりも便利で高品質と実感していただける手続き・サービスを目指します。

働く姿勢

- 10.マナーやルールを守り、お客様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。

ブランド戦略の全体像

〈概要図〉



■ブランド戦略について

平成23年度から「あなたの未来を強くする」というメッセージのもとで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、特にスミセイライフデザイナーを通じて「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。

平成26年度からの3ヵ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おります。

■「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ネルが台頭する中、当社の中核である営業職員チャネルの最大の強みは、ご加入時はもちろん、ご加入後、そして保険金や給付金のお支払い時まで「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。

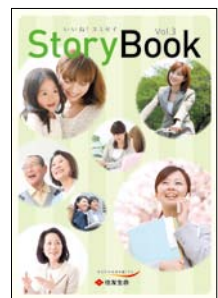
そうしたコンサルティングとサービスの一環として、営業用携帯端末「SumiseiLief(スミセイリーフ)」を使って、お客さまのライフプランに応じた必要保障額をシミュレーションしていただけるコンサルティングサービス「未来診断」や、入出金手続きや各種変更手続き等のご加入後のお手続きをその場で行うことができるサービス「LiefDirect(リーフダイレクト)」を展開しています。

こうした取組みを通じて、お客さまにとってわかりやすく納得感のあるコンサルティングや、便利で迅速なサービスのご提供に努めております。

(P.39、P.49参照)

■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、こうした取り組みの土台として「いいねカード」を発行し、社内で互いに良い所を認め合い、ほ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「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、いざという時のお客さまやご家族の悲しみに寄り添う「グリーンケア」を職員の研修プログラムに導入し、お客さまへの対応力の一層の向上にも取り組んでいます。(P.24~25参照)



■アウトブランディングの取り組み

「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「dear my family」シリーズを放映しています。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シリーズは、第51回・第52回ギャラクシー賞CM部門選奨を金融機関では初となる2年連続で受賞いたしました。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

深津絵里さん出演の「未来診断」をテーマとしたCM

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。

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り組みなど様々な情報を発信しています。

また、平成26年9月より、若者の社会貢献活動を応援するプロジェクト「YOUNG JAPAN ACTION 浅田真央×住友生命」を開始しております。当社ブランドパートナーの浅田真央さんをプロジェクトリーダーとしてお迎えし、若者が考える社会的課題を解決する活動(アクション)の支援を行ってまいります。

■ブランド戦略の効果

こうした取り組みの結果、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、新卒者の就職希望企業の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
営業M219