

お客さまの声白書

2019

平素より、住友生命をお引き立ていただき、誠にありがとうございます。

住友生命では、2017年1月に「消費者志向自主宣言」を策定し、経営方針に基づいた消費者志向経営を推進しています。本白書では、「お客さまの声」を経営に活かす為の取組みや、消費者や社会の要望を踏まえた活動など、2018年度に実施した消費者志向の主な取組みについてご報告いたします。

当社では、「住友生命ブランドビジョン」として「強く生きるための商品開発で業界をリードする」ことなど4つの先進の価値の実現を目指していますが、その取組みの一つとして、2018年7月に健康増進型保険「住友生命「Vitality」」を発売しました。この商品は、「保険契約」に加え、継続的に健康増進に取り組むことをサポートする「Vitality健康プログラム」を兼ね備えた商品であり、この商品を通じて、お客さまの健康増進を促し、ひいては社会全体として国民の健康増進につなげることを目指しています。この商品を柱として、お客さまや社会の皆さまとともに健康増進という共有価値を創造するCSVプロジェクトを推進しており、持続可能な開発目標（SDGs）へも貢献していきたいと存じます。

また、当社では、お客さま本位の業務運営をより一層推進するため、「お客さま本位の業務運営に係る方針および取組内容」について、定期的に振り返りを行い、各種取組みの実効性を高めるよう努めています。

こうした取組みを継続することで、お客さまの声や社会の要望に応え「お客さまからみて『薦めたい』会社」「職員からみて『いきいきと働ける』会社」「社会からみて『なくてはならない』会社」を目指してまいります。

今後ともご支援・ご愛顧のほど、よろしくお願い申し上げます。



取締役 代表執行役社長
橋本 雅博

CONTENTS

経営方針に基づいた消費者志向経営の推進	P 3
特集 お客さま・社会との共有価値の創造	P 5
「お客さまの声」を経営に活かす取り組み	P 9
従業員の消費者志向意識醸成に向けた取り組み	P15
従業員の積極的な活動（従業員意識の向上）	P20
従業員の積極的な活動（企業風土の醸成）	P23
消費者への情報提供の充実	P26
保険金等の確実なお支払い	P28
消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービス開発	P30
消費者・社会の要望を踏まえた社会貢献活動	P32
寄稿	P34

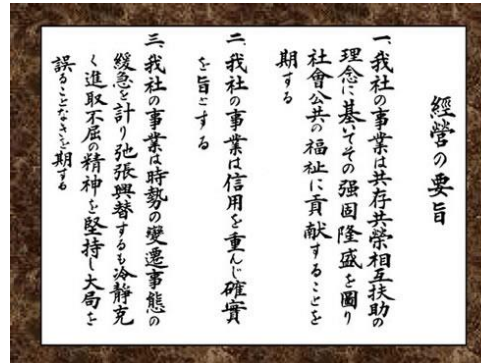
経営方針に基づいた消費者志向経営の推進

住友生命の経営方針は、企業理念である「**経営の要旨**」を頂点とし、そこに示された当社の普遍的な使命をCSRの視点から示す「**CSR経営方針**」、および中長期的に実現を目指していく「お客さまの視点から見た会社の姿」を示す「**住友生命ブランドビジョン**」によって構成されています。これらの経営方針のもと、消費者志向経営を推進しています。

＜経営方針の全体像＞

普遍的な企業理念 「経営の要旨」

当社の企業経営の根本方針を昭和27年に明文化したものを。



普遍的な使命をCSRの視点から示す 「CSR経営方針」

住友生命は、保険事業の健全な運営とその発展を通じて、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献します。

この理念のもと、誠実な業務遂行・健全な財務基盤を通じ、お客さまをはじめとした各ステークホルダーに最も信頼・支持され、持続的・安定的に成長する会社を目指します。

中長期的に実現を目指していく「お客さま視点から見た会社の姿」を示す「住友生命ブランドビジョン」

お客さまの未来を強くする4つの「先進の価値」

- いつも、いつまでも続く 先進のコンサルティング&サービス
- 強く生きるための商品開発で業界をリードする
- 一步先行く感動品質のお客さま対応
- 健康な人生・豊かで明るいシニアライフを応援する、進化するサポートプログラム

CSR経営方針とSDGsへの取り組み

CSR経営方針に基づき、**5つのCSR重点項目**と**9つのSDGs重点目標**を設定し、取り組みを進めています。それぞれの取り組みを進めることにより消費者志向経営を推進しています。

CSR経営方針

住友生命は、**保険事業の健全な運営とその発展**を通じて、**豊かで明るい長寿社会の実現**に貢献します。
 この理念のもと、**誠実な業務遂行・健全な財務基盤**を通じ、お客さまをはじめとした**各ステークホルダーに最も信頼・支持**され、**持続的・安定的に成長する会社**を目指します。

5つのCSR重点項目

①保険事業を通じた
健康寿命の延伸

健康増進を軸とした
CSVプロジェクト

②保険事業を通じた
安心の提供

③持続的・安定的な
成長の実現

④ステークホルダーとの
信頼関係の構築

⑤CSRを支える経営体制

9つのSDGs重点目標



「健康増進を軸としたCSVプロジェクト」

住友生命は、本業を通じて「お客さま」「社会」「会社・職員」とともに「健康増進」という共有価値を創造するCSVプロジェクトの取組みを進めています。

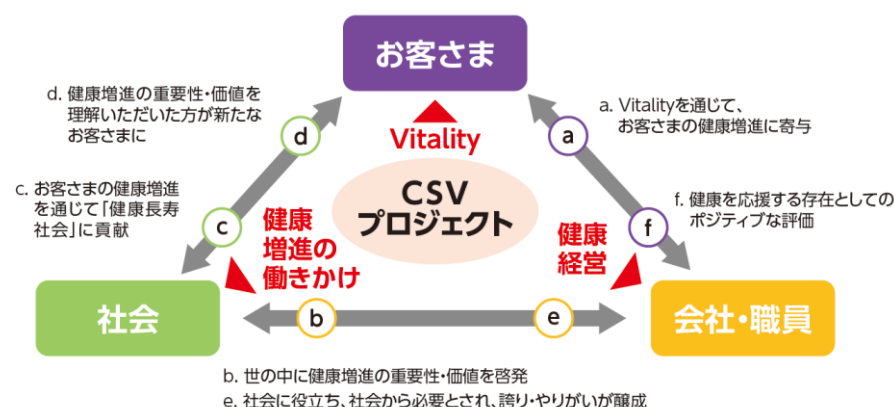
日本では、平均寿命と、健康寿命（健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間）との差が、女性で約12年、男性で約9年あります。「健康増進を軸としたCSVプロジェクト」では、「①お客さまへの『Vitality』の提供」、「②社会全体への健康増進の働きかけ」、「③職員とその家族が健康になる『健康経営』の推進」の3つの行動を通じて日本の健康寿命の延伸を目指しています。

プロジェクト理念

- ①お客さまへの「Vitality」の提供
- ②社会全体への健康増進の働きかけ
- ③職員とその家族が健康になる「健康経営」の推進

の3つの行動を通じて日本の健康寿命の延伸を目指します。

プロジェクト全体像



⇒ 2018 取組成果・評価

第7回 「健康寿命をのばそう！アワード」 厚生労働大臣最優秀賞

2018年には、厚生労働省およびスポーツ庁主催の「健康寿命をのばそう！アワード」（生活習慣病予防分野）において厚生労働大臣最優秀賞を受賞し、健康寿命の延伸という社会課題に対する保険事業を通じた本取組みを評価いただきました。



「健康増進を軸としたCSVプロジェクト」①お客さまへの健康増進型保険の提供

保険事業
を通じた
健康寿命
の延伸

3 すべての人に
健康と福祉を

「健康増進型保険」住友生命「Vitality」発売



「リスクに備える保険」から「リスクを減らし、リスクに備える」保険へ

2018年7月24日に、健康増進型保険 “住友生命「Vitality」”を発売しました。

“住友生命「Vitality」”は、「保険契約」に加え、継続的に健康増進に取り組むことをサポートする「Vitality健康プログラム」を兼ね備えた商品です。

この健康増進型保険は、健康状態のみではなく運動等、さまざまな健康増進活動を継続的に評価し、保険料が毎年変動する商品であり、パートナー企業による特典（リワード）も含めて、お客さまの健康増進活動への取組みと継続をサポートする枠組みです。

この商品によってお客さまの健康増進を促し、ひいては社会全体として国民の健康増進につなげることを目指しています。

⇒ 2018 取組成果・評価

2018年
日経優秀製品・サービス賞
最優秀賞
日経ヴェリタス賞



神奈川県
「ME-BYO BRAND」認定



“住友生命「Vitality」”とは	
従来型保険との比較	
従来型の保険	住友生命 Vitality
☑ 加入時(ある一時点)の健康状態で保険料を決定。 ☑ 主に、病気等にかかった場合(リスク)への備えとして機能。	☑ 健康増進に資する日々の活動の積上げを保険料変動という形で毎年評価。 ☑ 継続的な健康増進活動を促すことで、病気等を患うリスク自体の減少に寄与。 お客さまとともに、健康を目指す保険

「健康増進を軸としたCSVプロジェクト」②社会全体への健康増進の働きかけ

保険事業
を通じた
健康寿命
の延伸

3 すべての人に
健康と福祉を



「健康増進」をテーマとした社会貢献活動 スミセイ“Vitality Action”

住友生命創業110周年記念事業として、2017年度より健康増進に取り組む「スミセイ“Vitality Action”」を開始しました。

「スミセイ“Vitality Action”」は、「たいせつな人とカラダ動かそう！」をコンセプトとし、普段なかなか運動に取り組めない方にも、家族や友人などたいせつな人と一緒に体を動かす習慣づくりを目指しています。

全国での様々な種目のトップアスリートを講師に迎えた親子スポーツイベントの開催等による「行動促進」と、講演会の開催や啓発冊子の配布等による健康増進への「理解促進」を図っています。



加藤凌平さんによる体操教室



朝原宣治さんによる走り方教室



小椋久美子さんによるバドミントン教室



北澤豪さんによるサッカー教室



スミセイ ウェルネスセミナー



スミセイライフフォーラム「生きる」

⇒ **2018 取組成果・評価**

スポーツ庁長官感謝状

「親子スポーツイベント」の開催

全国**75**箇所 **8,970**名の参加

「健康啓発セミナー」の開催※

全国**106**箇所 約**37,500**名の参加

※一般財団法人住友生命福祉文化財団、公益財団法人住友生命健康財団と連携し開催。

parkrun(パークラン) の日本導入

世界20か国、毎週1700か所以上で開催されている「パークラン」の日本導入の為、英国の非営利団体parkrun Globalとパートナーシップを結び、日本唯一のオフィシャルスポンサーとして国内での展開の支援を開始しました。parkrunとは、毎週土曜日朝定時に行われる参加費無料の5kmのウォーキング、ランニングなどを行う運動イベントであり、どなたでも気軽に参加いただけます。習慣的に集い楽しみながら運動する場を提供することで健康増進への寄与を目指しています。2019年4月より二子玉川公園（東京）にて開始し、初回は343名の方に参加いただきました。6月には、柏の葉公園（千葉）・深北緑地（大阪）でも開始しており、今後全国展開を目指してまいります。



2019年4月 パークラン初回開催

「職員とその家族が健康になる『健康経営』の推進」

「住友生命グループ健康経営宣言」を策定し、健康保険組合とともに、職員とその家族の健康増進に向けた取組みを実施しています。

健康管理

- ✓ 定期健診・2次健診受診率向上
- ✓ 家族の健康診断受診率の向上
- ✓ 人間ドック・がん検診受診者数増加
- ✓ 電話健康相談の活用促進

健康リスクの軽減

- ✓ 働き方改革による労働時間の削減
- ✓ 長時間労働の抑制とヘルスケア
- ✓ 各種ホットライン(通報窓口)の周知
- ✓ 禁煙の推進

健康維持・増進活動の奨励

- ✓ 健康情報の提供
- ✓ ウォーキングキャンペーンの実施
- ✓ 「日本健康マスター検定」等の受験勧奨
- ✓ 健康イベントへの参加勧奨 等

2018年より「スニーカー通勤」「カジュアルフライデー」開始

従業員の健康増進の一環として、スニーカー通勤やビジネスカジュアルの推奨を行っています。また、各所属では、健康推進担当者が中心となり、ウォーキングキャンペーン（歩活）などを推進しています。

2018年9月には、大阪本社・東京本社にて推進担当者向け研修会を実施しました。



研修内容：効果的なウォーキング



研修内容：シナプソロジー

⇒ 2018 取組成果・評価

経済産業省
「健康経営優良法人2019」
（大規模法人部門）
～ホワイト500～



日本健康マスター検定合格者数
（2019年3月末時点）

8,456名

「お客さまの声」を経営に活かす取組み

ステークホルダーとの信頼関係の構築

お客さま

17 パートナシップで目標を達成しよう

CSRを支える経営体制

10 人や国の不平等をなくそう

16 平和と公正をすべての人に

コーポレートガバナンスの確保

当社にお寄せいただいた「お客さまの声」を経営に活かすコーポレートガバナンスの確保のため、「お客さまの声」を経営に活かす取組み態勢を整備し取組みを進めています。

「お客さまの声」を経営に活かす取組み態勢

苦情の一元管理

当社にお寄せいただいた「お客さまの声」は、本社担当部にて集約し、関連する業務を所管する部門との間で共有化を行い、改善策を検討しています。
特に苦情については、「お客さま本位推進部」で一元管理し、その分析に基づく改善を推進しています。

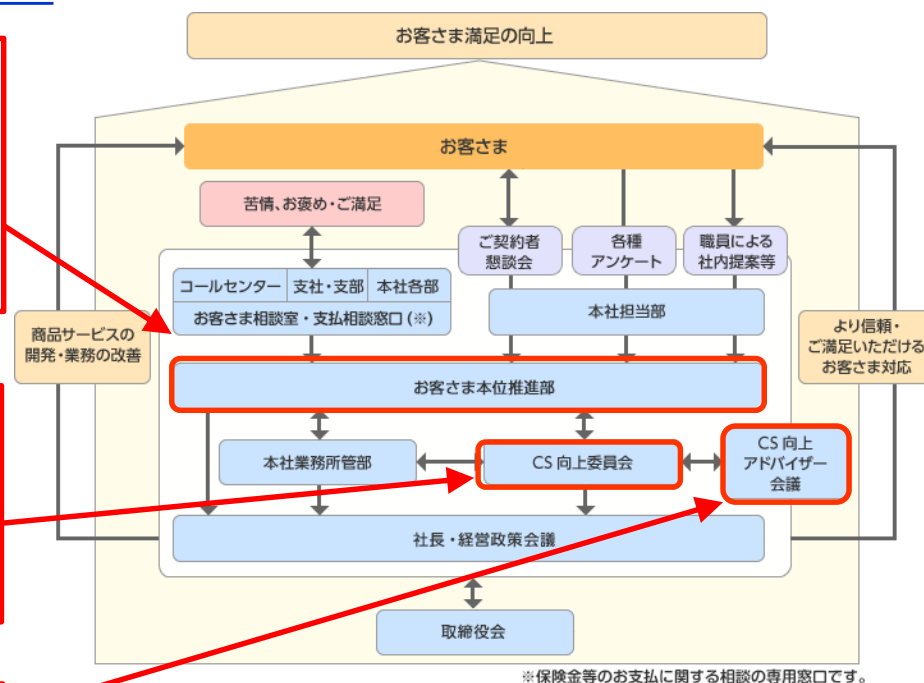
CS向上委員会※

部門横断的・全社的な課題については、社長を委員長とする「CS向上委員会」を開催し審議しています。

※2019年度より「お客さま本位推進委員会」へと組織変更

CS向上アドバイザー会議

お客さま本位の業務運営の推進にあたり、社外の視点を取り入れるため、消費者問題に詳しい有識者を社外委員とする「CS向上アドバイザー会議」を実施しています。（詳細はP12）



「お客さまの声」を経営に活かす取組み

ステークホルダーとの信頼関係の構築

お客さま

17 パートナシップで目標を達成しよう

CSRを支える経営体制

10 人や国の不平等をなくそう

16 平和と公正をすべての人に

2018年度に当社に寄せられた「お客さまの声」の状況

苦情件数 **55,412**件
(ご参考) 2017年度 **60,671**件
2016年度 **67,285**件

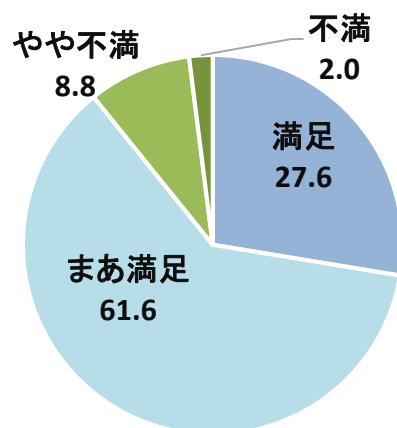
ご契約者懇談会

ご契約者懇談会の詳細はP11

全国で**89**回開催 **1,811**名が参加

お客さま満足度アンケート※

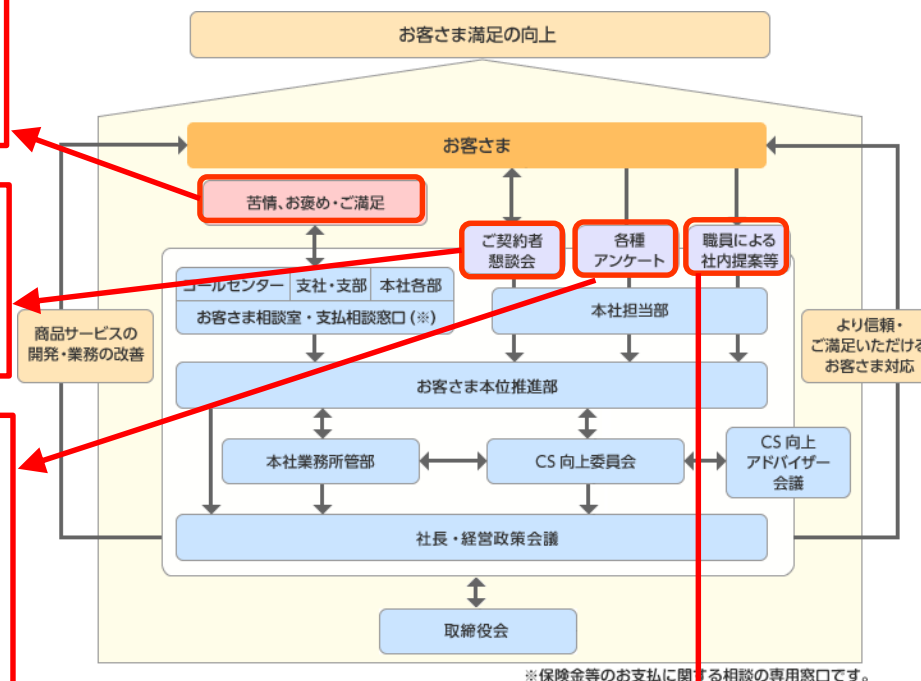
【住友生命に対する総合的満足度(%)】



満足層 (満足+まあ満足)
89.2%

不満足層 (やや不満+不満)
10.8%

※当社ご契約者45,000名を対象に実施。回答数8,364名。
(2018年8~9月にWebで実施)



職員による社内提案

提案件数
478件

採用件数
171件

「お客さまの声」を経営に活かす取組み

ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築

お客さま

17 パートナシップで
目標を達成しよう

CSRを
支える
経営体制

10 人や国の不平等
をなくそう

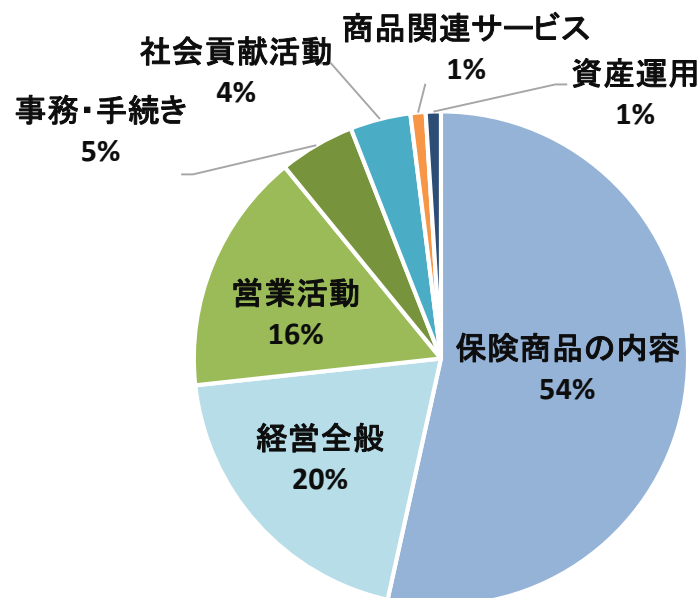
16 平和と公正を
すべての人に

全国各地でのご契約者懇談会の開催

ご契約者の皆さまに当社の経営状況を説明し、ご理解いただくとともに、ご意見を幅広く吸収し経営に反映していくために、毎年1月～3月に、全国の支社等でご契約者懇談会を開催しています。

2019年は、全国で89回開催し、1,811名のご契約者にご参加いただきました。ご契約者懇談会のご意見・ご要望等については、実行に移せるものは直ちに経営に取り入れるとともに、その傾向を分析して、ご契約者の皆さまの意向を反映した経営を進めていく一助とさせていただきます。

【ご契約者懇談会で寄せられたご意見・ご要望等の内訳】



2019年ご契約者懇談会の様子

<ご契約者懇談会参加者の感想>

- ✓ 住友生命の活動内容を身近に感じることができました。
- ✓ 保険に関する質問や不安要素などを、参加者の方々と共有できる貴重な機会でした。
- ✓ 企業と契約者の親睦を深めることのできる場はとても有意義でした。

「お客さまの声」を経営に活かす取組み

ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築

お客さま



CSRを
支える
経営体制



「お客さまの声」を社内で共有することで、業務改善やより良いサービスの提供に活かしています。

「お客さまの声」の共有

社内イントラネットを活用した「お客さまの声」の共有

お客さまから頂戴した苦情、お褒め・ご満足は、「お客さまの声」管理システムにて、お客さま本位推進部にて一元管理をしています。

寄せられた「お客さまの声」から、全社にて共有すべき事項については、WEB社内報等の社内イントラネットを活用し、改善やより良いサービス提供のために情報共有を行っています。

また従業員への各種研修（詳細はP15～）の際に共有するなど、職員一人ひとりが、消費者志向のもと、「お客さまの声」を真摯に受け止め、お客さまと接する際に、より一層の信頼・満足をいただけるように努めています。

社外有識者の知見を取り入れた業務改善～CS向上アドバイザー会議～

当社では2008年3月より、消費者問題に詳しい有識者（消費者問題専門家、弁護士等）を社外委員とする「CS向上アドバイザー会議」を開催し、お客さま満足の向上に関する諸施策等に関してのご意見をいただき、お客さまの視点に立った商品サービスの開発・情報提供の充実に活かしています。

＜2019年1月に開催したCS向上アドバイザー会議の内容例＞

1. 2018年度上期「お客さまの声」状況
2. メディケア生命（当社100%子会社）新商品パンフレットについて
3. 外貨建平準払新商品パンフレットについて
4. スミセイ安心だよりについて
5. お客さま本位の業務運営について
6. 2018年度お客さま満足度アンケート



「お客さまの声」を経営に活かす取組み

ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築

お客さま

17 パートナースhipで
目標を達成しよう

CSRを
支える
経営体制

10 人や国の不平等
をなくそう

16 平和と公正を
すべての人に

改善事例①

金融機関窓口での外貨建保険販売にかかる商品パンフレット改訂等

金融機関窓口での外貨建保険販売の増加に伴い、外貨建保険に関する苦情件数は増加傾向にあります。お申し出いただく苦情の中には、「為替リスクについて十分な説明を受けなかった」、「解約返戻金が元本割れするとは認識していなかった」など、ご加入いただく際の工夫によって、未然に防止できる事案も含まれております。とりわけ、金融機関窓口でご加入いただくお客さまは、ご高齢の方も多くいらっしゃることから、当社では外貨建保険の商品特性や留意事項等についてわかりやすくご理解いただくための工夫・取組みを進めています。

商品紹介動画（しゃべるパンフ）の提供

お客さまのより一層の商品理解を目的として、外貨建保険の商品内容や為替リスク、市場リスクを説明する動画を作成しました。商品パンフレットに記載したQRコードをスマートフォン等で読み取ることにより、ご自身での動画視聴の他、ご自宅で家族と共に視聴・検討することも可能です。

（2018年8月～）

「契約締結前交付書面（契約概要/注意喚起情報）兼 商品パンフレット」改訂

生命保険協会「生命保険商品に関する適正表示ガイドライン」改正等（2018年6月）を踏まえ、次の対応を行っています。

- ・為替リスク、市場リスクによる元本割れリスクがある旨、注意喚起する記載を追加
- ・「予定利率」「積立利率」の定義を記載する等、お客さまの誤認を防止する観点から記載の見直しを実施

外貨建一時払終身保険「募集補助資料」の提供

「販売時の分かりやすい情報提供」および「他の金融商品との比較」等を目的として、次の内容を含む「募集補助資料」を作成・提供しています。（2019年4月～）

- ・外貨建一時払終身保険を、「貯蓄機能」と「保障機能」に分けて商品の特徴を記載
- ・リスク（為替リスク・市場リスク）、リターン（実質的な利回り）に係る情報提供

その他、外貨建一時払終身保険の「実質的な利回り」の表示等について、2019年4月から当社ホームページ、2019年5月から「ご提案内容説明書（設計書）」にそれぞれ対応しています。



「お客さまの声」を経営に活かす取組み

ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築

お客さま

17 パートナシップで
目標を達成しよう

CSRを
支える
経営体制

10 人や国の不平等
をなくそう

16 平和と公正を
すべての人に

改善事例②

視覚障がいのあるお客さまへの「ご契約内容通知書（安心だより）」への工夫

年1回お客さまに郵送にてお届けしているご契約内容通知書「安心だより」について、視覚障がいのあるお客さまにも住友生命からの重要な通知だとお分かりいただけるように、2018年度の通知に、「音声コード（Uni-Voice）」を印刷しています。「Uni-Voice（ユニボイス）」とは、音声コードにスマートフォンをかざすだけで、印刷物の内容を読み上げてくれるiOS・Android向けアプリです。手探りだけでコードの位置がわかるように、封筒の右下に「切り欠き」が入れられており、「ねんきん定期便」や「マイナンバー通知カード」等にも導入されています。当社でも、「一步先行く“感動品質”のお客さま対応」を目指し導入しました。

消費者の方のご意見をお聞きするため、当社が参加する双方向コミュニケーション研究会（特定非営利活動法人消費者支援機構関西さま主催）の一環として、視覚障がいのある方をサポートする団体（きんきビジョンサポートさま）を訪問して視覚障がいのある方からご意見をいただくとともに、実際の使いやすさなどをお試しいただきました。団体の皆さまからは、「コールセンターの電話番号がわかり、そのまま発信できるので、電話番号を覚えなくてよいところが便利。このようなサービスがもっと普及してほしい。」などの感想を頂戴しました。

消費者の方との交流会は、より良いサービスの提供につながるとともに、職員にとっても自分たちの仕事がお客さまのお役に立っていることの実感を得られる貴重な機会となっています。



2018年度に導入したUni-Voiceコード



きんきビジョンサポートさまと当社職員の交流会の様子

「消費者志向経営」を進めるための従業員教育

集合研修

「消費者視点を考える」研修会

従業員が消費者視点での業務遂行ができるように、消費者視点について考えるグループワークや他業種企業の消費者志向の取組みを学ぶ講演会などの研修を実施しました。



2018年10月に実施した研修会の様子

＜参加者の声＞

- グループワークの中で消費者視点を持つとどんな些細なことでも気づきがあることを学びました。一度視点を変えることでより良い仕事につなげたいと思います。
- 自分の仕事において消費者の方の声を聴く機会がないので、より良い商品・サービスの提供の為に消費者の方の声を聴く機会を持ちたいと感じました。

「消費者視点を考える」講演会

消費者関連の有識者を講師にお招きし、管理職を対象に、最新の消費者問題などを学ぶ講演会を実施しました。

＜2018年度の講演会テーマ＞

「消費者視点の重要性について」
～成年年齢の引き下げ等の社会情勢を踏まえて～

講師：全国消費生活相談員協会理事長 増田悦子氏



2019年1月に実施した講演会の様子
(東京本社・大阪本社)



所属毎の研修・ミーティング

「ハートミーティングデー」

職員一人ひとりが自分たちの使命を確認し、感動品質のお客さま対応を行うことができるように、毎月各職場にて、研修会を行っています。毎月実施することで、お客さま志向の意識醸成に役立っています。研修は、映像視聴と、ハートミーティング（グループでの意見交換）、私の宣言（年初に立てたお客さま志向の目標）の振り返りの3ステップにて実施しています。

＜2018年度の研修内容例＞

◆ 映像教材テーマ：「共に考えるお客さまの未来」

◆ ハートミーティングテーマ

＜支部＞ 映像を見て、お客さまのために私達にできることは何か話し合しましょう

＜支社＞ ライフデザイナーがお客さまに寄り添って丁寧なコンサルティングを行うことができるよう、私たちにサポートできることを話し合しましょう。

＜本社＞ 「お客さまの立場に立つ」という視点で心がけていることを話し合しましょう。



2018年実施研修映像より一部抜粋

「支社職員と役員との対話ミーティング」

全支社へ役員が出向き、「お客さま本位の業務推進」をテーマに支社職員との「対話ミーティング」を実施しました。

＜2018年度のテーマ＞

「ワーク・パフォーマンス・イノベーションを推進し、生み出された時間で具体的にどのように『お客さま本位』の仕事を進めていくか。」



所属毎の研修・ミーティング

「信頼の日」

お客さまからの信頼にお応えすることができるように、消費者視点、お客さま本位の取組み推進や苦情の早期解決、コンプライアンス意識の醸成等を目的として、各所属にて「信頼の日」研修を実施しています。

◆ 支社・支部では毎月第2営業日が「信頼の日」

毎月「お客さまの声を活かす研修」「保険募集における法令上の注意事項やお客さまへ丁寧に説明すべき事項の知識教育研修」等を実施しています。

＜支社・支部の2018年度の研修内容例＞

- ・高齢者・障がい者の方への接し方・手続き時に注意すべき点の共有
- ・お客さまからお褒めいただいた担当者の対応や配慮等の事例共有

◆ 本社部門では四半期毎に「信頼の日」を実施

＜本社部門の2018年度の研修内容例＞

- ・消費者視点の重要性
- ・自身の業務と消費者との繋がりについて
- ・どのように消費者視点を業務改善に活かしていくか
- ・「お客さまの声」を経営に活かした取組み事例の共有



「消費者関連部門内での勉強会の開催」

消費者団体や、他企業の消費者関連部門の方などを講師にお招きし、「消費者志向経営」を学ぶための勉強会を開催しました。

＜2018年度の勉強会テーマ＞

- ・高齢者対応
- ・消費者志向経営優良事例表彰企業の取組を学ぶ



2019年2月開催の勉強会

ユニバーサルな対応・人権等に関する研修

「ユニバーサルマナー検定の団体受講」

ご高齢のお客さまや、障がいのあるお客さまに寄り添った対応ができるように、ユニバーサルマナー検定※の団体受講を実施しています。



2018年 四ツ谷会場の様子



2018年 福岡会場の様子



2018年 大阪本社会場の様子



2018年 東京本社会場の様子

※「ユニバーサルマナー検定」とは、一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会が主催しており、高齢者、障がい者など多様な方々に向き合うための「マインド」と「アクション」を体系的に学び、身につけるための検定です。

「人権への取組み」

多様な個性を持つお客さまに寄り添った対応ができるように様々な人権研修等の取組みを行っています。

◆人権を考える日（毎月10日）
「人権のいずみ」（職員から寄稿された人権に関するエピソード）の読み合わせ

◆対象層に応じた人権研修
人権定例研修（年1回）
…全職員対象、
映像教材の視聴とミーティング
管理職等対象人権研修（年1回）
人権啓発リーダー研修
…本社職員対象
（5カ月間・延べ16時間）

本社室長人権研修
…本社室長層対象
入社時の人権研修
…新入職員対象

◆人権啓発講演会

◆人権啓発標語の募集
人権週間に入賞作品発表および
入賞作品のポスター掲示



人権啓発リーダー研修の様子



人権啓発標語入賞作品ポスター

ユニバーサルな対応・人権等に関する研修

「認知症サポーター養成」

認知症への理解を深め、お客さまに寄り添った対応ができるように、認知症サポーターの養成※に取り組んでいます。

認知症サポーター養成数 **11,187**名

＜研修参加者の声＞

- 認知症やアルツハイマー病という言葉は知っていたが、今回の研修で症状の知識を得て、相手の気持ちを考えた対応がとても大切だとわかった。
- 小冊子をつかってロールプレイした内容を、お客さまのお役に立てるように活かしていきたい。

※「認知症サポーター」とは認知症に対する正しい知識と理解を持ち、地域で認知症の人やそのご家族に対してできる範囲で手助けを行います。所定の養成講座を受講した者を特定非営利活動法人地域ケア政策ネットワークが認知症サポーターとして認定します。



研修の様子（2018年12月）

「お客さま本位」推進に関する各種研修

入社時研修や、所属長研修、各支社での会議やライフデザイナー（営業職員）のスキルアップ研修等において、「お客さま本位」の理念浸透・理解促進の為の研修を、消費者関連部門の職員が講師となって行っています。

2018年度は67回の研修を実施いたしました。

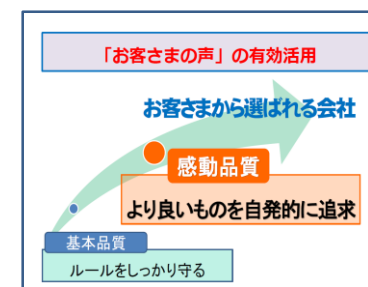
＜2018年の研修テーマ例＞

- ・お客さま本位の業務運営
- ・お客さまの声（苦情、お褒め・ご満足）の共有
- ・消費者関連の当社取組み
- ・いままでに一番うれしかったお客さまからの言葉

また、社内のイントラネットを活用し、動画にて、全国の職員への教育を行っています。

＜2018年の動画研修テーマ例＞

- ・お客さまの声（苦情、お褒め・ご満足）の共有
- ・お客さま満足度アンケート結果について



研修資料例

従業員の積極的な活動（従業員意識の向上）

ステークホルダーとの信頼関係の構築

従業員・社会



「職員によるボランティア活動～スミセイ・ヒューマニー活動～」

スミセイ・ヒューマニー活動は「人間味あふれ（ヒューマン）、地域社会と調和を図れる（ハーモニー）企業でありたい」という想いから「ヒューマニー（ヒューマン＆ハーモニー）を合言葉に1992年にスタートした職員によるボランティア活動です。この活動への参加を通じ、職員は、社会の様々な課題に向き合うことができ、消費者志向意識醸成の土台ともなっている活動です。2018年度も全所属がヒューマニー活動に参加しました。2018年度に実施した活動の一部をご紹介します。

クリスマスチャリティバザー



大阪本社・東京本社「クリスマスチャリティバザー」（2018年12月）今年で大阪本社では26回目、東京本社では24回目を迎えたチャリティーイベントです。職員が提供した商品を販売し、その収益金を災害復興やLGBT関連団体など様々な団体へ寄付しています。



募金・チャリティクッキー活動による盲導犬寄贈（1990年より継続）名古屋支社



プルタブ回収による車イス寄贈 鹿児島支社



災害復興ボランティア（西日本豪雨等）



職員から募金によるAJU自立の家への活動資金提供（1989年より継続実施）愛知中央支社

環境に関するヒューマニー活動についてはP21でご紹介しています。

⇒ 2018 取組成果

全所属にて実施

205活動

参加人数（累計）

51,062名



海外の子どもたちに絵本を届ける活動 大阪本社・東京本社



ランイベントボランティア 明石支社

従業員の積極的な活動（従業員意識の向上）

ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築

従業員・環境

13 気候変動に
具体的な対策を

17 パートナースhipで
目標を達成しよう

職員による環境ボランティア活動

職員によるボランティア活動「スミセイ・ヒューマニー活動」として全国で数多くの活動を実施しており、職員の「エコ意識」の醸成にも役立っています。2018年に実施した環境ボランティア活動のうち、一部を紹介いたします。

荒川河川敷清掃活動

2007年に住友生命の創業100周年記念事業「スミセイきれいな地球を守り隊“運動”」として始まった地球環境保護活動の一つで、東京本社および近郊支社の職員・家族が集まり、荒川河川敷に漂着するゴミの清掃活動や外来種の駆除作業などを行っています。2018年度も458名の職員・家族が参加しました。（2018年11月）



本社周辺清掃活動

東京本社および大阪本社周辺の清掃活動をお昼休みの時間などを活用し、定期的に実施しました。



ビーチ・クリーンアップ in 二色の浜

大阪本社および近郊支社の職員・家族238名が二色の浜の清掃活動を行いました。約13,000個のゴミを回収しました。（2018年10月）



森林保全活動

大阪本社および近郊支社の職員・家族12名が神戸市有馬温泉の森林保全活動を行いました。（2018年10月）



従業員の積極的な活動（従業員意識の向上）

ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築

従業員・環境

13 気候変動に
具体的な対策を

17 パートナースhipで
目標を達成しよう

職員による環境ボランティア活動

職員によるボランティア活動「スミセイ・ヒューマニー活動」として2018年に実施した環境ボランティア活動のうち、一部を紹介いたします。

スミセイの森の環境保全

宮城県の「わたしたちの森づくり事業」に参画し、仙台支社の職員・家族54名が植樹や、枝打ち除伐、施肥作業等を行いました。（2018年10月）



盛岡支社



沼津支社



南神奈川支社



町田支社



北見支社



埼玉中央支社

ニッコウキスゲ補植活動

日光市の霧降高原にて、栃木支社の職員・家族15名が、天然記念物であるニッコウキスゲの苗500本の補植を行いました。（2018年10月）



久留米支社



沖縄支社

⇒ **2018 取組成果**

環境保全活動数

72活動

参加人数

累計**2,879**名

従業員の積極的な活動（企業風土の醸成）

ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築

従業員

17 パートナシップで
目標を達成しよう



「いいね！カード」～褒め合う企業風土の醸成～

職員一人ひとりが働きやすく、働きがいのある職場風土づくりに向けた「積極的にほめる」風土の醸成を目的に、「いいね！カード」を積極的に活用しています。職員同士、感謝の気持ちを伝える際に「いいね！カード」を渡すことで、企業風土の醸成に役立っています。

「ベストアプローズ表彰」

職員一人ひとりが働きやすく、働きがいのある職場風土づくりに向けた「積極的にほめる」風土の醸成を目的に、会社へ貢献したと考えられる職員（グループ）を表彰しています。2018年度は9グループの職員を表彰しました。

「健康経営と職員のコミュニケーション深化」

スポーツを通じて、職員一人ひとりが健康への意識を高めるとともに、職員同士のコミュニケーションの深化も図っています。所属毎に様々な健康イベントの開催やスポーツイベントへの参加などに取り組んでいます。



「いいね！カード」を贈る職員



2018年11月高知支社運動会



2018年11月 広島支社マラソン大会への参加

従業員の積極的な活動（企業風土の醸成）

ステークホルダーとの信頼関係の構築

従業員



「働き方改革を通じた『お客さま本位の仕事』へのシフト」

WPIプロジェクト（働き方改革）

2018年度より、従来の働き方改革をさらに推し進め、WPI（ワーク パフォーマンス イノベーション）プロジェクトを発足させ、総労働時間の削減等を通じて、職員が「健康でいきいきと働ける職場の実現」と「お客さま本位の仕事への集中」を進めています。

KPI 3か年で総労働時間の10%削減（2016年度比）

⇒ **2018 取組成果**

2018年度 総労働時間
4.9%削減（2016年度対比）

2015-「ワークスタイルイノベーション」運営
2017-「働き方変革運営」

2018-「WPIプロジェクト」

長時間労働の抑制

- 総労働時間削減
- 20時退館運営
- PCシャットダウン
- 休暇取得推進
- トップダウンの業務削減

意識と行動の変革

お客さま本位の仕事へのシフト

- 本社における基準・ルール見直し
- 支社業務の全面見直し
- 報告・トレース業務廃止
- 業務の見える化

時間あたり生産性の向上

- 19時30分退館運営
- 会議運営効率化
- 新ITインフラのフル活用
- 「20%スタート・80%クロージング」
- 諸手続きの電子化
- ペーパーレス推進
- 意識改革（生産性を踏まえた人事評価）

健康でいきいきと働く職場の実現

- 職員のスキルアップ・自己啓発
- **働く「時間」「場所」柔軟化**
- 健康経営推進

**2018年7月より
「在宅勤務」「モバイルワーク」可能に**

新ITインフラの構築により、自宅や外出先での勤務が可能となり、効率的な職務遂行に繋がっています。

従業員の積極的な活動（企業風土の醸成）

ステークホルダーとの信頼関係の構築

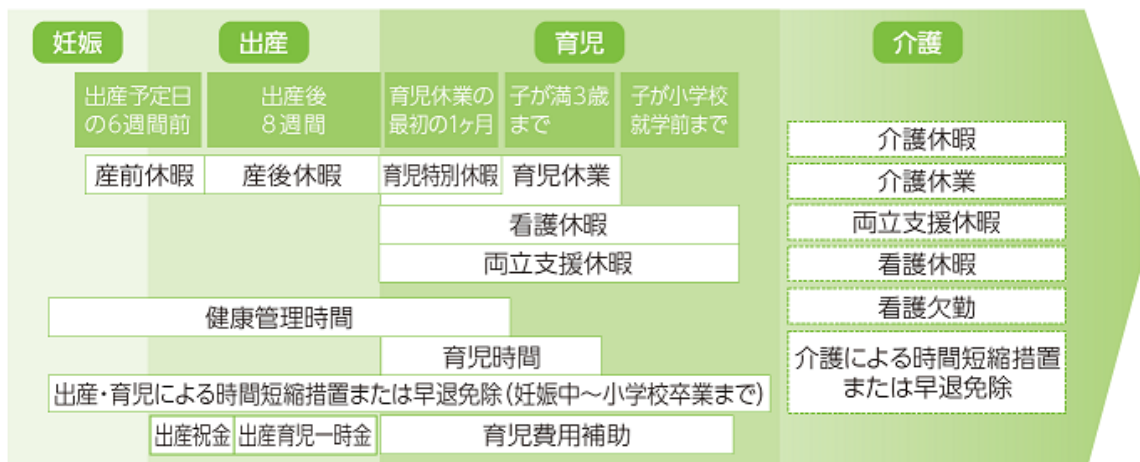
従業員

5 ジェンダー平等を実現しよう

17 パートナリシップで目標を達成しよう

「ワークライフバランス・女性活躍推進」

当社は、女性職員が全職員の9割を占めており、女性の役割が大きい会社です。全ての職員が、子育て期、中高年期といったライフステージに応じた多様な働き方を実現するための環境整備を進め、多様な価値観を認めあう企業風土の醸成を図っています。



女性活躍推進の主な取組み

女性職員が継続して働きやすい環境づくり

- 充実した両立支援制度の整備と利用促進
- 継続的なトップメッセージの発信、男性職員の両立への理解促進

中長期的な視点での女性管理職候補者育成

- 入社時研修、階層別研修、選抜研修など、教育体制の整備と充実
- 計画的な育成、ローテーション、職種の垣根を越えた活躍の場の提供 等

⇒ 2018 取組成果・評価

内閣府 2018年度
「女性が輝く先進企業表彰」
内閣府特命担当大臣
(男女共同参画)表彰

女性が輝く
先進企業
2018



日経WOMAN
2019年6月号
「女性が活躍する会社BEST100」
総合 5 位

「ご契約締結前の各種情報提供」

一人ひとりのお客さまへ最適な保険をお届けするために、お客さまのニーズに合わせたコンサルティングや情報提供の充実に取り組んでいます。

「最適な保障内容のご提案」

タブレット端末「Sumisei Lief（スミセイリーフ）」を活用して、家族構成等に応じた必要保障額のシミュレーションができる「未来診断」を実施し、「必要保障額にあった最適な保障内容」をご提案することができます。

ご提案にあたっては、パンフレット等を用いて商品の魅力をお伝えするとともに、社会保障制度の説明等も行っています。

また、より分かりやすい商品パンフレットの作成のため、新商品の発売にあたっては、「実利用者ユニバーサルデザイン」認証マーク※の取得にも取り組んでいます。



※特定非営利活動法人実利用者研究機構が、実際の利用者が製品・サービス等を利用する際の行動観察調査を行い、情報が正確にわかりやすく伝わるまでの課題を発見し、その課題を取り除く改善プロセスを経て作成されたことを認証するものです。

「消費者向け各種セミナーの実施」

生命保険商品の内容に応じた適切な情報提供を行うことはもちろん、公的保障の諸制度等の基礎的情報や生命保険の仕組みをお伝えすることも重要な情報提供と考えており、「ライフプランセミナー」や「健康と介護」「がん」「税金」「子育て費用対策」等様々なセミナーを開催しています。

お取引先企業さままでの各年代向けの「ライフプランセミナー」や50歳以上の方を対象とした「セカンドライフセミナー」にも積極的に取り組んでおり、お取引先企業さまの従業員の方に、公的保障の諸制度や、将来の資金計画の重要性などをお伝えすることは、消費生活を行うために必要不可欠な情報提供でもありと考えております。

また、新商品“住友生命「Vitality」”の発売に合わせ、参加型・体験型の「健康増進セミナー」「健康チェックイベント」を新たに実施し、お取引先企業さまの健康経営のサポートにも取り組んでいます。

⇒ 2018 取組成果

お取引企業さま等での
「ライフプランセミナー」の実施

約**100**回

「セカンドライフセミナー」の実施

約**200**回

「健康増進セミナー」の実施

約**2,600**回

「健康チェックイベント」の実施

約**5,000**回

「ご契約いただいているお客さまへの継続的なコンサルティング&サービス」

スミセイ 未来応援活動

ご加入いただいているお客さまに定期訪問を実施し、定期的にご加入いただいているご契約内容の確認（再説明）をさせていただいております。お客さまのライフイベント（結婚、出産等）の状況や、給付金等のご請求漏れがないかの確認、最新の商品・サービスの情報のお届けなどを通じ、お客さまにとって常に最適な保障となっているかのコンサルティングをさせていただくのが「スミセイ未来応援活動」です。

ご契約内容の確認（再説明）

お客さまが現在ご加入
いただいているご契約の
内容を確認(再説明)させ
ていただきます。



必要なお手続きの確認

給付金等のご請求漏れが
ないか確認させていただ
きます。



最新情報の提供

新たなサービス、
商品等の情報をお届け
させていただきます。



「お客さまに寄り添う 各種相談サービス（商品付帯サービス）」

お客さまに安心をお届けするために、ご加入いただいている商品に応じて各種相談サービスを提供しています。

スミセイ 健康相談ダイヤル

24時間・年中無休で専門ス
タッフが健康相談に応じます。

スミセイ セカンドオピニオン・サービス

総合相談医のセカンドオピ
オンを無料で受けられます。

スミセイ 障害年金サポートサービス

障害年金の申請全般を専門
家がサポートいたします。

スミセイ ケア・アドバイス・サービス

介護の専門家による電話・訪
問サービスを提供いたします。

※上記サービスは業務委託先であるティーベック株式会社が提供いたします。
ご利用可能なお客さまには条件がございますので、詳細は当社HPをご覧ください。

保険金等の確実なお支払い

保険事業
を通じた
安心の
提供



保険金等の確実なお支払いの為、保険金等支払管理態勢の強化に取り組んでいます。

「保険金等の確実なお支払い」

2018年度にお支払いした保険金・年金・給付金

お支払件数

お支払金額

487万件

1兆4,384億円

死亡保険金

満期保険金

年金

給付金 その他

9万件
3,350億円

7万件
2,837億円

267万件
5,041億円

201万件
2,948億円

「保険金等支払管理態勢」

ご請求手続案内

保険金等のご請求手続にあたり、病気やケガの内容から、お客さまがご加入いただいているご契約の保障内容を確認し、関連する各種給付金について幅広くご案内できる可能性がないかを検索する「案内システム」を活用して請求案内を行っています。

また、請求可能な給付種類をお客さま自身に確認いただくチェックリスト形式の帳票を契約内容通知とあわせて送付しています。

保険金等支払いの点検・請求勧奨システム

日常的な支払事務において支払漏れを防止する為に、「支払検証システム」による点検を行っています。

また、ご請求時に提出いただいた診断書に書かれている内容を全てデータ化し、他の保険金・給付金の支払い事由に該当する可能性がないかを検索する「請求勧奨システム」を活用し、さらにお支払いの可能性のあるものについては、お客さまへ請求勧奨を行っています。

保険金等のお支払いに関する相談窓口 社外弁護士による無料相談制度

保険金・給付金をお支払いできなかったお客さまを対象に、より分かりやすく丁寧な説明を行うために、専用の窓口を開設し、専任の担当者が直接お客さまからのご相談をお受けしています。

さらにご納得いただけない場合は、社外弁護士へ無料でご相談いただける制度を用意しています。

保険金等の確実なお支払い

保険事業
を通じた
安心の
提供

1 貧困を
なくそう

持続的・
安定的な
成長の
実現

8 働きがいも
経済成長も

9 産業と技術革新の
基盤をつくろう

「生命保険の特性を踏まえた投融資」

当社は、安定的な収益確保と確実な保険金などのお支払いの実現をお約束するため、長期の公社債や貸付金などの円金利資産を中心に投資を行っております。

当社の運用資産(一般勘定) 構成

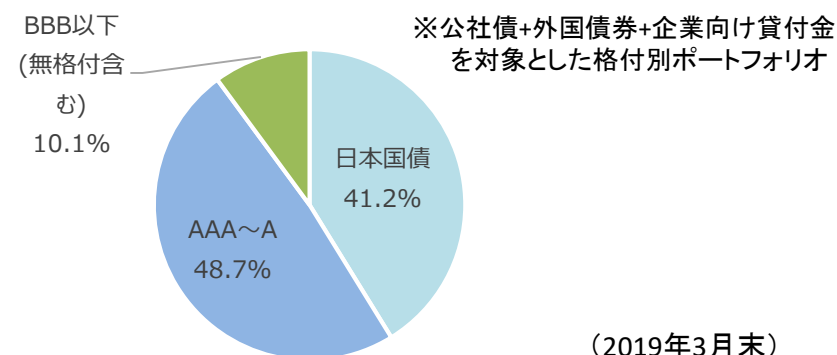
(単位:兆円、%)

資産	金額	割合
円金利資産	26.6	84%
国内債券	12.9	40%
為替ヘッジ付外債※	6.6	21%
貸付金	2.8	9%
その他	4.2	13%
円金利資産以外(株式等)	11.8	16%
総合計	31.9	100%

※為替リスクの無い外国債券

(2019年3月末)

投資先の格付け状況(※)



「スチュワードシップ活動への取組み」

当社は、株式投資において、投資先企業の成長を促す取組みとして、建設的な対話や議決権行使を積極的に行っています。

- **投資先企業との対話** 投資先企業が抱える課題やその解決に向けた方策等を議論することにより、改善を働きかける取組みを行っています。
- **議決権行使** 議決権行使は企業の成長を促す重要な手段と考えており、課題を抱える投資先企業の株主総会議案の議決権行使に際しては、まずは対話を通じて改善を働きかけ、その効果等も踏まえて賛否を判断しています。

「ESG投融資」

当社は、環境(E)、社会(S)、企業統治(G)の観点を考慮した資産運用を行っており、持続可能な社会の実現へ貢献して参ります。

- **「グリーンボンド」等への投資** スマートシティの実現を目指す東京都が環境事業に充当する目的で発行した「東京グリーンボンド」等への投資。
- **「ソーシャルボンド」への投資** 開発途上国地域におけるインフラ整備等を支援する国際協力機構が発行するソーシャルボンドへの投資。
- **「国内太陽光発電プロジェクト」への投融資** 国内で実施される太陽光発電事業への投融資。

ビジネスパートナーとの提携等による商品・サービスの開発・提供

多様化するお客さまのニーズにお応えするため、業務提携などによりビジネスパートナーとの取組みを推進しています。2018年度に開始した新規の主な取組みは次のとおりです。

米ドル建保険取り扱い開始～ソニー生命との業務提携～

お客さまのニーズに対し、スピーディかつ効率的な商品ラインアップの拡充を実現するため、2018年度より、ソニー生命保険株式会社と業務提携を行い、ソニー生命の米ドル建終身保険および米ドル建養老保険の販売を開始しました。

介護サービスの共同開発・共同利用～アクサ生命との業務提携～

多様化、複雑化する介護関連サービスのお客さまのニーズにお応えするために、アクサ生命保険株式会社と2018年度より業務提携を行い、次のような取組みを進めています。

- 介護関連サービスの共同開発・共同利用 …… 両社がそれぞれのお客さま及びそのご家族に対してご提案できる共同の介護サービスプラットフォームの構築
- 介護関連サービス事業者との資本提携 …… 共同投資の第一弾として高齢者施設紹介サービスを手がける株式会社笑美面と資本提携
- 「ウェルエイジング共創ラボ」開設 …… 2018年11月に共同オフィス「ウェルエイジング共創ラボ」を開設し、効率的かつ迅速に協働できる体制を整えています。

シェアワーカーおよびフリーランス向け“住友生命「Vitality」”の提供

近年増加傾向にあるシェアワーカー※を対象とした「福利厚生システム」にかかる共同研究・サービス提供に向けた包括協定を、2018年9月に一般社団法人シェアリングエコノミー協会と締結、また2019年にフリーランス※総合支援プラットフォームを提供するランサーズ株式会社とも連携し、小口で加入しやすい価格設定の“住友生命「Vitality」”の提供をシェアワーカーおよびフリーランスの各個人会員向けに開始しました。

※シェアワーカー：シェアリングエコノミーのプラットフォームサービスを介して自らのスキル・労働力を提供（シェア）して対価を得る人々（シェアリングエコノミー協会）

※フリーランス：特定の企業や団体、組織に専従しておらず、自らの技能を提供することにより社会的に独立した個人事業主もしくは個人企業法人のこと。

消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービス開発

ステークホルダーとの信頼関係の構築

環境

13 気候変動に具体的な対策を

17 パートナーシップで目標を達成しよう

環境に配慮した事業活動と新サービス

各種保険手続きの電子化によるサービスの向上と紙使用量の削減

2018年7月に、スミセイライフデザイナー（営業職員）等が使用するタブレット端末「スミセイリーフ」を刷新し、保険に関する各種お手続きをその場で完結できるように、順次ペーパーレス化を進めています。

これまで書類によるお手続きが必要となっておりました「保険のご加入」「保障内容の見直し」「加入後の各種お手続き」などがペーパーレスで完結できるようになります。



ペーパーレス化の促進

ペーパーレス会議、諸手続きの電子化、メール・Skype活用、文書の電子保管等、日常的な紙使用量の削減に取り組んでいます。

印刷物等への環境配慮

商品パンフレット、社内教材等様々な印刷物に、再生紙・植物インキを使用するなど環境にやさしい取り組みを行っています。当社独自の環境マークを設定し、環境に配慮した印刷物に使用する等職員の環境意識を高めながら取り組みを進めています。



社会貢献活動としての環境保護活動

サンゴ礁保全プロジェクト

2008年から「サンゴ礁保全プロジェクト」として、石垣島の白保の海のアオサンゴ礁の保全の持続的な地域づくりに取り組む公益財団法人世界自然保護基金ジャパン（WWFジャパン）の活動を支援しています。

世界の海を、サンゴ礁の輝く海へ
住友生命は、「サンゴ礁保全プロジェクト」を実施しています。

「海の森」と呼ばれるサンゴ礁。そこには、全海洋動物50万種のうち約25%が生息すると言われ、たくさんの生物の棲家となっています。人間生活にも豊かな恵みをもたらしてくれるサンゴ礁が、今、地球温暖化・海洋汚染・開発・自然災害などを原因として、消失が進んでいます。住友生命では、事業活動に深い「生命」を守ることをテーマに、多様な生態系を有するサンゴ礁の保護に取り組んでいます。



豊かな社会づくりのための社会貢献活動

住友生命では、社会の一員としての責任を果たすために、社会課題の解決に向けた社会貢献活動にも積極的に取り組んでいます。特に、生命保険業と関連性の高い「健康増進」「子育て支援」を社会貢献活動の重点テーマとして設定し、取り組みを進めています。取り組みの一例として、社会的な課題となっている「小1の壁」問題への貢献のために行っている「スミセイアフタースクールプロジェクト」についてご紹介します。

「住友生命の子育て支援活動」

健康増進に関する社会貢献活動についてはP7でご紹介しています。

スミセイアフタースクールプロジェクト



小学生の放課後の時間を豊かなものとし、子育て世代が安心して働くことのできる環境整備を目指し、全国の学童保育や放課後子ども教室に「いのち」「健康」「未来」をテーマにした19種類の出張授業を無償提供しています。また子どもたちの放課後を豊かにする地域での活動が広がるように、地方自治体職員や学童保育関係者等を対象に「勉強会」を開催しています。



⇒ これまでの受賞歴



グッドデザイン賞
(2017年)



健康寿命をのばそう！アワード
厚生労働大臣最優秀賞
(2015年)



キッズデザイン賞
(2014年)



内閣府特命担当大臣
(地方創生担当) 表彰
(2018年)



文部科学省「青少年の
体験活動推進企業表彰
審査委員会奨励賞
(2016年)

⇒ 2018 取組成果

出張授業（子ども向け）

勉強会（大人向け）

開催数

各**48回**

参加人数

子ども**1,790名**

大人**452名**

消費者志向自主宣言取組方針と本白書掲載内容関係表

住友生命は、2017年1月に「消費者志向自主宣言」を制定し、その取組方針に則り、取組みを進めています。
本白書における消費者志向自主宣言各取組方針に対する代表的な取り組みと掲載ページの関係は下表のとおりです。

取組方針（要約）	代表的な取組み内容（概要）	本白書 掲載ページ
・経営方針に基づいた消費者志向経営の推進	・経営方針の全体像 ・CSR経営方針とSDGsへの取組み	P. 3 P. 4
・コーポレートガバナンスの確保 ・消費者対応部門等と他部門との有機的連携	・「お客さまの声」を経営に活かす取組み態勢 ・2018年度に当社に寄せられた「お客さまの声」の状況 ・全国各地でのご契約者懇談会の開催 ・「お客さまの声」の共有 ・CS向上アドバイザー会議の開催 ・改善事例	P. 9 P.10 P.11 P.12 P.12 P.13～14
・従業員の消費者志向意識醸成に向けた取組み	・「消費者志向経営」を進めるための従業員教育 ・従業員の積極的な活動（従業員意識の向上） ・従業員の積極的な活動（企業風土の醸成）	P.15～19 P.20～22 P.23～25
・消費者への情報提供の充実 ・保険金等支払管理態勢の強化	・ご契約締結前の各種情報提供 ・ご契約いただいているお客さまへの継続的なコンサルティング＆サービス ・保険金等の確実なお支払い	P.26 P.27 P.28～29
・消費者、社会の要望を踏まえた商品、サービスの改善・開発 ・CSVの概念に基づいた商品・サービスの開発	・ビジネスパートナーとの連携等による商品・サービスの開発・提供 ・環境に配慮した事業活動と新サービス ・消費者・社会の要望を踏まえた社会貢献活動 ・特集 お客さま・社会との共有価値の創造（CSVプロジェクト）	P.30 P.31 P.32 P. 5～8

お客さまの声を活かす新たな取組みに『期待』

住友生命の「CS向上アドバイザー会議社外委員」としての立場から、住友生命の「お客さまの声」を活かす取組みに関し、コメントを述べさせていただきます。

住友生命は、平成20年3月からCS向上アドバイザー会議を設置し、様々な商品やサービス開発等に社外委員の視点を積極的に取り入れ、お客さまの声を経営に活かす取組みを実施してきました。契約書や請求書類等の説明文の見直し、コールセンターの音声ガイダンスの変更のほか、高齢者や障がいのある方の特性に配慮した取組みとしての社内教材作成や研修などです。

平成20年からのこの継続的な取組みには、より良い保険商品を提供し、お客さまに満足頂きたいというだけでなく、お客さまに未来への「安心」を提供する企業であり続けたいという強い思いを感じます。そして、平成29年1月に「消費者志向自主宣言」を掲げたことにより、これまでのステークホルダーに対する各方面の取組みをどのように充実・発展させ、成熟を遂げていくのか私は大変興味を持っています。特に、昨年販売された“住友生命「Vitality」”という継続的に健康増進をサポートする保険に対する「お客さまの声」を今後どのように活かすか、その取組みに期待しています。

高齢化社会の到来や平均寿命の伸展により、高齢者に対する消費者被害の未然防止や見守り活動の重要性が高まっており、また、成人年齢の引き下げに伴い若年者の消費者教育等の必要性が指摘される中で、企業は単に健全な取引を行うだけでなく、消費者の特性に配慮した社会的取組みが求められています。

住友生命の「消費者志向自主宣言」、「お客さま本位の業務運営」はいずれも消費者に対して「心」を向けることからスタートしていると思います。これまでの継続的な思いをどのように具体化させてお客さまに届けていくのか、今後の更なる進化を楽しみにしています。



CS向上アドバイザー会議社外委員
弁護士 江口 文子 氏

あなたの未来を強くする



住友生命

生命保険のお手続きやお問合せにつきましては

スミセイコールセンター 0120-307506

受付時間 月～金曜日 午前9時～午後6時
土曜日 午前9時～午後5時

住友生命保険相互会社

本 社：〒540-8512 大阪府大阪市中央区城見1-4-35
東京本社：〒104-8430 東京都中央区築地7-18-24