

消費者志向 **Communication Book**

～ 消費者志向 コミュニケーションブック ～

2020

本冊子は「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」の報告書を兼ねています。

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。

また、新型コロナウイルス感染症により影響を受けられたすべての皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。

当社では、現在、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」を中心とした取組みを推進しております。2018年7月に発売した健康増進型保険“住友生命「Vitality」”を軸に、社会全体への健康増進の働きかけや、健康経営の推進を行うことで、「健康寿命の延伸」という社会的課題の解決に取り組むとともに、ESGを重視した事業活動を推進し、SDGsの達成に貢献していくことを目指しております。

新型コロナウイルス感染症を契機に、社会の変化がより大きく進んでいくと考えられます。ニューノーマルの時代においても、これまでの取組みを継続するとともに、役職員一人ひとりが、従前以上にお客さま視点で発想し、行動することを徹底していくことを通じ、社会に貢献し、社会に信頼され、社会の変化に適応していくことによって、「社会になくてはならない保険会社」の実現を目指してまいります。

当社では、「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。本冊子では、「社会になくてはならない保険会社」の実現に向けた取組みに加え、「お客さまの声」を経営に活かすための取組みや、消費者や社会の要望を踏まえた活動など、消費者志向の主な取組みについてご報告いたします。本冊子を多くの皆さまとのコミュニケーションのきっかけとし、取組みの一層の向上を図ってまいります。

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 2	消費者への情報提供の充実	P21
健康長寿社会への貢献	(P 5～8)	保険金等の確実なお支払い	P23
「お客さまの声」を経営に活かす取組み	P12	消費者・社会の要望を踏まえた事業活動	P24
消費者志向意識醸成に向けた取組み	P17	消費者志向自主宣言取組方針と	
従業員の積極的な活動（従業員意識の向上）	P19	本冊子掲載内容関係表	P25
従業員の積極的な活動（企業風土の醸成）	P20	寄稿	P26

経営方針に基づいた消費者志向経営の推進

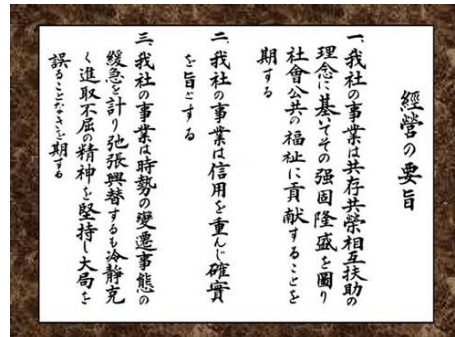
経営方針の全体像

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。また、住友生命およびグループ各社の役職員の行動規範として「**住友生命グループ行動規範**」を定めています。

＜経営方針の全体像＞

「経営の要旨」

当社の企業経営の根本方針を1952年に明文化したもの。



「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。

「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
- 一歩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

「住友生命グループ行動規範」

経営方針のもと、役職員一人ひとりが、日々の業務の中で、どのように考え、判断し、行動すべきか、具体的な判断のよりどころとして共通の判断基準である「行動規範チェックリスト」を設けています。

【行動規範チェックリスト】

- ①「お客さま」の満足や安心・最善の利益につながる行動ですか？
- ②「社会」に対して胸を張って説明できる行動ですか？
- ③「共に働く仲間」に対して思いやりのある行動ですか？

※CSRとは「企業の社会的責任」(Corporate Social Responsibility) の略語です。

「住友生命グループ行動規範」の詳細はP10

経営方針に基づいた消費者志向経営の推進 ～スミセイ中期経営計画2022～ ①

社会に「なくてはならない」保険会社へ

2020年度よりスタートした新3か年計画「スミセイ中期経営計画2022」※では、将来に亘って持続的にお客さまのお役に立つために、社会環境を的確に捉えたうえで、社会に貢献し、社会に信頼され、そして社会の変化に適応していくことによって、「社会になくてはならない保険会社」の実現を目指します。

（当社では、こうした考えのもと、社会の一員であるすべての消費者を「お客さま」として捉え、業務を運営しております。）

※ニューノーマルの時代には、新たな生活様式への適応や働き方の変革が求められる中、お客さまの非対面でのコミュニケーションに対するニーズや健康に対する意識がより一層高まることが予想され、社会の変化がより大きく急速に進んでいくと考えられることから、2020年4月からスタートしていた中期経営計画を、2020年9月に改定しました。

ニューノーマル下の社会においても 社会に「なくてはならない」保険会社へ



経営方針に基づいた消費者志向経営の推進 ～スミセイ中期経営計画2022～ ②

社会に貢献する ～SDGs達成への貢献～

CSR経営方針に基づき、CSR経営を推進する上で重要となる5つの「CSR重要項目」を定めており、各CSR重要項目と対応するSDGs※を示し、重点的に取り組む課題を明確にしています。

“住友生命「Vitality」”の推進を通じて健康長寿社会に貢献することを中心に、ESGを重視した事業活動を通じて、SDGsの達成に向けた取り組みを進めることで、社会に貢献してまいります。

※SDGsとは2015年の国連サミットで採択された2030年までの国際開発目標です。環境・社会・経済の側面を重視した持続可能な社会を実現するために、全ての国が取り組むべき普遍的(ユニバーサル)な目標であり、17の目標(ゴール)および169のターゲットが設定されています。



健康長寿社会への貢献



“住友生命「Vitality」”に関する事業を推進

“住友生命「Vitality」”を広く社会に向けて発信するための取り組みや、商品、プログラムメニュー、特典(リワード)の進化に資する取り組みなどを実施



人生100年時代を見据えたサービスや情報提供の推進

お客さまに提供する商品・サービスや情報提供等をさらに進化させ、超高齢社会の社会的課題解決へ取り組む



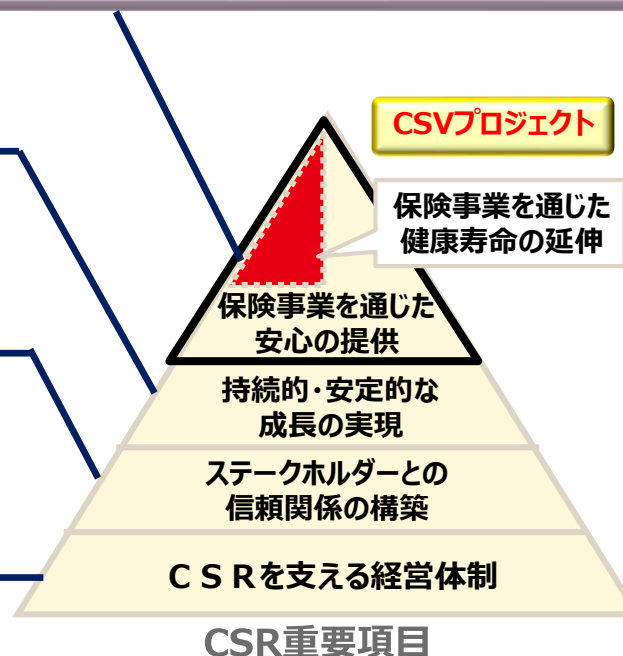
- ・働き方の変革
- ・柔軟で多様な人材の採用育成
- ・協業等によるビジネスパートナーとの共生
- ・持続的な社会実現に向けたESG投資推進
- ・オープンイノベーションによる新たな価値創造
- ・事業展開インフラ(IT等)の強化



- ・金融リテラシー教育の推進
- ・地球環境の保護
- ・社会貢献活動の推進、地方自治体との連携



- ・コーポレートガバナンスの強化
- ・コンプライアンスへの取り組み
- ・人権への取り組み
- ・個人情報保護への取り組み
- ・ERMの高度化
- ・リスク管理体制の整備・高度化



CSVプロジェクト

当社は、CSR経営をベースとして、“住友生命「Vitality」”を軸に、社会全体の健康増進の働きかけや、健康経営の推進を行うことで、「健康寿命の延伸」という社会課題の解決に取り組んでおります。この取り組みを「CSV※プロジェクト」と位置付けています。

※CSVは「Creating Shared Value」の略語で、「共有価値の創造」を意味しており、本業で社会的課題に取り組み、「社会問題の解決」と「企業価値の向上」を両立させることを指しております。

サステナビリティ推進協議会

SDGsをはじめとする社会・環境課題に関する情報の共有および課題解決に向けた取り組みを推進するために設置しております。

健康長寿社会への貢献

社会課題解決への取組み ～CSVプロジェクト～ ①

保険事業
を通じた
安心の
提供

1 貧困を
なくそう

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

住友生命では、健康増進型保険“住友生命「Vitality」”を軸に、社会全体への健康増進の働きかけや、健康経営の推進を行うことで、「健康寿命の延伸」という社会課題の解決に取り組んでいます。

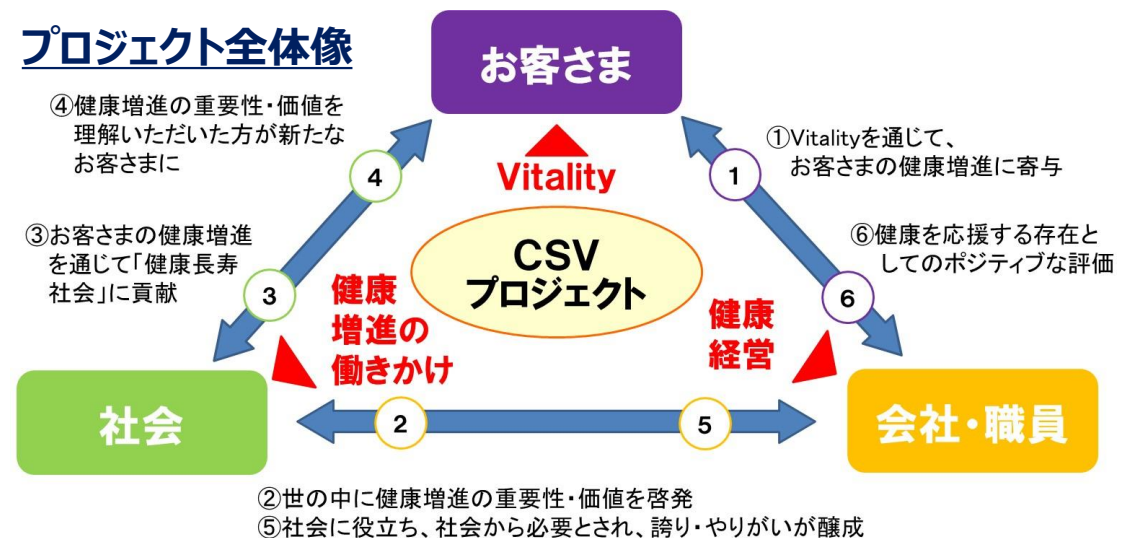
この取組みを「CSVプロジェクト」と位置づけ、「お客さま」・「社会」・「会社・職員」とともに、健康増進という新しい共有価値を創造することで、「日本の健康寿命の延伸」を目指しています。

プロジェクト理念

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

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



CSVプロジェクトの社外からの評価 [受賞(認定)年月/受賞対象]

- スポーツ庁長官感謝状受賞
[2018年7月
/スミセイ“Vitality Action”]



- 第7回健康寿命をのばそう！アワード
【生活習慣病予防分野】
厚生労働大臣最優秀賞受賞
[2018年11月/CSVプロジェクト]



- 2018年日経優秀製品・サービス賞
最優秀賞
日経ヴェリタス賞受賞
[2019年1月/“住友生命「Vitality」”]



- 神奈川県「ME-BYO BRAND」
認定
[2019年3月
/“住友生命「Vitality」”]



- 第7回スポーツ振興賞
「経済産業省
商務・サービス審議官賞」受賞
[2019年4月
/スミセイ“Vitality Action”]



お客さまへの健康増進型保険“住友生命「Vitality」”の提供

2018年7月に発売した健康増進型保険“住友生命「Vitality」”は、継続的に健康増進活動に取り組むことをサポートする「Vitality健康プログラム」を生命保険に組み込んだ商品です。

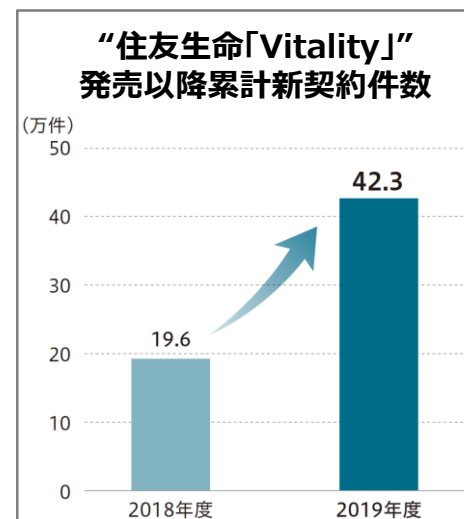
この健康増進型保険は、健康状態のみではなく運動等、さまざまな健康増進活動を継続的に評価し、保険料が毎年変動する商品であり、パートナー企業による特典（リワード）も含めて、お客さまの健康増進活動への取り組みと継続をサポートする商品です。



- ✓ 健康状態のみならず、継続的な健康増進活動を評価し、ステータスに応じて保険料が変動
- ✓ 健康増進活動をサポートするさまざまな特典（リワード）
- ✓ 病気等のリスクそのものの減少に寄与する

従来の保険

- ✓ 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）に備える機能

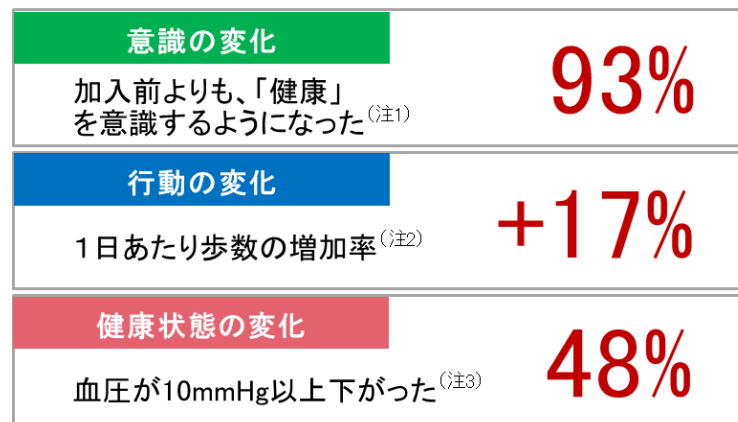


お客さまの行動変容を促します

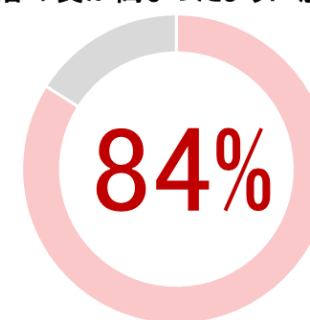
住友生命は、Vitalityお客さまアンケート調査やVitality会員の歩数、血圧値に関する調査を実施しました。

その結果、右のとおり、「意識の変化」、「行動の変化」、「健康状態の変化」が見られました。

また、加入後に生活の質が高まったように感じている方が約84%を占めていることが分かりました。



Vitalityに加入して、
生活の質が高まったように感じる^(注1)



(注1) 住友生命によるアンケート調査結果。回答数15,702（住友生命職員を除く）。

(注2) 2018/9月～11月契約の2019/5月末時点の状況。加入後1月目（8,260歩）と2月目以降（9,655歩）を比較。

(注3) 2018/9月～11月契約のうち加入時の収縮期血圧が140mmHg以上の方が対象。保険加入時に提出された健康診断と加入後のVitality健康診断の結果を比較。

社会全体への健康増進の働きかけ 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”」を実施しています。大切な人と一緒に運動することで、健康に、そして幸せになっていただきたいという想いをこめたプロジェクトです。

様々な種目のトップアスリートによる「親子スポーツイベント」や「ランイベント」の開催により、仲間や友だち、家族と一緒に楽しんで運動することで、健康増進を図るとともに、絆も深めていただきたいと考えています。

たいせつな人と
からだ動かそう
スミセイ“Vitality Action”

⇒ 2019 取組成果

「親子スポーツイベント」の開催

全国**28**箇所 **2,877**名の参加

「健康啓発セミナー」の開催※

全国**43**箇所 約**16,300**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。



平野早矢香さんによる卓球教室



末續慎吾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

parkrun(パークラン)日本初上陸



parkrunは世界22カ国、毎週2,000箇所以上で開催されており、住友生命は、2019年4月に英国の非営利団体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parkrun展開を全面的にサポートしています。

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。

「お客さま」においては、Vitalityの役割である健康増進活動をサポートする機会として、
「社会」においては、地域の幅広い方に向けた運動習慣機会の創出と地域コミュニティ形成支援として、
「会社・職員」においては、職員が家族とともに健康増進に取り組む活動としてランナー・ウォーカー・ボランティアへの参画を推進しています。

“住友生命「Vitality」プラザ”をオープン

2019年10月柏の葉、11月新宿、2020年6月有楽町にオープンし、次のようなコンテンツを提供しています。

- ・健康増進イベント、セミナーの開催
- ・“住友生命「Vitality」”の特典(リワード)の展示など



スミセイ“Vitality Action”は、2020年度は新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえてリアルイベントの開催を中止しています。
parkrunイベントは、2020年度下期から政府・自治体によるガイドラインや指針、parkrun作成の新型コロナウイルス対策ガイドラインに沿った形式での再開を予定しています。

職員とその家族が健康になる「健康経営」の推進

2017年4月に策定した「住友生命グループ健康経営宣言」のもと、一人ひとりが主体的に健康維持・増進に取り組むことができる「いきいきと働き続けられる会社」を実現するために、健康保険組合と協力して職員やその家族が積極的に健康維持・増進に取り組むことを全力でサポートし、「CSVプロジェクト」の柱の一つとして、『職員とその家族が健康になる「健康経営」の推進』に取り組んでいます。

健康経営取組みの状況（2019年度）

カテゴリー	指標	評価項目	実績
健康管理	定期健康診断	1次検診 受診率	99.3% ※
		2次検診 受診率	66.0% ※
	40歳以上の 特定保健指導	対象者の割合	12.9%
		指導完了率	48.7%
健康リスクの 軽減	総労働時間	2016年度比削減率	△11.6%
	喫煙者数	喫煙率	24.5%
健康維持・ 増進の奨励	ウォーキング キャンペーン(年2回)	年間延べ 参加者数	28,266名
日本健康 マスター検定	受験勧奨	—	合格者818名増
	管理職取得	80%達成	達成(85%)
健康意識推進の 取組み	健康に関する セミナーの実施	実施実績	計3回実施

※2020年8月末判定の最終確定実績

スポーツを通じて、職員一人ひとりとその家族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。所属ごとに、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。

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえて、2020年度は開催を見合わせております。



2019年6月釧路支社運動会



2019年6月 福井支社マラソン大会への参加

2019年度の健康経営において、職員の健康診断における「2次健診対象者占率30%未満」を掲げて取り組んだ結果、「29.7%」と前年に続いて目標を達成しました。

また、2019年度においてもその取組みが認められ、3年連続で経済産業省の健康経営優良法人認定制度において「健康経営優良法人2020(ホワイト500)」に認定されました。

経済産業省
「健康経営優良法人2020」
(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
(2020年3月末時点、6月把握分)

9,017名

経営方針に基づいた消費者志向経営の推進 ～スミセイ中期経営計画2022～ ③

社会に信頼される ～すべての主語は「お客さま」～

役職員一人ひとりが従前以上にお客さま視点で発想し行動していくことを徹底するため、「住友生命グループ行動規範」の浸透に注力するとともに、お客さま本位の仕事への転換・集中と健康でいきいきと働く職場を目指す「WPIプロジェクト」を推進してまいります。

こうした取組みを通じて、働き方と行動を変革することによって、より一層、社会に信頼される会社になることを目指してまいります。

「住友生命グループ行動規範」の浸透

＜住友生命グループ行動規範 基本姿勢＞



住友生命グループ各社および役職員へ浸透

すべての主語は「お客さま」

住友生命グループ行動規範とは・・・

経営方針を役職員が行動レベルで実践していくために定めている指針。倫理的で責任ある事業活動を行っていくための基礎となるもの。

「WPIプロジェクト」の推進

＜今後の目指す姿＞

既存業務の抜本的見直し

- ・押印業務の廃止
- ・本支社の権限・役割見直し

テレワーク等の推進

- ・在宅勤務・モバイルワーク、スライド勤務等の活用

ワーク・ライフともに充実（生き方改革）
イノベーション創出・パフォーマンス最大化

「お客さま」から選ばれる会社へ

WPI（Work Performance Innovation）プロジェクトとは・・・

お客さま本位の仕事への転換・集中と、健康でいきいきと働く職場の実現により「お客さま目線での生産性の向上」を目指すプロジェクト。

社会に信頼される ～すべての主語は「お客さま」～

「住友生命グループ行動規範」について

行動規範の策定プロセス

「お客さま本位の業務運営の実現のためには、一人ひとりの役職員が自らの行動を正しく判断するための共通の判断基準が必要である」という社長の強い想いの下、トップからのミッションとして検討開始。行動規範検討プロジェクトチームを立ち上げ、社外の有識者である消費者問題専門家のご意見もお伺いしながら、策定しました。



経営方針のもと、役職員一人ひとりが、日々の業務の中で、どのように考え、判断し、行動すべきか、具体的な判断のよりどころとして共通の判断基準である「行動規範チェックリスト」を設けています。

【行動規範チェックリスト】

① 「お客さま」の満足や安心・最善の利益につながる行動ですか？	
✓	・あなたは、直接お客さまに接する場合でなくても、あなたの行動が、多くのお客さまに影響を与えることを考えていますか？
✓	・あなたの行動は、「お客さま」よりも会社や自分の利益・都合を優先したものになっていませんか？
② 「社会」に対して胸を張って説明できる行動ですか？	
✓	・あなたは、昔はこれでよかったという理由ではなく、今の社会常識に照らして適切な行動ができていますか？
✓	・あなたの行動は、マスコミやSNSに採り上げられても、お客さまや会社などに対して迷惑をかけることのない、社会的に正しい行動ですか？
③ 「共に働く仲間」に対して思いやりのある行動ですか？	
✓	・あなたの行動は、家族や大切な人に誇れるものですか？
✓	・あなたは、職場での「何かおかしいな（法令違反や倫理的に問題があるのでは）」と思う行動に対して、気づかぬふりをしていませんか？



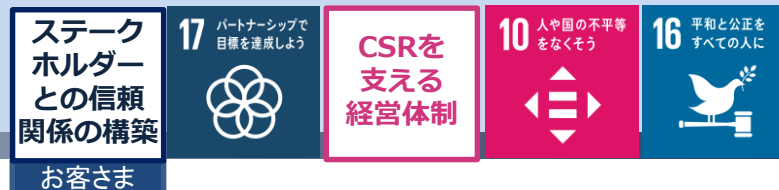
経営方針に基づいた消費者志向経営の推進 ～スミセイ中期経営計画2022～ ⑤

社会の変化に対応する ～進化し続ける企業へ変革～

ニューノーマルな環境下において、あるいは社会全体に大きな影響を及ぼす変化が加速度的に進む中、いかなる環境変化にも対応できるサステナブルな会社になるため既存業務の抜本的な見直しを行い、長期的な目線に立って企業体質を変革する取組み(サービス改革、人材づくり、インフラづくり、イノベーション創出)を進めてまいります。



「お客さまの声」を経営に活かす取組み ①



コーポレートガバナンスの確保

住友生命では、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

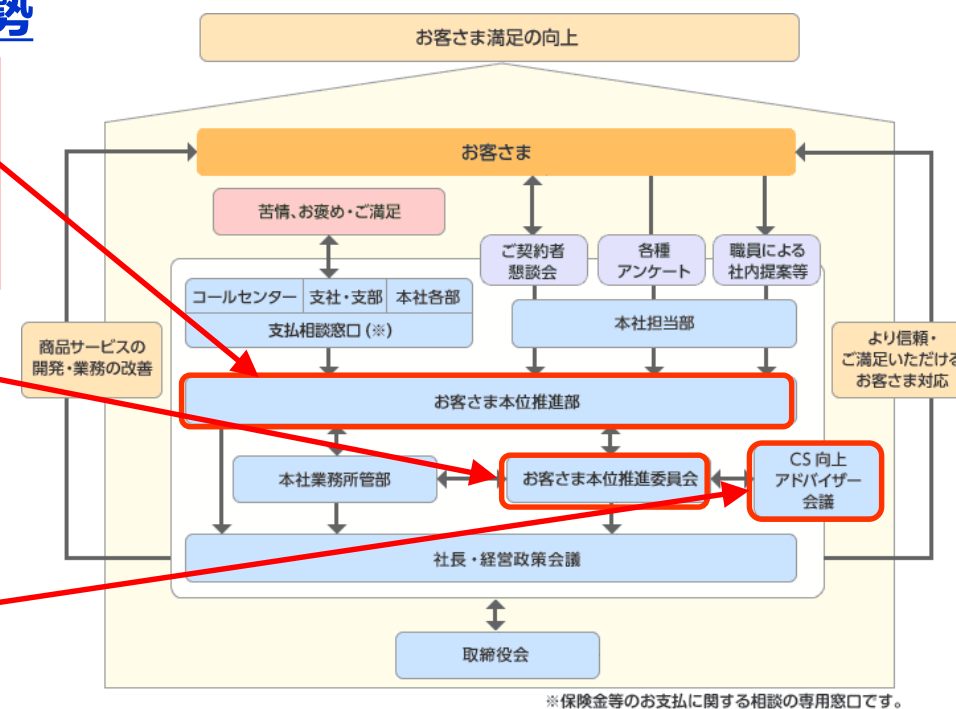
お寄せいただいた「お客さまの声」は、本社担当部にて集約し、関連する業務を所管する部門との間で共有化を行い、改善策を検討しています。特に苦情については、「お客さま本位推進部」で一元管理し、その分析に基づく改善を推進しています。

お客さま本位推進委員会

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「お客さま本位推進委員会」を開催し審議しています。

CS向上アドバイザー会議

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、お客さま満足向上に関する諸施策など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。



＜2020年2月に開催したCS向上アドバイザー会議の内容例＞

1. 2019年度上期「お客さまの声」状況
2. ご高齢のお客さまへ向けた各種帳票の見直し
3. 外貨建一時払終身保険商品パンフレットについて
4. 『認知症ブック』作成について
5. 2019年度お客さま満足度アンケート
6. お客さま本位の業務運営について

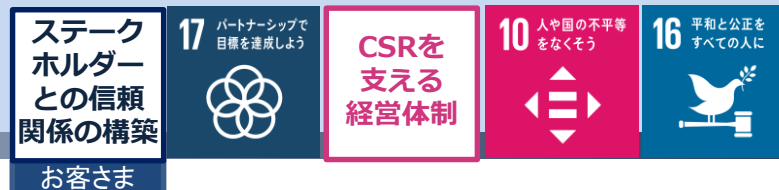


2020年2月開催の様子

社外委員【2020年9月現在】（敬称略）

- ・江口 文子（弁護士）
- ・小浦 道子（東京都消費者団体連絡センター 事務局長）
- ・佐藤 洋子（日本消費者協会 相談員）
- ・森 俊彦（日本金融人材育成協会 会長）

「お客さまの声」を経営に活かす取組み ②



2019年度に寄せられた「お客さまの声」の状況

苦情件数

64,145件

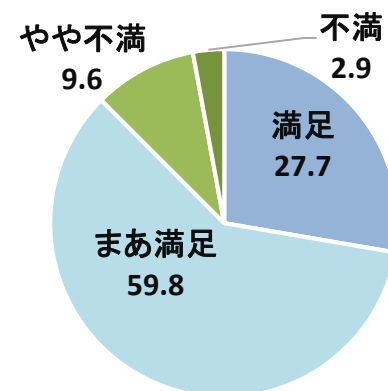
構成比	新契約関係	8.9%
	収納関係（保険料等）	5.2%
	保全関係（契約内容変更等）	32.8%
	保険金・給付金関係	20.0%
	上記以外	33.1%

ご契約者懇談会

全国で**89**回開催 **1,809**名が参加

ご契約者懇談会の詳細はP14

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(%)】



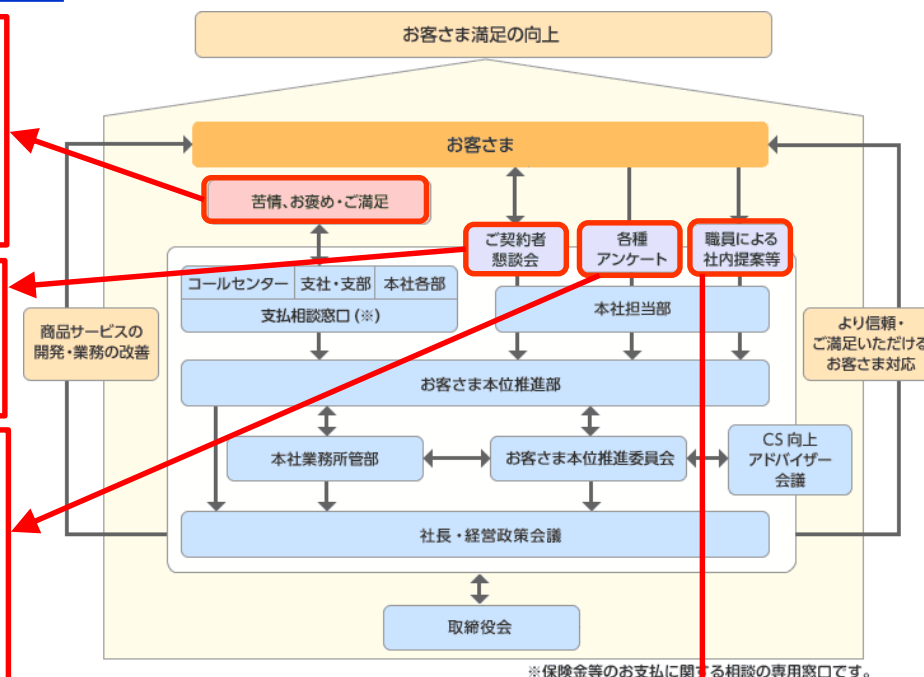
満足層（満足+まあ満足）

87.5%

不満足層（やや不満+不満）

12.5%

※当社ご契約者60,000名を対象に実施。回答数6,964名。
(2019年9～10月にWebで実施)



職員による社内提案

提案件数 **566**件

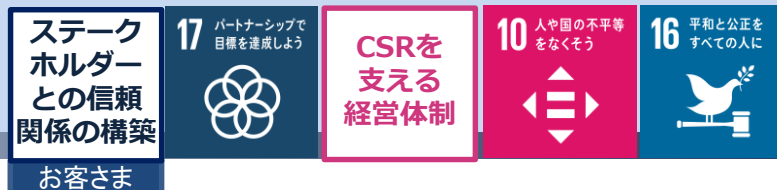
採用件数 **133**件

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P17）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。

「お客さまの声」を経営に活かす取組み ③



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。

2020年は、全国で89回開催し、1,809名のご契約者にご参加いただきました。なお、新型コロナウイルスの感染拡大の状況を踏まえ、一部のご契約者懇談会につきましては、書面開催といたしました。

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いています。

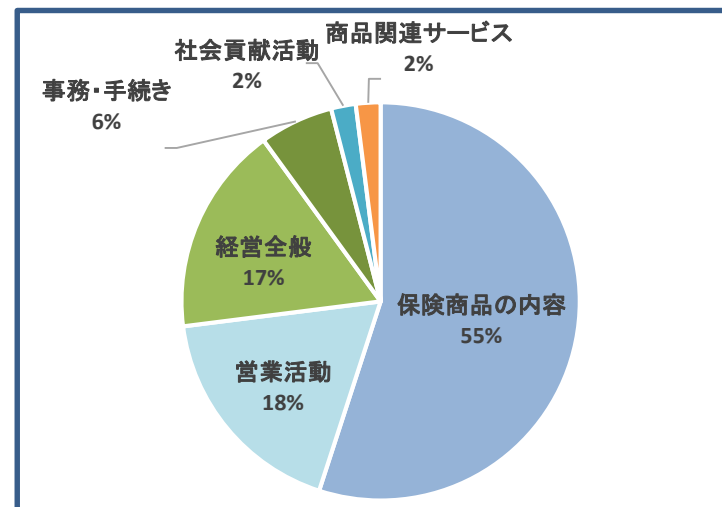


2020年ご契約者懇談会の様子

＜ご契約者懇談会参加者の感想＞

- ✓ 住友生命の会社概要や、保険についての情報を知ることができて良かったです。
- ✓ 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。

【ご契約者懇談会で寄せられたご意見・ご要望等の内訳】



地域の消費生活センター等との交流

全国の支社にいるお客さま対応の責任者等が、地域の主要な消費生活センター等を定期的に訪問して、当社のお客さま本位の取組みなどの情報提供を行なうとともに、地域でのコミュニケーションを通じて、お客さまが消費生活センター等に相談された場合の当社のお客さま対応の窓口を明確にするなどの交流を図っています。

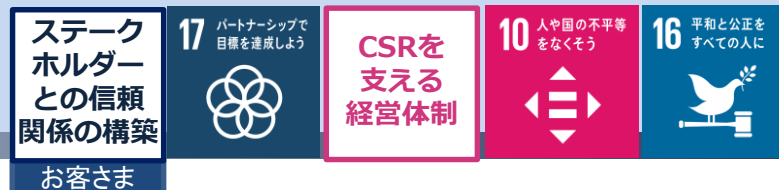


消費者との「双方向コミュニケーション」の実施

消費者の方の幅広いご意見をお聞きするため、「事業者と消費者の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）に参加しています。大学生や子育て層、視覚障がいのある方をサポートする団体の皆さまなどとのコミュニケーションは、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。

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえて、2020年度上期は実施を見合わせましたが、引き続き、情報提供や交流の充実に取り組んでまいります。

「お客さまの声」を経営に活かす取組み ④



「お客さまの声」をもとにした改善事例

「認知症PLUS」の発売

お客さまの声

病気などへの備えも必要だが、“人生100年時代”を迎え、認知症に対しても不安を感じている。

長寿社会における大きな社会的課題の1つでもある「認知症」を早期段階から保障し、経済的なサポートを行うとともに、早期発見・予防にもつなげることを目的とした特約「認知症PLUS(プラス)」を2020年4月に発売しました。

「認知症」から「MCI(軽度認知障害)※」まで幅広く保障されます。

※ 健常者と認知症の中間の状態、認知機能の低下の訴えはあるものの日常生活への影響はほとんどなく、認知症とは診断できない状態



新サービス「スミセイのご家族アシストプラス」の開始

お客さまの声

将来もしものことがあった場合にも、契約の管理等をできるようにしておきたい。

ご契約者や被保険者が認知症等になられた後のご契約の管理・維持・お手続きのサポートも充実させるべく、業界初となる「契約者代理制度(保険契約者代理特約)」等からなる新サービス「スミセイのご家族アシストプラス」を2020年4月より開始しました。

あらかじめご家族を登録いただくことで、ご家族が契約内容を確認したり、代わりにお手続きしたりできる無料のサービス・制度です。



“住友生命「Vitality」”の健康増進メニューの充実

お客さまの声

“住友生命「Vitality」”の健康増進メニューについて、既存のメニュー以外にも、ポイント獲得できる手段がほしい。

従来の、各種がん検診やランニングイベント等に加え、認知症予防や介護予防に有効とされている「歯科健診」「ゴルフ」を、お客さまの日々の健康増進活動を包括的に評価する“住友生命「Vitality」”の健康増進メニューとして、2020年4月に新たに追加しました。



歯科健診



ゴルフ

「お客さまの声」を経営に活かす取組み ⑤



「お客さまの声」(お褒め・ご満足)の事例

ご加入後のアフターフォローについて

“住友生命「Vitality」”に加入後も健康増進活動によるポイント獲得状況について定期的に声を掛けてもらえました。
おかげでゴールドステータス※を達成できました。

※ “住友生命「Vitality」”では、健康増進活動で獲得した累積ポイントに基づくステータス判定を行い、その結果に応じた特典が利用できます。
ゴールドステータスは4段階で最上位のステータスとなります。

ご家族にも安心をお届けするサービスについて

保険契約者である夫が突然救急搬送され、どうすればよいか不安に感じましたが、「ご家族登録サービス※」に加入していたおかげで、入院日額や今後の流れを家族にも教えていただけて、安心することができました。

※ご高齢等の理由で、ご契約者自身による当社へのお問い合わせができなくなったとき等に備え、あらかじめご登録いただいたご家族も保険契約の内容等について問い合わせできるようになるサービスです。

分かりやすい情報の提供

金融機関窓口での外貨建商品販売にかかるパンフレット改訂等

金融機関等代理店チャネルでは、資産形成ニーズにお応えする貯蓄性商品を中心とした販売を推進しております。

金融機関窓口での外貨建保険販売について、商品特性や留意事項等をお客さまに分かりやすくご理解いただくという観点から、以下のような商品パンフレットの改訂等の各種取組みを実施しております。

■「契約締結前交付書面 兼（契約概要／注意喚起情報）兼 商品パンフレット」改訂	・ 生命保険協会のガイドラインを踏まえ、為替リスク、市場リスクによる元本割れリスクがある旨を注意喚起する記載の追加。 ・ 「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。
■「募集補助資料」の提供	・ 募集時のわかりやすい情報提供、他の金融商品との比較を目的として、リスク（為替リスク・市場リスク）およびリターン（実質的な利回り）等を記載した募集補助資料を作成し、募集代理店に提供。

消費者志向意識醸成に向けた取組み ①



「消費者志向経営」を進めるための従業員教育

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、毎月映像視聴と、ハートミーティング（意見共有）、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ステップを実施しています。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。

2019年度の
研修内容例

「お客さまの立場に立ってお気持ちに寄り添うには、どのように
考え、行動するのが大切か、話し合ひましょう」



2019年実施研修映像より一部抜粋



大阪本社合同ハートミーティングの様子

「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。

2019年度
のテーマ

「真にお客さま本位の行動を進めるためにはどうすればいいか」

集合研修

「消費者視点を考える」研修会

本社勤務の多様な層の職員を対象に、商品パッケージを題材に「消費者のための工夫を探す」グループワークを行い、その後、当該企業の方から、消費者志向の取組みについてご講演をいただく形式で実施しました。



「消費者視点を考える」講演会

製造業の視点から、管理職向けに、「お客さまの声」の活用事例や、「お客さま第一意識の啓発」のための取組みなどについてのお話をいただきました。



新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえて、2020年度はオンライン、映像教材などを活用し、取組みを進めております。

消費者志向意識醸成に向けた取組み ②

ステークホルダーとの信頼関係の構築

お客さま・従業員

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

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。



2019年 東京本社会場の様子



2019年 広島会場の様子

※「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）

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

◆人権啓発講演会

◆人権啓発標語の募集

人権週間にあわせて入賞者の発表および入賞作品のポスター掲示



人権啓発標語ポスター

「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 **17,951名**
(2020.3.31時点)

＜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。
- ・ 認知症の症状や予防法を改めて学ぶことができたので、お客さまにもお伝えできるようにしたいと思った。



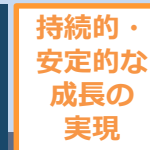
※「認知症サポーター」とは認知症に対する正しい知識と理解を持ち、地域で認知症の人やそのご家族に対してできる範囲で手助けを行います。所定の養成講座を受講した者を特定非営利活動法人地域ケア政策ネットワークが認知症サポーターとして認定します。

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえて、2020年度はオンライン、映像教材などを活用し、取組みを進めております。

従業員の積極的な活動 ①

従業員意識の向上

ステーキ
ホルダー
との信頼
関係の構築
従業員・社会



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。SDGs達成に貢献するため、清掃活動や施設訪問、チャリティバザー、海外の子供たちに絵本を届ける活動など、各地で多岐にわたる活動を展開しています。



クリスマスチャリティバザー
＜大阪本社・東京本社＞



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＞



災害復興ボランティア
（台風19号被害地域等）

⇒ 2019 取組成果
全所属にて実施

213活動
参加人数（累計）
52,956名



長野車いすマラソン
ボランティア＜長野支社＞



児童養護施設へのクリスマス
ケーキ寄贈＜福井支社＞

環境ボランティア活動

スミセイ・ヒューマニー活動として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
＜東京本社・近郊支社＞



ビーチ・クリーンアップ in 二色の浜
＜大阪本社・近郊支社＞



神戸市有馬温泉の森林保全活動
＜大阪本社・近郊支社＞

⇒ 2019 取組成果

環境保全活動

66活動
参加人数（累計）
3,555名



＜浜松支社＞



＜盛岡支社＞



＜山口支社＞



＜三重支社＞



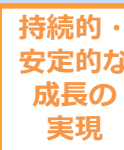
＜東京本社・東京東支社・東京西支社＞

東豊田緑地
保全
東京都の「東京
グリーンシップ・ア
クション」に参画

従業員の積極的な活動 ②

企業風土の醸成

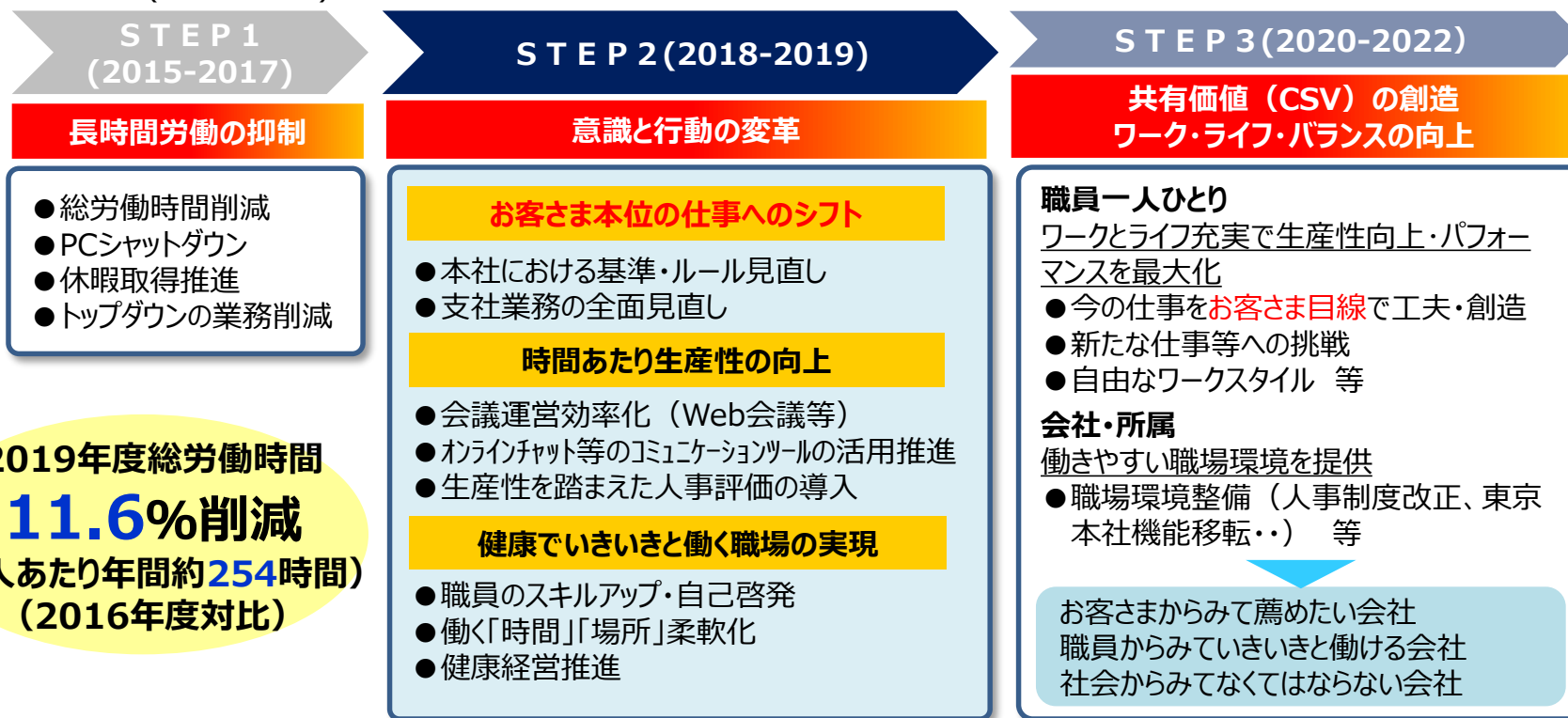
ステークホルダーとの信頼関係の構築
従業員



「働き方改革」に向けた取組み

～WPI(ワーク・パフォーマンス・イノベーション)プロジェクト～

新インフラの導入による業務の効率化や、既存業務の見直し等によって生み出した時間を、職員一人ひとりが「お客さま本位の仕事」へ集中するとともに、長時間労働の抑制や休暇取得の推進、柔軟な働き方を認める勤務制度の導入等により、職員にとって「健康でいきいきと働く」職場を実現し、一層の生産性(パフォーマンス)向上を目指しています。



2019年度総労働時間
11.6%削減
(1人あたり年間約254時間)
(2016年度対比)

職員の働き方 (外部からの評価)

経済産業省
健康経営優良法人～ホワイト500
ダイバーシティ経営企業100選



厚生労働省
子育てサポート企業～プラチナくるみん
均等・両立推進企業表彰

内閣府
女性が輝く先進企業表彰

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
総合第5位

消費者への情報提供の充実 ①

保険事業
を通じた
安心の
提供

1 貧困を
なくそう


ステーク
ホルダー
との信頼
関係の構築
お客さま

4 質の高い教育を
みんなに


「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。



「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

ご契約者さま定期訪問実施中!

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。



- 新型コロナウイルス感染拡大によるお客さま嗜好の変化に対応し、将来に亘ってサービスを提供していくためのデジタルツールの導入・活用・営業職員の体制を構築（お客さまに寄り添ったサービス＆コンサルティングを提供するための体制づくりやデジタルインフラ導入等）してまいります。
- 社会の多様化が進む中、すべてのお客さまに当社の商品、サービスを快適にご利用いただくため、お客さまの状況・状態に応じたサービス・応対を、お客さまの望む方法によって提供できる体制を実現します。

「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。



24時間・年中無休で専門スタッフが健康相談に応じます。



総合相談医のセカンドオピニオンを無料で受けられます。



障害年金の申請全般を専門家がサポートいたします。



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バ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。

「認知症PLUS」にご加入のお客さまに対しては

- 認知症に関する幅広い情報を掲載した「認知症ブック」をはじめとする各種ツールにより情報提供を行います。
- 認知症・MCI(軽度認知障害)の早期発見や保険金等のタイムリーなご請求をサポートする観点から、認知機能の状態をチェックできる「あたまの健康チェック®」を導入します。(2020年10月より)
- 「スマセイ健康相談ダイヤル」において、認知症に関する電話相談サービスや医療機関情報提供を実施します。

「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、新型コロナ感染予防のため、オンラインでのセミナーも実施しています。

また、“住友生命「Vitality」”の発売を機に、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」を実施したり、「感染症予防セミナー」を新たに作成するなど、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。



- 新型コロナウイルス感染拡大によるお客さま嗜好の変化に対応し、将来に亘ってサービスを提供していくためのデジタルツールの導入・活用・営業職員の体制を構築（お客さまに寄り添ったサービス＆コンサルティングを提供するための体制づくりやデジタルインフラ導入等）してまいります。
- 社会の多様化が進む中、すべてのお客さまに当社の商品、サービスを快適にご利用いただくため、お客さまの状況・状態に応じたサービス・応対を、お客さまの望む方法によって提供できる体制を実現します。

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



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」

2019年度にお支払いした保険金・年金・給付金

お支払件数

489万件

お支払金額

1兆4,032億円

死亡保険金

10万件
3,498億円

満期保険金

5万件
2,402億円

年金

266万件
4,880億円

給付金 その他

205万件
3,069億円

「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。

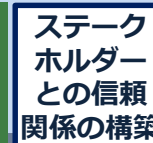
新型コロナウイルスへの対応＜保険金・給付金のお支払いに関する概要のみ記載＞（2020年6月末時点）

災害による死亡等を保障する商品について、新型コロナウイルス感染症を災害死亡保険金のお支払対象とする改正を実施しました。

また、医療機関の事情等により入院できず、医療機関以外の場所で医師の治療を受けている場合も、一定の要件のもとで入院給付金をお支払いすることとしています。

消費者・社会の要望 を踏まえた事業活動

持続的・
安定的な
成長の
実現



環境



環境に配慮した事業活動とサービス

住友生命では従来より健康な暮らしを支えるため、事業活動において常に地球環境への影響を配慮した様々な活動を行ってきました。今後も時代の変化に合わせ、積極的な活動に取り組みます。

スミセイ環境方針

住友生命は地球環境の維持・保全が我々が目指す「豊かで明るい長寿社会の実現」に必要な不可欠であると考えています。当事業の公共性や社会への責任を踏まえ「健康な暮らしを支えるため、事業活動において常に地球環境への影響に配慮し、その保護に積極的に取り組む」ことをCSR経営方針に定め、日々の活動において以下の方針に従い、着実かつ持続可能な地球環境保護活動へ取り組みます。

1

地球環境の大切さ、および事業活動の環境への負担を十分に認識し、事業活動を通じた地球環境保護を推進します。

2

オフィスの省エネルギー・省資源・廃棄物のリサイクル、ならびに消耗品・什器・備品等のグリーン購入を推進します。

3

役職員一人ひとりの環境啓発に努め、その地球環境保護活動を支援するとともに、環境面での社会貢献に積極的に取り組みます。

環境面での支援・社会貢献への取り組み

サンゴ礁保全プロジェクト

サンゴ礁の保全と持続可能な地域づくりのために、2008年から「サンゴ礁保全プロジェクト」として、公益財団法人世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)の南西諸島のサンゴ礁生態系保全活動を支援しています。

海洋プラスチック問題への対応

2019年10月から大阪本社・東京本社におけるプラスチックストローの使用を廃止し、紙ストローに変更しました。



事業活動を通じた取り組み

環境課題の解決へ向けた投融資の取り組み

「グリーンボンドへの投資」「国内太陽光発電プロジェクト」等、環境課題の解決を目的とした債券等への投融資を行っています。2019年度から策定を開始した「ESG※投融資方針」のもと、SDGs達成に向けた取り組みとして、一層推進しております。

※環境 (Environment) 、社会 (Social) 、ガバナンス (Governance) の略語

国連責任投資原則(PRI: Principles for Responsible Investment)の署名

ESGの観点を投融資の意思決定プロセスに組み込むことを提唱する国連責任投資原則に署名しました。PRIの署名を契機にESG投融資を一層推進し、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

グリーンボンド

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」に投資しました。(2019年10月)

サステナビリティ・ディベロップメント・ボンド

新型コロナウイルス感染症対策を含む保健医療分野への支援を目的に世界銀行が発行する本債券に投資しました。(2020年5月)

ESG投融資の取り組み事例



「写真提供: 東京都」



©World Bank

ソーシャルボンド

国際協力機構(JICA)が開発途上国の社会開発に資する事業に充当する目的で発行した「ソーシャルボンド」に投資しました。(2019年6月)



「写真提供: 今村健志朗/JICA」

マイクロファイナンス・ファンド

ASEAN諸国等における女性の起業支援を目的として組成されたマイクロファイナンス機関向け投融資を行うファンドに追加投資しました。(2019年9月)



消費者志向自主宣言取組方針と本冊子掲載内容関係表

消費者志向自主宣言

1. 理念

当社の経営方針は、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。

「住友生命ブランドビジョン」では、「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、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」「先進の価値」の実現に取組んでおり、引き続き、これらを通じ、消費者志向の取組を推進してまいります。

【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とサービスを提供します。
- 「強く生きる」ための先進的な商品を提供します。
- 一歩先行く「感動品質」のお客さま対応を目指します。
- 「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を提供します。

2. 取組方針

当社は、次のとおり、全社で消費者志向の取組を推進してまいります。

a. コーポレートガバナンスの確保および消費者対応部門等と他部門との有機的連携

当社では、コーポレートガバナンス・ガイドラインに基づき、実効的なコーポレートガバナンスを実践するとともに、「お客さまの声」を経営に活かす取組み態勢を構築しております。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。

「お客さまの声」を経営に活かす取組み態勢

- (1) 当社に寄せられる「お客さまの声」については、本社担当部で集約し、関連する業務を所管する部門との間で、情報連携および共有化を行い、対応策・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。
- (2) 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「お客さま本位推進委員会」において改善策の検討を行う等、必要な対策を講じ、審議結果を取締役に報告しています。

b. 従業員の意識の醸成に向けた取組み

当社では、次のような取組みを通じ、生命保険事業の社会的使命を果たし、より信頼・満足いただけるお客さま対応を目指して、引き続き努力してまいります。

- (1) お客さまからの「お褒めの声」などをまとめた冊子等を作成し、各職場で毎月実施しているミーティング等を通じて、好取組事例等を幅広く共有し、共感の輪を広げていく取組みを進めています。
- (2) 職員一人ひとりのマナー向上や、お手続きなどへの親身で迅速な対応が、より信頼・満足いただけるお客さま対応の大切な基本であると考え、お客さまにご満足いただけた事例等を共有し、より一層お客さまに寄り添った対応ができるよう、職員の教育に取組んでおります。

c. 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

当社では、次のような取組みを通じ、お客さまへの情報提供等について、一層の充実を図ってまいります。

(1) 情報提供の充実

- ア. ご契約締結までの各種情報提供、申込手続からご契約締結後の様々な情報提供において、「お客さまの声」に基づいて、よりわかりやすく、見やすいものとするよう工夫するとともに、情報内容や教育の充実等を図り、ご理解の促進に努めています。
- イ. 保険金等のご請求手続において適切なご請求案内を行うとともに、保険金等をお支払いできなかったお客さまからのご相談について、社内に専用の相談窓口を開設し、専任の職員が直接ご相談を受け付けるなど、お客さまや社会からより信頼・ご支持いただくために態勢の強化に取り組んでいます。
- ウ. 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する意見をいただき、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。

(2) 双方向の情報交換

全国の支社等で開催する「ご契約者懇談会」を通じてご契約者の皆さまに当社の経営状況等をご説明し、幅広く意見交換を行うとともに、消費者団体等が開催する研究会への参加等を通じて双方向の情報・意見交換に積極的に取り組み、「お客さまの声」を経営に活かす取組みに繋がっています。

d. 消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービスの改善・開発

- (1) 「お客さまの声」をもとに、商品・サービスの開発や業務の見直しを進め、より多くのお客さまに利用していただけるよう、引き続き、努力してまいります。
- (2) 「お客さま」「社会」「会社・職員」が共有価値を創造する“Creating Shared Value”の概念に基づき、先進的な商品・サービスの開発を進めてまいります。

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。

本冊子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 ・経営方針に基づいた消費者志向経営の推進	P.2 P.3～4 P.9～11
・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（CS向上アドバイザー会議） ・2019年度に当社に寄せられた「お客さまの声」の状況（「お客さまの声」の共有） ・全国各地でのご契約者懇談会の開催 地域の消費生活センター等との交流 消費者との「双方向コミュニケーション」の実施 ・「お客さまの声」をもとにした改善事例 「お客さま」(お褒め・ご満足)の事例	P.12 P.13 P.14 P.15～16
・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.17～18 P.19 P.20
・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 ・消費者向け各種セミナーの実施 ・保険金等の確実なお支払い	P.21～22 P.22 P.23
・消費者、社会の要望を踏まえた事業活動 ・CSVの概念に基づいた商品・サービスの開発	・環境に配慮した事業活動と新サービス ・健康長寿社会への貢献 社会課題解決への取組み（CSVプロジェクト）	P.24 P.5～8

社会変化に適応しながら「お客さまの声」を活かして

私が外部委員となっているCS向上アドバイザー会議は、「お客さまの声」を経営に活かす取組み態勢の一つとして位置づけられています。私も会議に参加して2年が経過しましたので、同じく会議に参加し、課題を説明する住友生命の職員の方々の印象を少し振り返ってみたいと思います。

会議の中では、外部委員から、忌憚のない意見や素人的な質問、難しいであろうがそうあって欲しいという消費者目線からの願望がいろいろ出されます。その場合、職員の方々は、その会議で出された外部委員の意見等を持ち帰って検討し、よりブラッシュアップします。この作業にどれほど考え、多くの時間をかけてくれたのだろうかと思うことも度々あります。新型コロナウイルス感染症を契機に会議や議論の形は変わりましたが、職員の方々の『より良い形に』という姿勢は、2020年も変わることなく、いまま継続しています。私は、これらの作業を通して、どのような社会の変化にも適応し、お客さまの目線で、未来への安心を提供し続けたいという職員の方々の思いを感じました。

これから急速にデジタルツールが導入され、それを活用する時代になると思いますが、住友生命は、現在、「お客さまの声」を活かす態勢はかなり工夫されており、充実していると思います。私は、これからさらなる社会の変化に一人ひとりの職員がいろいろな課題に正面から向き合う中で、より多方向の消費者志向意識の醸成がなされ、各部署の職員間にもさらなる化学反応が起きることを期待します。



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
(ホームページ) <https://www.sumitomolife.co.jp>