

2018年12月25日
住友生命保険相互会社

**「お客さま本位の業務運営方針」に係る評価指標（K P I）の結果公表
および同方針に基づく具体的な取組みの改正**

住友生命保険相互会社（社長 橋本 雅博）は、お客さま本位の業務運営の定着を図るために設定した評価指標（K P I）である「お客さま満足度（総合満足度）」ならびに「場面に応じた満足度」の2018年度調査結果が判明しましたので、お知らせいたします*。

また、多様化するお客さまのニーズにお応えする新たな生命保険商品の提供を通じて豊かで明るい長寿社会の実現に貢献すべく、「お客さま本位の業務運営方針」に基づく具体的な取組みについて改正いたしました。

当社はこれからも、お客さまの最善の利益を追求するとともに、お客さまから信頼され選ばれる会社であり続けるために、お客さま本位の業務運営を積極的に推進するとともに、定期的な実施状況の振り返りを行い、各種取組みの実効性を高めてまいります。

※：上記以外の評価指標（K P I）については、結果判明後にお知らせいたします。

以上

「2018年度お客さま満足度アンケート」の結果

1. 調査概要

対象者・対象者数	当社ご契約者・45,000名	実施時期	2018年8～9月
手法	Web	回答数	8,364名

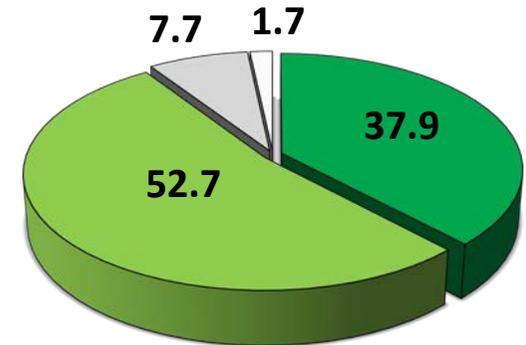
2. アンケート結果

- 2006年度よりお客さまの声を経営に活かす取組みを推進する観点からお客さま満足度アンケートを実施しております。
- 総合満足度および場面（ご加入時・ご加入後・お支払い時）に応じた満足度は次のとおりとなっております。

b. 場面に応じた満足度

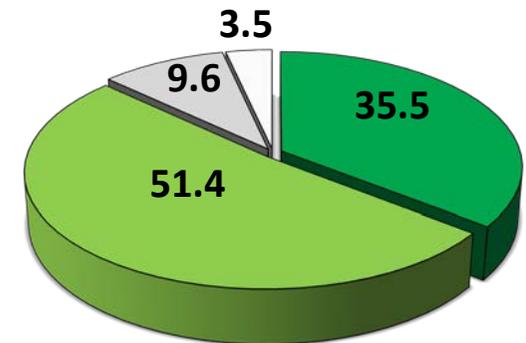
(1) ご加入時の満足度 (%)

満足層：90.6%
不満層：9.4%



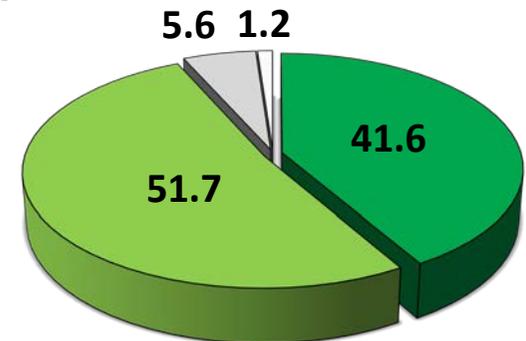
(2) ご加入後の満足度 (%)

満足層：86.9%
不満層：13.1%



(3) お支払い時の満足度 (%)

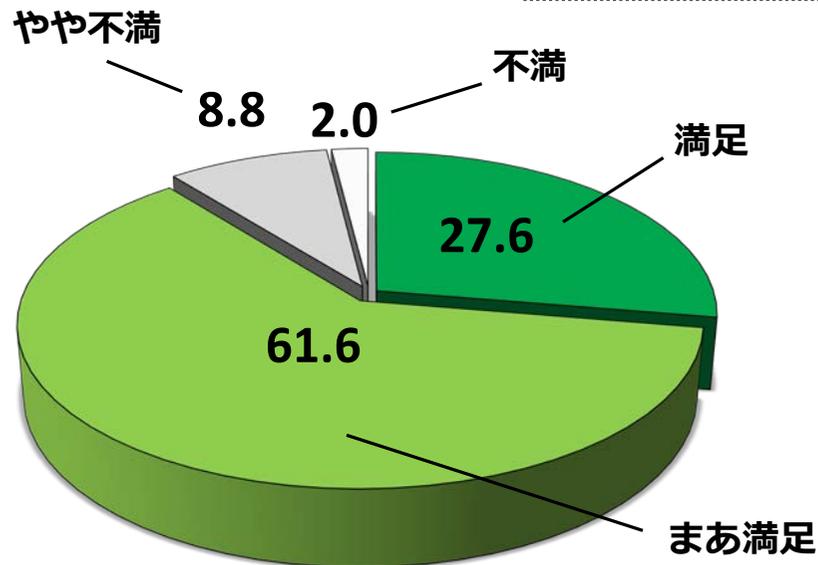
満足層：93.3%
不満層：6.7%



a. 住友生命に対する総合的な満足度 (%)

満足層：89.2%
不満層：10.8%

- ・満足層
「満足」「まあ満足」の合計
- ・不満層
「不満」「やや不満」の合計



「お客さま本位の業務運営方針」

住友生命保険相互会社（以下、「住友生命」）では、お客さまの最善の利益を追求する観点から、これまで以上にお客さま本位の業務運営を推進するために、以下の方針を定めます。

1. お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

住友生命では、「経営の要旨」「C S R 経営方針」「住友生命ブランドビジョン」によって構成される経営方針や「住友生命グループ行動憲章」に則り、役職員一人ひとりが、お客さまに対して誠実・公正に、また、最善の利益を図る視点を持って業務に取り組むとともに、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、継続して努めてまいります。

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

住友生命では、多様化するお客さまのニーズにお応えし、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する商品の開発に取り組むとともに、生命保険商品の募集にあたっては、一人ひとりのお客さまの状況やニーズにあった最適な保障を提案いたします。また、生命保険が長期にわたる商品であることも踏まえ、生命保険商品ご加入後においても、継続的にお客さまへの情報提供等のサービスを行うとともに、生命保険会社の重要な根幹業務である保険金や給付金等のお支払いを正確、迅速かつ誠実に遂行することで、お客さまサービスの向上を実現してまいります。

3. お客さまにとって分かりやすい情報の提供

住友生命では、生命保険商品の内容等に応じ、お客さまが商品選択する上で重要な情報を分かりやすく提供いたします。特定保険契約¹に関しては法令等を踏まえお客さまにご負担いただく諸費用等の開示を行うなど、分かりやすい情報の提供に努めてまいります。

4. お客さまの安定的な資産形成やニーズに適った商品提供を支える資産運用

住友生命では、お客さまの安定的な資産形成やお客さまニーズに適った生命保険商品の提供を可能にするため、そして将来にわたって保険金等を確実にお支払いするために、適切なリスクコントロールのもと、資産運用の高度化に取り組んでまいります。

¹：市場リスクを有する外貨建保険・変額年金保険等の投資性商品

5. お客様本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

住友生命では、保険業法および関連法令等に加え、生命保険商品の募集に関し必要な知識を身につけるための従業員教育を実施することで、お客様満足度の維持・向上に努めてまいります。また、生命保険商品の募集だけでなく、お客様満足度の維持・向上に向けた取組みを踏まえた評価体系の構築に努めてまいります。

6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

住友生命では、お客様利益の保護を図る観点から、当社とお客様の間、またはお客様相互間の利益相反により、お客様の利益が不当に害されることのないよう、適切な管理態勢を構築いたします。あわせて生命保険にご加入いただくお客様の利益を確保するため、適切な保険募集管理態勢を構築いたします。

7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取組み

住友生命では、お客様本位の業務運営の定着を図るために、評価指標の設定を行うとともに、より良い業務運営としていくために、実施状況について定期的に検証を行い、方針に基づく各種取組みの実効性を高めてまいります。

以上

「お客さま本位の業務運営方針」に基づく具体的な取組み

1. お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

住友生命では、「経営の要旨」「CSR経営方針」「住友生命ブランドビジョン」によって構成される経営方針や「住友生命グループ行動憲章」に則り、役職員一人ひとりが、お客さまに対して誠実・公正に、また、最善の利益を図る視点を持って業務に取り組むとともに、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう、継続して努めてまいります。

<具体的な取組み>

【経営方針】

- 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の視点から再整理した「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」によって構成されます。
- 「住友生命ブランドビジョン」では、お客さまの「未来を強くする」をメッセージとして、次の4つの「先進の価値」の実現を掲げています。
 - － “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
- このような経営方針に加え、行動規範として、住友生命グループでは、「保険事業およびその関連事業の健全な運営と発展を通じて豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する」との理念を反映した、「住友生命グループ行動憲章」を策定しています。
- この「住友生命グループ行動憲章」の中では、「お客さまからの信頼をあらゆる活動の起点とし、保険事業およびその関連事業の健全な運営を通じて、一人ひとりに最適なサービスを提供する」との基本姿勢を定めています。
- 役職員一人ひとりが、「住友生命グループ行動憲章」に則り、保険商品の募集やサービスの提供を通じて、「お客さま本位の業務運営」に向けた取組みを実践します。

【お客さま本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取組み】

- 住友生命の役職員一人ひとりが「お客さまの声」を真摯に受け止め、その声を活かして商品・サービスの開発や業務の改善・向上を図り、お客さまからより一層信頼され、ご満足いただけるよう、日々取り組んでいます。具体的には以下のとおり取り組んでいます。
 - ・当社に寄せられる「お客さまの声」については、関連する業務を所管する部門間で、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、全社で一元

的に管理し、担当部門がその分析に基づく改善を推進しています。部門横断的・全社的な課題については、「CS向上委員会」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。

- ・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。
- ・お客さまからの「お褒め・ご満足の声」をもとに作成した社内教材を、職員教育に活用しています。
- ・事業者団体、消費者団体、消費者庁をはじめとする行政によって構成される「消費者志向経営推進組織」が実施する「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」に参加しています。

【企業文化の定着】

○住友生命では、「住友生命ブランドビジョン」で掲げる理念の実現に向けた社内の意識醸成の視点から、インナーブランディング（社内での意識・行動変革）を推進しています。こうした取組みを通じて、「お客さま本位の業務運営」が企業文化として定着するよう以下の取組みを行っています。

- ・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ために、「インナーブランディング」として、お客さまのお役に立った取組事例等を幅広く共有（「感動品質」の共有）するとともに、そうした動きを社内に広げていく取組みを進めています。
- ・こうした取組みの土台として、一人ひとりの職員のブランド理念の実現に向けた行動をお互いが認め合い、ほめる風土の醸成への取組みや、一人ひとりの職員が、「住友生命ブランドビジョン」で掲げる理念の実現に向けた行動を具体的に宣言し、それを定期的に振り返る運営を実施しています。
- ・また、「住友生命ブランドビジョン」で掲げる理念を自分のこととして捉え、その理念に沿った行動を促進していくよう毎月各職場でミーティングを実施しています。

「住友生命ブランドビジョン」で掲げる理念の実現に向けて、「支社職員と役員との対話ミーティング」を実施し、その結果を踏まえて支社ごとのブランド推進計画を策定しています。

2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

住友生命では、多様化するお客様のニーズにお応えし、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する商品の開発に取り組むとともに、生命保険商品の募集にあたっては、一人ひとりのお客様の状況やニーズにあった最適な保障を提案いたします。また、生命保険が長期にわたる商品であることも踏まえ、生命保険商品ご加入後においても、継続的にお客様への情報提供等のサービスを行うとともに、生命保険会社の重要な根幹業務である保険金や給付金等のお支払いを正確、迅速かつ誠実に遂行することで、お客様サービスの向上を実現してまいります。

<具体的な取組み>

【お客様ニーズに沿った商品の開発・提供】

- 住友生命では、営業職員や募集代理店等を通じて、お客様の声を収集するとともに、ライフスタイルの多様化など社会環境の変化を踏まえたうえで、お客様のニーズや利益に真に適った商品開発を行っています。また、開発後にもお客様の声（苦情）や支払管理の観点なども踏まえて商品改廃についての必要性を定期的に検討しています。
- 健康への関心の高まりから、「リスクに備える」という従来の生命保険の役割に加え、「加入後の健康診断や日々の運動等、継続的な健康増進活動を評価し保険料が変動する」ことにより「リスクそのものを減少させる」ことを目的とした「住友生命 Vitality」を販売しています。引き続き、「健康長寿社会の実現」に資する保険給付の開発に取り組んでまいります。
- また、低金利環境が続く中であっても、お客様の多様な資産形成ニーズにお応えできるよう、貯蓄性商品のラインアップの拡充を図ります。
- お客様にとってより魅力あるサービスを提供するために、24時間・年中無休で専門スタッフが相談に応じる「スミセイ健康ダイヤル」や総合相談医のセカンドオピニオンを無料でお受けいただくことができる「スミセイセカンドオピニオンサービス」、専門家による障害年金に関する電話相談サービス等を提供する「スミセイ障害年金サポートサービス」などの商品付帯サービスを提供しています。
- 営業職員等を通じて生命保険商品を提案する際には、お客様へのヒアリング内容に基づき推定・把握したお客様のご意向を設計書（契約概要）に表記し説明しています。また、ご加入いただく際には、申込書類をご記入いただく前に「申込みいただく保険商品の内容」と「お客様の最終的なご意向」が合致しているかを確認するなど、一人ひとりのお客様に合った最適な保障を提供しています。
- 募集代理店においても、お客様のご意向を把握したうえで、そのご意向に沿ったプランの提案を行う態勢が整備されていることを、意向把握書面（お客様のご意向を把握するために募集代理店が作成・使用している書面）の取寄せや募集代理店点検等を通じて、確認しています。
- 特定保険契約を取扱う募集代理店においては、特定保険契約の提供にあたって必要な情報（お客様の資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズ等）の収集等、適

合性原則を踏まえた態勢が整備されていることについて、適合性確認シート（特定保険契約の募集にあたって、お客さまの資産状況、取引経験、知識および取引目的等を確認するために募集代理店が作成・使用している書面）の取寄せや募集代理店点検等を通じて確認しています。

○また、営業職員が特定保険契約を販売するにあたっては、お客さまの資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズ等を把握するなど、適合性原則を踏まえたうえで、お客さまに適した商品提案を行っております。

○なお、特定保険契約の販売にあたっては、特定保険契約におけるリスク特性毎の留意点についてご理解が促進されるよう、態勢の整備に努めるとともに、他の金融商品との機能差異や特徴をお客さまに適切にご認識いただけるよう、募集資料、教材等の作成・提供に取り組んでいます。

【お客さまの属性や状況に応じた対応】

○住友生命では、生命保険商品の提供を行う際には、お客さまの年齢や性別、家族状況などに応じ、公的制度（社会保障制度等）も踏まえ、将来必要となる保障額や備えるべきリスクを確認いただきながら、最適な保障を提案しています。

○保険募集やアフターフォローをはじめとしたご高齢のお客さまへの対応等については、「高齢者・障がい者等対応マニュアル」や「保険募集コンプライアンス・マニュアル」を作成し、営業職員等へご高齢のお客さまへの募集ルールや対応時の心構え等の周知徹底を図っています。

○ご高齢のお客さまに生命保険商品を提案する場合には、ご安心いただき、納得のうえご加入いただくために、70歳以上のご契約者への保険募集に際しては、ご親族や指定代理請求人等のご同席をお願いしております。ご同席いただけない場合、当社生命保険商品においては支社役職者等からご契約者への電話や訪問を通じて、ご契約内容を再度説明のうえ、ご加入の意向やご契約内容に不明点がないことを確認するなど、お客さまの状況に応じた丁寧かつ分かりやすい説明に努めています。

○ご高齢のお客さまへのアフターフォローについては、手続き漏れなどの未然防止の観点から、担当者による定期訪問に加えて、85・90・95・100・105歳のお客さま（募集代理店を通してご加入いただいたお客さまも含め）に対して本社から直接ダイレクトメールや電話・訪問等によるアフターフォローを行うなど、お客さまの状況に応じた対応を実施しています。

○募集代理店に対しても、当社のご高齢のお客さまへの募集ルールの周知・徹底を図るために、募集代理店に提供している「保険募集コンプライアンス・マニュアル【代理店編】」において、当社のご高齢のお客さまへの募集ルールを記載するとともに、ご高齢のお客さまへの募集における留意点を記載した教材を活用し、募集代理店への周知・徹底を図っています。また、募集代理店点検等を通じて、募集代理店においてご高齢のお客さまへの募集ルールを定め、ご年齢や生命保険商品の特性等に配慮した募集を行う態勢が整備されていることを確認しています。

○ご高齢のお客さまや障がいのあるお客さまに配慮し、保険金等のご請求に際しては必

要書類の簡素化として、死亡保険金請求等の必要書類のうち「被保険者等の住民票」のご提出を不要とすることや、給付金請求のお手続き時に診断書が不要となる範囲を広げること等を実施しています。

- 今後、ご契約者自身によるお問い合わせやご契約者自身へのお手続きの案内が困難となる場合に備え、事前にご家族をご登録いただき、ご契約内容や契約維持に必要な情報をご登録いただいたご家族に案内させていただく「ご家族登録サービス」を創設しています。

【アフターフォロー・保全手続き】

- 住友生命では、生命保険商品のご加入後においても、年に1回、ご契約者さまに対して、ご加入のご契約内容を記載した総合通知「安心だより」を送付して、ご加入いただいたご契約の内容についての状況をお知らせしています。「安心だより」には、お客さまにご確認いただきたい事項をまとめたガイドチラシを同封し、ご契約内容確認のポイント、住所変更等必要な手続きやご請求いただける給付金等のご請求に漏れがないかといった点について、分かりやすく解説しています。
- 加えて、営業職員を通じご加入いただいているお客さまに定期訪問等を通じて、お客さまにご契約内容を十分にご理解いただくとともに、ご結婚・ご出産などのライフイベントなどを確認させていただき、現在も最適な保障になっているかを診断させていただく「スミセイ未来応援活動」を推進しており、質の高いアフターサービスの提供に努めています。
- ご加入いただいている生命保険契約に関する各種お手続きについて、「お客さまからのご要望には、原則当日中に対応する」という方針のもと、お客さまからのご要望に対して迅速かつ丁寧な対応を行うことを心がけております。また、保険金等のお支払いにあたっては、お客さまの口座にお振込みしたことを担当者からお客さまに連絡させていただくなど、親身で丁寧な対応を心がけています。
- お客さまの利便性をより向上させる取組みとして、お客さまがご自宅や外出先などから、インターネットや電話、提携ATMで、簡単に入出金取引・各種お手続き・契約内容照会をご利用いただける「ダイレクトサービス」を提供しています。また、対面でのお手続きをご要望されるお客さまに対しては、営業用携帯端末を用いて出金や住所変更等のお手続きを行っていただける「Lief Direct（リーフダイレクト）」を活用し、迅速かつ丁寧なお客さまサービスの遂行に努めています。
- さらに、各種手続き時のお客さまの本人確認を営業用携帯端末で行うことができるようにするとともに、個人保険の新契約事務手続きの迅速化・簡素化に取り組んでいます。

【保険金等のお支払い】

- 住友生命では、お客さまに病気やけがなど「もしも」のことがあったとき、保険金等を正確かつ迅速にお支払いすることが、最も重要な使命のひとつと考えています。
- この観点から、支払業務に携わる担当者は、所定の教育体系により査定能力の更なる向上を図るとともに、営業職員や拠点の事務担当者等に対しても、適切な保険金等の請求

案内に関する研修を継続的に実施しています。

- 保険金等のご請求案内およびお支払手続きにおいては、専用のシステムを用いて、正確で迅速なお支払いを行っています。また、支払漏れを防止するために「支払検証システム」による点検を行うとともに、他の支払事由に該当する可能性がないかを検索するための「請求勧奨システム」を活用し、追加でお支払いできる可能性のあるご契約についての請求勧奨を行っています。
- お支払い時におけるサービスをより一層向上させるため、社外の専門家による助言を活かす仕組みとして「保険金等支払審議会」を設置し、保険金などの支払査定判断の妥当性やお客さまのご請求手続きの見直しの方向性等について定期的に報告し、審議いただくなど、適切な支払管理態勢の確保に努めています。
- 保険金等のお支払いに関するご相談について、お客さまに分かりやすく丁寧な説明を行うために、専用の相談窓口を開設しご相談を受け付けています。さらに、社外弁護士へご相談いただける制度など、各種制度を用意しています。

3. お客さまにとって分かりやすい情報の提供

住友生命では、生命保険商品の内容等に応じ、お客さまが商品選択する上で重要な情報を分かりやすく提供いたします。特定保険契約に関しては法令等を踏まえお客さまにご負担いただく諸費用等の開示を行うなど、分かりやすい情報の提供に努めてまいります。

<具体的な取組み>

【分かりやすい情報の提供】

- 住友生命では、生命保険協会の各種ガイドライン等を踏まえて募集資料を作成し、生命保険商品の内容等に応じ、保険の仕組みや保障内容、保険料およびお客さまに影響のあるリスクに関する情報等を分かりやすく提供しています。
- 生命保険商品の提案を行う際には、お客さま一人ひとりに、提案する内容に応じた設計書（契約概要）を作成し、保障機能（特約）ごとにお支払理由を分かりやすく説明しています。
- 契約概要（設計書）をはじめとする募集資料の新規作成・改訂の際には次の点に留意しています。
 - －生命保険商品の魅力に関する情報は、制限事項も合わせて表示する等、その商品のリスクも明確に伝わるよう配慮し、リスク情報については、図表等を用いて定量的に分かりやすく記載するよう工夫しています。
 - －情報の重要性により記載方法を区別し、特に留意すべき事項については、その旨が分かるよう工夫しています。
 - －商品内容に応じ、仕組みの単純な商品は簡素な記載に留める一方、複雑な商品におい

ては十分な情報量を確保するなど、その内容に沿った丁寧な情報提供に努めています。

- 重要な情報を分かりやすく提供する観点から、ご高齢のお客さまや障がいのあるお客さまにも配慮した募集資料の作成に努めるとともに、募集資料を作成・改訂する際には、外部コンサルティング会社の知見を参考とし、ユニバーサルデザインの観点も取り入れるとともに、社外認証の取得にも取り組みます。
- また、商品の性質、リスク特性等を踏まえ、社外アドバイザー（CS向上アドバイザー）のご意見を確認する等、重要な情報を分かりやすく提供するための取組みを行っています。
- 特定保険契約については、金利・為替・株式相場等の影響により、お客さまのお受け取りになる保険金等が変動するという特性を踏まえ、具体的に以下の対応を行っています。
 - ・当該商品の有する特徴やリスクを募集資料に示すとともに、文字の大きさ、色使い、掲載位置等、お客さまがご認識いただきやすい工夫を凝らすことで適切に説明することとしています。
 - ・また、募集代理店に対しても、教材の提供や研修を通じて、指導・定着を図っています。
- また、運用手法・運用対象資産や過去のデータを用いた運用シミュレーションの結果等を募集資料に掲載するほか、設計書に複数のシミュレーション結果を記載するなど、ご理解を深めていただけるよう努めています。なお、募集資料に運用シミュレーション等を掲載する場合は、優良誤認に留意した分かりやすい記載を行っています。
- お客さまの資産形成ニーズにお応えする観点から、投資性商品の選択に資する情報を提供するため、特定保険契約に係る次の開示を行っています。
 - ・募集資料（商品パンフレットおよび注意喚起情報）および商品概要資料（乗合代理店が比較・推奨販売における商品の概要明示を行う際に用いる資料）に、「保険契約関係費」「資産運用関係費」等のお客さまにご負担いただく費用の種類ごとに計算方法を記載しています。
 - ・特定保険契約と類似の金融商品（投資信託等）を扱う金融機関を通じて募集する場合には、これら他の金融商品との選択を容易にして、お客さまのご理解を促す観点から、お客さまにご負担いただく諸費用の開示に加え、商品概要資料にて販売手数料を開示しています。
 - ・あわせて特定保険契約については、販売手数料がどのようなサービスの対価に関するものかを分かりやすく情報提供する観点から、商品概要資料に保険契約締結の媒介や保険契約の維持管理業務の対価として手数料を支払っている旨を記載しています。
- 今後販売開始する特定保険契約においても、商品特性を踏まえ、当該商品のリスク（販売上の留意点）等について分かりやすく情報提供を行うとともに、募集人のコンサルティングスキルの向上に向けた研修の提供に努めます。あわせて、お客さまにご負担いた

だく諸費用のより分かりやすい情報提供に努めます。

4. お客様の安定的な資産形成やニーズに適った商品提供を支える資産運用

住友生命では、お客様の安定的な資産形成やお客様ニーズに適った生命保険商品の提供を可能にするため、そして将来にわたって保険金等を確実にお支払いするために、適切なリスクコントロールのもと、資産運用の高度化に取り組んでまいります。

＜具体的な取組み＞

【資産運用の高度化に向けた取組み】

○住友生命では、円金利資産を中心とするALM運用ポートフォリオとリスク性資産を中心とするバランス運用ポートフォリオの2つの運用資産に分けて資産運用を行い、適切なリスクコントロールのもと、リスクとリターンのバランスを踏まえた投融資を実行しています。

・ALM運用ポートフォリオでは、国内外のクレジット資産等を活用することにより資産運用収益の安定的な獲得を目指すことで、低金利環境が継続する中においても保険金等を確実にお支払いできるよう努めています。

・バランス運用ポートフォリオでは、市場動向等に応じた機動的な運用を実践することで、収益の向上に取り組んでいます。スチュワードシップ活動においては、投資先企業との対話や適切な議決権行使により株式価値向上を図ります。

○また、投資対象資産の多様化や、資産運用力の向上に向けた外部委託の活用や資産運用人材の育成に取り組むなど、体制の整備にも取り組んでいます。

5. お客様本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

住友生命では、保険業法および関連法令等に加え、生命保険商品の募集に関し必要な知識を身につけるための従業員教育を実施することで、お客様満足度の維持・向上に努めてまいります。また、生命保険商品の募集だけでなく、お客様満足度の維持・向上に向けた取組みを踏まえた評価体系の構築に努めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【従業員教育、金融リテラシー】

○住友生命では、当社生命保険商品の他、保険業法および関連法令等のコンプライアンスに関する教育を継続的・反復的に実施するなど、従業員に対する教育・研修の徹底に注力しています。

○営業職員等に対しては、入社時における研修を3か月間とし、お客様本位の営業姿勢や社会保障制度改革の推進状況等も踏まえたコンサルティングに基づく営業活動の必要性について徹底を図っています。

○また、保険の社会的意義や商品知識、事務手続き等の習得に加え、お客様の立場に立

った質の高いコンサルティングを提供できるよう教育を行っています。具体的には、豊富な知識と高いスキルを兼ね備えた人材を育成するために、各職員の成長ステップに応じたきめ細かな研修、各種試験に対応した研修等の充実した教育システムを構築しています。

- お客さまの金融リテラシー向上につながる取組みの一環として、生命保険だけではなく金融商品・社会保障制度等に関する豊富な知識を有する「FP技能士（厚生労働省所管国家資格）」資格取得やその活用を通じたコンサルティングを推進しています。
- なお、営業職員が特定保険契約を販売するにあたっては、社内検定の合格を要件とするなど、市場リスクを有する商品特性を踏まえたコンサルティングを推進しています。

【従業員に対する適切な動機づけの枠組み等】

- 住友生命では、営業職員等に対する生命保険商品の募集時の評価について、お客さまニーズに沿った最適な商品提案ができるよう適切な設定水準としています。
- 生命保険商品の募集に加え、ご契約の継続状況等や、お客さまサービス活動も業績評価体系の一要素とし、ご加入時のみならず、ご加入後も、営業職員等に対して、お客さま満足度の維持・向上に向けた動機づけを行う評価体系を構築しています。

【募集代理店に支払う販売手数料体系】

- 募集代理店あての販売手数料については、乗合代理店における比較推奨販売等の業務の健全かつ適切な運営を確保する体系としています。具体的には、基本手数料のみとしており、かつ、「保険契約の継続状況」を評価する体系としています。
- また、引き続き、代理店におけるお客さま満足度の維持・向上に向けた取組みを評価する販売手数料体系を検討・導入してまいります。

6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

住友生命では、お客さま利益の保護を図る観点から、当社とお客さまの間、またはお客さま相互間の利益相反により、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、適切な管理態勢を構築いたします。あわせて生命保険にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、適切な保険募集管理態勢を構築いたします。

<具体的な取組み>

【利益相反管理態勢】

- 住友生命では、役職員の行動規範である「住友生命グループ行動憲章」において利益相反による弊害を防止することを定めるとともに、利益相反管理方針等を策定し、利益相反を適切に管理する態勢を整備しています。
- 利益相反管理方針等において、お客さまの利益が不当に害されることのないよう、利益相反管理の適切性を確保し、お客さまの保護および利便の向上を図ることを定めています。また、管理対象となる取引の類型を定め、管理対象取引に該当する取引が認められる場合は、取引に関与する部門間の情報の遮断や取引の中止などの適切な管理を行

うこととしています。

- 各部門が利益相反の可能性のある取引を行おうとする場合は、利益相反管理部門であるコンプライアンス統括部が利益相反の管理対象取引に該当するか否かを判断しています。管理対象取引に該当した場合は、取引に関与する部門間での情報遮断や取引の中止などの適切な対応を行っています。

【資産運用業務・スチュワードシップ活動における利益相反管理】

- 住友生命では、資産運用業務における利益相反について、次の取組みにより、適切な管理態勢を構築します。

- ・保険契約等の取引関係に関わらず投資判断や議決権行使において、資産運用部門が意思決定の独立性を確保すべく、法人営業部門と資産運用部門を分離し、保険加入等を条件とした投融資が行われなないための体制を構築しています。
- ・社外メンバーが過半を占める委員会を設置し、議決権行使の判断等について外部からのチェックを受ける体制を構築しています。また、個別企業に対する議決権行使結果の開示等により、スチュワードシップ活動の透明性向上に努めます。

【代理店販売における適切な保険募集管理態勢の確保】

- 住友生命では、生命保険商品にご加入いただくお客さまの利益を確保するため、当社が委託する募集代理店等に対して、お客さまのご意向を適切に把握し、必要な情報を提供のうえ、比較推奨販売等が適切に実施されるよう、保険募集管理態勢が整備されていることについて、毎年募集代理店に確認するなど、適切な保険募集管理態勢の構築を図っています。

- また、募集代理店における適切な比較推奨販売の観点から、販売手数料体系に係る説明方法を工夫してまいります。

- 住友生命が募集代理店となり、他の保険会社の商品を提供する場合においても、お客さまの保険加入に関するご意向を把握するとともに、お客さまのニーズを踏まえた商品を提案し、ご加入に際して必要となる情報についても分かりやすく提供することができるよう、引受保険会社と緊密に連携・協議を行い、また当社募集人への指導・教育を行うなど、適切な保険募集管理態勢の整備や各種取組みに努めています。

7. お客さま本位の業務運営の実効性を高める取組み

住友生命では、お客さま本位の業務運営の定着を図るために、評価指標の設定を行うとともに、より良い業務運営としていくために、実施状況について定期的に検証を行い、方針に基づく各種取組みの実効性を高めてまいります。

＜具体的な取組み＞

【実効性を高めるための体制整備】

- 住友生命では、より一層お客さま本位の業務運営の取組みを推進する観点から、取組みを推進する組織として「お客さま本位推進部」を設置しています。

○住友生命をはじめとするグループ各社がお客さま本位の業務運営に関わる認識を共有し取組みを推進していくために、関係役員および生命保険業等を行う国内子会社であるメディケア生命社長、いずみライフデザイナーズ社長、保険デザイン社長を構成員とし、当社社長を議長とする「お客さま本位の業務運営」推進協議会を設置しています。

○本協議会においては、実施状況について定期的に振返りを行い、グループベースでのお客さま本位の業務運営に関するPDCA機能を発揮し、各種取組みの実効性を高めていきます。その結果も踏まえて、適宜方針の見直しを検討するとともに、当社ホームページでその状況を公表します。

【評価指標の設定】

○お客さま本位の業務運営の定着を図るために以下の評価指標を設定し、各種取組みとあわせて、定期的に進捗状況を確認します。

- ・当社としての取組みを総体としてご満足いただいているかどうかを測る趣旨で、「お客さま満足度（総合満足度）」を設定します。
- ・お客さまにとって最適な商品やサービスを提供し、分かりやすい情報を提供するなど、お客さま本位の業務運営を通じた取組みが、「ご加入時」「ご加入後」「お支払い時」といったそれぞれの場面ごとに実践され、お客さまにご満足いただいているかどうかを評価する指標として「場面に応じたお客さま満足度」も評価指標として設定します。
- ・市場リスクを有する特定保険契約に対してきめ細かく評価指標を設定することが「お客さま本位の業務運営」の一層の推進に資すると考えられることから、「特定保険契約の取扱代理店数」「特定保険契約新契約件数」「特定保険契約における苦情発生状況」も評価指標として設定します。

以上