

2020 年 6 月 25 日

住友生命保険相互会社

## 2019 年度「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況について

住友生命保険相互会社（取締役 代表執行役社長 橋本 雅博、以下「住友生命」）は、2017 年 5 月に「お客さま本位の業務運営方針」を策定以降、毎年その取組状況を公表しています。今般、2019 年度の「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況をまとめました。

### ＜2019 年度の主な取組み＞

- ・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に向けた「住友生命グループ行動規範」の策定
- ・お客さまニーズに沿った商品の開発・提供として、ご契約者の高齢化に伴うニーズの多様化に対応した「認知症 P L U S （プラス）」の発売および「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」の提供開始
- ・利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築として、代理店手数料の体系に募集代理店の募集管理態勢の取組みを評価する考え方を導入

※詳細は次頁以降をご覧ください。

また、「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、人生 100 年時代を見据え、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に取り組んでいくことを反映する等の改正を行っています。

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方針」に基づく具体的な取組みを積極的に推進するとともに、定期的に振り返りを行い、各種取組みの実効性を高めていきます。

以 上

あなたの未来を強くする



# 2019年度 「お客さま本位の業務運営方針」 に係る取組状況について

生命保険商品・付帯サービス等はすべて概要を説明したものであり、生命保険商品ご加入のご検討や付帯サービスのご利用等に当たっては、最新の情報を必ずご確認ください。

2020年6月25日  
住友生命保険相互会社

# 当社のお客さま本位の業務運営方針

## お客さまの最善の利益の追求

方針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(P3～)

方針2. お客さまにとって最適な商品・  
サービスの提供(P10～)

方針3. お客さまにとって分かりやすい  
情報の提供(P22～)

方針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(P23～)

方針5. お客さま本位の業務運営に資する  
従業員教育や評価体系(P25～)

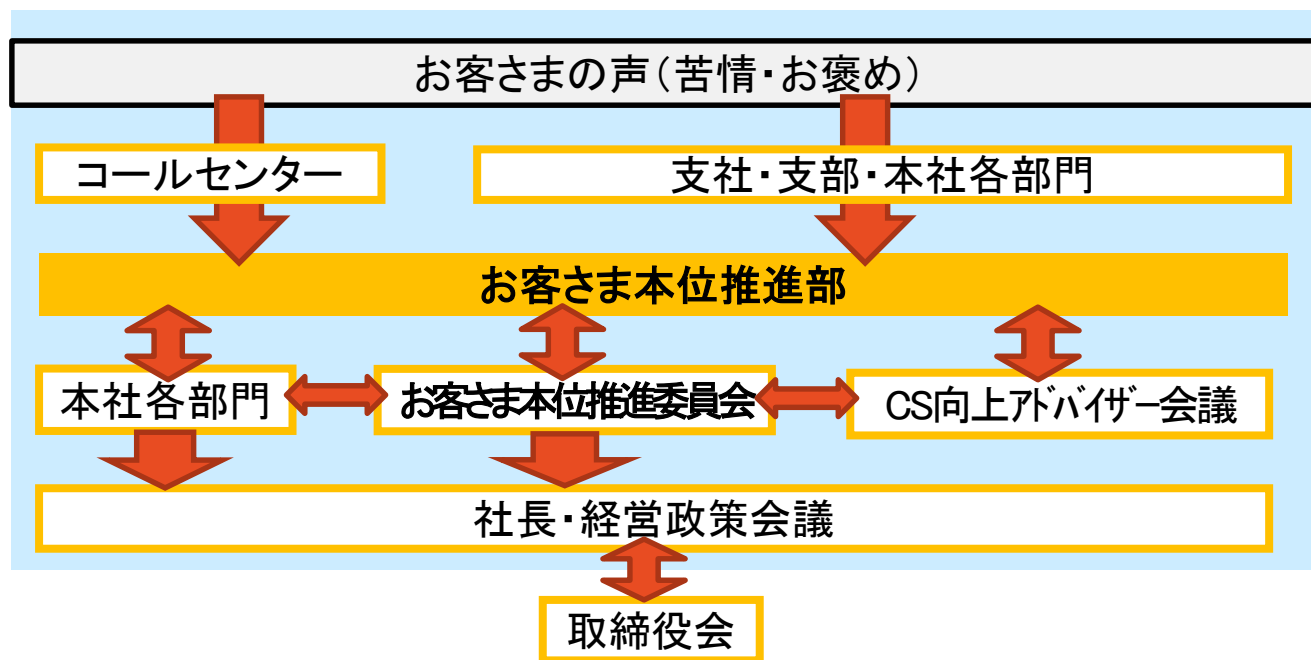
方針6. 利益相反の適切な管理と  
保険募集管理態勢の構築(P27～)

方針7. お客さま本位の業務運営の  
実効性を高める取組み(P29～)

# 1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

## お客様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

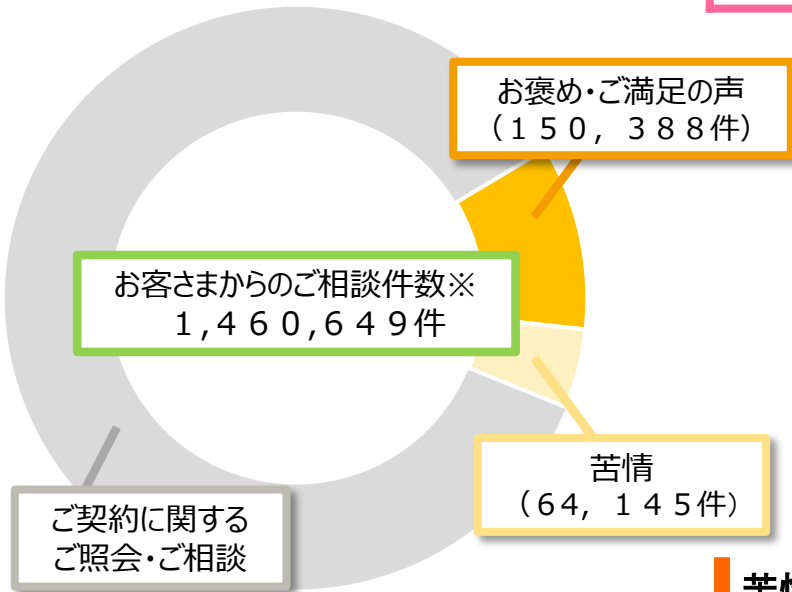
- 当社にお寄せいただいた「お客さまの声」は、本社担当部にて集約し、関連する業務を所管する部門との間で共有化を行い、対応策・改善策を検討しています。
- 苦情については「お客さま本位推進部」で一元管理し、その分析に基づく改善を推進しています。
- 部門横断的・全社的な課題については、社長を委員長とする「お客さま本位推進委員会」を開催し審議いたします。



# 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

## 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り組み

お客さまからのご相談件数



お客さまからいただいた「お褒め・ご満足の声」の活用

感謝の声については、実際にお客さまからいただいた声をもとに作成した教材（活動サプリ）を活用し、好取り組み事例を共有化しております。

### 苦情の状況

※コールセンター受電件数＋  
支社等受付の「お褒め・ご満足の声」「苦情」

| 苦情の内訳 |                |                   |     |      |
|-------|----------------|-------------------|-----|------|
| 新契約   | 収納関係<br>(保険料等) | 保全関係<br>(契約内容変更等) | 保険金 | 左記以外 |
| 9%    | 5%             | 33%               | 20% | 33%  |

# 1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

## お客様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り組み

- お客様本位の業務運営の推進にあたり、2008年3月から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、よりお客さま視点に立った施策を策定・実行しています。
- 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」に参加しております。
- 2018年度に実施した消費者志向の主な取り組みをまとめた「お客さまの声白書」を新たに作成いたしました。



| contents                   |
|----------------------------|
| 経営方針に基づいた消費者志向経営の推進        |
| <b>特集</b> お客さま・社会との共有価値の創造 |
| 「お客さまの声」を経営に活かす取り組み        |
| 従業員の消費者志向意識醸成に向けた取り組み      |
| 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）        |
| 消費者への情報提供の充実               |
| 保険金等の確実なお支払い               |
| 消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービス開発    |
| 消費者・社会の要望を踏まえた社会貢献活動       |
| 寄稿                         |

# 1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

## お客様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り組み

### 「お客さまの声」を経営に活かした取り組み例

|     |                                                                                                                                           |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ご意見 | “住友生命「Vitality」”の対象となる保険種類を拡大してほしい。<br>“住友生命「Vitality」”に2件目以降も加入したい。                                                                      |
| 対応  | プライムフィット・ドクターGOに加え、ライブワン・Qパックについても、“住友生命「Vitality」”をお選びいただけるようになりました。<br>“住友生命「Vitality」”の対象保険について、2件目以降のご加入の取扱いを開始いたしました。<br>(2019年7月開始) |
| ご意見 | “住友生命「Vitality」”に2件目以降加入した場合の保険料変動等のしくみについて、分かりやすく教えてほしい。                                                                                 |
| 対応  | “住友生命「Vitality」”に2件目以降加入した場合の保険料変動等のしくみについてわかりやすくご理解いただけるよう、説明動画を作成しました。ホームページ(“住友生命「Vitality」”特設サイト)からもご覧いただけます。                         |
| ご意見 | 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。                                                                                             |
| 対応  | 社会的課題の1つである「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・予防につなげることを目的として「認知症PLUS」を開発しました。(2020年4月発売開始)                                             |



# 1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

## お客様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り組み

### 「お客さまの声」を経営に活かした取り組み例

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ご意見 | 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。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 対応  | ご契約者や被保険者さま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」を開始しました。（2020年4月開始）                                                                                                                                                                                                                                 |
| ご意見 | 従業員の「治療と仕事の両立」を支援する福利厚生制度を実現したい。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 対応  | <p>2018年4月に、3大疾病（がん・脳卒中・急性心筋梗塞）を保障する全員加入型団体保険（※1）の新商品「ホスピタA」を発売しました。これにより、「治療と仕事の両立支援」や「健康経営」という経営者さまのニーズに応えられるようになりました。</p> <p>それに加え、従業員が3大疾病（がん・脳卒中・急性心筋梗塞）に自助努力で備えることができる、任意加入型団体保険（※2）「ホスピタV」を2020年4月から発売しました。</p> <p>これにより、スケールメリットを活かし、お手頃な保険料で3大疾病への保障を確保することができます。</p> <p>※1 保険料を団体が負担して従業員全員に加入いただく全員加入タイプ<br/>※2 保険料を従業員が負担して任意に加入いただく任意加入タイプ</p> |



# 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

## 企業文化の定着

- ❑ 役職員一人ひとりが従前以上にお客さまの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」の浸透に注力してまいります。そのために、日々の業務の中で、どのように考え、判断し、行動すべきかの具体的なよりどころとなる共通の判断基準（「行動規範チェックリスト」）を新たに設けました。
- ❑ 全役職員が、本行動規範を実践することにより、「お客さまからみて『薦めたい』会社、職員から見て『いきいきと働ける』会社、社会から見て『なくてはならない』会社」を目指します。

### 【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？ |

### ■ 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、1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、策定しました。



# 1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

## 企業文化の定着

- ❑ 職員一人ひとりが自分たちの使命を確認し、感動品質のお客様対応を行うことができるように、毎月各職場にて「ハートミーティング」を実施しています。
- ❑ また、2019年度は「真にお客様本位の行動を進めるためにはどうすればいいか」をテーマとした「支社職員と役員との対話ミーティング」を実施いたしました。
- ❑ さらに、消費者志向経営を進めるため、管理者向け講演会や従業員向け研修会を定期的の実施しております。

### 支社職員と役員との対話ミーティング(テーマ)

- ・ 真にお客様本位の行動を進めるためにはどうすればいいか。
- ・ オールスミセイで「CSVプロジェクト」を推進するために支社で取組むことは何か
- ・ 品質向上に向けた課題であるお客様本位の「アフターフォロー」にどう取り組むか
- ・ 職員の働きがい向上に向けて何が出来るか 等。

### 「消費者視点を考える」講演会・研修会

- ・ 異業種企業様のご協力をいただき、講演会や研修会を実施しました。
- ・ 講演会では、製造業の視点から、管理職向けに、「お客様の声」の活用事例や、「お客様第一意識の啓発」のための取組みなどについてのお話をいただきました。
- ・ 研修会では、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。

<講演会>



<研修会>

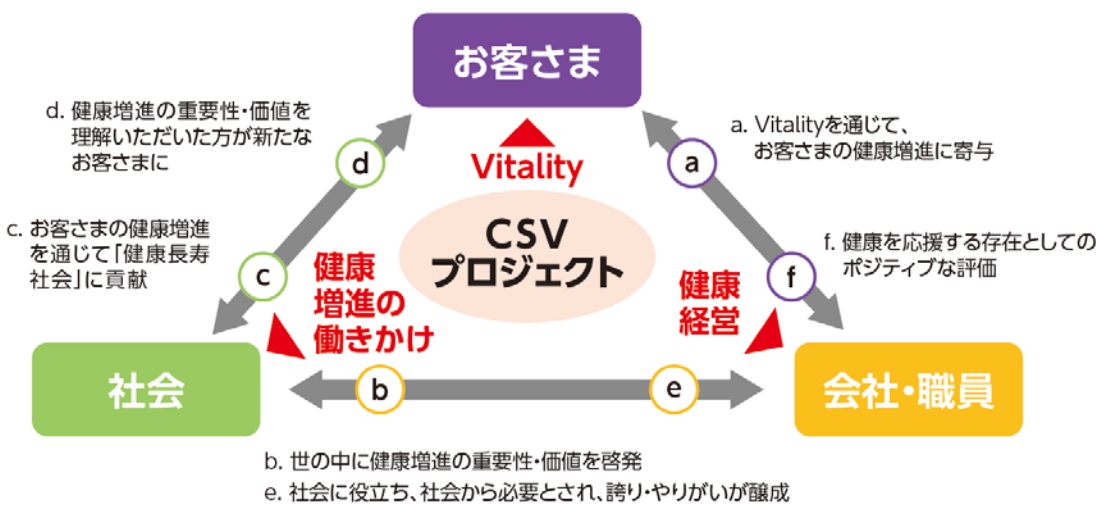


## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

#### 「健康増進を軸としたCSVプロジェクト」

- ❑ 当社は本業を通じて「お客さま」「社会」「会社・職員」とともに「健康増進」という新しい共有価値を創造するCSVプロジェクトの取組みを進めております。
- ❑ 「健康増進を軸としたCSVプロジェクト」では、
  - ①お客さまへの健康増進型保険「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。
- ❑ 2018年7月に発売した“住友生命「Vitality」”は、「保険契約」に加え、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」を兼ね備えた商品です。



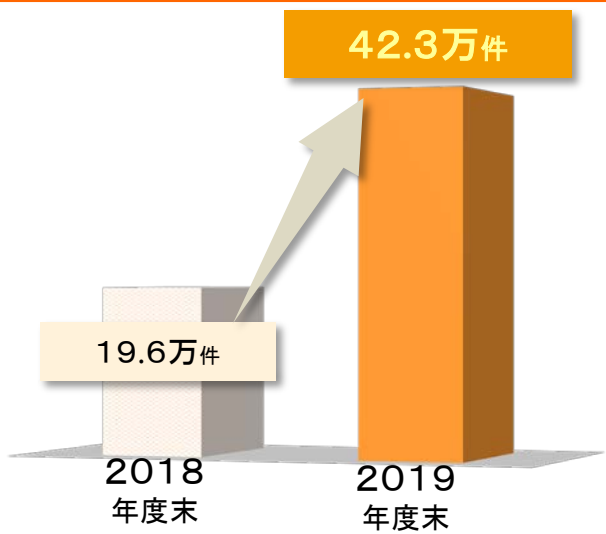
“住友生命「Vitality」”は、お客さまのある一時点の健康状態を評価するのではなく、お客さまの健康増進の取組を総合的に評価して、その取組みに応じて保険料割引、特典(リワード)の提供を行う商品です。

## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

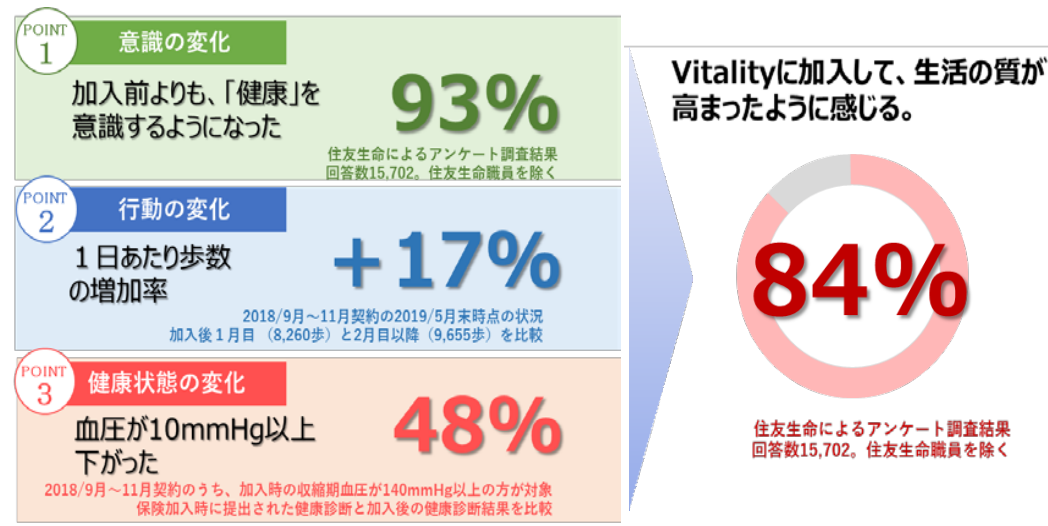
### お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- ❑ “住友生命「Vitality」”は、CSVプロジェクトの中核となる、お客さまの健康増進活動を促す商品として、2019年もその販売に一層注力しました。
- ❑ より多くのお客さまに商品の価値をご提供することや商品の魅力をさらに高めることを目的としたレベルアップに努め、Vitality健康プログラム契約を付加できる保険種類を拡大するとともに、全国でスポーツジムを展開する企業と新たに業務提携するなど、特典(リワード)を拡充しました。
- ❑ アンケート調査等の結果等から、“住友生命「Vitality」”のご加入者さまに「意識」、「行動」、「健康状態」の変化が生じ、多数のお客さまに生活の質が高まったと実感いただいていることが確認できました。

住友生命「Vitality」累計販売件数



住友生命「Vitality」加入者へのアンケート調査結果等



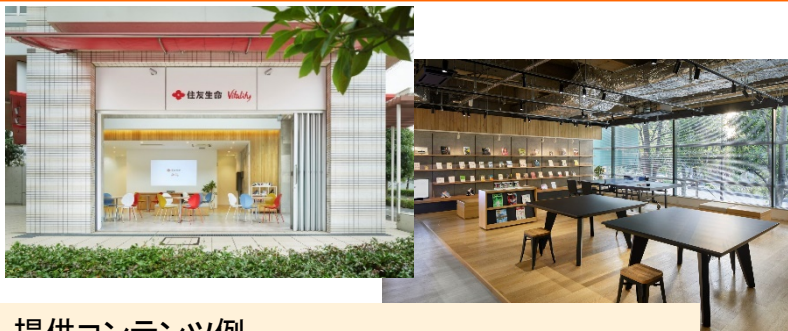


## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- より多くのお客さまに“住友生命「Vitality」”の先進的な価値を実感いただくために“住友生命「Vitality」プラザ”を2019年10月20日柏の葉、11月1日新宿にオープンしました。
- 健康増進に取り組む「スミセイ“Vitality Action”」を展開し、様々な種目のトップアスリートによる親子イベントを通じた「社会全体への健康増進の働きかけ」を推進しました。スミセイ“Vitality Action”は公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会及び一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構が実施している「第7回スポーツ振興賞」において「経済産業省 商務・サービス審議官賞」を受賞しました。
- 日本唯一のオフィシャルスポンサーとして「parkrun(パークラン)※」の全国14箇所での開催を支援しました。 ※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、ジョギング、ランニングなどを行うコミュニティイベント

#### 住友生命「Vitality」プラザ(イメージ)



##### 提供コンテンツ例

- ・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
- ・Vitality 健康プログラムの疑似体験

#### スミセイ“Vitality Action”



#### 「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

##### 《スポーツ振興賞》

スポーツや障がい者スポーツを通じて健康づくりをし、ツーリズムや産業振興、地域振興(まちづくり)に貢献している団体・グループ・企業の活動を顕彰するもの  
(公益社団法人スポーツ健康産業団体連合会、一般社団法人日本スポーツツーリズム推進機構ホームページより)。

## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

#### 新商品「認知症PLUS(プラス)」の発売等について

- 長寿社会においてますます増加が見込まれる認知症への対応は、健康長寿社会の実現に向けた重要な社会的課題の一つであるとの認識のもと、“住友生命「Vitality」”の対象商品の一つとして、認知症を早期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。
- また、保障機能だけでなく、ご契約者や被保険者さま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。(詳細は20ページ)
- さらに、“住友生命「Vitality」”についても、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」を新たに健康増進メニューへと追加し、より幅広い健康増進活動を促進するプログラムへと前進させます。



認知症・MCI(軽度認知障害)を一生涯にわたり  
保障する特約です



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

## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- ❑ 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。国内金利が低水準で推移する環境下においても魅力のある商品を提供すべく、2019年4月に、外貨建平準払個人年金保険(たのしみ未来グローバル)を発売しております。
- ❑ また、2019年12月には、外貨建一時払終身保険「ふるはーとJロードグローバルⅡ」を発売し、順次取扱金融機関を拡大しております。2017年4月に発売以来ご好評をいただいております「ふるはーとJロードグローバル」の2つの機能「のこす」「ふやす」をそのままに、さらにレベルアップした商品です。
- ❑ 外貨建商品の販売については、お客さまに商品特性や留意事項等を十分にご理解いただくことが重要であるため、商品パンフレットの改訂等を通じてわかりやすい情報提供に努めました。

ふるはーとJロードグローバルⅡ  
5年ごと利差配当付指定通貨建終身保険(一時払い)(19)Ⅱ型



たのしみ未来グローバル／たのしみ未来グローバル＜学資積立プラン＞  
予定利率変動型5年ごと利差配当付指定通貨建個人年金保険





## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- ❑ 企業保険分野では、従業員が安心して働き続けることができる総合的な企業福祉制度の実現をサポートするため、福利厚生制度の充実を図る商品とサービスの提供に努めております。
- ❑ その一環として、団体保険では、「治療と仕事の両立支援」「健康経営」というニーズにお応えする3大疾病保障保険の販売に注力いたしました。
- ❑ 団体年金保険では、新たに分散投資と機動的な資産配分によりリスクを抑えつつリターンの向上を目指しマルチアセット型運用を行う商品を2019年12月より発売しました。
- ❑ また、企業の業務効率化およびコスト削減等に資するべく、一部の商品を対象としてインターネットを通じた加入申込サービスを開始しました。

#### <団体3大疾病保障保険>

「ホスピタA」(全員加入型)【2018年4月発売開始】

「ホスピタV」(任意加入型)【2020年4月発売開始】



団体の所属員(役員・従業員)が3大疾病(がん〔悪性新生物〕・急性心筋梗塞・脳卒中)で約款所定の条件に該当された場合にあらかじめ定めた金額をお支払いすることで、治療費負担や収入減少を保障します。

保険料を団体が負担して所属員全員に加入いただく全員加入タイプと、保険料を所属員が負担して任意に加入いただく任意加入タイプを準備しています。

#### <団体年金保険>

団体年金特別勘定「総合OM」

運用の特徴

##### 1 分散投資

債権・株式といった伝統的資産から投資商品を拡大した15資産(短期資金を除く)への分散投資を実施し、リスク分散によるリターンの安定化を図ります。

##### 2 動的資産配分 通常的环境

定量分析に基づく、運用環境に応じた機動的な資産配分により、リスクを抑制しリターンの追求を図ります。

##### 3 損失リスクの抑制 リスク回避時

株価下落局面時での運用損失の抑制を図ります。

## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### お客さまの属性や状況に応じた対応

□ お客さまにとってより魅力あるサービスを提供するために以下のような商品付帯サービスを提供しております。※ご利用いただける方やサービス内容の詳細については、最新の情報をホームページ等で確認ください。

#### スマセイ セカンドオピニオン・サービス

各分野を代表する医師／医療機関において「セカンドオピニオン」または「受診手配・紹介」サービスを提供いたします。

#### スマセイ 健康相談ダイヤル

健康に関するご相談を24時間電話で承ります。

#### スマセイ ケア・アドバイス・サービス

介護相談を電話（24時間）または訪問で承ります。

#### スマセイ 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します。

#### 商品付帯サービス利用件数(2019年度)

|                     | 利用件数       |           |
|---------------------|------------|-----------|
|                     |            | 前年比       |
| スマセイ健康相談ダイヤル        | 4, 5 2 6 件 | + 6 3 1 件 |
| スマセイ・セカンドオピニオン・サービス | 9 6 1 件    | + 4 0 件   |

「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。

## 2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

### お客様の属性や状況に応じた対応

- ご高齢のお客様や障がいのあるお客様への募集ルールや心構え等については、「高齢者対応マニュアル」・「障がい者対応マニュアル」等を作成し、営業活動等に活かすよう努めております。また各支社の店頭には筆談ポスターの掲示、拡大鏡やホワイトボード等、ご高齢のお客様や障がいのあるお客様に配慮した備品を用意しています。職員への教育として「ユニバーサルマナー」の習得推進を図っています。(2020年3月末現在、ユニバーサルマナー検定※3級合格者884名)

※「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、障がい者やベビーカー利用者など、多様な方々へ向き合うための「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。

- 多様化、複雑化する介護関連サービスのお客様ニーズにお応えするため、2018年10月に、アクサ生命と業務提携のうえ、「ウェルエイジング共創ラボ」を開設しました。高齢者の介護に関するトータルコーディネートを実現する新しい介護関連サービス「ウェルエイジングサポートあすのえがお」を共同で開発し、2019年10月1日より、両社の一部地域(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・大阪府・京都府・兵庫県)のお客様を対象に先行して提供を開始しました。また、2020年4月1日より介護予防支援サービスの提供開始等、メニューを拡充しております。

#### ユニバーサルマナー検定3級 受講時の様子



#### 「ウェルエイジングサポートあすのえがお」の主な特徴

1. 公的介護保険外の介護関連ニーズを包括的にサポート
  - ・専用コールセンターで受ける一般的な介護のご相談、
  - ・介護施設のご相談や情報収集、・在宅介護関連のサービス利用、
  - ・年齢を重ねた時の備えとしての資産管理 等
2. 介護施設への入居に関する丁寧な対面コンサルティング
3. 親の介護にも対応(自分だけでなく、親の介護までサポート)

## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### お客さまの属性や状況に応じた対応

#### 健康長寿社会の実現に向けた超高齢社会の課題解決への貢献

- 複数組織からなる「人生100年サポート協議会」を設置し、社内外から得た高齢者対応に関する現状認識や課題、情報の共有化等を図ります。
- 同協議会等を通じて把握したジェロントロジー※の知見も取り入れ、商品・サービスや情報提供等をさらに進化させ、「健康な暮らし」「安心・安全な暮らし」実現のため、超高齢社会の社会的課題解決へ取り組みます。

※ジェロントロジー：老後の過ごし方や高齢社会の様々な課題を自然科学、社会科学、理工学など幅広い分野から研究する学問





## 2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

### アフターフォロー・保全手続き

- 定期訪問等を通じてお客様にご加入内容を十分にご理解いただくとともに、結婚・出産などのライフイベントや必要なお手続きの確認などを通じて、現在も最適な保障になっているかを診断（コンサルティング）させていただく「スミセイ未来応援活動」を実施しています。
- ご高齢のお客様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、上記の担当者による定期訪問に加えて、特定の年齢を迎えられたご契約者に対し、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順次行うなど、お客様の状況に応じた対応を実施しています。
- また、ご契約内容の現況などをご確認いただくため作成している「スミセイ安心だより」をよりわかりやすい記載へと刷新し、“住友生命「Vitality」”ご加入のお客様には、インターネット（スミセイダイレクトサービス）でも確認いただくこともできるようにいたしました。
- スミセイダイレクトサービスでの住所変更や各種入出金などのお手続きに加え、営業用携帯端末「SumiseiLief（スミセイリーフ）」での電子サインで完了する手続きを順次拡大し、お手続きの簡素化・短縮化等、さらなる利便性向上を図ってまいります。

連絡先等の確認ができた、ご高齢のお客様  
（2019年4月～2020年3月※）

| 対象の<br>お客さま数 | フォロー完了した<br>お客さま     |
|--------------|----------------------|
| 50, 501名     | 48, 063名<br>(95. 1%) |

### 「スミセイ安心だより」刷新のポイント

■ご加入の保障内容や必要なお手続きをわかりやすく掲載

シンプルに

これまで複数の通知に分かれた同封物を一つの冊子に統合しました。

わかりやすく

ご加入の保障内容を図や一覧でわかりやすく掲載しました。

見やすく

「ご契約内容」の紙面を拡大し、見開き両面としました。



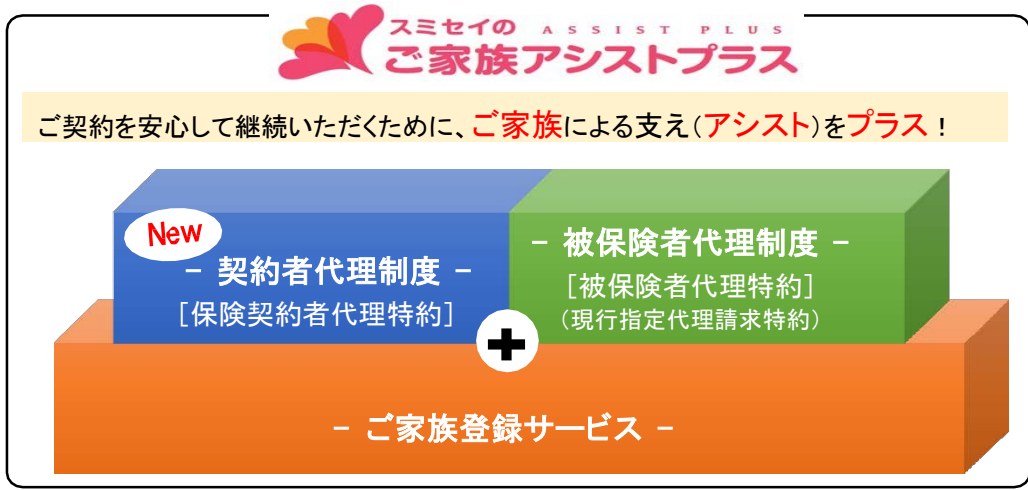
## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### アフターフォロー・保全手続き

#### 新サービス「スミセイのご家族アシストプラス」

- ご加入いただいているお客さまご本人によるお問い合わせやお手続きが困難になった場合に備え、サポートいただくご家族を登録いただき、そのご家族にも契約内容等の情報をご案内できる「ご家族登録サービス」を2017年10月から開始しています。
- このサービスに加えて、従来から導入している「被保険者代理制度」、そして業界初となる「契約者代理制度」の3つのサービス・制度からなる「スミセイのご家族アシストプラス」を2020年4月より開始いたしました。高齢や認知症のお客さまの契約管理・お手続きのサポート等に“ご家族”による支え(アシスト)をプラスし、ご家族を巻き込んだサポート体制を充実させます。

#### スミセイのご家族アシストプラス



#### スミセイのご家族アシストプラスなら

- ご家族登録サービス**  
登録したご家族も契約内容を確認することができます。
- 契約者代理制度**  
あらかじめ指定した契約者代理人が契約内容の変更など所定の手続きを行えます。
- 被保険者代理制度**  
あらかじめ指定した被保険者代理人が保険金・給付金等を請求できます。

## 2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

### 保険金等のお支払い

- 保険金等のお支払いについては、支払業務に携わる担当者への教育を継続的に実施するとともに、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。
- 2020年2月より、給付金自動請求実現へ向けブロックチェーン技術を活用した実証実験を開始いたしました。ブロックチェーン技術を活用した給付金自動請求の仕組みによって、生命保険請求手続きにおける従来の請求書や診断書等の取り寄せが不要となり、医療機関・保険会社とのやり取り等が大幅に簡素化され、利便性が格段に向上することが期待できます。
- 社会的役割を果たすべく、新型コロナウイルス感染症を原因として死亡または所定の高度障害状態に該当された場合、災害死亡保険金等をお支払いする等の改正を行いました。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、その治療期間に関する医師の証明書等をご提出いただくことで入院給付金をお支払いいたします。

お役に立った保険金・給付金

生命保険

2019年度決算  
保険金・年金・給付金支払総額

489万件      1兆4,032億円

死亡保険金

満期保険金

年金

給付金

その他

10万件  
3,498億円

5万件  
2,402億円

266万件  
4,880億円

205万件  
3,069億円

ブロックチェーン技術を活用した実証実験

従来の請求

医療機関

請求者

保険会社

③診断書等の取寄せ

④診断書等の発行

①申出

②請求書類案内

⑤請求

⑥支払

ブロックチェーンを活用した自動請求

医療機関

請求者

保険会社

i. 保険請求の事前同意 (請求レス同意)

ii. 治療時 (支払事由発生時) は「請求情報」と「医療情報」を連動

iii. 支払

21

# 3. お客さまにとって分かりやすい情報の提供

## 分かりやすい情報の提供

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わ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。

### 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

|                                         |                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■「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 | <ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>「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。</li></ul> |
| ■「募集補助資料」の提供                            | <ul style="list-style-type: none"><li>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。</li></ul>                        |

### 当社公式ホームページの改訂等

- より多くのお客さまに当社情報に触れていただくために、当社公式ホームページを全面リニューアルしました。
- スマートフォンでの閲覧をより容易にするなど、外部専門家の知見も参考にお客さまや当社ホームページのユーザーさまがストレスなく、必要な情報にアクセスできるようホームページの改訂を進めました。

■スマートフォンでの公式ホームページ閲覧イメージ



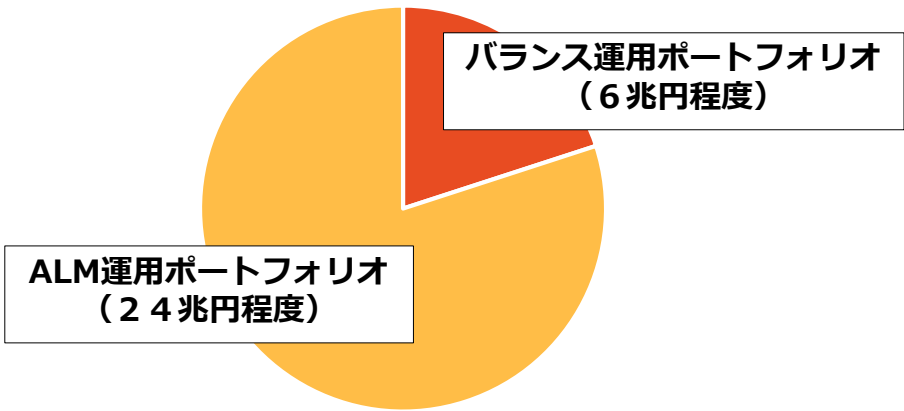
# 4. お客様の安定的な資産形成やニーズに適った商品提供を支える資産運用

## 資産運用の高度化に向けた取り組み

- ❑ 「ALM運用ポートフォリオ」と「バランス運用ポートフォリオ」の2つのポートフォリオ運営を推進し、それぞれの目的に応じた収益力の向上とリスクコントロールの強化に取り組んでいます。
- ❑ 「ALM運用ポートフォリオ」では、円金利資産を中心とした運用によりALM(※1)を推進するとともに、為替リスクを抑制した外貨建事業債を含む国内外のクレジット資産等の投資拡大により収益向上を図りました。一方、「バランス運用ポートフォリオ」では、許容されるリスクの範囲内で市場見通しに応じて株式やオープン外国債券(※2)といった流動性の高い有価証券の運用により収益の上乗せを図りました。
- ❑ ESG投融资は、これまでも取り組んできましたが、2019年度からESG投融资方針を策定のうえ、推進しております。また、昨年4月には国連責任投資原則(PRI※3)に署名しております。

※1 Asset Liability Management: 資産と負債の総合的な管理    ※2 為替ヘッジを行わず投資する外国債券  
※3 Principles for Responsible Investment: 国際連合が2006年に提唱した投資家がとるべき行動原則

### 2つのポートフォリオ運営の推進 (2020/3末時点)



### ESG※投融资に対する当社の考え方

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

ESGの観点を組み込んだ投融资は、持続可能な社会の実現、および、中長期での投融资を行う機関投資家にとって運用収益の向上に資するとの認識の下、ESG投融资を推進していく。

# 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

## 資産運用の高度化に向けた取組み

### 主なESG投融資の取組内容

| ESG投融資手法      | 取組み内容                   |
|---------------|-------------------------|
| ESGインテグレーション  | ・投資判断プロセスにESGの観点を考慮     |
| エンゲージメント      | ・投資先企業のESG課題を踏まえた対話     |
| テーマ投資         | ・ESG課題の解決を目的とした債券等への投融資 |
| ネガティブ・スクリーニング | ・特定の業種や資金用途等を投資対象から除外   |

### ESG投融資の取組み事例

| グリーンボンド                                                                                                                                                                      | ソーシャルボンド                                                                                                                                                                                  | マイクロファイナンス・ファンド                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>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)</p>  <p>「写真提供：東京都」</p> | <p>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)</p>  <p>「写真提供：今村健志朗/JICA」</p> | <p>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)</p>  |



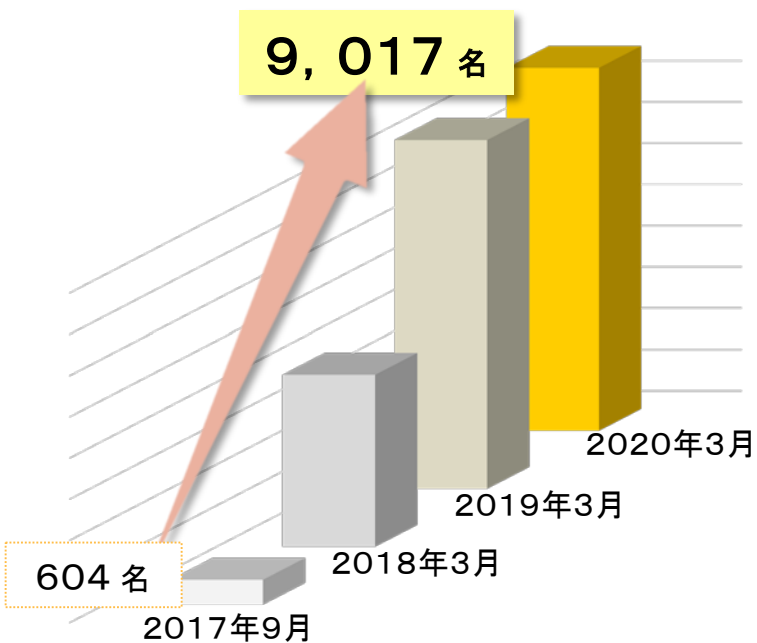
# 5. お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

## 従業員教育、金融リテラシー

- 健康長寿社会実現に向け、健康に関わる正しい知識を習得すべく、「日本健康マスター検定」受験に積極的に取り組んでいます。  
(2020年3月末では、合格者数9,017名、団体合格者数ランキングにおいて昨年に引続き第1位)
- 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、金融商品・社会保障制度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)資格の取得を推進しています。
- 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出来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認定します。

「日本健康マスター検定」累計合格者数



FP技能士  
資格取得者数

認知症サポーター  
養成数

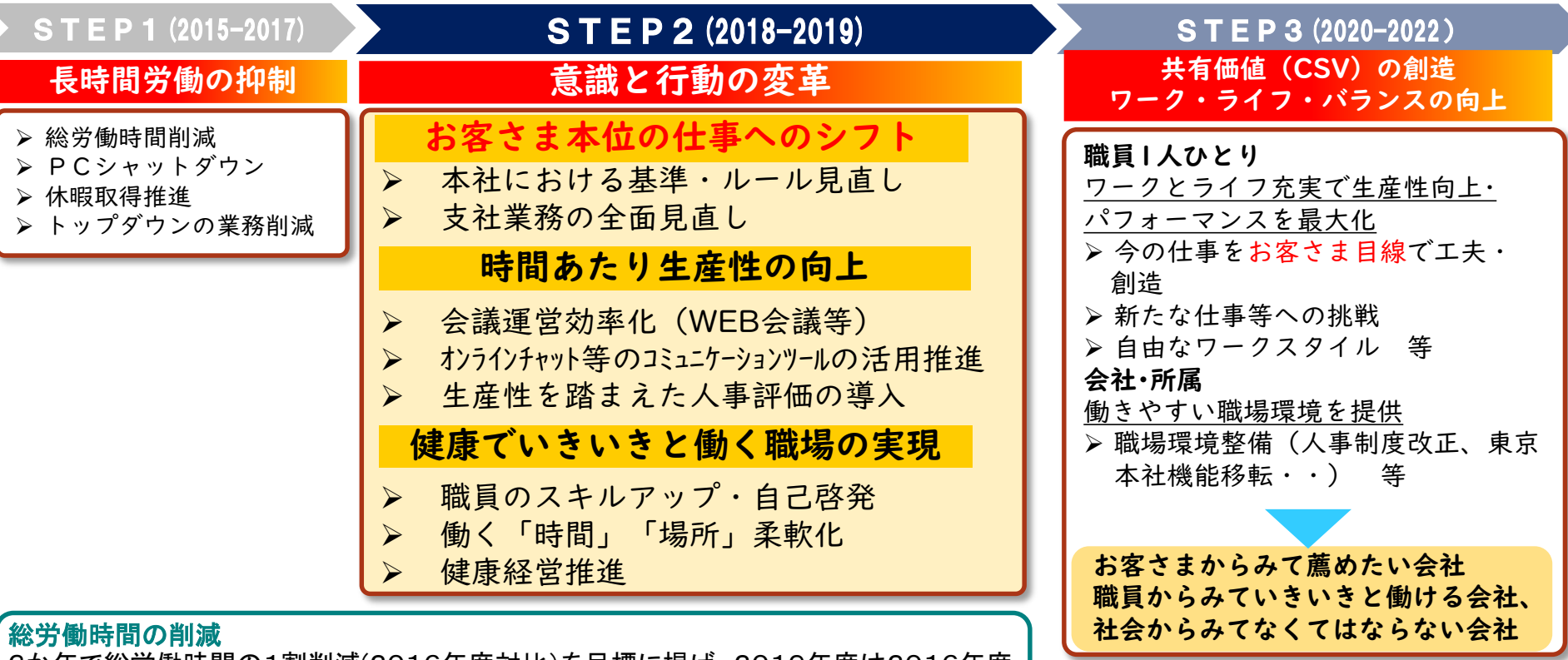
33,535名

15,363名

# 5. お客さま本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

## 従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

□ 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(ワーク パフォーマンス イノベーション)プロジェクト」を引続き推進してまいります。



**総労働時間の削減**  
3か年で総労働時間の1割削減(2016年度対比)を目標に掲げ、2019年度は2016年度対比11.6%削減し(1人あたり年間約254時間)、3か年の削減目標を達成いたしました。

# 6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

## 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

- ❑ 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の意思決定の独立性を確保しています。
- ❑ 社外委員が委員長となり、かつ社外委員が過半数を占めるスチュワードシップ活動に関する第三者委員会を設置し、議決権行使の判断等について利益相反に関し外部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を行うことで、スチュワードシップ活動の透明性向上に努めています。

### スチュワードシップ活動状況(2018/7~2019/6)

#### ○対話活動

|              |      |
|--------------|------|
| 株式価値向上のための対話 | 142件 |
| 議決権行使のための対話  | 227件 |

#### ○議決権行使状況

|        | 不賛同／全体     | 不賛同比率 |
|--------|------------|-------|
| 企業数ベース | 172／2, 207 | 8. 5% |
| 議案数ベース | 195／6, 764 | 2. 9% |

個別の議案毎の賛否および反対理由についても開示しております。

### スチュワードシップ活動に関する第三者委員会

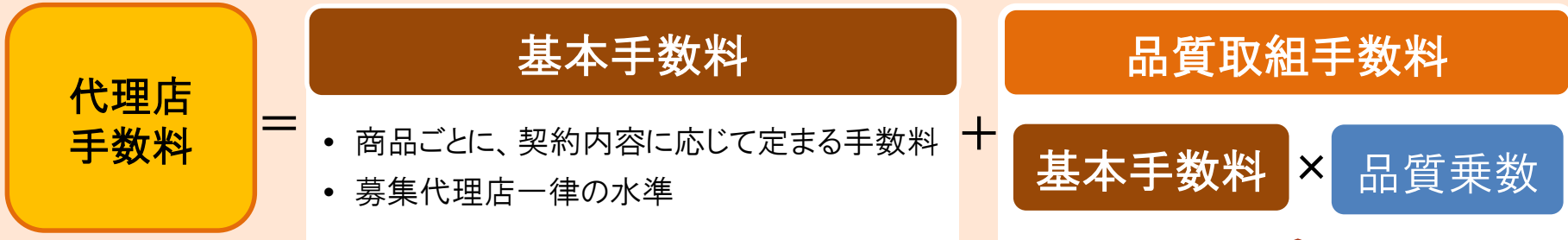
|         |                         |    |
|---------|-------------------------|----|
| 三浦亮太委員長 | 三浦法律事務所 弁護士             | 社外 |
| 國部克彦委員  | 神戸大学 副学長                | 社外 |
| 日下和彦委員  | 当社 執行役常務(コンプライアンス統括部担当) | 社内 |

| 開催時期    | 主な審議事項等                                                           |
|---------|-------------------------------------------------------------------|
| 2019年6月 | ・株主総会における議決権行使の妥当性<br>・スチュワードシップ活動の状況等の報告                         |
| 2019年8月 | ・株主総会における議決権行使の妥当性<br>・スチュワードシップ活動の取組状況報告、今後の取組方針等、新たな議決権行使基準について |
| 2020年3月 | ・株主総会における議決権行使の妥当性<br>・スチュワードシップ活動の状況等の報告                         |

# 6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

## 代理店販売における適切な保険募集管理態勢の確保

- 募集代理店においても、お客さまの意向に最適な生命保険商品の提供を通じ、お客さま満足度の維持・向上にお取り組みいただきたいとの考えから、代理店手数料の体系に募集代理店の募集管理態勢の取組みを評価する「品質」の考え方を導入し、2019年11月に公表いたしました。
- 代理店手数料は、ご加入いただく保険商品のご契約内容等に応じて設定する「基本手数料」に、募集代理店の品質への取組みを評価する「品質乗数」を適用した「品質取組手数料」を加算して算出します。（具体的なイメージは下図）



※保険募集代理店にお支払いする代理店手数料の考え方等の詳細については下記を参照ください。

<https://www.sumitomolife.co.jp/infolist/pdf/recruitmentfee.pdf>

募集代理店の取組状況や継続率の水準により変動します。  
取組みが不十分な場合は支払わないこともあります。

# 7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取り組み

## 評価指標(KPI)の状況(お客様満足度・場面に応じた満足度)

- ❑ 当社の取り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、「お客様満足度(総合満足度)」を評価指標(KPI)として設定しています。
- ❑ お客様本位の業務運営を通じた取り組みが、「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、お客様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「場面に応じたお客様満足度」も評価指標(KPI)として設定しています。
- ❑ 満足度は、総合満足度、場面別ともに一定水準を維持しているものの前年比低下しました。
- ❑ 2020年度は、アンケート調査で相対的に満足度の高い商品(“住友生命「Vitality」”)やサービス(お客様への定期的なコンタクト)の提供により注力してまいります。また、お客様の声をより適切なタイミングで収集することができるようお客様アンケートの体系を見直し、サービスの改善等に従来以上に活かしてまいります。

| 総合満足度  |         | 場面別満足度 |         |        |         |        |         |
|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
|        |         | ご加入時   |         | ご加入後   |         | お支払い時  |         |
|        |         | 前年比    | 前年比     | 前年比    | 前年比     | 前年比    | 前年比     |
| 87. 5% | ▲1. 7pt | 89. 4% | ▲1. 2pt | 84. 2% | ▲2. 7pt | 92. 6% | ▲0. 7pt |

※調査対象: 当社ご契約者60, 000名、実施時期: 2019年9月~10月、回答数6, 964名、調査手法: Web  
「満足」「まあ満足」「やや不満」「不満」の4択で回答。満足度は「満足」「やや満足」の合計。



# 7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取組み

## 【評価指標(KPI)の状況】(特定保険契約)

❑ 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「お客様本位の業務運営」の一層の推進に資すると考え、「特定保険契約の取扱代理店数」「特定保険契約の新契約数」「特定保険契約における苦情発生状況」も評価指標(KPI)として設定しています。

### 特定保険契約の取扱代理店数

|        | 2019年度 | 前年比    |
|--------|--------|--------|
| 取扱代理店数 | 225代理店 | +41代理店 |

### 特定保険契約の新契約件数・苦情発生状況

|        | 2019年度   | 代理店扱    | 営業職員扱    |
|--------|----------|---------|----------|
| 新契約件数  | 76,486件  | 41,815件 | 34,671件  |
| 前年比    | +16,613件 | ▲5,381件 | +21,994件 |
| 苦情発生件数 | 1,221件   | 822件    | 399件     |
| 前年比    | +123件    | △13件    | +136件    |

(参考)特定保険苦情の内訳

|          | 新契約  | 構成比   | 収納  | 構成比  | 保全   | 構成比   | 保険金<br>給付金 | 構成比   | 左記以外 | 構成比   |
|----------|------|-------|-----|------|------|-------|------------|-------|------|-------|
| 特定保険苦情総計 | 211件 | 17.3% | 24件 | 2.0% | 515件 | 42.2% | 319件       | 26.1% | 152件 | 12.4% |
| うち、代理店扱  | 155件 | 18.9% | 8件  | 1.0% | 368件 | 44.8% | 230件       | 28.0% | 61件  | 7.4%  |
| うち、営業職員扱 | 56件  | 14.0% | 16件 | 4.0% | 147件 | 36.8% | 89件        | 22.3% | 91件  | 22.8% |

### 《苦情の状況》

❑ 特定保険契約全体の苦情件数は全体で1,221件。外貨建保険の苦情は526件、変額保険の苦情は695件となっております。また、特定保険契約全体の苦情件数は、前年比123件増加となりました。

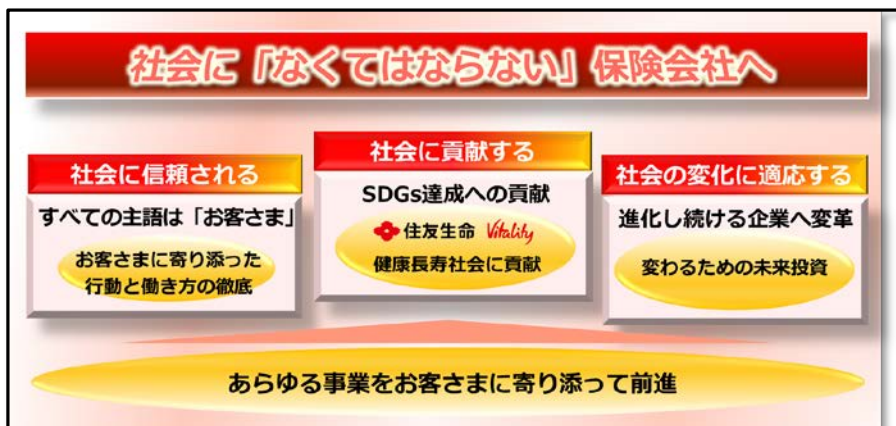
### 《お客様へのご対応》

- ❑ 金融機関窓口でご加入いただくお客様中にはご高齢の方も多くいらっしゃることから、外貨建保険の商品特性や留意事項等を一層わかりやすくご理解いただくため、他金融商品との比較を目的にリスクやリターンを記載した募集補助資料の提供等を行っております。また、商品内容や為替リスク等を分かり易く情報提供できるよう、音声と映像で解説する動画資料も導入し、お客様により理解いただけるよう新たな試みも実施しております。
- ❑ 外貨建保険の苦情が増加傾向にあることから、特定保険苦情全体が増加しておりますが、苦情内容としては円貨建商品と同様の一般的なお手続きに関するお申し出が多くを占めております。しかしながら、外貨建保険の苦情の中には為替の影響やリスクなど外貨建て商品特有の仕組みに関するご不満も見られますので、引き続きお客様の状況に寄り添った対応の進化・改善を図って参ります。

# (参考)スミセイ中期経営計画2022

- 近年の社会環境・経済環境においては、人口構造の変化や、デジタル化の進展、働き方改革の推進など、社会全体に影響を及ぼす様々な変化が加速度的に進んでおります。そのような環境下において、当社が将来に亘って持続的にお客さまのお役に立っていくためには、社会の変化を的確に捉え、社会のニーズに応えていくことで、社会から必要とされ続けることが重要と考えております。こうした認識のもと新たな3か年計画「スミセイ中期経営計画2022」を策定し、スタートさせました。
- 同計画に基づいて、SDGsの達成への取組みを通じて「社会に貢献する」こと、お客さまに寄り添った行動と働き方を通じて「社会に信頼される」こと、将来を見据えた企業体質の変革を通じて「社会の変化に適応する」ことにより「社会に『なくてはならない』保険会社」を目指してまいります。

## ■中期経営計画の基本方針(概要)



※「スミセイ中期経営計画2022」の詳細については下記を参照ください。

<https://www.sumitomolife.co.jp/about/newsrelease/pdf/2019/200331.pdf>

## 社会に貢献する

### SDGs 達成への貢献 (健康長寿社会への貢献)

- ・「住友生命「Vitality」」に関する事業を推進
- ・人生100年時代を見据えたサービスや情報提供の推進



## 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」の浸透
- ・「WPIプロジェクト」の推進

## 社会の変化に対応する

### 進化し続ける企業へ変革

- ・お客さまに寄り添い続けるサービスの実現
- ・柔軟で多様な競争力の高い人材集団づくり
- ・将来を見据えた自在性の高いデジタルインフラづくり
- ・オープンイノベーションによる新たな価値創造の加速



# 「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規範」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<sup>1</sup>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。

---

<sup>1</sup>：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」「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規範」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C S Rの視点から再整理した「C S R 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規範」を策定しています。
- この「住友生命グループ行動規範」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規範」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、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、審議結果を取締役会に報告しています。

- ・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、お客さま本位の推進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。

### ＜具体的な取り組み＞

#### 【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、一部の給付金請求のお手続き時に診断書が不要となる取扱いを実施しています。

○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今後困難となる場合に備え、ご契約内容や手続方法・内容等について案内させていただく「ご家族登録サービス」や、契約者が認知症などにより手続きできない場合の「契約者代理制度」など、ご契約者の高齢化に伴うニーズの多様化に対応するため、「ご家族アシストプラス」をご登録いただく活動に取り組んでいます。

○また、人生100年時代の到来を踏まえ、社内の様々な部門で構成する「人生100年サポート協議会」を設置し、お客さまの声や外部専門家の知見を取り入れながら、超高齢社会の社会的課題の解決に会社全体で取り組んでいます。

### 【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」にて、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。また、更新・満期等の将来イベントと手続きの選択肢や、ご請求いただける給付金等のご請求がないかといった点について、お客さまの属性や加入状況に応じた情報を提供しています。

○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・契約内容照会等をご利用いただける「スミセイダイレクトサービス」を提供しており、より多くのお客さまにご利用いただけるよう、サービス利用登録（メールアドレス登録含む）のご案内に取り組んでいます。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（SumiseiLief）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「LiefDirect（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。

○新契約からお支払いまでの各種手続きにおいてはデジタル化を通じて、迅速化・簡素化を図り、対面サービスの向上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. お客様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、お客様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様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、保険料およびお客様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、お客様一人ひとりに、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、ご高齢のお客様や障がいのあるお客様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、お客様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、お客様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。
- 外貨建保険については、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（為替変動リスク・金利変動リスク）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順次作成し、募集代理店に提供しています。
- 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。

○環境(E:Environment)、社会(S:Social)、ガバナンス(G:Governance)の観点を組み込んだ投融資は、持続可能な社会の実現、および、中長期での投融資を行う機関投資家にとって運用収益の向上に資するとの認識の下、ESG投融資を推進しています。

○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企業価値向上を図っています。

○その他、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はなく、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。
- お客様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、お客様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、お客様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、お客様満足度の維持・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】

- 住友生命では、保険加入に際し、お客様に安心と満足を実感いただくことが何よりも重要だと考えております。募集代理店においては、「お客様ニーズに合致する保険商品を十分に説明すること」、「適切な比較推奨販売を実践すること」、「ご加入後もお客様の満足度を維持・向上すること」が重要だと考えており、募集代理店における保険募集の品質を評価する「品質取組手数料」を設けております。

○また、販売手数料体系については、お客さまサービス向上等の観点から、継続的に検討・見直しを行って参ります。



## 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規範」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。利益相反管理部門であるコンプライアンス統括部は各部門が行おうとする取引が利益相反の管理対象取引に該当するか否かを判断し、管理対象取引に該当する場合は、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。

#### 【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いための体制を構築しています。
- ・取引上の優位な立場を背景として当社との保険取引に充当するために行う融資取引、大口顧客である企業との関係維持を目的として収益性に関わらず行う議決権行使等を利益相反の管理対象取引としています。
- ・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。

- 募集代理店における適切な比較推奨販売を確保する観点からも、募集代理店における保険募集の品質を評価する「品質取組手数料」を設けております。
- また、住友生命では、募集代理店に対し、販売手数料以外の名目で手数料の支払いは行っておらず、また、募集代理店向けの華美な施策等も実施しておりません。
- 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。

### ＜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、より一層お客様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「お客様本位推進部」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様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様本位推進委員会を設置しています。
- 本委員会においては、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様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】

- お客様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、「お客様満足度（総合満足度）」を設定します。
  - ・お客様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、お客様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、お客様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「場面に応じたお客様満足度」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「お客様本位の業務運営」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

2020年6月 最終改正