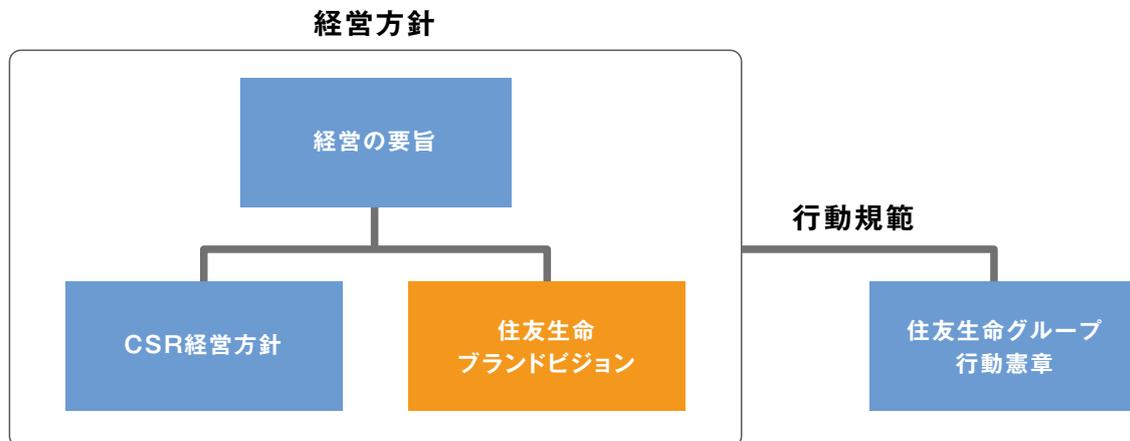


## “あなたの未来を強くする”

### ブランド戦略の取組み

住友生命は、  
“あなたの未来を強くする”というブランドメッセージのもとで、  
お客さまにとって「一番薦めたい保険会社」を目指した  
ブランド戦略を展開しています。  
このブランド戦略では、お客さまとのあらゆる接点における、  
「住友生命ならではの」価値づくりを  
進めてまいります。



現在、高齢化社会の到来やお客さまニーズの多様化、新規参入の拡大による競争激化など、生命保険会社を取り巻く環境は急激なスピードで変化しています。そうした中で、当社はこれまでも、介護・医療・年金などの成長分野への取組みを強化すると同時に、専門営業職員体制の改革に注力してまいりました。

こうした動きを一層加速させるため、現在、ブランド戦略を展開し、お客さまの未来

を強くする「4つの先進の価値」の実現に向けた取組みを進めています。

当社の役職員全員がブランドビジョンに掲げた先進の価値をお客さまにご提供することで、「住友生命ならではの」価値を実感していただく。そのような対応を徹底することで、お客さまにとって「一番薦めたい保険会社」というブランド戦略で目指す姿を実現したいと考えています。

## ブランドビジョンに掲げる「4つの先進の価値」



## 12のコミットメント

ブランドビジョンを実現するための全役職員の行動指針として制定しました。  
このコミットメント(約束)は、お客さまの人生をお守りし、お客さまの強い未来を支えるためのお客さまへの約束です。  
この行動指針を一人ひとりの役職員が行動レベルで実現していくことで、ブランドの実現を目指してまいります。

### 基本理念

1. 長期的な視野を持ちお客さまの立場で考え、住友の信用をさらに高めます。
2. 「伝統と革新」の志をもって、保険の新しい価値を次々と実現していきます。

### コンサルティング&サービス

3. お客さまの人生を守るため、使命感をもって保険の大切さを伝えます。
4. お客さまのニーズをしっかりお聞きし、どこよりも分かりやすく丁寧に、最適な保障を提案します。
5. いつもいつまでもお客さまとともに歩み、安心と満足を提供し続けます。

### 商品、サポートプログラム

6. 介護、医療、貯蓄等の「強く生きるための商品」で業界をリードします。
7. 健康で豊かな人生を支えるため、お客さまサポートの一層の進化に挑戦し続けます。

### お客さま対応

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

### 働く姿勢

10. マナーやルールを守り、お客さまからの信任にきちんと応えます。
11. プロとして知識を高めて日々成長を続け、働き甲斐と誇りを持って職務を果たします。
12. 全ての役職員が互いを尊重しながら協力して働く、明るく活き活きとした職場を築きます。

# スミセイブランド実現に向けた取組み



## いつも、いつまでも お客さまと積極的に向き合う

### ■ブランド戦略について

お客さまにとって「一番薦めたい保険会社」という目標のもと、

- ①「住友生命ならでは」の価値づくり
- ②社内での行動変革(インナーブランディング)
- ③社外へのイメージ戦略(アウターブランディング)

の3本柱で推進しています。

当社のブランド戦略は、CI(コーポレート・アイデンティティ)マークの管理やイメージ戦略にとどまらず、お客さまとのあらゆる接点、特に営業職員を通じて「住友生命ならでは」の価値を実感いただくことを軸に据えています。

### ■「住友生命ならでは」の価値

来店型保険ショップやインターネットなどの新しい販売チャンネルが台頭する中、当社の中核である営業職員チャンネルの最大の強みは、ご加入時はもちろん、ご加入後も「いつも、いつまでも」お客さまに寄り添い、コンサルティングとサービスをお届けできることです。ブランドメッセージ「あなたの未来を強くする」には、もっとお客さまと積極的に向き合って保険の大切さ・良さをお伝えし、お客さまの人生に役立ちたいという決意を込めています。

保険はご加入から時間が経つとどのような保障があるのかわからなくなることが少なくありません。こうした不安は保険会社への不満につながってしまいます。ご加入の保障内容に関する定期的な確認や、お客さまのライフステージの変化にあった保障内容の見直しアドバイス、ときには年金制度の改正といった社会保障制

度に関する情報等も提供しながら、お客さまとの関係を深めていきたいと考えています。

### ■営業職員を通じた「価値づくり」

先進のコンサルティングとサービスを支えるツールとして、平成24年7月、営業用携帯端末「SumiseiLief(スミセイリーフ)」を導入しました。携帯電話の新規格であるLTEに準拠した通信機能を搭載することによって、外出先でも速やかに「未来診断」を実施し、ご要望に応じて臨機応変に保障プランを設計することが可能になりました(P.31、P.40参照)。

また、お客さまサービスを一層充実させ、安心と満足をお届けするためには職員の意識改革が重要となります。そうした観点から、社内の好取組事例や成功体験を幅広く共有し、共感の輪を拡げていくことに取り組んでいます。そうすることで、一人ひとりの職員が真摯な気持ちでお客さまに向き合い、商品・サービスの良さをお伝えしていく。それがまた、より多くのお客さまに喜んでいただける好循環につながるものと考えています。さらに、こうした取組みの土台となる社内の「ほめる風土」の醸成にも努めています。



「スミセイ未来診断」と  
営業用携帯端末「スミセイリーフ」

ブランド戦略を推進するにあたって、その理念をまとめた「ブランドブック」を制作し、各職場で毎月実施している対話ミーティングで話し合うことで、一人ひとりの職員がブランドの理念を自分のこととして捉える工夫をしています。お客さまからの感謝の声などをまとめた「いいね! スミセイStoryBook」も職員全員に配付しており、こちらもミーティングで読み返しながら「どのように行動に移していくか」「自分たちの仕事に置き換えると何ができるか」などを話し合っています。

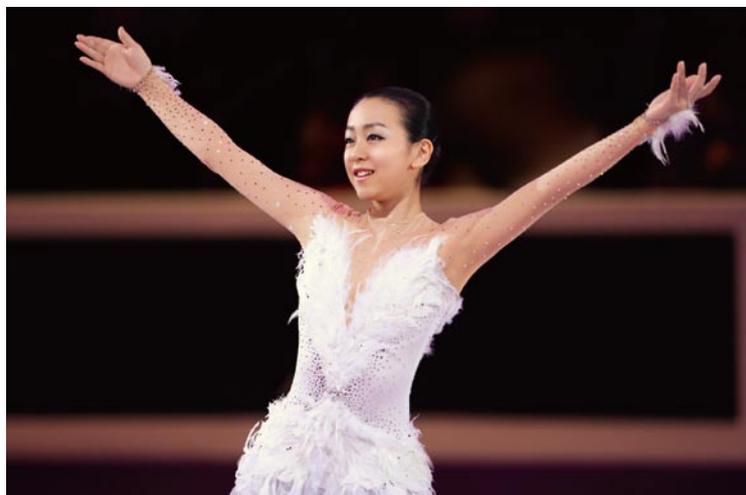


「ブランドブック」と「いいね! スミセイStoryBook」

### ■ アウターブランディングの取組み

平成24年9月に公式ホームページを全面リニューアルしてコンテンツを大幅に見直しました。この一環として、ご希望の地域や利用目的から介護サービス・施設の検索ができる情報サイト「スミセイ安心介護」や保険に関する基本的な知識を動画とスライドでわかりやすくご紹介する「『保険のきほん』解説ムービー」などを新たに導入しました。また、平成25年4月には、「健康・医療・介護」分野のお役立ちコンテンツをわかりやすく集めた、健康ポータルサイト「健康応援Navi」を開設しました(P.31参照)。

平成24年10月には、フィギュアスケートの浅田真央選手とブランドパートナー契約を締結しました。



ブランドパートナーの浅田真央選手

営承M60/P402

お客さまの確かな未来を支える「力」になることを目指す住友生命が、浅田選手の夢の実現を応援し、共に歩んでまいります。さらに12月には「MAO ASADA応援プロジェクト」を立ち上げ、公式ホームページにスペシャルサイトをオープンしました。



健康ポータルサイト「健康応援Navi」

企業イメージを伝えるCMは、当社が昭和52年から実施している「こども絵画コンクール」に新設した「ボクの、ワタシの、未来賞」(東日本大震災の被災地の子どもたちを対象)をテーマに制作しました。また、商品・サービスの紹介として、コンサルティングの核となる「未来診断」をテーマとしたCMをつくりました。

### ■ ブランド戦略の効果

こうした取組みの結果、消費者を対象に行った調査では、当社のサービス等に対する品質イメージは着実に向上しており、新卒者の就職人気ランキングにおいても大幅な上昇が見られるなど、ブランド戦略の効果が表れています。また、お客さまからいただく感謝の声も増えています。

しかしながら、お客さまにとって「一番薦めたい保険会社」になるという目標の実現にはまだまだ努力が必要であり、これからもさまざまな施策に継続して取り組んでまいります。