消費者志向経営

2019年度
消費者志向自主宣言に基づく取組結果
（消費者志向自主宣言・フォローアップ）

三井住友トラスト・ホールディングス
SUMITOMO MITSUI TRUST HOLDINGS

消費者志向自主宣言

～お客さま・社会とともに成長し続けるために～

理念

当グループでは、「信託の受託者精神に立脚した高い自己規律に基づく健全な経営を実践し、社会からの揺るぎない信頼を確立」するという経営理念（ミッション）のもと、「信託の受託者精神に立脚し、高度な専門性と総合力を駆使して、銀行事業、資産運用・管理事業、不動産事業を融合した新しいビジネスモデルで独自の価値を創出する信託銀行グループ」を目指す姿（ビジョン）として定め、その実現のため「お客さま本位の徹底」をはじめとした行動規範（バリュー）を役員・社員が共有し、お客さまの真の利益を追求してまいります。

当グループは、専業信託銀行グループが持つ高い専門性と総合力、多彩な機能を発揮して、いつの時代においても、社会課題の解決による新たな価値の創出を通じ、経済的な価値を生み出してきました。
こうした経済的な価値が再び社会に還元され、お客さまや当グループのさらなる発展・成長をもたらし、より豊かになった社会を次世代につなげていくことへの貢献こそ、当グループの使命であることを再確認し、今般、自らの存在意義（パーパス）を定義しました。

当グループの存在意義（パーパス）
信託の力で、新たな価値を創造し、 お客さまや社会の豊かな未来を花開かせる

当グループの全社員は、この存在意義（パーパス）を踏まえ、消費者志向に関する理念のもと、お客さま・社会とともに成長し続けることを目指します。

三井住友トラスト・ホールディングス
SUMITOMO MITSUI TRUST HOLDINGS

取組方針（１）SDGsに関する取組み

国連では2030年に向けて取り組むべきSDGs（持続可能な開発目標）をまとめておりますが、当グループでは、経営基盤を形成するものとしてSDGsやESG（環境・社会・ガバナンス）に取り組むことで、お客さまや投資家を始めとする様々なステークホルダーにご提供する共通価値の創造、企業価値の持続的向上に取り組みます。
このような共通価値の創造において、お客さま満足の向上、お客さま本位の徹底は、最も重要な事項（マテリアリティ）と考えています。

■ 当グループでは、経営基盤を形成するものとしてSDGsやESG（環境・社会・ガバナンス）に取り組むことで、お客さまや投資家を始めとする様々なステークホルダーにご提供する共通価値の創造、企業価値の持続的向上に取り組むべく、専業信託銀行グループとして果たすべき役割・機能、自らの存在意義（パーパス）を長期的な視点で捉え直した上で、2020年度からの3年間の中期経営計画を策定しました。

目指す姿

- サステナブルな社会の発展
- 当グループの持続的･安定的な成長
- ビジネスモデルの特徴を生かしたROEの自律的向上

中期経営計画

「社会的価値創出と経済的価値創出の両立」を経営の根幹とし、サステナブルな社会の発展と当グループの持続的・安定的な成長に向けた、基盤を確かなものとする3年間

社会課題として、積極的に取り組むテーマ

個人	高齢化社会に対応する資産管理、国民の資産形成
法人	日本経済・企業の持続的成長 （財務・非財務の両面の課題への対応）
投資家	多様な運用機会、インベストメントチェーンの発展

取組方針（１）SDGsに関する取組み

■ 2020年度からの中期経営計画では、3つの基本戦略を経営の中心に据え、成長の持続性・安定性をさらに向上させる取り組みを進めていきます。その内の一つの柱である「業務品質の高度化」の中で、「顧客価値を最大化するサービス品質」を重要事項として掲げ、「お客さま本位の徹底」「お客さま満足の向上」に取り組んでいきます。

社会的価値創出と経済的価値創出の両立

社会課題解決に向けたポジティブインパクトの創出

3つの基本戦略

①事業ポートフォリオの強化（持続的・安定的な成長への基盤強化）

ビジネス基盤の強化	新たな成長領域の確立
お客さまの課題へのコミットメント 顧客基盤の拡充	横断・融合によるイノベーション 社会課題へのソリューション力強化

戦略的リソースミックス

経費の抑制・削減、資本も活用した効率化　　経営資源の最適アロケーション

②資本戦略（バランスシート、資本の効率的な活用）

バランスシートの効率性向上	資本の十分性と効率性の両立	配当による還元の強化

③業務品質の高度化（ビジネスの創出・強化を支える力）

顧客価値を最大化するサービス品質	グループガバナンスの強化	適切なリスクマネジメント	付加価値を創造するための人材育成

顧客価値を最大化するサービス品質

専業信託銀行グループとして、「お客さま本位の徹底」「お客さま満足の向上」を差別化の源泉として強化すべく、フィデューシャリー・デューティー（お客さま本位）とCS（お客さま満足）に関する組織を一体化し、業務品質の管理能力を高める取組みを進めることで、顧客価値の最大化を図っていきます。

三井住友トラスト・ホールディングス
SUMITOMO MITSUI TRUST HOLDINGS

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

取組方針（1）SDGsに関する取組みのもと、グループ各社において、常にお客さま満足の向上、お客さま本位の徹底に取り組むとともに、超高齢社会問題などの社会課題の解決に貢献していくことなどを通じ、お客さまや社会から信頼され、ともに成長し続けることを目指してまいります。
2019年度においては、以下の具体的な取組みを進めてまいりました。

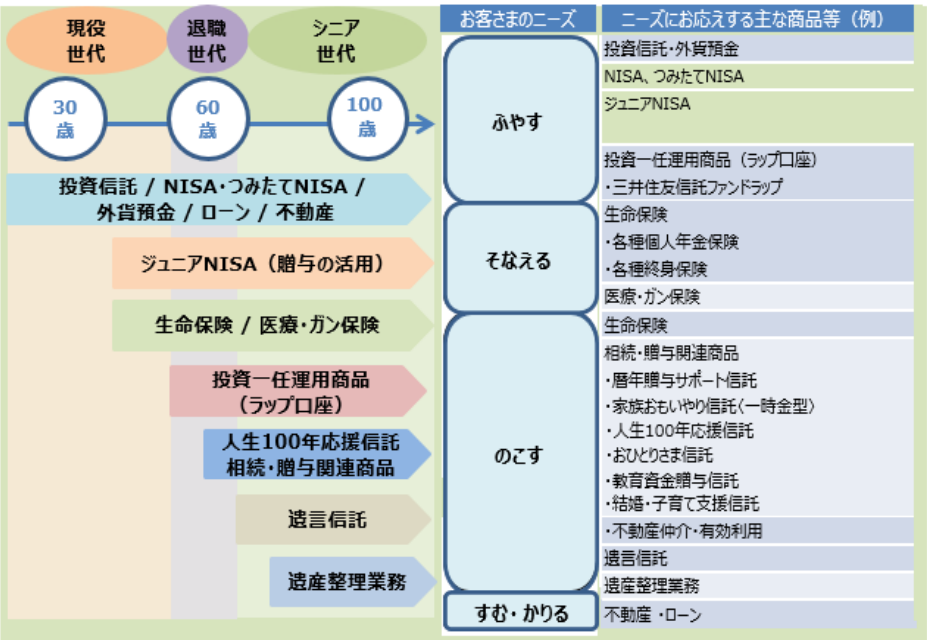
1. お客さまや社会のニーズを踏まえた商品・サービスの改善・開発

お客さまの多様なニーズにお応えするため、お客さまのさまざまな声やご意見を踏まえて、幅広い他社との連携や商品・サービスの共同開発などを通じ、お客さまのニーズに合致した質の高い商品・サービスを幅広く取り揃えてまいります。

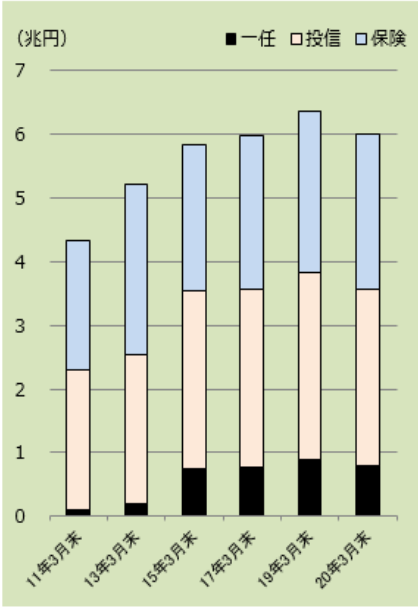
2019年度の具体的な取組み

- 三井住友信託銀行では、お客さまのニーズに合致した質の高い商品・サービスを幅広く取り揃えることで、総合的なご提案を実現し、その結果、投資信託、投資一任運用商品、保険等の多くの商品がお客さまに選ばれています。

【お客さまのライフイベントに応じた資産・負債両面に亘る総合的なコンサルティング】



【総合的ご提案による投資信託・投資一任運用商品・保険の残高の伸長】



取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

■ 三井住友信託銀行では、平日営業時間内でのご来店が難しいお客さまにもご相談いただけるよう、休日・時間外の営業を全店舗で実施しており、現役世代、退職世代のお客さまを中心にご相談が増えています。

三井住友信託銀行の
平日夜間・休日営業の店舗の検索はこちらから
↓
平日夜間・休日営業店舗

■ 三井住友信託銀行では、ご自宅からでも気軽にご相談いただけるよう、テレフォンバンキングによるお手続きや、ご自宅のパソコン等からインターネットを通じて簡便に資産運用や相続等のご相談が可能なサービスをご用意しています。また、お客さまのパソコンとコールセンター担当者のパソコンを繋ぎ、窓口のように担当者の顔や資料を見ながらご相談いただける無料のオンラインサービス「WEBコンサル」を提供しています。

テレフォンバンキング

お電話1本で、日本国内どこからでも、振り込みなどの各種お取引やご相談などがご利用いただけます。

インターネットバンキング

平日夜間、週末でも、お客さまのご都合に合わせていつでもご利用いただけます。
※システムメンテナンス時を除きます。

WEBコンサル

ご自宅のパソコンからお気軽に

電話で話しながら相談できて安心

画面を共有出来てわかりやすい

詳細は下記リンク先をご覧ください。
三井住友信託銀行ホームページ

2020年度においては、コロナ禍後の新しい生活様式を踏まえ、オンラインによる対面コンサルティングやお取引機会等の一層の充実に向けて、利便性の高いサービス・コンテンツの提供を強化してまいります。

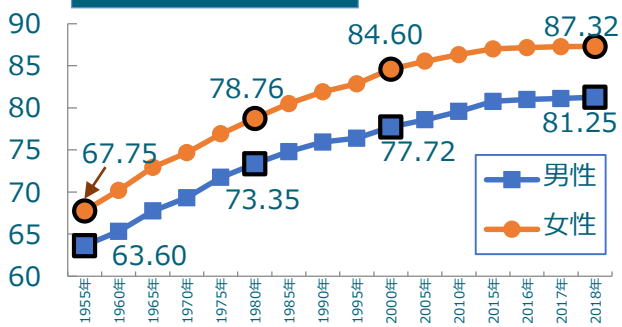
取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

お客さまにご安心いただき、かつ満足いただける商品・サービスを提供するとともに、信託の機能などを活用し、経済や社会構造の変化に対応した新しい商品・サービスを生み出すことで、経済・社会に貢献してまいります。
お客さまからいただいた具体的なご意見・ご要望は、営業店および本部が連携して原因の調査・分析と問題点の把握に取組んでおります。その結果を基に改善策等を検討し、より良い商品・サービスのご提供に努めています。

2019年度の具体的な取組み①

■ 三井住友信託銀行では、大きな社会問題となりつつある「超高齢社会」のニーズに適した商品として「人生100年応援信託<100年パスポート>」を開発し、社会に貢献しています。

伸び続ける平均寿命



厚生労働省「生命表」などより作成

- ✓ 平均寿命が伸び続け、「人生100年時代」が到来。
- ✓ 振り込め詐欺や消費トラブルが深刻な中、一人暮らし高齢者は2025年には750万人に。
- ✓ 80歳を超えると認知症の出現率が急上昇。例えば、85-89歳の女性で33%（95歳以上は73%）に。
- ✓ 財産に関するトラブルや認知症による混乱は、今後拡大する懸念あり。

人生100年時代。お客さまが歩む人生の旅路に「安心」というパスポートを。

人生100年応援信託〈100年パスポート〉

人生100年時代において、お客さまの健康・身体状況の変化に応じて必要となる「4つの信託機能」と「お客さまの生活を支える多様なサービス」をワンパッケージにした「人生100年応援信託〈100年パスポート〉」を2019年に開発しました。お客さまのご希望に合わせた機能をご選択・ご利用いただくことで、一生涯に渡って「安心」をご提供します。

ワンパッケージの「4つの信託機能」

ねんきん受取機能	防犯あんしん機能	まかせる支払機能	おもいやり承継機能
つかう	まもる	つかう まもる	つなぐ

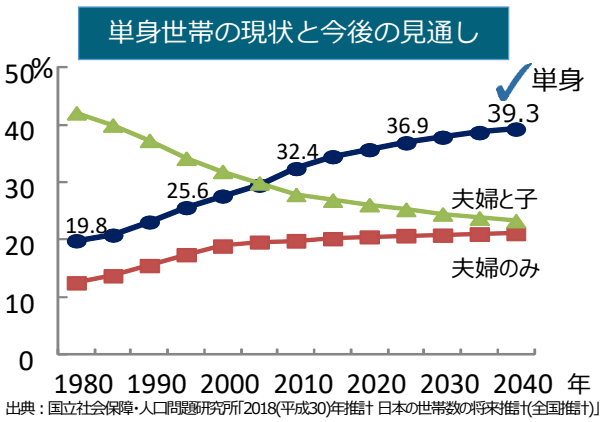
例えば

・最近怪しい電話がかかってくる ・生活費は便利に使いたい	毎月の生活費以外は、あらかじめ指定したご家族等の同意者さまの「同意」を得てお支払いします	まもる つかう
認知症や健康が不安	身体状況等の変化に備えて、医療費等の支払いをまかせる手続代理人を指定できます	まもる つかう
万が一のとき、家族に経済的な負担をかけたくない	万が一のときの当座の資金や葬儀代などのため、あらかじめ指定したご家族の方に対して500万円までのご資金をすぐにお支払いします	つなぐ

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

2019年度の具体的な取組み②

■ 三井住友信託銀行では、大きな社会問題となりつつある「超高齢社会」のニーズに適した商品として「おひとりさま信託」を開発し、社会に貢献しています。



出典：国立社会保障・人口問題研究所「2018(平成30)年推計 日本の世帯数の将来推計(全国推計)」

- ✓ 2040年には2.5世帯に1世帯が単身世帯
- ✓ 夫婦のみ世帯も、単身世帯の予備軍
- ✓ 生涯未婚率は、男性は既に2割超に（男性：23.4%、女性14.1%（2015年））
- ✓ バブル期をピークに減少傾向ではあるものの、3組に1組が離婚
- ✓ 社会インフラの充実により単身生活の不便さを解消
- ✓ 自分の死後、自分自身ではどうにもできない作業（死後事務）が発生することへの“不安”

安心して未来を充実させるために。おひとりさまの「万が一」の備え。

「おひとりさま信託」

万が一の時に気になる身の回り（死後事務）のこと。三井住友信託銀行は、ライフスタイルが多様化する人生100年時代を応援するため、お客さまの「自分らしく人生を終えたい」という声に応えて、おひとりさまの「万が一」の備えとして、「おひとりさま信託」の取り扱いを開始しました。

終活のあれこれをワンストップで実現！

「おひとりさま信託」4大ポイント

- ➢ 死後事務の希望「エンディングノート」は電子媒体で安全にお預かり。いつでも更新可能
- ➢ 携帯端末へのショートメッセージで定期的に安否確認を実施。頻度の変更も可能
- ➢ 遺言代用機能で死後事務の費用や寄付の資金を管理
- ➢ 死後事務の履行を依頼できる一般社団法人をご紹介。相続発生後はエンディングノートの死後事務を履行

自分の人生に責任をもち、ひとりの時間を楽しみ、心地よく過ごせる、
そんなライフスタイルでイキイキと自分らしく生きるおひとりさま。
万が一の時の心配を軽減し、安心して未来を充実させていこうとするおひとりさまを応援します！

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

2019年度の具体的な取組み③

■ 三井住友信託銀行では、お客さまからいただいた具体的なご意見・ご要望から、よりご満足をいただける銀行を目指して商品・サービスの改善を進めています。

お客さまの声からの改善事例

① 住宅ローン「年末残高証明書」の再発行専用ダイヤル設置

■お客さまの声■

「住宅ローンに関する年末残高証明書を再発行したいが、仕事があるため平日の日中に電話をするのが難しい」

■改善内容■

いつでもお問い合わせいただけるよう、自動音声での「年末残高証明書 再発行受付専用ダイヤル」を導入し、24時間受付が可能となりました。詳しくはこちらをご覧ください。

②「外貨預金」手続き書類の改善

■お客さまの声■

「外貨預金の手続き書類は記入する箇所が多くて大変」

■改善内容■

お名前のフリガナ欄や住所・電話番号欄等を削除し、お客さまのご記入箇所を少なくいたしました。あわせて、よりわかりやすい書類になるよう、表現やレイアウト等を見直ししました。

③ 店舗案内図のメール配信サービス導入

■お客さまの声■

「これから店舗に行きたいが、場所が分からないので地図がほしい」

■改善内容■

お客さまのご希望に応じて、店舗案内図をSMS（ショートメッセージサービス）にてスマートフォンに送信するサービスを開始いたしました。ご希望の方は、お取引店のフリーダイヤルまでお問い合わせください。

④ スロープ設置

■お客さまの声■

「支店の前に段差があり、車椅子でのぼれない」
（新潟・新潟中央支店）

■改善内容■

店舗ビルの正面入り口側にスロープを設置いたしました。どうぞご利用ください。

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

2． お客さまへの情報提供の充実、双方向の情報交換

A.お客さまへの情報提供の充実

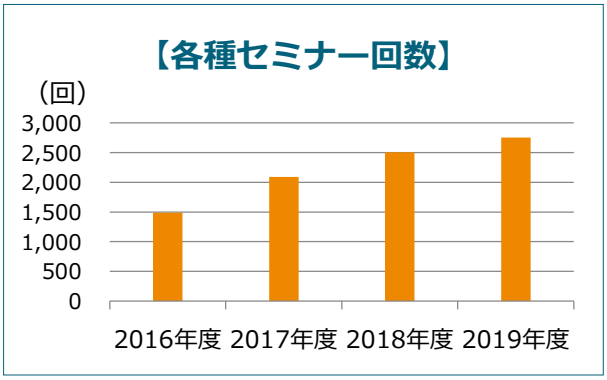
お客さまの選択に役立つよう、商品やサービスの複雑さやご提供する情報の重要性を踏まえ、商品の特性、リスク、手数料等についてわかりやすく説明を行い、お客さまのご理解に合わせた丁寧な対応に努めてまいります。
お客さまの投資判断に資するよう、市場動向や保有商品の運用状況について定期的に情報をご提供するほか、重要なマーケットイベントが発生した際などについては、市場動向、市場見通しについて適時適切に情報提供するなど、丁寧なアフターフォローに努めてまいります。

2019年度の具体的な取組み①

- 当グループでは、金融商品・サービスのご提供にあたり、お客さまの理解と納得が得られるよう適切かつ十分な説明、わかりやすい情報提供を行っています。具体的には、金融商品・サービスのご提供に関する「勧誘方針」や「三井住友トラスト・グループのフィデューシャリー・デューティーに関する取組方針」に基づき、適合性の原則の徹底やお客さまへの適切な情報提供等を定めた顧客説明マニュアルの整備や研修の充実などの態勢を整備しています。

- お客さまのお役に立つ専門的な情報をわかりやすく提供させていただくなど、お客さまの様々なニーズにお応えする各種セミナーを開催してまいりました。2019年度は、お客さまからのご要望が多かった資産運用に関するセミナーを充実させるなど、三井住友信託銀行の全店舗で延べ 2,700回を超えるセミナーを開催しており、2020年度においても、お客さま本位の「世代別コンサルティング」を通じて得られた「現役世代」「退職世代」「シニア世代」それぞれの資産形成・運用ニーズやシニア世代の資産承継・管理ニーズに対して、的確かつわかりやすい情報提供に努めてまいります。

- グループ会社においても、個人のお客さま向けに資産形成や商品に関する正しい知識を学び理解を深めていただくためのセミナーを開催しました。2019年度は、三井住友トラスト・アセットマネジメントでは866回、日興アセットマネジメントでは1,464回開催しており、2020年度においても、コロナ禍における新しい生活様式を踏まえ、引き続き、お客さまの投資判断に役立つ情報提供やアフターフォローに努めてまいります。



※三井住友信託銀行における個人のお客さま向けの各種セミナーの開催回数を示しています。

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

2019年度の具体的な取組み②

- 三井住友信託銀行では、お客さま本位のコンサルティングを実践するために各種コンサルティング・ツールの充実に努めています。
- 「ライフサイクルナビ®」は、お客さまのご資産やご家族の構成、ライフイベントに合わせたシミュレーションを行うことができるツールです。人生100年時代を見据えて、ご資産の全体像や将来のキャッシュフローをお客さまと共有させていただくことで、お客さま一人ひとりに合わせたコンサルティングの充実に取り組んでいます。
- 「ポートフォリオ-Pro」は、お客さまのライフプランや将来の目標に向けて、お客さまのご意向に沿った運用プランのシミュレーションができるツールです。他社の資産を含めたお客さまの資産全体のポートフォリオを確認することができ、「現役世代」「退職世代」「シニア世代」のさまざまなニーズを踏まえ、お客さまのライフイベントの目標の実現に向けたコンサルティング（ゴールベース・コンサルティング）を提供しています。
- 来年度においては、世代別のお客さまの課題・ニーズを体系化した提案資料「コンサルティングプラン」等、充実したコンサルティングツールを取り揃え、お客さま本位のコンサルティングを実践し、さらに強化してまいります。

ライフサイクルナビ®

ポートフォリオ-Pro

ゴールベース・コンサルティング

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

2019年度の具体的な取組み③

■ グループ各社ではお客さまの投資判断に資するよう、市場動向や保有商品の運用状況についての定期的な情報提供のほか、新型コロナウイルス感染症によって発生した「コロナショック相場」など、重要なマーケットイベントが発生した際には、市場動向・市場見通しに関するタイムリーなレポートを提供するなど、適時適切な情報提供により、丁寧なアフターフォローに努めております。

各種レポートやマーケット情報等を用いて、お客さまへのわかりやすく丁寧なご説明に努めています。

各社のホームページにて随時レポート等を公開しています。
下記リンク先よりご覧ください。

- ◆ 三井住友信託銀行
- ◆ 三井住友トラスト・アセットマネジメント
- ◆ 日興アセットマネジメント

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

B.お客さまからの大切な声

アンケートなどでいただいたお客さまのご意見やサービスに対する評価を、不断のサービス等の改善や経営に生かすとともに、お客さまからの評価を業績評価にも取り入れる態勢を整備し、お客さま本位の業務運営の定着に努めてまいります。

2019年度の具体的な取組み

■ 三井住友信託銀行では、法人・個人ともに事業ごとにCSアンケートを実施し、お客さまからのご意見・ご要望を広くいただいています。アンケート結果から各事業の課題を抽出し、課題改善への活動を施策に反映させて経営へと生かしています。また、アンケートによるお客さまからの評価を業績評価に取り入れる態勢の整備を進めています。

お客さまからの声だけではなく、外部機関等や社会からの評価についても幅広く収集に努め、商品・サービス・経営の改善や向上に生かしてまいります。

2019年度の具体的な取組み

■ 三井住友信託銀行では投信・保険ビジネス総合研究所※1による投資信託・保険商品等に関する商品・サービスのクオリティや選定プロセスの評価を活用し、お客さま本位の取組みやその成果の「見える化」を行っています。

（※1）投信・保険に関する商品・サービスのクオリティや選定プロセスの評価、販売体制等についてのアドバイスを業務内容とする外部評価機関

■ 投資信託のご提案に係る取組みの指標として三井住友信託銀行では「R&I顧客本位の投信販売会社評価」を取得しております。グループ一体でのお客さま本位の取組み、お客さま本位の実践のために必要な専門性や職業倫理を習得するためのサポートの充実、業績評価における販売・収益項目の除外などの優れた動機付け等が評価され、2年連続で「S」評価を取得しました。

R&I顧客本位の投信販売会社評価

※「R&I顧客本位の投信販売会社評価」に係る注意事項等はP17をご覧ください。

三井住友信託銀行は「R&I顧客本位の投信販売会社評価」で2年連続「S」評価を取得

本評価は、銀行、証券会社などが、いかに投資信託の販売において「顧客本位の業務運営」を行っているか、その取組方針や取組状況を、R&Iが中立的な第三者の立場から評価したものです。三井住友トラスト・グループでは、引き続き、お客さま本位の取組みを実践し、浸透・定着させていくことで、お客さまから信頼され、末永くお取り引きいただける、お客さまの「ベストパートナー」を目指してまいります。

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

3． 企業風土や社員の意識の醸成

グループ各社における研修やディスカッション等を通じて、お客さま本位の浸透・徹底を図るとともに、お客さま本位の行動の実践や浸透に資する取組みを評価する業績評価・目標体系を構築していくことで、社員の一人一人がお客さまのベストパートナーを目指す企業文化・風土の定着を進めてまいります。

2019年度の具体的な取組み

- 三井住友トラスト・ホールディングスでは、フィデューシャリー・デューティーを実践・徹底していくために「三井住友トラスト・グループのフィデューシャリー・デューティーに関する取組方針」を策定・公表しています。この取組方針に基づき、グループ各社が、更なる「お客さま本位」の商品・サービスの提供に取り組み、その取組状況を定期的に公表しています。
  ※詳細はこちらのリンクをご覧ください。

- 三井住友トラスト・ホールディングスでは、グループ各社等へのフィデューシャリー・デューティーの浸透・徹底を図るため、グループ各社等に対する指導・助言・研修等を継続的に行っています。

- 三井住友信託銀行では、お客さま本位の行動の実践や浸透に向けて全社員向けのｅラーニング「当社グループにおけるフィデューシャリー・デューティーの実践」を年２回実施、その他、各階層別研修などでもお客さま本位やお客さま満足向上に関する時間を設け、その浸透を図っています。

- 三井住友信託銀行の個人トータルソリューション事業においては、お客さま本位・お客さま満足の実践状況を重視し、従来からお客さまへのコンサルティングや説明の充実などを基準に評価する態勢を整備してきました。足もとでは、お客さま起点の活動（「会う活動」「知る活動」「提案活動」）やスキルアップ（資格取得）など、よりお客さま本位のコンサルティングの実践を重視した目標体系を構築しており、引き続きお客さまのベストパートナーを目指してまいります。

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

三井住友信託銀行では各営業店部に「CS委員会」を設置し、社員のCS向上活動の意識醸成に組織的に取り組んでいます。

2019年度の具体的な取組み

- 三井住友信託銀行の個人トータルソリューション事業においては、各営業店部にて「お客さま本位の業務運営（FD）」とCSを一体で推進し、FDの高度化とCS向上を実現するため、 2019年度下期より従来の「店部CS委員会」の活動を見直し、新たに「店部FD・CS委員会」としての活動を開始しました。「店部FD・CS委員会」では、お客さま本位の業務運営・お客さま満足向上に関するディスカッションを定期的に実施することで、お客さま本位の業務運営の浸透・徹底、お客さま満足に対する意識醸成に組織的に取り組んでいます。

社員意識調査を定期的に行い、お客さま本位の業務運営、CS向上への意識などについて定量的な把握を行っています。

2019年度の具体的な取組み

- 三井住友信託銀行では、全社員を対象に外部機関による「社員意識調査」を実施しました。その結果を経営層に報告し、企業風土や社員の意識醸成のための取り組みに反映させています。
- また、全社員向けのｅラーニングで「お客さま本位の業務運営」「CS向上」に関するアンケートを実施しました。その結果によると、「社員一人ひとりのCS意識は確実に高まっている」とのプラスの意見が多数ある一方、「顧客満足を上げるためには更なる意識改革が必要」との意見も見られました。これら社員の意見を踏まえ、定期的な研修を引き続き実施することに加えて、各人がより具体的な取組みを実践できるよう研修内容のレベルアップを図ってまいります。

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

4．コーポレートガバナンスの確保および社内各部門の有機的連携

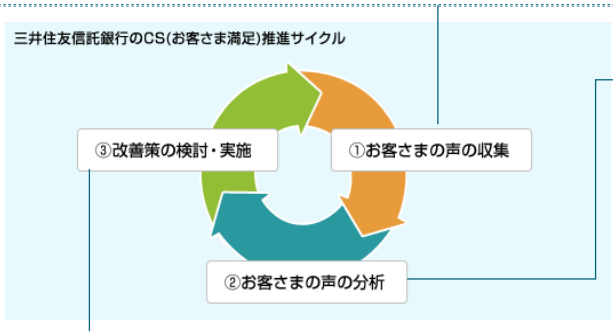
「お客さまの声」について、関係事業部門及び本部担当部署で、原因の調査分析と問題点の把握を行い、経営レベルの顧客サポート等に関する会議体を通じ、定期的に社内各部門への情報共有・連携に取り組みます。お客さまからの「苦情等」については管理システムを活用し、営業店および本部でのタイムリーな情報共有と有機的連携による対応・改善に取り組みます。

2019年度の具体的な取組み

- 当グループでは、「お客さまの声」である、お客さま等からの問い合わせ、相談、要望、苦情（苦情等）および紛争に適切に対応するため、「顧客サポート等管理規則」において基本方針を定め、業務改善およびサービス向上に取り組んでいます。
- お客さまから寄せられた「苦情等」については、可能な限りお客さまの理解や納得を得た解決を目指した誠実かつ迅速な対応を行うとともに、苦情等報告システムによる情報集約・管理および顧客サポート等に関する会議体を通じた定期的な経営層への報告、「CSお客さまの声ポータル」を活用した発生原因の分析など、営業店および本部でのタイムリーな対応をすることで、業務改善に向けた取り組みを行っています。
- 三井住友信託銀行では、全国の営業店または営業担当窓口にお寄せいただく声のほか、「お客様サービス室」「お客さまの声アンケート」「三井住友信託ダイレクト」などを通じて、多くのお客さまのご意見・ご要望を頂戴し、お客さまの声の分析・改善策の検討・実施により、お客さま満足の向上に繋げています。

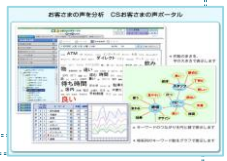
①お客さまの声の収集

三井住友信託銀行では、多様な媒体を通じ、2019年度は約36万件に及ぶ数多くの貴重なご意見・ご要望を頂戴しました。また、さらなるお客さま本位の活動推進とお客さま満足の向上を目指して、定期預金や投資信託などをご契約いただいているお客さま約150万人を対象とした「お客さまアンケート」を実施し、三井住友信託銀行に対するお客さまの満足度の評価を調査しています。



②お客さまの声の分析

年間数十万件を超えるお客さまの声を分析するシステム「CSお客さまの声ポータル」を活用しています。さまざまなお客さまの声を“見える化”し、“気づき”を得やすくすることで、お客さまのニーズにお応えしていけるよう、努めています。



③改善策の検討・実施

お客さまからいただいたご意見・ご要望は、営業店および本部が連携して原因の調査・分析と問題点の把握を行います。また、その結果を基に改善策を検討し、より良い商品・サービスのご提供に努めています。

取組方針（2）お客さま・社会とともに成長し続ける

サステナビリティ、CS（お客さま満足）・「お客さま本位の業務運営（フィデューシャリー・デューティーの実践）」の推進については、当グループの持続的経営の上での重要課題として、その状況を取締役会等に報告するとともに、そのあり方等についても審議しています。

2019年度の具体的な取組み

- 社外取締役を含む取締役会での重点審議テーマの一つとしてステークホルダーとの関係を定め、CS意識調査の状況等を報告いたしました。
  また、当グループは、グループ各社およびその関係者による多様なサービスのご提供に伴い、お客さまの利益を不当に害することのないよう、取締役会の承認を経て「利益相反管理方針（概要）」を公表し、あらかじめ利益相反のおそれのある取引を特定・類型化の上、適切に管理しています。さらに、利益相反管理態勢の実効性向上を図るため、取締役会の諮問機関として外部メンバーを中心とした利益相反管理委員会を設置し、当グループの利益相反管理態勢の妥当性の検証を受けています。

参考資料

本資料では、2019年度の主な取り組みについてご報告いたしました。
その他の当グループの「消費者志向自主宣言」に基づく取組活動については、「統合報告書」「ESGレポート」「お客さまの『ベストパートナー』を目指すための取組状況と成果指標（KPI）」にも掲載しておりますので、ぜひ下記リンク先をご覧ください。

統合報告書2020

ESG レポート 2019/2020

お客さまの「ベストパートナー」を目指すための取組状況と成果指標（KPI）

その他

※「R&I顧客本位の投信販売会社評価」について

「R&I 顧客本位の投信販売会社評価」（以下、「本評価」）は、投信販売業務を行う販売会社の「顧客本位の業務運営」の取組みに関するR&Iの意見であり、事実の表明ではありません。R&Iが本評価を行うに際して用いた情報は、R&Iがその裁量により信頼できると判断したものではあるものの、R&Iは、これらの情報の正確性等について独自に検証しているわけではありません。また、その正確性及び完全性につきR&I等が保証するものではなく、特定商品の購入、売却、保有を推奨、又は将来のパフォーマンスを保証するものではありません。本評価に関する著作権等の知的財産権その他一切の権利はR&Iに帰属しており、無断複製・転載等を禁じます。