

# お客さま本位

## 基本的な考え方

SMBCグループでは、「お客さまに、より一層価値あるサービスを提供し、お客さまと共に発展する」ことを、経営理念のひとつに掲げ、グループ会社が連携を図りながら、お客さま満足（CS）・品質の向上に取り組んでいます。

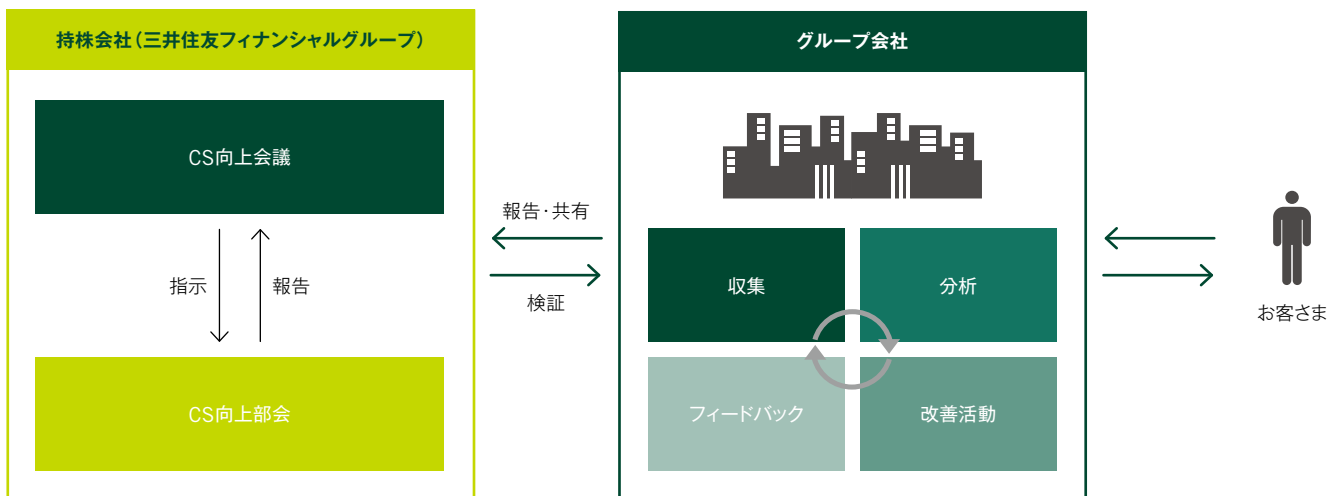
## CS・品質向上の推進体制

当社では、「CS向上部会」および「CS向上会議」を設置し、「お客さま本位の業務運営」に関する取組と管理体制強化およびグループの連携を推進しています。

「CS向上部会」では、外部有識者をアドバイザーとして招へ

いし、お客さま本位の一層の浸透に向けた意見交換を行っています。また、経営会議役員をメンバーとする「CS向上会議」では、「CS向上部会」からの報告を受け、諸施策の協議等を行っています。

## お客さまの声の経営への活用



## ISO10002自己適合宣言実施について

お客さまの声を経営に活かす業務プロセスに関し、三井住友銀行およびSMBCコンシューマーファイナンスでは、国際標準規格「ISO 10002/JIS Q 10002」への自己適合宣言を実施しています。

## お客さま本位の業務運営

SMBCグループ\*は、金融庁が公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」(フィデューシャリー・デューティー)を踏まえ、SMBCグループの「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」や、リテール事業部門における具体的な取組方針等を制定しています。

### お客さま本位の業務運営に関する基本方針(抜粋)

#### ■ SMBCグループにおけるお客さま本位の業務運営

三井住友フィナンシャルグループでは、経営理念として「お客さまに、より一層価値あるサービスを提供し、お客さまと共に発展する」を掲げ、この実現に向けてSMBCグループのすべての役員が共有する価値観・行動指針として、5つのキーワード「Five Values」を定め、「Customer First」(常にお客さま本位で考え行動する)をその最上位に掲げています。

#### ■ お客さま本位の業務運営に向けた取組

お客さま本位の業務運営の徹底に向けて、以下の取組を実践してまいります。

1. お客さまにふさわしい商品・サービスの提供
2. 重要な情報の分かりやすい提供
3. 手数料等の明確化
4. 利益相反の適切な管理
5. 従業員に対する適切な動機づけの枠組等

SMBCグループは、こうした取組を通じて、わが国における「貯蓄から資産形成へ」の流れに貢献してまいります。

また、お客さまにSMBCグループの取組をご理解いただけるよう、本基本方針の取組状況を定期的に公表するとともに、より良い業務運営実現に向け、取組状況や取組成果等を検証し、必要に応じて見直しを行い、その内容を公表いたします。

\* 本基本方針の対象となるグループ会社：  
三井住友銀行、SMBC信託銀行、SMBC日興証券、三井住友DSアセットマネジメント

▶ 「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」については、資料編P22~23をご参照ください。

## リテール事業部門における具体的な取組方針

SMBCグループの「お客さま本位の業務運営に関する基本方針」に基づき、リテール事業部門では、個人のお客さまの資産運用業務、資産形成業務に販売会社として対応するにあたり、さらに具体的な取組方針を定めています。

また、本取組方針に基づく具体的な計数指標を公表し、状況を確認・分析の上で、業務運営の改善に活かす等、リテール事業部門のPDCAサイクルの中でしっかり対応してまいります。

### ■ 取組方針

#### 1. 中長期分散投資を軸としたお客さま本位の運用提案

多くのお客さまがお持ちの「資産を守りたい」というニーズや「これから資産を形成していきたい」というニーズに的確に対応することを主眼に置き、中長期分散投資を軸としたお客さま本位の運用提案を行ってまいります。また、それを通じて、お客さま本位の金融商品の提供に注力してまいります。

#### 2. お客さま本位の商品ラインアップの整備

お客さまの「資産を守りたい」というニーズや「これから資産を形成していきたい」というニーズに的確にお応えできるよう、グループ会社の商品にかかわらず、必要に応じ第三者評価も取り入れ、商品ラインアップを随時見直し、充実させてまいります。お客さまへの情報提供の充実、分かりやすさの向上に努めてまいります。

#### 3. お客さま本位のアフターサービスの充実

お客さまに長期的に安心して運用商品をお持ちいただけるよう、きめ細かいアフターサービスに努めてまいります。

#### 4. お客さま本位の業績評価体系の整備

お客さま本位の営業活動を的確に行うことを促すため、業績評価体系を整備してまいります。

#### 5. コンサルティング力向上に向けた取組

お客さまの幅広いニーズに最適なお提案ができるよう、コンサルティング力の継続的な向上を図ってまいります。

## 計数指標

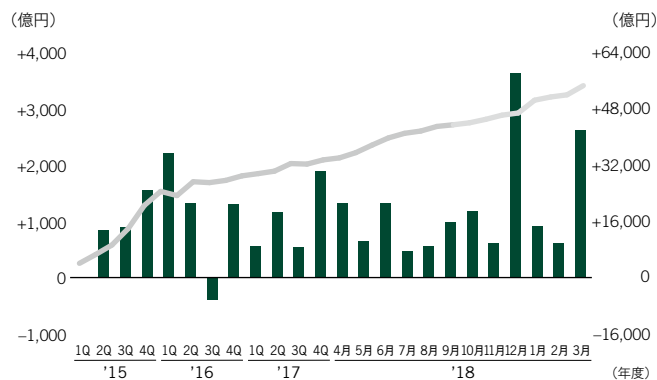
- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1 運用資産残高増加額</li> <li>2 運用商品をお持ちのお客さま数</li> <li>3 運用商品の商品別販売比率</li> <li>4 投資信託平均保有期間</li> <li>5 ファンドラップの販売・解約額</li> <li>6 外貨定期預金預入額</li> <li>7 投資信託・外貨自動積立件数</li> <li>8 投資信託・外貨自動積立金額</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>9 つみたてNISA口座開設件数・残高・新規割合</li> <li>10 一時払保険の商品別販売額</li> <li>11 投資信託のグループ会社商品比率</li> <li>12 投資信託(含むファンドラップ)販売額<br/>(毎月分配型とそれ以外の別)</li> <li>13 投資信託・ファンドラップの運用損益別顧客比率</li> <li>14 投資信託の預り残高上位銘柄のコスト・リターン</li> <li>15 投資信託の預り残高上位銘柄のリスク・リターン</li> <li>16 FP資格保有率</li> </ul> |
|--|--|

## 主な計数指標の進捗

### 運用資産残高増加額(計数目標 1)

中長期分散投資を軸としたお客さま本位の取組の継続等により、2018年度もリテール事業部門全体で増加基調が続いています。

### 運用資産残高増加額



■ 運用資産残高増加額(前期比/前月比、左軸)  
 — 運用資産残高増加額(累計、右軸)

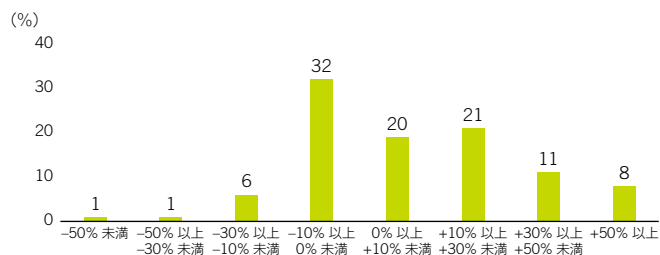
※ 2015~2017年は四半期平均

### 投資信託の運用損益別顧客比率(計数目標 13)

2018年6月に金融庁から公表された「投資信託の販売会社における比較可能な共通KPIについて」に基づいた定義に沿って算出しています。

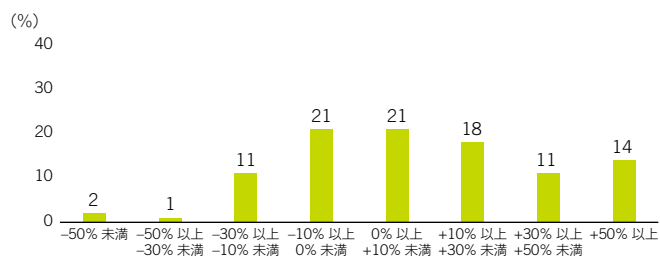
いずれも、運用損益がプラスのお客さまが50%を超えています。

### 三井住友銀行 (2019年3月末時点)



※各時点で残高のない解約済の取引は含まず  
 ※運用損益比率=トータルリターン/時価評価額

### SMBC日興証券 (2019年3月末時点)



### SMBC信託銀行 (2019年3月末時点)

