

お客さま本位

基本的な考え方

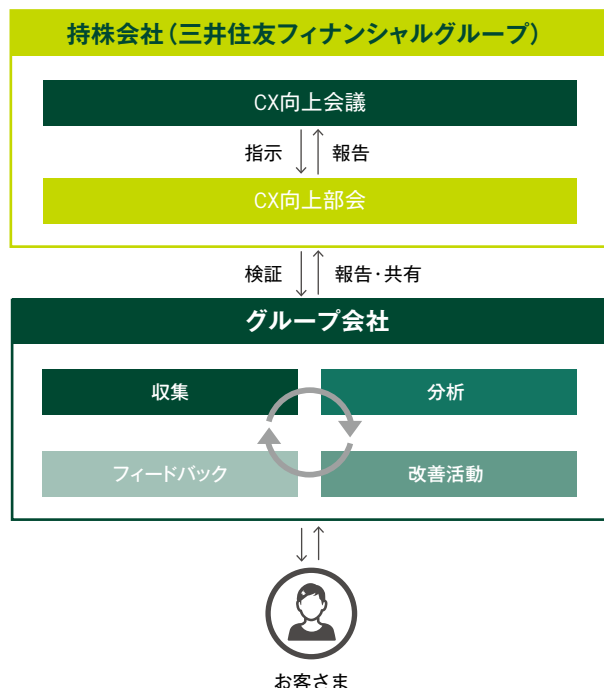
「お客さまに、より一層価値あるサービスを提供し、お客さまとともに発展する」ことを、経営理念のひとつに掲げ、グループ会社が連携を図りながら、CX (Customer Experience : 顧客体験)・品質の向上に取り組んでいます。

推進体制

当社では、「CX向上部会」および「CX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。

「CX向上部会」では、外部有識者をアドバイザーとして招聘し、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「CX向上会議」では、「CX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、SMBC日興証券および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。

商品・サービス品質向上のための取組

お客さま本位の考え方に則った商品・サービスの提供に向け、企画・開発段階で想定されるリスクに対する十分なアセスメントおよび対策が取れているか、お客さまのニーズがあるかを常に確認しています。また、既存のサービスにおいても、定期的に品質のレビューを行うとともに、外部有識者と関連部長で構成するCX向上部会において、グループ各社の取組について検証とディスカッションを行い、商品・サービスの品質向上に努めています。

お客さま本位の業務運営

金融庁が公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」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)

■ 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. お客さまの最善の利益に合う商品・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
6. お客さまの最善の利益に合う商品・サービスを提供するための体制の確保

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、ディスクロージャー誌P.028～029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(Integrity Indicator)を公表し、状況を確認・分析した上で、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います。取組を通じ、「お客さまにとっての最善の利益」を実現するために、真のニーズに合致している商品・サービスを提供することを目指し、お客さまをよく知るとともに、お客さまがご納得された上で商品・サービスを選択できるよう、一人ひとりに合ったソリューションを提供します。

お客さまの豊かな生活や安心感の実現に向けて、お客さまの目指す利益のために、お客さま本位の業績評価体系や適切な商品の導入・選定に注力していきます。

● 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

多くのお客さまがご持ちの「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。

Integrity Indicator*

- ① 運用資産残高増加額
- ② 投資信託・ファンドラップの残高
- ③ 運用商品をお持ちのお客さま数
- ④ 運用商品の商品別販売比率
- ⑤ 投資信託の解約率
- ⑥ ファンドラップの契約・解約額
- ⑦ 外貨定期預金預入額・外貨預金残高
- ⑧ 投資信託・外貨自動積立件数
- ⑨ 投資信託・外貨自動積立金額
- ⑩ NISA口座数
- ⑪ 一時払保険の商品別販売額
- ⑫ 投資信託のグループ会社商品比率
- ⑬ 投資信託(含むファンドラップ)販売(契約)額
(毎月決算型とそれ以外の別)
- ⑭ 投資信託・ファンドラップの運用損益別顧客比率
- ⑮ 投資信託の預り残高上位銘柄のコスト・リターン
- ⑯ 投資信託の預り残高上位銘柄のリスク・リターン
- ⑰ 外貨建保険の運用評価別顧客比率
- ⑱ 外貨建保険の銘柄別コスト・リターン
- ⑲ FFP資格保有比率

* 2025年6月時点



詳細は、「SMBCグループ リテール事業部門
お客さま本位の業務運営に関する取組方針」をご覧ください。
<https://www.smbc.co.jp/customer/resources/pdf/torikumi.pdf>