

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、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「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。

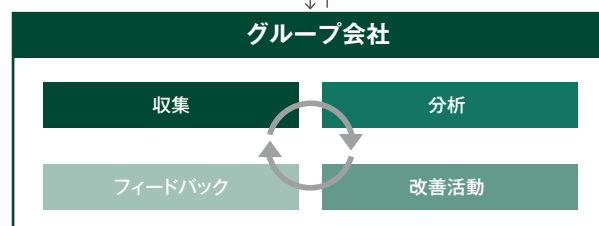
なお、「お客さま本位の業務運営」体制の適切性および実効性は監査部門により検証・評価され、当該結果は取締役会の内部委員会である監査委員会およびグループ経営

お客さまの声の経営への活用

持株会社（三井住友フィナンシャルグループ）



検証 ↓ 報告・共有



お客さま

「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。

会議等に定期的に報告されています。また、苦情を含めたお客さまの声についても、定期的に監査委員会に報告されています。

商品・サービス品質向上のための取組

SMBCグループでは、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

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」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P24～25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。

お客さま本位

計数指標

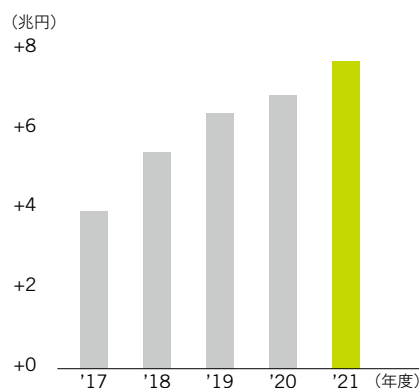
- ① 運用資産残高増加額
- ② 投資信託・ファンドラップの残高
- ③ 運用商品をお持ちのお客さま数
- ④ 運用商品の商品別販売比率
- ⑤ 投資信託平均保有期間
- ⑥ ファンドラップの販売・解約額
- ⑦ 外貨定期預金預入額
- ⑧ 投資信託・外貨自動積立件数
- ⑨ 投資信託・外貨自動積立金額
- ⑩ つみたてNISA口座開設件数・残高・新規割合
- ⑪ 一時払保険の商品別販売額
- ⑫ 投資信託のグループ会社商品比率
- ⑬ 投資信託(含むファンドラップ)販売額
(毎月分配型とそれ以外の別)
- ⑭ 投資信託・ファンドラップの運用損益別顧客比率
- ⑮ 投資信託の預り残高上位銘柄のコスト・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 FP資格保有比率

■ 主な計数指標の進捗

運用資産残高増加額(計数指標 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、2021年度も三井住友銀行・SMBC日興証券・SMBC信託銀行の合算で増加基調が続いています。

■ 運用資産残高増加額(2013/4以降)

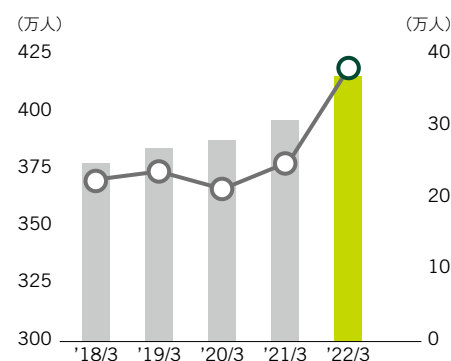


* 三井住友銀行リテール部門およびSMBC日興証券営業部門(個人)の合算

運用商品をお持ちのお客さま数(計数指標 ③)

「資産を守りたい」「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努めており、運用商品をお持ちのお客さま数は引き続き増加しています。

■ 運用商品をお持ちのお客さま数(左軸)
○ 当該年度に新たにお取引が始まったお客さま数(右軸)



投資信託・外貨自動積立件数(計数指標 ⑧)

「これから資産を形成していきたい」というお客さまのニーズにお応えするため、少額から投資可能な投資信託、外貨自動積立の「時間分散」提案に積極的に努めてきた結果、投資信託、外貨自動積立件数は着実に増加しています。

□ 投信・外貨件数
■ うち50代以下

