



平成24年7月  
代表取締役社長

## 佐藤義雄

### ブランド戦略2年目

### 「実行」の年

### 「日本一お薦めしたい会社」の 実現を目指して

平素より住友生命をお引き立ていただき、誠にありがとうございます。  
平成23年度決算の状況を掲載したディスクロージャー誌「REPORT SUMISEI 2012」を作成いたしました。業績全般のご報告に加え、経営課題への取組み等についてご紹介しておりますので、是非ご覧いただきたく存じます。

#### 平成23年度の事業概況

昨年度、当社は「お客さまとご家族の人生を将来にわたって守り、支えていきたい」という想いを“あなたの未来を強くする”というメッセージに託して新たなブランド戦略をスタートさせました。そして、新しいブランドビジョン実現を目指して、新たな中期経営計画「スミセイ中期プログラム」を策定し、東日本大震災への対応や営業職員によるサービス・販売体制の強化をはじめとする種々の取組みを進めてまいりました。

このうち、東日本大震災への対応という面では、まず一刻も早くお客さまの安否を確認するために、現地の職員による訪問活動や電話等によるコンタクトに注力するとともに、本社からも人員を派遣するなど全社を挙げてこの対応にあたりました。その結果、被災地のお客さまの安否確認はほぼ完了しております。また、ご家族の心情面にも配慮しながら保険金のお手続きのご案内を進めるとともに、保険金等の簡易迅速な取扱い等を行うことで、これまでに139億円の保険金をお支払いしております（平成24年5月時点）。このほか、保険料払込猶予期間の延長などを行うとともに、被災地の皆さまのお役に

立てるような社会貢献活動や節電への取組みを積極的に推進いたしました。

次に、サービス・販売体制の強化という面では、個人保険の分野において、ニーズに応じた最適な保障をお届けするという観点から、営業職員によるコンサルティングとサービスの充実に努めるとともに、金融機関を通じた保険販売の推進等、販売チャネルの多様化に取り組んでまいりました。

営業職員を通じた保険販売については、一生涯の介護保障をライフサイクルにあわせた合理的な形でご準備いただくことができる新商品「Wステージ・未来デザイン」のご提案に注力いたしました。また、営業活動面では、より質の高いコンサルティングとサービスをお届けしていくため、お客さまへの定期的な訪問を通じてご契約内容や必要なお手続きの確認等を行う「スミセイ未来応援活動」を推進するとともに、お客さまへのサービス活動をより重視した営業職員の評価体系の導入や、新人の教育カリキュラムの大幅な見直しによる育成体制の充実等に取り組んでまいりました。こうした取組みの一方で、営

業職員による訪問活動等においてご契約内容の確認にご協力いただいた場合や、ご契約の加入・紹介等に応じてポイントが貯まり、各種賞品との交換が可能となる新サービス「スミセイ・マイル」を導入いたしました。

金融機関を通じた保険販売については、新たな一時払い終身保険「ふるはーとW(ダブル)」の発売により商品ラインアップを充実させるとともに、平準払い終身保険「ふるはーとL」への取組みを強化してまいりました。加えて、商品研修やコンプライアンス研修等を通じた各代理店へのサポート体制の強化に取り組んでおります。

続いて、子会社の「いずみライフデザイナーズ株式会社」が運営する来店型保険ショップ事業については、店舗の新規出店等を進めることで、引き続き事業の拡大を進めてまいりました。

さらに、保険ショップや銀行等を通じて医療保険を提供している子会社の「メディケア生命保険株式会社」では、がんに対する保障の充実を図るなど、より魅力ある商品の提供に取り組ましました。

こうした取組みに加えて、サービス全般の品質を向上させるという観点から、コールセンターにおけるコンサルティングサービスの充実に向けた受電体制の強化に力を入れるとともに、お客さま向けのご案内書類について、表現やデザイン等の抜本的な見直しを行うことで、より

わかりやすい内容へ改める取組みを進めております。

なお、保険金等の支払漏れ等が判明したことを受け、当社を含む生命保険会社10社に金融庁から出された業務改善命令は、平成23年12月をもって解除されました。この問題を受けて当社は、保険金等のお支払いを確実にするための新システムの導入等を通じて支払管理態勢を強化し、信頼回復に努めてまいりました。本命令の解除後も、保険金等のお支払いが保険会社の基本的かつ最も重要な責務であることを認識し、一層の品質向上に努める所存です。

こうした取組みの結果、個人保険・個人年金保険の保有契約全体の年換算保険料は前年度末比で増加し、解約・失効の年換算保険料や継続率についても引き続き改善しております。

本業の収益性を表す基礎利益は、逆ざやを吸収したうえで3,318億円(前年比25.1%増)となりました。この基礎利益をもとに、当年度決算においても引き続き内部留保を積み増し、財務基盤の強化を図っております。また、保険金等の支払余力を表すソルベンシー・マージン比率は、当年度決算からリスクをより厳格に見積もった基準が適用されておりますが、708.6%(前年度末比72.1ポイント増)と引き続き行政監督上の基準である200%を十分に上回る水準を確保しております。

## 今後の経営戦略

平成24年度は、ブランドビジョンの実現を目指して策定した中期経営計画の2年目にあたります。本計画に掲げる東日本大震災への対応をはじめとする各取組みを引き続き推進するとともに、ブランド戦略を一層推進し、「住友生命ならでは」の先進の価値をお客さまにお届けできるよう取組みを強化してまいります。

特に、営業職員によるコンサルティングとサービスの一層の充実という面では、スミセイ未来応援活動を通じた継続的なサービスの提供や迅速で誠実な対応の徹底に加えて、その担い手となる優秀人材の採用と育成に注力してまいります。また、平成24年7月に導入いたしました新営業用携帯端末「Sumisei Lief(スミセイリー

フ)」を活用し、お客さまとそのご家族全体に対してよりわかりやすい丁寧なコンサルティングを推進してまいります。

このほか、成長路線を加速するための取組みとして、金融機関ならびに来店型保険ショップでの窓口販売の推進等による販売チャネルの多様化や、海外での生命保険市場の展開についても引き続き推進していく所存です。

コーポレートブランドの理念のもと、こうした種々の取組みを通じて、「お客さまの未来を強くする」ことができる会社の実現を目指してまいります。今後とも変わらぬご支援、ご愛顧を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。