

経営基本方針

スミセイ中期経営計画2016

～ブランドの進化と新たな成長路線を確立する3ヵ年計画～

「スミセイ中期経営計画2016」の概要

平成26年4月より、お客さまからみて「一番薦めたい保険会社」の実現を目指して、3ヵ年計画の「スミセイ中期経営計画2016 ～ブランドの進化と新たな成長路線を確立する3ヵ年計画～」をスタートしました。

お客さまサービスの充実や経営全般にわたる品質の維

持・向上を通じて「お客さまにとっての価値向上」を図りながら、経営資源をライフデザイナー（営業職員）、金融機関等代理店・保険ショップ、海外事業といった成長・規模拡大に資する分野に振り向けていくことで、住友生命グループ全体で成長路線を確固たるものとしてまいります。

中期経営計画の位置づけ



「スミセイ中期経営計画2016」の各枠組みについて

1. ブランド戦略

平成23年度からスタートさせたブランド戦略について、平成26年度から新たに第2フェーズと位置づけ、更なる進化を図ってまいります。とりわけ、ブランドビジョン実現に向けた「行動」の促進や若年層を中心とした「現代的な消費感覚」に適應する新しいコミュニケーション戦略等に取り組んでまいります。

2. お客さまにとっての価値向上

ご加入からお支払いにいたるまで、販売・サービスにおける「基本品質」を徹底するとともに、先進のコンサルティングとサービスを通じ、一歩先行く「感動品質」のお客さま対応の実現に向けて取り組みます。これにより、お客さま満足度の向上を図り、お客さまにとっての価値向上を図ってまいります。

3. 成長戦略

a. マルチチャネル

(1) ライフデザイナー(営業職員)

優秀人材の採用と育成を強化しつつ、先進の商品の開発・提供、若年層のお客さまへのアプローチ強化、先進のコンサルティングとサービスの提供等を通じ、販売・サービス体制の強化を図ってまいります。

(2) 金融機関等代理店・保険ショップ

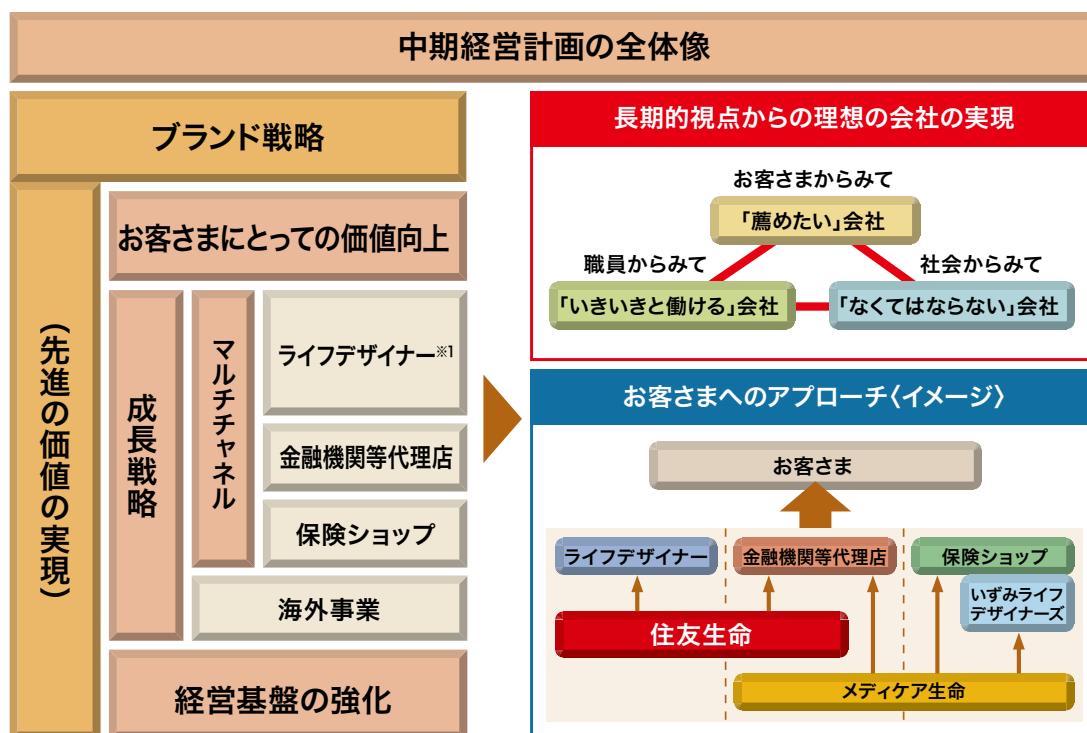
業界最大規模の広範な販売ネットワークや保険ショップを通じて、さらに多くのお客さまにアプローチし、当社商品および子会社であるメディケア生命の商品の販売を推進してまいります。

b. 海外事業

経済発展が見込まれるアジアを中心に海外事業展開を行うことで、中長期的に当社グループの収益基盤の多様化、企業価値の持続的成長を実現します。また、商品・システムなどの技術支援を行い、投資先の業績および企業価値の向上を図ります。

4. 経営基盤の強化

成長戦略を着実に実行していくことで収益基盤の強化を実現するとともに、統合的リスク管理の高度化等によって財務健全性の一層の向上に努めてまいります。また、成長戦略等を支える人財の育成に取り組んでまいります。



※1 スミセイライフデザイナー。約3万名の当社の営業職員

計数目標

目標項目	平成25年度末	中期経営計画目標(平成28年度末)
企業価値(EV)	3兆1,466億円	4兆200億円(3ヵ年 ROEV ^{※2} + 28%)
保有契約年換算保険料 ^{※1}	2兆1,969億円	2兆2,584億円(3ヵ年増加率 + 2.8%)
うち生前給付保障 + 医療保障等 ^{※1}	5,167億円	5,550億円(3ヵ年増加率 + 7.4%)

※1 住友生命とメディケア生命の合算 ※2 Return on EVの略。EV(エンベティッド・バリュー)の増加率を表します。