


◇事前に寄せられたご質問（19問）

1. コロナ禍を受けたお客さまのニーズの変化について

商品別・チャネル別の契約動向から、コロナ禍を受けて求められる保障や健康増進に変化は見られますか。  
その場合、そうした変化にどう対処していくべきでしょうか。

【回答】

- このコロナ禍において、お客さまの健康不安や健康意識がさらに高まっており、「生きるリスク」にいかに対応するか、という保険ニーズはより一層顕在化していると考えております。
- こうしたお客さまの保険ニーズ・健康意識の高まりに対し、Vitality健康プログラムのレベルアップを含め、「健康」をキーワードに訴求し続け、今後さらに健康増進の分野をリードしてまいりたいと考えております。“住友生命「Vitality」”の加入者を対象として当社が実施した調査では、実際に多くのお客さまにおいて「健康」に対する意識の高まりが見られたほか、歩数の増加や血圧の改善といった効果に加えて、「Vitalityに加入して、生活の質が高まったように感じる」と回答されたお客さまが84%にのぼるなど、健康増進効果が表れております。
- さらに、Vitalityを開発した会社である南アフリカのDiscovery社が実施したVitality会員の調査では、健康的な習慣を身に付けている会員は、健康増進活動に取り組んでいない会員と比較して新型コロナウイルスによる死亡・入院リスクが低いという結果が数値として表れております。
- また、「就労不能・介護」「認知症」「医療」「老後」といった各リスクに対するニーズの高まりについてはコロナ禍以前より認識していた面もあり、今後も、商品戦略等をお客さまのニーズや社会の変化に照らしつつ、多様かつスピーディーな商品・サービスの提供を進めてまいります。

**コロナ禍を受けたお客さまのニーズの変化について** 

お客さまの**健康不安**や**健康意識**の高まり

「**生きるリスク**」への**備え**というニーズが**一層顕在化**

Vitality健康プログラムのレベルアップを含め  
“**住友生命「Vitality」**”を軸とした**取組み**を実施

各リスク(就労不能・介護、認知症、医療、老後)  
に対するニーズの高まりもあり、  
**多様かつスピーディーな商品・サービスの提供**を推進

## 2. 職員への感染防止策について

コロナ感染（拡大）防止のもと営業職員の活動には気をつかうところですが、営業職員の外出先での活動に際して（営業職員自身が）感染しないようにするために、どのような対策を講じておられますか。

### 【回答】

- 新型コロナウイルスに対しては、お客さまと職員への感染拡大の防止を最優先課題として取り組んでまいりました。
- 営業職員の感染防止としては、まず、検温、マスクの着用、消毒等の感染防止策を徹底しております。そのうえで、時差出勤等の分散出社により感染予防に努めるとともに、営業活動においては、メール、電話といった手段も織り交ぜて対応するなど、対面での対応時間を短くすべく適宜工夫しております。
- 加えて、コロナ禍における非接触での対応ニーズの高まりを踏まえ、ビジネスチャットツール「LINE WORKS」やWeb面談ツール「Zoom」を導入し、感染リスク軽減のため非接触で説明を受けたいなどといったお客さまのご意向にお応えする営業スタイルを確立しております。デジタルツールを活用した非接触での営業活動を推進することで、お客さまはもとより、営業職員の感染防止にもつながるものと考えております。
- なお、社内で感染者が発生した際に公費でPCR検査を受けられない場合においても、社内感染者と接触したおそれがある職員の検査を会社負担で実施することで感染拡大の防止に努めております。
- また、当社では、感染予防の効果を高め職員の健康確保を図る観点から、職員本人の同意がある場合に新型コロナワクチンの接種を推奨することとしており、東京本社および大阪本社で職域接種も開始しております。
- 営業職員への感染防止を徹底することで、お客さまに安心してコンサルティングを受けていただけるよう、引き続き感染防止を最優先とした対応に努めてまいります。

**職員への感染防止策について**

- ◆ **営業職員の感染防止策**として検温・マスクの着用・消毒等の徹底や、時差出勤等の分散出社、デジタルツールの導入・活用等
- ◆ 社内で感染者が発生した際、感染者と接触したおそれがある職員の**PCR検査を会社負担で実施**
- ◆ 職員本人の同意がある場合に、**ワクチンの接種を推奨**  
東京本社および大阪本社で**職域接種を開始**

### 3. 対面営業からWebを活用した営業への移行について

コロナ禍において、対面営業がWebでの営業に変わったと思いますが、パーセントでどれくらい移行したのでしょうか。

また、それによるメリット、デメリットがあれば教えていただきたい。

### 4. デジタル化への取組み状況について

感染防止や「withコロナの時代の営業」を考えると、今後、デジタルツール(LINE WORKSやZoom)等の活用がますます重要になってくると考えますが、デジタル化への取組み状況を聞かせて頂きたい。(デジタルツールの活用が重要になり、これを進めていく必要がある一方で)60代以上などの高齢層のお客さまは利用が難しいことも否めないと考えます。このような年齢層のお客さまへの対応策をどのように考えておられるのかを聞かせて頂きたい。

### 5. デジタル化が進む中における加入者に応じた対応について

今コロナといった大変な時期、人との対面が難しい世の中、ましてデジタル化の時代、私を含め高齢者といわれている方の中には機械についていけないという方も多々いると思います。

これから10年、20年後にはデジタルをすべての方が気嫌いすることなく活用できる時代になるかもしれませんが、今この先10年20年が今の高齢者にとっては保険が大事なものになると思いますので、これからも保険に加入されている方の年齢等に応じて明確な対応(わかりやすい)をいち早くお願いしたいです。

また Vitality はとても良い保険だと思います。これからも幅広い年齢に関係なく社会に貢献する保険を考える住友生命であってほしいと思っています。

### 6. 営業職員チャネルの今後のあり方について

今後オンラインでの手続き比率の増加が進んでいくことは疑う余地がないと考えます。そんな中で、主な販売チャネルを営業職員チャネルとしてきた住友生命は営業職員の今後の在り方をどう考えているのかお伺いしたいです。

#### 【回答】

- コロナ禍における非接触での対応ニーズの高まりを踏まえ、2020年9月にビジネスチャットツール「LINE WORKS」やWeb面談ツール「Zoom」を導入し、2021年1月にはWebによる加入申込みを開始するなど、感染リスクの抑制とお客さまの利便性向上に取り組んでまいりました。
- これらにより、新契約のご提案や定期訪問等の様々な場面で、営業職員による非接触でのコンサルティングの提供やスマートフォン等を活用したWeb申込手続きが可能となっております。
- なお、単純なWebへの移行率の計測は難しい側面がありますが、都心エリアにおけるデジタルで完結したコンサルティングは全体の約10%程度、申込手続きは約5%程度と推計しております。
- デジタルツールの活用により、お客さまへのコンタクトの機会が新たに生まれたことはメリッ

トの一つであると考えております。一方で、ご高齢の方などデジタルツールに不慣れな方や、ご自身での各種お手続きの請求が困難な方に対しては、より丁寧に寄り添った対応が必要であると考えております。

○このように、「直接訪問」あるいは「非接触」どちらか一方ということではなく、あくまでもお客さま一人ひとりの状況やご意向に沿った対応を行っております。

○当社としては、営業職員による「人ならではの」の価値に「デジタル」を融合することでさらに人の強みを活かしていく、という趣旨でのデジタル化を主眼に置きつつ、お客さまの体験価値を向上させるサービスの拡充に努めてまいります。

○また、契約のアフターフォローは当社の重要業務であり、現状においては人によるサービスを望まれるお客さまも相応にいらっしゃることから、当社の約1000万件という保有契約のボリュームに鑑み、現時点では、現状の3万名強という営業職員体制は維持してまいりたいと考えております。

**デジタルの取組み等について**

**非接触**での対応ニーズの高まり

**ビジネスチャットツールやWeb面談ツールを導入**

- ◆お客さま一人ひとりの状況やご意向に沿った対応を実施
- ◆「人ならではの」の価値と「デジタル」を融合し、お客さま体験価値を向上させるサービスを拡充

**契約のアフターフォロー**は当社の重要業務であり、3万名強という営業職員体制は**維持**

## 7. コロナ禍における“住友生命「Vitality」”の特典（リワード）拡充について

“住友生命「Vitality」”のアクティブチャレンジの特典（リワード）については、時勢をとらえた内容に進化していると思っておりますが、コロナ禍での運動不足解消等を踏まえより魅力ある商品とするため、今後の拡充方針等があれば教えていただきたい。

### 【回答】

○2020年度は、“住友生命「Vitality」”の特長である「楽しみながら健康増進活動に取り組むことができる」という魅力をさらに高めるべく、『ポケモン GO』を手掛けるナイアンティック（Niantic, Inc.）と提携し、アクティブチャレンジの新たな特典として『ポケモン GO』チャレンジを開始しました。

○また、「おうち Vitality 応援特典」と題する、アクティブチャレンジ達成者向けの期間限定の追加特典やご自宅でできるオンラインフィットネスメニューの提供等を通じて、コロナ禍の新しい生活様式にあわせた健康増進活動をサポートしてまいりました。

- “住友生命「Vitality」”を通じて多くのお客さまの「よりよく生きる＝Well-being」に貢献できるよう、今後もお客さまのニーズや環境変化にあわせてプログラムとサービスを進化させてまいります。



## 8. 海外事業における新型コロナウイルスの影響について

コロナ禍に起因する海外進出国の感染者動向や移動制限等が、海外事業を進めるうえで制約になっていますか。

その場合、どうやってその制約を克服しようとされていますか。

### 【回答】

- 当社は現在、アメリカとアジア 4 か国で事業展開を行っております。
- 新型コロナウイルスによるグループ各社の事業への影響度合いについては国によって異なりますが、主にロックダウン等による対面での営業活動の制限や、在宅勤務へのシフト、出張の制限など様々な業務上の影響が出ております。
- そうした制約の中で、グループ各社において、リモートでの営業活動の推進、保険手続きの電子化、インターネットを用いたバーチャルな会議への移行など様々な工夫を重ねてコロナ環境への対応を行っております。
- また、当社とグループ各社とのコミュニケーションについては、海外出張ができない関係で、ほぼ 100%インターネットでの会議に移行しております。
- それらの取組みの結果、現時点では新型コロナウイルスの影響が海外事業を推進するにあたって大きな制約となっていないと考えておりますが、新たな投資案件の検討、現地の視察や現物の監査、より深い人間関係作り等の観点からはバーチャルの会議だけでは十分ではないと考えており、今後、移動制限緩和の状況を見ながら一部については対面での業務運営に戻していくことを考えております。

## 海外事業における新型コロナウイルスの影響について



### ◆ 海外出資先(米国、アジア4カ国)への主な影響と対応

・対面営業活動の制限 ・在宅勤務へのシフト ・出張の抑制 等

・リモートでの営業活動推進 ・保険手続きの電子化  
・インターネットを用いたバーチャルな会議への移行 等

➡ **海外事業推進への制約は限定的**

**移動制限の状況を踏まえ、一部、対面での業務運営へ回帰**  
(新規投資案件の検討、現地視察・監査、人間関係作り等)

## 9. 長寿社会に対応した商品・サービスの開発と、ライフステージの変化に伴う保険の見直しについて

長寿社会の到来に対し、お客様のニーズにお応えする商品・サービスの開発はどのようなスタンスで行っているのでしょうか。

また、お客様の生活環境が変化した時の保険の見直し対応についての取組方針をお教えいただければと思います。

### 【回答】

- 当社では、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献するという方針のもと、社会環境の変化やお客様のニーズの変化に応じた商品・サービスの提供に努めております。
- 具体的には、ご契約者懇談会や苦情など様々なお客様の声、日本の人口構造の変化、医療技術の進歩、社会保障の動向、女性の社会進出といった社会環境の変化や、競合他社・販売チャネルの動向など様々な要因を踏まえて商品・サービスの開発を行っております。
- 最近の例では、長寿社会の到来によるお客様のニーズを踏まえて、健康増進型保険「住友生命「Vitality」」や、認知症の前段階であるMC I（軽度認知障害）から保障する「認知症PLUS」、がんが再発した場合でも、所定の入院を要件に何度でも保険金をお支払いする「がんPLUS ALIVE」といった商品を発売しております。
- サービス面では、高齢となったご契約者に代わってあらかじめ登録いただいたご家族による保険のお手続きを可能とする「スミセイのご家族アシストプラス」の推進や、お客さまが介護や老後のお悩みを相談できる「ウェルエイジングサポートあすのえがお」といった介護関連サービスの充実なども行っております。
- また、お客様の生活環境の変化に応じた保険の見直しニーズに関しては、「スミセイ未来応援活動」と称した定期訪問活動でご家族構成等のお客さまの状況をおうかがいしながら、最新の保障をお知らせするとともに、必要に応じて保障の見直しを提案させていただいております。
- なお、人生100年時代の到来を踏まえて、社内の様々な部門で構成する「人生100年サポ

ート協議会」を設置し、高齢社会の様々な課題を幅広い分野から研究するジェロントロジー等の学問的知見を商品・サービスに取り入れる取組みも始めております。

○引き続き、お客さまのニーズにお応えできる商品・サービスの開発に努めてまいります。

長寿社会に対応した商品・サービスの開発、  
ライフステージの変化に伴う保険の見直しについて

◆ **社会環境の変化やお客さまニーズを踏まえた商品提供**

住友生命「Vitality」 認知症PLUS がんPLUS ALIVE  
ご家族アシストプラス ウェルエイジングサポートあすのえがお

ジェロントロジー等の学問的知見を商品・サービスに活用

◆ **スミセイ未来応援活動によるお客さまニーズの確認**

## 10. 心の健康に対する取組みについて

Well-being、よりよく生きることに對して価値を提供するという方針がとても素晴らしいと感じています。身体的な健康に資するサービスについては、現状の Vitality で提供されているサービスがかなり充実してきていると感じています。

一方で、心の健康に対するサービスについて具体的な取組みは検討していますでしょうか。うつ病患者の増加やメンタルヘルスの問題は、経済に与える損失も大きいとされています。このような課題に住友生命としての取組みや、今後の方針があればお聞きしたいです。

### 【回答】


○当社は、「よりよく生きる＝Well-being」への貢献を目指しており、こうした観点からは、身体  
の健康だけでなく、精神的・社会的な意味での「健康」が今後ますます重要になっていくと考  
えております。

○“住友生命「Vitality」”においては、ストレスや日々の心理状態等をオンライン上でセルフチ  
ェックしていただける「こころのチェック」や、ご家族・ご友人や社会とのコミュニケーション  
の増加につながるイベントへの参加機会の提供等も行っており、「精神的な健康」に資する側  
面もあります。実際に、加入者に対する調査において「Vitality に加入して生活の質が高まっ  
たように感じる」とご回答いただいた方が84%にのぼるという結果が出ております。

○加えて、保険だけではなく様々な事業者をつないで Well-being 実現のためのサービスを提供す  
る「Well-being as a Service (W a a S)」という価値ネットワークの構築にも取り組んでお  
り、この取組みの一つとして、心の「健康」に資するサービスを検討しております。

○具体的には、小さなお子さまを抱える母親のストレスマネジメントサービスの開発をスタート  
アップ企業等の複数の企業と共同で検討し、現在、実証実験を行っております。

○そのほかにも、働く従業員のメンタルケアサービスや、お客さまの様々なライフステージとその時々状況に応じた心の「健康」に資するサービスを幅広く検討しており、こうした取り組みを通じて、今後もお客さまの「よりよく生きる＝Well-being」の貢献に取り組んでまいります。

**心の健康に対する取り組みについて** 

**「よりよく生きる＝Well-being」への貢献**

**精神的・社会的な意味での「健康」の重要性の高まり**

- ◆ “住友生命「Vitality」”を通じた取り組み(「こころのチェック」や各種イベントへの参加機会の提供等)
- ◆ 様々な事業者をつなぎ、**WaaS(Well-being as a Service)**という**価値ネットワークの構築**
  - ➡ **心の「健康」**に資するサービス(ストレスマネジメントサービスの開発等)をスタートアップ企業等、複数の企業と共同で検討

### 1 1. 保険の必要性と、保障額の考え方について

保険は安心の代名詞であるべきだが、日頃は、どのような保険が必要かを感じることは少ない。さまざまなケースを想定して、自分に掛る負担(お金)を軽減するための損失回避策に用いるのが保険ではないか。考えを求める。

保険の満足を感じるのは、お金(保険金・給付金)を貰える時であり、保険料を支払っている間は、保険料は高いと感じる人が多いのではないか。今の保険の価格設定を下げられないだろうかと感じる人に応えるためにはどうすればよいか。

敢えて保険に加入するのは、いざというときの保障である。あつてほしくはないと望み、そのことを考える事で悩み、もしものときを考えてよぎる不安を和らげるのは、神様に頼むほかには、保険ではないか。保険の加入にあたり保険料の設定や保険金額などの設計を根拠をもって説明することで、少しでも顧客の納得が得られ、信頼度が上がり、加入者が増えるのではないか。検討を求める。

#### 【回答】

○ご指摘のとおり、生命保険には、万一の時や病気の時、老後や働けなくなるリスクへの備えなど、様々な「リスクに備える」という役割があります。

○これに加え、当社では、“住友生命「Vitality」”により「健康増進をサポートする」という新しい役割を加えることで、「リスクに備える」だけでなく、「リスクそのものを減らして健康な人生を過ごしていただく」という新しい価値の提供を目指しております。

○また、生命保険の必要性については、日ごろ実感しにくい傾向があるため、保険の必要性と価値を実感いただけるよう、営業職員による丁寧な情報提供やコンサルティングにも取り組んでおります。

○ご加入を検討していただく際には、営業職員が営業用タブレット端末「SumiseiLief(スミセイリーフ)」を用いて、将来の支出見込みと、社会保障も含めた収入の見込みを比較して、必要な



保障をシミュレーションする「未来診断」をお客さまにご説明すること等を通じ、保障と保険料のバランスについても、十分にご納得いただけるよう取組みを行っております。

○営業職員を通じた保険販売においては、ご加入時の総合的なコンサルティングだけでなく、ご加入後のアフターフォロー等もあわせ、お客さまに寄り添ったコンサルティング&サービスを提供できる点が強みであり、当社では、保険商品自体の価値とともに、「人ならではの価値」を体感していただけるよう努めております。

○これらの活動を通じて、お客さまの「よりよく生きる=Well-being」に向けた取組みをサポートしていきたいと考えております。

## 1 2. 解約の手続きについて

解約の手続きをコールセンターで終了後、書類を郵送でほしい旨を伝え完了しているのに、すぐにTELがあり営業経由でないダメとの返事。そのような契約になっているとの事、知りませんでした。営業に郵送で送ってもらえましたが、コールセンターで本人確認もしているのに手間を取るやり方をするのでしょうか。


### 【回答】

○お客さまからコールセンターあてに解約のお申し出をいただいた際の対応方法について、従前は担当者が設定されているお客さまに対しては、担当者に取り次ぐこととしておりましたが、より迅速にお客さまのご要望に沿った対応とすべく、2019年12月に運営を変更しました。現在は、お客さまのご要望があれば、コールセンターから直接、解約手続きの書類を送付することとしております。

○一方で、総代の皆さまのご契約については、解約により社員権が消滅した場合、総代資格の喪失につながるため、手続き前に一旦、担当部門にてご契約の状況等を確認し、窓口担当者からあらためてご連絡する体制としております。

○しかしながら、それによって、総代の皆さまに二重のお手間を取らせてしまうことになっておりますので、今後は、解約等に伴う社員権の状況の確認とお手続き書類の送付を並行して進める等、より迅速なお手続きを行う体制へと見直しを行います。

○各種お手続き時のお客さまの利便性向上に向けては、今回ご指摘いただいたコールセンターのほか、担当営業職員やインターネットを通じたお手続きも含め、不断のレベルアップに努めてまいります。

**解約の手続きについて(総代のご契約)** 

**◆ 現行のお手続き**  
 お手続き前に一旦、担当部門にてご契約の状況等を確認し、窓口担当者からあらためてご連絡申し上げる体制  
※解約により社員権が消滅した場合、総代資格の喪失につながるため


**◆ 今後の手続き**  
 解約等に伴う社員権の状況の確認とお手続き書類の送付を並行して進める体制

### 1 3. 企業や経営者に向けた団体保険の必要性のPRについて

団体保険の必要性を企業側、経営者側に伝えていただきたい。  
 給料として支給され、個人が保険に加入した場合に比べ、企業が保険料を負担することで、従業員には保障と保険料のメリットだけでなく、税金、社会保険も軽減されます。  
 団体保険は、万が一の保険ではなく、日常の安心を保障(保険金)と経済面(保険料)で支える保険です。

**【回答】**

- 団体保険の加入者数は長らく減少基調にありましたが、2015年から5年間の生命保険業界全体での加入者数は7.8%増と、やや持ち直しております。
- 団体保険の加入メリットとしては、スケールメリットを活かした割安な保険料、1年更新で毎年保障額の見直しが可能、健康状態の告知のみで加入可能、といったことが挙げられます。
- また、当社が販売する団体3大疾病保障保険では、「人間ドック紹介予約サービス」などの付帯サービスが利用可能であり、2018年の発売以降3年間で加入者数が約22万人と、「治療と仕事の両立」に取り組む経営者の皆さまからご好評いただいております。
- 今後も更なる普及に向けて、「動画等を活用した従業員説明会の開催」等による加入サポートを通じ、団体保険の魅力をお伝えしてまいります。

**企業や経営者に向けた団体保険の必要性のPRについて** 

**◆ 生命保険業界全体の団体保険加入者数の実績**  
 2015年から2020年にかけての5年間で7.8%増加

**◆ 団体保険加入の主なメリット**  
 ①割安な保険料 ②1年更新 ③簡単な告知のみで加入

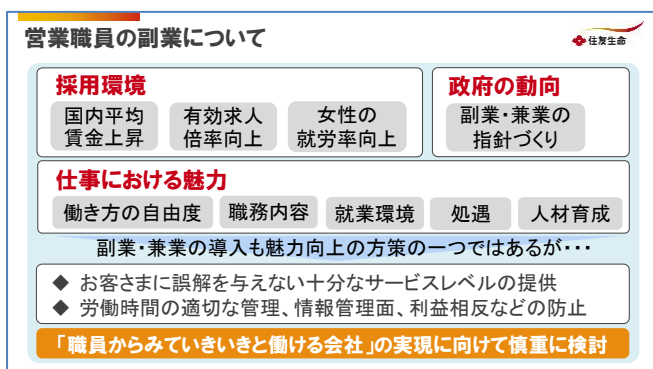
**◆ 当社が販売する「団体3大疾病保障保険」**  
 ・ご加入者が利用可能な「付帯サービス」  
人間ドック紹介予約 がんセカンドオピニオン  
 ・2018年4月発売以降の3年間で22万人が加入

#### 1 4. 営業職員の副業について

営業員が副業を出来るようにした方が良い。  
働き方の自由度が高くないと採用難易度が高くなる時代に対応できない。

##### 【回答】

- ご指摘のとおり、今後、中期的には、国内平均賃金上昇、有効求人倍率上昇、女性の就労率向上等に伴い、採用難易度があがっていくことが想定されます。
- また、政府が「働き方改革実行計画」において、柔軟な働き方・イノベーションを促す働き方につなげていく観点から、会社員が副業・兼業をしやすいするための指針づくりに向けて検討を行っていることや、実際に副業を解禁する企業が増えてきていることも認識しております。
- 仕事における魅力は、「働き方の自由度」以外にも、職務内容、就業環境、処遇面、人材育成の体制など、様々な視点があると考えられますが、副業・兼業の導入も魅力向上の方策の一つと考えております。
- 一方で、営業職員は日々お客さまに接する職業であるため、副業・兼業の導入にあたっては、お客さまにどの立場から連絡をしているのかなど、誤解を与えないようにすることが重要であり、特に慎重な検討が必要であると考えております。また、職員の健康確保や過重労働の防止等のための労働時間の適切な管理が必要であるほか、情報管理面や利益相反などを防止する取組みも必要です。
- そのため、お客さまに誤解を与えず、求められるサービスレベルを十分に提供できるかどうか、また、労働時間の適切な管理などの課題解決を含め、従業員の働き方改革やワーク・ライフ・バランスの充実などを念頭に置きつつ、政府や世間の動向を注視し、「職員からみていきいきと働ける会社」の実現に向けた多様な働き方を考える一環で、慎重に検討を行っていききたいと考えております。



#### 1 5. 障がい者雇用について

生命保険会社等は人との関わりが多く特に従業員(営業担当職員)は多数になると思います。  
障害者雇用は企業の社会的貢献、責任から重要と考えます。

住友生命も特例子会社 株式会社スミセイハーモニー（障がい者220名）を設立して積極的な障害者雇用を行っているかと思えます。

障害者雇用促進法の改正に伴い、令和3年3月に法定雇用率が2.3%に引き上げられます。42,954名の住友生命は約1000名の雇用が義務付けられます。子会社も多数になるのでさらに多くの雇用義務があるかと思えます。

現在の法定雇用率達成はどのようになっていますか。障害者を企業においてどのように定着させ、どのように活躍してもらうか、今後の障害者雇用についての企業責任をお聞かせいただきたいと思えます。

#### 【回答】

- 2021年3月判明の障がい者雇用率は2.40%と、法定雇用率2.30%を上回っております。
- 障がいを持つ方を積極的に雇用するため、各所属の採用目標数を定め、紹介会社やハローワークからの紹介、就職面接会を通じて雇用促進を図っております。特例子会社の株式会社スミセイハーモニーでは重度の身体障がいを持たれている方や精神障がい・知的障がいを持たれている方も積極的に雇用しております。
- 入社後においても、安定的に働き続けるために、合理的配慮の提供と適切な職務付与に努めております。そのため、各所属で定期的に面談を行うことに加え、人事部がフォロー面談を行い、必要に応じて産業医面談を実施しております。また、東京と大阪に障がい者雇用の専任担当者を配置し、全国の各所属の相談に対応しております。
- あわせて、有期雇用契約で入社した契約職員についても、希望者には一定の要件を基に正社員へ登用するなど、能力や経験を活かして活躍できる環境も整備しております。
- 最後に、株式会社スミセイハーモニーでは、テレワークの推進とあわせて、試験的に高松にサテライトオフィスを設置するなどの取組みを行っており、地方における雇用創出を進めることで、社会課題の解決に取り組んでおります。

**障がい者雇用について** 住友生命

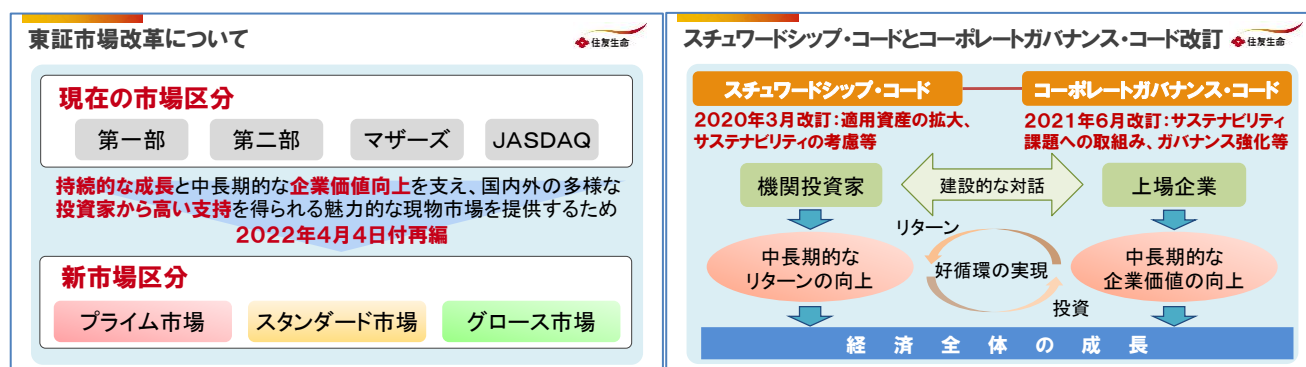
- ◆ **障がい者雇用率:2.40%(2021年3月判明時点)**
- ◆ **積極的な雇用**
  - ・各所属の採用目標数を設定
  - ・紹介会社やハローワークからの紹介や就職面接会の活用
- ◆ **安定的に働き続けるために** **「合理的配慮の提供」**  
および  
**「適切な職務付与」**
  - ・各種面談の実施(各所属・人事部・産業医) →
  - ・専任担当が全国の各所属の相談に対応
- ◆ **活躍できる環境や雇用の創出**
  - ・契約社員を正社員へ登用
  - ・テレワークの推進、サテライトオフィスの設置(スミセイハーモニー)

## 16. 東証市場改革やコードの改定等に伴う資産運用の方針への影響について

東証市場改革及びTOPIXの見直しが今後予定されていますが、これにより企業への投資方針や全体の運用戦略にどのような影響や対応を見込まれているのでしょうか。またスチュワードシップ、コーポレートガバナンスの各コードの再改定により、スチュワードシップ責任遂行の為の仕組みや体制に更なる対応のご方針がありますでしょうか。ご教示頂きたいをお願いします。

### 【回答】

- 持続的な成長と中長期的な企業価値向上を支え、国内外の多様な投資家から高い支持を得られる魅力的な市場を提供するため、2022年4月から、東証市場改革が行われる予定です。
- 当社は、今般の改革の方向性を評価しており、長期投資家として、許容されるリスクの範囲内で、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現できると判断する企業への投資を拡大していく方針です。
- また、コーポレートガバナンス・コードについては、「サステナビリティ課題への取組み」「ガバナンス強化」などの視点から改訂が行われており、東証市場改革やスチュワードシップ・コード改訂とあわせ、機関投資家には、こうした視点からの投資先企業との建設的対話の充実が求められております。
- 当社は、新たなチームの設置や人員の拡充を行ったほか、株式投資先企業に加えて社債投資先企業との対話を開始するなど、スチュワードシップ責任遂行の充実に取り組んでおります。
- 特に、世界的に温室効果ガス排出量削減への動きが加速するなかで企業を取り巻く環境は大きく変化しております。当社は、保有する資産ポートフォリオについて、2050年時点の温室効果ガス排出量をネットゼロにすると宣言しており、投資先企業との建設的対話においても、温室効果ガス排出量削減への取組みを重点事項として積極的に対話を行っていく方針です。



## 17. 株式会社ルネサンスへの出資の目的について

貴社は2020年8月に株式会社ルネサンス（以下ルネサンス）の第三者割当に応じて10億円ほどを出資されました。以前からルネサンスとは「Vitality」におけるパートナー契約を

締結されていますが、当該第三者割当を機に更なる事業面での連携など純粋な株式投資としての投資リターン以外に「事業リターン」も新たに目指すような戦略を視野に入れていらっしゃるのでしょうか。今後の戦略上のご予定、これまでの進捗状況および貢献度合いについて教えていただきたく存じます。

どうぞよろしくお願ひいたします。

#### 【回答】

- 自社が保有する自己株式を特定の第三者に割当処分することを第三者割当処分といい、当社は、投資妙味を個別に見極めながら第三者割当に応じるか否かを判断しております。
- スポーツクラブを運営するルネサンスは、コロナ禍における財務基盤強化のため、2020年8月に第三者割当による自己株式の処分を実施しました。その処分先として、“住友生命「Vitality」”におけるパートナー企業で友好関係にある当社にもお声がかかり、同社はコロナ禍の影響で株価が下落していたものの、コロナ収束後は健康志向の高まりを背景としたスポーツクラブ人口の増加により中長期的な成長が見込まれると判断したため、純粋な株式投資として自己株式の処分を引き受けました。
- なお、“住友生命「Vitality」”の理念にご賛同いただいたパートナー企業として、引き続き、日本の健康寿命の延伸に向けて同社と共に取り組んでまいれる所存です。

**株式会社ルネサンスへの出資について**

株式会社ルネサンスは、財務基盤の強化を目的に、**昨年8月に第三者割当による自己株式の処分を実施**

同社は、スポーツクラブ人口の増加等を背景に、中長期な成長が見込まれることから、**『純粋な株式投資』として自己株式の処分を引き受け**


#### 18. 学校におけるキャリア教育の推進について

これからの時代、お金の授業は必須であると思いますが、同じくらい大切なことは“生き方の教育”であると思っています。例えば人生設計や保険のことを教えていくことです。時代の大きな転換期を迎えてこれからの未来がこれまでとは大きく変化していきます。AIが生活の中の大部分を占めていくでしょうし、働き方も大きく変化します。当然生活の仕方や価値観も変わっていきます。




私が是非ともお願ひしたいのは、学校教育の中にお金を学ぶことに加え“生き方”や“働き方”を教えていくことに、ぜひ子どもが企業リーダーとなり未来を担う子どもたちのために持っている知識、経験、スキル、情報を活用し教育の分野において社会貢献ができないでしょうか。「キャリア教育&SDGs推進部門」を作って頂き、ライフプランニング授業を柱とするプログラムを学校のキャリア教育に活かしてもらおうべく提供していきませんか。

## 【回答】

- 当社は中期経営計画の中で「SDG s 達成への貢献」を基本方針に掲げており、未来の世代に対してしっかりと貢献していくことが大切であると考えております。まさに、ご指摘の「キャリア教育の推進」は、SDG s を柱にした経営を進めていく上でも極めて重要な視点であると認識しております。
- そうした認識の下で、当社では様々なCSR・社会貢献活動を行っており、「子育て支援」についても「健康増進」「地球環境の保護」とともに、重点分野の一つとして様々な取組みを進めております。
- 具体的には、子どもたちの健やかな育ちと社会全体での子育てを応援するため「子どもたちの居場所」にスポットをあて、出産前から学童期、小中学校、大学まで切れ目のない支援を行っており、子育て支援活動表彰等を行う「未来を強くする子育てプロジェクト」、企業初の全国展開の学童保育支援「スマセイアフタースクールプロジェクト」、子どもたちの情操教育支援を目的とした「こども絵画コンクール」などに取り組んでおります。
- 今後も、未来を担う子どもたちの“よりよく生きる”、まさに、子どもたちの Well-being にも貢献していけるよう努めてまいります。
- また、生命保険業界全体としても金融リテラシーの向上に関する取組みを継続的に行っております。
- 一般社団法人生命保険協会や公益財団法人生命保険文化センターにおいては、中学生向け、高校生向け、大学生向け、一般向けと、層別にライフプラン・資産形成・保険について学べるコンテンツや教材の作成、講座の実施をしております。
- 学校教育におけるプログラムの導入については、当社の社会貢献活動との親和性も高く、業界としても引き続き金融リテラシー向上に向けた取組みを積極的に推進する方針を掲げておりますので、引き続き当社・協会、それぞれの中における取組みを検討してまいりたいと考えております。

学校におけるキャリア教育の推進について 

**◆ 子育て支援活動**

- ・未来を強くする子育てプロジェクト 
- ・スマセイアフタースクールプロジェクト 
- ・こども絵画コンクール 

**◆ 社外における寄付講座の実施(立命館大学・九州大学)**

**◆ 金融リテラシーの向上**に関する取組み(業界全体)  
(一社)生命保険協会・(公財)生命保険文化センターにて幅広い対象向けの教材の作成や実学講座の実施など

## 19. 社会貢献活動の発信について

SDGsをはじめとする社会貢献活動への取り組みについて全体でのご紹介がありますが、支部単位、さらには職員1人1人の社会貢献活動の発信に現在されているのでしょうか。私たちの住むエリアでの社会貢献的活動内容の発信も重要な活動の一部であり、働きがいにつながるのではないかと思います。

### 【回答】

- 当社では、豊かで明るい健康長寿社会の実現に向けて、様々な社会貢献活動に取り組んでおり、この活動はいずれも各地域におけるSDGs達成と地域社会への貢献を目指して取り組んでいるものです。
- ご意見のとおり、自らの仕事や社会貢献活動がお客さまや社会の役に立ち、それが自らの成長にもなるということを経験することで働き甲斐の向上につながるものと考えており、そうした実感を職員に感じてもらうためにも、これらの活動を広く地域の皆さまに知っていただくよう努めていくことが大切であると考えております。
- これまでも、当社公式ホームページや各所属における地元マスコミを通じた情報発信に努めておりますが、2021年度は、こうした取り組みに加えて、社会貢献活動に取り組む意義等を職員が共有する場をオンラインで設けて理解を一層深めていくことで、職員一人ひとりの社会への発信力を高めてまいりたいと考えております。
- 今後も、「社会になくってはならない会社」の実現を目指し、「豊かな社会づくり」に積極的に取り組んでまいります。

**社会貢献活動** 住友生命

◆「健康増進」「子育て支援」「地球環境の保護」を重点分野として社会貢献活動を展開  
◆社会貢献活動の基礎として、職員ボランティア「スマセイ・ヒューマニー活動」を全国で実施

健康増進	子育て支援	地球環境の保護
スマセイ“Vitality Action” parkrun がん患者団体等への支援 認知症中核団体への支援 等	未来を強くする子育て プロジェクト スマセイアフタースクール プロジェクト 等	サンゴ礁保全プロジェクト (WWFジャパン支援) 社内売店でのレジ袋廃止 等

**スマセイ・ヒューマニー活動**

清掃活動の実施、おうちヒューマニーの実施、  
フードドライブの実施 等



## ◇当日席上でのご質問（2問）

### 1. 事業報告の記載内容について

招集通知の19ページの「会社役員の報酬」に記載の支給人数と、同17、18ページの「会社役員の状況」に記載の役員の人数に違いがあるように見えますが、この違いについて教えてください。

#### 【回答】

- 「会社役員の状況」に記載の取締役は11名ですが、「会社役員の報酬」の支給人数では、執行役を兼務している取締役を執行役の欄に記載しております。そのため、「会社役員の報酬」の取締役の支給人数は7名となっております。

### 2. 人財共育の方針について

2021年度の取組方針において、社会に信頼される人財共育の推進とありました。例えば社員の年齢層に応じた教育方針など、具体的な「人財共育本部」の運営方針などがあれば教えてください。

#### 【回答】

- 私が社長に就任するにあたり、人の価値というものが大変重要であると考え、2021年4月に「人財共育本部」を立ち上げました。私自身が本部長になり、まず会社の戦略と人財のポートフォリオがマッチしているのか、そして、一人ひとりの能力とマッチしているのかということを検証します。
- 例えば、高齢層、中堅層、若手層、そしてマネジメント層のそれぞれの層に必要とされている能力、スキルが正しく備わっているか、また、その更なる向上に向け、どのようなものが必要かということ、メニューとして提供していくことを考えております。
- さらに、ダイバーシティの観点では、女性人材や高齢人材、そして海外人材やデジタル人材といった専門能力を携える人材を、いかに幅広く育成し活躍の場を提供していくかということについて、やや中長期的な取組みとなりますが、会社経営の戦略に人財戦略をマッチングさせて、人財活用の実効性を高めていきたいと考えております。