



THE GROUP'S VISION

住友生命グループが目指す姿

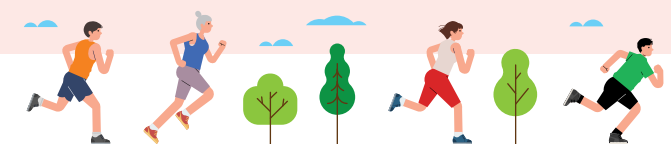
ウェルビーイングに貢献する “なくてはならない 保険会社グループ”へ

住友生命は創業以来、生命保険を通じて
お客さまの人生を支え、お客さま・社会に
貢献してきました。

お客さまのニーズや社会課題が
多様化するなか、生命保険が果たすべき
役割は、万が一への備えに加え、
リスクを減らし、日々の暮らしを支える
さまざまな領域へと広がっています。

住友生命グループは、国内外の事業を通じて、
一人ひとりの“よりよく生きる”に寄り添い、
すべてのステークホルダーの
ウェルビーイングに貢献する
「なくてはならない保険会社グループ」を
目指しています。





At a Glance – 住友生命グループ概況 –

国内外の事業を通じて、一人ひとりの“よりよく生きる”への貢献を拓いています



企業価値・財務指標

社会的価値

ウェルビーイング 価値提供顧客数	(国内) 1,461 万名 (海外) 602 万名
Vitality会員数	241 万名

経済的価値

グループ保有契約 年換算保険料 ^{※1}	3兆9,518 億円	エンベディッド・ バリュー(EV) ^{※3}	7兆6,875 億円
グループ 基礎利益 ^{※2}	4,081 億円	連結総資産	51兆5,774 億円

財務健全性

連結内部 管理ESR	197%
外部格付	A+(S&P)、A1(Moody's) A+(Fitch)、AA(R&I)、AA(JCR)

※1 住友生命、メディケア生命、シメトラ、シングライフの合算により算出。

※2 住友生命・メディケア生命の基礎利益、シメトラ・シングライフの税引前利益、バオベトHD・BNIライフ・PICC生命の税引前利益の当社持分相当額を合算し、一部の内部取引調整等を行い算出。

※3 住友生命グループのEVは、住友生命のEVにメディケア生命、シメトラおよびシングライフのEVを加え、住友生命が保有するメディケア生命、シメトラおよびシングライフの株式の簿価を控除することにより算出。

※4 企業価値・財務指標は、2025年度実績または2025年度末の数値。子会社等の保有比率は2026年3月31日時点、外部格付は2026年5月1日時点。

トップメッセージ

TOP MESSAGE

「万が一」から「毎日」の安心へ
「拡・保険」で進化する、生命保険の価値

取締役 代表執行役社長

高田 幸徳

◆ 変化する時代に、問われる生命保険の役割

2025年度は、私たちを取り巻く環境が大きな転換点にあることを、改めて強く認識した一年でした。国内では、少子高齢化や人口減少が一段と進み、お客さまが抱える不安や課題はより複雑になっています。加えて、「金利のある世界」への本格転換、国際情勢の不安定化や社会の分断、生成AIをはじめとする急速な技術革新など、社会や事業環境は大きく変化しています。こうした環境変化は、お客さまのニーズや価値観にも影響を及ぼし、商品・サービスのあり方や、生命保険会社としての役割そのものを問い直す契機となっています。

私たちは、2030年にグループとしてありたい姿を、「ウェルビーイングに貢献する『なくてはならない保険会社グループ』」と掲げています※1。2023年度からの「スミセイ中期経営計画2025」では、その実現に向けた軌道を確立する期間として、一人でも多くのお客さまへウェルビーイングの価値をお届けすることを目指し、将来への投資と事業基盤の強化に取り組んできました。こうした取組みの結果、ウェルビーイング価値提供顧客数やグループ基礎利益など、経営重要目標(KGI)は概ね達成し、Vision2030に向けた歩みを着実に進めることができました。

その一方で、生命保険業界においては、営業職員による不祥事や、代理店における出向者の不適切な情報取扱など、お客さま・社会からの信頼を揺るがす事象が発生しました。当社としても、こうした事象を自らの課題として受け止め、信用・信頼の重みを改

めて認識しています。生命保険は、お客さまから長期の信頼をお預かりし、将来にわたって確実に保障をお届けする事業であり、お客さま本位の業務運営やコンプライアンスの徹底は、すべての事業活動の「礎」です。私たちはこの原点を決して揺るがせることなく、役職員一人ひとりが日々の判断や行動の中で実践する企業文化として、いっそう根づかせていきます※2。

その礎を守りながら、私たちは時代の変化に応じて、生命保険の役割そのものを進化させていく必要があります。価値観やライフスタイルが多様化する中で、お客さまが感じる不安や課題は、人生のさまざまな局面へと広がり、その内容も一人ひとり異なっています。だからこそ、万が一への備えだけでなく、お客さま一人ひとりの人生に寄り添い、「よりよく生きる」日々を支えていくことが、これからの生命保険会社に求められていると考えています。

こうした認識のもと、私たちは2026年度からの新たな3か年計画として「住友生命グループ中期経営計画2028」を策定しました※3。本計画は、Vision2030の実現に向けた飛躍を図るものであると同時に、10年先を見据えた「Next-Decade」の視点から、グループ一体となって新たな価値創造に挑戦するものです。その方向性を一言で表すなら、「人生に存在するあらゆる『不確実さ』」に対して、生命保険が本来持つ『安心』という価値を届けることです。私たちはこの考え方を、『拡・保険』と表現しています。

※1 図 P.11「住友生命グループVision2030」参照

※2 図 P.95「お客さま本位の業務運営・コンプライアンス(事業活動の「礎」)」参照

※3 図 P.20「住友生命グループ中期経営計画2028」参照

トップメッセージ

◆「拡・保険」で生命保険の本来価値を拡げる

生命保険は、長い期間にわたりお客さまの人生に寄り添い、不確実な将来に備える安心をお届けする事業です。万が一のときや、病気、介護、老後といった人生のさまざまな事態に対して、経済的な備えを提供することは、生命保険会社として決して変わらない原点です。一方で、お客さまの人生における不安や課題は、経済的な備えだけで解決できるものばかりではありません。健康であり続けたい、人や社会とつながってみたい、自分らしく働き続けたい。少子高齢化や単身世帯の増加、働き方の変化などを背景に、お客さまが抱える不安は、日々の生活や人生のさまざまな局面に広がっています。

明治期に、近代的な保険の概念を初めて日本に紹介した福沢諭吉氏は、「Life Insurance」の日本語訳として、「生涯請合」という言葉をあてました。この「生涯請合」という言葉には、人の生涯にわたる不安に向き合い、備えを支えるという、生命保険の本質が表れています。その後、訳語としては「生命保険」が定着しましたが、この「保険」という言葉にも、「険しい人生を保つ」、すなわち、不確かなものを安心によって支え、未来をより確かなものにしていくという意味が込められているように思います。お客さまに寄り添い、人生に存在するさまざまな「不確実さ」を、少しでも確かな「安心」へと変え、未来につなげていく。これこそが、私たちが今改めて向き合うべき、生命保険が本来持つ価値です。

生命保険は、万が一のときに力を発揮するものです。しかし、安心とは万が一の瞬間だけに必要なものではありません。お客さま一人ひとりの何気ない日常にも、不安を感じ、前向きな一歩を必要とする場面があります。だからこそ、「経済的な備え」という原点を大切にしながらも、日々の生活の中でよりよく生きるための「安心」の価値を

届けていく必要があると考えています。私たちはその安心の価値を、「人」「社会」「地球・将来世代」のウェルビーイングへと拡げていきます。

「人」のウェルビーイング、すなわち『一人ひとりのよりよく生きる』への貢献は、私たちの価値提供の中心です。お客さまの人生に伴走し、それぞれの不安や課題に向き合い、前向きな選択や行動を支えていきます。この考え方を先駆けて具体化してきたのが、健康増進型保険「住友生命「Vitality」」です^{※4}。Vitalityは、「万が一に備える」保険の価値に、健康増進を通じて「リスクを減らす」という新たな価値を加えました。今後はさらに、人とのつながりや社会との関わり、自分らしく働き続けることなど、人生のさまざまな場面へと、価値提供を拡げていきます。

さらに、一人ひとりへの価値提供を、地域や職場、「社会」全体のウェルビーイングへと拡げていきます。特に、健康増進の領域では、個人の努力だけに委ねるのではなく、自治体や企業と連携し、地域や職場の中で自然に取り組み、続けられる環境をつくっていくことが重要です。安心の価値を個人にとどめず、自治体や企業との共創を通じて、一人では続けにくい行動や、一つの組織だけでは解決しにくい課題に向き合っていく。そうした取組みを重ねることで、一人ひとりのウェルビーイングの価値を、社会全体へと拡げていきます。

そして、「地球・将来世代」のウェルビーイングとして、安心の価値を世界へ拡げ、未来へつなげていきます。海外事業では、各国・地域に根ざした安心をお届けし、グループ全体でウェルビーイングの価値を提供していきます。また、「一人ひとりのよりよく生きる」ことは、健全で持続可能な社会や地球環境があってこそ成り立ちます。責任

投資や事業活動を通じて、社会・環境課題の解決に貢献し、未来の安心につながる価値を生み出していくことも、私たちの役割です。長期的視点で事業を営む生命保険会社だからこそ、現在のお客さまだけでなく、将来世代の安心にもつながる価値創造に取り組んでいきます。

「拡・保険」は、単に、保険商品や事業の領域を拡げるという意味ではありません。保険が本来持つ価値を、現代社会で求められる新たな形へと拡げていく挑戦、という意味を込めています。

万が一への備えだけでなく、健康、働き方、資産形成、人とのつながり、地域社会、さらには地球・将来世代に至るまで、人々が抱えるさまざまな「不確実さ」に向き合い、それを「安心」へと変えていく。それが、私たちの考える「拡・保険」です^{※5}。中期経営計画2028では、こうした考え方を具体的な取組みとして実践し、いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」へと進化していきます。



※4 図 P.27「住友生命「Vitality」」参照

※5 図 P.12「『安心』の価値を、人・社会・地球へ拡げる『拡・保険』」参照

トップメッセージ

◆ スミセイWXで、商品・サービスと接点を進化させる

「拡・保険」を通じて『一人ひとりのよりよく生きる』に貢献していくうえでは、それぞれのお客さまが必要とする最適な商品・サービスをお届けし、その価値を体験・実感いただくことが重要です。そのため鍵を握るのが、2025年度に始動した「スミセイWX（ウェルビーイング・トランスフォーメーション）」です^{※6}。スミセイWXでは、一人でも多くのお客さまに、質の高いウェルビーイングの価値をお届けすることを目指し、商品・サービスとお客さま接点を一体で進化させる「ディストリビューション変革」と、提供した価値をお客さまの実感や行動変容につなげる「顧客体験価値変革」を、両輪で進めていきます。

価値提供の軸となるのが、“住友生命「Vitality」”です。健康は、誰にとっても大切でありながら後回しにされがちなもの、いわば最大の「後回し資産」です。だからこそ、健康増進を特別な行動としてではなく、日常の行動として続けられるよう支えることが重要です。Vitalityを通じて、健康状態を把握し、改善に取り組む行動を積み重

スミセイWX

ウェルビーイング実感を高めることを軸とした事業変革を推進

5つのウェルビーイング領域^{*}に
貢献する価値提供の推進

ディストリビューション変革
📖 P.25



顧客体験価値変革
📖 P.26

* 5つのウェルビーイング領域

フィジカル
ウェルビーイング

ファイナンシャル
ウェルビーイング

コミュニティ
ウェルビーイング

ソーシャル
ウェルビーイング

キャリア
ウェルビーイング

ねることが、将来の健康につながるとともに、保険の価値にも結びつきます。

2026年1月に発売した「つみたてPLUS ドルつみVitality^{※7}」は、Vitalityによる健康増進と、将来に向けた資産形成機能を組み合わせ、健康づくりと将来への備えを一体で支える商品です。資産形成への関心が高まる中で、フィジカルとファイナンシャルの両面から、お客さまのウェルビーイング向上に貢献します。今後はさらにコミュニティ、ソーシャル、キャリアウェルビーイングといった領域にも価値提供を拡げ、一人ひとりの不安や課題に添えていきます。

これらの商品・サービスを最適な形で届けるため、接点のあり方も進化させていきます。なかでも、お客さまに直接寄り添う営業職員的重要性は、今後も変わりません。人生に伴走する「ウェルビーイングデザイナー」として、保障だけでなく、健康増進、生活課題への支援など、幅広い領域でお客さまの不安に寄り添い、人ならではの価値を提供していきます。

金融機関・保険ショップ等では、比較検討ニーズや資産形成ニーズに応えることに加え、2026年7月から「ドルつみVitality」も展開し、健康増進の価値もお届けしていきます。また、デジタルの接点においても、「デジタルコンシェルジュ」等を通じて、必要な情報やサービスに手軽にアクセスし、各種手続きを行える環境を整えていきます。

さらに、自治体や企業との連携を通じて、お客さま一人ひとりにとって身近な地域や職場を接点に、健康増進の価値を届けていきます。これまでに100超の自治体との連携を進めてきた「Vitalityウォーク^{※8}」や、3,500社以上の企業に導入いただいている「Vitality福利厚生タイプ」など、個人の健康づくりを支えるだけでなく、地域の健康づくりや企業の健康経営といった課題に向き合い、健康増進の価値を一人ひとりから地域・職場全体へと拡げていきます。

商品・サービスの幅を拡げるだけでなく、お客さま一人ひとりのニーズや、地域・企業の課題に応じて、必要な価値を、必要な接点で、必要なタイミングでお届けしていく。この「ディストリビューション変革」が、スミセイWXで進める取組みの柱です。



◆ ウェルビーイングを測り、実感できる価値へ高める

スミセイWXで目指すのは、ウェルビーイングの価値を多くのお客さまにお届けするだけでなく、その価値をお客さま一人ひとりが実感できるものへと高めていくことです。そのために進めているのが、スミセイWXのもう一つの柱である「顧客体験価値変革」です。

ウェルビーイングは、一人ひとりによって感じ方が異なる、主観性の高い価値です。だからこそ、見える形にし、改善につなげていくことが重要です。お客さまはどのような状態にあるのか、私たちの価値提供が実感や行動変容につながっているのかを、経営として捉えていく必要があります。

その起点となるのが、当社が独自に開発している、「スミセイ版健康寿命」と「ウェルビーイング実感」という2つの指標です。客観的な健康状態や生活習慣の変化に加え、お客さまご自身の実感を捉えることで、私たちが提供している価値が、本当にお客さまの「よりよく生きる」ことにつながっているのかを見える形にしていきます^{※9}。

※6 📖 P.24「スミセイWX（ウェルビーイング・トランスフォーメーション）」参照

※7 📖 P.30「つみたてPLUS ドルつみVitality」参照

※8 📖 P.32「自治体との連携による地域への価値提供」参照

※9 📖 P.41「スミセイWXで進める『質』の可視化」参照

トップメッセージ

ここで重要なのは、測ることそのものではありません。お客さまが自らの状態を知り、変化を実感し、健康増進や生活習慣の改善、将来への備えなど、よりよい行動へ踏み出せるようにすること。そして、私たち自身も、測定結果やお客さまの声をもとに、商品・サービスやお客さま接点、社内の仕組みや資源配分の改善につなげていくことです。この循環を経営に組み込み、お客さまの体験・実感につなげることが、スミセイWXで目指す顧客体験価値の変革です。

スミセイWXでは、一人でも多くのお客さまへ、質の高いウェルビーイングの価値を届ける取組みを進めます。さらに、その価値がお客さま一人ひとりにとどまらず、企業や地域、社会にどのような変化をもたらしているのかを、「ウェルビーイング共創価値」として可視化する取組みも進めています。社会への影響を経営として捉え、商品・サービスやお客さま接点、企業・自治体との共創の改善につなげることで、ウェルビーイングへの貢献をさらに高めていきます。

◆ 資産運用・海外事業を通じて、価値創造の領域を拡げる

グループとして価値創造の領域を広げていくうえでは、国内の商品・サービスやお客さま接点にとどまらず、資産運用事業と海外事業も重要な役割を担っています。



資産運用事業では、ご契約者からお預かりした保険料を長期にわたって運用する生命保険会社として、財務健全性の維持を大前提としながら、長期的な視点で安定的に収益を確保していくことが重要な使命です^{※10}。ALM(資産負債の総合的な管理)を基本としたポートフォリオ運営のもと、収益力の向上と適切なリスクコントロールに取り組んでいます。2025年度以降、国内長期金利の上昇など「金利のある世界」への転換が進み、資産運用を取り巻く環境は大きく変化しています。こうした中でも、環境変化を慎重かつ的確に捉え、安定収益資産の増強や、資産クラス・地域等の分散を進め、リスク・リターン最適化を図っていきます。資産運用の高度化を通じて、ご契約者への確実な保障や還元を支えるとともに、資産形成ニーズに応える商品・サービスの充実につなげ、お客さまへの価値提供の質をさらに高めていきます。

同時に、当社は機関投資家として、長期資金を社会に循環させることで企業や社会の持続的な成長を支え、経済の発展に貢献していく責任があります。こうした認識のもと、約37兆円の運用資産全体でサステナビリティを考慮した資産運用「責任投資」を推進し、気候変動をはじめとする社会・環境課題の解決を目的とした、ESGテーマ型投融資に積極的に取り組んでいます。また、投融資先との建設的な対話を通じて、各企業の成長戦略を支え、中長期的な企業価値向上と社会・環境課題解決に向けた取組みを後押ししていきます。企業や社会の持続的な成長を支えることは、人々の暮らしや地域社会を支え、現在の安心を支えるとともに、その価値を未来へつなげ、地球環境や将来世代のウェルビーイングに貢献することにもつながります。こうした取り組みを通じて、収益力の向上と社会的価値の創出を両立させることが、これからの資産運用に求められる役割だと考えています。

もう一つの柱が、海外事業です^{※11}。国内市場が少子高齢化などの構造的な変化に直面する中、海外保険市場の成長性・収益性を取り込むとともに、グループとしての価値創造の領域を広げていくことが重要です。北米とアジアを軸に、事業ポートフォリオの地域分散を進め、各国・地域に根ざした保険事業を通じて、より多くのお客さまに

安心とウェルビーイングの価値をお届けしていきます。

米国では、全米で事業を展開するシメトラを通じて、多くの人々の経済的な安心や自由を支える保険ビジネスを展開しています。2025年度は、市場プレゼンス向上や収益性・事業効率向上を目的に、ディアボン社の団体保険事業等を買収しました。こうした取組みを通じて、安定的な収益基盤の維持・拡大に取り組んでいきます。アジアでは、2024年に完全子会社化したシングライフを中心に、同社のデジタル・テクノロジーの強みを活かしながら、成長性の高いアジア市場での事業拡大を図っています。

また、グループ全体で知見を共有し、各社の強みを掛け合わせていくことも重要です。2024年度から、住友生命、シメトラ、シングライフによる「35サミット」を開催し、グループとして提供する価値や目指す方向性、各社の戦略や課題を共有しています。商品開発や資産運用、デジタル・AI活用などの領域でグループシナジーの創出を進めることで、国内外での価値提供力を高めていきます。国内外のグループ各社が、それぞれの市場特性や強みを活かしながら、お客さまの人生に寄り添う保険事業を展開していくことで、グループ全体としてウェルビーイングの価値提供の領域を広げていきます。

◆ 人とデジタル・AIの融合で、価値提供を進化させる

「拡・保険」やスミセイWXを進めていくにあたり、価値創造の原動力となるのは「人」の力です。特に、お客さまに安心を感じていただくためには、お客さまの不安や悩みに深く寄り添い、人ならではの理解力や想像力を発揮し、信頼関係を築いていくことが欠かせません。また、職員一人ひとりが自ら学び、考え、行動していく力を高め、各事業領域で専門性を持つ人材がその真価を発揮していくことが、新たな価値創造の鍵を握っています。

だからこそ、人的資本を重要な投資領域の一つと位置づけ、経営戦略と連動した人的資本経営、すなわち「人財共育」の取組みを強力に推進しています^{※12}。専門性や対話力を磨く機会を提供していくと

※10 P.45「資産運用」参照

※11 P.49「海外事業」参照

※12 P.56「人的資本・人財共育」参照

トップメッセージ

ともに、多様な経験や強みを持つ人財が力を発揮できる環境を整えることが重要です。2026年度には、次世代リーダーや専門人財の育成に特化した新たなプログラムも開始し、人財価値向上の取組みをさらに強化しています。こうした取組みを通じて、職員自身のキャリアアウェルビーイングを高めることが、お客さまと社会へのよりよい価値提供にもつながると考えています。

そして、価値提供の質をさらに高めていくためには、デジタルやAIの活用も重要になります^{※13}。生成AIの急速な変化は、もはや一過性のブームにとどまらず、世の中全体で、働き方やサービスの役割、お客さま接点のあり方などを、大きく変えようとしています。この激しい環境変化は、当社の価値提供のあり方をも大きく変える可能性があり、私たちは今、まさに変革の岐路に立っています。中期経営計画2028では、3年間で200億円規模のAI投資を行い、こうした技術革新を積極的に取り込み、価値提供の進化につなげていきます。私は、AIは「人を代替するもの」ではなく、「人の価値を高めるために使うもの」だと考えています。単に業務を効率化するのではなく、お客さま対応の迅速化や、一人ひとりにより適したご提案、新たな体験を生み出す商品・サービスの開発など、お客さまが具体的に実感できる形で活用し、価値提供の質を向上させていくことが重要と考えています。

どれほどデジタルやAIが進化しても、人が人を支え、安心を提供するという生命保険会社の本質は変わりません。だからこそ、私たちは人とデジタル・AIの融合を進め、人ならではの価値をさらに高めながら、お客さま一人ひとりの人生により深く寄り添っていきます。

◆ 相互会社として企業価値を高め、価値創造の循環を未来へつなぐ

これまで説明してきた取組みは、いずれもご契約者・お客さまに長く報い、社会や将来世代のウェルビーイングに貢献し続けることを目指すものです。その積み重ねによって、長期にわたり価値を届け続け、企業として持続的に成長していくことが、サステナビリティ経営の推進だと考えています^{※14}。その長期の価値創造にあたり、重要と

なるのが、社会的価値と経済的価値の向上です^{※15}。

私たちにとって社会的価値とは、お客さま一人ひとりの「よりよく生きる」に貢献し、その価値を社会へと広げていくことです。そして経済的価値とは、持続的な成長と健全な財務基盤の構築を通じて、価値提供を将来にわたり続けるための力です。両者は別々のものではなく、相互につながっています。お客さまや社会への価値提供が信頼を生み、事業の力を高める。そこで生み出した成果を、ご契約者への還元や将来の価値創造に向けた投資へとつなげ、さらに価値提供を高める。この循環を強くしていくことが、当社にとっての企業価値の向上だと考えています。

この価値創造の循環を高めるにあたっては、将来にわたり保険金等を実にお支払いするための十分な健全性を確保することが前提です。中期経営計画2028では、連結内部管理ESRのターゲットレンジを設定し、適切なリスクテイクを行うことで、成長と健全性を両立させながら、長期にわたり安心の価値をお届けし続ける力を高めていきます。

その上で、相互会社として重視しているのは、事業活動の成果をご契約者利益の最大化につなげていくことです。お客さまのニーズに応える商品・サービスを進化させること、日々の接点における体験価値を高めること、事業の成果を適切に還元していくことは、いずれもご契約者利益の最大化につながります。特に、ご契約者配当については、長く住友生命を信頼し、ご契約いただいているお客さまにより一層報いていくため、2026年度決算からは長期総合配当を実施する予定です^{※16}。確実な保障を前提に、商品・サービス、体験価値、お客さま還元を総合的に高め、積み重ねていくことが、相互会社である私たちの責務です。

また、住友生命グループの価値創造は、ご契約者・お客さまだけでなく、社会、ビジネスパートナー、地球環境・将来世代、従業員など、多様なステークホルダーとの関係の中で成り立っています。ウェルビーイングの価値を社会へ広げ、責任投資や事業活動を通じて持続可能な社会づくりに貢献することは、いずれも私たちのパーパスである「社会公共の福祉に貢献する」ことにつながっています。

これからの時代、生命保険会社に求められる役割はさらに広がっていきます。だからこそ私たちは、「拡・保険」の考え方のもと、生命保険が本来持つ安心の価値を、人へ、社会へ、そして地球・将来世代へと広げていきます。お客さまに長く報いることと、社会や将来世代のウェルビーイングに貢献すること。その両方を追求し続けることが、住友生命グループらしい価値創造だと考えています。変えてはならない信用・信頼の礎を守り抜きながら、生命保険の価値を時代に合わせて広げていく。その挑戦を通じて、住友生命グループは、いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」であり続けます。



※13 P.63「デジタル&データ×AI」参照

※14 P.66「サステナビリティ」参照

※15 P.13「社会的価値の向上」P.14「経済的価値の向上」参照

※16 P.55「社員配当」参照



企業理念

経営の根本精神を表した企業理念である「経営の要旨」を頂点とし、「サステナビリティ経営方針」および「住友生命ブランドビジョン」を経営方針としています。

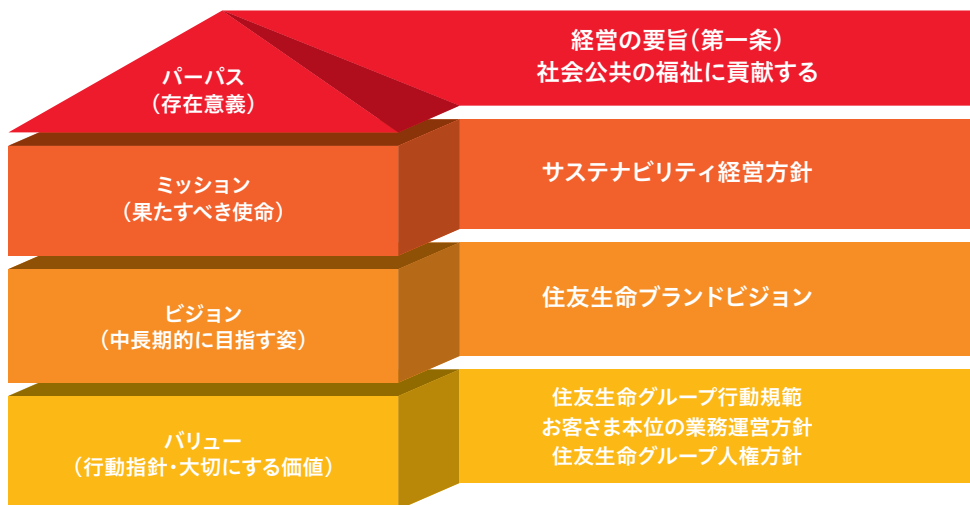
◆ パーパス(存在意義)

社会公共の福祉に貢献する

生命保険事業は、万が一への備えや将来への安心を提供し、お客さまの人生を長期にわたり支える、公共性の高い事業です。当社の企業理念である「経営の要旨」には、自身を利するとともに社会を利するべきとする「自利利他公私一如」をはじめとした住友の事業精神が、100年の時を超えて脈々と受け継がれています。その第一条に掲げる「社会公共の福祉に貢献する」ことが、創業以来変わらず続けてきた、当社のパーパス(存在意義)です。

時代とともにお客さまや社会の課題は変化し、生命保険に求められる役割も広がっています。“住友生命「Vitality」”をはじめ、生命保険を中心とした価値提供の領域を広げていく中においても、お客さまの人生に向き合い、社会とともにサステナブルであり続けようという原点は変わりません。このパーパスのもと、ウェルビーイングへの貢献を通じて、社会課題の解決と企業価値の向上の両立を目指していきます。

▶ 住友生命の理念体系



◆ ミッション(果たすべき使命)

豊かで明るい健康長寿社会の実現に貢献する
持続可能な社会の実現に貢献し、持続的に成長する
一人ひとりのよりよく生きる(ウェルビーイング)に貢献する

「経営の要旨」に示された普遍的な使命を、サステナビリティの視点から明文化したものが「サステナビリティ経営方針」です。

保険事業の健全な運営と発展、誠実な業務遂行、そして社会・環境課題の解決への取組みを通じて、健康長寿社会と持続可能な社会の実現に貢献していきます。

◆ ビジョン(中長期的に目指す姿)

お客さまの未来を強くする4つの「先進の価値」を実現する

“いつも、いつまでも続く”先進のコンサルティング&サービス
“強く生きる”ための商品開発で業界をリードする
一歩先行く“感動品質”のお客さま対応
“健康な人生・豊かで明るいシニアライフ”を応援する、進化するサポートプログラム

中長期的に目指していく、お客さまの視点から見た会社の姿を、4つの「先進の価値」とともに「住友生命ブランドビジョン」として定めています。

◆ バリュー(行動指針・大切にする価値)

住友生命グループ
行動規範

お客さま本位の
業務運営方針

住友生命グループ
人権方針

経営方針を役職員一人ひとりが行動レベルで実践するための指針として、「住友生命グループ行動規範」「お客さま本位の業務運営方針」「住友生命グループ人権方針」を定め、バリュー(行動指針・大切にする価値)として位置付けています。

※企業理念・理念体系の詳細は[公式ホームページ](#)をご覧ください。

価値創造のあゆみ

創業以来、生命保険事業を通じてお客さまの人生を支え続けながら、時代に応じて、貢献する領域を広げてきました。



お役に立った
保険金・年金・給付金※
496万件
1兆4,017億円
※住友生命単体

グループ保有
契約年換算保険料
3兆9,518億円
うち住友生命
2兆2,297億円

ウェルビーイング
価値提供顧客数(国内)
1461万名
Vitality会員数
241万名

エンベディッド・
バリュー(EV)
7兆6,875億円

※各数値は、2025年度実績または2025年度末の数値

“社会への貢献”
価値創造の原点

“人生を守る”
安心の価値を拡大

“リスクを減らす”
健康増進の価値提供

“ウェルビーイング”に
貢献する新たな価値提供

1907 日之出生命創業

1926 住友生命へ改称

社会への貢献を志し、 保険事業を開始

「理想の会社を創ろう」という志のもと、1907年に日之出生命として創業し、1926年に住友の事業として引き継がれました。生命保険を通じて社会に貢献するという原点は、現在まで受け継がれています。



創業者 岡本敏行



日之出生命本店社屋

1947 第2の創業

1952 企業理念を確立

「社会公共の福祉」への 貢献を掲げる

戦後の混乱を経て、国民生命として再出発。1952年に「住友」へ社名復帰し、「経営の要旨」を制定しました。「社会公共の福祉に貢献する」等を掲げた本指針は、現在まで続く経営活動の規範となっています。



経営の要旨 第一条
“社会公共の福祉に貢献する”



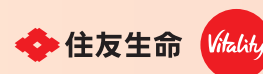
2007 CSR経営方針策定
ステークホルダーから見た理想の
会社像を再定義

2011 ブランド戦略を開始
保険の「先進の価値」を提供する
取り組みを開始

2018 “住友生命『Vitality』”発売

現在の経営戦略の 中核となる健康増進の 取り組みをスタート

健康増進型保険“住友生命『Vitality』”の発売を機に、お客さまの健康づくりを後押しする取り組みを開始。“リスクに備える”保険の価値に加え、“リスクを減らす”健康増進の価値を提供しています。さらに、企業・自治体との連携などを通じて、健康増進の価値を社会全体へ広げています。



2021 ブランド戦略2.0 開始

2022 サステナビリティ経営方針策定

2023 グループVision2030策定

ウェルビーイングに貢献 する「なくてはならない」 保険会社グループへ

「ウェルビーイング＝一人ひとりのよりよく生きる」への貢献を掲げ、サステナビリティの視点を踏まえた果たすべき使命と、2030年にありたい姿を定めました。

お客さま一人ひとりとはもとより、社会・ビジネスパートナー・地球環境・従業員といったすべてのステークホルダーのウェルビーイングな姿の実現を目指していきます。

for your well-being

2026 住友生命新世紀
(社名変更から100周年)

グループ中期経営計画2028 P.20

Vision2030実現に向けた飛躍
グループ一体で、ウェルビーイング価値の
量的進化と質的深化へ



価値創造プロセス

主な経営資本

人的資本

ウェルビーイング価値を
創り届ける源泉

従業員数(住友生命単体)
42,872名
うち営業職員数
32,445名

知的資本

「ならでは」の価値の実装力

ウェルビーイング視点の商品・
サービス開発力
データの分析・活用力

社会・関係資本

ウェルビーイング価値を拡げる
共創基盤

・お客さまとの長期的な信頼関係
・企業・自治体等とのネットワーク
・投融资先の企業価値向上

財務資本

持続的な価値創造を支える基盤

エンベディッドバリュー(EV)
7兆6,875億円
基礎利益
4081億円
連結ESR(内部管理ESR)
197%

※ 各数値は、2025年度実績または2025年度末の数値。

事業活動

住友生命グループ中期経営計画2028の推進

～Vision2030実現に向けた飛躍、
Next-Decadeを見据えた価値創造～ P.23

お客さまの人生に伴走し、
価値提供の質と量を高める

スミセイWX

ウェルビーイング実感を
高める事業変革

顧客体験価値変革

ディストリビューション変革

グループ一体でウェルビーイングに貢献

資産運用

収益力の向上
責任投資の推進

海外事業

各国に根ざした保険事業の展開
グループ収益基盤の拡充

社会・環境課題 への取組み

企業・自治体等との共創 責任投資の推進
気候変動への対応 等

価値創造を支える経営基盤の強化

変革の
ドライバー

人的資本経営 人の強みとデジタル・AI進化の融合

事業活動の礎 お客さま本位の業務運営・コンプライアンス

財務・資本戦略

リスク管理

コーポレートガバナンス

事業活動で生み出す価値

社会的価値の向上

一人でも多くの方に、質の高い
ウェルビーイングの価値を提供 P.13

ウェルビーイング価値提供顧客数(2030年目標)

国内**2000万名**
海外**1000万名**

Vitality会員数
500万名



ウェルビーイング指標の中長期的な向上
(スミセイ版健康寿命・ウェルビーイング実感)

ウェルビーイング共創価値の持続的向上

企業価値向上

経済的価値の向上

ご契約者利益の最大化を
目的とした安定的・持続的成長 P.14

エンベディッドバリュー(EV)
安定的な年平均5%成長

リターン

健全性の維持・向上

お客さまへの還元

成長への投資

目指す姿

長期的に目指す社会

豊かで
明るい健康
長寿社会

持続可能な
社会

企業としてありたい姿

**住友生命グループ
Vision2030**

ウェルビーイングに貢献する
「なくてはならない
保険会社グループ」 P.11

**ステークホルダーの
ウェルビーイングな
姿の実現**

お客さま

ビジネスパートナー

社会

地球環境

従業員

サステナビリティ経営の推進



住友生命グループVision2030

一人でも多くの方に、 質の高いウェルビーイングの価値を提供する

グループとして長期的に目指す姿を「日本・世界・地球未来のウェルビーイングに貢献し続ける保険会社グループ」、2030年時点のありたい姿を「ウェルビーイングに貢献する『なくてはならない保険会社グループ』」と定めました。その実現に向け、価値提供の「量」「質」の両面から、取組みを進めています。

2030年に向かって、お客さま・社会・ビジネスパートナー・地球環境・従業員というすべてのステークホルダーに対して、それぞれのウェルビーイングに寄り添い、貢献していきます。



一人でも多くの方に
ウェルビーイングの価値を提供

ウェルビーイング価値提供顧客数
国内**2000**万名 海外**1000**万名
Vitality会員数 **500**万名



一人ひとりに提供する
ウェルビーイング価値を高める

ウェルビーイング指標の
中長期的な向上

◆ ウェルビーイングとは

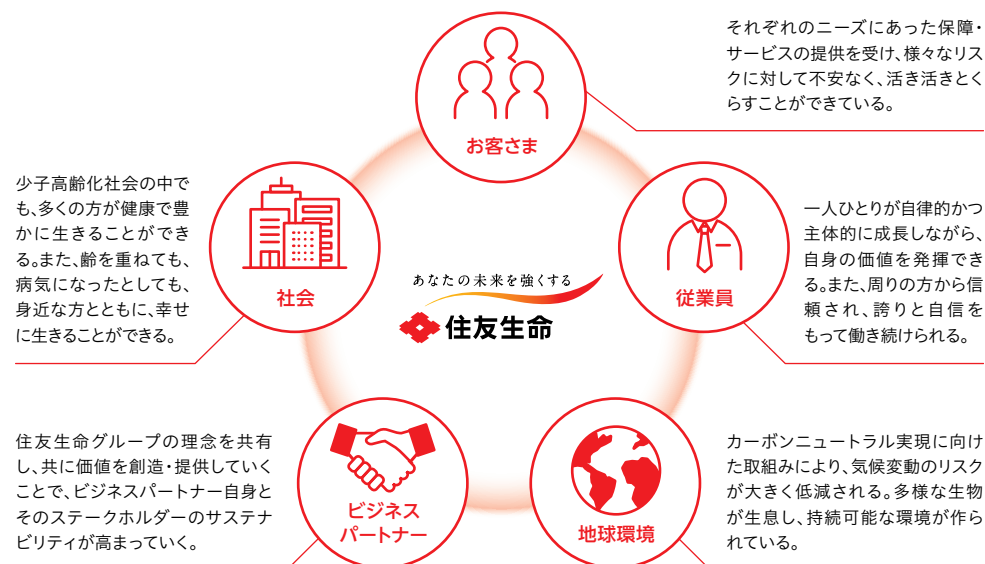
「ウェルビーイング (Well-being)」は多義的な言葉ですが、住友生命では「一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイング」と定義しています。お客さまの人生に伴走し、右記の5つの領域でウェルビーイングを高めていく取組みを進めていきます。



◆ グループとして目指すステークホルダーのウェルビーイングな姿

お客さまはもとより、人々のくらしや社会、地球環境まで視野を広げ、当社の事業に関わるすべてのステークホルダーとともに、「よりよい」状態を目指すことを掲げています。

お客さま、社会、ビジネスパートナー、地球環境、従業員という、ステークホルダーそれぞれについて、ウェルビーイングな姿を設定し、その実現を目指しています。





住友生命グループVision2030の実現に向けて

「安心」の価値を、人・社会・地球へ広げる『拡・保険』

生命保険の価値は、人生のさまざまな不安に備え、長期にわたり「安心」をお届けすることにあります。保険が本来持つ「安心」の価値を、Vitalityによる健康増進、くらしの充実へと広げ、様々な領域で人生に寄り添うサービスを提供していくことで、一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイングを支えています。さらに、その価値を社会や地球全体に広げていくことで、社会全体の豊かさや持続可能な未来につなげていきます。

「一人ひとり」へ広げる

一人ひとりの人生に伴走し、よりよく生きる日々を支える

従来の生命保険による経済的保障（ファイナンシャル）に加え、Vitalityによる健康増進（フィジカル）、コミュニティ、ソーシャル、キャリアといった領域へ価値提供を拡げていきます。保険商品・サービスを通じて、一人ひとりの人生に長く寄り添い、よりよく生きる日々を支えています。



具体的な取り組み事例

- つみたてPLUS ドルつみVitality P.30
- スミセイ版健康寿命レポート P.35
- CX・サービス P.40

「社会」へ広げる

企業・自治体等との共創により、地域や職場の健康を支える

自治体・企業等のビジネスパートナーとの共創を通じて、地域住民や従業員の健康増進・行動変容を後押しします。一人ひとりへの価値提供を、地域や職場へ広げることで、豊かで明るい健康長寿社会の実現に貢献していきます。

企業・自治体等ステークホルダーとの共創等

豊かで明るい健康長寿社会

具体的な取り組み事例

- 自治体との連携（Vitalityウォーク） P.32
- Vitality福利厚生タイプ P.34
- Whodo整場（フウドセイバー） P.39

「地球・将来世代」へ広げる

長期の視点で、持続可能な社会と未来の安心を支える

海外子会社を含むグループ全体で、各国・地域に根差した価値提供を進めるとともに、責任投資等を通じて社会・環境課題の解決に取り組みます。保険事業と資産運用の両面でグローバルに「安心」の価値を広げ、持続可能な社会と将来世代のウェルビーイングに貢献していきます。

海外事業・責任投資等

持続可能な社会の実現

具体的な取り組み事例

- 海外事業 P.49
- 責任投資の推進 P.48
- 将来世代に向けたFR活動 P.72





社会的価値・経済的価値の向上

社会的価値の向上－ウェルビーイング共創価値の測定－

世の中の価値観や社会環境にかかわらず、社会的価値を持続的に高めていくことが、相互会社としての当社の使命です。そこで、当社の事業活動とステークホルダーとの共創で生み出す価値を「ウェルビーイング共創価値」と定義し、定量化する取組みを開始しています。「健康増進への貢献」や「保険を通じた安心の提供」など、これまで捉えきれなかったウェルビーイングの価値を可視化・測定し、持続的向上に向けた取組みを進めることで、ウェルビーイングに貢献する「なくてはならない保険会社グループ」を目指します。

◆ ウェルビーイング共創価値とは

本取組みでは、当社が提供するサービスや仕組みを通じて、お客さま・ビジネスパートナー・地域社会など、多様なステークホルダーとの共創で社会にもたらされる価値を「ウェルビーイング共創価値」と定義し、可視化していきます。性質の異なる多様な価値を共通の尺度で捉え、金銭価値に換算することで、その規模の変化を継続的に把握していくことを目指します。

まずは当社の中核的な取組みである、「Vitality」を通じた「健康増進への貢献」の領域について、社会にもたらされるインパクトの定量化を進めています。共に生み出すウェルビーイングの価値を分かりやすくステークホルダーに示すとともに、その持続的向上を目指すことで、「なくてはならない保険会社グループ」の実現に向けた取組みを進めていきます。





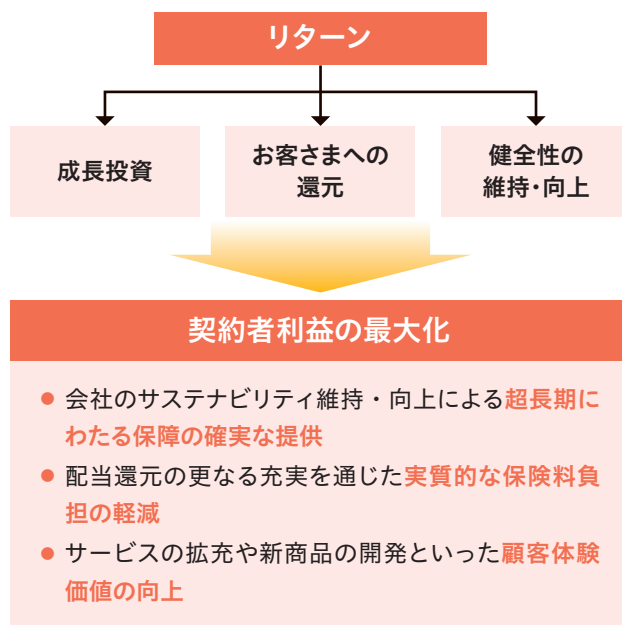
社会的価値・経済的価値の向上

経済的価値の向上 –グループEV(エンベディッド・バリュー)の安定的成長–

経済価値の安定的・持続的成長は、相互会社の本質である「契約者利益の最大化」そのものに直結するものであると考えており、当社ではこの実現を目指していきます。これを踏まえ、中長期的な目標として、EVの年平均5%成長を設定しました。

◇ EVの持続的成長を目指す意義

経済的価値(EV)の持続的成長を目指すことは、単に企業価値の向上を図ることが最終目的ではありません。EVの持続的成長は、会社のサステナビリティ維持・向上の観点や将来の還元・投資余力を確保する観点から、相互会社の本質である「契約者利益の最大化」そのものに直結するものであると考えており、当社ではこの実現を目指していきます。



◇ EVの持続的成長に向けた成長目標

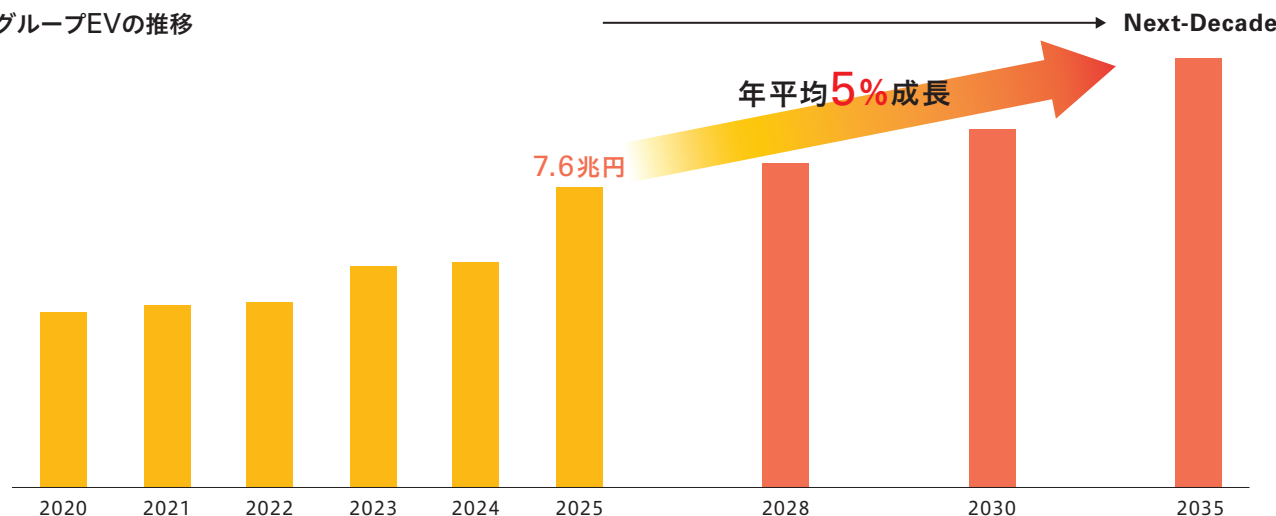
相互会社としてEVの持続的成長を目指す意義を踏まえ、将来の還元・投資余力を確保する観点から、中長期的な目標としてEV年平均5%成長を設定しました。

経済価値の安定的・持続的成長を通じて、Vision2030およびその先のNext-Decadeを見据えた強固な企業体質を構築し、サステナブルな価値提供を実現していきます。

EV(エンベディッド・バリュー)とは

EVは、計算基準日の修正純資産に、保有契約が将来生み出す収益の現在価値(保有契約価値)を加えることにより計算される、生命保険会社の企業価値を表す指標です。現行の法定会計では契約締結時に初期コストを認識し、その後の契約期間を通じて徐々に収益の認識を行います。このような期間損益構造によって、販売業績がよかった場合に、その期間の損益が悪化するということが生じます。そのため、会計上の業績から保険会社の実態評価を行うことは必ずしも容易であるとはいえません。一方、EVは過去の収益の実績に加え、保有契約が将来生み出す収益も評価に加えるため、上記のような法定会計で不足する情報を補うことができる一つの指標となり得ます。

▶ グループEVの推移



※1 住友生命グループのEVは、住友生命、メディケア生命、シメトラおよびシングライフの合算値から住友生命が保有するメディケア生命、シメトラおよびシングライフの株式の簿価を控除し算出。

※2 シングライフのEVの計算について、2024年度末より伝統的手法からEEV原則に基づく手法へと見直しを行っており、2023年度末EVについても同様の手法により再評価を実施。

※3 2025年度末EVについて計算方法を一部変更。詳細は、2026/5/26付ニュースリリース「[2025年度末ヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示](#)」を参照ください。

経営企画・財務担当役員 兼 グループ・サステナビリティオフィサーメッセージ

相互会社としての企業価値を高め、 「なくてはならない保険会社グループ」へ

住友生命グループ中期経営計画2028（以下、中期経営計画2028）では、社会的価値と経済的価値の向上を掲げています。相互会社として企業価値を向上させていくことの意義や目指す姿について、経営企画や財務を担当し、グループ・サステナビリティオフィサーも務める高尾専務に伺いました。

取締役 代表執行役専務
グループ・サステナビリティオフィサー
高尾 延治



相互会社として目指す企業価値

当社は「社会公共の福祉に貢献する」というパーパスのもと、生命保険事業を通じて、お客さまの人生に寄り添い続けてきました。現在では、生命保険を中核としながら、ウェルビーイングへの貢献へと価値提供の領域が広がっていますが、長期にわたりお客さまに「安心」の価値を提供し、社会に広げていくという使命は変わりません。

相互会社である当社が目指す企業価値は、短期的な利益や規模のみで測られるものではありません。お客さまの「よりよく生きる」につながる価値提供を通じて、使命をどれだけ果たすることができるか。それこそが、当社グループの社会的価値と考えています。

同時に、長期にわたり価値提供を続けていくためには、経済的価値の向上が重要となります。超長期にわたる保障の確実な提供や、お客さまへの配当還元、商品・サービスを通じた顧客体験価値の向上は、いずれも相互会社としての本質である、ご契約者の利益の最大化につながるものです。

社会的価値と経済的価値を向上させ、その成果をさらなる価値創造へつなげる。この循環が、当社が目指す企業価値の向上です。

中期経営計画2028における計数目標

2026年度からスタートした中期経営計画2028では、こうした企

業価値向上の考え方を経営に組み込み、社会的価値・経済的価値の両面からKGIを設定しています。

社会的価値の面からは、ウェルビーイングの価値を感じていただくお客さま数の拡大と、ウェルビーイングの質の向上を目指します。2030年のありたい姿実現に向け、2028年度末の目標をウェルビーイング価値提供顧客数（国内）1,800万名、Vitality会員数370万名と定めるとともに、海外でのウェルビーイング価値提供顧客数について、新たに2030年度末の計数目標を設定しています。

今後はウェルビーイングの質の可視化として、スミセイ版健康寿命、ウェルビーイング実感といった指標の開発も進め、商品・サービスの改善や創出につなげていきます。こうした量と質の向上を通じて、ステークホルダーと協働で社会的価値を生みだしていく。その価値をウェルビーイング共創価値として定量化し、社会的価値の拡大を目指します。

経済的価値については、長期にわたる価値提供を支える事業基盤として、2028年度にグループ保有契約年換算保険料4兆5,300億円を目指すとともに、グループEVの安定的な年平均5%成長を目指します。

実現収益としては、グループ基礎利益の3年間累計での目標を、1兆3,300億円と定めています。社会的価値・経済的価値の向上を通じて得られた実現収益を、ご契約者配当の充実や、商品・サービスの拡充・

高度化、将来の価値創造力を高める成長投資に振り向けていきます。

こうした価値向上の前提となるのが、財務健全性です。生命保険会社として、将来にわたり保険金等のお支払いを確実に果たするため、健全性確保の目線として、連結ESR（内部管理）のターゲットレンジを170%から200%とし、環境変化に耐え得る財務基盤を維持していきます。

➤ 住友生命グループVision2030および中期経営計画2028で設定した計数目標

		2028目標	2030目標
社会的価値	ウェルビーイング価値提供顧客数	1800万名(国内)	2000万名(国内) [1000万名(海外)]
	Vitality会員数	370万名	500万名
経済的価値	グループEV	安定的な年平均5%成長	
	グループ保有契約年換算保険料	4兆5,300億円	—
実現収益	グループ基礎利益	3年累計 1兆3,300億円	—

※中期経営計画2028の計数目標の詳細・考え方 P.21～22

経営企画・財務担当役員 兼 グループ・サステナビリティオフィサーメッセージ

中期経営計画2028で設定したKGIは、目指す姿を具体的な指標とし、進捗を測り、経営判断や資源配分につなげていくための羅針盤です。グループ一体となって取組みを推進し、社会的価値と経済的価値を向上させていくことで、ウェルビーイングに貢献する「なくてはならない保険会社グループ」の実現に向けた歩みをより確かなものとし、飛躍へとつなげていきます。

ウェルビーイングの土台となるサステナビリティ

当社が目指す「一人ひとりのよりよく生きる」は、健全で持続可能な社会があってこそ成り立ちます。少子高齢化や健康課題、人権問題といった社会課題や、気候変動対応、自然資本・生物多様性の損失といった環境課題は、お客さまの暮らしや将来世代の生き方に直結するものです。私がグループ・サステナビリティオフィサーとして重視しているのは、こうした社会・環境課題を、グループの長期的な価値創造に関わる重要テーマと捉え、取組みの実効性を高めていくことです。

当社のサステナビリティ経営において、生命保険事業を通じた安心の提供や健康増進への貢献は、最も本質的な社会課題解決への貢献です。Vitalityを軸とした健康寿命の延伸を、重要課題の中核と位置づけ、自治体との連携や地域の活性化、企業の健康経営支

援など、様々なサービスを通じて社会全体に健康増進の価値を拡げていきます。

機関投資家としての役割と責任投資

また当社は、多くのご契約者さまから長期資金をお預かりする機関投資家として、大きな役割を担っています。安定的な運用収益の確保に取り組むことはもちろん、長期資金の担い手として、サステナビリティを考慮した資産運用（責任投資）を推進していくことが重要です。

当社では、全ての運用資産を責任投資の対象と位置づけ、約37兆円の資産運用ポートフォリオ全体でESG要素を考慮した投融資判断を行っています。

中でも、社会・環境課題の解決を目的としたESGテーマ型投融資については、気候変動、ヘルスケア、人的資本、インフラ投資を重点領域としています。これまでの累計実行金額は、約2兆円超に及びますが、中期経営計画2028の3年間でさらに7,000億円を実行することを目標とし、積極的に推進していきます。

責任投資の実効性を高めるために重要になるのが、スチュワードシップ活動です。建設的な対話および議決権行使を通じて、投融資先企業の持続的成長や、サステナビリティ課題の解決に向けた取組みを後押ししています。中長期的な企業価値向上と、企業を取り巻く社会・経済基盤の強化につなげていきます。

こうした責任投資の取組みは、お客さまが暮らす社会の持続可能性やウェルビーイングの向上につながると同時に、長期的なリスク管理と収益機会の創出に資する取組みでもあります。今後も社会的価値の可視化と創出に取り組みながら、安定的な収益の確保を通じて、経済的価値と社会的価値の両立を図っていきます。

気候変動への対応

数ある社会・環境課題の中で、気候変動への対応は、お客さまの健康や暮らし、将来世代にまで影響を及ぼし、投融資先企業の持続的成長にも関わることから、生命保険会社として特に重要なテーマの一つです。

2050年カーボンニュートラル社会の実現に向けては、当社の事業活動や投融資ポートフォリオにおける温室効果ガス排出量に対して、削減目標を定めています。

脱炭素社会への移行に向け、再生可能エネルギーや新たな技術等への資金需要が高まっていることは、当社にとって投資機会でもあります。気候変動対応に資する投融資については、ESGテーマ型投融資の中でも個別に目標を設定し、中期経営計画期間中に累計4,000億円を実行する計画としています。投融資先企業との対話やトランジション・ファイナンスを通じて、企業と社会全体の脱炭素化に向けた取組みを後押ししていきます。

未来へつなぐ価値創造の循環

私たちは生命保険会社として、お客さまからお預かりした信頼に長期で応え続ける責任があります。その責任を果たすため、グループ全体で価値創造の実効性を高め、社会の持続可能性に真摯に向き合っていきます。

お客さま一人ひとりの人生に寄り添う「安心」の価値を高めていくとともに、その価値を社会全体、地球・将来世代へと拡げていく。その積み重ねが、未来に受け継がれる「なくてはならない」保険会社グループとしての価値になると考えています。

相互会社として、価値創造の循環をさらに高め、長期的なご契約者利益の最大化と、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

