

住友生命グループの 経営戦略

▶ 「住友生命グループ中期経営計画2028」詳細は以下から参照いただけます

中期経営計画2028 本編

2026年3月19日付
ニュースリリース



ショートムービー

住友生命公式
YouTubeチャンネル



スミセイ中期経営計画2025の振り返り	18
住友生命グループ中期経営計画2028	20
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)	24
“住友生命「Vitality」”	27
営業職員(ウェルビーイングデザイナー)	31
ホールセール	34
金融機関等代理店・保険ショップ	36
デジタルマーケティング	37
新規領域でのサービス開発	38
CX・サービス	40
対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化	41



資産運用	45
責任投資の推進	46
海外事業	49
財務・資本政策	53
社員配当	55
人的資本・人財共育	56
人財の育成	57
社内環境の整備	59
職員エンゲージメントの向上	61
人的資本・人財共育のモニタリング	62
デジタル&データ×AI	63



スミセイ中期経営計画2025の振り返り

2023年度からスタートした「スミセイ中期経営計画2025」は、「住友生命グループVision2030」の実現に向けた最初の3年間として、2030年への軌道確立する期間と位置づけ、将来への投資と事業基盤の強化を進めてきました。具体的には、「ウェルビーイングデザインへの進化」「新規領域でのイノベーションの実現」「収益構造改革」「グループ戦略」に加え、それらを推進するエンジンとして「人財共育」「デジタル&データ」の取組みに注力するとともに、その取組みをさらに加速させるためにスミセイWXの取組みを開始し、Vision2030に向けた確実な飛躍を遂げるための軌道の確立を推進しました。

◆ 経営重要指標(KGI)遂行結果

「スミセイ中期経営計画2025」では、住友生命単体の一部項目を除き計数目標を達成しました。

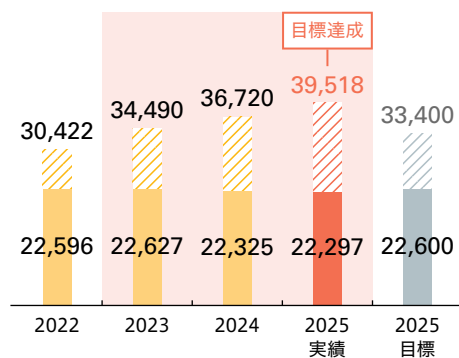
◆ 財務指標

グループ保有契約年換算保険料・グループ基礎利益については、シングライフを子会社化したことに加え、健全性を考慮しつつ収益性の高い資産ヘシフトすることで住友生命の順ぎやが拡大したこと等を要因に目標を達成しました。

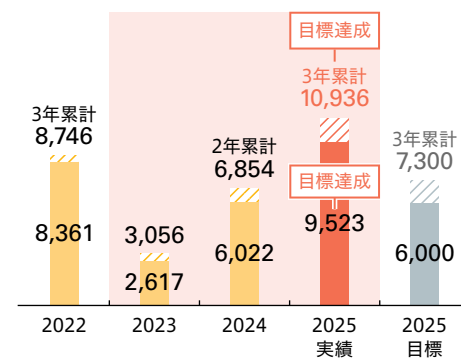
◆ 非財務指標

「住友生命グループVision2030」で掲げる目指すべき目標の実現に向けて、2025年度からスミセイWXの取組みを開始しました。Vitality体験版等によってつながったお客さまへのアプローチを強化する等の取組みにより、ウェルビーイング価値提供顧客数(国内)、Vitality会員数の目標を達成しました。

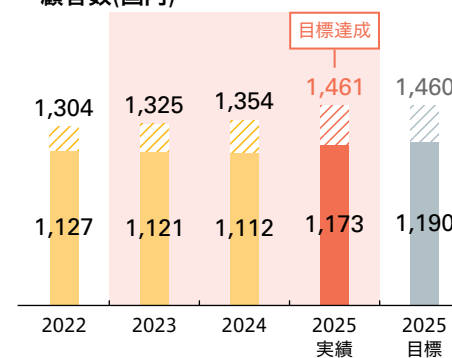
▶ グループ保有契約年換算保険料 (億円)



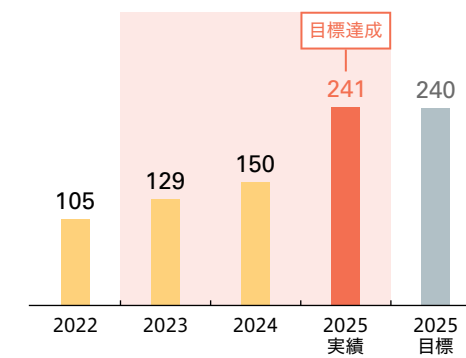
▶ グループ基礎利益 (億円)



▶ ウェルビーイング価値提供顧客数(国内)^{※1} (万名)



▶ Vitality会員数^{※2} (万名)



■+ ■ / ■+ ■ / ■+ ■ グループ ■ / ■ / ■ 住友生命単体

※1 住友生命被保険者数(企業保険・団体年金は加入者数)、提携商品契約者数、Vitality会員数、メディケア生命被保険者数、WaaS利用者数、少額短期保険・ミニ保険契約者数、ショップ子会社契約者数。うち、住友生命単体の顧客数は、住友生命被保険者数(企業保険・団体年金は加入者数)、提携商品契約者数、Vitality会員数、ミニ保険契約者数。

※2 2025年度より、過去にVitality体験版へ加入いただき、現在も継続してコンタクトしているお客さまを対象に追加。



スミセイ中期経営計画2025の振り返り

◆ 各取組みの遂行状況

ウェルビーイングデザインへの進化

- ウェルビーイングの貢献に資する商品・サービスのラインアップ拡充
- AI等を活用したコンサルティングサポートツール「いくなび」の導入
- ファイナンシャル・オフィスの拡大（東京・大阪・中部・九州）、自治体との連携による Vitalityウォークの実施
- Vitalityスマート・体験版提供をはじめとした価値提供の拡大、本社・支社一体となり価値提供の深化につなげるウェルビーイング価値提供体制の構築

新規領域でのイノベーションの実現

- 重症化予防領域における価値提供の拡大に向け、PREVENTをグループイン
- 主観的ウェルビーイングを育むスマートフォンアプリ、「シアフル」を提供開始
- デジタルマーケティングを通じた新たなお客さま接点の創出・認知度向上に向けた取組みを推進
- SMCC、Amazon等でのキャンペーンを通じた、Vitalityスマート・体験版の提供を推進

収益構造改革

- 適切なリスク管理を前提とした資産運用における収益力向上の取組み推進
- シンガポールを拠点とするシングライフを子会社化、シメトラによるディアボーングループの団体生命・就業不能保険事業買収
- 部門横断的な既存経費の合理化への取組み、収益管理のレベルアップ

グループ戦略

- シングライフ子会社化に伴う、国内相互会社初のIAIG指定。海外子会社との合同会議「3Sサミット」を開催し、共同声明の合意・公表
- GHG削減目標について、中間削減目標をグループ子会社に拡大
- グループ人権方針に基づく、人権デューデリジェンス・人権啓発を推進

人財共育

- コンピテンシー運営の導入等を通じたキャリアプランニングの推進
- 管理職共育、デジタル人財共育等、各種共育施策を実施
- 次世代のリーダーを担う人財の育成に向けた人財共育本部長と管理職の直接の対話機会の設置

デジタル&データ

- 各種お手続きが可能なアプリ「スミセイ・デジタルコンシェルジュ」をローンチ
- ウェルビーイングの質を測る指標「スミセイ版健康寿命」の開発や、医療ビッグデータを活用した「熱中症白書」「新型コロナウイルス実態調査レポート」の公表
- 「サントリー特茶キャンペーン」等、デジタル共創プロジェクトの推進

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)

- ウェルビーイングの量的進化・質的深化に向けて、スミセイWX本部を立ち上げ、ウェルビーイング価値提供をひろげる・つなげる取組みを部門横断的に推進



住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ Vision2030ではステークホルダーのウェルビーイングな姿を描き、ウェルビーイング価値提供顧客数2000万名・Vitality会員数500万名という目標を掲げてきました。「住友生命グループ中期経営計画2028」は、その実現に向けた飛躍のステージと位置づけ、量・質の両面から価値提供の高度化を図ることで、「ウェルビーイングインフラ企業」としてステークホルダーのウェルビーイングに一層貢献していきます。

また、計画の策定にあたっては、次なる10年の目線である「Next-Decade」を設定し、環境変化が激しさを増す中にあっても、常に10年先を見据えた事業の在り方を追求し、お客さまに長期にわたり寄り添い続けられる基盤を築いていきます。長期にわたる価値提供を支える事業の持続性を確保するとともに、長期的な視点だからこそ実現できる新たな価値の創出を目指していきます。

～いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」であり続けるために～





住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ中期経営計画2028（計数目標）

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、経営重要指標をグループベースで設定し、達成に向けて取り組んでいきます。社会的価値の向上に向けては、ウェルビーイング価値提供顧客数やVitality会員数の拡大を通じ、多くの人々の「よりよく生きる」に貢献していきます。経済的価値の向上に向けては、グループ保有契約年換算保険料やグループ基礎利益などの主要指標を着実に積み上げ、財務健全性を維持しながら持続的な企業価値向上を目指します。

		— Vision2030 —		
▶ 経営重要指標 (KGI)		2025実績	2028中計目標	2030目標
経済的価値	グループ保有契約年換算保険料	3兆9518億円	EV: 安定的に年平均 5% 成長 4兆5300億円	—
	ウェルビーイング価値提供顧客数 (国内)	1461万名	1800万名	2000万名 〔ウェルビーイング価値提供顧客数 (海外) 1000万名〕
社会的価値	Vitality会員数	241万名	370万名	500万名
実現収益	グループ基礎利益	4081億円	3年累計 1兆3300億円	—

▶ 健全性指標

健全性	連結内部管理ESR	197%	ターゲットレンジ: 170%～200%
-----	-----------	------	----------------------------

▶ 経営サステナビリティ指標 当事業のサステナビリティを高めるため、一定の方向感をもって取り組んでいく指標（住友生命単体）

社会的価値	ウェルビーイング指標 (スミセイ版健康寿命・ウェルビーイング実感)	ウェルビーイングの価値提供における質を計数として可視化	中長期的な向上を目指す
	NPS®・e-NPS	お客さまの推奨度を測る指標および当社グループを支える職員の状態を図る指標	中長期的な向上を目指す

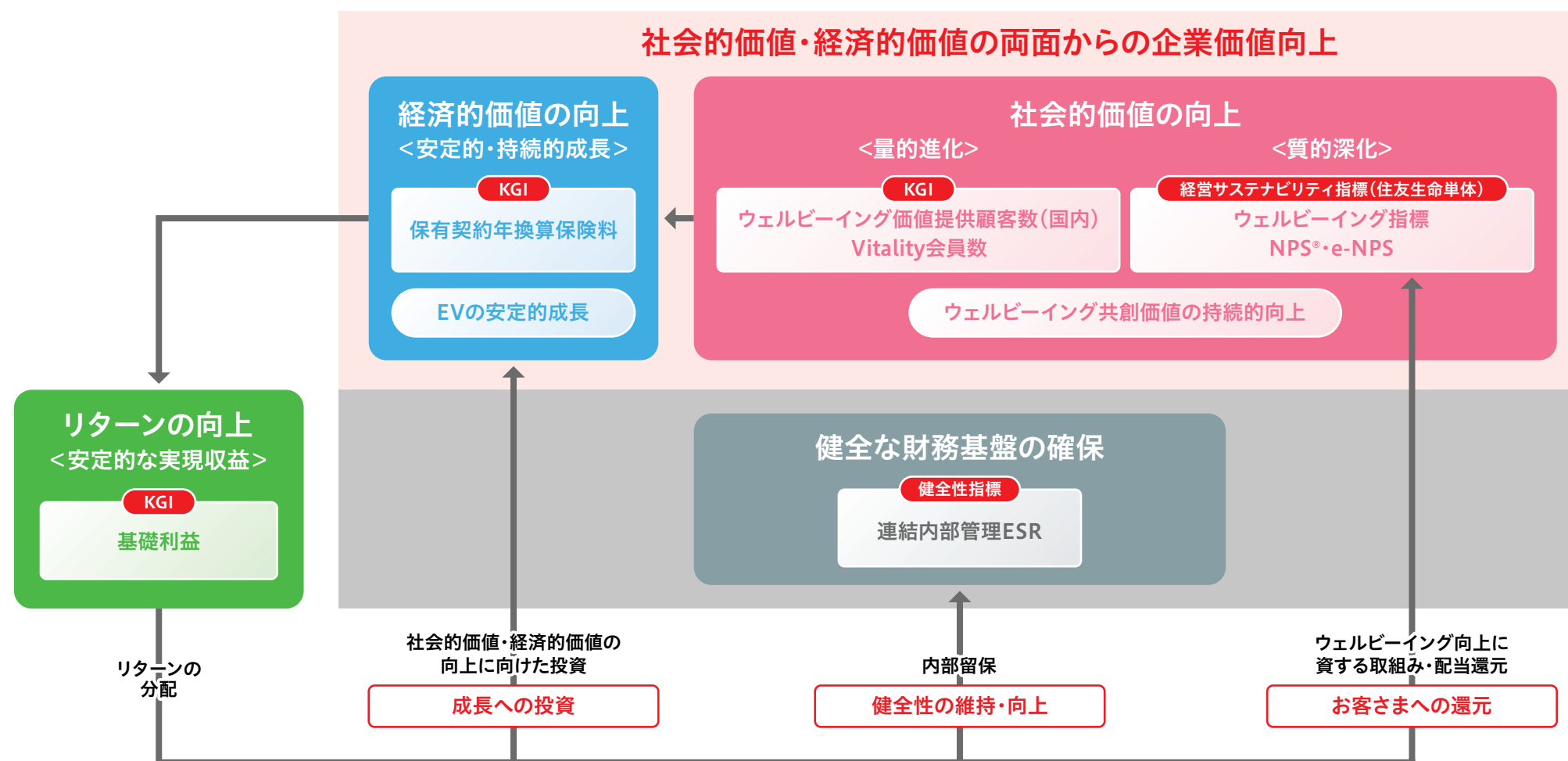
※NPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルドおよびNICE Systems, Inc.の登録商標です。



住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ中期経営計画2028（計数目標の考え方）

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するため、事業運営の根幹である収益力を強化し経済的価値を創出するのみならず、ウェルビーイングの価値を提供することで、社会的価値の向上を実現していくことを目指しています。





住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ中期経営計画2028（取組み全体像）

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、お客さま本位の業務運営とコンプライアンスを事業活動の礎とし、ウェルビーイング実感を高めることを軸としたスミセイWXを推進します。「拡・保険」の考え方のもと、チャンネル・プロダクト・サービスを一体で捉えるディストリビューション変革と、お客さまの状態や実感を可視化し、行動変容とサービス進化につなげる顧客体験価値変革を一体で進め、価値提供のあり方を変えていきます。

あわせて、各事業の成長力を高め、人的資本経営とデジタル・データ×AIにより人の強みを最大限に引き出します。経営資源を重点領域へ振り向け、事業と基盤を有機的に連動させることで、新たな軸となる価値の具体化と、持続的な価値提供を支える事業基盤の確立を進めます。

スミセイWX

Vision2030実現に向けた飛躍

P.24

ディストリビューション変革・顧客体験価値変革を中心に、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

ディストリビューション変革



顧客体験価値変革

New Value

新たな軸となる価値をグループベースで検討し、
住友生命単体の事業にも取り込んでいく

Next-Decade

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: お客さま本位の業務運営とコンプライアンスへの取組みを徹底し、社会からの信用・信頼を基盤とした誠実な事業運営を推進

持続的価値創出事業

マルチチャンネル・ マルチプロダクト戦略 P.25

社会環境・チャンネル環境の変化を踏まえた
プロダクト拡充と、最適な価値を提供できる
チャンネル強化を推進

新規ビジネス P.38

WaaSのサービス強化・お客さま拡
大に加え、本格的な収益事業化を
推進

CX・サービス P.40

お客さまのロイヤリティ向上に向け
たパーソナライズ化や、デジタル・AI
活用によるサービスの高度化

資産運用 P.45

健全な財務基盤確保を前提とした収
益力向上に取り組むとともに、責任投
資を通じ持続可能な社会実現に貢献

海外事業 P.49

海外事業推進に向けた機能強化等
を通じ、海外各社の事業を強化しグ
ループの成長を牽引

持続的価値創出基盤

人財価値向上

人的資本経営を基盤に、人とデジタル・AIの各々の強みを活か
す最適な役割分担のもと、価値発揮を最大化

～人の強みとデジタル・AI進化の融合～

人的資本経営 P.56

経営戦略に連動した人財戦略のもと、職員一人ひとりの価値向上と
人財ポートフォリオの多様化・最適化を推進

デジタル&データ×AI D&D 2.0 P.63

デジタル&データの取組みにAIを本格的に取込み、AI活用を前提に
おいた実効性の高い業務運営を実現

社会・環境課題への取組み P.66

リソースの最適化・効率化

財務戦略 P.53



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)

多様な価値提供を通じてお客さまとつながり続けるエコシステム構築を目指すディストリビューション変革と、ウェルビーイングの可視化と向上を通じて継続的な価値提供につなげていく顧客体験価値変革を中心に、一人でも多くの方にウェルビーイングの価値をお届けする「量的進化」、一人ひとりに提供するウェルビーイング価値を高める「質的深化」を軸に、住友生命の事業変革を推進していきます。

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

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 **2000** 万名
 Vitality会員数 **500** 万名

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

マルチチャネル・マルチプロダクトの取組みを土台に、販売チャネル・プロダクト・サービスを一体で捉え、お客さまに最適な形で価値を届け、コアの価値へつなげていく仕組みへ進化させる事業変革

顧客体験価値変革

📖 P.26

ウェルビーイングの価値提供の進化に向けて、お客さまの状態の可視化と行動変容の促進、お客さま接点の再設計等を一体で進め、お客さまが価値を実感し続けられる体験へと高めていく事業変革

※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

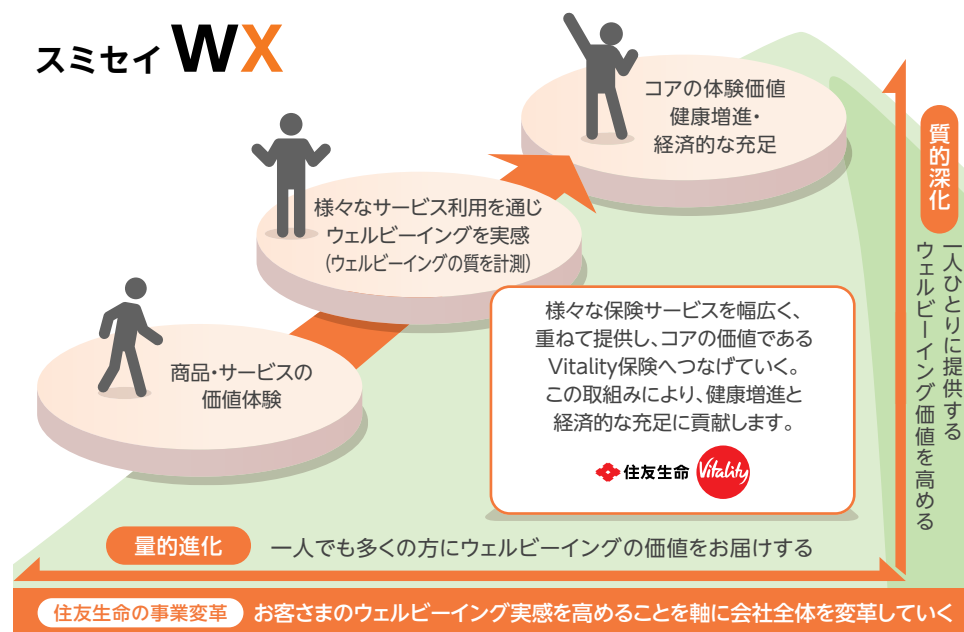
ソーシャル
ウェルビーイング

キャリア
ウェルビーイング

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(スミセイ版健康寿命、ウェルビーイング実感)の
 中長期的な**向上**

スミセイWX





スミセイWX

マルチチャネル・マルチプロダクト戦略×ディストリビューション変革

Vision2030の実現に向け、当社は各チャネルを通じたお客さまとの接点の拡大と提供価値の向上に取り組むとともに、社会環境の変化や多様化するお客さまニーズを踏まえ、万が一への備えにとどまらないプロダクト・サービスの開発・拡充を進めています。「拡・保険」の考え方のもと、多様な価値提供を通じてお客さまとつながり続けるエコシステムの構築と、保険の価値をさらに拡大するプロダクト・サービスの提供を通じて、お客さまのウェルビーイング向上に貢献していきます。

◆ 5つのウェルビーイング領域における取組みを通じたチャネルの『新化』

各チャネルを取り巻く環境変化やお客さまニーズの多様化を踏まえ、それぞれの強みを活かした価値提供を通じて、お客さまと長期的につながるエコシステムの構築を目指しています。また、CX向上やデータ活用などの横断的な取組みを通じて、チャネル間の連携を強化し、スミセイWXによるディストリビューション変革を推進していくことで、お客さま一人ひとりのウェルビーイングの実現に貢献します。

お客さま・企業
一人ひとりのウェルビーイング実現

スミセイWXによって部門横断的なディストリビューション変革を推進

営業職員 〓 P.31

- 5つのウェルビーイング領域への価値提供に向けたウェルビーイングデザイナーの『新化』
- コアの価値につなげていくことによる顧客体験価値の向上

代理店 〓 P.36

- 営業職員で得られないお客さま接点をグループとして拡大
- お客さまに選ばれる商品提供、ドルつみ Vitality提供による Vitality 会員拡大

ホール 〓 P.34

- 商品・サービスの質の向上、企業に応じたウェルビーイングへの貢献
- ウェルビーイングデザイナーの『新化』の取組みを支援

デジタル 〓 P.37

- 企業等との連携基盤を活用した価値提供機会の拡充
- デジタルを活用した商品・サービスの提供

◆ 保険の価値をさらに拡大させていくプロダクト・サービス

「拡・保険」の考え方のもと、生命保険を万が一への備えにとどまらず、お客さまのウェルビーイングを支えるプラットフォームへと進化させることを目指しています。健康増進やリスクの軽減・予防、日常生活に広がる価値提供を通じて保険の価値を拡大し、お客さまの多様化するニーズに応える新たな価値創出に取り組んでいます。

伝統的な保険事業

社会保障の補完や
セーフティネットの役割

プロダクト

万が一への備え

ヒト

保険コンサル

保険
そのものの
価値を拡大

当社が再定義する保険事業

人生のウェルビーイング
支援インフラ

プロダクト

ウェルビーイングプラットフォーム

ヒト

人生の伴走者

保険の価値を上げ、より幅広いウェルビーイング価値をお届けすることで、ウェルビーイング価値提供顧客数および Vitality 会員数のさらなる拡大を目指します。

▶ 中期経営計画2028目標

グループ保有契約年換算保険料	4兆5,300億円
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



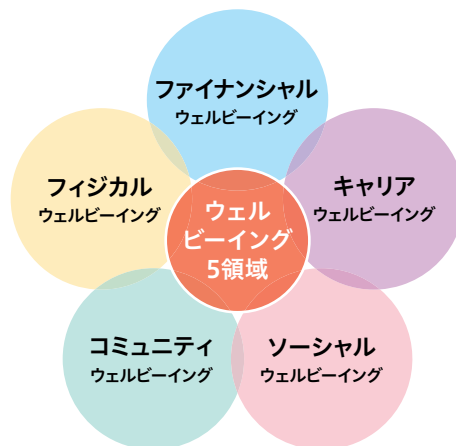
スミセイWX

CX・サービス × 顧客体験価値変革

プロダクト・サービスを通じて提供する価値が、お客さま一人ひとりのウェルビーイング向上にどのようにつながっているのかを可視化し、その状態や変化に応じた価値提供の進化に取り組んでいます。お客さまの行動変容を後押しするとともに、サービス提供接点の再設計やCXの向上を通じて、価値を実感し続けられる体験を実現することで、継続的な価値提供につなげ、「なくてはならない保険会社グループ」を目指していきます。

◆ 5つのウェルビーイング領域への貢献を通じた価値提供の進化

「なくてはならない保険会社グループ」の実現に向け、当社は保障や健康を中心とした従来の価値提供から、5つのウェルビーイング領域に貢献する価値提供へと進化を進めています。お客さま一人ひとりの状態や意向を踏まえたサービス提供とコミュニケーションを通じて価値実感を高めるとともに、Vitalityを中核としたエンゲージメント向上や行動変容の促進により、お客さまとの継続的な関係性を構築しています。こうした取組みを通じて、一人ひとりに提供するウェルビーイング価値を高め、保険そのものの価値の拡大を進めていきます。



◆ サービス提供接点の再設計

お客さまに価値を実感し続けていただくため、サービス提供接点の再設計を進めています。デジタルやAIの活用、業務プロセスの見直しを通じて、各種手続きやお問い合わせにおけるお客さま負担の軽減を図るとともに、迅速・確実・一貫した顧客体験の提供を目指します。また、コンタクトセンターの役割進化やデジタル接点の拡張・高度化を通じて、お客さまとの継続的な関係性を強化し、一人ひとりに寄り添った価値提供の実現を目指していきます。

◆ ウェルビーイングの「可視化」を起点とした新たな価値創出

お客さまに提供するウェルビーイング価値を高めるため、ウェルビーイングの可視化に向けた取組みを進めています。ウェルビーイングという目に見えない価値を可視化し、その状態や変化を把握することで、お客さま一人ひとりのウェルビーイング向上と価値実感の実現を目指しています。

その基盤となるウェルビーイング指標として、健康状態を客観的に捉える「スミセイ版健康寿命」と、人生や日常に対する主観的な充足度を捉える「ウェルビーイング実感」を開発しました。「スミセイ版健康寿命」については、Vitality福利厚生タイプ導入企業の一部を対象にスミセイ版健康寿命レポートの提供を開始しました。また、「ウェルビーイング実感」については、保険契約者を対象に測定を開始し、段階的に対象を拡大していく予定です。

ウェルビーイングの可視化の取組みを通じて、お客さまのウェルビーイングの状態や変化を継続的に把握するとともに、その結果をお客さまへ提供することで、健康増進や行動変容を後押ししていきます。また、ウェルビーイング指標の分析結果を活用しながら、お客さま一人ひとりに寄り添った取組みやサービスの改善、新たな価値創出につなげることで、ウェルビーイングの価値を実感していただく取組みを進めていきます。

より多くのお客さまにウェルビーイングの価値をお届けするとともに、一人ひとりのウェルビーイングの向上に貢献し、その価値を実感いただけるサービスの提供を目指します。

▶ 中期経営計画2028目標

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
ウェルビーイング指標	中長期的な向上を目指す



スミセイWX

“住友生命「Vitality」”

Vitalityは、「運動や健康診断などの取組みを評価する」という仕組みや、各種特典等により、楽しみながら健康になるサポートをするプログラムです。「楽しみながら、自然と健康になる」毎日をサポートすることで、「一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイング」な毎日へ貢献します。

◆ 健康寿命の延伸

日本は世界でも有数の長寿社会ですが、平均寿命と健康寿命との隔たりは小さくなく、その差を埋めていくことが社会的な課題となっています。健康寿命の延伸に貢献していくことは、お客さまと長きにわたってお付き合いをしていく生命保険の性質上、事業との親和性が高く、本来的に取り組むべき分野です。

住友生命は、健康増進型保険“住友生命「Vitality」”を軸に、社会全体への健康増進の働きかけや、健康経営の推進を行うことで、一人ひとりのウェルビーイングに貢献するとともに、「健康寿命の延伸」という社会課題の解決に取り組んでいます。

◆ “住友生命「Vitality」”とは

2018年7月に発売した健康増進型保険“住友生命「Vitality」”は、継続的に健康増進活動に取り組むことをサポートするVitality健康プログラム^{※1}を生命保険に組み込んだ商品です。保険本来の保障に加え、お客さまの日々の健康増進活動を包括的に評価し、毎年の取組実績に基づき判定されたステータスに応じて保険料の割引^{※2}を受けることができます。また、フィットネスジムの月会費割引や旅行の宿泊代金割引などの様々な特典(リワード)によって、お客さまの健康増進への取組みをサポートします。

「Vitality」は、南アフリカの金融サービス会社 Discovery Ltd.(ディスカバリー)が開発し、1997年から20年以上に亘り、南アフリカで販売されています。

また南アフリカのほか、イギリス、アメリカ、中国、シンガポール、オーストラリア、ドイツ、日本等、41の国と地域で、約4,880万人^{※3}(2025年6月末時点)に提供されています。なお、日本では住友生命が独占契約を結んでいます。

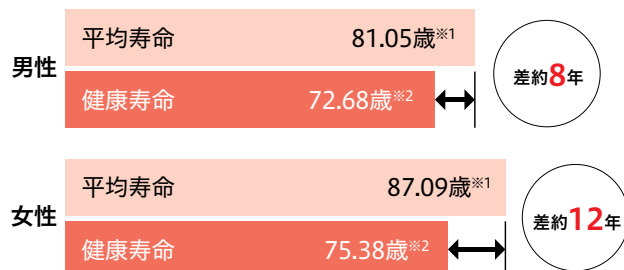
人生100年時代と言われる健康長寿社会に向けた健康意識の高まりから、健康増進に寄与する商品性がお客さまにご好評いただき、2026年3月に累計販売件数が240万件を突破し、今も好調な売れ行きを維持しています。

※1 Vitality健康プログラムの利用については、保険料とは別にVitality利用料が必要になります。

※2 保険料は割引になるケースだけでなく、ステータスによって割増になることもあります。また、割引・割増対象外の商品があります。

※3 他国で提供されている「Vitality」の種類はVitality導入各国により異なる場合があります(損害保険・健康保険等)。

▶ 平均寿命と健康寿命の隔たり



※1 厚生労働省「令和4年簡易生命表の概況」に基づき当社にて作成。

※2 厚生労働省 令和3年12月「第16回厚生科学審議会 健康日本21(第二次)推進専門委員会資料」令和元年データに基づき当社にて作成。

▶ “住友生命「Vitality」”のしくみ



スミセイWX | “住友生命「Vitality」”

◆ Vitalityが促す行動変容

Vitality会員の93%が「加入前よりも健康を意識するようになった」と回答しており、行動面の変化としても、加入時から日々の歩数が30%増加し、3年経過した時点でもその水準が維持されています。

意識が変わる

加入前よりも、
「健康」を意識
するようになった

93%

※住友生命によるアンケート調査
結果 加入以前から意識してい
ると回答した会員、ならびに住
友生命職員を除く

数値が変わる

血圧が
下がった

※10mmHg以上

50%

血糖値が
下がった

※10mg/dl以上

42%

LDLコレステロールが
下がった

※10mg/dl以上

49%

※2018年9月～2021年4月に加入された方かつ会員期間が48か月(満4年)有効である方のうち、各項目の数値が高めの方(加入1年目の健診において、収縮期血圧:140mmHg以上160mmHg未満、空腹時血糖:110mg/dl以上126mg/dl未満、LDLコレステロール:140mg/dl以上180mg/dl未満)を対象に、1年目と4年目の健診結果を比較

行動が変わる

1日あたりの
歩数の増加率

+30%

+約2,100歩

「適度な運動」を継続

1か月目
7,240歩

1年後
9,055歩

2年後
9,350歩

3年後
9,393歩

COLUMN

住友生命とPREVENTは、2025年8月、Vitality加入者の歩数増加に関する研究成果を国際誌『Preventive Medicine』で発表しました。本研究では、継続的なインセンティブが身体活動量に与える影響を36か月にわたり検証しています。

その結果、初年度に歩数が大きく増加し、その後も上昇傾向が続き、3年目には高い水準で安定しました。これらの結果から、継続的なインセンティブが健康増進に寄与する可能性が示されました。

※2021年1月から2021年6月の間にVitality健康プログラムを開始し、3年間継続した会員の36か月間の歩数傾向を分析。

※予防医学レポート第197巻、金居督之他「日本の保険ベースの健康促進プログラムにおける継続的なインセンティブの36か月間の身体活動への影響」記事108327、著作権(2025)からElsevierの許可を得て作図。



◆ 死亡率・入院率への影響

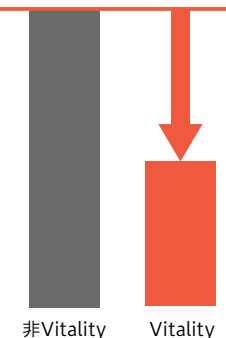
死亡率については、Vitality会員は非Vitality会員と比べて48%低く、入院率についてはVitality会員は非Vitality会員と比較して16%低いということがわかりました。

また、Vitalityゴールドステータス会員はブルーステータス会員と比べて死亡率が77%低く、入院率は51%低いということがわかりました。

死亡率

— 48%

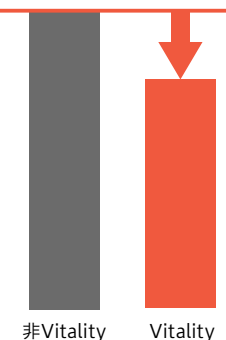
Vitalityは
非Vitalityと比べ
死亡率が低い



入院率

— 16%

Vitalityは
非Vitalityと比べ
入院率が低い



※2018年9月(Vitality提供開始)から2024年3月以前にご加入いただいた契約の、2024年4月-2025年3月の支払実績に基づき算出。

※死亡率は災害死亡を、入院率は手術・災害入院を除く。

※非Vitalityとは、Vitality健康プログラム付加対象商品のうち、Vitality健康プログラムを付加していない契約。

スミセイWX | “住友生命「Vitality」”

◆ 自分に合った形で始められる“健康増進体験の進化”

Vitality健康プログラムでは、より多くのお客さまに健康増進の価値を届けるため、ニーズに合わせた選択肢を用意しています。

Vitality未加入の方向けには、最長4週間、無料でプログラムの一部を体験できる「Vitality体験版」を提供しています。毎週設定される運動ポイント目標達成で、コンビニや人気カフェで利用できるドリンクチケット等の獲得や各種団体等への寄付も選択できる短期プログラム「アクティブチャレンジ」を通じて、生活習慣を意識し、健康増進に取り組むきっかけを提供します。

健康増進の継続を支援するプログラムとして、単独でご利用いただける「Vitalityスマート」と、生命保険とセットでご加入いただく「Vitality健康プログラム（標準プラン）」（以下「保険型」）を提供しています。Vitalityスマートおよび保険型では、アクティブチャレンジに加え、各種特典（リワード）を通じて、楽しみながら健康増進に取り組める機能を提供しています。さらに保険型では、健康への取組みに応じて毎年の保険料が変動するしくみにより、健康増進活動の定着をいっそう後押しします。



こうした「リスクを減らす」サポート機能に加えて、保険型では保障による「リスクに備える」価値をセットで提供することで、お客さまのよりよい毎日を支えます。なお、若年層や標準プランのご家族を対象に、一部特典^{※1}を低廉な利用料で楽しめる選択肢（家族プラン・ライトプラン）も設けています。

今後も各プランの充実や新たなプランの開発を通じて、Vitalityの価値を上げていきます。

生活習慣を変えるきっかけに

Vitality体験版

- ・最長4週間、無料でVitalityの一部を体験できるプラン
- ・週間目標の達成を目指す短期プログラム（アクティブチャレンジ）で、生活習慣を変えるきっかけを提供

楽しみながら健康増進を継続

Vitalityスマート

- ・Vitality健康プログラムの一部を単独で利用できるプラン
- ・アクティブチャレンジを含む一部特典^{※1}が利用可能
- ・特典（リワード）も楽しみながら健康増進に取り組みたい方はこちら



健康増進とともに安心を

Vitality健康プログラム
標準プラン（保険型）

- ・生命保険とセットでご加入するプラン
- ・ステータスに応じて保険料が割引^{※2}
1年目15%、2年目以降はVitalityの取組みに応じて変動（割引率上限30%～割増率上限10%）
- ・アクティブチャレンジを含む全ての特典^{※1}が利用可能
- ・Vitality健康プログラムによる「リスクを減らす」サポートに加え、保障で「リスクに備える」機能を提供

リスクに備える
「保障」「リスクを減らす」を
サポートする
「Vitality」

※1 Vitality健康プログラムのプランによっては、特典（リワード）のご利用条件が異なる場合があります。各プランでご利用可能な特典（リワード）については、当社ホームページ上の[「特典ご利用ガイド」](#)をご確認ください。

※2 既にVitality健康プログラム契約を締結いただいている場合は、記載の内容と異なることがあります。また、健康増進への取組みによっては保険料が割増しになり、健康増進乗率適用特約を付加しない場合の保険料を超過することがあります。毎年の保険料は割引率・割増率に基づいて算出します。割引率・割増率は、健康増進乗率適用特約を付加しない場合の保険料を基準としております。[ドルつみ Vitality](#)は保険料の割引・割増の対象外です。



スミセイWX | “住友生命「Vitality」”

SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #1

健康増進と資産形成をつなぐ、新たな価値提供

～「つみたてPLUS」が広げるファイナンシャルウェルビーイング～

2026年1月、資産形成と健康増進に一体的に取り組むことができる商品、「ドルつみ Vitality」を発売しました。本商品は、健康増進活動により獲得した特典(リワード)を資産形成に活用できる機能「つみたてPLUS」を備え、日々の健康増進を将来への備えにつなげることを後押しします。

その開発に込めた想いや営業現場・お客さまからの反応を通じて、ウェルビーイング価値提供の広がりを紹介します。



開発担当者 インタビュー

商品部
齋藤 副長



健康増進と資産形成を、身近に感じられる体験へ

「つみたてPLUSシリーズ」第一弾である「ドルつみ Vitality」は、多くの方が関心を持ちながらも行動に移しにくい「健康増進」と「資産形成」を、より身近に、無理なく始めていただくために開発しました。

どちらも将来の豊かな暮らしに欠かせないテーマですが、日々の忙しさなどから継続することは簡単ではありません。そこで、生命保険を通じて健康増進と資産形成を自然に結びつけることで、お客さまが気軽な一歩を踏み出し、無理なく継続できるきっかけをご提供したいと考えました。

健康増進を、資産形成の後押しに

本商品の特長は、保険のご契約と同時に申し込めいただく「Vitality健康プログラム」を通じた、住友生命独自の「Vitalityコイン」の活用です。日々の健康増進で獲得したVitalityコインを保険料の払込みに利用できる「つみたてPLUS」機能により、健康を目指すことがそのまま資産形成にもつながる仕組みとしました。これは、長年にわたりVitalityを展開し、健康増進型保険の価値づくりに取り組んできた住友生命だからこそ実現できた魅力だと考えています。

「つみたてPLUS」が広げる新たな価値

「つみたてPLUS」は「ドルつみ Vitality」だけでなく、さまざまな商品に应用できるように設計しています。今後は、この仕組みの適用範囲について順次検討を進め拡大を図っていくことで、健康増進や資産形成をはじめとする新たな価値をお客さまにお届けし、より多くの方のウェルビーイングに貢献していきたいと考えています。

営業現場・ お客さまからの反応

都心総合金融サービス推進室
第1営業課
高野 チームマネージャー



ファイナンシャル・オフィスでの価値提供

都心ファイナンシャル・オフィスでは、従来の生命保険だけでなく、iDeCo(個人型確定拠出年金)などの金融商品や各種サービスも含めて総合的な金融コンサルティングを行うことで、お客さまのファイナンシャルウェルビーイングへ貢献する取組みを進めています。お客さまの人生に長く寄り添う仕事だからこそ、単に商品をご提案するだけでなく、将来への不安や期待を丁寧に受け止め、一人ひとりのお客さまに寄り添うことを心がけています。

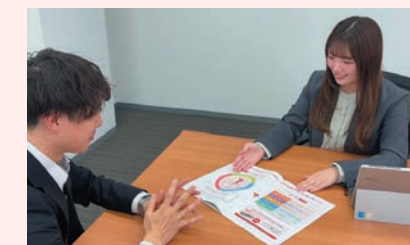
「ドルつみ Vitality」の魅力

「ドルつみ Vitality」は、将来に向けた資産形成と、日々の健康増進への取組みを一体で考えられる点が大きな魅力です。外貨での資

産形成に関心をお持ちの方はもちろん、これまで健康状態によって保険にはご加入できなかったお客さまにも、健康増進への取組みの成果が、将来の積立額の上乗せにつながる可能性があるという点を魅力に感じていただいています。

お客さまからの嬉しいお声

実際にお客さまにご案内する中でも、「気軽に始めやすい」「リワードを活用しながら積立てができるのが嬉しい」といった声をいただいています。これからも、ファイナンシャル・オフィスの一員として資産形成と健康増進の両面から、お客さま一人ひとりの「よりよく生きる」に貢献できるよう取り組んでいきます。



スミセイWX



営業職員(ウェルビーイングデザイナー)を通じた価値提供

保険のコンサルティングを起点とする経済的な安心の提供に加え、「拡・保険」を通じた多面的な安心の提供によって、お客さまのウェルビーイング向上に貢献し、「人生の伴走者」として生涯にわたり寄り添う姿を目指します。



◆ 環境認識

国内市場においては、人口減少および少子高齢化の進行を背景として、「医療」や「就労不能・介護」等の生前保障マーケットの広がりや「健康増進」意識の高まりが顕在化しています。また、長期にわたる低金利環境から「金利ある世界」への移行が進展する中で、資産形成に対する需要の拡大が見込まれるなど、お客さまのニーズは一層多様化しています。

このような環境を踏まえ、従来の生命保険領域だけでなく、お客さま一人ひとりの課題に向き合い、最適なウェルビーイングサービスをお届けしていくため、営業職員を「ウェルビーイングデザイナー」として位置付けています。職員一人ひとりがお客さまの人生に寄り添い、支えることで、「人ならではの価値」を発揮していくことが重要であると考えています。

◆ 2025年度の振り返り

2025年度は、Vision2030実現に向けた3か年計画「スミセイ中期経営計画2025」の最終年度として、ウェルビーイング価値提供の“量”と“質”をさらに高めることを目指す「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)」に取り組みました。

これまでの保険領域だけでなく、「Vitality体験版」や「Vitalityスマート」といったお客さまが運動の楽しさや特典のメリットを実感いただけるサービスを推進し、より多くのお客さまに健康増進の価値を拡大しています。

また、「資産形成」「健康増進」ニーズの高まりに対応し、2026年1月には、米ドル建て積立保険「ドルつみ Vitality」を発売し、幅広い世代のお客さまへの価値提供を実現しました。

こうした取り組みによって、「スミセイ中期経営計画2025」の目標に掲げていたVitality会員数240万名を達成し、お客さまのウェルビーイング向上への貢献を着実に進めました。

◆ 今後の取り組み

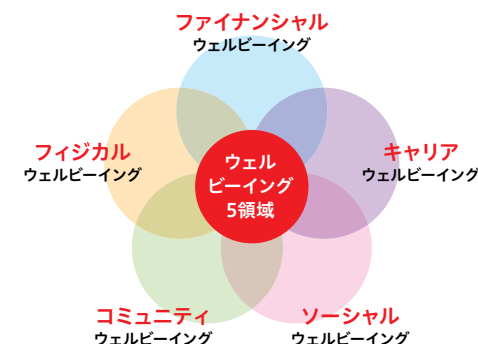
Vision2030実現に向けた飛躍を図る「住友生命グループ中期経営計画2028」においては、「スミセイWX」の取り組みをより一層加速し、5つの領域のウェルビーイングを通じた価値提供の実現に向けて、ウェルビーイングデザイナーの機能・役割の高度化を図ります。

これまで中心としてきた「保険を通じた経済的な安心(ファイナンシャル)」や「Vitalityを軸とした身体的な健康(フィジカル)」に加え、「地域に根差したサービスの提供(コミュニティ)」「お客さまのQOL向上(ソーシャル)」「就業機会の創出(キャリア)」へと貢献領域を拡大していきます。

また、営業職員による「人ならではの」価値に加え、お客さま意向に沿った「デジタル」等も活用することで、「人とデジタルが融合」したサービスの提供を推進しています。

デジタル・AIを活用した育成基盤のもと、AIによる営業ロールプレイングや活動データの分析等を通じて、営業活動を高度に支援し、営業職員による高品質で満足度の高いコンサルティングとサービスを提供していきます。

こうした取り組みによって、「拡・保険」を通じた多面的な安心の提供を実現し、お客さまのウェルビーイング向上に貢献するとともに、営業職員チャネルのさらなる強化と、地域社会との持続的な発展を目指します。





スマセイWX | 営業職員(ウェルビーイング・デザイナー)を通じた価値提供

SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #2

自治体との連携による地域への価値提供 ～「Vitalityウォーク」を通じた地方創生～

少子高齢化の進展に伴い、地域が抱える健康課題・社会課題が複雑化する中、地域社会の持続的な発展に貢献することは当社の重要な役割と位置付けています。地域の皆さま一人ひとりの行動変容を促す取組み「Vitalityウォーク」を推進し、これまでに先行実施の自治体を入れて全国108の自治体(2026年5月末時点)で実施いただいています。

今後も自治体および多様なパートナーとの共創により、地域の皆さまへ「歩く」「楽しむ」「続ける」健康づくりを提供し、地域のウェルビーイング向上に貢献していきます。

※先行実施は、1府3市自治体で実施しています。

インタビュー

自治体および多様なパートナーと各地域に健康づくりを拡げ、地方創生につなげていきます



自治体連携シニア・コーディネートオフィサー
高崎 晃子

これまでの地域貢献の取組みについて教えてください

保険会社として、営業職員の活動を通じて地域の皆さまにどのようにお役に立てるかという想いから、20年以上前から活動を推進してきました。例えば、防災・防犯・交通安全のくらしの知恵を掲載した「くらしの知恵カード(現行シート)」というカードを作成し、県警本部等と連携しながら普及・啓発活動に取り組み、全国で活用いただきました。また、先進的ながん治療に関する情報提供としてパンフレットやDVDを制作し、医療施設や専門医と連携して「闘わないがん治療」の啓発に取り組みました。こうした取組みを経て、2016年ごろから「自治体(都道府県・市)」と連携する取組みを、2022年からは地域の皆さまの健康増進を後押しする取組み「Vitalityウォーク」を推進しています。いずれの活動においても、当社ならではのコンテンツの提供を通じて、地域に貢献したいという使命感をもって推進しています。

各自治体どのように連携を進めてきたのでしょうか

「Vitalityウォーク」では、期間限定でVitality健康プログラムの一部を

体験いただくことで、「歩く」「楽しむ」「続ける」健康づくりと運動習慣の定着をサポートします。展開にあたっては、より多くの住民の方の健康増進の機会につなげるとともに、営業職員がお役に立てる環境を上げたいという想いから、2023年度から3か年で100自治体での開催を目標として、段階的な計画を策定して推進しました。導入いただくにあたっては、先行して導入いただいた大阪府をはじめ各自治体の状況や課題を踏まえた対話を意識し、提案・協議を重ねながら信頼関係の構築に注力することで、継続的な連携の土台づくりを進めました。2024年度からは、オンラインでの対話や支社との連携体制を強化し、継続的に展開できる仕組みを整備した結果、100を超える自治体での実施につながったと考えています。

▶ 2023年度からの開催実績(2026年5月末時点)

自治体数
全国**104自治体**(11県93市町)
※先行実施の自治体を除く

累計参加者数
約**60,000名**

実施支社・営業職員数
約**7,000名**(全国56支社)



▶ 参加者アンケートの結果

運動を意識
するようになった



期間終了後も
運動を継続したい



健康増進の価値が広がった手応えは感じますか

3か年の取組みを通じて、「Vitalityウォーク」の参加者数は累計60,000名を超えました。自治体からも高い評価と継続意向をいただき、参加者からのアンケートでも、多くの方から「運動を意識するようになった」「期間終了後も運動を継続したい」と回答いただき、一部の方はVitalityスマートや保険型Vitalityに加入いただくなど、健康増進活動の継続につなげていただいています。こうした結果から、活動の広がりとともにより多くの方に行動変容のきっかけとしていただき、健康増進活動という価値を届けることができたのではと感じています。

今後「Vitalityウォーク」をどのように展開していきたいですか

地域住民の健康づくり・地域の活性化は全国共通の課題です。「Vitalityウォーク」を全国で開催していく中で、自治体に加えて、民間企業、大学、NPO等と連携したプロジェクトを立ち上げ、今後も多様なパートナーとの連携をさらに拡げていきます。

また「Vitalityウォーク」は単なるウォーキングイベントではなく、連携先の文化や資源と掛け合わせることで、各地域の新たな魅力を引き出し、地域活性化につなげ、地方創生にも貢献していきたいと考えています。

今後も、各地域のイベントへの参画や、アカデミアとの連携、世界遺産登録への機運醸成等、様々な形で地方創生への貢献を図っていくことで、全国の自治体等との共創をさらに拡げます。「熱意と一丸」の信条のもと、各地域に根差したウェルビーイングサービスの提供をさらに深化させていきたいと考えています。

スミセイWX | 営業職員(ウェルビーイング・デザイナー)を通じた価値提供



SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #2

各地域での共創事例

「Vitality札幌ウェルネスウォーク2025」 地元企業参画の三者共催

2025年9月から当社と札幌市、サツドラホールディングスとの共催で開催した「Vitality札幌ウェルネスウォーク2025」では、NoMaps WELLNESS、サツドラFES、札幌マラソンにブース出展し、6,000名以上の札幌市在住・在勤の皆さまに参加いただきました。

2026年度は北海道大学も参画し、産官学四者共催でさらに規模を拡大して実施予定です。

住友生命と札幌市は、「さっぽろウェルネスパートナー協定」を締結し、札幌市民の健康寿命の延伸に向けて連携して取り組んでおります。住友生命のご協力のもと2023年から実施している「Vitality札幌ウェルネスウォーク」は、2025年には参加者が大幅に増加しました。「運動を意識するようになった」「歩く時間が増えた」との声も多く、効果的な取組みとなっております。今後も連携を深め、ともに地域の課題解決に取り組んでまいります。



札幌市長
秋元 克広 様



「あきたVitalityウォーク」 秋田県、秋田大学との初の産官学連携

2026年5月から当社と秋田県、秋田大学との産官学連携で「あきたVitalityウォーク」を実施しました。産官学連携のVitalityウォークは秋田県での実施が初めてとなります。4,500名以上の秋田県内在住・在勤の皆さまにVitalityアプリを登録いただき、ウォークを楽しんでいただいています。



秋田県では移動に車を使うことも多く、県民の平均歩数が少ないとされています。今回の取組みは、楽しみながら運動習慣を身につける絶好の機会として、多くの県民にご参加いただいており、健康課題の解決につながることを強く期待しています。



秋田県知事
鈴木 健太 様

私自身も日常の健康管理の中で「Vitality」を活用し、行動変容の有効性を実感しています。本学の医療・研究の知見を活かし、科学的根拠に基づく実効性の高い健康づくりを通じて、活力ある秋田の未来を共に歩んでまいります。



秋田大学長
南谷 佳弘 様



「四国お遍路Vitalityウォーク」 “四国遍路の世界遺産登録”の機運醸成に向けた地方創生プロジェクト

2026年4月から、当社と四国4県内自治体とNPO法人「遍路とおもてなしのネットワーク」との共催で、「四国お遍路Vitalityウォーク」を開催しています。本プロジェクトは、四国の地域資源である「お遍路」と「Vitalityウォーク」を掛け合わせ、地方創生を目指すものです。また四国遍路の世界遺産登録を応援するため、参加者数に応じた寄付の仕組みも取り入れています。

第一弾である高知県「高知家Vitalityウォーク」では、3,000名を超える高知県内在住・在勤の皆さまに参加いただきました。今後も香川県、徳島県、愛媛県での開催を予定しています。

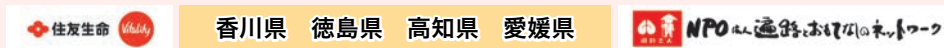


高知市内でのウォーキングイベントの様子

私もNPOは、1200年間続いている四国遍路の保存・継承と世界文化遺産登録を目指して活動しています。この度の「四国お遍路Vitalityウォーク」の四国4県での展開は、遍路文化の魅力発信に資するものとして、大変意義深い取組みと受け止めています。春の高知県のVitalityウォークにご参加された方々には、自然豊かなのどかな遍路道を歩き、四国遍路の魅力を実感していただけたと思います。これをきっかけに、四国の方々の健康寿命が延び、お遍路さんが増えることを期待しています。



NPO法人
「遍路とおもてなしの
ネットワーク」理事長
(元)R四国社長・会長
半井 真司 様





スミセイWX

ホールセール(法人のお客さまに向けた取組み)

ホールセール部門では、法人のお客さまへの健康経営サポートを通じて、「保険を通じた安心の提供」「お客さま・社会へのウェルビーイング価値提供」に取り組み、より多くのお客さまにウェルビーイング価値を提供していきます。

◆ 環境認識

企業や団体を取り巻く環境は大きく変化しています。不確実性を増す市況、AIの進化に伴うDXの加速、生産年齢人口の減少といった様々な課題に直面する中、企業が貴重な人材を確保するためには、従業員が安心して働ける環境づくりが不可欠です。

そうした中、企業福祉制度への期待や関心はますます高まっており、「健康経営®」*や「治療と仕事の両立支援」に取り組む企業は年々増加しています。

企業が従業員一人ひとりをサポートしていくためには、社会保障・企業福祉・自助努力をバランスよく組み合わせることが重要です。住友生命では、制度運営から資産運用、従業員へのサービスまで幅広いニーズにお応えし、総合的な企業福祉制度の実現をサポートすることで、企業と従業員のウェルビーイングに貢献していきます。

※「健康経営®」はNPO法人健康経営研究会の登録商標です。

◆ 団体保険・団体年金

団体保険では、「団体3大疾病保障保険(ホスピタA・ホスピタV)」が2018年の発売以来、5,500社(2026年3月末時点)を超える企業に導入いただき、「治療と仕事の両立支援」および「健康経営」に広く活用されています。

2026年1月からは、仕事をしながら家族等の介護に従事する「ビジネスケアラー」の増加といった社会環境の変化を踏まえ、団体3大疾病保障保険の付帯サービスとして、「仕事と介護の両立支援」をサポートする「あすのえがお for Biz」の提供を開始しました。これにより、これまで提供してきた「治療と仕事の両立支援」に加え、「仕事と介護の両立支援」の二つの側面からサポートが可能になりました。

また、団体年金では、近年の金利上昇を背景に、元本と一定の利率が保証される一般勘定の引受けを10年ぶりに再開しました。

引き続きお客さまのニーズに即した法人向け商品・サービスの開発に努めるとともに、総合的な企業福祉制度の実現に向けたコンサルティング・サポートを提供していきます。

◆ Vitality福利厚生タイプ

企業の「健康経営」に対する関心の高まりを受けて、従業員の健康増進をサポートする企業向けサービスとして、「Vitality福利厚生タイプ」(以下「本サービス」)を2024年6月に発売しました。本サービスは、企業の福利厚生制度の一環として導入いただき、企業が利用料を負担することで、従業員がVitality健康プログラムを利用できるサービスです。

企業に対しては、従業員のVitality健康プログラムへの取組状況について、月次・年次レポートなどを提供することで、従業員の健康増進活動の可視化にお役立ていただけます。これにより、従業員の自発的・継続的な健康増進の取組みとPDCAサイクルの推進をサポートします。

あわせて、健康増進セミナーや健康チェックイベント、健康経営優良法人認定取得サポートなどの「健康増進取組みサポートメニュー」を提供することで、従業員が心身ともに健康になることによる生産性の向上、社内ウォーキングイベントなどを通じた活発なコミュニケーションの実現、企業ブランドイメージ向上による人材採用・定着率向上などに貢献していきます。

さらに、2026年3月からは、「Vitality福利厚生タイプ総合プラットフォーム(Viプラット)」の提供を開始し、本サービスにおける各種情報・機能・コンテンツを一元管理することにより、企業主導の健康施策を支援する体制を強化しました。

本サービスは発売以来、3,500社(2026年3月末時点)を超える企業に導入いただき、社外からも表彰されるなど、多くの社会的評価を受けています。

今後も本サービスを通じて、さらに多くの方にVitality健康プログラムを提供し、多くのお客さまにウェルビーイング価値をお届けしていきます。



スミセイWX | ホールセール(法人のお客さまにむけた取組み)

SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #3

スミセイ版健康寿命レポートの提供

住友生命は、従業員の一生の幸せを願う企業さまのパートナーとして、退職後まで見据えた新指標「スミセイ版健康寿命」を開発し、Vitality福利厚生タイプを導入いただいた10社さまへ先行提供しました。人的資本経営の成果をこの共通言語で可視化することで、会社と従業員が共に未来を語り合い、支え合う場を創出します。

スミセイ版
健康寿命レポートデータサイエンスオフィサー
藤澤 陽介

私たちはVitalityを通じて、運動や健康診断のデータが、疾病や入院といったアウトカムと結びついている大切なデータをお預かりしています。その価値をお客さまへきちんと還元し、プラットフォームを拡大する好循環を生み出すことで、自然とウェルビーイングが育まれる社会を目指しています。

このレポートの開発背景

住友生命グループは「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』」を掲げ、その実現に向けウェルビーイングを軸とした事業変革「スミセイWX」を推進しています。企業の健康経営・人的資本経営を支援するため、「スミセイ版健康寿命」を開発し、スミセイ版健康寿命レポートの提供を開始しました。保障に加え健康増進活動を

後押しし、「リスクそのものを減らす」というVitalityの価値を企業向けに見える形で展開、従業員の健康支援の継続的な基盤づくりを目指します。

このレポートが提供する価値

このレポートの価値は、従業員の健康リスクや生活習慣の状況を客観的・定量的に可視化し、「スミセイ版健康寿命」延伸に向けた優先課題と具体的な取組みの方向性を示すことにあります。レポートを通じて、企業が自社の健康課題を的確に把握し、実効性のある健康増進施策につなげていただける点に価値があります。

今後の開発の方向性

今後は、比較可能性の向上、経年モニタリング、個人向けフィードバックへの展開を検討してまいります。AI・分析技術やVitalityを通じて蓄積してきた健康増進支援の知見を活用して、企業や団体の健康課題を分かりやすく可視化し、健康経営・人的資本経営の高度化に貢献してまいります。

お客さまからの反応

法人総括部
大前 上席部長代理

先行10社の皆さまとも真剣に説明を聞いておられました。自社の課題解決に対する熱意にあふれ、「こういったデータも追加して欲しい!」という前向きなご意見もいただきました。レポートをブラッシュアップし、ウェルビーイングな未来を企業さまと一緒に創り上げたいと考えています。

なぜ私たちがこのレポートを届けるのか

保険の枠を超え、従業員さまの一生の幸せを大切に想う企業さまの「最良のパートナー」でありたい。そんな思いから、私たちは退職後まで見据えた「スミセイ版健康寿命」を経営と現場が想いを共有するための指標として提案しました。

企業さまと従業員さまが「人生100年時代」をいかに豊かに生きるかという未来を共に語

り合い、支え合える場を創ること。企業さまの取組みを通じて、その先にいる一人ひとりのウェルビーイングに貢献することが私たちの切なる願いです。

先行してお届けした10社のお客さまからの反響

「定年後の人生まで真剣に考える会社だと従業員に伝えられる」「具体的な次の一手が明確になった」など、多くの期待の声をいただきました。現場の悩みに寄り添い、確かなデータに基づき健康への投資を「見える化」することで、経営層の心に響き、組織を動かす対話が次々と生まれています。

私たちが描く、健康経営の新しいカタチ

このレポートを社会の共通言語に。誰もが自分の健康を「自分事」として楽しみ、企業がそれを当たり前を支える「ウェルビーイングな社会」のインフラを目指します。Vitalityを通じて得られる確かなデータで一人ひとりのより良い明日を、全国の企業さまと共に力強く拓いてまいります。



スミセイWX

金融機関等代理店・保険ショップを通じた供給拡大

金融機関等代理店・保険ショップチャンネルでは、金融機関や保険ショップが持つ幅広いお客さま接点を活かし、営業職員チャンネルとは異なるニーズを持つお客さまに、住友生命グループの多様な商品・サービスをお届けしています。

◆ 環境認識

人生100年時代の進展や「金利のある世界」への移行を背景に、資産形成・相続・医療保障などに対するお客さまニーズは一層多様化しています。また、保険商品そのものだけでなく、比較しながら選びたい、分かりやすく相談したい、納得感を持って加入したいというニーズも高まっています。こうした変化を踏まえ、代理店チャンネルを通じた価値提供の高度化を進めています。

◆ 2025年度の振返り

2025年度は、金利環境の変化やお客さまの資産形成ニーズの高まりを踏まえ、金融機関等代理店を通じた貯蓄性商品・保障性商品の提供に取り組みました。また、メディケア生命においては医療保障・がん保障ニーズに応える商品ラインアップの拡充を進めるなど、グループとして多様な商品供給に取り組みました。一方で、お客さま本位の業務運営やコンプライアンスの重要性が高まる中、販売・管理態勢のレベルアップにも取り組みました。

◆ グループでの商品・サービス供給

住友生命では、円建・外貨建の終身保険、個人年金保険等に加え、メディケア生命・アイアル少額短期保険の商品も含めたグループの商品ラインアップを活用し、多様化するお客さまニーズにお応えしています。また、保険ショップ事業では、いずみライフデザイナーズ、保険デザインにおいて、複数の保険会社の商品を比較検討したいというニーズに応え、分かりやすく納得感のあるコンサルティングに取り組んでいます。

▶ メディケア生命保険

2010年4月に開業し、保険ショップ、インターネット保険サイトや金融機関等の募集代理店を通じ「自分にあった商品を主体的に選択したい」というお客さまに対し、主力商品の医療終身保険「新メディフィットA」等のシンプルでわかりやすい商品を機動的に提供しています。



メディケア生命

<https://www.medicarelife.com/>

▶ アイアル少額短期保険

少額短期保険業者ならではの機動的な商品開発力を活かし、身近なリスクやニーズにお応えする保険商品を開発しています。代表的な商品として、「賠償保険付き 愛ある賃貸火災保険」、妊産婦の方向けの医療保険「ディアベビー」等を、デジタル保険としてはキャッシュレス決済サービス「PayPay」アプリ内の「PayPayほけん」専用商品として、医療保険「熱中症お見舞い金」「インフルエンザお見舞い金」等4商品を提供しています。



アイアル少額短期保険

<https://www.air-ins.co.jp/>

◆ 代理店の自立支援と募集品質向上

代理店チャンネルにおいては、単なる商品供給にとどまらず、代理店が自立的かつ適切に保険募集を行えるよう、支援のあり方を進化させていきます。全国のホールセラーによる商品・販売実務・コンプライアンス研修や、金融機関専用サポートデスクを通じた照会対応に加え、代理店の自立的な募集活動を支える販売サポート方法の見直しや、募集支援の高度化を進めています。これらを通じて、代理店における募集品質向上とお客さまへの分かりやすい情報提供を支援していきます。

◆ 今後の取組み

今後は、グループ各社の商品開発力と、金融機関等代理店・保険ショップの幅広い顧客接点を活かし、より多くのお客さまに安心と満足をお届けしていきます。また、健康増進や資産形成を組み合わせた商品・サービスの提供、Vitalityをはじめとするウェルビーイング価値の提供、代理店の自立支援等を通じて、代理店チャンネルを住友生命グループの価値提供を広げる重要な接点として進化させていきます。お客さま本位の業務運営とコンプライアンスを事業活動の「礎」とし、代理店との適切なパートナーシップのもと、お客さま一人ひとりのよりよく生きるに貢献していきます。

スミセイWX



デジタルマーケティングへの取り組み

「住友生命グループ中期経営計画2028」においてスミセイWXを推進し、ディストリビューション変革を実現するため、デジタルマーケティングへの取り組みを通じた商品・サービス提供に取り組んでいます。

◆ デジタルを活用した“Vitality健康プログラム”の提供

お客さまの健康増進活動により幅広く貢献するため、Vitality健康プログラムを単独で利用できる「[Vitalityスマート](#)」を2023年4月から提供開始いたしました。更に多くのお客さまにご利用いただく観点から、2024年7月よりWeb上で直接お申込みいただける対応を実施いたしました。

なお、プログラムの一部を無料で最長4週間体験できる「[Vitality体験版](#)」につきましても、Web上で直接お申込みいただけます。

こうした中、Vitality体験版をご利用いただいたお客さまからは「体験後も継続してVitality健康プログラムを利用したい」といった声を多数いただいております。より幅広いお客さまの健康増進活動に貢献するため、2026年1月より申込日から1か月間無料で一部機能を体験できる「[Vitalityスマート\(トライアル期間付\)](#)」を提供しております。

また、Vitalityを活用した協業商品として、「Vポイント」がお得に貯まる三井住友カード会員さま向けの「Vitalityスマート」専用プラン「[Vitalityスマート for Vポイント](#)」を三井住友カード株式会社と共同で開発し、2023年10月より提供しております。

加えて、ランナーがよりスマートに楽しく走る日常をサポートするため、協業商品の第2弾として、「Vitalityスマート」と株式会社ラントリップが提供するランナー向けサービス「Runtrip PREMIUM」を組み合わせたコラボ商品「[Runtrip PREMIUM Plus powered by Vitalityスマート](#)」を2026年1月から販売しております。



「[Vitalityスマート for Vポイント](#)」
(2023年10月販売開始)



「[Runtrip PREMIUM Plus powered by Vitalityスマート](#)」
(2026年1月販売開始)

◆ デジタルチャネル専用保険商品の提供

主に投資未経験の若年層を応援する観点から、投資よりもリスクが少なく、貯金よりもお金が増える「貯金以上、投資未満。」という今までにない新しい概念をコンセプトにした「[Chakin\(無配当災害死亡保障付積立保険\)](#)」をデジタルチャネル専用商品として2025年3月に発売いたしました。

「Chakin」につきましては、2026年 オリコン顧客満足度®調査 積立保険(専門家評価)で第1位を獲得するなど大変ご好評いただいておりますが、2026年5月1日以降申込分より(契約日は2026年6月1日以降)、市中金利の上昇を踏まえ予定利率を見直し、満期時の受取率を109.3%に引き上げました。『いつ解約しても払い込んだ保険料が100%以上戻ってくる』『満期まで積み立てればしっかり増える』といった特長がご好評を得ています。

Chakinと楽しく、安心して接することができるように、
イメージキャラクターとして誕生した
「チャキンちゃん」



協業商品としては、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社と共同開発した「[めまもりほけん](#)」を2024年10月から提供しております。本商品は、①目の治療に特化した、②エンベデッド・インシュアランス(組込型保険)という2つの生命保険業界初*となる商品です。※住友生命調べ(2024年10月時点)

また、住友生命グループ子会社のアイアル少額短期保険は、お客さまニーズの多様化やデジタル化に対応していくため、お客さまの生活シーンに合わせたシンプルで分かりやすい商品を決済サービス「PayPay」上で提供しています。本商品は、PayPay保険サービスと開発・提供しており、2022年4月に専用商品第1弾の医療保険「[熱中症お見舞い金](#)」の発売を皮切りに、合計4商品を展開しております。日常的なリスクを簡単な申込操作で備えていただける商品性がご好評をいただいております。

今後も保険そのものの価値を高め、お客さまのウェルビーイングに貢献する「[拡・保険](#)」の考え方のもと、お客さまの多様なニーズに応える取り組みを推進してまいります。



スミセイWX

ウェルビーイングに貢献する新規領域でのサービス開発

一人ひとりのよりよく生きるに貢献するためにWaaS (Well-being as a Service)の開発に取り組み、実装につなげるとともに、新規領域におけるサービスを充実させることで、住友生命グループのサービスを受けていただけるお客さまの拡大を図っています。

◆ WaaS(Well-being as a Service)の取組み

身体的、精神的、社会的、経済的に満たされた「一人ひとり
のよりよく生きる＝ウェルビーイング」を支えるWaaS (Well-
being as a Service)をエコシステムとして展開することで、従
来の保険領域を超えて、未来に続く住友生命ならではの価値
の実現を目指しています。

中核となる“住友生命「Vitality」”の推進に加え、「病があっても幸せに(Disease Management)」、「齢を重ねても幸せに(Wellness Life、Well-Aging)」、という領域でオープンイノベーションを推進しています。

具体的なサービスとしては、子会社であるPREVENTと共同で生活習慣病の重症化予防サービスの社会実装事業を推進しているほか、不妊治療に取り組みやすい職場の風土づくりを支援するサービス「Whodo整場(フウドセイバー)」の提供を進めています。

今後も、お客さま一人ひとりに応じた新たな領域での価値提供を進めることで、より多くのお客さまに質の高いウェルビーイング価値をお届けし、住友生命ならではの価値創造につなげていきます。



◆ オープンイノベーションの推進(CVC)

スタートアップ企業とのオープンイノベーションによる新たな価値創造を加速するため、CVC(コーポレートベンチャーキャピタル)を通じてこれまでに23社(2026年4月末時点)のスタートアップへの投資を実行し、うち1社がIPO(新規上場)を実現しています。



◆ ウェルビーイングに気づき・育む
スマートフォンアプリ「シアフル」

2025年9月、主観的ウェルビーイングを体感し育むことを支援するスマートフォンアプリ「[シアフル](#)」をリリースしました。タイプ診断を通じてお客さまのウェルビーイングの状態を可視化し、一人ひとりに合わせたアクションを提案します。また、日々の取組みを振り返る機能により、季節やライフステージに応じて変化するウェルビーイングの状態に気づくきっかけを提供します。

こうした体験を通じて、お客さまがウェルビーイングをより身近に感じ、自分自身のよりよく生きることに向けた行動に繋がっていくことを後押しします。



「シアフル」アプリの
ダウンロードは
こちらから



 スミセイ Innovation Challenge

スミセイ Innovation Challengeは、将来の収益につながる事業の創出、イノベティブな人財の育成、社会のニーズの変化に応え続ける企業風土の醸成を目的として、2020年度から開始したプロジェクトです。

社内から新規事業アイデアを募集し、ブラッシュアップや審査を経て、通過したアイデアは事業化の検討へ進みます。開始から6年間で約720件の応募があり、現在2件が事業化に至り、7件が事業化に向けた検討を進めています。

Voice



2025年度「スミセイ Innovation Challenge」最優秀賞受賞者

契約サービス部兼新規ビジネス企画部
〈2026年度から新規ビジネス企画部を兼務〉

吉田 職員

知人から、ご家族の介護をしながら働いている話を聞き、同じような状況にある方々を支えられないかという想いで「介護と仕事の両立支援」をテーマに応募しました。検討過程では、仕事との両立に悩む方々へのインタビューを重ねる中で実情に触れ、一層その想いが強くなりました。

今回の応募を通じて、アイデアを事業として形にすることの難しさと面白さを学びました。「誰に、どのような価値を届けるのか」を考え抜く中で、日常の情報やサービスを見る視点にも変化がありました。支えていただいている方々への感謝と責任を胸に、事業化検討を通じて、お客さまや社会に新しい価値をお届けできるよう取り組んでまいります。

スマセイWX | ウェルビーイングに貢献する新規領域でのサービス開発



SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #4

Whodo整場 (フウドセイバー)

「不妊治療と仕事の両立支援」に取り組む企業に対し、3～5年の中長期で職場の風土づくりを伴走するサービス「Whodo整場」を2023年から提供開始しています。本サービスを通じて、「不妊治療と仕事の両立」という社会課題の解決や、いつかは子を持ちたいと思う人への早期啓発により、一人ひとりが望む「理想のライフプラン」実現を後押しします。WaaS(Well-being as a Service)における「Wellness Life」の取組みの一つとして、DE&Iや人的資本経営の基盤となる風土づくりを支援し、企業で働く人々のウェルビーイング向上に貢献していきます。



開発者 インタビュー

新規ビジネス企画部
鳥居 部長代理



不妊治療は通院頻度や心身の負荷が大きく、離職やキャリア断絶に繋がりがやすい一方、これまで「個人的なこと」として職場で話題にしばらくの間、上司・同僚の理解不足や相談しづらさから制度が活用されず、人的資本経営上のリスクとなっています。こうした課題に対し、DE&Iや人的資本経営の観点から、従業員のライフとキャリアを一体で支える必要性が高まり、その解決策としてWhodo整場を開発しました。

Whodo整場は、4つのコンテンツを企業の取組みステージに応じて組み合わせ、段階的に職場の風土づくりに伴走する点が特長です。「お互いさま」の意識と心理的安全性の高い企業文化の醸成を重視し、当事者だけでなく上司・同僚・経営層を含めた全社アプローチを行います。

開発にあたり、企業側のニーズを捉えるまでに多くの対話と事例の蓄積を要しました。公平性が求められる福利厚生ではなく、3～5年の伴走支援プロ

グラムとすることで、企業側の導入ハードルを下げる工夫などを行いました。結果として、男性従業員比率が高く、多様な人材が活躍できる企業への改革を目指す企業に導入いただく事例も多く、試行錯誤を重ねてきたことに手応えを感じています。

今後も、不妊治療・プレコンセプションケアを起点に蓄積した知見を他のライフイベント領域にも展開し、社会課題そのものの縮小を目指しています。

Whodo整場のコンテンツ

組織診断レポート	各種セミナー
セルフチェック検査キット	オンライン相談窓口

オンライン相談窓口



導入いただいた お客さま企業からのお声

鹿島道路
鹿島道路株式会社
人事部 ご担当者様



Whodo整場にはオンライン相談窓口に加え、匿名でアンケートを実施できる機能や、セミナーの実施を通じて理解促進につなげられる仕組みがあります。また、専用サイト内のコンテンツの閲覧数等から社員の関心の変化を捉え、風土醸成の進捗を“見える化”できる点も心強いです。当社が抱える課題の解決に向けて有意義なプログラムであると感じております。

企業風土の醸成には、従業員の理解促進だけでなく、従業員を支える制度整備も不可欠であると考えています。今後は、従業員が抱える悩みや実情を把握し、それをさらなる制度改革へとつなげることで、「お互いさま」の気持ちを自然に共有できる環境整備を目指し、DE&Iおよび健康経営の推進に取り組んでまいります。



株式会社CIJ
総務人事部 ご担当者様



当社では、不妊治療に加え、妊娠・出産、育児・介護・病気などのライフイベントと仕事との両立支援や、社員の健康課題の改善等を目的に導入しました。

専門家による相談支援や情報提供を通じて、社員一人ひとりの状況に応じたきめ細かなサポートを実現するとともに、動画配信やリアルセミナーで日常的な学びの機会を提供し、相互理解を深める取組みとして活用しています。

Whodo整場を頼れる伴走者として、社員のニーズに応じた支援メニューを拡充し、エンゲージメントを高め、「ずっと働き続けたい」と思える会社の実現を目指してまいります。



スミセイWX

お客さま体験価値(CX)を高めるサービス提供

「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、お客さま一人ひとりに寄り添った体験価値(CX)の向上を重要テーマと位置づけています。今後もCXを起点に、お客さまから選ばれ続ける生命保険会社を目指していきます。

◆ お客さま体験価値(CX)の向上

お客さま一人ひとりに寄り添った体験価値(CX)の実現のため、全社横断組織を設置し、サービス向上に取り組んでいます。CX向上においては、「人ならではの価値」と「デジタルの活用による利便性」を両輪で高めることを重視しています。人の領域では、営業職員による定期的な「スミセイ未来応援活動」等を進めるとともに、デジタルでは、各種手続きの電子化や「スミセイ・デジタルコンシェルジュ」の展開により、時間や場所を問わずスムーズにご利用いただける環境を整備しています。

加えて、健康増進型保険「Vitality」を通じ、日常の行動そのものが前向きな体験となる仕組みを提供していくことで、人とデジタルを融合した新たなサービス提供を進めています。

これらの取組みにより、お客さまからの推奨度やウェルビーイングの実感向上につなげるとともに、お客さまアンケートを起点に、各種データ分析を通じて課題を把握し、施策の立案・実行・検証を行うサイクルを回すことで、サービスの改善につなげていきます。

◆ スミセイ未来応援活動

ご加入いただいているお客さまに、営業職員による定期的な「スミセイ未来応援活動」を実施しています。

定期訪問では、お客さまに寄り添った対話やコンサルティングを通じて、ご加入内容をご理解いただくとともに、現在の保障が最適であるかの診断や、給付金等のご請求漏れがないかの確認、ライフイベントに伴う各種手続きの確認、各種サービスの情報提供を行っています。

これらの取組みを通じて、お客さまが安心してご契約を継続していただけるよう努めていくことに加え、「また来てほしい」と価値を感じていただける機会の提供に取り組んでいます。

また、「スミセイ未来応援活動」とあわせて「スミセイ未来応援サービス」をご案内しています。定期訪問時のスミセイ・マイルの進呈や、お客さまとご家族のライフイベントをお祝いするライフステージギフトの提供などを通じて、お客さま一人ひとりに寄り添うアフターフォローの充実に取り組んでいます。

◆ スマートフォンアプリを活用した利便性向上

お客さまニーズや生活スタイルの多様化に対応し、利便性のさらなる向上を図るため、2024年度からお客さま向けスマートフォンアプリ「[スミセイ・デジタルコンシェルジュ](#)」を提供しています。2025年度末には、100万名を超えるお客さまにご利用いただいています。

生体認証機能を活用したログイン機能を備え、スミセイダイレクトサービス(インターネットサービス)を含む各種サービスをスムーズにご利用いただけます。保険商品の資料請求、保険プラン作成の依頼、契約申込までワンストップのお手続きに加え、加入後の保全手続・給付金請求等にも対応しています。

さらに、オンラインでの健康相談やセカンドオピニオンの相談予約など、契約者さま・被保険者さま・ご家族向けの様々な商品付帯サービスも本アプリからご利用いただけます。

今後も「いつでも繋がる総合窓口」として、お客さまに寄り添ったサービスの提供や搭載機能を拡充していきます。



スミセイWX

対談
企画

スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける



住友生命保険相互会社
執行役常務 WX本部長

堀 竜雄

公益財団法人 Well-being for Planet Earth 代表理事
住友生命ウェルビーイングアドバイザー

石川 善樹氏

住友生命は、2030年にありたい姿として「なくてはならない保険会社グループ」を掲げ、一人でも多くのお客さまにウェルビーイングの価値を届けるとともに、その価値をより確かな実感へとつなげていくことを目指しています。その鍵となるのが、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）と、ウェルビーイングの質を捉える二つの指標「スミセイ版健康寿命」と「ウェル

ビーイング実感」です。見えにくい価値をどのように測り、経営やサービスの進化につなげていくのか。WX本部長としてスミセイWXを担当する堀常務と、ウェルビーイングアドバイザーを務める石川善樹氏に伺います。

スミセイWX

対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける

量を拡げ、質を深める

ー 近年、ウェルビーイングを掲げる企業は増えています。ウェルビーイングを掲げることには、どのような意味があると感じますか。

石川氏: ウェルビーイングに資する取組み自体は、多くの企業がすでに何らかの形で行っています。では、あえてウェルビーイングを掲げる企業は何が違うのか。私は、何のために企業活動を行うのか、改めて本質に立ち返ろうとしている企業なのだと思います。

ウェルビーイングは新しい言葉で、最初は少し分かりにくい。だからこそ、「それは何か」「自分たちは何を指すのか」と問い直すきっかけになります。SDGsという言葉が広がったことで、従来の環境活動の意味を改めて考えるようになったのと同じです。あえて新しい言葉を使うことで、取組みの本質を見つめ直す。ウェルビーイングを掲げることには、そうした企業姿勢が表れているのだと思います。

堀: 住友生命にとって、ウェルビーイングへの貢献は、決して新しい言葉に合わせて始めた取組みではありません。私たちは、創業以来「社会公共の福祉に貢献する」ことを大切に、生命保険事業を通じて、お客さまの人生に長く寄り添ってきました。

一方で、時代とともに、お客さまの不安や課題は変化しています。経済的な備えを提供するだけでなく、健康増進や日々の暮らし、社会とのつながりまで含めて、一人ひとりの「よりよく生きる」に貢献していく必要があります。その考え方を具体的に示したものが、グループVision2030です。より多くの方にウェルビーイングの価値をお届けするため、2030年に目指すウェルビーイング価値提供顧客数2,000万名、Vitality会員数500万名という高い目標を掲げ、着実に歩みを進めています。

ー まずはウェルビーイングの価値を、より多くの方に届けていくということですね。そのうえで、なぜ今ウェルビーイングの「質」を可視化するのでしょうか。

堀: 「なくてはならない」存在になるために、単にお客さまの数を増やせばよいのかといえば、そうではありません。お客さまが実際に価値を感じ、よりよく生きる実感を持っているか。そこを見なければ、私たちが目指すウェルビーイングへの貢献とは言えません。そこで、実際にお客さまの状態や実感を捉え、商品・サービスや顧客接点、社内の意思決定を変えていく事業変革「スミセイWX」を進めています(〓 P.24)。

現在特に注力しているのが、ウェルビーイングを測る指標の開発です。一つは、客観的なフィジカル面を捉える「スミセイ版健康寿命」。もう一つは、お客さま自身がどのように感じているかを捉える「ウェルビーイング実感」です。これらの指標を通じて、お客さまの状態や変化を把握し、商品・サービスや接点を磨いていきます。測って終わりではなく、経営に組み込み、事業を変え、お客さまの実感や体験価値の向上につなげていくことが、スミセイWXの目的です。

ー 価値提供の質を高めるために、お客さまの状態や変化を捉えるところから進めていくということですね。社外アドバイザーの視点から、ウェルビーイングを測る住友生命の取組みをどのように見えていますか。

石川氏: 生命保険の歴史を紐解くと、この業界はそもそも生死を「測る」ことから始まっています。ある年に生まれた人々が何歳で亡くなるのかを、統計で捉える「生命表」から、近代的な生命保険の仕組みが生まれました。その後、単に生きているか、亡くなっているかだけではなく、生きている間の健康状態はどうか、健康の中にどのようなグラデーションがあるのか、という観点から、測定精度が高まってきました。

客観的な健康状態を捉える「健康寿命」や、本人が日々をどう感じ、どのように生きているのかを捉える「ウェルビーイング実感」は、その延長線上にあるものです。そこに生命保険会社が踏み込んでいくことは、人生に長く寄り添う事業の進化として、とても自然な流れだと思います。



健康寿命を、行動変容の起点に

ー ウェルビーイングの質を測る具体的な取組みの一つが、「スミセイ版健康寿命」です。企業や従業員にとって、どのような価値を提供するものなのでしょうか。

堀: 5つのウェルビーイング領域のうち、ファイナンシャルウェルビーイングは、保険の本業として長く取り組んできた領域です。経済的な備えや資産形成を支えることは、生命保険会社としての重要な役割です。そこにVitalityが加わったことで、フィジカルの領域、つまり健康増進を通じてリスクそのものを減らす価値も提供できるようになりました。その価値を拡げる中で、企業の健康経営や人的資本経営を後押しするサービスとして展開しているのが、「Vitality福利厚生タイプ」というサービスです。

導入いただいた一部企業を対象に、2026年2月から「スミセイ版健康寿命レポート」を先行して提供する取組みを始めています(〓 P.35)。本レポートでは、従業員の健康状態を客観的・定量的に把握し、健康寿命の延伸に向けた優先課題や具体的なアクションを提示します。

健康診断結果や生活習慣に関するデータなどをもとに、企業単位で、従業員の健康寿命や健康課題を可視化することで、施策の効果が表れているかを確認できます。例えば、これまで健康施策が単発のイベントにとどまっていた企業でも、自社の健康課題が見えることで、どの層に、どのような働きかけを優先すべきかを議論できるようになります。従業員にとっても、会社から一律に健康づくりを求められるのではなく、自分自身の状態を知り、無理なく行動を変えていくきっかけになります。

スミセイWX

対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける

― 数字として示すことで、企業と従業員が「では何を変えるか」を考えるきっかけにする、ということですね。石川先生は、企業単位で健康寿命を捉える意義をどう考えますか。

石川氏: 企業における健康の捉え方は、大きく変わってきました。かつて健康は、職場環境や安全衛生という観点から、「管理」する対象でした。そこから、従業員の健康が生産性や組織の持続性にも関わるという認識が広がり、「健康経営」という考え方が生まれました。従業員の健康は、管理するものから、経営として投資するものへと変化してきたのです。

企業にとっては、「そもそも健康とは何か」「なぜ従業員の健康が大切なのか」という本質を改めて問い直すフェーズにあると言えるでしょう。「スミセイ版健康寿命」は、企業に新たな気づきをもたらす指標になるのではないのでしょうか。経営者にとっては自社の健康課題を具体的に考えるきっかけになり、従業員にとっては、やらされ感ではなく、自分自身のよりよい生活につながるものとして健康づくりに取り組む入口になる。健康経営をいま一度、本質に立ち返らせる有効なツールだと感じています。

堀: レポートを提供して終わるのではなく、健康増進やくらしを支えるサービス群である「WaaS (Well-being as a Service)」も、課題解消に向けた具体的なソリューションとして提案していきます。例えば、体重管理に課題がある企業であれば、その改善に向けた取組み

をご提案します。生活習慣の改善が必要であれば、Vitalityの仕組みや、当社グループが持つサービスを組み合わせて、改善に向けた提案をしていきます。

従業員一人ひとりの健康づくりを後押しし、行動変容につなげていく。その積み重ねを通じて、企業の健康経営や人的資本経営の高度化を支援することが、当社ならではの価値だと考えています。

スミセイ版健康寿命

健康診断結果・生活習慣等をもとに、
健康寿命の水準・課題を可視化する指標

主な対象	Vitality会員
算出・把握方法	Vitality総合チェック等のデータをもとに算出

“実感”が映し出す、一人ひとりの豊かさ

― さきほどの「スミセイ版健康寿命」に加えて、「ウェルビーイング実感」という指標を開発中ということですが、なぜ二つの指標が必要なのでしょう。

石川氏: 日本における「健康寿命」は、平均寿命という客観的なデータと、「日常生活で誰かの助けを必要とせずに自立して暮らしているか」という主観的な調査結果を、組み合わせた指標です。ただ、そこからさらに考えるべきことがあります。誰の助けも借りずに生活できていれば、それだけで本当に幸せなのか、という問いです。自立して生活していても、孤独や不安を抱えている方はいます。一方で、病気や障がいがあったり、誰かの助けを借りながら生活していたりしても、生き生きと暮らしている方もたくさんいます。健康寿命だけでは、こうした「プラス側」の人生の豊かさを十分に捉えきれません。

― 自立して生活できているかだけでは、その人がよりよく生きていると感じているかまでは分からない、ということですね。

石川氏: そうです。「ウェルビーイング実感」を測ることは、本人が自らの人生や日常をどう感じているかを見ることです。平均寿命・健康寿命に加えて、実感という視点が入ることで、長い人生をより希望を持って歩むための手がかりが得られます。

堀: 客観的に幸せに見えることと、本人が幸せと感じていることは同じではありません。主観的な状態を捉えるためには、アンケート調査などを通じてお客さまご自身の実感を伺う必要がありますが、そこには難しさもあります。さまざまな切り口からお客さまにお聞きし、どのように「ウェルビーイング実感」を捉えるのか、試行錯誤を重ねています。

― 堀常務は、「ウェルビーイング実感」をどのように事業へ活かしていこうと考えていますか。

堀: 主観的な指標である「ウェルビーイング実感」は、お客さまに「昨年より数値が上がりました」とお示しすることが、必ずしも価値になるとは限りません。私たちが重視しているのは、「ウェルビーイング実感」の測定を、顧客体験価値の向上につなげることです。

たとえば、あるサービスを利用したお客さまの実感が高まっているのであれば、その価値をさらに磨く。一方で、利用していても実感につながっていないのであれば、接点のあり方や説明の仕方、サービス内容を見直す。測定結果を商品・サービスや接点の改善に活かし、必要であれば会社の仕組みやリソース配分も見直していくことで、改善の循環につなげていく。そこまで踏み込んでこそ、トランスフォーメーション(事業変革)になると考えています。

石川氏: 「ウェルビーイング実感」という主観的な指標を考えるうえで、どの時間軸で捉えるかも重要です。今の瞬間に幸せを感じられることと、10年後に振り返ってよかったと思えることは、必ずしも同じではありません。

▶ 先行提供している「スミセイ版健康寿命レポート」
(画像はイメージ)

スミセイWX

対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける

石川氏：アドバイザーとして私が感じているのは、住友生命の「時間軸」の強みです。測定ができて、ウェルビーイングを高める具体的なサービスにつながらなければ、測定の意義が十分に発揮されません。お客さまの一生という長期の時間軸を得意とする生命保険会社だからこそ、長い人生にわたって寄り添えるということは大きな意味があると思います。

ウェルビーイング実感は、まだ開発途上です。住友生命をはじめ、今後具体的な測定や関連サービスが出てくることで、健康寿命のように社会に根付き、発展していくことを期待しています。



ウェルビーイング実感

お客さまの人生や日常に対する実感を捉え、
当社の取組みによる貢献度等を把握する指標

主な対象	ウェルビーイング価値提供顧客 (保険顧客から段階的に拡大)
算出・把握方法	お客さま向けアンケート等により把握

測ることを起点に、未来の価値提供へ

ー ここまで、ウェルビーイングの「質」をどう測り、価値提供に活かしていくかを伺ってきました。その取組みは、今後どのような拡がりを持つのでしょうか。

石川氏：ウェルビーイングを測ることは、単に数値を管理することではありません。何を大切に、何をよりよくしていくのかを、企業とお客さま、社会との間で共有するための共通言語を持つことだと思います。

ウェルビーイングという言葉は、時代とともに変わるかもしれませんが。しかし大切なのは、その奥にある「一人ひとりの人生や社会を、どうよりよくしていくのか」という本質に向き合い続けることです。住友生命には、測定や指標づくりにとどまらず、その結果を日々のサービスやお客さまとの関係の中で活かし続けてほしいと思います。

堀：まさにその通りで、測ることはゴールではなく、価値提供を進化させるための出発点です。「スミセイ版健康寿命レポート」を通じて企業や従業員の健康課題を捉え、「ウェルビーイング実感」の測定・分析を通じて、お客さまが実際に価値を感じているかを把握する。そして、その結果を商品・サービスや接点の改善に活かし、顧客体験価値の向上につなげていくことが重要だと考えています。

ー 一人ひとりへの価値提供を磨いていく。その積み重ねを、住友生命としてどのように捉えていくのでしょうか。

堀：「スミセイ版健康寿命」や「ウェルビーイング実感」は、お客さまや企業に対して、私たちがどのような価値をお届けできているかを捉えるための指標です。一方で、その積み重ねは、企業や地域、社会との関係の中でも意味を持つものだと考えています。

私たちは、ステークホルダーと共に生み出すウェルビーイングの価値を「ウェルビーイング共創価値」と位置づけています( P.13)。経済的価値だけでは捉えきれない社会的価値として、まずは健康増進分野から定量化を進め、取組みが人や社会にどのような変化を生み出しているのかを捉えていきます。

こうした価値を測ることも、単に数字として示すためではありません。社会にとって意味ある価値をさらに高め、よりよい価値提供へつなげていくための取組みだと考えています。

石川氏：企業活動が人や社会のウェルビーイングにどのようにつながっているのかを考えることは、これからの企業経営にとって大きな

意味があります。財務的な成果だけでなく、人や社会にどのような変化を生み出しているのか。その価値が見えるようになれば、企業が社会に果たしている役割や存在意義が、より分かりやすく伝わっていくのではないのでしょうか。

特に住友生命は、生命保険会社として一人ひとりの人生に長く寄り添う存在であると同時に、相互会社として、中長期の視点でお客さまや社会に向き合えることも強みです。だからこそ、ウェルビーイングの質を測り、価値提供を磨き、その先にある社会価値を捉えていく取組みには、大きな可能性があると思います。

堀：私たちが目指しているのは、「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』」です。ウェルビーイングは幅広く、ときに抽象的な概念です。だからこそ、具体的に測定し、改善していくことが欠かせません。

「スミセイ版健康寿命レポート」の展開や、「ウェルビーイング実感」の測定・分析は、そのための重要な起点です。測り、気づき、改善し、よりよい体験としてお届けしていく。その循環を重ねることで、お客さま一人ひとりに寄り添う価値を高めるとともに、企業や地域、社会と共に生み出す価値へと上げていく。それは、万が一への備えにとどまらず、人生や社会に安心の価値を上げていく「拡・保険」にもつながるものです( P.12)。

スミセイWXを通じて、ウェルビーイングの価値を測り、磨き、住友生命ならではの体験としてお届けしていく。その積み重ねによって、お客さま一人ひとりの「よりよく生きる」に、これからも長く寄り添っていきます。





資産運用

安定的な収益確保と確実な保険金等のお支払いの実現を図るため、健全な財務基盤の確保を前提として、資産運用ポートフォリオの収益力の向上とリスクコントロールの強化に取り組んでいます。また、責任ある機関投資家として、資産運用全体を責任投資と位置づけ、社会的価値・経済的価値の創出を積極的に推進しています。

◆ 基本方針と取組みの方向性

契約期間が長期にわたる生命保険契約の負債特性に応じ、資産を管理するALM(資産負債の総合的な管理)の推進を基本方針として、安定的な収益確保と確実な保険金等のお支払いの実現を図るため、長期の公社債や貸付金などの安全性の高い資産を中心とした投資を行います。さらに、許容されるリスクの範囲内で収益の上乗せを図るため、株式や外国債券などへの投資を行います。

こうした方針のもと、資産運用ポートフォリオを保険金等の確実な支払いに資することを目的とした「ALM運用ポートフォリオ」と、企業価値の持続的向上を目的とした「バランス運用ポートフォリオ」の2つに区分し、それぞれの運用目的に応じて「資産運用収益力向上」と「リスクコントロールの強化」を推進しています。また、責任ある機関投資家として、中長期の安定的な運用収益の確保と持続可能な社会の実現への貢献の両立を目指しています。

「収益力向上」「リスクコントロールの強化」

資産運用ポートフォリオを2つに区分し
それぞれの運用目的に応じた運用を一層推進

2つのポートフォリオ	ALM運用ポートフォリオ	バランス運用ポートフォリオ
運用目的	保険金等の確実な支払いに資すること	企業価値の持続的向上に資すること
運用手法	長期保有前提の投資	市場見通しに応じた機動的な運用
主な対象資産	日本国債／クレジット資産／不動産	内外株式／オープン外債／為替ヘッジ付外債

◆ 環境認識と今後の取組み

2025年度は、国内長期金利が大きく上昇する一方、円安基調が続き、内外株式は企業業績拡大期待等を背景に上昇しました。今後は、国内金利は上昇圧力を受けつつ高止まり、為替は円安圧力が残りやすい一方、堅調な企業業績を背景に内外株式は底堅い展開を見込みますが、地政学リスク等の高まりには引き続き注意が必要です。

今後の取組みとしては、2025年度に引き続き、ALM運用ポートフォリオでは、為替変動リスクを排除しつつ米国事業債の厚いスプレッドを享受できる通貨スワップ付外貨建事業債や、為替ヘッジコストの変動の影響を受けにくい変動金利のクレジット資産の活用を進め、市況変動の影響の抑制と収益力向上を図ります。

バランス運用ポートフォリオでは、機動的な運用を行い、収益向上を図ります。

◆ グループでの運用力向上

当社は2022年以降、米国グループ会社であるSymetra Investment Management Company (SIM) へ、海外社債やバンクローン、ミドルマーケットCLO(ローン担保証券)の運用を委託しています。特に海外社債の運用についてはSIMへ全面委託し(委託規模:約3.7兆円)、個別銘柄の分析能力向上と投資対象銘柄の拡大を進めることで、資産運用収益力向上とリスクコントロール強化を図っています。

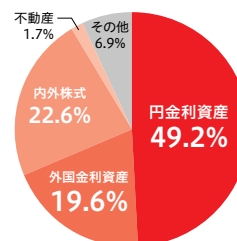
また、当社からSIMに人財を派遣し(運用委託開始以降計15名)、日米両社の知見・リソースを活用することで、当社の運用高度化を実現するとともに、国際的な経験と専門性を備えた人財の育成を通じて、グループ全体の持続的な運用力向上や更なるグループシナジーの創出に貢献していきます。

▶ SIMに出向・駐在中の職員



▶ 一般勘定資産の構成比

(単体・2025年度末時点)



資産運用 | 責任投資の推進

◆ 資産運用立国実現に向けた取組み

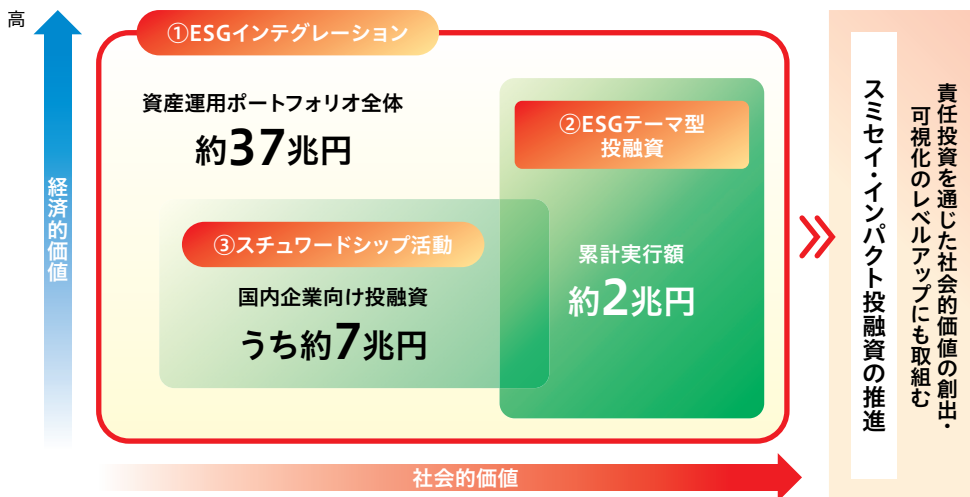
お客さまの資産形成に資する魅力のある商品を提供するための資産運用力の向上に取り組むとともに、多様な資産への投資や責任投資を推進することで、経済の好循環実現とウェルビーイング価値の提供を目指します。

◆ 責任投資の推進

一人でも多くの方にウェルビーイング価値を提供し、そして、その価値を高めていくためには基盤となるサステナブルな地球・社会の実現が重要です。その実現に向け、資産運用ポートフォリオ全体で責任投資を推進し、社会的価値および経済的価値の創出・向上に取り組んでいます。具体的には、主にESGインテグレーション^{※1}、ESGテーマ型投融資、スチュワードシップ活動に取り組んでいます。

責任投資を通じて、日本の産業競争力強化に繋がるGX、インフラ等の政府戦略分野への資金提供を行うとともに、投融資先企業との建設的な対話を通じて中長期的な企業価値向上を促していくことで、資産運用立国実現による経済全体の成長や持続可能な社会の実現への貢献にも繋がるものと考えています。

※1 投融資判断等において、ESG要素を体系的に考慮すること。



経済の好循環実現とウェルビーイング価値の提供



①商品・サービスの提供
魅力的な商品提供によるお客さまの
ファイナンシャルウェルビーイングへの貢献

②資産運用力向上の取組み
新興資産運用会社の発掘など
多様な資産への投資、責任投資の推進

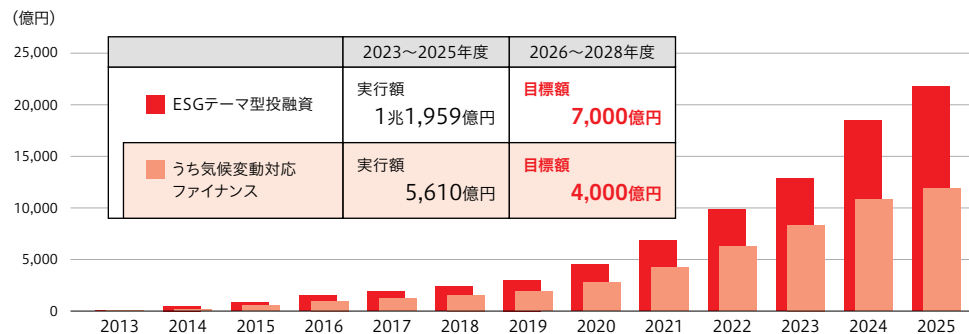
③金融リテラシー向上への貢献

● ESGテーマ型投融資

社会課題の解決に貢献する投融資を「ESGテーマ型投融資」と位置付け、目標額を設定し、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投融資を推進していきます。世界共通で喫緊の重要課題である気候変動対応については、個別の目標額を設定し、脱炭素社会の実現に向けて企業のGHG排出削減を支援するトランジション・ファイナンスに積極的に取り組んでいます。

今後は、気候変動領域に加え、サステナビリティ重要項目の「健康寿命の延伸」に繋がるヘルスケア領域の案件発掘にも注力していきながら、さらなる社会的価値の創出と可視化に向けて、スミセイ・インパクト投融資を推進していきます。

▶ ESGテーマ型投融資の累計実行額の状況(2026年3月末時点)



スミセイ・インパクト投融資

ESGテーマ型投融資のうち、インパクト^{※2}創出の意図があり、インパクトの測定・開示が行われている案件(将来的なインパクトを見込む投融資も含む)

※2 投融資が環境・社会・経済に与える影響・効果のこと。

資産運用 | 責任投資の推進

◆ 責任投資の推進

● スチュワードシップ活動

企業の持続的成長は、健康で安心して暮らせる社会・環境を支える商品・サービスやインフラの充実、働く人々の賃金・やりがいの向上、さらに地域コミュニティの活性化や地方創生を支える資金循環の拡充に繋がります。このような好循環は、一人ひとりのウェルビーイングを支える社会・経済基盤の強化に寄与するものと考えています。この認識のもと、投融資先企業との建設的な対話および議決権行使を通じて、中長期的な企業価値の向上と持続的な成長の実現を後押しするスチュワードシップ活動を推進しています。

対話の基本的な考え方

投融資先企業ごとに事業環境や成長ステージ、抱える課題は異なるため、対話では個別の企業分析に基づいて、投資家としての問題意識や要望をお伝えしながら、重要テーマを深掘りしていくことを基本姿勢としています。

また、企業の持続的成長および中長期的な価値向上には、社会・環境の持続可能性が不可欠であり、企業が短期的な利益の追求にとどまらず、重要なサステナビリティ課題について、自社への影響と社会・環境への影響の両面を把握し、目標設定や情報開示、経営資源の適切な配分を進めることが重要と考えています。

▶ 対話の主なテーマ・視点

経営戦略・資本戦略	- 経営理念・パーパス等の設定と社内浸透 - マテリアリティの選定および事業ポートフォリオ戦略
ガバナンス	- 取締役会機能の明確化（監督機能と執行機能のバランス等） - 社外取締役の機能発揮 - 取締役のスキルマトリクス、取締役会の多様性 等
環境社会	- 気候変動対応と経営戦略との結び付き - GHG排出量削減への取組み、自然・生物多様性保全への取組み - サプライチェーンの人権・労働環境問題への取組み - DE&Iを含む人的資本経営の推進 等

▶ 対話数

年度（7月～翌年6月）	2020	2021	2022	2023	2024
企業価値向上のための対話	105	119	143	119	99
議決権行使のための対話	170	175	139	136	120

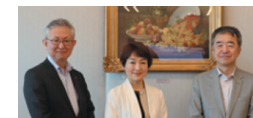
※スチュワードシップ活動の詳細につきましては、[責任投資活動報告書](#)もご参照ください。



● 社外視点を交えた責任投資のレベルアップ

責任投資委員会

責任投資委員会は、委員の過半を社外有識者で構成し、議決権行使の妥当性や利益相反管理をはじめ、責任投資活動全般を幅広く審議しています。審議内容は、責任投資の透明性・実効性向上や活動全般のレベルアップに活用しています。



左から
三浦委員長、金野委員、國部委員

▶ 責任投資委員会メンバー

三浦亮太 委員長	三浦法律事務所弁護士	社外
國部克彦 委員	神戸大学大学院経営学研究科教授	社外
金野志保 委員	金野志保はばたき法律事務所弁護士	社外
藤村俊雄 委員	住友生命執行役常務（資産運用部門担当）	社内

▶ 意見交換のテーマ例

2024年度	企業の競争力発揮（稼ぐ力）に向けた取締役会の役割 責任投資活動における情報開示の課題
2025年度	中長期的な責任投資活動の振返りと今後の方向性 社会的価値創出と企業価値向上との連動



▶ 責任投資委員会での議論が対話のレベルアップに繋がった事例

【テーマ】取締役会の実効性向上

- ・社外取締役も積極的に取締役会のアジェンダ設定に関与することが望ましい。
- ・日本では執行サイドが市場拡大に向けた大胆なリスクテイクを行うケースが少なく、経営陣に適切なリスクテイクを促すことも社外取締役の役割の一つ。
- ・女性取締役比率など定量的指標にとどまらず、経営戦略の文脈で各取締役の選任理由等についても対話で深掘りすることが重要。

取締役会の実効性改善に向けた対話ポイント集を策定して対話に活用



SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #5

責任投資を通じたウェルビーイング価値の創出

住友生命では、投融資先との対話と企業へのファイナンスを通じて、中長期の安定的な運用収益の確保と、持続可能な社会の実現との両立を目指しています。責任投資を通じて、気候変動、ヘルスケア、人的資本、インフラ投資の各領域を中心に、ウェルビーイングの基盤づくりに取り組んでいます。

エンゲージメント活動

バランスファンド運用部
石井 次長



投資先企業と継続的に対話し、経営戦略やガバナンス、人的資本、気候変動対応などの改善を後押しする取組みです。

企業との対話(エンゲージメント)を通じて生まれた具体的な変化や効果について教えてください。

形式的なガバナンス対応や短期的な業績改善の要請にとどまらず、投資先企業が中長期的に企業価値を最大化していくための方策を「ともに考える」ことを大切にしています。具体的には、資本収益性(ROE・ROIC)や市場評価(PBR)、成長戦略上の課題を抱える企業に対し、事業ポートフォリオの見直し、最適な資本配分、人財戦略、取締役会の実効性向上、気候変動対応など、「稼ぐ力」と「持続的成長」に直結するテーマについて経営層と継続的に議論しています。対話の成果は直ちに数字に表れるものばかりではありませんが、企業側の課題認識の明確化、非財務情報開示

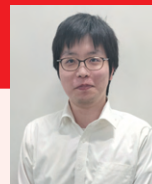
の充実、具体的な経営戦略への反映など、本質的な変革に向けた前進を実感することができます。今後も、対話の準備・実行・評価・次期アクションへの反映というPDCAを徹底し、実効性を高めていきます。

今後の企業との対話において、特にどのような点を強化し、ウェルビーイングの向上につなげていきたいと考えていますか。

「稼ぐ力(経済的価値)」と「社会的価値」を切り離すことなく、経営戦略の根幹として一体で対話していく点です。真のウェルビーイング実現には、個人の健康や経済的安定に加え、社会や地球環境の持続可能性が不可欠です。従って、資本効率やガバナンスに加え、人的資本、DE&I、人権、気候変動、自然資本・生物多様性への対応を重要な経営課題として位置づけます。特に人的資本やDE&Iは、「住友生命グループVision2030」において「人財の活性化、エンゲージメントの向上」をウェルビーイング貢献領域の一つとして掲げているように、従業員の働きがいやイノベーション創出につながる重要テーマです。経営層との対話を通じて、投資先企業の価値創造と社会全体のウェルビーイング向上に貢献していきます。

インフラ・エクイティファンド投資

ALM証券運用部
松下 副長



エネルギーや輸送・通信などのインフラ事業に対し、主に未上場企業を通じて資金を供給する投資です。持続可能な社会の実現や社会課題の解決に直結する投資であることから、ポジティブ・インパクトと運用収益の両立を目指し積極的に推進しています。

投資先を選定する際、どのような点を重視していますか。

インフラ・エクイティファンド投資においては、期待されるリターン水準感だけでなく、投資先が社会・環境にとっていかに重要な役割を果たしているか、またどのようなポジティブ・インパクトを創出可能かという点を重視し

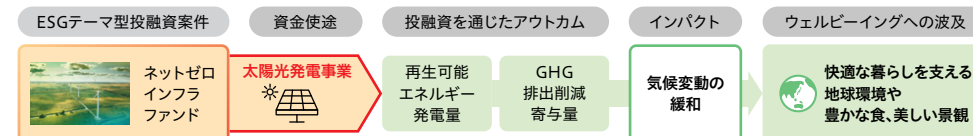
ています。その上で、当社と親和性の高い一貫した投資哲学が浸透している運用会社のファンドを選択しています。

ウェルビーイング創出のために、どのような領域やテーマに重点的に取り組んでいきたいですか。

今後は、脱炭素社会への移行や、社会インフラ・デジタルインフラの高度化といった領域に重点的に取り組んでいきたいと考えています。例えば、再生可能エネルギーへの投資は気候変動対応に、データセンターや通信インフラへの投資はデジタル社会の発展に、交通や上下水道等への投資は安心・安全で持続可能な生活基盤の確保に寄与すると認識しています。

これらの分野は、人々の生活の質の改善や経済活動の基盤強化を通じてウェルビーイング価値の向上につながるものであり、今後もこうした領域への投資を通じて、持続的にウェルビーイングを創出する社会基盤の強化に貢献していきます。

ESGテーマ型投融資のウェルビーイングへの貢献例



写真提供: IFMインベスターズ



海外事業

グループ中期経営計画2028では、海外事業を「グループを支える成長事業」と位置づけ、海外生保市場の収益性・成長性を取り込むことを目的として、北米・アジアを軸に海外事業を展開しています。海外出資先との長期的なパートナーシップを構築し、各社の企業価値向上を通じて収益基盤の拡充を図るとともに、協働して「保険を通じた安心」等を提供していくことで、グループ全体でグローバルにウェルビーイングの価値提供を広げていきます。

◆ 海外事業の取組方針

少子高齢化や人口減少等の環境変化を踏まえ、当社が長期にわたり安定的に事業を運営していくためには、収益基盤を拡充していくことが重要です。そこで、規模・成長性の観点から優位性が見込まれる北米・アジアを軸に、海外事業を展開しています。海外市場の収益性・成長性を取り込むことで、グループの収益基盤を拡充するとともに、事業ポートフォリオの地域的分散を図っています。

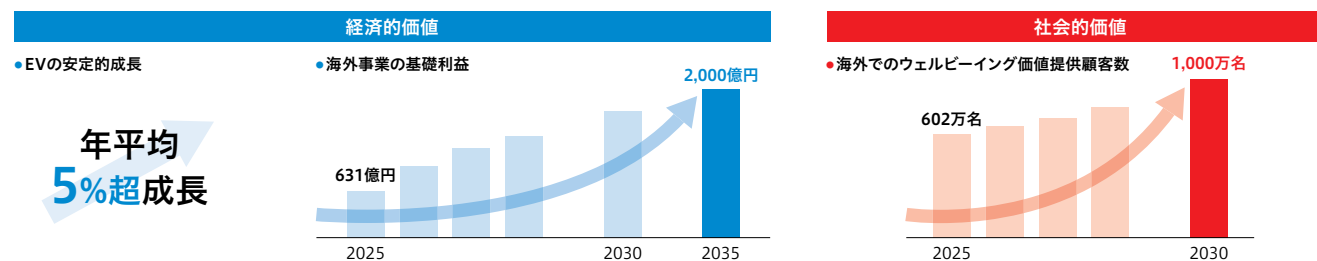
北米では、2016年にシメトラを完全子会社化し、安定的な収益基盤の維持・拡大に取り組んでいます。株価や金利等の市場環境や経済情勢を踏まえ、持続的な成長に向けた取組みを推進するとともに、シメトラの投資顧問子会社であるシメトラ・インベストメント・マネジメント・カンパニーを通じた資産運用分野における当社との協働（[P.45](#)）など、グループシナジーの発揮に向けた取組みを継続しています。

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、成長性の高い市場における事業展開を進めています。シングライフが有するデジタル・テクノロジーを活用したビジネスモデルや、多様な販売チャネル・金融ソリューションの強みを活かし、顧客基盤の拡大と収益向上に取り組んでいます。また出資先のバオベトHD、BNIライフ、PICC生命についても、経営への参画、技術援助、人材交流等を通じて、各社の企業価値の向上を図っています。

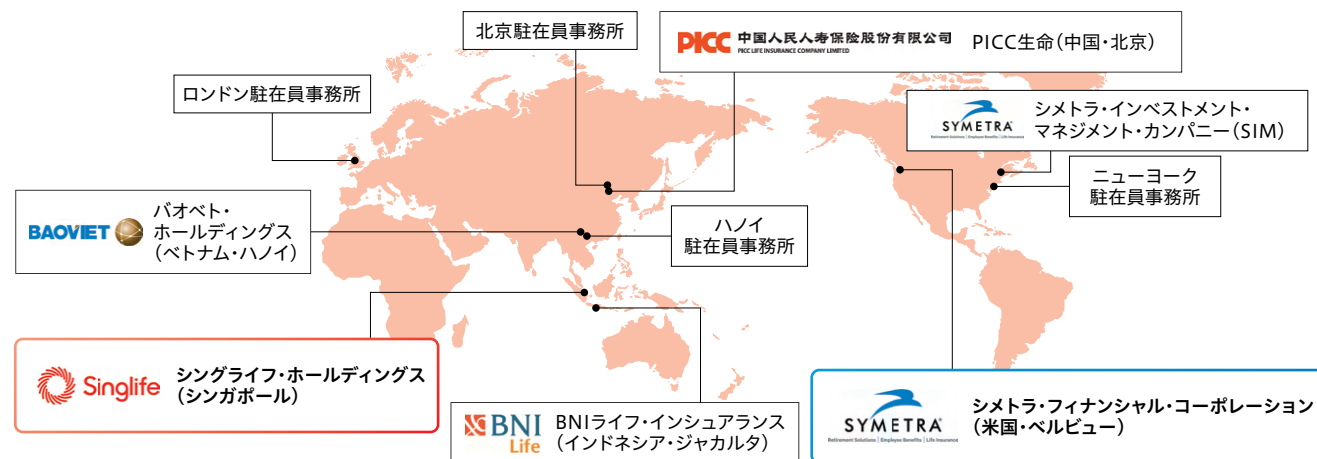
さらに、商品・サービス、資産運用、デジタル・テクノロジー等の分野で連携を深め、グループシナジーの発揮に向けた取組みを進めています。こうした既存の出資先における企業価値向上に向けた取組みに加え、新規M&Aについても引き続き検討していきます。

◆ 海外事業の長期的目標

海外事業の長期的目標として、EVの安定的な5%超の成長と基礎利益 2000億円（2035年度）の実現を目指します。またグループVision2030で目指す「ありたい姿」実現のため、海外でのウェルビーイング価値提供顧客数の目標を1000万名（2030年）と設定し、取組みを進めています。



▶ 海外進出先（2026年4月現在）



海外事業

シメトラ(米国)



シメトラは、1957年設立の生命保険グループであり、米国50州およびコロンビア特別区全域で事業を展開しています。個人年金部門・企業保険部門・個人保険部門の3事業を通じたパランスの取れた事業ポートフォリオによる安定した収益性と、保守的な資産運用方針等に基づく高い健全性を有しています。

◆ CEOメッセージ



シメトラ
マーガレット・マイスターCEO

Margaret Meister
(President and
Chief Executive Officer)

シメトラは2016年に住友生命グループの一員となって以来、強固なパートナーシップのもとで、着実な事業成長を続けてきました。さらに地域社会で果たす役割の重要性を理解し、業界での存在感を高めるため、意欲的な成長目標を掲げています。

2030年を見据えたシメトラの新たな中長期戦略ビジョン“Symetra Empowers 2030”では、“お客さまを金銭的不安から解放し、ウェルビーイングの実現を支える”という住友生命グループと共通の理念のもと、グループに不可欠な存在となるための変革を進めていきます。2025年に買収したディアボーン生命の団体生命・就業不能保険事業の統合に加えて、新商品の開発や、強力なパートナーシップ維持、お客さまや販売パートナーに利用いただけるデジタルサービスの拡充にも取り組んでいきます。こうした変革と成長の中においても、「価値(Value)・透明性(Transparency)・持続可能性(Sustainability)」というお客さま本位の姿勢は変わりません。

今後も住友生命やシングライフとの連携を深め、資産運用や再保険分野を含むシナジー創出を通じて、グループの持続的成長とお客さまのウェルビーイング実現に貢献していきます。

◆ 戦略ビジョン “Symetra Empowers 2030”

2026年4月に新たな中長期戦略である“Symetra Empowers 2030”を策定しました。6つの柱(お客さま、パートナー、従業員、コミュニティ、未来、インクルージョン)を基盤に、シメトラが目指す将来像と中長期的な成長の方向性を示し、より多くの人々が経済的自由を享受できる世界の実現を目指しています。



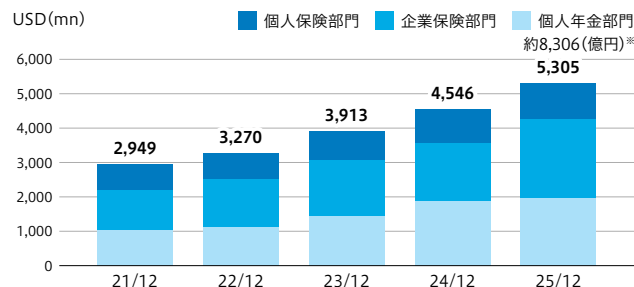
ビジョン

金融商品を通じてより多くの人々が金銭的不安から解放される世の中を実現する

▶ 会社概要(2025年12月時点)

名称	Symetra Financial Corporation
出資比率	当社100%(2016年2月 完全子会社化)
取締役	独立:7名/非独立:1名/当社:6名
従業員(連結)	約3,200名
総資産(連結)	77,864百万米ドル(約12.1兆円)*
総収入(連結)	5,456百万米ドル(約8,542億円)*

▶ 経常収益の状況



※1USD=156.56円(2025年12月末時点)。

現地
駐在員レポート

シメトラ
松原 駐在員



シメトラの企業文化と駐在員としての役割

シメトラは、「価値・透明性・持続可能性(VTS)」の経営理念のもと、より多くのお客さまに経済的自由をお届けすることを目指し事業を展開しています。この経営理念は各事業運営で徹底されており、例えば、お客さまや販売パートナーとのやり取りではシンプルかつ一貫性があることが重視され、その透明性が高く評価されています。相手視点に立った対応は、対従業員でも貫かれています。直近で実施されたディアボーン生命の事業買収でもPeople Firstの考えに基づく対応が徹底され、移籍した従業員から感謝の声が非常に多く聞かれました。

派遣駐在員は、親会社の住友生命と円滑に連携し、シメトラの事業推進・企業価値向上を図ることが求められています。日米間の文化的相違等から思わぬ認識齟齬等が生じることもありますが、日本での対応以上に丁寧な意思疎通を図り、一つ一つ問題解決を図ることを心がけています。



海外事業

シングライフ(シンガポール) Singlife

シングライフは、2017年の創業当初からデジタルを活用したビジネスモデルに強みを持ち、生命保険、損害保険に加えて、資産運用サービスも含めた総合的な金融ソリューションサービスを多様な販売チャネルを通じて展開しています。2024年3月に当社の完全子会社となった同社はシンガポール市場平均を上回る成長を続けており、2025年度の新契約販売はシンガポールにおいて業界5位の実績となっています。

◆ CEOメッセージ



シングライフ
パーリン・ファウCEO

Pearlyn Phau
(Executive Director &
Group Chief Executive Officer)

2025年は、シングライフが住友生命グループの一員となって初めて通年で過ごした年となりました。共通のグループビジョンのもと、各地域に根差した事業運営を推進し、財務目標を着実に達成するとともに、収益性とレジリエンスを兼ね備えた企業への変革を進めてまいりました。

シンガポールは2026年に「超高齢社会」へ突入し、お客さまのニーズは保障、資産形成、老後準備、長期介護、メンタルウェルネス、そしてサステナビリティへとシフトしています。そのため、中核となるファイナンシャル・アドバイザーを通じた保障重視のビジネスの成長を加速させるとともに、準富裕層および富裕層の顧客に向けた商品・サービスを拡充し、保険と投資を統合したソリューションを通じて、顧客価値の最大化へ取り組みます。また、テクノロジー基盤の強化を継続し、組織全体にAIの活用を深化させることで、さらなる成長の実現を目指します。

当社の中期経営計画のもと、シングライフはシンガポールでトップ3の保険会社の一つとなるとともに、住友生命グループのアジア太平洋地域の成長エンジンとなることを目指しています。今後も住友生命グループとともに、強固で持続可能な事業基盤を築き、地域のお客さまへ安心とウェルビーイングを届け続けます。

◆ 戦略ビジョン “A Better Way to Financial Freedom”

シングライフは、「A Better Way to Financial Freedom」をパーパスに掲げています。デジタル・テクノロジー分野での強みを活用しながら、アジアにおける顧客のファイナンシャル・ウェルビーイング実現に貢献するため、シンガポールに加えて、フィリピンにおいても事業を展開しています。

ミッション

ビジョン

STRATEGY HOUSE 2.0

A Better Way to Financial Freedom

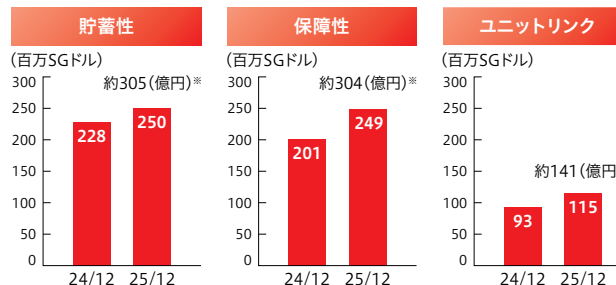
顧客が経済的自由を得るための、より良い手段を提供する

アジアにおける顧客とコミュニティへのファイナンシャル・ウェルビーイング実現への貢献
高度なテクノロジーを持つファイナンシャル・サービス会社を目指す

▶ 会社概要(2025年12月時点)

名称	Singapore Life Holdings Pte. Ltd.
出資比率	当社100%(2024年3月 完全子会社化)
取締役	独立:5名/非独立:1名/当社:3名
従業員数(連結)	約2,000名
総資産(連結)	19,894百万シンガポールドル(約2.4兆円)*
総収入保険料(連結)	5,353百万シンガポールドル(約6,519億円)*

▶ 新契約の状況(新契約年換算保険料)



※1SGドル=121.78円(2025年12月末時点)。

現地 駐在員レポート

シングライフ
山本 駐在員

シングライフとの協働深化に向けた現地での挑戦

シングライフの子会社化後、PMI(買収後の協働体制づくり)を主なミッションとしてシンガポールに赴任してから、2年が経過しました。初めての海外赴任であり、当初は言語や企業文化の違いに戸惑う場面もありましたが、現地役職員との対話を重ねるなかで、相互理解を深め、信頼関係の構築に努めてきました。

多様な価値観が共存し、変化のスピードが速いシンガポールにおいて、シングライフが常に新たな挑戦を続ける姿勢から多くを学びました。また、異なる文化や考え方を尊重しながら、一つの目標に向けて協働することの重要性を改めて実感しています。

シングライフも含めたグループ中期経営計画2028の策定などを通じ、PMIは協働の基盤づくりという面で一つの節目を迎えました。今後は、シングライフとの関係をさらに深化させるとともに、両社の知見や強みを結び付け、グループシナジーの創出に取り組んでいきます。

海外事業

◆ グループシナジーの発揮に向けた取組み ～3Sサミット～

2024年以降、シメトラおよびシングライフと当社の3社で「3Sサミット※」を開催しています。本サミットでは、グループVision2030の実現に向け、各社のCEO・CFOをはじめとする主要メンバーがビジョンや戦略を共有し、グループ全体の企業価値向上に向けた取組みについて議論しています。

2025年度のサミットでは、グループとして提供する価値・理念や、2026年度以降の各社の取組みの方向性を共有するとともに、更なるグループシナジーの発揮に向けた領域について議論しました。また、今後の協働の基盤となる「共通のビジョンと戦略的な協力に向けた共同声明」をとりまとめています。この共同声明のもと、各社の強みと経験を活かしながら、グループの企業価値向上と持続可能な成長の実現に向けて、協働して取り組んでいきます。

※「3Sサミット」：3社の社名が“S”から始まることにちなんだ呼称。

◆ 海外事業(ベトナム・インドネシア・中国)



ベトナム最大手の保険・金融グループであるバオベトHDは、傘下に、生命保険、損害保険のほか、証券会社、アセット・マネジメント会社等を保有し、2025年の生命保険の収入保険料は第1位となっています。同社へ取締役を派遣し、生命保険事業を中心とした技術援助を行っています。

出資比率:22.08%



インドネシアの大手国営商業銀行であるバンク・ネガラ・インドネシアの生命保険子会社であるBNIライフは、同銀行の支店網を活用した銀行窓販をはじめ営業職員、従業員福利厚生などの各販売チャネルを有し、2025年の収入保険料は同国の生命保険会社58社中第8位となっています。同社へ取締役・監査役を含む役職員を派遣し、銀行窓販、団体保険、リスク管理などの技術援助を行っています。

出資比率:39.99%



PICC生命は、約8万人の保険代理人（営業職員）や銀行窓販などによるマルチチャネル戦略を進めて順調に業容を拡大しており、2025年の収入保険料は、同国の生命保険会社91社中第8位となっています。同社へは取締役の派遣等を通じ経営に参画しています。

出資比率:10.00%



パネルディスカッションの様式



共同声明を掲げる3社トップ

◆ グローバル人材育成の取組み

当社の海外事業を推進していくうえで、各出資先における経営陣や職員との連携や国内での出資先の経営管理、シナジー創出に向けた取組みなど、多様な場面でグローバル人材が重要な役割を担っています。

これらの職務では、語学力に加え、グローバルな視野、高度なコミュニケーションスキル、リーダーシップなどが求められるため、計画的に人材育成の取組みを進めています。具体的には、海外留学や出資先への派遣（駐在員・トレーニー）、海外ビジネススクール派遣のほか、国内における研修プログラムを実施しており、2021年以降、累計105名が研修を受講し、うち21名を海外へ派遣しています。



国内での研修プログラムNext Global Leaders Trainingの様式

◆ IAIG(国際的に活動する保険グループ)としての内部統制システムの更なる高度化

当社グループは、海外事業を含む全体の経営管理・内部統制の高度化に主体的に取り組んでおり、各分野で共通課題への対応やベストプラクティスの共有を進めています。

2026年度には、シメトラ・シングライフ幹部向けに3社会議を開催し、コンプライアンス、リスク管理、内部監査、サイバーセキュリティの分野で知見共有を図る予定です。また、こうした取組みに関連して、金融庁およびシメトラ・シングライフの監督当局とは、必要に応じて適切に対話をを行い、グループとしての状況や課題認識を共有しています。



2025年度に実施したサイバーセキュリティをテーマとした3社会議



財務・資本政策

経済価値ベースの新資本規制の導入も踏まえ、ERM経営の更なる高度化や事業への戦略的な活用に取り組みます。「リスク」、「リターン」、「資本」の三者のバランスを踏まえた一体管理を通じ、企業価値の持続的な向上につなげていきます。

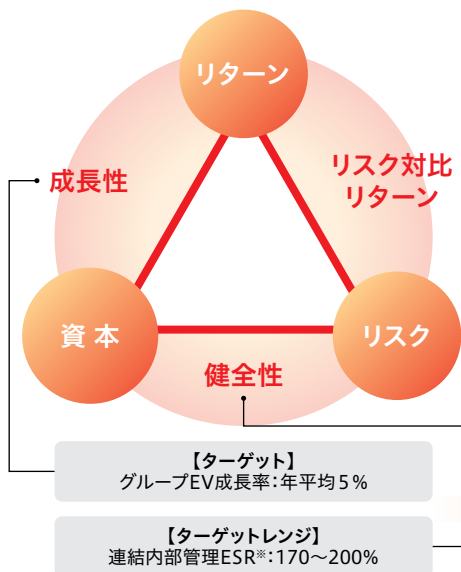
◆ 基本的な考え方

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、「ERM[※]経営の推進」を、当社のサステナビリティ重要項目（マテリアリティ）の一つである「サステナビリティを支える経営体制」に対する取組項目の一つと位置づけています。具体的には、ERM経営の要諦である、「リスク」、「リターン」、「資本」について、3つのバランスを踏まえた経済価値ベースでのターゲット水準等を設定した上で、これらを一体的に管理し、健全性の

確保、成長性の追求、リスク対比リターンの向上を図り、企業価値の持続的な向上につなげていきます。

これらの取組みを通じて得られたリターンは、契約者配当の充実等を通じてお客さまへの還元の充実を図るとともに、健全性にも留意しつつ、更なる成長投資や経営基盤の強化に一定規模の財源を投入していきます。

※Enterprise Risk Managementの略。



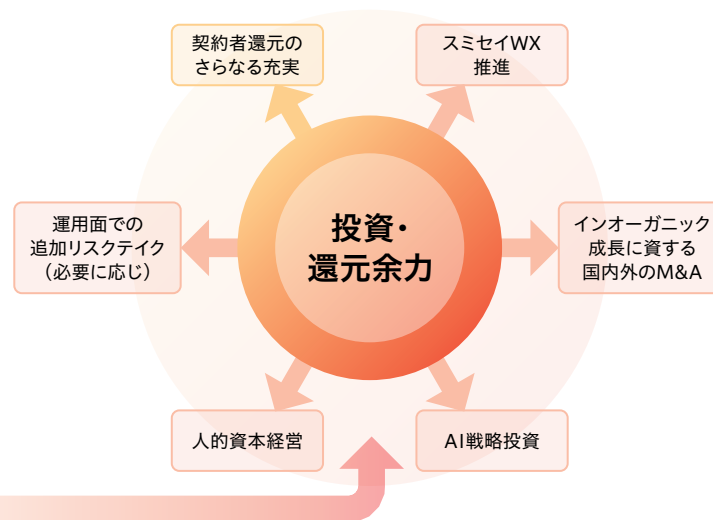
※Economic Solvency Ratio(経済価値ベースのソルベンシー比率)の略。
詳細は次頁「ESR(経済価値ベースのソルベンシー比率)とは」を参照。

◆ ERMの経営への活用

左記の基本的な考え方に基づき、資本を有効に活用し、リスクとリターンのバランスを踏まえて持続的な企業価値向上を目指すため、経営上のリスク選好(定性面・定量面)を明確化した「リスクアペタイト・ステートメント」を策定しています。これに基づき、リスク選好と整合的な経営計画を策定し、リスク・リターン等の観点から検証したうえで、グループ内の各事業分野への資本配賦を決定・実行しています。

2026年度から始まる中期経営計画期間においては、「グループの収益基盤の地域分散を図りつつ、リスク・リターン・資本のバランスを踏まえてリスクテイクを行い、企業価値の持続的向上を図る」という定性的なリスク選好、および経済価値ベースの定量的なリスク選好[※]からなるリスクアペタイト・ステートメントを踏まえ、これと整合的な「住友生命グループ中期経営計画2028」を策定しました。グループベースのリスク管理の高度化および収益向上に向けたリスクテイクを支えるリスク管理の取組みを通じて、健全性と収益性の両立を図ります。

※詳細は次頁「健全性の確保(ESR)」を参照。



財務・資本政策

◆ 健全性の確保(ESR)

「リスク」、「リターン」、「資本」を一体的に管理するERM経営において、前提となるお客さまへの将来にわたる保険金等の確実なお支払いや、リターンを通じた契約者配当の充実、成長投資の推進等のためには、財務の健全性の維持・向上および適切なリスクコントロールが経営の重要課題の一つです。

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、定量的なリスク選好として、当社グループの実態を表す方法で計算した連結内部管理ESR[※]を経営指標とし、そのターゲットレンジを170%～200%と定めています。加えて、連結内部管理ESRのアラームポイントやリスク許容度を設定し、定期的なモニタリングのもと、一定の予兆を把握した段階で必要な対応を機動的に講じる態勢としています。

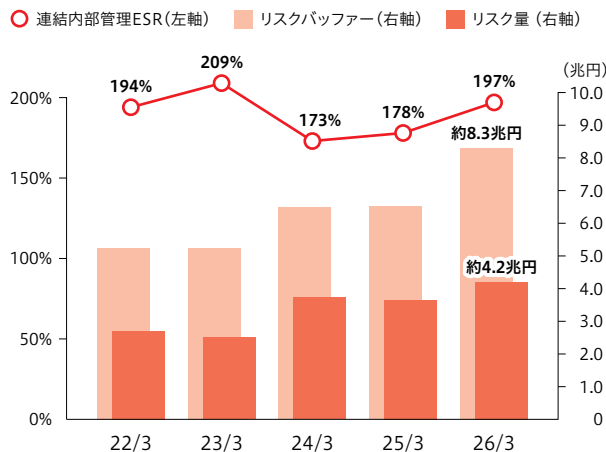
今後も、収益の状況や市場環境を踏まえつつ、健全性の適切なコントロールをより一層推進していきます。

※内部管理ESRは、2026年3月末に経済価値ベースに見直された規制上の「ソルベンシー・マージン比率」と大きな考え方は同じですが、経営管理やリスク管理に使用するため、より当社グループの実態を反映した評価としています。

◆ 2025年度末の状況

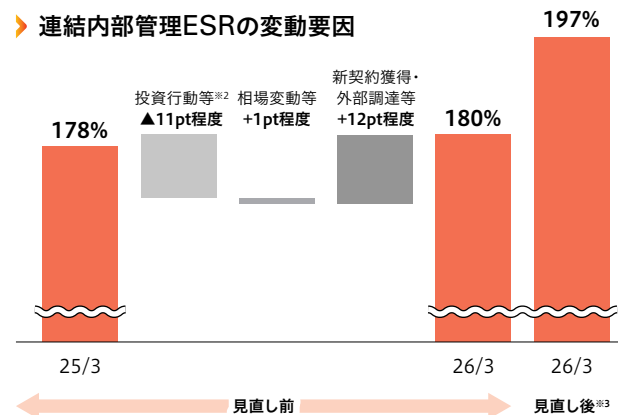
2026年3月末の連結内部管理ESRは197%となっており、リスクに対し十分なリスクバッファを有しています。

なお規制上の「連結ソルベンシー・マージン比率」については202%となり、十分な健全性を確保しています。

▶ 連結内部管理ESR^{※1}の推移

今後も、経済価値ベースでのリスク・資本の状況の適切な把握・管理に努めていきます。

▶ 連結内部管理ESRの変動要因



※1 リスク量は内部モデルに基づき、信頼水準99.5%にて算出(保有期間1年)。

※2 子会社要因も含む。

※3 新規制と一定の整合性を確保し、より実態を反映したモデルに見直しを実施。

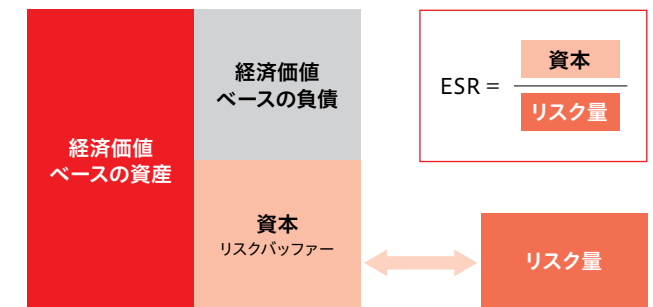


Column

ESR(経済価値ベースのソルベンシー比率)とは

ESRは、経済価値ベースで評価した健全性指標です。この指標は、経済価値ベースで評価した資本(リスクバッファ)と、リスク事象発生時のリスクバッファの減少量などから統計的に評価したリスク量から計算されます。

リスク量は99.5%の信頼水準(200年に1回の水準)に基づいたものとなっており、ESRが100%であることが、200年に1回の損失と同額の資本を有していることを意味しています。



経済価値ベースとは、基準日時点の市場環境等を踏まえて評価する考え方です。資産については市場価格、負債については基準日時点の金利、死亡率や解約率等に基づいて評価されます。このような評価に基づくことにより、より実態に応じてリスクをコントロールすることができます。

財務・資本政策

社員配当

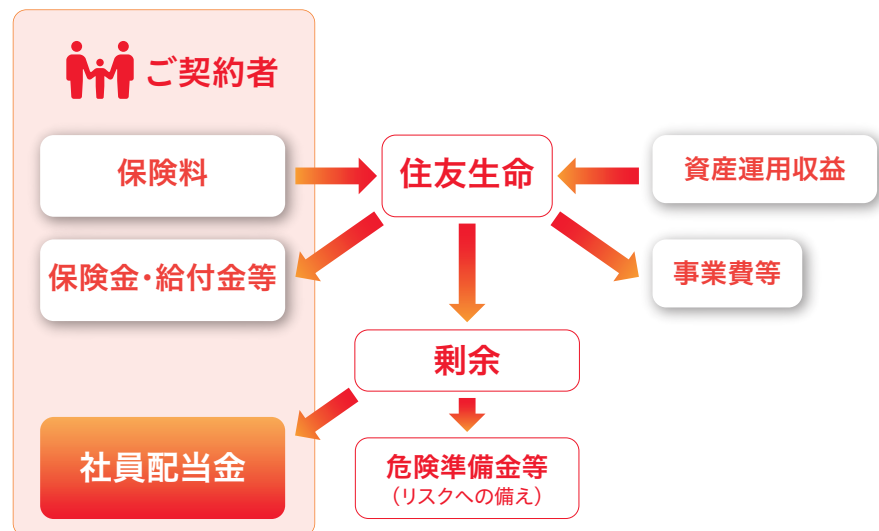
◆ 相互会社と社員配当

当社は、中長期的なリスク対応力（健全性）を確保することで、通常の予測を超えるリスクが発生した場合においても、ご契約者への保険金支払いを将来にわたって全うします。そのうえで、資産運用力の向上や経費効率化等のさまざまな経営努力によって剰余を確保し、ご契約者への社員配当を安定的にお支払いします。

当社が「相互会社」であるということは、ご契約者の皆さまとの関係上特徴的なことからであり、当社の経営の根幹です。相互会社においては、株主は存在せず、ご契約者お一人おひとりが会社の構成員（社員）となります（ただし、剰余金の分配のない保険（無配当保険）のみにご加入のご契約者については、当社定款の規定により社員とはなりません）。相互会社では、ご契約者の皆さまに将来にわたって安心を提供し、ご契約者の生活を豊かにしていくことが事業を運営する最大の目的となります。この相互会社の本質である「契約者利益の最大化」に向けた取組みの一つとして、今後も社員配当を充実させていきます。

◆ 剰余と社員配当

当社は、ご契約者からお預かりした保険料および資産運用で得られる収益から保険金支払いや会社運営経費に充てた後に残る剰余を、社員配当としてご契約者に還元するほか、将来のリスクへの備えとして危険準備金等の自己資本に積み立て、安定的に保険事業を継続しています。



◆ 社員配当に関する基本的な考え方

ご契約者への社員配当については、次を基本的な考え方としています。

単年度および将来の収益状況や自己資本の水準等を踏まえ安定的に還元を行うこと

社員配当は、各年度の剰余（収益）に基づいた還元を基本としますが、想定される将来の収益状況や、過去の剰余の一部を積み上げた自己資本の水準等も踏まえることで、安定的な還元を行います。

自己資本によるリスク対応力強化とご契約者への還元の充実についてのバランスをとること

各年度の剰余の分配にあたっては、リスク対応力の水準[※]に応じて、リスク対応力強化のための自己資本積立てとご契約者への配当還元のバランスをとります。

※リスク対応力の水準は、ESR等で評価することが可能です。

◆ 配当還元割合

当社では毎年の剰余から配当準備金への繰入れおよび危険準備金等への繰入れを行っています。この毎年の剰余のうち配当準備金繰入額が占める割合が「配当還元割合」です。

なお、当社では安定的な配当還元を行っていますが、外部環境の影響等により毎年の剰余の水準は変動するため、配当還元割合は必ずしも安定的には推移しません。

◆ 2025年度決算に基づく社員配当

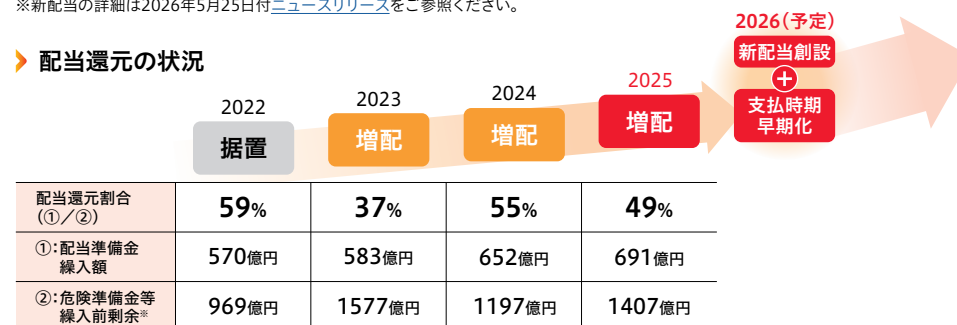
当社では、前述の基本的な考え方を踏まえつつ、継続的に増配を実施しています。

2025年度決算に基づく社員配当については、足もとの金利環境や資産運用利回りの上昇を踏まえ、利差益配当の増配を行い、配当還元割合は49%となりました。

さらに、2026年度決算においては新配当「長期総合配当」[※]の創設および既存の長期配当の支払時期の早期化を行う予定であり、配当還元をより一層充実させていきます。

※新配当の詳細は2026年5月25日付[ニュースリリース](#)をご参照ください。

▶ 配当還元の状況



※ 危険準備金等繰入と配当準備金繰入に充てられる額。



人的資本・人財共育

人財共育本部 副本部長メッセージ

上席執行役員兼
人財共育本部副本部長
山本 浩実



2021年の高田社長就任以来、「人」の力を価値創造の源泉と捉え、人的資本・人財共育の取組みを進めています。「住友生命グループ中期経営計画2028」においても、価値創造を支える重要な基盤として人財共育を位置づけています。AIをはじめとしたデジタル技術が飛躍的に進化する現代社会だからこそ、『人（職員一人ひとり）』がどのような価値をお届けできるのかを大切にしていきたいと考えています。

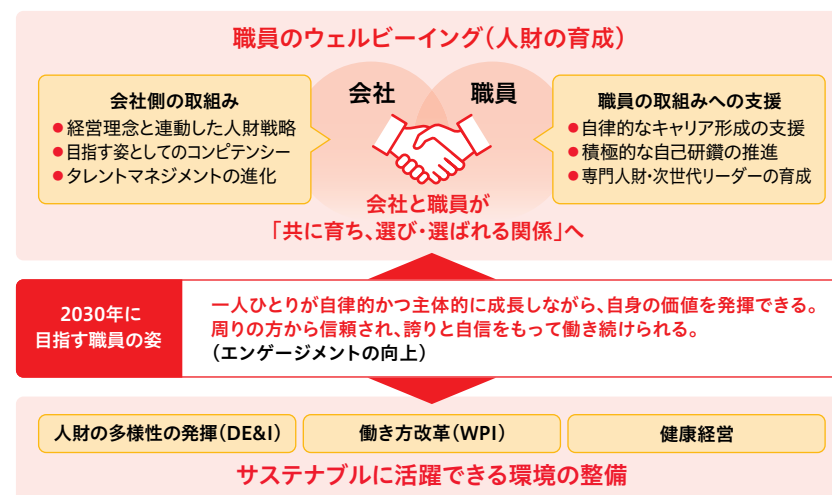
グループ全体として職員一人ひとりの価値を高めていくにはDE&I（ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン）の推進が不可欠です。異なる強みや価値観をもつ様々な職種が価値を共創し、お客さま・社会にお届けできるよう、今後も「人財共育」の取組みを進めていきます。

◆ 住友生命の「人財共育」

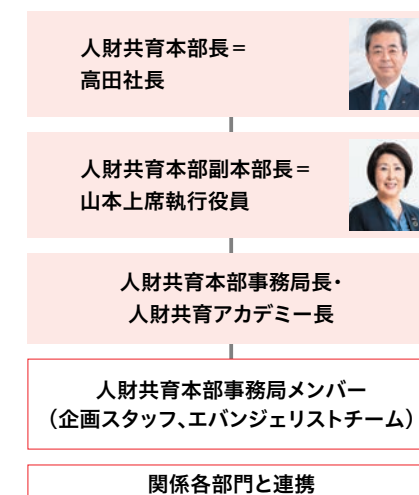
「社会公共の福祉に貢献する」というパーパスや、「住友生命グループVision2030」を具現化し、すべてのステークホルダーに対してサステナブルに価値を提供していくため、その資本である「職員（人）」を「財（たから）」と位置づけ、経営戦略と連動した人的資本経営＝「人財共育」に取り組んでいます。

「職員（人財）の価値を向上させることで、ステークホルダーのウェルビーイングと職員自身のウェルビーイングを実現する」という強い理念のもと、社長就任と同時に「人財共育本部」を立ち上げ、社長自らが「人財共育本部長」となり、当社の人的資本経営を牽引しています。

▶ 「人財共育」の目指す姿と取組みの全体像

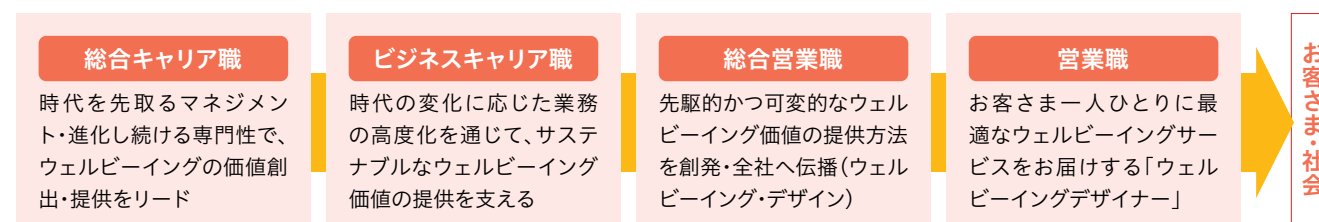


▶ 人財共育の体制図(2026年4月時点)



◆ 職員に期待する姿の明示

「職員（人財）」の目指す姿として、職種ごとに期待する姿を明示し、成長の道標として「コンピテンシー」を設定しています。コンピテンシー等を活用した早期育成を通じて、職員自身の「成長実感」を高める取組みを進めています。





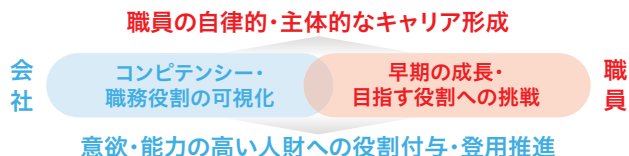
人的資本・人材共育

人財の育成(職員)

職員自身の自律的なキャリア形成と、やりがいや成長の実感を通じた職員のウェルビーイング実現を後押しするため、会社として様々な取組みを行っています。今後も、来たる新たな時代に向けて、職員一人ひとりの価値発揮に焦点を当てた支援や人事制度のさらなる整備を進めていく予定です。

◆ コンピテンシー運営の進化

職員の目指す姿として明示したコンピテンシーをもとに職員の早期育成を目指す取組みは、2023年度は総合キャリア職、2024年度には対象にビジネスキャリア職を加え、2025年度はさらに対象を「総合営業職」にも拡大しました。職員自身のキャリアウェルビーイングと、その先の社会・お客さまへのウェルビーイング価値提供の向上を目指します。



◆ 職員の“挑戦”を後押しする制度

“Empower your career”をコンセプトに、様々な「役割」への各職員の挑戦を後押しすべく、一部の職種で2026年度に人事制度改正を実施しました。

具体的には、職員の“担う役割”と“役割発揮”に対するメリハリある評価・処遇を行っていきます。さらに、職務・役割を可視化することで、目指す役割へのチャレンジ機会の拡大やチャレンジ意欲の振起、目指す役割に向けたスキルアップを推進し、職員一人ひとりの「役割へのチャレンジ」を通じた自律的・主体的なキャリア形成を目指します。

あわせて、意欲と能力が高い人財に対し、会社としても役割付与・登用推進を実施していきます。

◆ キャリアプランニングの推進

職員一人ひとりのキャリアウェルビーイング実現に向けて、キャリアプランニングを推進しています。

キャリアプランニングに活用できる情報を網羅的に記載した“キャリアプランガイドBOOK”を提供していることに加え、職員の年齢や役職に応じたキャリア研修を実施しています。

また、若手職員を対象に、本人の希望するキャリアエリアを踏まえた職務・役割付与や人事運用を行う“マイキャリア運営”を実施しています。この運営の一助として、希望する本社所属の職員との座談会「ジョブトーク」や、希望する本社所属の業務を一定期間体験できる「ジョブトライプログラム」を実施しています。

◆ 自己研鑽の推進

職員の自己研鑽を支援するため、希望する講座やセミナーの受講費用を年間20万円まで補給する支援策「自己啓発費用サポート」を実施しています。

▶ 利用者数

2023年	2024年	2025年
1,474名	1,624名	2,095名

▶ 年代別利用者割合(2025年度)

27%	24%	21%	21%	7%
20代	30代	40代	50代	60代

◆ 次世代リーダー・専門人財の育成

経営戦略と連動した人財戦略を実現する観点から、特に次世代のリーダーとなる人財の育成は重要です。また、AI・デジタルの進化やグローバル化を見据えて、専門領域を牽引できる人財の育成も重要と考えています。

これからの時代に事業を変革していく力を身につけ、次世代をリードできる人財を育成することを目的に、2026年度から「アカデミー」による取組みをスタートしました。

主なアカデミーは下図のとおりです。今後、環境変化や経営戦略を踏まえて、内容を見直し・改善しながら運営していきます。

学び続ける機会・コミュニティづくりで、進化し続け次世代を牽引する人財を育成

アドバンスアカデミー

マネジメント力や新たな時代に事業を変革していく力を身につけ、次世代をリードできる人財を育成していくことを目的としたアカデミー

マネジメント
アカデミー

DX・イノベーション
アカデミー

グローバル
アカデミー

リーダーシップアカデミー

社会の変化や会社の経営戦略等を深く学び、実際に職場でリーダーシップを発揮する実践研修も交えた「リーダーシップの基礎」を習得するアカデミー

知る・考える



実践・発揮する



人財の育成(営業職員(ウェルビーイングデザイナー))

営業職員を「ウェルビーイングデザイナー」として位置づけ、お客さま一人ひとりに寄り添う価値提供を担う人財の育成を進めています。教育・育成体系の充実やデジタル・AIの活用を通じて、人ならではの価値提供を高めています。

◆ 営業職員(ウェルビーイングデザイナー)の目指す姿

お客さま一人ひとりに最適なウェルビーイングサービスをお届けしていくために、営業職員を「ウェルビーイングデザイナー」と位置づけています。

職員一人ひとりがお客さまに寄り添い、よりよい暮らしを支え、ウェルビーイングを提供し続ける人財づくりを進めています。

個人の成長ステップに応じたきめ細かな研修や各種試験に対応した研修等、充実した教育システムを整備しています。また使命感の醸成やお客さまの多様なウェルビーイングへの共感を目的として、組織単位で対話を行う「ウェルビーイングミーティング」を実施しています。

今後は、従来の保険やVitalityを通じたファイナンシャルウェルビーイング・フィジカルウェルビーイングへの貢献に向けた取組みに加え、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の領域にも活動を広げ、お客さまの人生を支える“伴走者”として、持続的に信頼と共感を生み出すウェルビーイングデザイナーを目指していきます。



◆ 人財教育・育成体系

入社後、3か月間にわたり、社会保障制度に基づくコンサルティングやVitality販売を通じて、お客さまのウェルビーイングに貢献する「ウェルビーイングプロセス」を実践するために必要な基礎知識・スキルを習得する研修を実施しています。

その後も約5年間にわたり、商品知識や社会保障制度の深掘り、コンサルティング力の向上等、豊富なカリキュラムでフォローアップを実施しています。

これらの教育機会を通じて、保険の社会的意義への理解を深め、デジタル・AIも活用しながら、生活設計・企業福祉・税務・相続・金融商品といった幅広い情報を踏まえた質の高いコンサルティングとウェルビーイングサービスを提供していきます。

※教育・研修制度の詳細については、[当社ホームページ](#)を参照ください。

◆ F P 資格の取得推奨

お客さまに質の高い金融コンサルティングを提供するため、国家資格であるファイナンシャル・プランニング技能士の資格取得を推進しています。

国家資格(ファイナンシャル・プランニング技能士)

33,626名 保有率76.8%
(うち1級 863名、2級 12,724名)

◆ デジタル・AIを活用した人財共育とお客さま対応品質の向上

デジタルを活用した営業職員の人財共育の取組みとして、AIを活用した営業職員の顧客情報管理システムを2024年11月から導入しています。本システムの導入により、よりお客さま視点に立ったウェルビーイングサービスの提供とAIのサポートによる育成指導レベルの向上を図っています。

また、お客さまへのコンサルティング力向上を目的に、AIを活用した営業職員のロールプレイングシステムを2025年4月から運用しています。2025年12月には、更に実践的な顧客対応力を習得することを目的としたレベルアップを実施しました。AI ロールプレイングシステムの日常的な活用を通じて、よりお客さまの課題やニーズに寄り添ったコンサルティングの実践を目指しています。

こうした取組みを通じて、「人とデジタル・データ、AIの価値を融合」させ、お客さま対応の質を向上していくことにより、ウェルビーイングデザイナーへの『新化』に取り組んでいきます。

▶ 画面イメージ





社内環境の整備

職員一人ひとりが能力を発揮し、いきいきと働き続けられる社内環境を整備することは、人財価値の向上と職員のウェルビーイングの実現に向けた重要な取り組みです。職員のウェルビーイングをサステナブルなものにしていく取組みとして、人財の多様性発揮(DE&I)、働き方改革(WPI)、健康経営を一体的に推進しています。

◆ DE&Iの推進

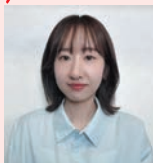
多様な人財がいきいきと働く環境づくり

DE&I関連の研修実施により意識・風土醸成を図るとともに、育児・介護等と仕事の両立支援やテレワーク・フレックスタイム制の活用を通じ、多様な働き方を推進しています。

また、転居範囲に応じた働き方の選択や、不妊治療休暇、職種変更・キャリア支援制度などにより、多様な職員の自律的なキャリア開発を後押ししています。

職種変更制度	キャリアアップ支援制度
入社後の職種変更を認め、これまでに約420名がキャリア転換し、管理職として活躍している人も多くいます。	本人希望に応じて他部署の業務を経験できる制度で、これまでに約90名が利用し、主体的なキャリア形成を支援しています。

Voice



名古屋支社
松本 紗季
職員

キャリアアップ支援制度利用者

〈2024年4月から1年間「保全変更サービス室」へ異動〉

保全変更サービス室では契約変更・復活・払込満了の保全業務などに携わるなかで、知識の幅が広がり理解が一層深まりました。帰任後は本社での貴重な経験を生かして日々の業務に取り組んでいます。

女性活躍推進の取組み

2021年4月に女性活躍推進法に基づく行動計画(～2025年度末)を策定し、女性管理職の計画的育成や研修、男性育休取得の個別の働きかけと全体への啓発を実施しています。2025年度末の目標としていた女性管理職比率50%、男性育休取得率100%を達成し、2026年4月に新たな行動計画を次のとおり策定しています。

女性管理職比率 (2025年度末実績)	男性育休取得率 (2025年度実績)
51.3%	100%

女性活躍推進法に基づく行動計画(2026年4月～)

2030年度末までに

- 女性管理職比率50%以上かつ部長相当職15%以上
- 男性の育児休業取得率100%かつ平均取得日数30日以上

Voice



長岡支社柏崎支部
堂田 恵耶
支部長

育児休業制度利用者

〈2025年度に35日間の育児休業を取得〉

管理職として長期育休は難しいと思っていましたが、上司や同僚の理解とサポートのおかげで、家族とのかけがえのない時間を過ごせました。共に支え合う大切さを実感し、この経験を活かして、ワークライフバランスを尊重した職場づくりに取り組んでいます。

障がい者雇用と安定就労の取組み

DE&Iの柱として、支社・本社・特例子会社等で障がい者雇用と安定就労を推進し、2026年7月の法定雇用率2.7%を上回る水準を確保しています。

特例子会社の(株)スミセイハーモニーでは、当社職員が中心となって設立したNPO法人TomoWorkの就労支援プログラムに参加する学生との協業等を通じ、職域開発・職場環境整備による雇用拡大と安定就労に取り組んでいます。



障がいのある職員デザインのハーモニーキャラクター「ハートリー」

LGBTQ+に関する取組み

職員の理解増進等の観点から、全職員にLGBTQ+に関する研修を実施するほか、基礎知識等を掲載したハンドブックの提供、希望者へのアライステッカーの配付、相談窓口の設置等を行っています。

また、各種休暇制度や社宅貸与等の福利厚生制度については、客観的資料等をもとに、原則、同性パートナーを配偶者とみなして運用しています。



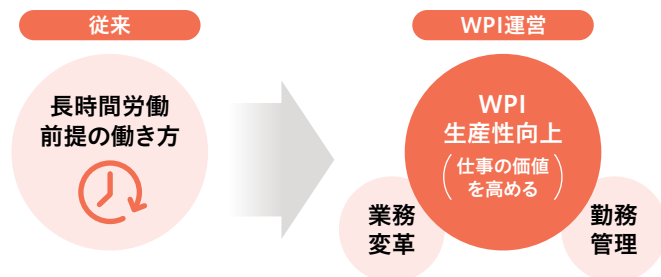
人的資本・人財共育

◆ 働き方改革(WPI)

「働き方改革」に向けた取組み(WPI運営)

2018年度からWPI(ワーク・パフォーマンス・イノベーション)の取組みを進めています。

2026年度から労働時間の1割削減を掲げる中で、デジタル・AIを活用した「業務変革」と、労働時間削減に向けた「勤務管理」を実施することで、一人ひとりの生産性を飛躍的に向上させ、ウェルビーイング実現を目指します。



デジタル・AIを活用した業務変革

労働時間を削減する中でもアウトプットの増大を目指していくため、デジタル・AIを徹底的に活用するうえ、既存業務の削減や業務プロセスの再構築を含めた業務見直しを行います。また、デジタル・AIを活用する中でも、対面によるコミュニケーションを活性化することで、人ならではの価値発揮を実現します。

労働時間削減に向けた勤務管理

労働時間の可視化をはじめ、ノー残業デー実施の推進、在宅勤務時の長時間労働抑制に向けた取組みなども並行して行います。また、2026年10月から所定労働時間を8時間から7.5時間に短縮します。計画的な業務遂行を実施し、生産性向上に向けた働き方を推進します。

**生産性向上を通じて創出された時間は、
一人ひとりのウェルビーイングのために活用します**

◆ 健康経営

健康経営[®]の取組み

2017年4月に策定した「住友生命グループ健康経営宣言」(2021年7月改定)のもと、一人ひとりの職員が個々の能力をいきいきと最大限に発揮するためには、何よりも職員やその家族が心と体の健康を大切に「ウェルビーイング」であることが重要だと考えています。

住友生命グループは、「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。その根幹を支えるものが、職員一人ひとりの健康に対する「意識」と「行動」です。職員やその家族が積極的に健康維持・増進活動に取り組むことを全力でサポートし、一人でも多くの方の「よりよく生きる」に貢献し、持続可能な未来の実現を目指します。

※「健康経営[®]」はNPO法人健康経営研究会の登録商標です。

▶ 「健康経営」の主な取組内容

健康管理	● 定期健康診断および2次健診の受診率向上と特定保健指導、生活習慣改善指導等の実施 ● 重症化予防事業の実施 ● 家族の健康診断受診率向上への取組み	● 人間ドック・乳がん検診費用補給事業の利用促進 ● 電話健康相談の活用促進 ● メンタルヘルス不調予防 ● ストレスチェック受検勧奨と活用
健康リスクの軽減	● 禁煙の推進 ● 睡眠の質向上への取組み ● コミュニケーションの促進	● 長時間労働の抑制と柔軟な働き方への取組み
健康維持・増進活動の奨励	● 「Vitality健康プログラム」の活用 ● 「社内ウォーキングキャンペーン」の年2回(春・秋)開催	● ICTや機関紙等による健康情報の提供(生活習慣病、食事、禁煙、睡眠等) ● スニーカー通勤の推奨

社外からの評価

当社は、経済産業省および日本健康会議が主催する健康経営優良法人認定制度において、「健康経営優良法人 2026(大規模法人部門)～ホワイト500～」に9年連続で認定されました。





職員エンゲージメントの向上

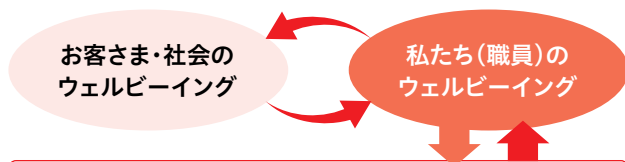
人財共育においては、職員一人ひとりが自律的・主体的に成長し、自身の価値を発揮し続けることで、お客さま・社会への価値提供を高めていくことを目指し、その実現に向けて職員エンゲージメントの向上に取り組んでいます。職員のウェルビーイング度を測るため、「エンゲージメントサーベイ」を実施しています。今後は、職種毎に異なるエンゲージメント向上のポイントを踏まえて、職種や年代(キャリア段階)に応じたきめ細やかな取組みの展開を行い、職員のウェルビーイング実現・人財の価値向上を目指していきます。

◆ エンゲージメントとは

お客さまのウェルビーイング実現や企業価値向上のためには、一人ひとりの職員が「やりがい」を持っていきいきと働き、個々の能力を最大限発揮していくことが重要です。このため、当社では職員の「エンゲージメント[※]」を重視し、向上に向けた取組みを強化しています。

※人財共育の取組みにおけるエンゲージメントとは、当社職員の「会社への信頼、愛着」「当社で働く上でのやりがい」を表しています。

お客さま・社会からの信頼・推奨がやりがいにつながり、さらなるイノベーションへ



多角的に集めた職員の声を分析し、その結果をもとに職員、経営層、社外取締役等と対話。様々な視点からの意見を取組みに反映する仕組みを構築。

▶ エンゲージメントサーベイ項目の概要

- 職員エンゲージメント
- コラボレーション・コミュニケーション
- 経営幹部・業績評価・戦略的一貫性への評価
- 成長の機会・職員が活躍する環境
- 顧客志向度
- ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DE&I)推進
- ワークライフバランス
- 企業の社会的責任と倫理
- 給与と福利厚生・定期面接・人事考課

◆ エンゲージメントサーベイの実施

職員のエンゲージメント状況に関し、全社・組織ごとに把握し、向上へのPDCAに活用するため、2021年度より「エンゲージメントサーベイ」を導入しています。2025年度のサーベイ結果[※]は下表のとおりでした。結果から判明した課題に関して、対応する取組みを進めています。具体的な取組みは下段のとおりです。

※5段階のうち「好意的回答(非常にそう思う・そう思う)」を選んだ人の割合。

職員エンゲージメントスコア	60% (前年比+1pt)
総合キャリア職	70% (前年比+1pt)
ビジネスキャリア職	50% (前年比±0pt)
総合営業職	52% (前年比▲2pt)
職員が活躍する環境	73% (前年比+1pt)
コラボレーション コミュニケーション	79% (前年比+3pt) 69% (前年比±0pt)

◆ データの活用

サーベイ結果について、因果分析を実施したところ、職種やキャリア段階によってエンゲージメント向上に寄与する要因が異なることが明らかになりました。今後は分析結果を踏まえながら、きめ細やかな取組みを実施します。

加えて、サーベイ結果以外の職員のウェルビーイング度を測る調査結果等(職員による当社推奨度やウェルビーイング実感度等)も活用しながら、多角的に収集した「職員の声」を様々な取組みに生かしています。

また、データを活用した取組み効果の検証も継続的に実施し、職員の声を取組みの見直しに反映するPDCAサイクルを構築していきます。

◆ 組織ごとの取組み推進とサポート体制

サーベイ結果は、各組織の管理職に共有し、組織ごとの課題や強みを把握・分析できる環境を整備しています。また、組織ごとの課題に基づき、人事部門・エバンジェリストチームによる個別支援、役員による全国支社への支援を行うとともに、経営陣から若手職員まで含めた「対話」を通じて、経営理念・当社パーパス(存在意義)や人財共育の理念浸透を図っています。職員の声を各種施策の見直しに生かし、エンゲージメント向上に向けた取組みを全社で推進しています。



人的資本・人財共育

人的資本・人財共育のモニタリング

人的資本・人財共育に関する取組みについては、取組状況や効果を把握するためのモニタリング項目を設定し、定期的に測定しています。測定結果は分析のうえ、PDCAに反映するとともに、職員や管理職に加え、経営層や取締役会にも定期的に報告しています。多様な視点からの意見を踏まえながら、取組みの継続的な改善を図っています。特に、エンゲージメントサーベイ等を通じて把握する「職員の声」は、職員のウェルビーイングの状態を把握する重要な指標として位置づけています。データ分析も活用しながら、取組みの効果検証を行い、今後の施策の見直し・改善につなげています。

▶ 主なモニタリング項目と実績(人財の育成)

人財共育における視点	項目	2024年度	2025年度	2028年目標
経営戦略と人財戦略の連動	経営戦略を踏まえたコンピテンシー (目指す姿の明示と評価制度への導入)	(対象職種) 総合キャリア職 ビジネスキャリア職	(対象職種) 総合キャリア職 ビジネスキャリア職	(対象職種) 総合キャリア職 ビジネスキャリア職 + 総合営業職
自律的なキャリア形成の支援	自己啓発費用サポート 活用者数 (2021年度からスタート)	1,624名	2,095名	継続的な拡大
人財共育を支えるプラットフォーム・キーパーソン	デジタル活用人財認定数	4,090名	5,719名	8,000名
	管理職向け360度フィードバックへの参加者	193名	402名	管理職を網羅した継続的な実施
次世代リーダー・専門人財の育成	リーダーシップアカデミー	—※1	45名	285名
	マネジメントアカデミー	—	—	120名
	DX・イノベーションアカデミー	—	—	100名※2
	グローバルアカデミー	—	—	84名※3
エンゲージメント	職員エンゲージメントスコア	59%	60%	64%
	総合キャリア職	69%	70%	73%
	ビジネスキャリア職	50%	50%	53%
	総合営業職	54%	52%	57%
	職員が活躍する環境	72%	73%	76%
	コラボレーション コミュニケーション (所属内での協力・連携に関する指標)	76% 69%	79% 69%	82% 72%

※1 該当のアカデミーが開講前の期間については、「—」で表示。

※2 2025年度までに「デジタル企画人財(DX企画やデジタル化推進ができる人財)」は157名認定済み。

※3 2025年度までに「グローバルアカデミー」と同様の研修を実施し、卒講生は105名輩出済み。

▶ 主なモニタリング項目と実績(社内環境の整備)

人財共育における視点	項目	2024年度	2025年度	2028年目標
ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン	女性管理職比率	50.2%	51.3%	「女性活躍推進法に基づく行動計画」の とおり(P. 59)
	男性育休取得率	100%	100%	
	男女の賃金の差異 (男性の賃金に対する女性の賃金の割合) 上段:職員 12,080名 下段:営業職員 29,304名	54.7% 89.9%	56.0% 86.3%	—
	障がい者雇用率	2.6%	2.7%	2.7%※
働き方改革	総労働時間削減 (2016年対比)	▲11.2%	▲11.7%	▲10% (2025年対比)
	月1日以上有給休暇 取得者率	83.3%	84.0%	—
健康経営	ハイパフォーマンス者率 (プレゼンティーイズム)	66.9%	66.7%	70.0%
	ポジティブワーカー率 (ワーク・エンゲージメント)	52.3%	52.7%	60.0%
	2次健診対象者率	27.2%	26.6%	25.0%
	高ストレス者率	12.5%	12.2%	10.0%
	Vitality ゴールド/シルバー ステータス達成者率	—	46.6%	60.0%

※法令改正後の水準を含め、法定雇用率を達成します。



デジタル&データ×AI

人の力だけではできないことを「デジタル&データ」で補完することで、人とデジタルが融合した新たな価値提供の実現に向けた取組みを進めています。さらに、急速に発展するAIを活用することで、これらの取組みを加速させ、お客さま一人ひとりに寄り添ったサービスの提供と新たな価値創造を目指しています（「デジタル&データ2.0」）。

◆「デジタル&データ」の定義と役割

社会全体で、デジタル技術やデータの活用により、新たな商品・サービス・ビジネスモデルが生まれ、社会の発展や企業の成長を支える重要な要素となっています。

「デジタル&データ」とは、人の力だけではできないことをデジタルとデータで補完し、人とデジタルが融合した新たな価値を提供することを指します。

従来の保険領域を超えた商品・サービスの拡充や、お客さま接点拡大、一人ひとりにパーソナライズされた価値の提供などを目指して、デジタルとデータが持つ可能性を引き出す取組みを進めています。

さらに、進化を続けるAI技術をデジタル&データの取組みに組み込み、定型業務の効率化、判断支援、顧客対応の高度化を進めることで、職員が人ならではの寄り添い・提案・伴走にいうその力を注げる環境を整備します。

人とデジタル・AIの力を融合し、新たな商品・サービスの創出や顧客体験価値の最大化を図り、お客さまのよりよく生きる（＝ウェルビーイング）に貢献していきます。



当社は、DX推進に関する一連の取組みが認められ「DX認定事業者」に認定されました。DX認定制度とは、「情報処理の促進に関する法律」に基づき、「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応する企業が国が認定する制度です。

◆ 全社横断で推進するAI活用戦略

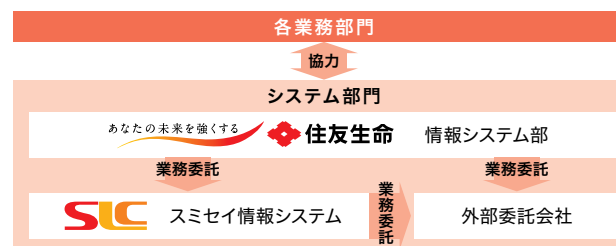
AIを単なる業務効率化の手段ではなく、「職員一人ひとりの価値発揮を高め、お客さまへの提供価値を進化させる経営基盤」と位置づけています。経営主導のもと、全社横断でAI活用を統括・推進する体制を整備しています。

具体的には、AI活用の方向性や優先投資領域を確認する「AI戦略ステアリングコミッティ」および、各部門の取組みを支援・加速する実行組織として「AI戦略タスクフォース」を設置しました。

従来から取り組んできた生成AIチャットシステムや営業活動領域での利活用に加え、顧客体験価値変革、ディストリビューション変革、人財価値向上など、中長期の成長とウェルビーイング価値提供の高度化につながる領域へ重点的に投資し、業務プロセスの変革につなげていきます。

◆ デジタル化の推進体制

各業務でのデジタル技術の活用にあたっては、システム部門（保険契約情報の安全・確実な管理をはじめ、システム全般の企画・開発・運用を担う部門）が各業務部門と協力し、推進していく体制を構築しています。



◆ デジタル・AI人財の共育

デジタルやAIの力を活用し、お客さまへの提供価値を高めるためには、デジタル技術に関する知見と多様なスキルを持つ人財の共育が不可欠です。当社では、「デジタル人財」の定義を明確にし、全社横断でスキルやリテラシーの向上に取り組んでいます。

デジタル
活用人財

デジタル・AIを理解し、駆使することで、お客さま・社会、職員自身のウェルビーイングに貢献

デジタル
企画人財

必要なデジタル・IT+AI知識を有し、変革や価値向上を通じてビジネス実現に貢献

デジタル
開発人財

ビジネス部門のデジタル・IT+AI知識を補完し、高い関与度で、ビジネス実現に貢献

こうした取組み等が評価され、2025年12月に、日本のデジタル未来を牽引するリーダー表彰「CIO 30 Awards Japan 2025」において、タレント賞^{*}を受賞しました。

今後は、更なるAI活用に向けて、全職員を対象とした基礎的リテラシーの底上げと、業務・役割に応じた実践的なデジタル・AI活用能力の強化を両輪とする共育体系を確立し、推進していきます。

※社内外におけるデジタル育成において多大なる貢献を表彰する賞。

デジタル&データ×AI

◆ データ利活用(データサイエンス)の取組み

現代社会においては、データの利活用やデータサイエンスの進展により、お客さま一人ひとりへの理解を深め、より質の高い商品・サービスや体験価値の提供が可能となっています。当社では、こうした「データ利活用(データサイエンス)」を、ウェルビーイングの「質」向上を支える重要な基盤と位置づけています。

その取組みの一環として、Vitalityデータを活用した論文・白書の作成や「SMSEI版健康寿命」の開発などを進め、データに基づく知見の蓄積と価値提供の高度化に取り組んでいます。こうした分析・研究成果をエビデンスとして可視化し、お客さま一人ひとりの行動変容の後押しや、商品・サービスの改善につなげることで、お客さまのウェルビーイングの「質」を高めていくことを目指しています。

「データ」で健康増進の価値をエビデンスへ ～医療ビッグデータを活用した白書・レポート～

Vitality等を通じた健康増進の取組みを、より実効性のあるものとするため、JMDCと共同で医療ビッグデータを活用した分析を進めています。これまでに公表した「熱中症白書」「新型コロナウイルス実態調査レポート」「健康増進白書」では、歩行習慣や睡眠、生活習慣病の改善といった日常の健康行動が、疾病の発症・重症化予防や健診値・医療費の改善に関連する可能性が示されました。こうした知見を、健康増進施策や商品・サービスの改善に活かし、ウェルビーイング価値提供の「質」の向上につなげています。



※「熱中症白書」「新型コロナウイルス実態調査レポート」「健康増進白書」全編は、[当社ホームページ](#)から参照ください。

◆ データサイエンスオフィサーの配置と推進

データ利活用(データサイエンス)の取組みを実効性あるものとするため、SMSEIWX(ウェルビーイングトランスフォーメーション)本部に、データ分析・可視化を通じてウェルビーイング価値を創造する「データサイエンスオフィサー」を配置しています。

データサイエンスオフィサーは、分析結果を具体的な施策立案やサービス改善に結びつける役割を担っており、データ駆動型のアプローチを強化することで、より効果的な健康増進施策の展開を推進しています。分析知見を具体的な取組みに落とし込むことで、お客さま理解の深化と価値提供の高度化を図っています。

熱中症の発症・重症化予防に向けた「熱中症白書」

日本の平均気温が上昇する中、熱中症の発症・重症化予防に資するエビデンスを提供することを目的として、2025年4月に「熱中症白書」を作成・公表しました。

調査の結果、生活習慣病がある場合に熱中症リスクの大幅な増加が確認されたほか、歩行習慣等の生活習慣と、熱中症リスクとの関係性が確認されました。



◆ データ活用基盤の整備

データ利活用(データサイエンス)を継続的かつ高度に推進するため、その土台となる分析環境の整備を進めています。迅速で精度の高い分析を実現することで、施策立案や意思決定の高度化につなげています。

その一環として、分析基盤上に生成AIであるAmazon Bedrockを導入し、より効率的かつ高度な分析を行える環境を整備しました。これにより、従来多くの時間を要していたコーディング作業を大幅に削減し、分析担当者が示唆の抽出や施策検討など、より付加価値の高い業務に注力できるようになっています。

こうした基盤整備を通じて、施策の立案・実行のサイクルを加速させるとともに、より高度で示唆に富む情報の創出を可能としています。

「新型コロナウイルス実態調査レポート」

2025年8月、JMDCと共同で、新型コロナの発症・重症化予防や治療実態に関する調査レポートを作成・公表しました。2024年の推計患者数は1500万人超とインフルエンザを上回り、依然として大きな公衆衛生上の課題であることが明らかになりました。また、生活習慣病や歩行習慣・睡眠休養感の有無と重症化リスクとの関係性が確認され、日頃の健康増進の重要性が示されました。

プラス1,000歩がもたらす「健康増進白書」

2026年5月、歩数増加と健診結果・入院回数・医療費の関係を分析した「健康増進白書」を作成・公表しました。

大規模なリアルワールドデータの分析から、1日の平均歩数が1,000歩以上増加することで、BMIをはじめとする各種健診値の改善や、3大疾病の入院回数・入院医療費の低減と関連する可能性が示され、日常の小さな行動変化の重要性が示されました。