

沿革 *SUMISEI History*



1907

日之出生命保険株式会社設立



1926

住友生命保険株式会社設立



1947

国民生命保険相互会社の設立

「理想の会社を創ろう」

この創業の決意から生まれた私たち住友生命

時は1907年(明治40年)、日本に進出していたニューヨーク生命日本支社に医長として従事していた岡本敏行は、当時の保険業界の風潮に疑問を持ち、「理想の会社を創ろう」という志のもと、日之出生命保険株式会社を設立しました。

日之出生命は会社経営の安泰、保険契約者の利益を第一とした堅実経営を貫き、創業初年度から剰余金を計上するなど、その経営内容は当時小粒ながら「業界のダイヤモンド」と称されました。

その頃、住友合資会社の常務理事・小倉正恆は、生命保険業に進出すべきと考えていました。なぜなら、真に人々の利益と直結している生命保険業こそ、社会貢献という住友の事業精神にかなうと確信していたからです。そして、1926年(大正15年)5月、小倉の思いが実を

結び、日之出生命は住友生命保険株式会社へと生まれ変わりました。当時の従業員は391名。保有契約高は、全生保会社40社中、33位からのスタートでした。

金融恐慌に多くの金融機関が苦しむ中、住友生命は、「住友」の信用とグループの協力体制のもと、全従業員一丸となり、この難局に立ち向かいました。そして1938年(昭和13年)には、業界6位へと躍進するにいたったのです。

しかし、軌道に乗り始めた住友生命に、大きな苦難が訪れました。第二次世界大戦の勃発と敗戦です。無条件降伏を受け入れた日本を待ち受けていたのは、連合国軍総司令部(GHQ)による占領政策でした。これにより、財閥解体が決定し、300年以上の伝統を誇る住友の名が使えなくなったのです。



1952
「住友」への社名復帰
「経営の要旨」制定

1958 (1965年7月、北館9～11階増築後)
本社ビル完成

1983
サービスマーク誕生

第2の創業と「経営の要旨」

1947年(昭和22年)9月。住友生命は、国民生命保険相互会社と社名を変更し、新たなスタートを切りました。しかし、戦争で生保加入者は激減し、また極度のインフレにより、戦前の加入契約がほとんど無価値となり、その信頼性が失われた中での厳しいスタートとなりました。

この苦難の時期に経営を任されたのは、当時の社長である芦田泰三です。文字どおりゼロからの出発ではありませんでしたが、芦田はこの苦難に屈することはありませんでした。

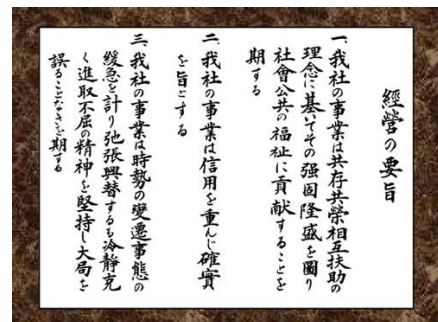
芦田は、業界から異端視されながらもお客さま本位の立場から保険料の引下げを率先して主張し、1952年(昭和27年)に第1次保険料引下げが実現しました。

1952年に6年間にわたる占領下の時代が終結し、同年6月に、国民生命から住友生命保険相互会社と社名を戻しました。そして、従来から堅持してきた「住友の事業精神」に新時代に適応した理念を加え、現在も社業経営の指針である「経営の要旨」が定められました。

第一条には、
社会公共の福祉に貢献するという事業の目的。
第二条には、
信用を重んじ、確実を旨とするお客さま第一の姿勢。
第三条には、
どのような時代・事態になろうとも常に本質を見極める
冷静さでの確かな判断をし、積極的かつ不屈の精神で
社業の発展に努める。
という我々の心構えが謳われています。



この重要な時期に、確固たる基盤を築きあげた時、我々の努力も長く我が社の歴史に記録されることを思えば、まことに働き甲斐のある時期と申すべきであろう。



経営の要旨

沿革

SUMISEI History

2000

住友海上(現三井住友海上)との全面提携

2005

中国人民人壽保險股份有限公司(PICC生命)設立



2007

創業100周年
新たな100年への出発へ「CSR経営方針」制定

2010

メディケア生命設立



2011

ブランド戦略の展開

2013

バオベト ホールディングスと戦略的業務提携



創業100周年とCSR経営方針

2007年に当社は創業100周年を迎えました。生損保子会社の相互参入、銀行窓販の全面解禁など、生命保険業界を取り巻く環境は大きく変化し、ステークホルダーから見た「理想の会社」も大きく変化してきました。

100周年を迎え、経営理念である「経営の要旨」を時代を超えて受け継ぐべき当社CSRの原点と位置づけ、そこに流れる思想を反映し、目指す理想の会社像を「CSR経営方針」として制定しました。

住友生命のCSRの根底には住友の伝統精神があり、現在も「信用・確実・公利公益(=社会公共の利益)を旨とする精神」が脈々と受け継がれています。

●当社のCSRの枠組み



あなたの未来を強くする

ブランド戦略の展開 ～あなたの未来を強くする～

2011年からは、「理想の会社を創ろう」という創業の想いを、“あなたの未来を強くする”というメッセージに託して、新たなブランド戦略を展開しています。超高齢社会の到来やお客さまニーズの多様化が進む中、2010年代を「未来を強くする10年」と位置付け、その象徴としてブランドビジョンを打ち出しました。

住友生命が目指す姿とは何か、どのような価値をお客さまに提供していくのかを整理・集約し、4つの先進の価値としてまとめました。新しい「理想の会社」の姿とは、住友生命の強みである「伝統と革新」の志を発揮して、保険の「新しい」を次々と実現し、心を込めて真っ

先にお客さまにお届けしていく会社です。

この4つの価値の実現は、住友生命がお客さまにとって、そして社会にとってもっと魅力ある会社となるための、そして、職員がこの仕事に携わっていることに一層誇りを持つ会社になるための挑戦でもあります。

お客さまの「未来を強くする」ために、私たちは4つの「先進の価値」を実現していきます。

- “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
- 一步先行く“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

2018
“住友生命「Vitality」”の発売



2016
シメトラ 完全子会社化



「Japan Vitality Project」開始



2014
BNIライフ・インシュアランスと
戦略的業務提携

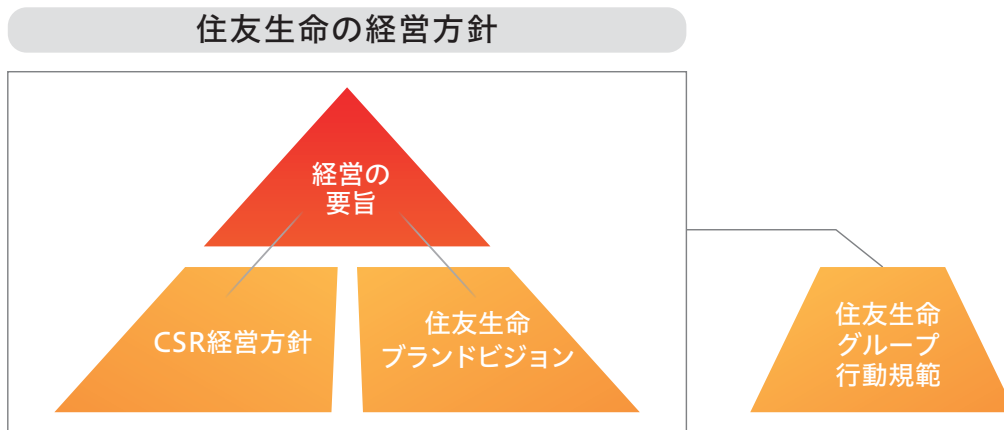


2015
指名委員会等設置会社へ移行

住友生命の経営方針

住友生命の経営方針は、企業理念である「経営の要旨」を頂点とし、そこに示された普遍的な使命をCSRの視点から再整理した「CSR経営方針」および、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」を示す「住友生命ブランドビジョン」によって構成されます。また、住友生命およびグループ各社の役職員の行動規範として「住友生命グループ行動規範」を定めています。



世の中をもっと健康に ～“住友生命「Vitality」”～

2016年には、ソフトバンク株式会社と南アフリカの金融サービス会社ディスカバリーと提携し、「Japan Vitality Project」を開始しました。これは、お客さま、社会、会社・職員のそれぞれと「健康増進」という価値を共有するというCSV (Creating Shared Value) の考え方に基づいた取り組みです。

2018年7月に発売した健康増進型保険“住友生命「Vitality」”には、行動経済学を応用することでお客さ

まの行動変容を促すプログラムが組み込まれています。同年12月にはディスカバリーおよび世界各国のVitalityパートナーと共同で「2025年までに世界の1億人の活動量を現在より20%アップさせる」ことを宣誓しており、中長期的な視点で健康増進への取り組みを進めていきます。

(“住友生命「Vitality」”の詳細はP39参照。)

2019年度のトピックス

SUMISEI History

2019/04
「parkrun」日本初開催

2019/06
シングライフへ出資



2019/08
アイアル少額短期保険 子会社化



2019/09
Vitality Day 2019開催

2019/10
“住友生命「Vitality」プラザ”の展開

2020/03
認知症PLUSの発売

2020/04
「スミセイ中期経営計画2022」スタート

「parkrun」日本初開催

2019年4月に英国の非営利団体parkrun Globalとパートナーシップを結び、世界22カ国で多くの人々に親しまれているロンドン発祥の社会活動「parkrun」を二子玉川公園（東京）で日本初開催しました。

parkrunは、毎週土曜日の朝8時に5kmのウォーキング、ジョギング、ランニング、またはボランティアができる参加費無料のコミュニティイベントです。（P38参照）



Vitality Day 2019開催

健康増進型保険“住友生命「Vitality」”の発売1周年を記念して、「Vitality Day 2019」を開催し、Vitality お客さまアンケート調査や会員の歩数、血圧値に関する調査結果や新たに加わるリワードパートナー企業（株式会社ウェルネスフロンティア、株式会社ティップネス）を発表しました。

調査結果では、加入前よりも健康を意識するようになった方が約93%、1日あたりの歩数は約17%増加、加入時に血圧が高め（収縮期血圧値140mmHg

以上）とされていた方の約48%が10mmHg以上下がっていることが分かりました。また、加入後に生活の質が高まったように感じている方が約84%を占めていることが分かりました。

保険本業を通じて皆さまの健康増進に貢献し、企業としての競争力向上も図っていきます。



新商品「認知症PLUS」発売

2020年3月24日より、「認知症PLUS（認知症保障特約）」を発売しました。「認知症PLUS」は、“住友生命「Vitality」”のコンセプトに基づき、長寿社会における大きな社会的課題の1つである「認知症」を早期段階から保障し、経済的なサポートを行うとともに、早期発

見・予防にもつなげることを目的として開発しました。

「認知症」から「MCI（軽度認知障害）※」まで幅広く保障されます。

※健常者と認知症の中間の状態で、認知機能の低下の訴えはあるものの日常生活への影響はほとんどなく、認知症とは診断できない状態。

