

2017-2019年度

スミセイ中期経営計画2019

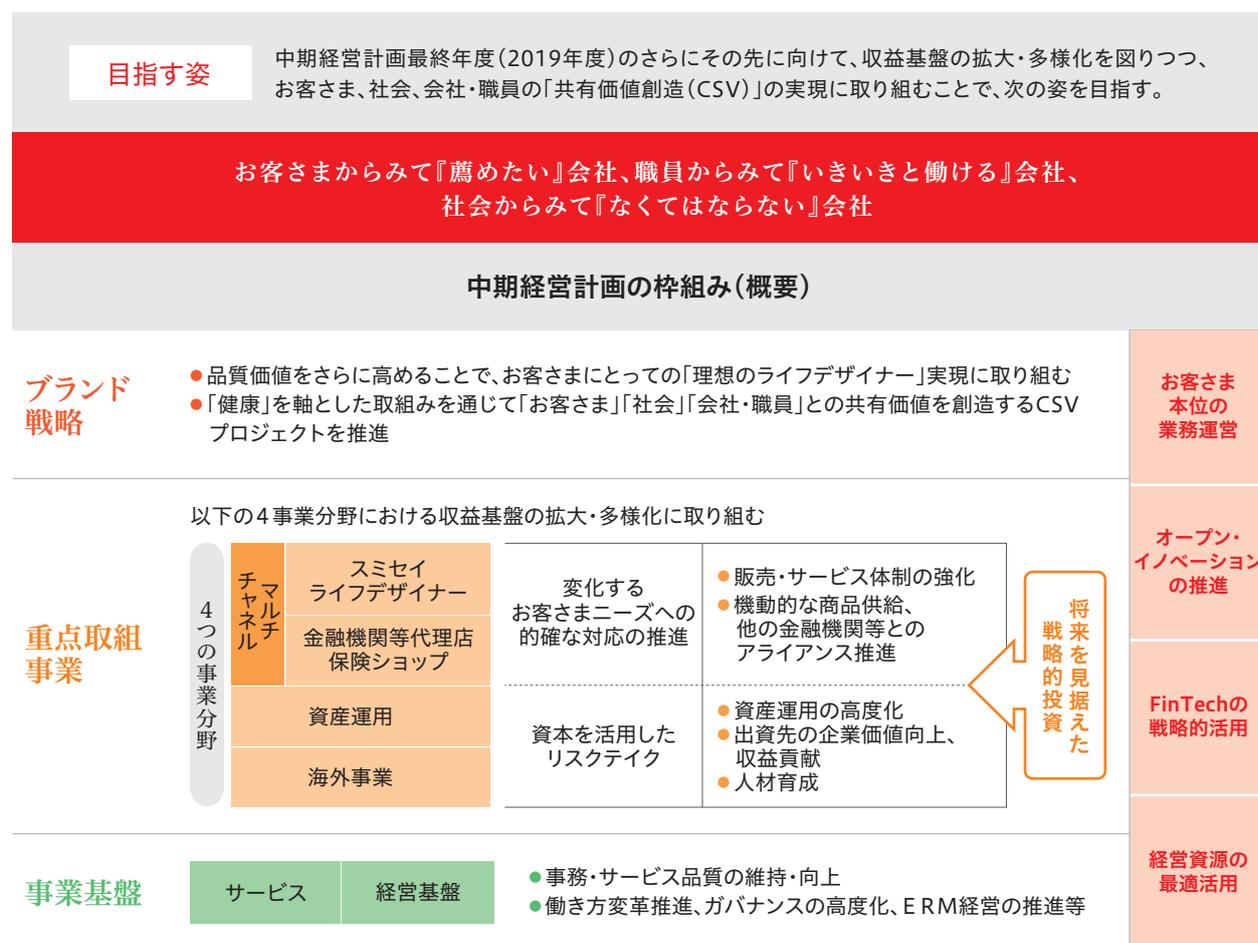
～お客さまのための新たな価値づくりに挑戦し、ともに未来を創る～

振返りと次期への課題

2017年度からスタートした3か年計画「スミセイ中期経営計画2019」では、当社ならではの健康増進型保険“住友生命「Vitality」”を発売したほか、グループ会社を拡大して総合力を向上させるなど、着実に取組みを前進してまいりました。

遂行状況を振り返ると、もっと社会やお客さまのお役に立つために“住友生命「Vitality」”に関する活動の参加者を拡大することや、グループ会社の強みを活かして商品ラインアップの充実や利便性向上を図ることなど、次期への経営課題も明確になりました。

▶「スミセイ中期経営計画2019」全体像



▶ 取組みの振り返りと次期への経営課題

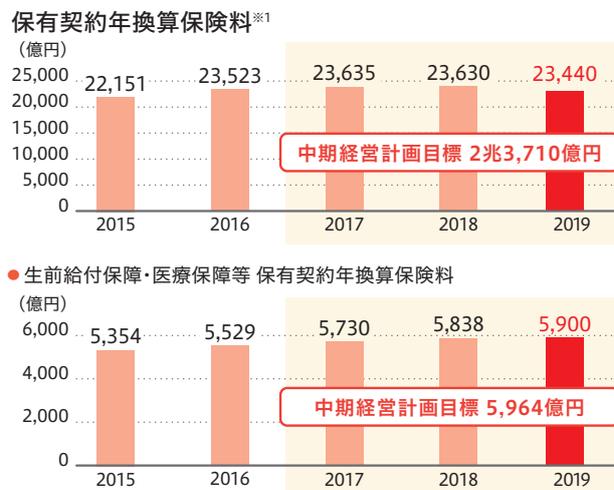
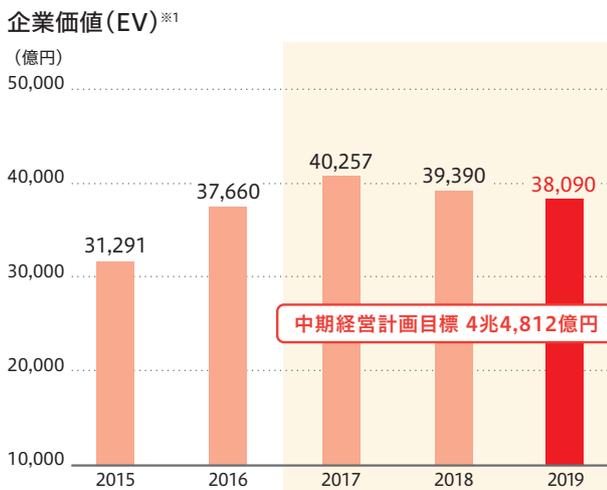
スミセイ中期経営計画2019 (Plan)		遂行状況 (Do)	次期への課題 (Check)
ブランド戦略	<ul style="list-style-type: none"> 品質価値向上による「理想のライフデザイナー」の実現 「健康」を軸としたCSVプロジェクトの推進 	品質価値向上に向けた取組み CSVプロジェクトの推進	“住友生命「Vitality」”活動への参加者を拡大し「健康長寿社会」へ貢献
重点取組事業	<ul style="list-style-type: none"> 変化する多様なお客さまニーズへの的確な対応（販売・サービス体制の強化、提携戦略の推進） 資本を活用したリスクテイク（資産運用の高度化、海外出資先の企業価値向上と収益貢献等） 	住友生命 Vitality 発売 提携商品の供給 (NN, Sony Life) グループ会社の拡大 (H 保険デザイン, アイアル) リスクテイクによる運用収益力向上とリスクコントロールの強化 海外保険会社への出資 (Singlife)	グループ会社の強みを活かして商品ラインアップを充実しお客さまの利便性を向上 低金利状況下におけるさらなる運用収益力向上 海外出資先の収益力と企業価値を向上
事業基盤	<ul style="list-style-type: none"> 事務・サービス品質の維持・向上 働き方変革推進、ガバナンスの高度化、ERM経営の推進等 	契約手続きの電子化 働き方変革に向けたWPIプロジェクト始動	デジタル化の推進 柔軟で多様な人材の育成

スミセイ中期経営計画 2022 (Action)

▶ 計数目標の遂行結果(2019年度末)

「スミセイ中期経営計画2019」では、「企業価値(EV)」、「保有契約年換算保険料」、「生前給付保障・医療保障等の保有契約年換算保険料」を計数目標として掲げました。2018年7月に発売した“住友生命

「Vitality」”は40万件を達成するなどご好評いただいているものの、金利が当初の想定より低下したことを受けて、いずれの計数目標も目標を下回りました。



世界的な金融緩和の影響等により金利が想定を下回ったことが主因で目標比▲6,721億円となりました。

金利の低下に伴い、貯蓄性商品の商品魅力が低下したことが主因で目標比▲269億円となりました。

※1 住友生命+メディケア生命の合算。

生前給付保障・医療保障等は3か年増加率+6.7%となるも、目標を若干下回りました。