

2021年度「ブランド戦略2.0」始動

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



住友生命のパーパス (存在意義)

住友生命は、「社会公共の福祉に貢献する」ことをパーパス (存在意義)として企業理念「経営の要旨」に掲げています。

生命保険事業を通じてお客さまとご家族の生活を支え、ひいては、社会全体に貢献していくという理念のもと、本業で社会課題に取り組み企業価値を向上させていくこと (CSV) が、SDGsの達成につながると考えています。

ブランド戦略の推進

このパーパスのもと、2011年より、「住友生命ならではの」価値を実現してお客さまとご家族に万全の安心をお届けすることを、「あなたの未来を強くする」というメッセージに託したブランド戦略を展開してきました。

「人」ならではの価値を実感いただけるコンサルティングやサービスをお届けすべく、営業用タブレット端末「Sumisei Lief (スミセイリーフ)」を活用した未来診断や未来応援活動の推進、保険金等のお支払い時の親身な対応等に注力してきました。

また、商品面においては、2018年に、革新的な健康増進型保険「住友生命「Vitality」」を発売しました。「住友生命「Vitality」」は、多くのご加入者の健康への意識と行動の変容に貢献し、健診結果の改善、さらには、「住友生命「Vitality」」が家族のコミュニケーションのきっかけとなり、QOL (生活の質) 向上にも貢献しています。



ブランド戦略の進化【ブランド戦略2.0】

そして、ブランド戦略スタートから10年が経過した2021年からは、「人に根差した価値」にさらに磨きをかけるとともに「デジタル」も活用し、「一人ひとりのよりよく生きる=ウェルビーイング」に貢献するブランド戦略2.0へと、取り組みをさらに進化させていきます。

当社が「一人ひとりのよりよく生きる=ウェルビーイング」を掲げて目指す姿とは、パーパスに掲げる「社会公共の福祉に貢献する」領域をさらに拡大し、経済的保障や身体的健康のみならず、精神的・社会的健康といった面も含めて、お客さま一人ひとり異なる人生の「生きる日々」に寄り添い続ける会社です。

そうした会社を実現すべく、「住友生命「Vitality」」を中心に、そのさらなる進化や新規ビジネスへの挑戦等を通じて、「一人ひとりのよりよく生きる=ウェルビーイング」を支えるサービスのエコシステムの確立を目指していきます。また、人とデジタルによる顧客体験価値の向上や、人生100年時代の視点も踏まえた高齢者への取り組みなど、お客さまへの寄り添いをさらに充実させていきます。

これらのCSVの理念に根差した取り組みを推進し、「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「なくてはならない」生命保険会社の実現を目指していきます。

人に根差した価値

生命保険という目に見えない商品を安心・信頼をもってお届けするために、職員一人ひとりの「人に根差した価値」を高める取組みを進めています。また、「人に根差した価値」を高めるためのツールとしてデジタルを活用し、「人」と「デジタル」の両輪で「一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイング」に貢献していきます。

「人」と「デジタル」の融合

● 新たな営業スタイルの確立

新型コロナウイルス感染拡大に伴うお客さまの志向や生活様式の変化に合わせて、新たな営業スタイルの確立に向けた取組みを進めています。

具体的には、非接触での対応ニーズの高まりを踏まえ、2020年9月からビジネスチャットツール「LINE WORKS」やWeb面談ツール「Zoom」を導入しました。

教育面においてもe-ラーニングツール「クラウドキャンパス」(自学自習の教育用アプリ「S-TUBE」)の導入により時間・場所に捉われない学習機会を創出するなど、環境変化にあわせたコンサルティングスキルの向上を図っています。

また、営業職員の設計したプランを、お客さまがご持ちのスマートフォンやタブレット、パソコンから申込みいただける取扱いを2021年1月より開始しています。

健康状態の告知や保険料の払込方法の設定もWebで行うことができます。

さらなる利便性向上、お客さまからご提出いただく書類のペーパーレス化に向けてレベルアップを検討していきます。

これらの対応により、ニューノーマルの時代においてもこれまでと変わらない「人に根差した価値」を提供していきます。



● EXサポートセンターの新設

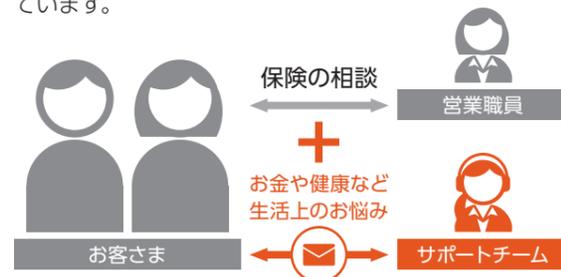
「アフターフォローの複線化」を目的に、営業担当者に加えてデジタルを活用しながら本社からもお客さまをフォローする取組みを、2020年7月より一部の支社から順次展開しています。

具体的には、本社内に「EX*サポートセンター」を立ち上げ、本センターよりメール等を通じて、お客さまへご興味やご気になりに応じた情報を定期的に提供するとともに、お客さまからもメールや電話によるお問合せを承ることで、お客さまとの『双方向』コミュニケーション

※名称由来:お客さまの「素晴らしい(Excellent)体験(Experience)」をサポートするという意味で命名しています。電子的な(E)・迅速(Express)・先回り(Expected)の意味も含まれます。



の実現を図っています。サービス展開においては、デジタルを活用することでコミュニケーションの最適化を図りつつも、センター・営業担当者の「人に根差した価値」による対応を心掛けています。



人生100年サポートの取組み

住友生命では、人生100年時代の到来を踏まえ、豊かで明るい健康長寿社会に求められる「健康な暮らし」「安心・安全な暮らし」の実現に向け、ジェロントロジー*の知見を有する外部の団体や専門家と連携し、超高齢社会の社会的課題解決に取り組んでいます。

*老後の過ごし方や高齢社会の様々な課題を幅広い分野から研究する学問

● 具体的取組み

認知症サポーターの養成

認知症バリアフリー社会の実現を目指して全職員を対象に認知症サポーターの養成に取り組んでおり、2020年度は新たに29,079名の認知症サポーターを養成しました。

人生100年時代を応援するコンサルティング

人生100年時代における介護・認知症、老後の備え、健康等について具体的にお客さまと話せるツール「未来ガイド」、お客さまの未来の年表で収支明細をご確認いただきながら、もしものときに必要な資金、豊かな老後に備えたい資金をシミュレーションできるコンサルティングツール「未来診断」「セカンドライフコンサルティング」を作成・活用し、お客さまの人生100年を応援するコンサルティングを推進しています。

ジェロントロジー教育の推進

全職員が高齢者・高齢社会について正しい知識を身に付けたうえで、お客さまに寄り添った対応をしていくため、全社を対象にジェロントロジー教育を推進しています。

具体的には、各種研修の実施、社外の検定試験の受験推進、外部の専門家による講演会の実施等を行っています。

認知症に関する産官学連携の推進

高齢者の生活を健康時から認知症で判断能力が低下した状態まで途切れなくサポートする包括支援システムの開発を目指す産官学連携プロジェクト「COLTEM」に参画し、意思決定支援やその能力評価に関する知見を収集しています。

また、京都市立医科大学大学院医学研究科精神機能病態学・成本迅教授が代表理事を務める一般社団法人日本意思決定支援推進機構とアドバイザー契約を締結し、その知見を交えながら高齢者サービスの向上に取り組んでいます。

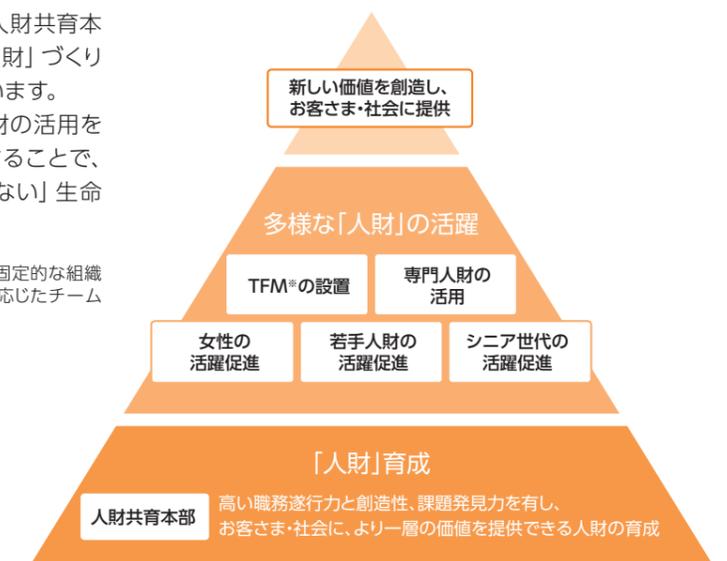
人財共育

● 人財共育本部の立上げ

2021年4月に社長直轄の部門横断組織「人財共育本部」を立ち上げ、新しい価値を創造できる「人財」づくりに向けた中長期的な戦略の検討を開始しています。

こうした「人財共育」をベースに多様な人財の活用を図り、お客さま・社会に新しい価値を提供することで、お客さま、職員、社会にとって「なくてはならない」生命保険会社を目指します。

※タスクフォースマネージャー：2021年7月に新設した、固定的な組織を持たない新たな管理職で、戦略的な課題(タスク)に応じたチームリーダーとして任命。



Vitality・健康の価値

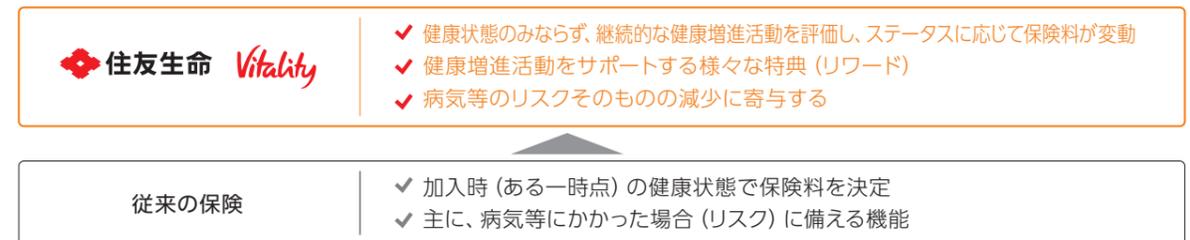
生命保険は従来、経済的な保障による「安心」をお客さまに提供してきました。これから先の未来を見据えた時、この「安心」の領域は一層広がっていきます。“住友生命[Vitality]”を中心に、「一人ひとりのよりよく生きる=ウェルビーイング」に貢献するサービスを様々なパートナー企業とも連携しながらエコシステムとして展開することで、未来に続く住友生命ならではの価値を実現していきます。

● “住友生命 [Vitality]” とは

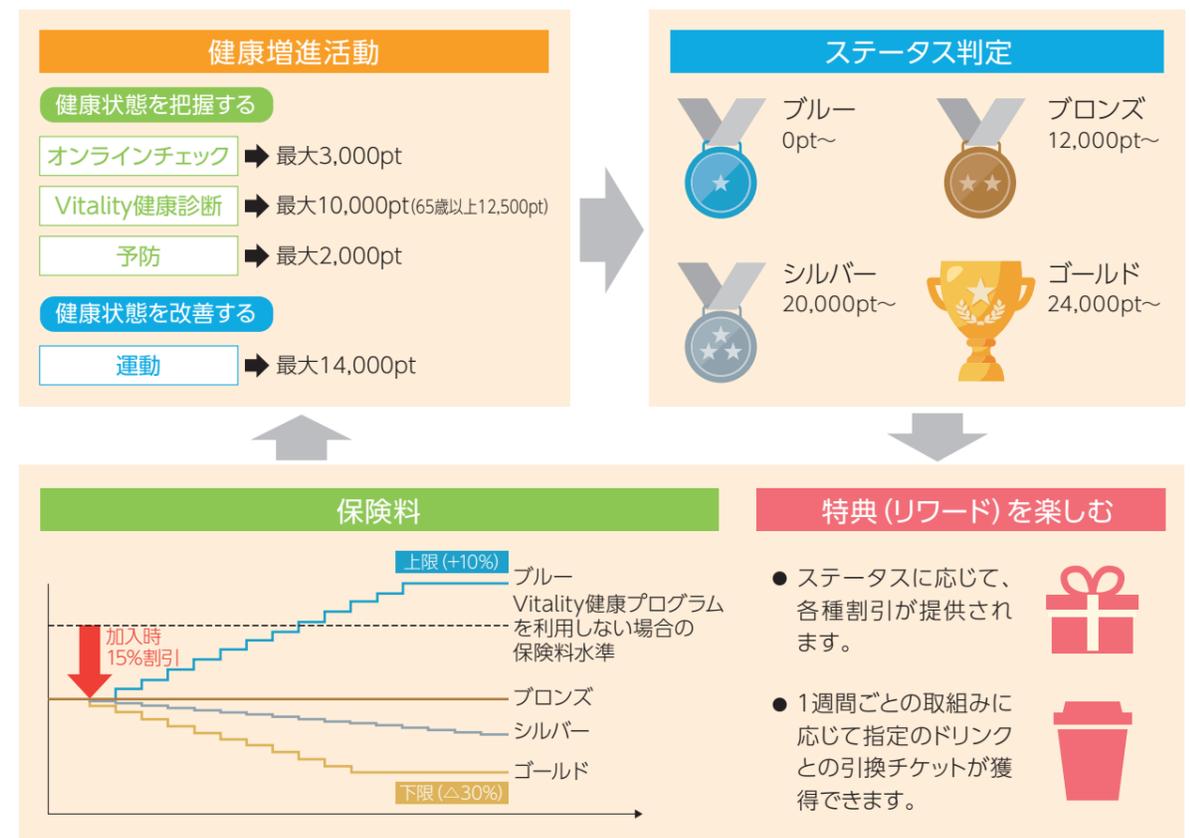
2018年7月に発売した健康増進型保険“住友生命[Vitality]”は、継続的に健康増進活動に取り組むことをサポートするVitality健康プログラム^{※1}を生命保険に組み込んだ商品です。働けなくなったときのリスクに備える「未来デザインUP」やがん罹患後の再発の不安等に備える新商品「がんPLUS ALIVE」をはじめとした保険本来の保障に加え、お客さまの日々の健康増進活動を包括的に評価し、毎年の取組実績に基づき判定された

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をサポートする商品です。

※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。



● “住友生命 [Vitality]” の全体像



● [Vitality] とは ～世界26の国と地域で行われている健康プログラム～

[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年より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、26の国と地域で、約2,170万人(2020年12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。

[Vitality]を導入する国・地域と導入時期

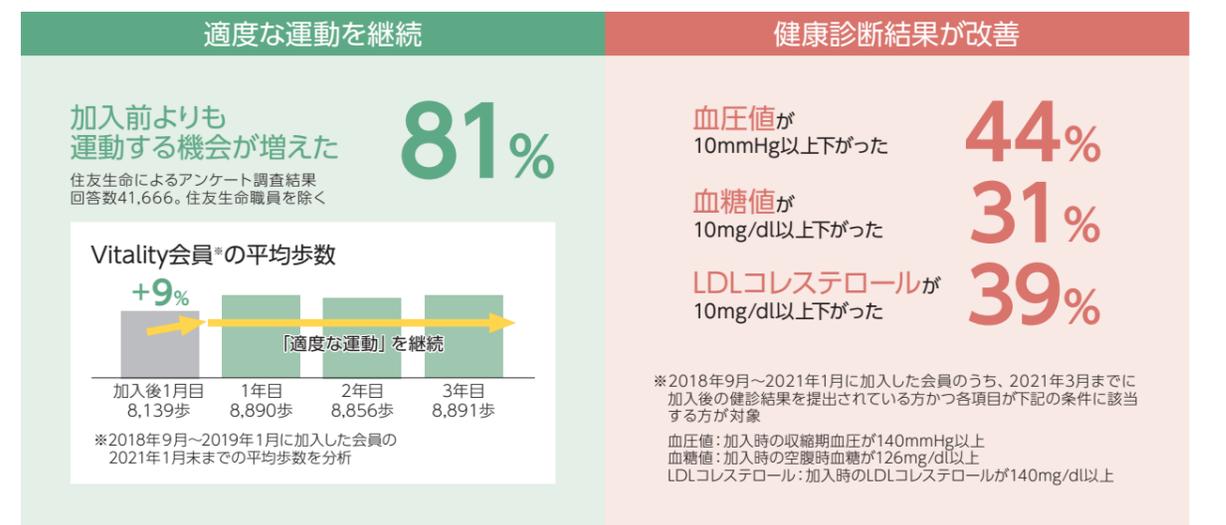


● “住友生命 [Vitality]” 加入者の歩数・健康診断結果およびアンケート調査結果

住友生命は、Vitality会員の歩数・健康診断結果に関する調査とアンケート調査を実施しました。

その結果、加入前よりも運動する機会や日々の歩数が増加した方が約81%を占め、日々の歩数は加入時から約9%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。

また、健康診断結果は、加入時に血圧値が高め(収縮期血圧値140mmHg以上)とされていた方の約44%が10mmHg以上減少、血糖値が高め(126mg/dl以上)とされていた方の約31%が10mg/dl以上減少、LDLコレステロールが高め(140mg/dl以上)とされていた方の約39%が10mg/dl以上減少していることが分かりました。



● リワードパートナー企業の拡大

2020年度にはイオンリテール株式会社・イオン東北株式会社と提携し、本州・四国でヘルシーフード特典の提供を開始したほか、人間ドック・健診予約サイトを運営するマーン株式会社や、『ポケモン GO』を手掛けるナイアンティック(Niantic, Inc.)と提携を行った結果、パート

ナー企業は、“住友生命[Vitality]”発売当初の11社から、17社に増加しました。

お客さまがより楽しんで健康増進活動に取り組むことができるよう、今後も多様なパートナー企業との提携を通じて、様々な特典(リワード)の拡充に努めていきます。

ご褒美をモチベーションに楽しみながらの健康増進をサポートする特典(リワード)

- アクティブチャレンジ
Apple Watch



- アクティブチャレンジ



- 『ポケモン GO』チャレンジ*



- 旅行



※©2021Niantic,Inc.©2021Pokémon. ©1995-2021Nintendo/CreaturesInc./GAME FREAK inc.
ポケモン・Pokémonは任天堂・クリーチャーズ・ゲームフリークの登録商標です。

健康増進に取り組むきっかけを作り、継続的な健康増進活動をサポートする特典(リワード)

- スポーツ用品



- ヘルシーフード



- ウェアラブルデバイス



- ヘルスチェック



- フィットネスジム



新しい生活様式への対応

Vitality Run&Walk Challenge

オンライン上で開催するランニング・ウォーキングイベント[Vitality Run&Walk Challenge]に特別協賛しました。専用サイトから申込みを行うことで、特定の場所に集まらず、誰でも“無料”で“好きな場所”で気軽に参加できます。

なお、Vitality会員は、完走・完歩証の提出でVitality運動ポイントを獲得できます。



おうちVitality応援特典

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、外出自粛が呼びかけられる中、Vitality会員の皆さまの自宅(屋内)での健康増進活動を後押しし、楽しく健康的にお過ごしいただけるよう、期間限定の追加特典(リワード)やご自宅でできるオンラインフィットネス等の提供を実施しました。

● Vitality健康プログラム単独での提供(体験版)

2021年4月から、コロナ禍における運動習慣のきっかけ作りや生命保険にご加入できないお客さまにもVitalityの魅力を実感いただくことを目的に、生命保険に加入することなく、Vitality健康プログラムの一部(アクティブチャレンジ等)を期間限定・無償で体験いただける取組を試験的に行っています。

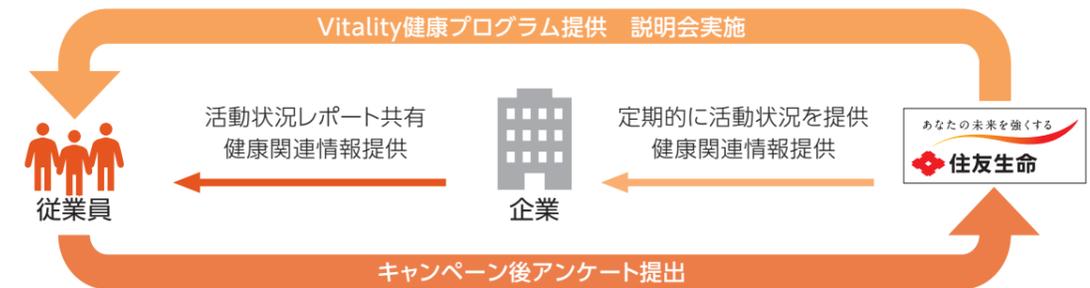
現在は、営業職員経由での個人への提供(個人体験版)と、企業の健康経営推進のサポートの一環としての従業員への提供(企業型)の2つの類型で主に実施しています。

今後、より一層、Vitality健康プログラムをお客さまの健康増進に資する形でご利用いただけるよう、研究・検討を進めていきます。

「アクティブチャレンジ」の仕組み



Vitality企業型の提案を通じた健康経営推進のサポート



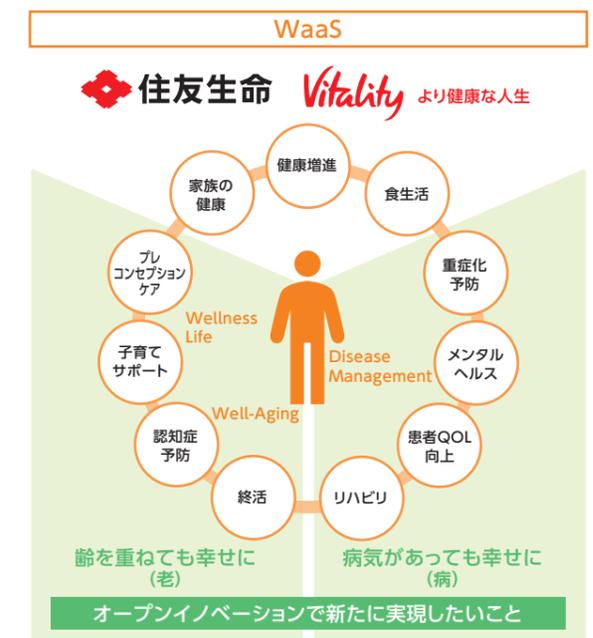
説明会の実施や定期的な情報提供を通じて、より効果的な運営をサポートします。

WaaS(Well-being as a Service)の拡大

住友生命は、「一人ひとりのよりよく生きる=ウェルビーイング」を支えるサービスをエコシステムとして展開することで、未来に続く住友生命ならではの価値を実現していくとともに、今後、更にこれを推し進め、WaaS(Well-being as a Service)の領域を拡大していきます。

具体的には、WaaSの中核となるVitalityによる「健康増進」を一層推進していくことに加え、オープンイノベーションによる新規事業/サービスの開発の方向性として、人生100年時代において誰もが経験する「病」と「老」の課題解決を進めていきます。疾病があってもよりよく生きるための「Disease Management」サービス、齢を重ねる中でもよりよく生きるための「Well-Aging」サービス、加齢に伴う様々な課題にポジティブに向き合いよりよく生きるための「Wellness Life」サービスの開発に取り組んでいきます。

住友生命は、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」の実現に寄与していきます。



イノベーションへの挑戦

● オープンイノベーションの推進(CVC)

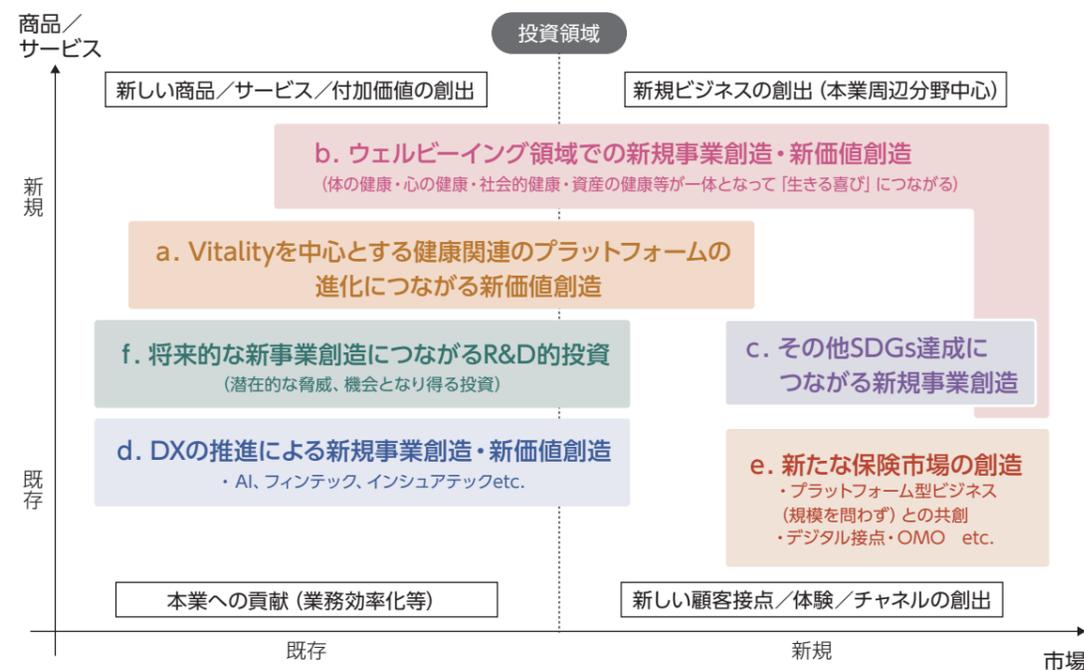
住友生命は、長期的な視点に立った企業変革の取組み(未来投資)の一環として、オープンイノベーションを通じたお客さまの利便性向上や社会課題の解決につながる新しいビジネス・サービスの創出に取り組んでいます。これまで、オープンイノベーション推進組織を設置し、ベンチャーキャピタルファンド投資や様々な技術や知見、ネットワークを持つ企業等との事業共創に取り組んできましたが、オープンイノベーションによる新たな価値創造を加速するため、2020年11月にCVC(コーポレートベンチャーキャピタル)であるSUMISEI INNOVATION FUNDを設立しました。

SUMISEI INNOVATION FUNDとは

CVCは、将来性のあるスタートアップ企業への投資を通じて、事業共創を効率的・効果的に推進する仕組みです。SUMISEI INNOVATION FUNDは、豊富なスタートアップ企業への投資・支援経験を有するSBIインベストメント株式会社の運営支援により、投資先企業との事業共創を推進するCVCです。



SUMISEI INNOVATION FUNDを通じた事業共創により、「住友生命[Vitality]」の進化、「体の健康」だけでなく「体・心・社会的健康」を目指す「一人ひとりのよりよく生きる=ウェルビーイング」に貢献するサービスの提供、新しいテクノロジーやサービスを活用した「お客さまと保険会社の新たな接点」の創出等を実現していきます。



● アクサ生命との提携による介護関連サービス「ウェルエイジングサポートあすのえがお」の全国展開

アクサ生命保険株式会社とともに検討・構築した介護関連プラットフォーム「ウェルエイジングサポートあすのえがお」のサービス提供を東京・大阪周辺の一部支社・営業部で先行実施していましたが、利用者に高く評価いただいていることから、より多くのお客さまにサービスをご提供するため2021年4月に全国での提供を開始しました。

このサービスでは、専用コールセンターでケアマネジャー等の介護の専門家が介護に関するお客さまのお悩みやご相談に専門的な視点からアドバイスしま

す。また、情報の選別が難しい公的介護保険外のサービスの利用についても、提携する介護関連事業者のサービスをご案内することで、介護をする方・される方の双方がより良い暮らしを送ることをサポートします。

今後も、こうしたサービスの提供を通じて介護事業に関する知見の蓄積を進めるとともに、お客さまによるご利用の状況を確認しながら、介護分野における魅力あるソリューションの提供を目指して、サービス内容の充実に取り組む予定です。

ICT(情報通信技術)活用・デジタル化の取組み

● お客さま体験価値の最大化に資する取組み

住友生命では、経営戦略とIT・デジタル戦略を融合させ、お客さま体験価値(CX)の最大化を目指す中期システム化計画(2022)を策定し、常に先進的なICT(情報通信技術)を取り入れ、サービスの更なる高度化に取り組んでいます。

中期システム化計画(2022)に基づき、「デジタル」と「人に根差した価値」を融合させることで新たな商品・サービスを提供していく「デジタルトランスフォーメーション」の実現に向けた取組みを推進しています。

2020年度には、社内外の様々なデータを用いて、新たな商品やサービスの提供を実現すべく、ビッグデータの蓄積、整備、自動分析等の機能を備えたスミセイデータプラットフォーム(データ分析環境)を構築し、順次分析を進めています。併せて、データサイエンティストの育成や社内のデータリテラシー向上の取組みも実施しています。これらの取組みを通じて、AI(人工知能)の幅広い活用に取り組んでいきます。

また、お客さまへの新しい経験・価値の提供や社会課題解決などを図るため、デジタル技術を活用して革新的なビジネス・サービスをスピーディに創出し、ビジネスを変革していくことを目的として、「デジタルイノベーション」にも取り組んでいます。そのため、2018年4月に「スミセイ・デジタル・イノベーション・ラボ」を東京と米国シリコンバレーに開設、2020年4月にはデジタルイノベーション推進室として正式に組織化しました。

国内においては、関係部門と連携しながら、最新技術

● 次期システムアーキテクチャ構想の策定とデジタルプラットフォームの構築

中期システム化計画(2022)においては、上記のようなICTの活用やデジタル化の取組みを支える基盤として、当社システムの次期アーキテクチャ構想の策定およびデジタル化推進のためのプラットフォーム構築を進めています。

お客さまへのサービス提供の迅速化や業務の効率化等を実現するため、自社のみでシステム構築するのではなく、クラウドファーストを前提に社外サービスを適材適所で積極的に採用しています。

異業種との連携による新しい価値・サービスの提供実

現に向けて、社内外のシステムをつなぐAPI^{※2}連携基盤も新たに構築しました。

また、圧倒的に優れたUI(ユーザーインターフェイス)とUX(ユーザーエクスペリエンス)を備えたモバイルアプリの提供を目指す取組みも進めています。

さらに、お客さまの体験価値向上や迅速かつ柔軟なシステム開発の実現のため、アジャイル開発などの新たな開発手法にも取り組んでいます。



「デジタルを活用した障がい者の就労支援プロジェクト」の様子

※1 VC(venture capital:ベンチャーキャピタル)とは、事業会社や機関投資家から資金を集め、ベンチャー企業に投資をすることで、投資先企業の成長を支援し、資本収益の獲得を目的とした機関です。

※2 Application Programming Interfaceの略。特定のシステムに対し別のシステムから動作させ情報の取得・連携を行うシステム間のインターフェース。