


住友生命グループのあゆみ(沿革)

「理想の会社を創ろう」。創業者岡本敏行のこの志に基づいて、当社は1907年(明治40年)5月に創業いたしました。


それから100年の時を超えて、当社はこれからも生命保険事業を通じて「豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する」という社会的使命をしっかりと果たせるよう、研鑽努力を続けて「なくてはならない」生命保険会社を目指していきます。

日之出生命保険株式会社の創業(1907年) 「理想の会社」を目指し岡本敏行が創業。当時優れた経営内容を「業界のダイヤモンド」と評される。  日之出生命本店社屋(東京市京橋区、大正2年12月完成)	1907(明治40)年	5月	日之出生命保険株式会社設立(当社の創業年月)
	1926(大正15)年	5月	住友生命保険株式会社に社名変更
	1947(昭和22)年	8月	国民生命保険相互会社設立
住友生命保険株式会社の発足(1926年) 社名を「住友生命保険株式会社」と改称し、社会公共の利益のために住友の生保事業がスタート。  住友ビルディング(大阪市東区北浜)	1952(昭和27)年	6月	住友生命保険相互会社に社名変更
	1960(昭和35)年	10月	住友生命社会福祉事業団(現住友生命福祉文化財団)設立
	1977(昭和52)年	12月	「スミセイ絵画コンクール」がスタート
国民生命保険相互会社の設立(1947年) 戦後の財閥解体により新会社「国民生命保険相互会社」を設立し、「積極的健全経営」方針のもと出資。  国民生命本店(大阪市東区安土町)	1985(昭和60)年	6月	住友生命健康財団設立
	1986(昭和61)年	2月	「スミセイ安心だより」送付開始
	1986(昭和61)年	4月	「全国縦断チャリティコンサート」がスタート
「住友」への社名復帰(1952年) 「住友生命保険相互会社」の新社名のもとで再出発。現在の「経営の要旨」を制定。  ラジオ放送を通じた社名改称挨拶をする芦田社長	1990(平成2)年	4月	「いずみホール」(現住友生命いずみホール)をオープン
	1990(平成2)年	10月	「創作四字熟語」スタート
	2001(平成13)年	4月	「LIVE ONE」発売
中国人民人壽保險設立(2005年) 中国最大損害保険会社を傘下を持つ中国人民人壽保險集團股份有限公司と共にPICC生命を設立し中国市場へ参入。 	2001(平成13)年	7月	本社ビル竣工
	2001(平成13)年	10月	生保8社による企業年金事務・システム受託会社「ジャパン・ペンション・サービス」(現日本企業年金サービス)設立
	2002(平成14)年	10月	銀行等の窓口にて年金商品の販売開始
メディケア生命設立(2010年) 様々なお客さまニーズに的確に対応し、商品を機動的に提供していくことを目的として設立。 	2002(平成14)年	12月	三井住友アセットマネジメント(現三井住友DSアセットマネジメント)営業開始
	2003(平成15)年	9月	「Qバック」発売
	2004(平成16)年	10月	アリコジャパン(現メットライフ生命)との業務提携
中国人民人壽保險設立(2005年) 中国最大損害保険会社を傘下を持つ中国人民人壽保險集團股份有限公司と共にPICC生命を設立し中国市場へ参入。 	2005(平成17)年	4月	「スミセイの千客万頼」発売
	2005(平成17)年	11月	中国人民人壽保險と合併で中国人民人壽保險を設立
	2006(平成18)年	4月	「指定代理請求特約」発売
メディケア生命設立(2010年) 様々なお客さまニーズに的確に対応し、商品を機動的に提供していくことを目的として設立。 	2006(平成18)年	7月	外部専門家で構成する「保険金等支払審議会」設置
	2006(平成18)年	9月	スミセイダイレクトサービス開始
	2007(平成19)年	1月	保険金等の支払に関する「相談窓口」および「社外弁護士による無料相談制度」開設
メディケア生命設立(2010年) 様々なお客さまニーズに的確に対応し、商品を機動的に提供していくことを目的として設立。 	2007(平成19)年	5月	創業100周年
	2007(平成19)年	11月	「未来を築く子育てプロジェクト(現未来を強くする子育てプロジェクト)」開始
	2008(平成20)年	3月	「がん長期サポート特約」発売
メディケア生命設立(2010年) 様々なお客さまニーズに的確に対応し、商品を機動的に提供していくことを目的として設立。 	2008(平成20)年	3月	社外有識者で構成する「CS向上アドバイザー会議」設置
	2009(平成21)年	1月	「入院保障充実特約」発売
	2009(平成21)年	10月	三井住友海上の個人向け・企業向け損保商品の全面販売開始
メディケア生命設立(2010年) 様々なお客さまニーズに的確に対応し、商品を機動的に提供していくことを目的として設立。 	2009(平成21)年	10月	保険代理店子会社を合併し、いずみライフデザイナーズに改称
	2010(平成22)年	4月	生命保険子会社メディケア生命営業開始
	2010(平成22)年	10月	エンベディッド・バリューを開示

2011(平成23)年	3月	ブランド戦略の開始 新コーポレートブランドスタート 「スミセイ未来応援活動」開始
2012(平成24)年	3月	「スミセイ未来応援活動」拡充
	12月	バオベト・ホールディングス(ベトナム)と戦略的業務提携
2013(平成25)年	3月	「がんPLUS」「救Q隊GO」「ドクターGO」発売、「スミセイ・セカンドオピニオン・サービス」開始
	8月	「バリューケア」発売、「スミセイ ケア・アドバイス・サービス」開始
	12月	バンク・ネガラ・インドネシア、BNIライフ・インシュアランスと戦略的業務提携 「たのしみワンダフル」「たのしみ未来」発売
2014(平成26)年	3月	「スミセイアフタースクールプロジェクト」開始
	6月	先進医療給付金の医療機関で直接支払いサービス開始
	9月	メディケア生命を完全子会社化 「スミセイ健康相談ダイヤル」開設 「YOUNG JAPAN ACTION 浅田真央×住友生命」がスタート
2015(平成27)年	7月	指名委員会等設置会社へ移行
	9月	「1UP」発売
2016(平成28)年	2月	米国生命保険グループ「シメトラ」の完全子会社化
	7月	「Japan Vitality Project」開始
	10月	エヌエヌ生命と業務提携
2017(平成29)年	3月	「プライムフィット」発売
	5月	住友生命創業110周年社会貢献事業「スミセイパイタリティアクション」がスタート
	7月	株式会社保険デザインを子会社化
2018(平成30)年	4月	「スミセイ・デジタル・イノベーション・ラボ」開設
	7月	「住友生命「Vitality」」発売 ソニー生命と業務提携
	10月	アクサ生命と業務提携
	11月	アクサ生命と「ウェルエイジング共創ラボ」開設
2019(令和元年)	4月	「parkrun」日本初開催
	6月	シングライフへ出資
	8月	アイアル少額短期保険を子会社化
	9月	Vitality Day 2019開催
	10月	「住友生命「Vitality」プラザ」の展開
2020(令和2)年	3月	「認知症PLUS」発売
	11月	SUMISEI INNOVATION FUNDを設立
2021(令和3)年	3月	「がんPLUS ALIVE」発売

新コーポレートブランドの展開(2011年)
 「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。



バオベトHDと戦略的業務提携(2012年)
 ベトナム社会主義共和国最大手保険・金融グループのバオベト・ホールディングスへ出資し、ベトナム市場へ参入。


BNIライフと戦略的業務提携(2013年)
 インドネシア共和国の大手国営商業銀行バンク・ネガラ・インドネシア(BNI)の生命保険子会社BNIライフへ出資しインドネシア市場へ参入。



指名委員会等設置会社へ移行(2015年)
 経営の透明性および判断の客観性を高める態勢を構築し、更なるコーポレートガバナンス態勢の強化を図る観点から、指名委員会等設置会社へ移行。

米国生命保険グループ「シメトラ」完全子会社化(2016年)
 収益基盤の強化やリスク分散、米国市場の成長性の享受等を通じ長期的な契約者利益の向上を目指し米国に進出。

 マツラCEOと橋本会長

「住友生命「Vitality」」発売(2018年)
 加入時またはある一時点の健康状態を基に保険料を決める従来の生命保険とは一線を画し、加入後毎年の健康診断や日々の運動等、継続的な健康増進活動を評価することにより、「リスクそのものを減少させる」ことを目的とした商品。Vitalityの理念・目的に共感していただいたパートナー企業から特典(ワード)を提供。


シングライフへ出資(2019年)
 世界最先端のデジタル技術やビジネスモデルを取り入れていくことを目指し、シングライフに出資。


「がんPLUS ALIVE」発売(2021年)
 「がんと共に生きる」時代の中、がん治療後も続く「再発の不安」や「収入減少」等に対応することを目的とした商品。


アイアル少額短期保険を子会社化(2019年)
 特定のマーケットニーズに対応した商品を機動的に開発・販売するアイアル少額短期保険を通じて、「マルチチャネル・マルチプロダクト戦略」を推進。
