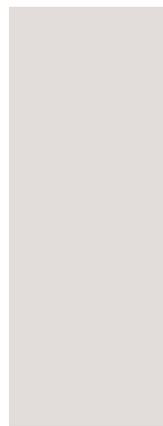
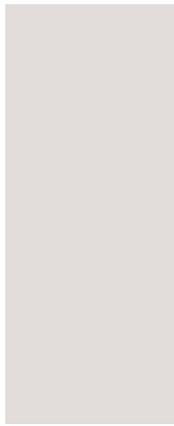


# CSRレポート 2010

Sumitomo Life CSR Report 2010



## お読みいただくにあたって

住友生命では、当社のCSR活動をステークホルダーの皆さまにわかりやすくお伝えるために、2008年からCSRレポートを発行しています。

「CSRレポート2010」では新たに、当社が優先的に取り組む「私たちが考える重要課題」を掲載しています。この重要課題を軸に、お客さまそして社会から信頼・支持される会社を目指して実施した取組みを中心に報告しています。また、保険業を通じて豊かで明るい社会を実現するために、住友生命が果たすべき役割について、従業員だけではなく社外の方々とコミュニケーションを図っている様子を紹介しています。

各ステークホルダーへの取組み内容については、当社のCSR活動を網羅的に報告したホームページ「住友生命のCSR」に、より詳しい情報を掲載していますのであわせてご覧ください。

当社のCSR活動について、皆さまから忌憚のないご意見・ご感想をお寄せいただければ幸いです。

<http://www.sumitomolife.co.jp/csr/>

### 読みやすさへの配慮

本レポートは、どなたでも読みやすさを感じていただけるよう、ユニバーサルデザインの観点から、文字の大きさ・太さや色使い等に配慮しています。

### 報告の概要

#### ●対象期間

2009年度(2009年4月～2010年3月)  
※報告の一部に、上記期間外の情報も含まれます。

#### ●対象範囲

住友生命保険相互会社  
※一部グループ会社等の取組みも掲載しています。

#### ●発行時期

2010年11月  
(前回2009年9月、次回2011年9月予定)

### 事業概要(2010年3月31日現在)

#### ●従業員数

45,281名  
(職員：9,612名、営業職員：35,669名)

#### ●営業拠点数

支社：73 支部：1,782

#### ●主要業務

生命保険業

- ・生命保険の引受け
- ・資産の運用

付随業務および法定他業

- ・他の保険会社その他金融業を行う者の業務の代理または事務の代行
- ・投資信託の販売
- ・確定拠出年金制度における運営管理業務

### 関連情報

財務情報についてはディスクロージャー誌をご覧ください。

<http://www.sumitomolife.co.jp/disco.html>

### お問い合わせ先

住友生命保険相互会社  
調査広報部 CSR推進室

TEL 03-5550-4332

FAX 03-5550-1182

csr@am.sumitomolife.co.jp

※本レポートは、具体的な商品の内容をご案内するものではありません。

## Contents

お読みいただくにあたって	1
トップコミットメント	2
住友生命グループのCSR	3
<b>私たちが考える重要課題 1</b>	
「お客さま中心主義」の追求	5
よりわかりやすく、よりお役に立つ商品の開発	7
安全・確実に資産を運用する	8
コミュニケーションを通じた品質経営	9

<b>私たちが考える重要課題 2</b>	
従業員が伸びやかに働くために	11
<b>私たちが考える重要課題 3</b>	
介護・医療の現場を支援する	13
豊かな社会づくりに取り組む	15
第三者意見	17
ホームページ「住友生命のCSR」ご紹介	18

## 本業を通じて、豊かで明るい社会づくりに取り組みます

当社は「CSR経営ビジョン」において、「保険事業の健全な運営とその発展を通じて、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する」ことを明確に表明しています。「お客さま一人ひとりに最適な生活保障サービスを提供する」という生命保険業そのものが当社CSRの根幹であるとの認識のもと、その品質向上に向けた取組みを推進しています。

### 1. お客さまへ一生涯の「安心」をお届けするために

当社は、お客さまへ一生涯の「安心」をお届けするために、魅力ある商品の開発、コンサルティングセールスのレベルアップ、質の高いサービスの提供および販売チャネルの多様化に向けた取組み等を進めています。

商品開発面では、保障内容の充実とわかりやすさの向上を図った新たな医療保険や、一生涯の介護保障ニーズにお応えする新商品を発売いたしました。

一方で、2008年度から展開している「お客さま総訪問活動」を継続し、定期訪問によるご契約内容やご請求漏れの確認および最新の商品情報の提供等を行っています。コンサルティング力の強化の面では、優秀人材の採用、教育制度の充実、さらにFP(ファイナンシャル・プランナー)資格の取得推進等に取り組んでいます。加えて、インターネットを通じた手続きの拡充やコールセンターの機能強化等により、非対面サービスの拡充も進めています。

このような活動を通じて、お客さまとの信頼関係の構築、お客さま満足度の向上に取り組んでいます。

### 2. CSR経営を支える企業文化・組織風土づくりに向けて

CSR経営を推進するためには、その担い手・原動力となる従業員が自信と誇りを

持って伸びやかに働き続けられる企業文化・組織風土を創っていくことが重要であると考えています。

従業員一人ひとりの多様性を尊重し、持てる力を最大限に発揮できる働きやすく働きがいのある環境づくりとして、ワーク・ライフ・バランスのさらなる推進や従業員のキャリア形成をサポートする各種制度の充実を進めています。出産や介護といった、従業員がそのライフステージに応じて直面する状況に柔軟に対応できる制度を整備するとともに、その制度を利用しやすい風土づくりにも取り組んでいます。また、女性人材の活躍推進に積極的に取り組んできた結果、厚生労働省の2010年度「均等・両立推進企業表彰」均等推進企業部門において「厚生労働大臣優良賞」を受賞いたしました。

### 3. 豊かな社会・環境に向けて

当社は一企業市民として、社会や環境が抱える諸課題の解決に積極的に貢献していくことは重要な責務であると考えています。そのため、生命保険業との親和性を踏まえ、「少子化対策・子育て支援」「介護と医療」「芸術・文化の振興」「地球環境保護」といったテーマを中心に社会貢献活動を展開しています。

具体的には、「少子化対策・子育て支援」では、子育てをテーマとした顕彰制度や、育児を行いながら研究を続けている女性研究者等への支援をはじめとした「未来を築く子育てプロジェクト」を実施しています。また、「地球環境保護」では、温室効果ガスや紙使用量の削減等といった環境負荷低減の取組みに加え、多種多様な生態系の保全を目的として、沖縄とフィジー諸島共和国での「サンゴ礁保全プロジェクト」を実施しています。

国連グローバル・コンパクト(GC)は、各企業が、人権、労働基準、環境、腐敗防止の4分野からなる10原則を遵守・実践するよう求めている国際的なイニシアチブです。住友生命は、2008年7月からGCに参加しています。



また、当社は2008年に国連グローバル・コンパクトに参画しておりますが、今後とも当社が社会的責任を果たしていく上での重要な指針として支持し、CSR活動を推進していきたいと考えています。

### 4. 「豊かで明るい長寿社会」を目指して

2008年度からスタートした3カ年計画「スミセイ新世紀ビジョン～再生と創造～」の最終年度を迎え、引き続き、経営全般にわたる一層の品質向上と新たな成長路線の確立に向けた取組みを進めてまいります。

当社はこれからも変わることなく、保険事業の健全な運営とその発展を通じて、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献していくことを目指します。今後ともステークホルダーの皆さまとの対話を重ね、最も信頼・支持され、持続的・安定的に成長する会社となれるようさまざまな取組みを推進してまいります。

2010年11月

取締役社長

佐藤義雄



# 住友生命グループのCSR

## CSR経営ビジョン

**住友生命は保険事業の健全な運営とその発展を通じて、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献します。**

この理念のもと、誠実な業務遂行・健全な財務基盤を通じ、お客さまをはじめとした各ステークホルダーに最も信頼・支持され、持続的・安定的に成長する会社を目指します。

### お客さまへ

お客さまからの信頼をあらゆる活動の起点とし、保険事業の健全な運営を通じて、一人ひとりに最適な生活保障サービスを提供します。

### ビジネスパートナーへ

ビジネスパートナーの信頼・支持を得て、ともに社会的責任を果たします。

### 従業員へ

従業員一人ひとりが誇りと自信をもっていきいきと働き続けられる会社づくりに取り組みます。自由闊達でチャレンジ意欲あふれる組織風土を大切にします。

### 社会へ

社会の一員としての役割と責任を認識し、健康で心豊かな社会づくりと地域社会・国際社会の発展に貢献します。

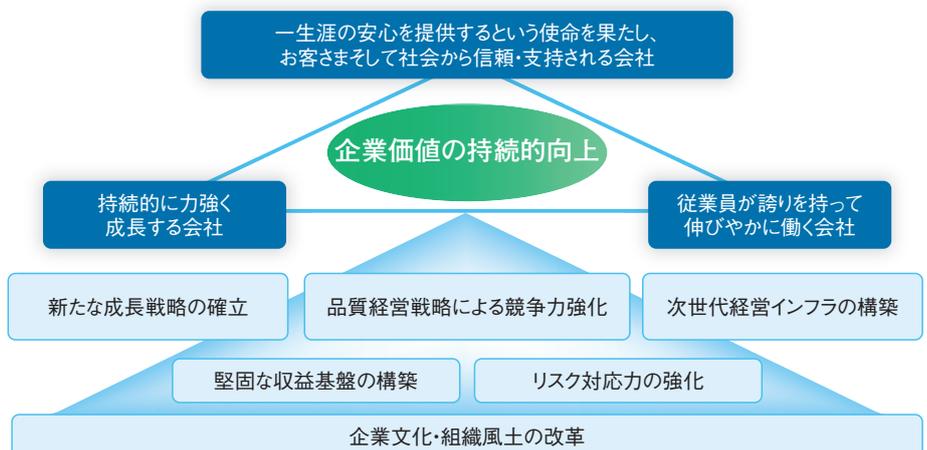
### 地球環境へ

健康な暮らしを支えるため、事業活動において常に地球環境への影響に配慮し、その保護に積極的に取り組みます。

## スミセイ新世紀ビジョン ～再生と創造～

住友生命は、2008年度に3カ年計画「スミセイ新世紀ビジョン～再生と創造～」を策定しました。

営業活動、サービス、業務における各プロセスの改革をさらに推進することで、品質経営と新たな成長路線の確立を目指し、「豊かで明るい長寿社会」の実現に貢献していきます。



## 私たちが考える重要課題

### 重要課題

- 1 「安心」をお届けする保険事業の品質向上
- 2 働きやすく、働きがいのある職場づくり
- 3 社会の発展・地球環境保護への貢献

当社は、目指すべき理想の会社像を定めた「CSR経営ビジョン」のもと、3カ年計画「スミセイ新世紀ビジョン」を策定し全社で品質向上への取組みを進めてきました。これらの活動を具体化し、一人ひとりの従業員が日々の業務の中でCSR活動を進めるため、上記三つを「私たちが考える重要課題」としました。

「スミセイ新世紀ビジョン」にも掲げる「一生涯の安心を提供する」という使命を果たしていくために、最も重要である保険事業について弛まぬ品質向上に努めていく決意を込めて、一つ目のCSR重要課題としています。

また、従業員は会社にとって重要なステークホルダーであるとともに、CSR推進の原動力となる存在であることから、従業員が働きやすく、働きがいのある会社を目指すことを二つ目のCSR重要課題としています。

さらに、一企業市民として、将来世代へ安心して暮らせる社会、豊かな環境を残していきたいとの思いから、社会の発展および地球環境保護への貢献を三つ目の重要課題としました。

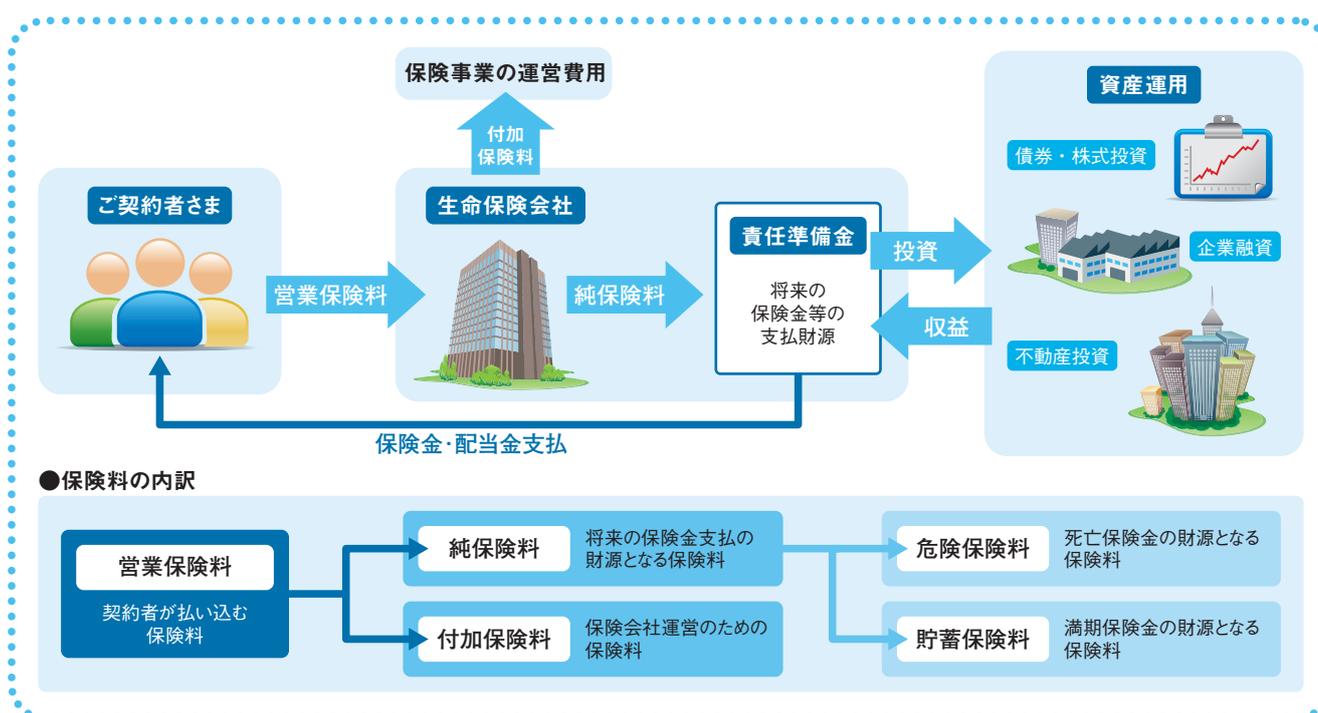
これら三つの重要課題に取り組むことにより、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献し、皆さまから最も信頼・支持される会社となれるよう努力していきます。

## 生命保険事業と社会的役割

生命保険会社には、社会の中で担う重要な役割が二つあります。一つは、ご契約者さまの生命や健康の損失に対して保険金・給付金をお支払いする「リスク対応機能」です。二つめは、ご契約者さま

からお預かりした資産を企業や個人に供給する「金融仲介機能」です。

このように生命保険会社には、ご契約者さまに安心を提供することに加え、経済を通じて社会を安定させる重要な役割と責任があります。



## 重要課題 ① 「安心」をお届けする保険事業の品質向上

## 「お客さま中心主義」の追求

当社は、お客さま一人ひとりに一生涯の安心をお届けするため「お客さま中心主義」を掲げて業務を遂行しています。質の高いコンサルティングサービスのご提供や保険金・給付金等の確実なお支払いを通じて、お客さまから信頼・支持される会社を目指しています。

「お客さま総訪問活動」で  
きめ細かいアフターフォローを

生命保険は、一度ご加入いただくと長期間にわたってご契約が継続します。お客さまは、時間とともに生活環境が変わられるため、保険の内容についてもその時々のライフステージに合った内容に変えていくことが大切です。

当社は、今までも対面によるアフターサービスを推進してきましたが、さらにきめ細かなコンサルティングを実施するために、2008年度から「お客さま総訪問活動」を推進し、お客さまへの定期訪問を徹底しています。

訪問に際しては「保険安心カルテ」を使用して、お客さま一人ひとりのご契約内容の確認、名義変更やご入院の確認、新商品などの最新情報のお知らせを行っています。こうした活動を通じて、お客さまの生活環境の変化を確認するとともに、その時々の社会保険制度や医療実態を踏まえた最適なコンサルティングを行うことを目指しています。

## ●営業職員のコンサルティング力の向上

より質の高いコンサルティングをご提供していくために、「お客さま総訪問活動」を支

える営業職員の育成に積極的に取り組んでいます。体系的な教育制度のもと、徹底した商品教育や各種の研修を実施するとともに、FP(ファイナンシャル・プランナー)資格取得を支援・推進しています。

また、営業職員の評価を担当ご契約に対するフォローの状況に重点を置いた内容にするなど、アフターサービスを重視した体制の構築を図っており、こうした取組みの結果、ご契約の継続率は着実に上昇しています。

適切なお支払いで  
お客さまを支える

保険金・給付金等を適時適切にお支払いすることは、私たち生命保険会社が担う最も重要な責務の一つです。

お客さまに病気やケガなど「もしも」のことがあったとき、保険金等のお支払いによってお客さまを経済面でしっかり支えるため、お客さま視点に立った支払管理態勢の強化に取り組んでいます。

具体的には、保険金等のご請求手続きにあたり、お客さまから伺った病気やケガの内容から、ご契約いただいている保障内容を体系的に確認し、関連する給付や別

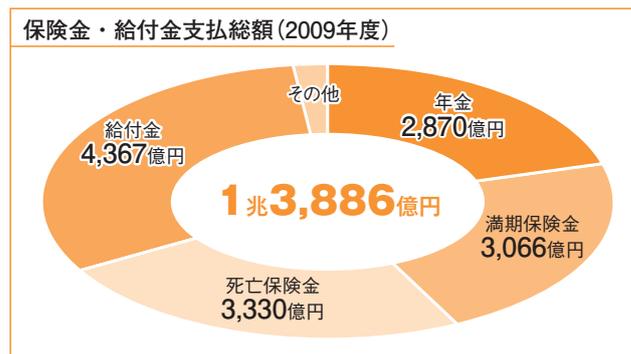
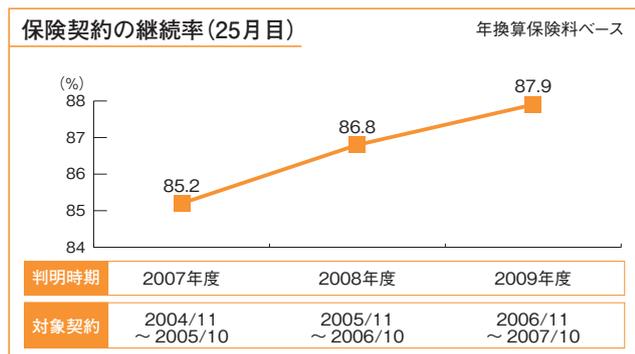
口の契約について幅広くご案内しています。

また、お支払いを行った事案を毎日点検するシステムを導入し、支払い漏れがないよう何重にもチェックする体制を整備しています。この他、支払担当者・営業職員等への研修や、お支払いに関する相談窓口の設置、給付金支払査定システムの高度化等、迅速・確実なお支払いの実現に向けて取り組んでいます。

## お客さまの声を経営に活かす

当社では、さまざまな機会に寄せられる「お客さまの声」を、商品・サービスの開発や業務の改善に役立てています。「お客さまの声」には、「日々の業務の中で寄せられる苦情」や「ご契約者懇談会でのご意見・ご要望」「お客さま満足度アンケートでのご意見・ご要望」等があり、それらは社内では集約され、課題の共有化および対応策・改善策の検討が行われています。

課題によっては複数の部門が協力して検討・対応を要するものもあり、それらの重要課題を検討する機関として、「CS向上委員会」が設けられています。





支部長を中心にお客さま満足の向上を目指す(群馬支社藤岡南支部)

「CS向上委員会」では、部門横断的に改善策の検討等を行い、その審議結果・対応策を経営層へ報告し、必要な対策を講じています。

さらに、社外から消費者問題に詳しい有識者(消費者問題専門家、弁護士等)をお招きし、当社の取組みに広く助言をいた

だく「CS向上アドバイザー会議」を設置しています。これまでも会議でいただいた意見を参考に、募集資料等やお客さまへ通知のわかりやすさ向上や各種お手続き書類

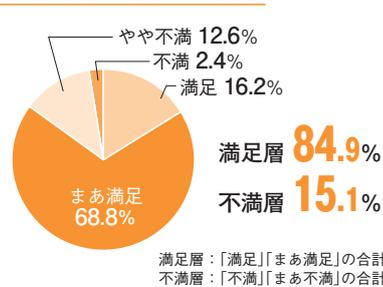
の簡素化・平明化を実施しました。今後も、お客さま目線での施策の策定・実行に取り組んでいきます。

※詳細については、9ページをご覧ください。

#### お客さまの声を活かした、業務、サービスの改善例

お客さまの声	対応・取組み内容
契約時点から一生涯の介護保障を確保したい。	契約時から終身の介護保障・死亡保障を有する「介護保障終身保険特約」を発売しました。終身の介護保障とこれまでの特約とあわせて、就業期間中の収入保障から公的介護保険制度利用時の自己負担にまで備えることが可能な、充実した保障内容としました。
設計書は説明されればわかるが、一人では読み返したときに理解しにくい。	「お客さまが一人で読んでも読みやすく、内容が理解できる設計書」をコンセプトに、主力商品「ライブワン」の設計書の全面改訂を実施。契約を見直しされる場合には、現在の保障内容と提案プランを比較したページを設計書の先頭に配置する構成に変更するなどの改訂を行いました。
総合通知「スマセイ安心だより」の掲載内容をもっと見やすく、わかりやすくしてほしい。	色覚の個人差を問わず、すべてのお客さまにとって見やすくわかりやすい表示となるよう、デザインや配色に配慮しました。また、保険金・給付金などを確実にご請求いただくため、ご請求に該当する事項がないかをチェックシート方式で確認していただける「ご請求チェックシート」を作成し、同封しました。
契約内容等をわかりやすく説明してくれるよう、営業職員のレベルアップを行ってほしい。	入社段階から商品教育などの基礎教育を徹底し、コンサルティング力の維持・向上のため、営業用携帯端末(Vite)を活用した教育にも取り組んでいます。また質の高いコンサルティングを行うため、現在、FP(ファイナンシャル・プランナー)資格の取得を推進しています。

#### 住友生命に対する総合的満足度(2009年度)



#### Voice



群馬支社 藤岡南支部長  
山本 孝子

#### 従業員の声

#### お客さまの人生に寄り添う

この仕事は、お客さまに信頼いただくことから始まります。お客さまと会話を重ね、保険の必要性をお客さまご自身に納得いただくことを大切にしながら活動をしています。

お客さまとご家族のライフイベントを20年、30年と長く見守り続ける存在でいられるよう、

常に感謝の気持ちを忘れず、お客さまへの定期的な訪問を心がけています。

支部の従業員一人ひとりが、お客さまに最適なサービスを提供し、「保険のプロ」として地域の皆さまのお役に立てる、そんな支部にしていきたいと思っています。

重要課題 ① 「安心」をお届けする保険事業の品質向上

# よりわかりやすく、よりお役に立つ商品の開発

当社は、お客さまの多様なニーズと社会環境の変化を的確に捉え、真にお客さまにお役に立つ保険商品を開発し、お客さまのライフスタイルや将来設計をサポートし続ける保険会社を目指しています。

## お客さまの声等を反映した医療保険の全面改定

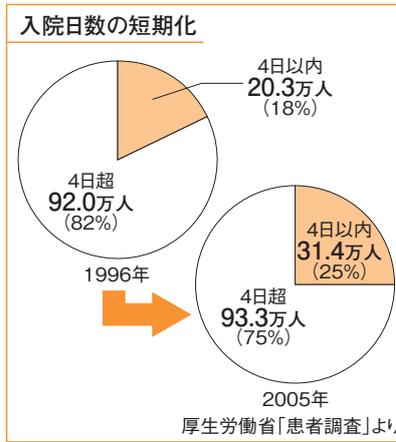
社会状況や生活様式が刻々と変化をするように、生命保険へのお客さまのニーズも多様化しています。当社はそれにお応えすべくさまざまな保険商品を開発してきましたが、その一方で多様なニーズに応えるあまり、商品内容が専門的、複雑になりお客さまから「商品内容が複雑で理解できない」「どういった手術のとき、給付金がいくらもらえるのか分かりにくい」といった声をいただくこともありました。

また、近年の医療技術の進歩などによる入院日数の短期化、および、それに伴う1日あたりの平均医療費の高額化等、私たちを取り巻く外部環境も大きく変化しており、そのような変化に対応した保険商品が求められるようになってきていました。

そこで、よりお客さまにとってわかりやすく、お役に立てる保険商品の一つとして医療保険「救Q隊KING」「ドクターKING」を開発しました。

## 「介護と医療のスマセイ」の一翼を担う商品

「救Q隊KING」「ドクターKING」は、真にお客さまのお役に立つように、「よりお支払いできる医療保障を目指す」というコンセプトで開発がスタートしました。これまでの医療保険を抜本的に見直して生まれた、まさに「介護と医療のスマセイ」の一翼を担う保険商品です。



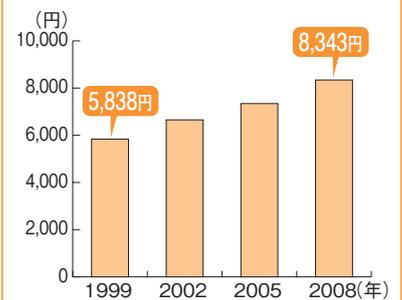
開発のポイントは四つ。一つ目は「わかりやすさの向上」で、簡素化・簡明化を通じて、どのような場合にいくら給付金などを受け取れるのかを、お客さまご自身で判断していただける商品としました。

二つ目は「給付魅力の向上」です。医療技術の進歩による入院の短期化・高額化に対応するとともに、進行がんなどによる長期入院の保障など、入院給付を充実しています。また、一部を除き外来手術も含めた1,000種類以上の公的医療保険対象手術を幅広く保障しています。



商品部 商品開発室 副長 奥下高英

## 入院1日あたりの平均医療費



厚生労働省「社会医療診療行為別調査」より推計 (高額療養費加味せず)

三つ目は保障内容の合理化など給付の抜本的な見直しを実施することで「保険料の低価格化」を実現しました。そして四つ目は、「CSRのさらなる推進」として、白血病などの難病の治療法として有効な骨髄移植の促進のため、患者としてだけでなくドナーとなった場合も給付対象とするなど、保険を通じて社会に貢献できる商品としました。

これからもお客さまからの期待に応え、一生涯の安心をお届けするために、「真にお客さまのお役に立つ商品」、「わかりやすさを重視した商品」の開発に努めていきます。

## Voice

お客さまの声

息子ががんになり、何度も入退院を繰り返しています。

入院日数が180日を超えましたが、息子の加入している保険はがんでの入院の場合には支払日数が無制限で請求できるという保障内容で、大変助かります。ありがとうございます。

重要課題 ① 「安心」をお届けする保険事業の品質向上

# 安全・確実に資産を運用する

生命保険会社の資産は、大勢のお客さまにお支払いいただいた保険料で成り立っています。当社では、お客さまからお預かりした大切な資産を長期・安定的に運用していくことを第一義とし、CSRを含め、さまざまな観点からの投資判断に基づいた運用を行っています。

## 資産運用方針

当社の資産運用においては、ALM(Asset Liability Management：資産・負債の総合管理)の観点から、生命保険という長期にわたる負債の特性に応じて、公社債などの長期の円金利資産を中核的な資産として運用することで、金利リスクを適切にコントロールしながら、安定的な収益を確保していくことを基本方針としています。さらに、許容されるリスク量の範囲内で株式投資等を行うことで運用パフォーマンスの向上を目指しています。

## 投融资におけるCSRの視点

当社では、総合的な信用リスク管理の基本的枠組みを定めた「クレジットポリシー」において、排除すべき投融资として以下の項目を規定しています。

- ① 公序良俗や法令等に反する事業を営んでいると認められる企業等に対するもの
- ② 資金使途が公序良俗や法令等に反すると認められるもの
- ③ モラルリスクの存在が懸念される企業等(代表者含む)に対するもの
- ④ 資産運用に関する法令、社内規定等に抵触するもの
- ⑤ CSR経営ビジョンに則り、企業の社会的責任の観点から妥当性を欠くと判断されるもの

また、株式投資にあたっては、持続的な利益の成長や、財務面のバランスも考慮した株主への利益還元等、さまざまな観点から中長期的に株式価値の向上が見込めると判断した企業に投資を行っています。さらに、お客さまからお預かりしている資産を誠実に運用する手段としての株主議決権行使に際しては、独自に「議決権行使ガイドライン」を定め、投資先企業の業績・財務状況、資本政策、株主への利益還

元姿勢、コンプライアンス体制等の視点から議案ごとに判断を行い、適切な行使に努めています。

加えて、法令違反など妥当性を欠く取引先の徹底的な排除にも取り組んでいます。

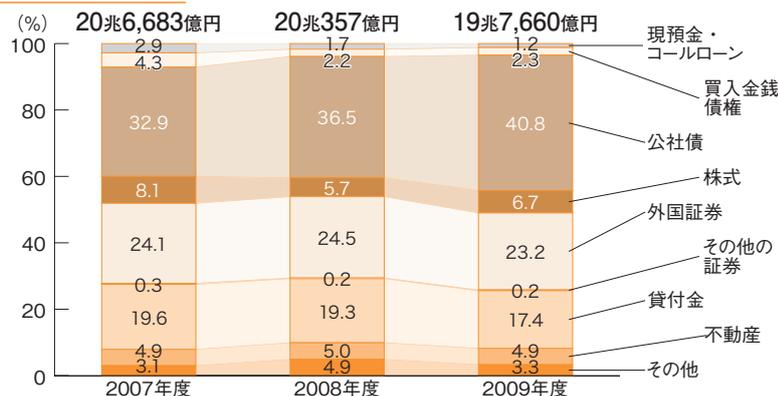
## 環境に配慮した不動産運用 ～CO<sub>2</sub>排出量削減に向けた取組み

当社では、不動産運用を通じてCO<sub>2</sub>削減に向けたさまざまな取組みを行っています。

例えば、全国約200棟のテナントビルでは、改修工事の際、独自の「環境チェックリスト」を活用し、環境と品質の両面から検討を行い、より高効率の設備の導入を実施しています。具体的事例として、大型ビルの改修工事において、エネルギー設備全体の省エネ監視・制御を自動化、一元化するシステムを導入し、2009年度は導入前(2006年度)対比で13%のCO<sub>2</sub>排出量削減を達成しました。運用面については、入居テナントに省エネの協力を依頼するとともに、冷暖房設備の温度のきめ細やかな設定などの機器の運用改善に積極的に取り組んでいます。

また、東京本社ビルでは、人感センサー設置によるオフィス内自動消灯システムを導入するなど省エネルギー・高効率な機器への設備更新を行った結果、2009年度は2002年度～2004年度の平均排出量対比で19%のCO<sub>2</sub>排出量削減を達成しました。社会のCO<sub>2</sub>削減に対する要請に応えるためにも、今後もさらなる省エネに取り組んでいきます。

資産の構成(一般勘定)



# コミュニケーションを通じた品質経営

真にお客さまの信頼に応えるには何が重要か、当社では随時話し合いの場を持ち、議論を深めてきました。2008年度からは社外有識者を招いた「CS向上アドバイザー会議」を、2009年度からは当社社長とさまざまな職務を担う従業員が意見を交換する「伸びやかミーティング」を実施しています。

## CS向上アドバイザー会議

### ●開催趣旨

お客さま満足向上のために部門横断的に設置された「CS向上委員会」の諮問機関として、社外の有識者より意見・アドバイスを受け、商品・サービスの開発や業務改善に活かしています。

### ●社外委員

片山登志子氏(弁護士、消費者支援機構関西 副理事長)、伊藤恭一氏(埼玉県消費者団体連絡会 代表幹事・事務局長)、多胡秀人氏(アビームコンサルティング株式会社 顧問)、長田三紀氏(特定非営利活動法人 東京都地域婦人団体連盟 事務局長)

### ●開催実績

2008年 第1回～第3回  
2009年 第4回～第5回  
2010年3月 第6回(以降、順次開催予定)



### より良い商品提案のために

お客さまへのわかりやすい商品提案は常に大きな課題であり、CS向上アドバイザー会議では実際に現場で使用する説明資料などを基に、具体的な議論を交わしてきました。

**片山委員：**ツールが多すぎると何が大切なかが逆にわかりにくい。要点がまとまった1枚があれば非常に有効ではないか。

**長田委員：**用語等を整理し、説明が必要以上に複雑になるのを避けるべき。また、ユニバーサルデザインの観点も踏まえ、見やすい色遣いにするなどの工夫も求められる。

提案された対策案に基づきパンフレットや設計書等の改善に取り組む中で、以下のような評価の声もいただいています。

**伊藤委員：**二つの点でわかりやすくなった。一つは、業界用語などをなるべく減らし、一般的なやさしい言葉に変えたこと。もう一つは、従来はネガティブな表現を避けるためにあいまいな記述になっていた部分も、はっきりとした表現に変えたということ。例えば「満期保険金はありません」など明確に示すことで、リスクや負の条件もお客さまに伝えている。

### アフターフォロー体制の強化

保険はご契約時だけでなくその後のアフターフォローが非常に大切です。ご加入いただいた保険に満足いただくためには、ライフステージに合わせて内容の見直しが必要であり、その理解をどのようにお客さまに求めていくかも課題といえます。

**多胡委員：**保険には予防的な側面があり、年1回のアップデートは毎年受ける人間ドックにも似た意味があるということをお客さまに意識付けしていくべき。インターネットやCM、コールセンターなどさまざまな場で訴えていく必要があるのではないか。

また、既契約のお客さまへのアフターフォローをいかに強化していくかについても、頻繁に議題に上りました。

**多胡委員：**継続的な訪問や引継ぎは各従業員のやり方に任せるのではなく、組織全体できちんと対応すべき問題。現場で実際に対応している従業員の声をよく聞き取って、どのような支援をしたらお客さま対応の向上につながるのか検討していくことが重要である。

**長田委員：**お客さまの状況に合わせた提案ができ、必要とされるとき訪問できる関係を築いている従業員を増やしていかなければならない。

### スミセイらしい社会貢献の形

企業の社会貢献活動に関心を持つ消費者が増える中、「住友生命がどのような使命感を持って事業に取り組んでいるか」を適切に伝えていくことが重要であるとの指摘もいただきました。

**片山委員：**「良い保険をつくり、わかりやすく伝えて売る」ということは、それ自身が生命保険会社として一番の社会貢献。お客さまのいざというときをサポートするために、さまざまな商品を提供するという、本業での社会貢献を意識して伝えていくべき。全従業員が自分の仕事の意義を考え、意見交換をしていくことで、住友生命が社会に伝えたい思いがじわじわと染み出していくのではないか。

### CS向上アドバイザー会議での主な議題

- お客さまへの説明資料の見やすさ、わかりやすさ向上
- お客さまあて帳票(給付金請求書類等)の見直し・改訂
- 「お客さま満足度アンケート」結果を基にしたさらなる総合的満足度向上に向けた取り組み



## 伸びやかミーティング

### ●開催趣旨

より活発な意見交換が行われる会社風土の醸成を目的として、社長と従業員による座談会を定期的に開催しています。当社のさまざまな部署で職務を担う従業員（総合職員・業務職員・一般職員・営業職員）が社長と対話を行っています。

### ●第1回参加者

取締役社長 佐藤義雄、東東京支社 サファン室町支部 伊藤綱枝、東京北支社 大蔵由紀子、商品教育支援室 田中里美、武蔵野支社 熊谷孝子、横浜支社 関内東支部 赤木洋之、営業情報開発室 石塚二郎（所属は開催当時）

### ●開催実績・テーマ

第1回 2010年1月「私からはじめるお客さま中心主義」

第2回 2010年4月「対話ミーティングを終えて」

第3回 2010年8月「業務プロセス改革の取組み」



### お客さまの真のニーズを読み解く

2010年1月に開催された第1回では「私からはじめるお客さま中心主義」をテーマに議論を交わしました。「お客さまに日々接する中で何を意識しているか」という社長からの問いかけに、各従業員がそれぞれの立場からの意見を述べました。

**伊藤**：お客さまが私たちに望まれているのは定期訪問だと思います。できる限り時間をつくってお客さまを訪ね、生の意見を聞くように心がけています。給付金請求を受ける際も「担当者が手続きしてくれると安心」という声をいただきます。

**赤木**：お客さまを訪ねてこそわかる情報はたくさんあります。だからこそ、「お客さま総訪問活動」を推進してコミュニケーションを密にする大切さを実感します。情報を提供する場合も、型にはまったダイレクトメールやチラシだけでなく、個々のお客さまに合わせたオーダーメイドの提案が重要だと感じています。

**熊谷**：トレーナーとして多くの新人に接していますが、知識面はもちろん「住友生命は違うね」とお客さまに認めてもらえるような誠実さ、マナーが大切だと考えています。それらを持って長く働いていける従業員を育成することが、私の一番の仕事です。

### バックオフィスからの貢献

現場で直接お客さまにどう接するだけでなく、本社や各拠点の事務などでも「お客さま中心主義」のさまざまな形があります。

**田中**：保険商品は複雑ですので、従業員がお客さまの訪問中にいただいた質問に、すぐに回答できないこともあります。私は営業職員からの質問に対応する「商品サポートデスク」にいますが、そうした急を要する質問にタイムリーに回答するサポートデスクができたことは大変良いことだと感じています。「必要なときにすぐに来てくれ、相談ができる」というお客さまの安心を陰から支えることができます。

**大蔵**：今まで支社がとりまとめていた事務手続きを、各拠点で行うように業務の効率化が進んでいますが、そのぶん拠点の事務担当者に幅広い知識が求められるようになってきました。私にできるのは、それに対する指導をきちんと行うこと。拠点事務のレベルアップが、お客さまへの迅速なサービスを実現するのだと考えています。

**石塚**：募集資料を作成する上で、常にわかりやすさを心がけています。保険への理解を深めていただける資料づくりがお客さまの安心と満足になり、契約の継続にもつながります。そのため、資料に対する現場の営業職員の意見は積極的に聞くようにしています。

### 全員が率先して行動し、信頼を築く

「お客さまにより満足いただくために」という観点からのさまざまな意見を受け止め、社長が「一人ひとりが率先して取り組むことの意義」を指摘し、総括としました。

**佐藤**：お客さまは、しっかりとしたコンサルティングとアフターサービスを受け、いざという時には確実に保険金や給付金が支払われることを期待して保険に入るのだ、という事実を、かみ締めなければなりません。そうしたすべての過程における、皆さんの仕事の一つひとつが会社を支え、お客さま中心主義を支えます。そのため私たちに求められるのは、全員が「私からはじめる」という強い意志を持ち、目の前の課題をきちんとやり遂げていくことです。一人ひとりが自ら行動を起こし、周囲を巻き込んで住友生命を大きく前進させてくれることを期待します。

### その他のコミュニケーション事例

- ・ご契約者懇談会
- ・各種アンケート
- ・従業員による社内提案 等

重要課題 2 働きやすく、働きがいのある職場づくり

# 従業員が伸びやかに働くために

当社では、従業員が誇りを持って伸びやかに働ける会社であるために、一人ひとりのライフステージにあったワーク・ライフ・バランスを実現できるよう、職場環境のさらなる向上を目指し、さまざまな取組みを行っています。

## ワーク・ライフ・バランスが 目指すもの

当社のCSR推進には、その原動力となる従業員一人ひとりの能力・意欲を引き出し、最大限発揮させていくことが必要です。そのためには、従業員が当社で働くことに誇りと自信を持ち、安心して働き続けられる会社であることが重要と考え、すべての従業員にとって働きやすい職場、働きがいのある職場であるよう、「ワーク・ライフ・バランス」を推進しています。

当社が推進するワーク・ライフ・バランスは、従業員一人ひとりがやりがいや充実感を得ながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、私生活においても子育て期や中高年期などライフステージに応じた多様な

## ワーク・ライフ・バランス関連制度利用者実績(2009年度)

育児休業	871名
介護休業	75名
ファミリー・サポート転勤制度※1	55名
ジョブ・カムバック制度※2	145名

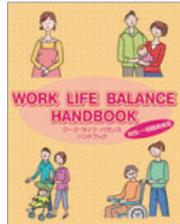
※1 家庭の事情により転居の必要が生じた場合、希望により転居先の勤務地に転勤することができる制度  
 ※2 一旦退職した場合でも、住友生命での経験を活かして職員として復帰することができる制度

働き方を実現することで、公私ともに充実し伸びやかに働ける会社を目指すものです。このワーク・ライフ・バランスの推進が、当社の持続的な成長と「豊かで明るい長寿社会の実現」への貢献につながると考えています。

## いきいきと働きやすい 職場づくりに向けて

すべての従業員が各自のライフステージに応じた柔軟な働き方ができるようさまざまな制度の整備・充実や従業員の意識改革を図っています。

当社では、2005年度よりワーク・ライフ・バランス推進のための制度整備と充実を図り、2006年度には「ワーク・ライフ・バランス諸方策」を策定しました。2007年度からは、短時間勤務の柔軟化などの制度拡充を図る他、2008年度には、ワーク・ライフ・バランスに関する諸制度を紹介したハンドブックをすべて



ワーク・ライフ・バランス  
ハンドブック

の従業員に配布しました。これらの結果、2007年に続き、2009年7月に厚生労働大臣より「仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組む企業」として認定を受けました。今後も、従業員一人ひとりが、いきいきと能力を発揮して活躍し続けられる職場環境づくりに注力していきます。

### ●出産・育児関連の制度

当社では、男性も積極的に子育てに参加できるように、育児休業の最初の1カ月が100%有給となる「育児特別休暇」を設けています。その結果、男性従業員の育児休業取得者数は増加傾向にあります。その他、就学前の子どもを対象とした「両立支援休暇」や、小学校卒業までの子どもを対象とした「育児による短時間勤務制度」など、多様な制度を整備し支援しています。

### ●介護・看護関連の制度

家族に介護や看護の手が必要となった場合に、介護休業・介護休暇や介護のための短時間勤務などの制度を設けています。

これらの制度を利用することにより、状況に応じた柔軟な働き方で、キャリアを中断せずに、これまで蓄積してきた知識や経験を活かし、仕事を続けることが可能です。

## 制度一覧





### ●スミセイ・キッズ参観日

当社従業員の子どもを職場に招く「スミセイ・キッズ参観日」を実施しました。第1回は東京本社で開催し、87名の子どもが参加しました。当日は、「生命保険」に関する勉強や、生命保険にちなんだ「かるた取り」、メールの送受信や書類作成といった仕事体験を行いました。子どもたちにとって親の仕事を知る良い機会になったとともに、職場のコミュニケーション活性化にもつながっています。

### 仕事と時間の マネジメント力の向上

ワーク・ライフ・バランスをより充実させるためには、日々の業務を遅滞なく行い、

効率的に業務を処理する「仕事と時間のマネジメント力」の強化が求められます。当社では、「業務プロセス改革」を通して、仕事と時間のマネジメント力の向上に取り組み、従業員の意識や職場風土の改革を行い、より効率的な業務遂行を目指しています。これまで、「業務運営事務の見直し」や「拠点事務のレベルアップ」等に取り組み、着実な効果をあげてきました。

また、2009年度からは新たに「時間資源の活用効率向上」「仕事の付加価値向上」「自ら学び、成長する風土醸成」の3つのテーマを掲げ、「業務プロセス改革」に取り組んでいます。

3つのテーマに基づいて、「所属長マネジメントの高度化」「業務のスリム化、効率化」等を実施するとともに、「オンとオフの

切替え」推進のため、全従業員が遅くとも20時には退社する運営の徹底や早帰りデーを推進するなど、職場風土の醸成に取り組み、従業員がいざいど働く職場環境づくりに努めています。

### Topics

◆2010年度「均等・両立推進企業表彰」均等推進企業部門「厚生労働大臣優良賞」を受賞

当社では、2006年度から女性の活躍を推進する組織を設置し、女性のキャリアアップ支援や管理職の意識改革等を進め、ポジティブアクションを推進してきました。今般、これらの一連の取組みが評価され、「厚生労働大臣優良賞」を受賞しました。

### Voice



沼津支社 三島支部長 山口 潤

### 育児休業取得者の声

現在、我が家には3歳(双子)と、1歳の3人の息子がおり、妻はメーカーに勤務しています。下の子が生まれる前から、育児は両親の協力を得ながら、私もできる限り妻の家事の負担を軽減できるよう協力してきました。そんな中、待望の第3子の妊娠が判明。そこで妻の出産入院前後に、上の息子たちの面倒を見るため、育児休業の取得を決断しました。

育児休業中は、家事はなかなか報われない仕事の上、常に愛情を求められる「母」の役

割の大きさを痛感。自分は「母」にはなれないので、その分家事を分担しなければと改めて思いました。

この経験は、仕事に対する意識を変えました。“帰れる時は帰ろう”という意識から、“メリハリをつけて帰ろう”と変わり、効率的な業務遂行を心がけるようになりました。これも周囲の皆さんの支えがあって実現したものであり、支えてくださった皆さんに感謝しています。

## 重要課題 ③ 社会の発展・地球環境保護への貢献

## 介護・医療の現場を支援する

当社は、事業に関わりが深い医療・介護分野で、「豊かで明るい長寿社会」の実現に向けた取組みを積極的に続けてきました。小さな一歩でもより良い未来につながることを信じ、私たちができることを一つひとつ積み重ねて、社会を動かす大きなうねりをつくっていきます。

## 「介護と医療のスマセイ」として

お客さまニーズに応えた保険商品の開発はもちろん、当社が蓄積してきた知識と経験、ネットワークを広く社会に役立てていくこともまた、「介護と医療のスマセイ」が果たすべき使命であると考えています。関連団体との協力関係のもと、さまざまな側面から健康と安心を支える取組みを着実に続けていきます。

## がんの予防と治療への取組み

## ●ピンクリボン運動を応援

現在、日本では16人に1人の女性が乳がんにかかるといわれ、30～64歳までの女性の死因1位となっています。しかし乳がんは早期に発見すれば約90%が治癒する病気であり、そのための対処方法を広く社会に発信していくことは非常に重要な取組みであると考えています。

2007年に「がん対策基本法」が施行され社会的な関心も高まる中、当社では同年度より乳がんの早期発見、早期診断、早期治療の大切さを伝える「ピンクリボン運動」を応援してきました。全国約3.5万人の営業職員がピンクリボンバッジを着用し、お客さまへピンクリボンのメッセージを伝えていくとともに、ウォーキングイベント「スマイルウォーク」(公益財団法人 日本対がん協会ほか主催)にも協力し、会場のブースにて啓発活動に努めています。

また、使用済みの切手を回収してリサイクル業者を通じて換金し、公益財団法人



乳がん啓発チラシ・啓発冊子

日本対がん協会「乳がんをなくすほほえみ基金」に全額寄付しています。寄付金は、マンモグラフィなどの乳がん検診機器の整備や患者・治癒者のケア、広報活動、がん相談、検診技術者の研修等に役立てられています。さらに2007年度からは同協会との連携のもと、全国で「乳がん啓発セミナー」の実施を始めました。2009年度は18講演(通算で98講演)開催し、乳がんの基礎知識をQ&A方式で解説する他、検診の申込方法や、検診費用等の情報を提供しました。

## ●がん患者団体等の支援とセミナー開催

当社は、がんに関するさまざまな活動を行う団体を支援しています。支援団体には、がんの早期発見・治療を目指す「公益財団法人 日本対がん協会」、がん患者と家族を精神的・社会的にサポートする「NPO法人 ジャパン・ウェルネス」、骨髄提供の



乳がん啓発セミナーの様子

推進に取り組む「財団法人 骨髄移植推進財団」があり、寄付活動だけでなく各団体が開催するがん啓発イベント等へ協力しています。

また当社では、先進医療である「粒子線治療技術」の知識普及活動を進めており、「闘わないがん治療」をテーマにした外部の有識者によるセミナーを随時開催しています。

## 医療・介護現場へのサポート

## ●ボランティアコンサートへの協賛

世界的な指揮者である大野和士氏が、2008年より全国の病院・高齢者施設等で行うボランティアコンサート「こころふれあいコンサート」に、発足当初から協賛しています。普段コンサート会場に行くことが難しい方々にも、音楽に親しむ機会を提供する



コンサートの様子



2009年度のピンクリボンスマイルウォーク(朝日新聞社ほか主催)の様子

このコンサートは、2009年度は全国8カ所、2010年度は14カ所の会場で実施され、開始以来、3,000人を超える方々にご来場いただきました。

#### ●商品を通じた「安心」の提供

当社では、「真にお客さまのお役に立つ保険商品」を目指し、生前給付保障を中心とした商品開発を続けてきました。2007年発売の「がん長期サポート特約」は、長期にわたるがんへの収入保障をコンセプトに、がんで治療も病状の好転も見込めないと診断された場合に死亡保険金の前払いを可能としました。本商品は2008年、「日経優秀製品・サービス賞最優秀賞」を受賞しました。さらに、2010年発売の「ライブワンフルケア」では、一生涯の介護と死亡・高度障害を保障することで、あらゆる世代の方へ一生涯の「安心」を提供しています。

#### 認知症ケアへの取組み

##### ●認知症への理解促進

深刻化する認知症介護の問題への取組みとして、認知症の方とその家族を支援する「認知症サポーター」の養成を推進しています。2009年度から従業員研修の一環として運営を開始し、同年度末までに1,695名のサポーターを養成しました。

住友生命健康財団・住友生命社会福祉事業団においても、認知症に関するセミナーを開催しています。

##### ●認知症ケアに取り組む団体を支援

認知症ケアに関する啓発・普及活動、家族へのフォロー、指導者育成等の観点から、積極的な活動を行っている団体を支援しています。

また、2005年度からは、厚生労働省が推進する認知症の方を地域でも支えるモデル活動を紹介することを目的とした「『認知症でもだいじょうぶ』町づくりキャンペーン」を支援するなど、認知症ケア支援を積極的に行っています。

##### ●認知症ケアのポータルサイト運営

全国の200万人を超える認知症の方々とその家族、認知症の介護に携わっている方々等に向けた「認知症ケアポータルサイト」を運営しています。数多くの介護関連、高齢者向けのサイトから、「認知症ケア」に関わるサイトを掲載するとともに、行政や都道府県の窓口も網羅しています。さまざまな認知症ケア情報に簡単にアクセスできる場の提供を通じて、認知症への正しい理解を促しています。

 <http://www.ninchishou.com/>

© 2010 The Pygos Group (当承PN53/200)

#### Voice



公益社団法人  
認知症の人と家族の会 代表理事  
高見 国生様

#### 支援団体の声

高齢者が尊厳を持って暮らせる社会づくりへの支援を期待します。

「家族の会」は今年で30周年を迎えましたが、住友生命には2001年度から助成いただき、日本で開催された国際アルツハイマー病協会の国際会議への助成をきっかけに、現在は電話相談事業や支部未設置の県への組織

結成の支援等をいただいています。

今後ますます高齢化が進み、認知症の方に関する問題はさらに深刻化します。尊厳を持って高齢者が暮らせる環境づくりに今後とも住友生命の支援を期待しています。

重要課題 3 社会の発展・地球環境保護への貢献

# 豊かな社会づくりに取り組む

当社は企業市民の一員として、安心・安全な社会環境をつくっていくために、さまざまな社会貢献活動や環境保護活動に取り組んでいます。

## スミセイ・ヒューマニー活動

“人間味あふれ(ヒューマン)、地域社会と調和を図れる(ハーモニー)企業でありたい”そんな想いから「ヒューマニー(ヒューマン&ハーモニー)」を合言葉に1992年にスタートした従業員参加型のボランティア活動です。自主的に従業員が海岸清掃や施設訪問・チャリティバザーなど多岐にわたる活動を展開しています。

中でも2007年度に創業100周年記念事業の一環として実施した「スミセイきれいな地球を守り隊」運動に続き、「環境保全」をテーマとした活動に重点的に取り組んでいます。毎年多くの支社・本社各部・室が参加しており、2009年度は、239活動、のべ27,267名の従業員が参加しました。



本社；竹林保全ボランティア

### 参加者の声

お天気にも恵まれ、久しぶりに親子で気持ちのいい汗をかきました。環境保全への理解も深まり、大変有意義な体験でした。

### 秋田支社；スミセイコーラス施設訪問

### 参加者の声

入所者の皆さんと一緒に歌ってくれて、大変感激しました。思わず涙が浮かんできて、歌声が途切れないように苦労しました。



## 未来を築く子育てプロジェクト

「未来を築く子育てプロジェクト」は、創業100周年記念事業の一つとして、2007年度にスタートした少子化対策・子育て支援事業です。子育てをテーマとした三つの公募事業「エッセイ・コンクール」「子育て支援活動の表彰」「女性研究者への支援」を中心とした取組みであり、これらを通して「子育てのすばらしさ」の啓発、子育てしやすい環境づくりの支援を行っています。また、子育て環境を整備し、地域の子育て環境を向上させるため、全国的な子育て支援団体の活動支援を行うとともに、少子化の一般啓発活動として、育児等をテーマとした講演会やシンポジウム等を実施しています。



第3回「未来を築く子育てプロジェクト」表彰式

## 24時間テレビへの協賛

2006年度から日本テレビ他、全国31局共同主催の24時間テレビ「愛は地球を救う」に協賛しています。

当社独自の取組みとして、使用済み切手の回収ボックスを作成、当社および各企業さまにもご協力いただいて回収活動を行い、リサイクル業者を通して換金の上、「24時間テレビ」チャリティー委員会に寄付しています。

また、番組放映日当日は全国の当社・関連会社従業員で募金活動を行っており、2009年度の当社お預かり募金総額は1,166万8,492円(うち切手回収による募金：813,600円)に上りました。

大宮駅前設置ブース



## 全国縦断チャリティコンサート

全国各地へ国内外の一流アーティストによるクラシックコンサートをお届けしようと1986年にスタートした活動です。2009年度は全国26都市で公演を行い、ご来場者は34,050名、会場でご協力いただいた募金額は14,189,032円となりました。お預かりした募金は各地の福祉施設等への寄付や、国際NGOプラン・ジャパンを通じて、タイやベトナムの学校校舎建設に役立てています。

完成した学校校舎  
(写真提供：プラン・ジャパン)



## こども絵画コンクール

こどもたちの夢を育み、豊かな成長を願って、1977年にスタートし、2009年度で33回目を迎えました。2009年度の応募数は23万7,356点に上り、他に類を見ない規模の絵画コンクールとして、各方面より高い評価を受けています。

2000年度よりフランス国立ルーヴル美術館に後援いただき、優秀作品を展示しています。また、配付した画用紙1枚につき1円、応募作品1点につき10円を財団法人日本ユニセフ協会に寄付しています。



第33回ルーヴル美術館賞

## TABLE FOR TWO

2009年7月から、本社城見ビル・東京本社築地ビルの各食堂において「TABLE FOR TWO」の取組みを開始しました。この活動は「開発途上国の飢餓」と「先進国の肥満や生活習慣病解消」に同時に取り組むNPO法人TABLE FOR TWO Internationalのプログラムに参加し、利用者がヘルシーメニューを食べることによって、1食につき20円が開発途上国の子どもの学校給食に寄付されると同時に、自らのメタボリック予防にもつながるという仕組みです。

2009年度は、8,566食が提供され、171,320円を寄付しました。



## スミセイ環境方針

当事業の公共性、規模、社会への影響の大きさを踏まえると、地球環境保護への取組みは重要な経営課題の一つであると考えています。「CSR経営ビジョン」の策定を機に、ステークホルダーである「地球環境」への従来の取組みをCSRの視点で整理・拡充した「スミセイ環境方針」を制定し、具体的行動の指針としています。

## お客さま参画型環境保護

生命保険のご契約時にお客さまへお渡しする冊子（保険約款）をCD-ROM化することによって、年間約300トンの紙使用量削減につながりました。

さらに、環境への取組みをより一層推進するため、2008年10月からCD-ROM約款をお渡ししたお客さまのご契約1件につき10円を、「サンゴ礁保全プロジェクト」に追加支援しています。また、2010年4月からは「スミセイダイレクトサービス」の新規ご利用者1名につき10円を、国際自然保護連合日本委員会（IUCN日本委員会）に寄付する取組みを実施しています。



## サンゴ礁保全プロジェクト

海洋の「生命」を守ることをテーマに、2008年1月から、「サンゴ礁保全プロジェクト」を実施しています。沖縄県石垣島とフィジー諸島共和国において、サンゴ礁保全に取り組むNGO団体を支援し、持続可能な地域づくりのモデルを世界に発信していくことを目的としています。

- 石垣島しらほサンゴ村プロジェクト（支援先：WWFジャパン）
- フィジービチレブ島プロジェクト（支援先：財団法人オイスカ）

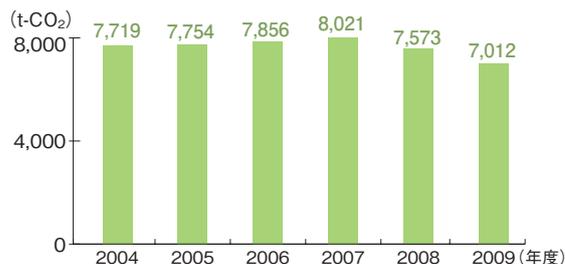


©WWFジャパン



©オイスカ

## 本社ビルのCO<sub>2</sub>排出量の実績



※電気・ガスの使用量の換算値は温室効果ガス排出係数を使用。  
※東京本社ビル・大阪本社ビルの合算値。

## 第三者意見

### 「CSRレポート2010」に対する第三者意見を、株式会社インテグレックス代表取締役社長秋山をね氏からいただきました。

昨年、CSRレポートは、企業理念実現のための取り組みに対するコミットメントの発信ともいえると思われました。本年も、そのような視点から意見を述べたいと思います。

#### 1. 評価したい点

本年は、企業理念を原点とするCSR経営ビジョンの実現に向けて、一人ひとりの従業員が日々の業務の中でCSR活動を進めるため、「お客さま」、「従業員」、「社会・環境」を軸とした3つの「私たちが考える重要課題」を定め、それにそって展開された取り組みが報告されています。優先的に取り組む重要課題を定めることで、今までの取り組みが体系付けられるとともに、日々の業務へのCSR経営ビジョンの落とし込みが図られています。

また、本年の報告書では、昨年以上にステークホルダーとのコミュニケーションが紹介されています。従業員はもとより、お客さま、社外有識者等、さまざまな声に耳を傾け、取り組みの質を高めるとともに、ステークホルダーへのフィードバックを通じて、さらなるコミュニケーションを図ってい

うとする姿勢は評価できます。

各重要課題にそってさまざまな取り組みを行っており、どれも評価に値しますが、特に、重要課題1での、骨髄移植の推進のため、患者としてだけでなくドナーとなった場合も給付対象とする保険商品の開発や、重要課題2での、ワーク・ライフ・バランスの充実のための、「業務プロセス改革」を通じた、仕事と時間のマネジメント力の向上と、職場の意識と風土の改革、重要課題3での、お客さま参画型の環境保護活動が印象的でした。

#### 2. 今後、さらに期待したい点

保険事業者としての取り組みは、高く評価できますが、今後は、社会に大きな影響力を持つ機関投資家としての一層の取り組みを期待したいところです。重要課題1の資産運用に関する記述にあるように、投融资へのCSR視点の取り入れや、環境に配慮した不動産運用等の取り組みを進めています。今後、取り組みをさらに進展させ、金融機関として、CSR経営ビジョンにある「豊かで明るい長寿社会の実現に貢



秋山 をね氏  
株式会社インテグレックス  
代表取締役社長

慶應義塾大学経済学部卒業。ファイナンス修士。

2001年、SRI/CSRの推進を行う(株)インテグレックスを設立。内閣府「新しい公共」推進会議構成員、東洋経済新報社サステナビリティ報告書賞審査員、社会的責任投資フォーラム代表理事なども務める。

献]するお金の流れをつくり出す役割を担っていかれることを期待します。

#### 3. ResponsibilityからRespectへ

CSRのRは、Responsibility(責任)からRespect(尊敬)へと進化しています。人々の一生涯の「安心」を提供するために、社会責任を果たすだけでなく、社会から尊敬される企業として、一層のチャレンジを続けられることを期待します。

### 第三者意見を受けて

住友生命保険相互会社 常務取締役嘱常務執行役員 橋本 雅博

貴重なご意見をいただき誠にありがとうございます。今年度のCSRレポートにおいては、昨年度に秋山氏にご指摘いただいた点への対応として、さまざまなステークホルダーから意見を伺い、それを業務の改善に活かしている事例を掲載いたしました。また、環境保護への取り組みに関する記載の充実を図りました。

今後も、「私たちが考える重要課題」についてさらなる取り組みを進めていくことで、「豊かで明るい長寿社会」の実現へ貢献していきたいと考えています。

そうした取り組みを一つひとつ積み重ねていくことで、社会からRespect(尊敬)される企業を目指してまいります。



## ホームページ「住友生命のCSR」ご紹介

ホームページでは、CSR経営ビジョンの実践を通じた  
ステークホルダーごとの具体的な取組みについて紹介しています。



### 住友生命のCSRホームページ

<http://www.sumitomolife.co.jp/csr/>

## 住友生命のCSR

### 住友生命グループの CSR経営

- ▶ 住友の伝統精神
- ▶ CSR体系
- ▶ コーポレートガバナンス
- ▶ コンプライアンス
- ▶ リスク管理
- ▶ 資産運用



### お客さま満足の向上

- ▶ お客さまの声を経営改善に活かす取組み
- ▶ お客さまニーズにお応えする商品・サービスのご提供



### ビジネスパートナーとの 共生



### 従業員の働きがい

- ▶ 働きやすい環境づくり
- ▶ キャリア形成サポート



### 豊かな社会づくり

- ▶ 社会・文化貢献活動
- ▶ 金融教育



### 地球環境保護活動



## 住友生命保険相互会社

本社 〒540-8512 大阪市中央区城見1-4-35  
電話 (06) 6937-1435 (大代表)  
東京本社 〒104-8430 東京都中央区築地7-18-24  
電話 (03) 5550-1100 (大代表)  
〈ホームページ〉 <http://www.sumitomolife.co.jp>

