

## ◆総代会の主な質疑応答

### ウェルビーイングの推進について

生命・身体の健康のみならず社会・精神の健康の向上に貢献する「ウェルビーイング」というコンセプトは極めて秀逸な戦略コンセプトであると思います。

是非、「サステナビリティ推進協議会」同様、「ウェルビーイング推進協議会」を設置して、具体的な事業化推進を強化してほしいと思います。

### 回 答

- サステナビリティ経営方針においては、当社の存在意義・パーパスである「社会公共の福祉への貢献」の実現に向けた重要な柱として、ご指摘の「ウェルビーイングへの貢献」を掲げております。
- また、中期経営計画においても、「Well-being as a Service (W a a S)」という概念のもとで、本業である保険商品・サービスの提供にとどまらず、様々な分野において、お客さまの「ウェルビーイングへの貢献」を事業の中核と位置付けております。
- このW a a Sエコシステムは、“住友生命「Vitality」”による「健康増進」サービスのほかに、病気があってもより良く生きるためのサービス、齢を重ねる中でもより良く生きるためのサービスを提供することで、一人ひとりにとって、より良い「ウェルビーイングへの貢献」を目指しております。
- さらに、「ウェルビーイングへの貢献」は、ご指摘のとおり、各事業分野において横断的に取り組むべき課題ですので、サステナビリティ経営を推進する中で、経営一体となって強力に取り組んでまいり所存です。その中で、協議会方式とするか否かも検討いたします。

### CM戦略について①

広告戦略についてお伺いします。

保険商品を広告するCMと企業イメージやブランドイメージを広告するCMがあるかと思えます。

企業CMについては生命保険会社各社が命の大切さや家族の大切さをテーマに感動的なCM提供があると思えます。住友生命においては過去にシンガーソングライターのイルカさんが歌った「まあいいのち」でCM業界を席巻したことがあると思えます。短い時間のCMでも感動的で涙ぐむ様なCMがみたいと思えますが今後はどのような広告戦略をお考えか伺います。

### CM戦略について②

現在のテレビCMは分かりやすく、バナナマンさんの起用もセンスを感じます。

バイタリティを伝えるためには良いと思いますが、やはり保険会社の広告は感動系の方が購買意欲を誘うと思えますし、保険という商品の本質を訴えかけます。住友生命の名にかけて、泣かせるCMで今の国難ともいえるこの日本をも元気にしてあげて頂きたいと思えます。

例えば、亡くなった方へ向けた家族の手紙で「涙活(るいかつ)」と呼ばれる講演を行う人物がいます。そのような人などを活用したドキュメンタリー的な広告で、保険会社の社会での必要性を印象づける効果は絶大です。

### 回 答

- テレビCMにつきましては、一般的に、商品内容のPRを意図した商品CMと、コーポレートイメージの向上を意図した企業CMがございますが、当社ではかねてより、いずれのタイプのCMも制作・放映してまいりました。
- 現在は、バナナマンさんを起用した、“住友生命「Vitality」”の「独自性」と「特長」を訴求する商品CMを主に放映しておりますが、これは、「お客さまのウェルビーイングへの貢献」というコンセプトを伝える中核商品である“住友生命「Vitality」”の認知度向上を主な狙いとしたものです。
- 一方、企業CMとしては、2021年には、ブランド戦略2.0における当社の想いを表現した企業広告「手紙篇」「生き方を問う人篇」を制作・放映し、2014年には、CMの題材としてほとんど取り上げられないことのない「ご家族を失うこと(死)」をテーマに取り上げた「dear my family」というCMを制作・放映し、多くの賞を受賞しております。
- 今後も引き続き、当社ブランドの浸透やイメージアップ、商品の認知度向上等に資する広告戦略を様々なメディアを通じて、限られた予算の中で、より効果的な展開となるよう検討してまいります。

### 円安やインフレーションによる資産運用(株・不動産等)への影響について

住友生命様におかれましても資産運用等をされていると思いますが、現在の円安、インフレ基調が今後の株式、不動産投資等に対してどのように影響するかと考えてでしょうか。

### インフレーションによる経営への影響について

昨今、わが国においても数十年ぶりにインフレが進行する可能性が高いと思えます。

仮に今年来年とインフレが続いた場合に、当社の経営にどのような良い影響もしくは悪い影響があるか教えてください。

またその影響に対して、当社としてはどう対処していくか基本的な考え方を教えてください。

### 回 答

- 当社はお客さまに対し、将来にわたって保険金等を確実にお支払いできるように、安心・確実を旨とする資産運用に取り組んでおり、日本国債をはじめとする長期の公社債や貸付金などを中心に運用を行っておりますが、あわせて、収益の上乗せを図るため、許容されるリスクの範囲内で株式や不動産へも投資を行っております。
- ご指摘のとおり、足下では日米の金利差拡大などを背景とした円安の進展、ウクライナ情勢を起因とする資源価格の上昇等により、輸入価格が大きく上昇しており、国内の物価にも影響を及ぼしております。
- このような環境の下、米国では高いインフレ率を受けて金融引き締めを進めていることで、先々の景気に対する懸念が強まっている状況であり、日本においては輸入価格の上昇を十分に価格に転嫁できずに企業業績を圧迫する懸念が高まっております。
- こうした先行きの不透明感から株価が不安定な動きになる可能性も踏まえて、株式投資においては慎重なスタンスで対応することを基本とし、中長期的に割安と判断で

きる水準まで株価が下落した局面で段階的に投資を行っていく方針としております。また、不動産については、一般的にインフレに強い資産、つまりインフレに合わせて価格も上昇するとも言われておりますが、今後の建築費や不動産価格に十分に留意した上で、優良物件の建替えや新規購入を検討していく方針としております。

- 経営全体への影響としましては、一般的に、各国の中央銀行が目標に掲げるように適度なインフレが経済には望ましく、さらには生活費の増加分以上に給与が上昇する等の好循環を伴うことで景気や企業業績に好影響をもたらす、ひいては当社事業へも好影響を及ぼすと考えております。
- 一方で、過度なインフレによる企業業績の悪化や家計の圧迫を通じて経済が停滞すれば、新契約の減少や解約の増加といった当社事業への影響も懸念されるため、過度なインフレは好ましくないと考えられます。加えて、ご契約時点で将来における定額の保険金のお支払いを約定するという生命保険の性質上、保険契約期間中に相対的に保険金や給付金の価値が下がってしまうという点において、お客さまにとってもマイナスの影響がございます。
- したがって、引き続き市場環境を注視し、いかなる経済環境にも柔軟に対応できる財務基盤を構築しつつ、市場環境によっては、例えばインフレリスクに対応する保険商品を検討する等の対応策を講じることを通じて、お客さまに安心・満足を提供し続けられるよう取り組んでまいりたいと考えております。

### 学校におけるキャリア教育の推進について

今後世の中の変化と共に、学校教育カリキュラムにも金融教育や起業家教育が導入されますが、学校の中で教科書のみといった狭い世界の中で習得できることは少なく、官民一体となって専門分野の企業が学校教育に手を差し伸べる時代だと強く感じています。

住友生命では、金融リテラシー教育のデモ授業提供という取組みをされていますが、こうした形で企業が日本の教育に参画していくことは非常に意味のあることと思っており、是非ここから大事な子どもたちの未来のため、住友生命の果たすべきCSRとして、お金と生き方の授業を全国の学校で進めていく形を作っていきますか。

要望としては、CSRのキャリア教育部を作って頂きそこから行政や教育委員会と連携し協定を結んで頂きたいです。

### 回答

- 企業が学校教育に関わるような取組みは、今後ますます重要性が増してくるものと認識しております。
- 当社においては従来から「子育て支援活動」等に取り組んでおり、生命保険業界全体においても、金融リテラシー向上に関する取組みを進めております。
- このような従来の取組みに加え、昨年度より当社では中高生向けの金融、ウェルビーイング、キャリア教育をテーマにしたサービス提供について、実験的に取り組んでおります。これは社内新規事業公募プロジェクトから生まれた取組みであり、現在は実証実験段階となります。
- 今後の展開につきましては、今年度の取組み結果をしっかりと検証した上で判断していくこととなりますので、まずは現在の取組みに集中して、小さくても確実な成果を目指したいと考えているところです。
- 今後とも、未来を担う子ども達のウェルビーイングに貢献していけるよう、努めてまいります。