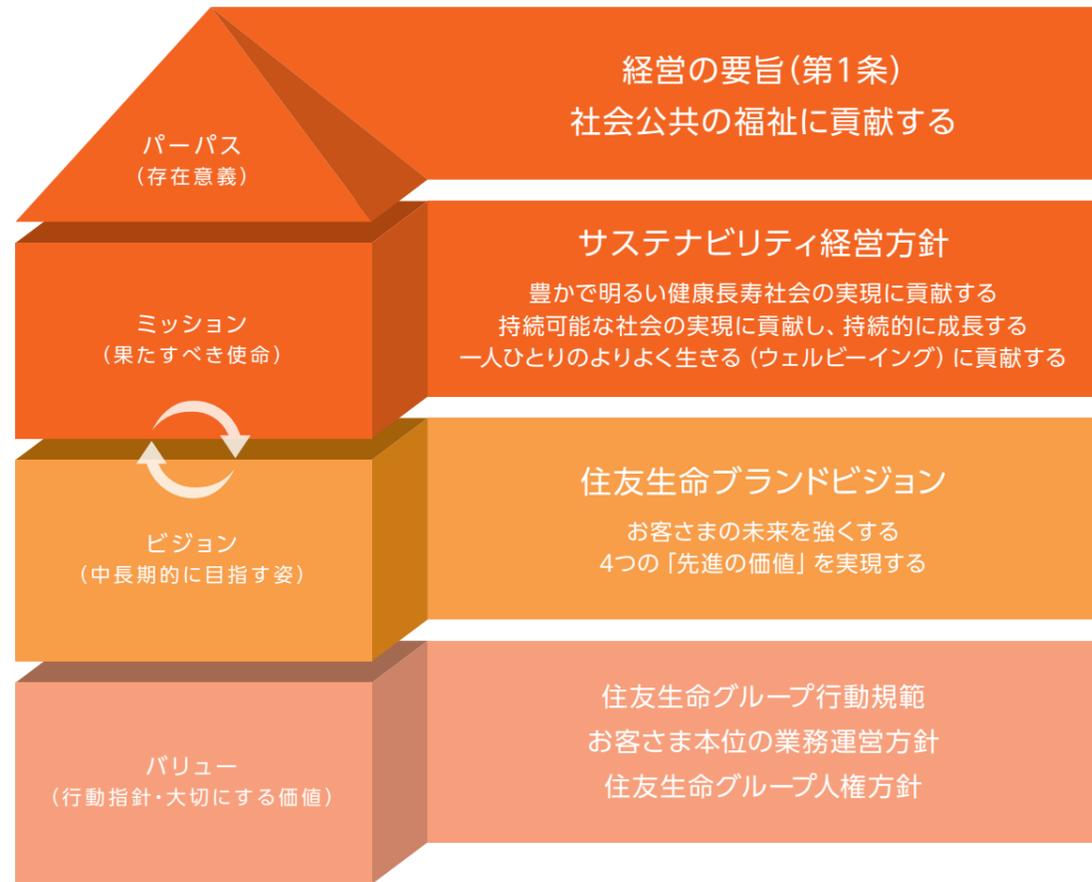


住友生命の経営方針

住友生命は、経営の根本精神を表した企業理念である「経営の要旨」を頂点とし、そこに示された普遍的な使命をサステナビリティの視点から明文化した「サステナビリティ経営方針」および、お客さまの視点から見た中長期的に目指していく姿を示す「住友生命ブランドビジョン」を経営方針としています。

また、経営方針を役職員が行動レベルで実践するための規範として、「住友生命グループ行動規範」「お客さま本位の業務運営方針」「住友生命グループ人権方針」を定めています。



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創造していくことが、ウェルビーイングな世の中の実現につながると考えています。

サステナビリティ経営方針

住友生命は、「保険事業の健全な運営と発展を通じて、健康長寿社会の実現に貢献すること」「誠実な業務遂行および社会・環境課題の解決への取り組みを通じて、持続可能な社会の実現に貢献すること」を「サステナビリティ経営方針」に掲げています。

また、本経営方針では、保険事業の健全な運営はもとより、社会・環境課題の解決への取り組みや、成長し続ける会社づくり、ステークホルダーの皆さまとの協働について明文化しています。

この経営方針のもと、お客さまや職員のよりよく生きる(ウェルビーイング)に貢献することで、お客さまをはじめとした各ステークホルダーに信頼・支持され、持続的・安定的に成長する会社を目指します。

ブランド戦略2.0の展開

これらの経営方針のもと、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、「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、革新的な健康増進型保険「住友生命「Vitality」」によるご加入者の健康への意識と行動の変容、QOL(生活の質)向上への貢献に注力してきました。

また、ブランド戦略スタートから10年が経過した2021年から、「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として、さらに進化した取り組みを展開しています。

住友生命が「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組み、そしてその担い手を育成する「人財共育」への取組みにより、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の理念やサステナビリティの考え方に根差した取組みを推進し、「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。

