

価値創造の全体像

経営計画の振り返り

お客さまに寄り添って事業を前進させ、社会に貢献するとともに、経営計画で掲げた戦略の着実な実行によって企業価値の持続的な向上を進めてきました。

>>> 2011~2013

スミセイ中期プログラム

～「あなたの未来を強くする」
理想の会社づくりのための3カ年計画～

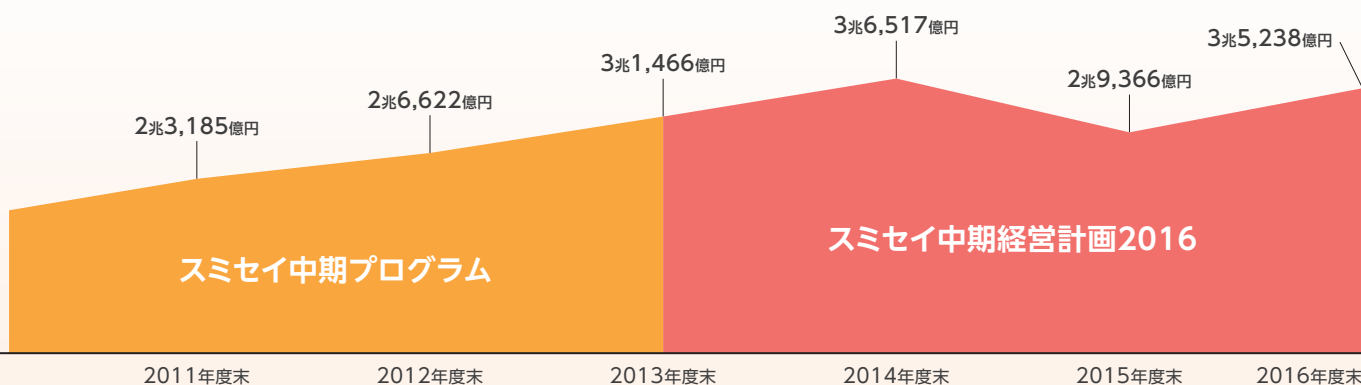
基本方針

- 東日本大震災対応
- 品質向上プログラム
 - ・お客さま中心主義の徹底、品質の向上
- 経営強化プログラム
 - ・営業職員を通じた販売・サービス面の強化、代理店チャネルの強化、新規チャネルの展開
- 成長投資プログラム
 - ・成長分野の取組み強化

成果

- 新コーポレートブランドの展開(2011)
- 「がんPLUS」発売(2013)
- バオベトHD・BNIライフへの出資(2012・2013)

- エンベディッド・バリュー(EV)の推移



※2016年度より超長期の年限の金利の設定について、終局金利を用いた方法へと見直しを行っており、2015年度末についても同様の方法により再評価を行っています。

>>> 2014~2016

スミセイ中期経営計画2016

～ブランドの進化と
新たな成長路線を確立する3カ年計画～

基本方針

- ブランド戦略
 - ・ブランド戦略第2フェーズへの進化
- お客さまにとっての価値向上
 - ・経営全般にわたる品質面の維持・向上、お客さま満足の上
- 成長戦略
 - ・営業職員による販売・サービス体制の強化、金融機関等代理店・保険ショップ、海外事業
- 経営基盤
 - ・収益・財務基盤強化、経営インフラ強化

成果

- 「Japan Vitality Project」開始(2016)
- 就労不能保険「1UP」発売(2015)
- シメトラ子会社化(2016)
- 指名委員会等設置会社移行(2015)

》》》 2017~2019

スミセイ中期経営計画2019

～お客さまのための新たな価値づくりに挑戦し、ともに未来を創る～

基本方針

- **ブランド戦略**
 - ・「理想のライフデザイナー」実現
 - ・「健康」を軸としたCSVプロジェクトの推進
- **重点取組事業**
 - ・販売・サービス体制の強化、提携戦略の推進
 - ・資産運用の高度化、海外出資先の企業価値向上と収益貢献 等
- **事業基盤**
 - ・事務・サービス品質の維持・向上
 - ・働き方変革推進、ガバナンスの高度化、ERM経営の推進 等

成果

- “住友生命[Vitality]”発売(2018)
- エヌエヌ生命・ソニー生命との業務提携(2016・2018)
- 保険デザイン、アイアル少額短期保険子会社化(2017・2019)
- シングライフへの出資(2019)
- 人事制度に生産性評価を導入(2019)

》》》 2020~2022

スミセイ中期経営計画2022

～社会に「なくてはならない保険会社」へ～

基本方針

- **社会に貢献する -SDGs達成への貢献-**
 - ・“住友生命[Vitality]”の推進を通じて健康長寿社会に貢献
 - ・SDGsの達成に向けた取組みの推進
- **社会に信頼される -すべての主語は「お客さま」-**
 - ・「住友生命グループ行動規範」の浸透
 - ・「WPIプロジェクト」の推進
- **社会の変化に適応する -進化し続ける企業へ変革-**
 - ・長期的な目線に立って企業体質を変革する取組み(サービス改革、人材づくり、インフラづくり、イノベーション創出)の推進

成果

- “住友生命[Vitality]”累計100万件突破(2022)
- 「がんPLUS ALIVE」・「スミセイの認知症保険」発売(2021・2022)
- CVCファンド「SUMISEI INNOVATION FUND」設立(2020)
- 「人」と「デジタル」の融合といったニューノーマル下における新たな取組みを着実に実行

