



社会的価値と 経済的価値の好循環で、 「なくてはならない」グループへ

取締役 代表執行役副社長
グループ・サステナビリティオフィサー

角 英幸

住友生命は、創業以来の生命保険事業に加えて、「ウェルビーイングへの貢献」で事業領域を広げています。変化する時代の中で、企業価値をどのように創出していくのか、また相互会社として持続的成長を続けていくこと、どのような意味があるのか、経営企画や財務を担当し、グループ・サステナビリティオフィサーでもある、角副社長に聞きました。

1 はじめに:私たちのパーパスと新たな挑戦

住友生命は、1907年の創業以来変わらないパーパス（存在意義）として、「社会公共の福祉に貢献する」ことを掲げています。生命保険は、人生における万が一のできごとに対して経済的な保障を提供し、お客さまとご家族に「安心」をお届けする商品です。生命保険事業を通じて、社会全体に安心を広げていくことが、私たちのパーパスの原点です。事業を通じて社会全体をよりよいものにしていこうという精神は、当社の経営に深く根付いています。

その一方で、時代とともに社会課題が複雑・多様化する中、当社が果たすべき役割も変化してきています。そこで、「社会公共の福祉」というパーパスに基づいて、現代において何ができるのかを突き詰め、私たちは「ウェル

ビーイングへの貢献」を掲げました。

私たちが考えるウェルビーイングへの貢献とは、万が一のときの経済的保障はもちろんのこと、お客さま一人ひとりが日々の暮らしの中で心身ともに満たされた状態となるための、お手伝いをするを指しています。保険の枠を超え、健康増進や疾病の予防、生活の向上にまで踏み込んだ広範な領域で、ウェルビーイングにつながる価値提供を行っていくことで、企業としての価値を高めていきます。

お客さま一人ひとりのウェルビーイングに真摯に向き合い、より健康で、より幸せに、そして自分らしく生きることができる社会を実現していく。これこそが、現代における私たちの「社会公共の福祉への貢献」なのです。

2 「社会的価値」の創造を目指して

●ウェルビーイングへの貢献

私たちのウェルビーイングへの貢献は、100年以上続けてきた生命保険事業がすべての基礎となっています。そして、この強固な基礎の上に、“住友生命[Vitality]”を中心とした、健康増進という価値提供を進めています。

「Vitality」のユニークさは、従来の保険のように将来のリスクに「備える」だけでなく、お客さまの日々の健康増進活動を後押しすることで、病気になるリスクそのものを「減らす」という発想にあります。保険料の変動や、リワードの楽しさというインセンティブを通じて、ご自身が健康になるという新たな価値を、お客さまに提供します。

また近年、日本では長寿化に伴い、平均寿命と健康寿命とのギャップをいかに縮めるかについて関心が高まっています。「Vitality」を通じて社会全体の健康増進を推進していくことは、「健康寿命の延伸」という社会課題の解決にも寄与しています。住友生命では、個人のお客さまだけでなく、自治体と連携した「Vitalityワーク」の取り組みや、企業の従業員さまへの「Vitality福利厚生タイプ」の提供など、地域社会や企業とも理念を共有しながら、健康増進の価値を広げています。

こうした取り組みは、私たちにとってパーパスの実現であると同時に、顧客基盤の拡大や事業の成長にもつながる、極めて重要なものと位置づけています。お客さま、社会、そして当社の三者が価値を分かち合い、ともに成長していくことを「共有価値の創造(CSV、Creating Shared Value)」と呼んでいますが、これこそが私たちの目指す姿であり、「Vitality」はまさにCSVを具現化する中核の取り組みといえます。

「Vitality」以外にも、従来の保険の枠を超えてウェルビーイングに貢献するサービスとして、新たな価値提供を進めています。例えば、妊娠前からご自身の健康と向き合う「プレコンセプションケア」の支援や、グループインしたPREVENTと連携した生活習慣病の重症化予防サービスなど、ウェルビーイング向上に資する新たなサービス群

を「WaaS(Well-being as a Service)」と呼称し、さまざまなビジネスパートナーの皆さまとともに展開しています。

今後の展望として、2030年にウェルビーイング価値提供顧客数2,000万名、Vitality会員数500万名を達成するという目標を掲げています。その実現のため、2025年度は「スミセイWX(ウェルビーイング・トランスフォーメーション)」を推進します。お客さま一人ひとりのウェルビーイング向上の度合いを可視化するなど、お客さまの体験価値を変革していくことを目指しています。

保険事業と「Vitality」、そして「WaaS」の取り組みを、「スミセイWX」で加速させていくことで、お客さま一人ひとりの「よりよく生きる」を生涯にわたってサポートし、社会的価値の創造を進めていきます。

●土台となるサステナビリティ

お客さま一人ひとりにウェルビーイングを実感いただくためには、その土台となる社会や地球環境が、将来に向けて持続可能であることが欠かせません。そこで私たちは、事業活動や資産運用を通じて、社会・環境課題の解決に取り組み、社会全体のサステナビリティ向上を図っています。

特に、将来的に地球規模で大きな影響を及ぼす可能性がある、気候変動への対策は、喫緊の課題です。当社は2050年のカーボンニュートラル達成への貢献を掲げ、自社の事業活動におけるGHG排出量削減などの取り組みを進めると同時に、機関投資家として、資産運用を通じた責任投資を進めています。ESGテーマ型投融資については、2025年までの3カ年の目標額を1兆円に引き上げ、再生可能エネルギーなどの分野への資金供給を加速させています。また、投融資先企業との対話等のエンゲージメントを通じて、社会全体の脱炭素移行を後押ししています。自然資本・生物多様性の分野ではTNFD提言に沿ったリスク評価と情報開示を進めているほか、社会資本の分野では人的資本である職員(人

財)の価値を向上させる「人財共育」や、事業に関わるすべての領域での人権を尊重する取組み等を推進しています。

こうした社会全体のサステナビリティに向けた取組みは、「社会公共の福祉への貢献」という私たちのパーパ

スを体現するものといえます。同時に、私たちの事業が成り立っている土台を支えることにもつながっていますので、住友生命が事業を継続していくうえで、社会・環境課題に向き合っていくことは不可欠な要素と考えています。

3 「経済的価値」の創出に向けて

● 相互会社における経済的価値の意義

先ほど申し上げた通り、私たちが進めている一人ひとりのウェルビーイングへの貢献や、社会全体のサステナビリティに向けた取組みは、パーパスを追求する社会的価値の創造であると同時に、住友生命自身の経済的価値と持続的成長にもつながっています。では、相互会社である当社が、経済的価値を生み出す意味とは何でしょうか。

住友生命が「相互会社」であるということは、ご契約者の皆さまとの関係上特徴的なことがらであり、私たちの経営の根幹です。相互会社においては、株主は存在せず、ご契約者お一人おひとりが会社の構成員(社員)となります。株式会社が、株主の利益を最大化することを目的としているのに対し、相互会社では、ご契約者の皆さまに将来にわたって安心を提供し、ご契約者の生活を豊かにしていくことが事業を運営する最大の目的となります。

保険会社として、最も基本的かつ重要なことは、ご契約者の皆さまとお約束した保険金・給付金等を、万が一の際に、確実かつ迅速にお支払いすることです。さらに、生命保険のご契約は長期にわたるため、現在だけでなく、将来のお支払いにも備える必要があります。足元で経済環境等の不確実性は増していますが、その中でも滞りなくお支払いができるよう、健全かつ強固な財務基盤を維持し、保障を通じた安心を確実に提供していきます。

次に、時代や社会の変化、お客さまのニーズの多様化に対応し、より魅力的な商品・サービスを開発し、お客さまに提供していくことも重要です。創出した経済的価値を基に、保障内容の充実、新たなサービスの開発、手続きの簡便化など、お客さまに満足していただけるよう、商

品・サービスの改善と革新を常に続けていきます。

そして、生み出された剰余を基に、「社員配当」をご契約者の皆さまに還元しています。社員配当は、創出した「経済的価値」をご契約者の皆さまに直接還元させていただく、重要な手段です。長期にわたり健全な財務基盤を確保していくことはもちろん、資産運用力の向上や経費効率化等のさまざまな経営努力によって剰余を確保し、安定的な社員配当をお支払いしていきます。

これらすべての取組みを通じて、ご契約者の皆さまに、安心と豊かな生活をお届けすることこそが、相互会社である私たちが、経済的価値を追求する最大の目的です。この精神を常に念頭に置き、皆さまの信頼と期待に応え続けてまいります。

● 健全な財務基盤の維持と成長戦略

価値創造に取り組む中では、各事業領域において、さまざまなリスクが発生します。そうした状況にあっても、強固な財務基盤を維持していくための経営のフレームワークが、ERM(エンタープライズ・リスク・マネジメント)です。ERMとは、自社の財務基盤で取れるリスクを厳格に認識しながら、リターンとのバランスを最適化し、成長につながる事業へ戦略的に資本を配分していく考え方です。このERM経営の下、未来を拓くための投資を実行していくことで、財務基盤を確かなものとしながら、さらなる成長を図っています。

中長期的な成長戦略として、国内保険事業においては、“住友生命「Vitality」”を中核とするウェルビーイング領域での商品・サービスの提供を進めることによって、お客さまとの新たな接点を生み出し、顧客基盤の拡充や、提供サー

ビスの価値を高めていくことを目指しています。あわせて、今後もグループ全体でウェルビーイングを軸にサービス領域を広げ、新たなビジネス機会の創出を図ります。また資産運用は、お預かりした保険料を長期的な視点で安全かつ効率的に運用し、安定的な収益を確保する、経済的価値創出の重要な柱です。金利環境の変化などを的確に捉え、リスク・リターンを適切に管理しながら、戦略的な分散投資を積み重ねています。そして、海外事業では、米国・アジアを重点地域と位置づけ、海外保険市場の収益を取り込みながら、グローバルでの成長を目指しています。

これらすべての戦略を進めるにあたり、推進エンジンと

なる「人財」と「デジタル」の力も大切です。職員一人ひとりがやりがいを持ち、ウェルビーイングな状態で価値を発揮できるよう、自律的なキャリア形成の支援や、働きやすい職場環境づくりなどの取組みを進めています。また、人の力を補完するAIなどのデジタル技術も積極的に活用し、サービス品質や効率を高める事業変革を力強く推進しています。

こうした成長戦略による経済的価値の創出を進めていくことで、より財務基盤を確かなものとし、さらなるサービスの改善や社会・環境課題の解決など、より大きな価値創造へとつなげていきます。

4 『自利利他』の精神で、なくてはならない存在へ

住友には古くから『自利利他 公私一如(じりりた こうしいちにょ)』という事業精神があります。自らを利するとともに社会に貢献してこそ、私たちも成長できるのです。「社会的価値」の創造と「経済的価値」の創出は、決して相反するものではなく、この二つはまさに「表裏一体」といえます。

生命保険事業をはじめとするウェルビーイングへの貢献や、社会課題・環境課題への取組みにより、社会的価値を生み出していくことは、当社の使命です。そして、その中でいただいたお客さまからの信頼と、創出した経済的価値を基に、社会的価値の創造をさらに広く大きなものにしていきます。このサイクルを力強く、そして途切れることなく回し続けていくことこそ、私たちが目指すところです。

こうした好循環の先に、私たちは「ウェルビーイングに貢献する『なくてはならない保険会社グループ』』という未来像を描いています。住友生命グループがお客さまの日々の暮らしの中に溶け込み、一人ひとりのウェルビーイングにいつも寄り添っていく。「住友生命がいてくれて本当によかった」と心から感じていただけるグループとなることを目指して、貢献を続けていきます。

この挑戦は決して平坦ではありません。しかし、私たちには、創業以来受け継いできた事業精神、お客さまから

の信頼、そしてウェルビーイングな未来を切り拓いていきたいという想いがあります。すべてのステークホルダーの皆さまからの信頼に応え、皆さま一人ひとりにとって、より価値ある存在となるべく、全力を尽くしてまいります。

