

スミセイ中期経営計画2025

「スミセイ中期経営計画2025」においては、「住友生命グループVision2030」に向けた最初の3年間であることを踏まえ、厳しい経営環境が想定されるなかにおいても将来への投資を行うなど、その実現に向けた取組みを着実に進めていき、2030年に向けて飛躍していくための軌道を確認していきます。

全体像

「住友生命グループVision2030」の実現に向け、2023年度にスタートさせた3ヵ年計画「スミセイ中期経営計画2025」では、サステナビリティ重要項目を推進するとともに、「ウェルビーイングデザインへの進化」、「新規領域でのイノベーションの実現」、「収益構造改革」、「グループ戦略」の4つの取組みに注力しています。また、これらを実践するための推進エンジンとして、「人財共育」および「デジタル&データ」に取り組んでいます。

この2年間で、非保険領域を含めた新たな商品・サービスの展開や、ウェルビーイングを提供する人財づくり、地域に根付いたサービス提供等の取組みを進めてきました。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）（[P.17](#)）への取組みに踏み出し、顧客体験価値の変革によって、ありたい姿の実現に向けた歩みをさらに加速していきます。

～「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』」へ～

Vision2030実現に向けた軌道の確立



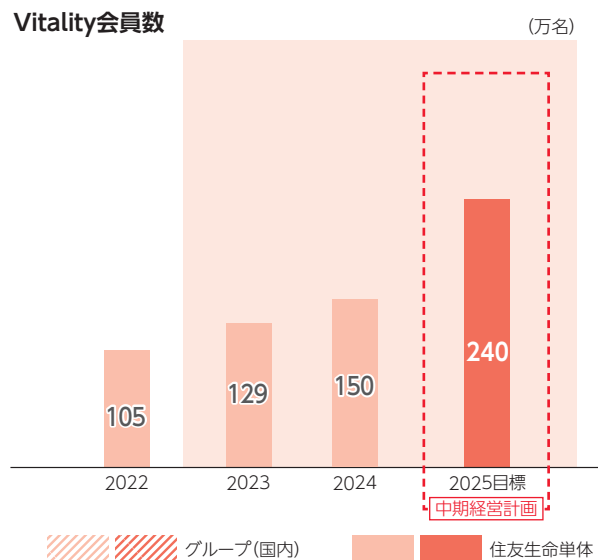
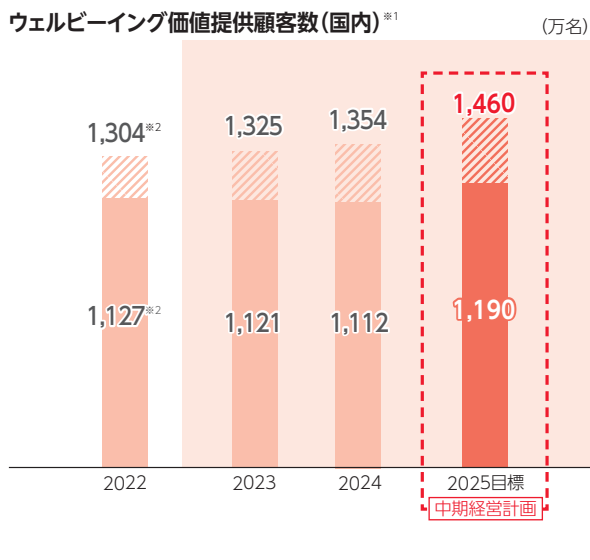
経営重要指標 (KGI)

「スミセイ中期経営計画2025」では、経営重要指標 (KGI) として、次のとおり目標値を設定し、その完達を目指します。

■ ウェルビーイング価値の提供

「住友生命グループVision2030」に掲げるウェルビーイング価値提供顧客数2,000万名、Vitality会員数500万名の実現に向けて、2025年度末における中間目標を設定しています。

新たな商品・サービスの発売、デジタルチャネルにおける商品展開、子会社のメディケア生命の顧客数拡大等を通じて、ウェルビーイング価値提供顧客数 (国内)、Vitality会員数は着実に増加しています。



※1 住友生命被保険者数 (企業保険・団体年金は加入者数)、提携商品契約者数、Vitality会員数、メディケア生命被保険者数、WaaS利用者数、少額短期保険・ミニ保険契約者数、ショップ子会社契約者数。うち、住友生命単体の顧客数は、住友生命被保険者数 (企業保険・団体年金は加入者数)、提携商品契約者数、Vitality会員数、ミニ保険契約者数。

※2 顧客数のカウント方法について、一部精査実施後の数値を記載。

■ 持続的・安定的な成長

持続的・安定的な成長に向け、トップライン指標としてグループ保有契約年換算保険料、ボトムライン指標としてグループ基礎利益を目標設定しています。グループ保有契約年換算保険料については、シングライフを子会社化したことに加え、シメトラの保有契約の増加や為替の影響もあ

り、2024年度末時点で中期経営計画の目標を上回る水準を確保しています。グループ基礎利益については、為替の影響や、保有契約からの着実な収益獲得により、目標に対し順調に推移しています。

