

2026年6月26日

住友生命保険相互会社

2025年度「お客さま本位の業務運営方針」に係る 取組状況の公表について

住友生命保険相互会社（取締役 代表執行役社長 高田 幸徳、以下「住友生命」）は、金融庁が公表した「顧客本位の業務運営に関する原則」※¹（以下、「原則」）を採択し、2017年5月に策定した「お客さま本位の業務運営方針」に基づき、毎年その取り組み状況を公表しています。

今般、2025年度における「お客さま本位の業務運営方針」に係る取組状況をまとめましたので公表します。

2025年度は「ドルつみ Vitality」の発売や、スマートフォンアプリ「シアフル」の提供等を通じて、「一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイング」に貢献する取組みを進めると共に、全役職員がこれまで以上にお客さまの視点で行動できるよう、「住友生命グループ行動規範」の更なる浸透に注力しました。

また、『「お客さま本位の業務運営方針」に基づく具体的な取組み』※²を改正しますので、あわせてお知らせします。「住友生命グループ中期経営計画 2028」の策定や組織改正に伴い、記載内容を見直しました。また、金融庁の「保険会社向けの総合的な監督指針」の改正や、生命保険協会の「保険代理店等に対する便宜供与及び出向に関するガイドライン」を踏まえた、保険代理店への過度の便宜供与の禁止と出向を制限する体制整備を行っている点を追記しました。

※¹ 詳細は金融庁ホームページをご覧ください

<https://www.fsa.go.jp/news/r6/20240926/02.pdf>

※² 改正後の『「お客さま本位の業務運営方針」に基づく具体的な取組み』については、以下 URL からご覧ください。

<https://www.sumitomolife.co.jp/customer-first/>

また、金融庁の原則と、住友生命の「お客さま本位の業務運営方針」および方針に基づく取組みとの対応関係については以下 URL からご覧ください。

<https://www.sumitomolife.co.jp/customer-first/fsa-principle-2026taihihyou.pdf>

住友生命はこれからも、お客さま本位の業務運営の更なる高度化により、経営品質をさらに高め、お客さまと社会の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」の実現を目指します。

以上

あなたの未来を強くする



2025年度 「お客さま本位の業務運営方針」 に係る取組状況について

生命保険商品・付帯サービス等はすべて概要を説明したものであり、生命保険商品ご加入のご検討や付帯サービスのご利用等に当たっては、最新の情報を必ずご確認ください。

2026年6月26日
住友生命保険相互会社

当社のお客さま本位の業務運営方針

お客さまの最善の利益の追求

方針1. お客さま本位の業務運営の実践と
企業文化としての定着(P3~9)

【原則2】

方針2. お客さまにとって最適な商品・
サービスの提供(P10~19)

【原則5、6、補充原則1、2、3、4、5】

方針4. お客さまの安定的な資産形成や
ニーズに適った商品提供を支える
資産運用(P22)

【※当社独自に設定】

方針6. 利益相反の適切な管理と
保険募集管理態勢の構築
(P25~26)

【原則3、5】

方針3. お客さまにとって分かりやすい
情報の提供(P20~21)

【原則4、5、6】

方針5. お客さま本位の業務運営に資する
従業員教育や評価体系(P23~24)

【原則2、6、7】

方針7. お客さま本位の業務運営の
実効性を高める取組み
(P27~28)

【原則2、7】

【 】内は当社方針等に対応する、金融庁「顧客本位の業務運営原則」(以下、金融庁原則。詳細は金融庁ウェブサイト[こちら](#)をご覧ください。)

1. お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

経営方針

- 当社は、パーパス(存在意義)である「社会公共の福祉に貢献する」という創業以来不変の考え方のもと、その実現に向けて果たすべきミッション(使命)として、「サステナビリティ経営方針」を定めております。
- このミッションの実現に向け、2030年までの中長期の戦略として「住友生命グループVision2030」を策定しており、住友生命グループの2030年のありたい姿を「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』」と掲げております。

「住友生命グループVision2030」

～日本・世界・地球未来のウェルビーイングに向けて～

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」

お客さま



リスクに対して不安なく、生き活きとくらすことができている。

ビジネスパートナー



ビジネスパートナー自身とそのステークホルダーのサステナビリティが高まっていく。

1人でも多くの方に
ウェルビーイングの価値を提供

目指すべき目標

ウェルビーイング価値提供顧客数
2000万名

うちVitality会員数 **500万名**

地球環境



気候変動のリスクが大きく低減される。
多様な生物が生息できる環境。

社会



身近な方とともに、
幸せに生きることが
できる。

従業員



周りの方から
信頼され、誇りと
自信をもって
働き続けられる。

会社



ステークホルダーを支えていくことで、信頼・支持され、
住友生命グループも持続的・安定的に成長する。

1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

スミセイ中期経営計画2025

～ 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

4つの取組みと2つの推進エンジンにより
ウェルビーイングをお届けする領域を
広げていく

ウェルビーイング
デザインへの
進化

推進エンジン
人財共育

収益構造改革

グループ戦略

新規領域での
イノベーション
の実現

推進エンジン
デジタル
& データ

これまでの取組みを強く太く ～サステナビリティ重要項目の推進～

よりよい企業風土の醸成

事業リスク対策

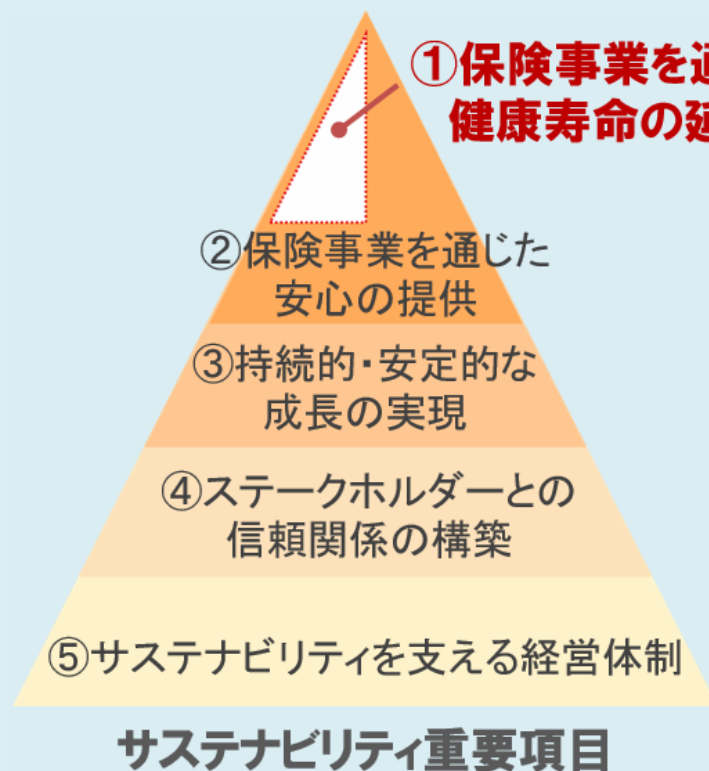
- Vision2030実現に向けた軌道を確立すべく、「スミセイ中期経営計画2025」を定めました。
- 同計画に基づき、「サステナビリティ経営方針」に基づき定めるサステナビリティ重要項目に対する取組みを進めるとともに、「ウェルビーイングデザインへの進化」、「新規領域でのイノベーションの実現」、「収益構造改革」、「グループ戦略」の4つの取組み等を通じ、ウェルビーイング貢献領域の拡大に向けた取組みを推進しました。

詳細は、2023/3/24付ニュースリリース「住友生命グループVision2030」および「スミセイ中期経営計画2025」策定について」を参照

1. お客さま本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

サステナビリティ重要項目の推進

- サステナビリティ重要項目の推進については、経営方針に基づき定めた5つの重要項目ごとに取り組む事項を明確化しており、健康長寿社会への貢献や、社会・環境課題の解決に向けたカーボンニュートラルの実現、人権への取組みなどを進めました。



5つの重要項目に対する 主な取組み

◆ “住友生命「Vitality」”に関する事業を推進

～社会・環境課題解決への取組み～

- ◆ **カーボンニュートラル社会実現**への貢献
- ◆ 持続可能性を考慮した**責任投資**
- ◆ **社会貢献活動**の推進
- ◆ 柔軟で多様な**人財の採用と共育**
- ◆ **人権**への取組み

サステナビリティ推進に関する取組みの詳細は各種レポートを参照

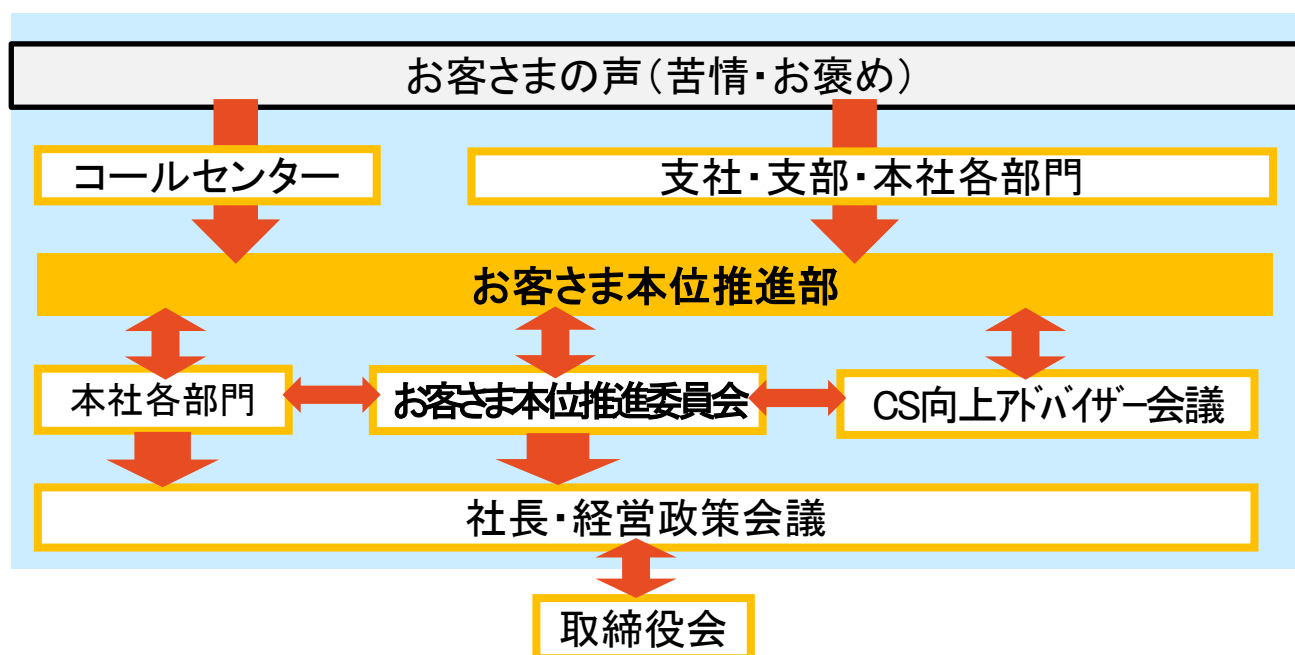
(サステナビリティレポート、責任投資活動報告書、コーポレートガバナンスに関する報告書)

1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

お客様本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取り組み

当社はお客さまに対して誠実・公正に業務を行うため、役職員一人ひとりが「お客さまの声」を真摯に受け止め、その声を活かして商品・サービスの開発や業務の改善・向上を図り、お客さまからより一層信頼され、ご満足いただけるよう、日々取り組んでいます。具体的には以下のとおり取り組んでいます。

- 当社にお寄せいただいた「お客さまの声」は、本社担当部にて集約し、関連する業務を所管する部門との間で共有化を行い、対応策・改善策を検討しております。
- 苦情については「お客さま本位推進部」で一元管理し、その分析に基づく改善を推進しております。
- 部門横断的・全社的な課題については、社長を委員長とする「お客さま本位推進委員会」を開催し審議いたします。



1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

お客様本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取り組み

- お客様に対して誠実・公正に業務を行い、取引に際し、良質なサービスを提供し、お客様の最善の利益につなげていくことを目指すという観点から、お客様本位の推進に関する諸施策等に関して、消費者問題に詳しい有識者（消費者問題専門家、弁護士等）を社外委員とする「CS向上アドバイザー会議」を2008年3月から開催し、よりお客様視点に立った施策を策定・実行しております。
- 当社の「お客様本位の業務運営」に関する取組全般についてや、パンフレット等の募集資料や各種帳票等作成時にお客様本位の観点で論点となる点について、消費者視点に基づいた社外委員のご意見を踏まえ、適宜反映しております。

CS向上アドバイザー社外委員（敬称略）

- 江口文子（弁護士）
- 北出千鶴子（公益社団法人 全国消費生活相談員協会）
- 小浦道子（東京消費者団体連絡センター 事務局次長）
- 森俊彦（一般社団法人日本金融人材育成協会 会長）

（2026. 4月時点）

社外委員の皆様からは当社の取組みについてコメントもいただいております。
詳細は住友生命ホームページをご覧ください。

<https://www.sumitomolife.co.jp/about/csr/initiatives/stakeholder/satisfaction/manage/index.html#sec02>

1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

お客様本位の業務運営の実践とお客さまの声を経営に活かす取組み

- 事業者団体、消費者団体、消費者庁をはじめとする行政によって構成される「消費者志向経営推進組織」が実施する「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」に参加しております。
- その活動報告を兼ね、前年度に実施した消費者志向の主な取組みをまとめた「消費者志向コミュニケーションブック」を作成し、ご契約者懇談会での配布、各地域の消費生活センターへのお届け、消費者関連団体への配布等を通じ、コミュニケーションのきっかけとして活用しております。
- さまざまな形で消費者関連情報を収集するとともに、特定非営利活動法人消費者支援機構関西(KC's)主催「事業者と消費者の双方向コミュニケーション研究会」に参加するなど消費者関連団体と積極的に交流することや、公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)に参加して他企業の消費者志向の取組みを学ぶことなどを通じ、消費者視点を業務に活かす取組みを進めています。



「消費者志向コミュニケーションブック」は[こちら](#)からご確認いただくことができます。

1. お客様本位の業務運営の実践と企業文化としての定着

企業文化としての定着

- 「お客様本位の業務運営」の更なる推進のため、全役職員がこれまで以上にお客様の視点で発想し、行動できるよう、「住友生命グループ行動規範」の浸透に注力しました。
- 「住友生命グループ行動規範」の実践とコンプライアンスに根差した誠実な業務遂行を徹底することを通じて、よりよい企業風土の醸成に取り組みます。

住友生命グループ行動規範

経営方針を役職員が行動レベルで実践していくために定めている指針です。倫理的で責任ある事業活動を行っていくための基礎となるものです。

住友生命グループ行動規範 基本姿勢

お客様からの信頼をあらゆる活動の起点に

社会的責任を果たします

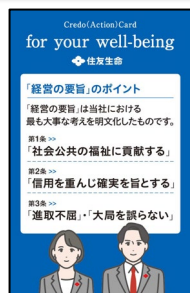
自由闊達でチャレンジ意欲にあふれる組織風土

健康で心豊かな社会づくり

地球環境保護に取り組みます

住友生命グループ行動規範の浸透に向けて

常時携行できるカードやケーススタディを通して学ぶ教材などを通して、行動規範の習慣化を目指しております。



2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- 当社では、顧客にふさわしい金融商品やサービスの組成のため、営業職員や募集代理店等を通じて、お客さまの声を収集するとともに、ライフスタイルの多様化など社会環境の変化を踏まえたうえで、お客さまのニーズや利益に真に適った商品開発を行っております。
- また、開発後にもお客さまの声(苦情)や支払管理の観点なども踏まえて商品改廃についての必要性を定期的に検討しています。

個人向け商品

- 「一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイング」を支える新たな取組みとして、スマートフォンアプリ「シアフル」の提供を開始しました(2025年9月)。
- ダイレクトチャネル専用商品「Chakin(無配当災害死亡保障付積立保険)」について、よりご加入いただきやすい商品へとレベルアップしました(2025年12月)。
- 資産形成と健康増進に一体的に取り組むことができる業界初の仕組みを備えた生命保険として「ドルつみ Vitality」を発売しました(2026年1月)。
- Vitality 健康プログラムの一部を単独で提供する「Vitality スマート(トライアル期間付)」を発売しました(2026年1月)。



詳細は、2025/9/22付ニュースリリース「[～日々の健康増進活動により受取額を増やせる業界初の保険～『ドルつみVitality』を発売](#)」を参照
 2025/9/30付ニュースリリース「[業界初の主観的ウェルビーイングを育むスマートフォンアプリ『シアフル』を提供開始](#)」を参照
 2025/12/1付ニュースリリース「[投資よりも低リスク、貯金よりもお金が増える、24時間申込可能 投資未経験の若年層を応援する保険『Chakin』がレベルアップ!](#)」を参照
 2026/1/15付ニュースリリース「[『Vitality スマート\(トライアル期間付\)』の発売について](#)」を参照

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- 健康への関心の高まりから、「リスクに備える」という従来の生命保険の役割に加え、「加入後の健康診断や日々の運動等、継続的な健康増進活動を評価し保険料が変動する」ことにより「リスクそのものを減少させる」ことを目的とした“住友生命「Vitality」”を販売しています。

“住友生命「Vitality」”の概要

- 世界41の国と地域で約4,880万人^(注1)が加入しており(2025年6月末)、グローバルに評価を得ている健康増進プログラム[®]である「Vitality」を生命保険に組み込んだ商品
- 「Vitality」の日本での提供は、住友生命が独占契約を締結^(注2)

従来の保険商品

- 介護・医療・万一などのリスクに備える



Vitality健康プログラム

- 継続的な健康増進活動を促す仕組みにより、病気を患うリスク自体の減少に寄与

(注1) 他国で提供されている「Vitality」の種類はVitality導入各国により異なる場合がある(損害保険・健康保険等)

(注2) 南アフリカの金融サービス会社Discovery Ltd.は1国1社の生命保険会社と提携し各国でVitalityを導入しており、日本では当社が独占契約を締結

住友生命「Vitality」のさらなる拡大



「資産形成ができる生命保険にVitalityを組み合わせた商品があれば、更なる健康増進活動の励みになる」というお客さまからの要望

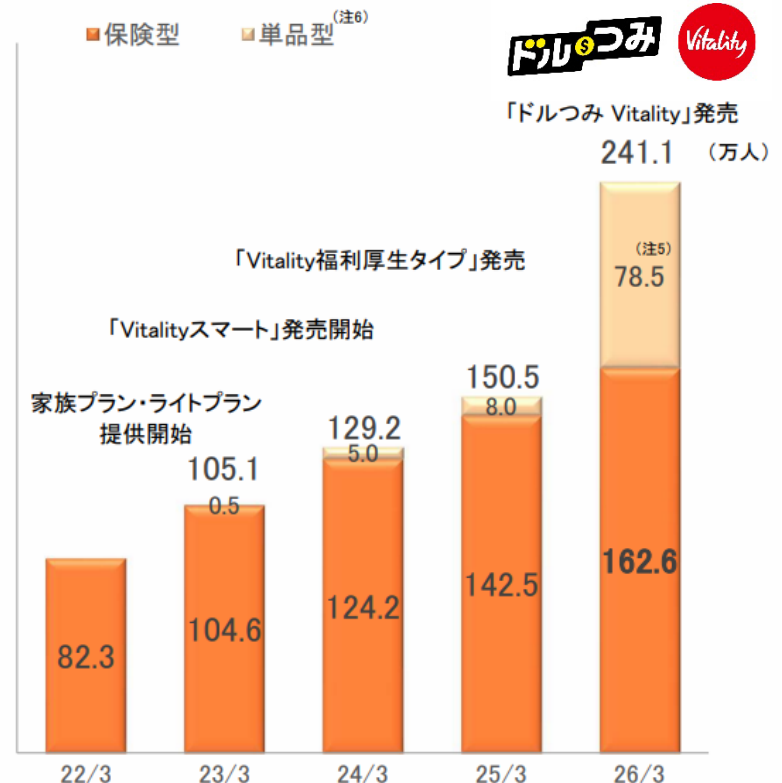
米ドル建積立保険にVitalityを組み合わせた「ドルつみ Vitality」発売
(2026年1月)

- ✓ 資産形成と健康増進に一体的に取り組むことができる業界初^(注3)の仕組み備えた生命保険
- ✓ 健康増進活動への取組みに応じた特典(リワード)として獲得したVitalityコインを利用し、健康増進保険料を払い込むことができる(世界初^(注4))

(注3) 2025年9月時点 住友生命調べ

(注4) 2025年6月時点 住友生命調べ。Vitality保険で健康増進活動により獲得した特典(リワード)を保険料の払込みに利用することで受取額が増加する機能

Vitality会員数^(注5)の推移



(注5) 2025年度より、過去Vitality体験版にご加入いただき、かつ継続してコンタクトしている方を対象に追加。

(注6) Vitality健康プログラムの一部を単独でご利用いただけるプラン

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

- Vitalityについては、加入者の歩数や健康診断に関する調査、お客さまアンケート結果によると、日々の歩数の増加や健康診断結果の改善割合が高いという結果が見られるとともに、生活の質の向上に繋がっているという声も多く寄せられております。

「Vitality」会員の意識・行動・健康状態の変化

POINT
1

意識が変わる

加入前よりも「健康」を
意識するようになった **93%**

住友生命によるアンケート調査結果

加入以前から意識していると回答した会員、ならびに住友生命職員を除く

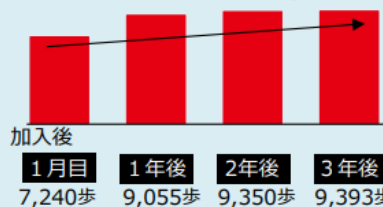
POINT
2

行動が変わる

1日あたり歩数の増加率

+30%

「適度な運動」を継続



※2021年1月から2021年6月の間にVitality健康プログラムを開始し、3年間継続した会員の36か月間の歩数傾向を分析（予防医学レポート第197巻、金居督之他「日本の保険ベースの健康促進プログラムにおける継続的なインセンティブの36か月間の身体活動への影響」記事108327、著作権（2025）からElsevierの許可を得て作図）

POINT
3

数値が変わる

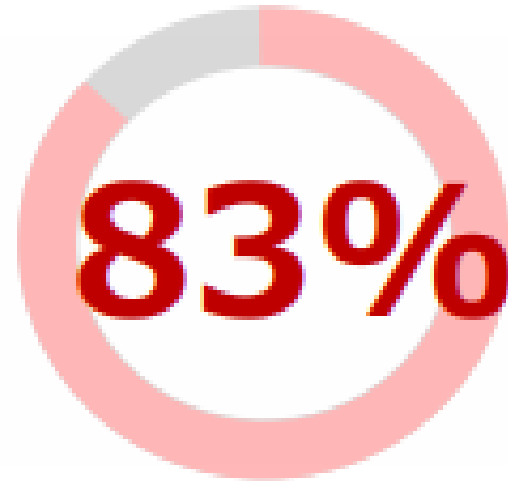
血圧が下がった **50%**
※10mmHg以上

血糖値が下がった **42%**
※10mg/dl以上

LDLコレステロール
が下がった※10mg/dl以上 **49%**

※2018年9月～2021年4月に加入された方かつ会員期間が48か月（満4年）有効である方のうち、各項目の数値が高めの方（加入1年目の健診において以下の数値だった方）を対象に、1年目と4年目の健診結果を比較

・血圧値：収縮期血圧
140mmHg以上160mmHg未満
・血糖値：空腹時血糖
110mg/dl以上126mg/dl未満
・LDLコレステロール
140mg/dl以上180mg/dl未満



Vitalityに加入して、
生活の質が高まったように感じる

住友生命によるアンケート調査結果 住友生命職員を除く

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまニーズに沿った商品の開発・提供

代理店向け商品

- 多様化するお客さまのニーズや環境変化に的確にお応えするため、保障性、貯蓄性商品のラインアップを拡充して販売推進するとともに、お客さま向けサービスや代理店向けサポートの拡充に努めております。



企業保険

- 企業保険分野では、総合的な企業福祉制度の実現をサポートするために、福利厚生制度の充実を図る商品とサービスの提供に努めております。
- 団体3大疾病保障保険「ホスピタA(エース)」・「ホスピタV」の販売に注力しております。また、これら団体3大疾病保障保険について、3大疾病からの復職を伴走支援する無料付帯サービスの提供を開始しております(詳細は[こちら](#))。



2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

商品の開発・提供・管理の取組み

- 当社では、お客さまとご家族の人生に寄り添い続け、お客さまがよりよく生きることができるよう、一人ひとりのニーズに応じた最適な保障・サービスを提供し、お客さまにとっての価値を高めていくことを果たすべき使命のひとつと考え、その旨をサステナビリティ経営方針に定めております。
- このサステナビリティ経営方針の下、多様化するお客さまのニーズにお応えし、豊かで明るい長寿社会の実現に貢献する商品の開発に取り組むとともに、個々の商品のライフサイクルの中で絶えず、その品質向上を推進しております。

金融庁プロダクトガバナンスに関する補充原則への対応状況

		当社の主な取組み
金融庁原則	補充原則1 基本理念	▶ サステナビリティ経営方針において、金融商品提供の理念を明示
	補充原則2 体制整備	▶ 商品提供前に適切な保険募集管理、保険契約管理および保険金支払態勢を整備 ▶ 商品開発後の商品改廃の定期的な検討 ▶ パンフレットの作成等における必要に応じた外部有識者からの意見の取入れ (参考)CS向上アドバイザー会議の開催状況(リンク)
	補充原則3 金融商品組成時の対応	▶ お客さまニーズに沿った商品の開発と保険契約管理や保険金支払管理面等からの検証 (主な商品開発状況は10ページ参照)
	補充原則4 金融商品組成後の対応	▶ 提供開始した商品についての定期的な検証による改定検討 ▶ 外部委託を活用した商品についてのモニタリングと運用会社との協議を実施
	補充原則5 分かりやすい情報提供	▶ 商品特性に応じた当社商品に関する分かりやすい情報の提供

2. お客様にとって最適な商品・サービスの提供

お客様ニーズに沿った商品の開発・提供

- 営業職員等を通じて生命保険商品を提案する際には、お客様へのヒアリング内容に基づき推定・把握したお客様のご意向を設計書(契約概要)に表記し説明しています。
- また、ご加入いただく際には、保険商品の内容とお客様のご意向が合致しているかを確認するなど、一人ひとりのお客様に合った最適な保障を提供しています。
- 営業職員が特定保険契約を販売するにあたっては、お客様の資産状況、取引経験、知識および取引目的・ニーズ等を把握するなど、適合性原則を踏まえたうえで、お客様に適した商品提案を行っております。



ご加入の際には、お客様の意向に合致しているかを意向把握書面等で確認しております。

- 募集代理店においても、適切なお客様のご意向の把握やそのご意向に沿ったプランの提案を行う態勢が整備されていることを、募集代理店点検等を通じて、確認しています。
(特定保険契約を取扱う募集代理店については、適合性原則を踏まえた態勢が整備されていることも確認しております。)
- 他社の商品を取り扱う際には、商品組成会社のお客様本位の取組みについて情報収集に努める他、適宜、苦情情報等の連携に取り組みます。

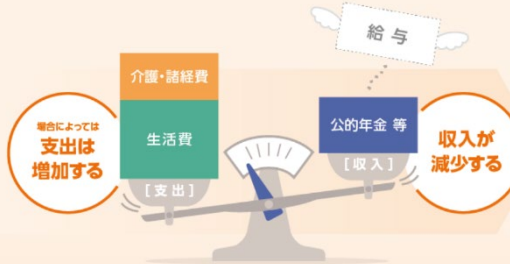
2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまの属性や状況に応じた対応

- 当社では、生命保険商品の提供を行う際には、お客さまの年齢や性別、家族状況などに応じ、公的制度（社会保障制度等）も踏まえ、備えるべきリスクや保障額を確認いただきながら、最適な保障を提案しています。
- 特に、人生100年時代の到来に向け、社会保障制度を補完する生命保険の役割はますます重要となっており、社会やお客さまより「社会保障制度に関する情報提供」がますます求められております。
- そこで、社会保障制度に根差した私的保障（当社商品・提携商品）のコンサルティング力をより一層高めるため、従来からその役割を担ってきた各所定研修の内容強化に加え、その他の教育コンテンツ・募集ツールに至るまで一貫通貫した社会保障制度・税制等の知識付与体制の充実を目指し、対応を進めてまいります。

収支のバランス

「働けなくなったとき」「お亡くなりになったとき」には
収入そのものが大きく減るうえに、
場合によっては支出がさらに増加するため、
収支のバランスは崩れます。



実は

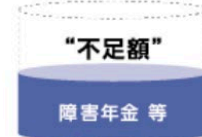
「働けなくなったとき」の方が、収支のバランスの
崩れ方が大きくなり、**より多くの不足額が生じる**ことも…

働けなくなったとき

【支出】



【収入】



これまでの生活費に加え、状態によっては介護・諸経費が必要になることがあります。多くの場合、公的年金制度に基づき「障害年金」を受け取ることができますが、不足額が生じることも…。

お亡くなりになったとき

【支出】



【収入】



1人分の生活費が不要となります。多くの場合、公的年金制度に基づき「遺族年金」を受け取ることができますが、不足額が生じることも…。



未来診断とは？ 詳細は[こちら](#)

お客さまの「ご家族構成」や「ライフスタイル」にピッタリあった備えるべき保障額をシミュレーションします。
お客さまに最適な保障をお届けするためのツールです。

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

お客さまの属性や状況に応じた対応

- 人生100年時代の到来やライフスタイルの多様化、医療サービスの変化といった環境変化が進む中、豊かで明るい健康長寿社会に求められる「健康な暮らし」「安心安全な暮らし」の実現に向け、超高齢社会の社会的課題解決に取り組んでいます。
(認知症バリアフリー宣言、高齢者サービスの充実に向けた「ご家族アシストプラス」の付保推進等)
- 保険募集やアフターフォローをはじめ、一般的に金融取引被害を受けやすいご高齢のお客さまへの対応等については、「高齢者対応マニュアル・障がい者対応マニュアル」や「保険募集コンプライアンス・マニュアル」を作成し、営業職員等へご高齢のお客さまへの募集ルールや対応時の心構え等の周知徹底を図っています。
- 募集代理店に対しても、「保険募集コンプライアンス・マニュアル」において、当社のご高齢のお客さまへの募集ルールを徹底するとともに、募集における留意点を記載した教材を活用しています。また、募集代理店点検等を通じて、ご年齢や生命保険商品の特性等に配慮した募集を行う態勢が整備されていることを確認しています。



人生100年サポート協議会

「人生100年サポート協議会」では、高齢者を含めた全ての世代の充実した暮らしに貢献する具体的な取組みについて検討しました。特にご高齢のお客さまに関しては、社内外から得た高齢者対応に関する現状認識や課題等の共有化を図り、ファイナンシャルウェルビーイングや契約者サービスの充実に向けた取組みを推進しました。

- ◆ お客さまに当社の取組みをよりわかりやすくお伝えするため、ホームページにおいて「人生100年サポートの取組み」を掲載しております。

<https://www.sumitomolife.co.jp/about/senior/>

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

アフターフォロー・保全手続き

スミセイ未来応援活動(アフターサービスの提供)



- 「人ならではの」の価値に「デジタル」を融合し、お客さまの状況・状態に応じたサービスを提供していくことで、お客さまの体験価値を向上していけるよう、「スミセイ未来応援活動」※を中心としたアフターサービスの提供に取り組んでいます。
- また、デジタルを活用して本社からのアフターサービスを実施する「EXサポートセンター」を2020年7月に開設し、各々のお客さまに応じて、メール等を活用した情報提供を行うとともに、ご相談にも応じるサービスを一部の地域で実施しています。



※定期訪問等を通じて、お客さまにご加入内容を十分にご確認いただくとともに、現在も最適な保障になっているかを診断(コンサルティング)する活動です。

高齢社会やデジタル社会を踏まえた対応

- 高齢社会やデジタル社会への対応を踏まえて「スミセイのご家族アシストプラス」や「スミセイダイレクトサービス」の登録推進に注力するとともに、「スミセイ・デジタルコンシェルジュ」も提供しております。

 <p>詳しくはこちら</p>	<p>お客さまが認知症等になられた場合、あらかじめ登録いただいたご家族が契約内容の確認やお手続きをすることができるサービスで、「ご家族登録サービス」「契約者代理制度」「被保険者代理制度」の3つのサービス・制度の総称です。</p>
<p>スミセイダイレクトサービス</p> <p>詳しくはこちら</p>	<p>インターネットで、簡単にご契約内容の確認や各種お手続きをご利用いただけるサービスです。</p>
 <p>詳しくはこちら</p>	<p>保険商品の資料請求、保険プラン作成のご依頼や契約申込みに加え、保険にご加入済みの方は「スミセイダイレクトサービス」を利用することで、給付金請求や契約に関する各種お手続きが可能なスマートフォンアプリです。また、からだのお悩みから治療のご相談まで、お客さまとご家族の健康をサポートする商品付帯サービスもご利用いただけます。(商品付帯サービスの詳細は当社HPを参照ください)</p>

2. お客さまにとって最適な商品・サービスの提供

保険金等のお支払い

- 保険金等のお支払いについては、支払業務に携わる担当者への教育を継続的に実施するとともに、保険金等のご請求案内およびお支払手続きにおいては、専用のシステムを用いて正確で迅速なお支払いを行っています。
- 給付金のご請求方法には、書類の他、インターネット(スミセイダイレクトサービス)でのご請求手続きがごございます。

お役に立った保険金・給付金

生命保険

2025年度
保険金・年金・給付金お支払実績

496万件 **1兆4017**億円

死亡保険金	満期 保険金	年金	給付金
12万件 481.7億円	1万件 416 億円	254万件 517.7億円	225万件 3435億円

その他
〔災害保険金、
高度障害保険金等〕

※ グラフはお支払金額ベースの割合で表示しております。
※ 給付金には入院・手術給付金のほか生存給付金等が含まれております。

インターネットでのご請求手続き※の流れ

※インターネットでのお手続きは一部の給付金が対象で、ご利用には条件があります。

[詳しくはこちら](#)

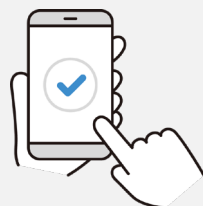
ステップ1

ダイレクトサービスでログイン



ステップ2

スマホ等でお手続き



ステップ3

給付金の受け取り



3. お客さまにとって分かりやすい情報の提供

分かりやすい情報の提供

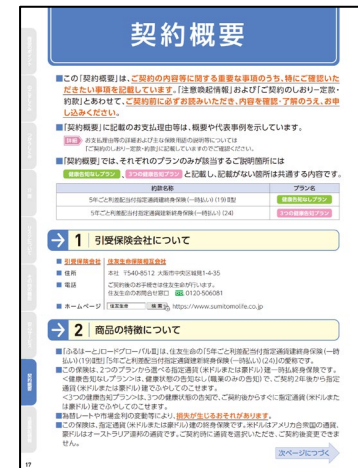
- 生命保険協会の各種ガイドライン等を踏まえて募集資料を作成し、生命保険商品の内容等に応じ、保険の仕組みや保障内容、保険料、ご加入いただくことが想定される主なお客さま層およびお客さまに影響のあるリスクに関する情報等を分かりやすく提供しています。
- 生命保険商品の提案を行う際には、お客さま一人ひとりに、提案する内容に応じた設計書(契約概要)を作成し、保障機能(特約)ごとにお支払理由を分かりやすく説明しています。
- 重要な情報を分かりやすく提供する観点から、ご高齢のお客さまや障がいのあるお客さまにも配慮した募集資料の作成に努めるとともに、募集資料を作成・改訂する際には、外部業者の知見を参考とし、ユニバーサルデザイン等の観点も取り入れております。

商品パンフレット



商品内容や為替リスク等を分かり易く情報提供できるよう、音声と映像で解説する動画資料により、お客さまにより理解いただけるような工夫もしております。

契約概要

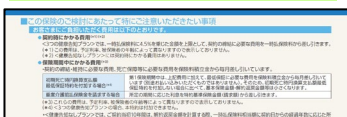


3. お客さまにとって分かりやすい情報の提供

分かりやすい情報の提供

- お客さまの資産形成ニーズにお応えする観点から、特定保険契約に関し、募集資料や商品概要資料、重要情報シート等を用いてお客さまにご負担いただく諸費用の開示に加え販売手数料を開示しています。
- 特定保険契約を対象に、他の金融商品との機能差異や特徴をお客さまに適切にご認識していただけるよう、募集代理店が「重要情報シート」を作成するために必要な情報を提供しています。
- 金融リテラシー教育の推進として、社外における寄付講座の実施やあらゆる世代に対する生命保険や生活設計に関する理解の促進として、ライフプランセミナー・セカンドライフセミナー等を開催しました。（2025年度開催実績：321社・受講者数19,890名）

商品概要資料



特定保険契約に係る募集資料(注意喚起情報)および商品概要資料には、商品の選択に資する情報を提供するため、「保険契約関係費」「資産運用関係費」等のお客さまにご負担いただく費用の種類ごとに計算方法を記載しています。



重要情報シート



項目(主な記載事項)

1	商品等の内容(目的・機能・想定する顧客層等)
2	リスクと運用実績(損失が生じるリスクの内容、実質的な利回り、過去の運用実績等)
3	費用(購入時・継続的に支払う費用、解約をした場合の費用等)
4	換金・解約の条件(解約の可否、不利益を被る可能性)
5	利益相反の可能性(組成会社から受領する手数料、人的関係や資本関係、販売会社における業績評価)
6	租税の概要
7	その他参考情報(契約締結前交付書面等のURL等)

4. お客様の安定的な資産形成やニーズに適った商品提供を支える資産運用

資産運用の高度化に向けた取組み

- 「ALM運用ポートフォリオ」と「バランス運用ポートフォリオ」の2つのポートフォリオ運営を推進し、それぞれの目的に応じた収益力の向上とリスクコントロールの強化に取り組んでいます。
- また、資産運用全体を責任投資と位置づけ、社会的価値および経済的価値の創出・向上に取り組む、ウェルビーイングへの貢献を目指しています。

「収益力の向上」「リスクコントロールの強化」

資産運用ポートフォリオを2つに区分し、それぞれの運用目的に応じた運用を一層推進

2つのポートフォリオ	【ALM運用ポートフォリオ】	【バランス運用ポートフォリオ】
運用目的	・保険金等の確実な支払いに資すること	・企業価値の持続的向上に資すること
運用手法	・長期保有前提の投資	・市場見通しに応じた機動的な運用
主な対象資産	・日本国債 ・国内外クレジット資産(社債等) ・為替ヘッジ付外国債券、不動産	・為替ヘッジ付外国債券 ・国内外株式 ・為替リスクをとる外国債券

責任投資（ESG投融資＋ステュワードシップ活動）の推進 ※全ての運用資産が対象

—責任投資におけるウェルビーイング貢献に向けた4つの重点分野—

気候変動領域

ヘルスケア領域

人的資本領域

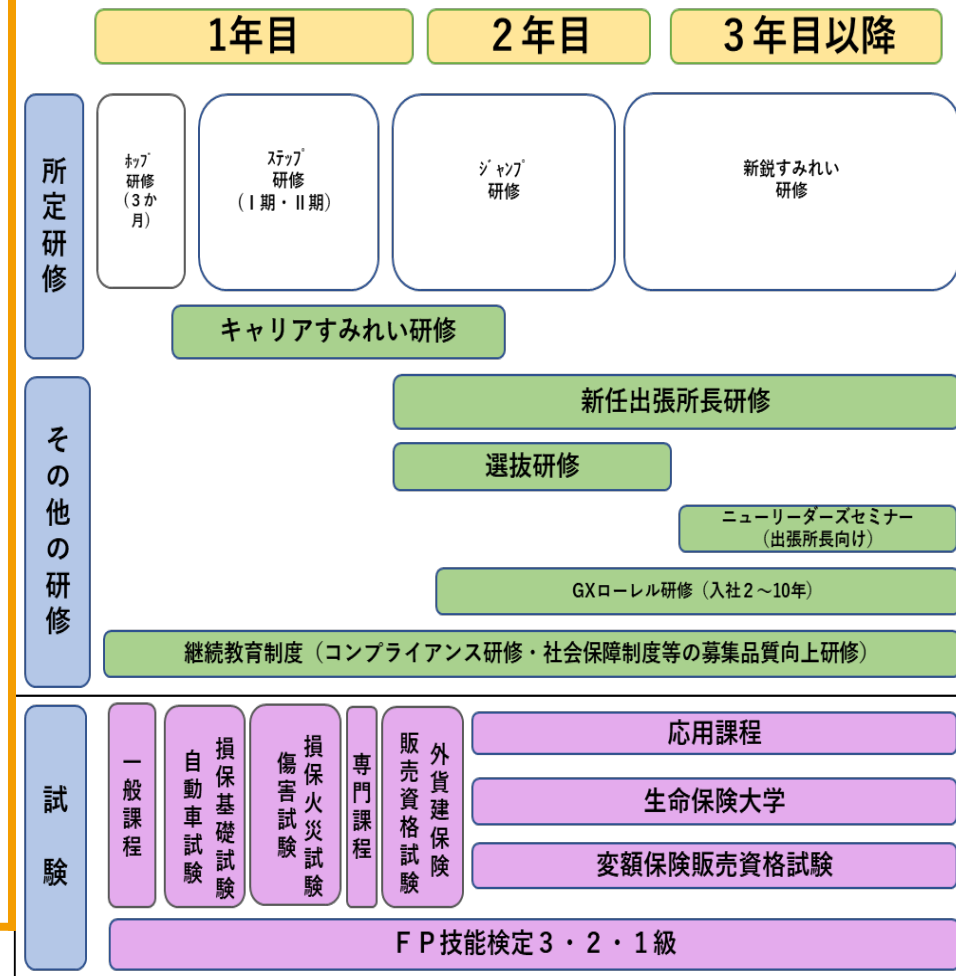
インフラ投資領域

5. お客様本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

従業員教育や金融リテラシー向上への取組み

- 高度の専門性と職業倫理を兼ね備えた人財を育成するために、各職員の成長のステップに応じたきめ細やかな研修等の充実した研修システムを構築しています。
- 具体的には、当社生命保険商品の他、公的制度(社会保障制度等)や保険業法および関連法令等に関する教育を継続的・反復的に実施し、従業員に対する教育を徹底しています。
- なお、営業職員が外貨建保険を販売するにあたっては、生命保険協会にて運営している「外貨建保険販売資格試験」に加えて社内検定の合格を要件とするなど、お客様の立場に立った質の高いコンサルティングを推進しています。
- 学習方法についても、集合研修とあわせて時間や場所に捉われず、スマートフォンで映像視聴等が可能となるツールを導入し、主体的な学習による知識・スキルのレベルアップを図っております。

営業職員の教育体系



5. お客様本位の業務運営に資する従業員教育や評価体系

従業員教育や金融リテラシー向上への取組み

- お客様の金融リテラシー向上に繋がる取組みの一環として、生命保険だけでなく、金融商品・社会保障制度に関する豊富な知識を有するFP技能士(厚生労働省所管国家資格)資格をはじめとして、お客様本位の観点から以下の資格取得への取組を積極的に推進しております。

各種資格試験(有資格者・累計合格者数等)

FP技能士 (3級以上)	日本健康マスター検定 (累計合格者) ^{※1}	ユニバーサルマナー 検定3級 ^{※2}	認知症サポーター ^{※3} (累計養成数)	ジェロントロジー検定 (累計合格者)	外貨建保険 販売資格試験
33,469名	10,395名	2,973名	67,142名	5,988名	36,110名

※1: 第1回～26回合計 団体受験企業別合格者数ランキング第1位

※2: 一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会が主催しており、高齢者、障がい者やベビーカー利用者など、多様な方々へ向き合うための「マインド」と「アクション」を体系的に学び、身につけるための検定です。

※3: 認知症サポーターとは認知症について正しい知識をもち、認知症の人や家族を応援し、だれもが暮らしやすい地域をつくっていく、ボランティアです。所定の養成講座を受講した者が認知症サポーターとして認定されます。

従業員に対する適切な動機づけの枠組み等

- 当社では、営業職員等に対する生命保険商品の募集時の評価について、お客様ニーズに沿った最適な商品提案ができるような適切な設定水準としております。
- 生命保険商品の募集に加え、ご契約の継続状況等や、お客様サービス活動も評価体系の一要素とし、ご加入時のみならず、ご加入後も、営業職員等に対して、お客様満足度の維持・向上に向けた動機付けを行う評価体系を構築しています。

6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

利益相反管理態勢

- 「住友生命グループ行動規範」において利益相反による弊害を防止することを定めるとともに、利益相反管理方針等を策定し、利益相反を適切に管理する態勢を整備しています。
(利益相反管理方針の概要はHPに記載しています。<https://www.sumitomolife.co.jp/antithetic/>)
- 利益相反管理部門であるコンプライアンス統括部は各部門が行おうとする取引が利益相反の管理対象取引に該当するか否かを判断し、管理対象取引に該当する場合は、取引に関与する部門間の情報の遮断や取引の中止などの適切な管理を行うこととしています。

代理店販売における適切な保険募集管理態勢の確保

- 委託する募集代理店等に対して、お客さまのご意向を適切に把握し、必要な情報を提供のうえ、比較推奨販売等が適切に実施されるよう、保険募集管理態勢が整備されていることについて、毎年募集代理店に確認するなど、適切な保険募集管理態勢の構築を図っています。
- 住友生命では、監督指針や生命保険協会のガイドラインを踏まえ、保険代理店に対して過度の便宜供与を行わないこと、他の保険会社に対して過度の便宜供与を要求しないこと、ならびに、保険代理店への出向を制限することを社内ルールとして整備しております。
- 募集代理店における適切な比較推奨販売を確保する観点からも、募集代理店における保険募集の品質を評価する「品質取組手数料」を設けております。また、募集代理店に対し、販売手数料以外の名目で手数料の支払いは行っておらず、募集代理店向けの華美な施策等も実施しておりません。

※保険募集代理店にお支払いする代理店手数料の詳細についての考え方は[こちら](#)

6. 利益相反の適切な管理と保険募集管理態勢の構築

資産運用業務・スチュワードシップ活動における利益相反管理

- 保険契約等の取引関係に関わらず、投資判断や議決権行使において資産運用部門の意思決定の独立性を確保すべく、ホールセール部門と資産運用部門との情報遮断等を行う体制としています。
- 責任投資委員会は、社外委員を委員長、かつ社外委員が過半数を占める構成とし、議決権行使等における利益相反に関し外部チェックを受ける体制を構築しています。
- 個別企業に対する議決権行使結果の開示を行うことで、スチュワードシップ活動の透明性向上に努めています。

スチュワードシップ活動状況

(2024年7月～2025年6月)

○対話活動

企業価値向上のための対話	99件
議決権行使のための対話	120件

○議決権行使状況

	不賛同／全体	不賛同比率
企業数ベース	106／1,896	5.6%
議案数ベース	133／6,288	2.1%

個別の議案毎の賛否や反対理由についてもホームページで開示しています。

責任投資委員会(委員構成および開催内容)

2025年6月時点の委員構成

三浦亮太委員長	三浦法律事務所 弁護士	社外
國部克彦委員	神戸大学大学院経営学研究科教授	社外
金野志保委員	金野志保はばたき法律事務所 弁護士	社外
松本巖委員 ^{※1,2}	住友生命 執行役専務(資産運用部門担当) ※当時	社内

※1.議決権行使の意思決定に関与するケースがあるため、利益相反の審議には関与しない。

※2.2026.4.1付、常任顧問に就任と同時に委員を退任し、執行役常務 藤村 俊雄が委員に就任

開催時期	主な審議事項等
2025年6月	・株主総会における議決権行使の妥当性 ・スチュワードシップ活動の状況等の報告
2025年8月	・スチュワードシップ活動の振返り・年度計画
2026年1月	・責任投資の振返り・年度計画 ・ESG分野に係る意見交換(責任投資活動の振返りと今後の方向性)
2026年3月	・スチュワードシップ活動の状況等の報告 ・ESG分野に係る意見交換(社会的価値創出と企業価値向上との連動)

7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取組み

実効性を高めるための体制整備及び評価指標(KPI)の状況(お客様満足度)

- 住友生命および生命保険事業等を行う国内子会社がお客さま本位の業務運営に関する認識を共有し取組みを推進するために「お客さま本位推進委員会」を設置し、本委員会においてグループベースでのPDCA機能を発揮し、各種取組みの実効性を高めていきます。
- お客さま本位の業務運営方針に基づく各種取組みの実効性を高めるべく各種研修や教材提供を実施するとともに、職員アンケート等を通じて浸透度等を確認する体制を整備しています。
- お客さまの最善の利益を図るという観点から、当社の取組みを総体としてご満足いただいているかどうかを測る趣旨で、「お客さま満足度(総合満足度)」を評価指標(KPI)として設定しています。

2025年度のお客さま満足度の状況

総合満足度	場面別満足度		
	ご加入時	ご加入後	お支払時
92.8%	96.6%	91.7%	97.7%

総合満足度、場面別満足度ともに、引続き高い水準を維持しております。

7. お客様本位の業務運営の実効性を高める取組み

評価指標（KPI）の状況（特定保険契約）

- 市場リスクを有する特定保険契約に対してきめ細かく評価指標を設定することが「お客様本位の業務運営」の一層の推進に資すると考え、「特定保険契約の取扱代理店数」「特定保険契約の新契約数」「特定保険契約における苦情発生状況」も評価指標（KPI）として設定しています。

2025年度の特定保険契約の状況

■ 取扱代理店数

309代理店

■ 新契約件数

新契約件数		139,488
内訳	代理店扱	61,134
	営業職員扱	78,354

< 苦情の状況 >

特定保険契約全体の苦情件数は全体で1,608件となっております。
そのうち、外貨建保険の苦情は1,286件となっております。

< お客様への対応 >

動画によるリスク説明資料の導入を始め、社外アドバイザーのご意見を取り入れるなど募集資料上でのリスク説明強化を進めており、引き続き外貨苦情の縮減に向けた取組みを継続してまいります。

■ 苦情発生状況

		(単位:件)	
			うち外貨
特定保険苦情		1,608	1,286
扱別	代理店扱	1,154	1,006
	営業職員扱	454	280