

2026 年 10 月 22 日
住友生命保険相互会社

「拡・保険」で生み出す「ウェルビーイング共創価値」の具体化 ～第一弾として Vitality を通じた健康増進の価値を年間約 4100 億円と推計～

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、事業活動を通じてステークホルダーと共に創り出す価値を「ウェルビーイング共創価値」として具体化します。第一弾として、約 160 万名の Vitality 会員を対象に、Vitality を通じた健康増進によって生まれる社会的価値のうち、「主観的ウェルビーイング向上への貢献」「労働価値向上への貢献」「医療費抑制への貢献」の3つを金銭価値に換算し、年間約 4100 億円^{※1}と推計しました。

住友生命は、Vision2030 で掲げる、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」の実現に向け、「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）」に取り組んでいます。その中で、保険の役割・価値を上げ、万一の保障にとどまらず、お客さまのウェルビーイングに貢献していくという「拡・保険」^{※2}の考え方のもと、その貢献を具体的な価値として捉え、さらなる価値創出につなげることを目指しています。

今後は、事業活動や各種指標と連動させながら、一人ひとりに提供する価値を高めるとともに、算出対象となる事業・取組みを上げ、2030 年に向けてウェルビーイング共創価値を兆円規模へ拡大していきます。

※1 本推計は 2025 年度実績をもとに、当社保有データ、外部公表データ、先行研究等を用いて一定の前提・仮定のもと算定した社会的価値であり、Vitality の事業価値や当社の売上・利益を示すものではありません。

※2 詳細は、<https://www.sumitomolife.co.jp/kakuhoken/>をご参照ください。

1. ウェルビーイング共創価値とは

住友生命グループでは、お客さまや社会への価値提供を通じた「社会的価値」と、持続的な成長と健全な財務基盤の構築を通じた「経済的価値」の双方を高め、その循環によって企業価値を向上させていくことを目指しています。

そのうち、事業活動を通じてステークホルダーと共に創り出す社会的価値を「ウェルビーイング共創価値」と位置づけています。

「拡・保険」のもとで住友生命が目指すのは、これまで保険を通じて提供してきた安心を核としながら、一人ひとりへ提供する価値を5つのウェルビーイング領域へと上げ、社会、さらには地球・将来世代へと、保険を通じて生み出す価値を上げていくことです。



こうした価値は、住友生命だけで生み出されるものではなく、お客さま自身の行動や、ビジネスパートナー、企業・自治体等のさまざまなステークホルダーとの関わりを通じて共に創り出されると考えています。

ウェルビーイング共創価値では、こうした価値の内容とひろがりをも幅広く捉え、そのうち定量化可能な主要な価値を、金銭という共通尺度を用いて具体的に示しました。

2. ウェルビーイングの「可視化」を起点とした価値創出

Vision2030 で掲げる「なくてはならない保険会社グループ」は、住友生命がウェルビーイングへの貢献を掲げるだけで実現するものではなく、お客さまや社会、職員も含めたステークホルダーに、住友生命との関わりを通じて生まれた価値を実感・共感いただくことが重要だと考えています。

そのため、スミセイ WX では、ウェルビーイングへの貢献を理念のみにとどめず、事業活動、ウェルビーイング指標、ウェルビーイング共創価値を連動させ、価値を可視化し、さらに高めていくことを目指しています。

具体的には、5つのウェルビーイングに貢献する事業・取組みを通じてお客さまに価値を届け、その成果やお客さまの状態・変化を「ウェルビーイング実感」「スミセイ版健康寿命」といったウェルビーイング指標によって把握・分析します。その結果を商品・サービスや顧客接点の改善、新たな取組みにつなげるとともに、事業活動を通じてステークホルダーと共に生み出した価値を「ウェルビーイング共創価値」として可視化します。

こうした循環を通じてウェルビーイングへの貢献を経営・事業活動の中で継続的に高めていくことが、スミセイ WX が目指す価値創造の姿です。



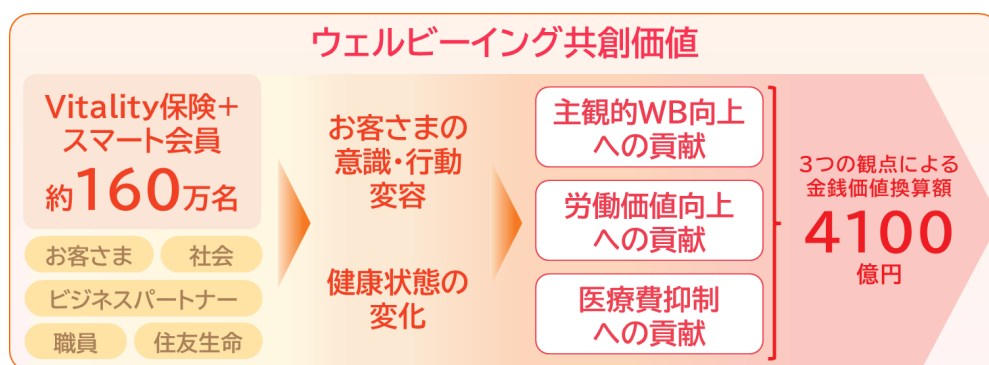
3. Vitality を通じた健康増進価値の可視化

今回、ウェルビーイング共創価値の具体化の第一弾として、約 160 万名の Vitality 会員を対象に、Vitality を通じた健康増進に関連する社会的価値を整理・定量化し、年間約 4100 億円と推計しました。

Vitality では、お客さま自身の取組みと、住友生命や職員、ビジネスパートナー等による様々な働きかけが組み合わさることで、健康への意識を高め、運動等の健康行動の実践・継続を後押ししており、実際に健康意識や歩数などの変化が確認されています。

今回、こうした実際の事業活動や Vitality 会員の意識・行動、健康状態等の実績データを起点に、外部公表データや先行研究等も用いながら、お客さま一人ひとりに生まれた変化が企業や社会へどのような価値としてひろがっているのか、そのプロセスを整理しました。そのうち、現時点で定量化可能な主要な価値として、「主観的ウェルビーイング向上への貢献」「労働価値向上への貢献」「医療費抑制への貢献」の 3 つを金銭価値換算しました。

その結果、主観的ウェルビーイング向上への貢献が約 1800 億円、労働価値向上への貢献が約 1500 億円、医療費抑制への貢献が約 800 億円となり、合計で年間約 4100 億円と推計しました。



*今回算定した金額は Vitality の事業価値や住友生命の売上・利益等を示すものではなく、当社保有データ、外部公表データ、先行研究等を用い、一定の前提・仮定のもと推計した社会的価値の一部を示すものです。詳細は別紙をご覧ください。

4. 今後の展開

健康増進領域での具体化を第一歩として、今後は、Vision2030 で掲げるウェルビーイング価値提供顧客数 2000 万名、Vitality 会員数 500 万名に向けて価値を届けるお客さまを増やすとともに、ウェルビーイング指標を活用し、商品・サービスや継続的なサポートの改善につなげることで、一人ひとりに提供する価値を高めていきます。

さらに、Vitality 以外の事業・取組みについても定量化を進めていきます。具体的には、責任投資について、これまで進めてきた社会的価値の可視化の取組みを発展させ、責任投資を通じて生み出される価値をウェルビーイング共創価値としてどのように捉え、金銭価値換算していくかを検討していきます。

こうした取組みを通じて、2030 年に向けてウェルビーイング共創価値を兆円規模へ拡大し、「なくてはならない保険会社グループ」の実現につなげていきます。

5. 専門家のコメント

住友生命ウェルビーイングアドバイザー

公益財団法人 Well-being for Planet Earth 代表理事

石川善樹氏

いまの資本主義は、「目の前の利益」と「100年後の地球や社会」という、まったく異なる2つの時間軸（Dual Horizon）を同時に見つめる時代に入りました。

短期的には、人や地球がすり減れば経済も行き詰まりますし、長期的には、みんなが「善く生きられる土台」に貢献できない企業は生き残れません。

生命保険会社は、まさに今を生きる人の安心と、何十年も先の未来への約束を同時に背負う存在です。その組織が今回、「私たちが生み出すウェルビーイングの価値」を目に見える数字として社会に提示した。これは、測りにくい“善きもの”を共通言語にしようとする、極めて先進的で勇気ある挑戦です。

「経済の数字」と「生きる喜びの数字」をどう響き合わせるか。未来の企業のあり方にひとつの美しい問いと道筋を示してくれたことに、心からの敬意を表します。



早稲田大学大学院会計研究科客員教授

アビームコンサルティング株式会社 エグゼクティブアドバイザー

柳良平氏

非上場企業にあってもステークホルダーへの受託者責任を果たすには、長期的企業価値向上が責務になる。企業価値は財務諸表に記載されている「見える価値」と財務諸表には記載されない「見えない価値」の非財務価値を包含する。ここから非財務価値の可視化に挑戦するため、今回住友生命がアビームコンサルティングと共同で、「Vitality」を通じた健康増進への貢献について、そのウェルビーイング共創価値を年間約4100億円と試算したことには意義がある。ハーバードビジネススクールに端を発する「インパクト会計」に依拠して私も監修を務めたが、保険会社における社会的価値の可視化の試金石となるだろう。勿論、このインパクト会計単独では完結しない。住友生命も意識するように、数値化を起点として会社や人を動かし、エンゲージメントに生かして、現業の中で持続的な価値創造に資するものである。このウェルビーイング共創価値の可視化を起点として、住友生命らしく、パーパスに則り、発展を繰り返しながら社会的価値と経済的価値を両立し、ステークホルダーの支持を得て、社会貢献を長期的に最大化していくことに期待したい。



(よくある質問)

① Vitality を通じた健康増進の価値が年間約 4100 億円とは、どのような意味ですか？

- ・年間約 4100 億円は、Vitality を通じた健康増進に関連する社会的価値のうち、現時点で定量化可能な主要な価値を金銭換算した推計額です。Vitality の事業価値や住友生命の売上・利益等を示すものではありません。
- ・具体的には、約 160 万名の Vitality 会員を対象に、「主観的ウェルビーイング向上への貢献」を約 1800 億円、「労働価値向上への貢献」を約 1500 億円、「医療費抑制への貢献」を約 800 億円と推計し、合計で年間約 4100 億円としています。
- ・本推計は、2025 年度実績をもとに、当社保有データ、外部公表データ、先行研究等を用い、一定の前提・仮定に基づき算定したものです。各内訳には推計値を含み、Vitality 単独による直接的な因果関係を示すものではありません。

② 年間約 4100 億円はどのように算定したのですか？

- ・Vitality 会員の実績データや外部公表データ、先行研究等を組み合わせ、「主観的ウェルビーイング向上への貢献」「労働価値向上への貢献」「医療費抑制への貢献」の 3 つの観点から、2025 年度の 1 年間に生まれた価値を推計しています。
- ・「主観的ウェルビーイング向上への貢献」については、Vitality 会員と非会員の主観的ウェルビーイングの差と、主観的ウェルビーイング 1 ポイント当たりの金銭価値等から約 1800 億円と推計しています。「労働価値向上への貢献」は、運動機会の増加による労働生産性の向上と、死亡率・入院率の差分から算出した労働損失の回避から約 1500 億円、「医療費抑制への貢献」は、Vitality 継続利用時における歩数の差と、1 歩当たりの医療費削減額等から約 800 億円と推計しています。
- ・算定にあたっては、当社保有データに加え、外部公表データや先行研究等を参照し、一定の前提・仮定を置いています。また、収集が困難なデータについては保守的な数値を採用しています。今後も、関連する研究の進展や当社の取組み内容の変化等に応じて算定方法を継続的に見直し、精度向上に努めていきます。

③ Vitality による健康増進は、お客さまや社会にどのような価値をもたらしますか？

- ・Vitality では、健康状態を把握し、運動等の健康行動を実践・継続することを後押しすることで、お客さま一人ひとりの健康やウェルビーイングの向上に加え、企業や社会にも価値が広がっていくことを目指しています。
- ・Vitality 会員では、健康への意識の高まりや歩数などの変化が確認されています。こうした意識・行動の変化や健康状態等との関係を踏まえ、今回、「主観的ウェルビーイング向上への貢献」「労働価値向上への貢献」「医療費抑制への貢献」という 3 つの観点から社会的価値を整理・定量化しました。

- ・住友生命だけでなく、お客さま自身の健康増進活動や、ビジネスパートナー、企業等のさまざまなステークホルダーの取組みが組み合わせることで、一人ひとりから企業・社会へと価値が広がっていくことが、今回可視化した「ウェルビーイング共創価値」の特徴です。

④ 住友生命が健康増進による社会的価値を可視化するのはなぜですか？

- ・住友生命は、ウェルビーイングへの貢献を理念にとどめず、事業を通じて生まれたお客さまや社会の変化を把握・分析し、商品・サービスや顧客接点の改善、新たな取組みにつなげるため、社会的価値の可視化に取り組んでいます。
- ・住友生命では、これまで保険を通じて提供してきた安心を核としながら、万一の保障にとどまらず、一人ひとりや社会へ提供する価値を上げていく「拡・保険」を推進しています。Vitality を通じた健康増進も、お客さまの健康行動を後押しし、よりよく生きる毎日を支える取組みの一つです。
- ・今回、その価値を「ウェルビーイング共創価値」として可視化することで、健康増進による価値が一人ひとりとどまらず、企業や社会へどのように広がっているのかを捉えます。その結果を事業・取組みの改善につなげ、ウェルビーイングへの貢献を継続的に高めていきます。

⑤ ウェルビーイング共創価値は今後どのように拡大していく予定ですか？

- ・住友生命は、一人ひとりに提供する価値を高めるとともに、ウェルビーイング共創価値の対象となる事業・取組みを上げ、2030 年に向けて兆円規模への拡大を目指します。
- ・まず、Vision2030 で掲げるウェルビーイング価値提供顧客数 2000 万名、Vitality 会員数 500 万名に向けて、価値を届けるお客さまを増やしていきます。また、「ウェルビーイング実感」「スミセイ版健康寿命」等のウェルビーイング指標を活用し、その結果を商品・サービスや継続的なサポートの改善につなげることで、一人ひとりに提供する価値を高めていきます。
- ・さらに、今回具体化した Vitality を通じた健康増進領域に加え、Vitality 以外の事業・取組みについても、ウェルビーイング共創価値として捉える意義や算定可能性を踏まえて具体化・定量化を検討します。
- ・具体的には、責任投資について、これまで進めてきた社会的価値の可視化の取組みを発展させ、責任投資を通じて生み出される価値をウェルビーイング共創価値としてどのように捉え、金銭価値換算していくかを検討していきます。こうした取組みを通じて、「拡・保険」のもとで一人ひとり、社会、さらには地球・将来世代へと提供する価値を上げていきます。

以上

「拡・保険」で生み出す 「ウェルビーイング共創価値」の具体化

住友生命グループが目指すウェルビーイングの循環

住友生命グループでは、お客さまや社会への価値提供を通じた「社会的価値」と、持続的な成長と健全な財務基盤の構築を通じた「経済的価値」の双方を高め、その循環によって企業価値を向上させていくことを目指しています。

ウェルビーイングの循環

Vision2030で掲げる、「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』」の実現に向け、保険による安心を核としながら、一人ひとりへの提供価値を5つのウェルビーイングへ、さらに社会、地球・将来世代へと拡げていく「拡・保険」の考え方のもと、事業活動を展開しています。

こうしたウェルビーイングへの貢献を経営・事業活動に組み込むため、5つのウェルビーイングに貢献する取組みと、その成果やお客さまの状態・変化を捉える「ウェルビーイング指標」、ステークホルダーと共に創り出す「ウェルビーイング共創価値」を一体で捉えています。

事業を通じて価値を届け、その変化を測定・分析し、商品・サービスや顧客接点の改善、新たな取組みへとつなげる。この循環を経営の中で回し続けることで、ウェルビーイングへの貢献とウェルビーイング共創価値を持続的に高めていきます。



ウェルビーイング共創価値の全体像

住友生命グループでは、「拡・保険」の考え方のもとで進める事業活動を通じて、ステークホルダーと共に生み出す社会的価値を「ウェルビーイング共創価値」と位置づけています。一人ひとりへの直接的な価値にとどまらず、社会、さらには地球・将来世代へと広がる価値までを捉え、その内容やひろがりを具体的に示します。

ウェルビーイング共創価値とは

ウェルビーイング共創価値は、住友生命だけで生み出されるものではなく、お客さま、ビジネスパートナー、企業・自治体等の様々なステークホルダーとの関わりを通じて共に創り出される価値です。こうして生まれる価値は、お客さま一人ひとりへの直接的な価値から、社会全体、地球・将来世代へと広がっていきます。

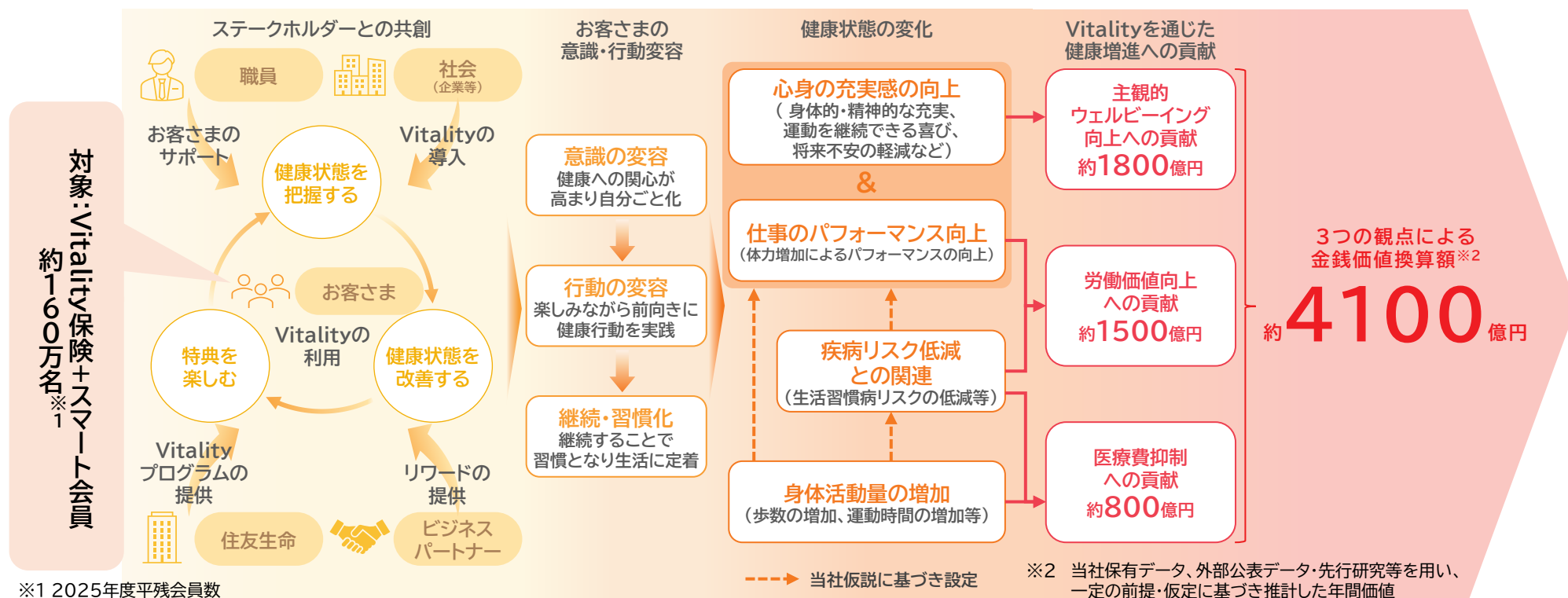
こうした価値の内容とひろがり幅を幅広く捉え、そのうちデータや先行研究等に基づき定量化可能な主要な価値を、金銭という共通尺度等を用いて具体的に示します。第一弾として、Vitalityを通じた「健康増進への貢献」について、価値が生まれるプロセスを整理し、主要な価値を定量化しました。



Vitalityを通じて生まれるウェルビーイング共創価値

Vitalityでは、お客さま自身の健康増進活動を中心に様々なステークホルダーの取組みが組み合わさることで、健康への意識を高め、健康行動の実践・継続を後押ししています。実際に、Vitality会員では健康意識の高まりや歩数の増加、入院率・死亡率の差など、健康行動に関するさまざまな変化が確認されています。

今回、こうした実際の事業活動やお客さまの意識・行動、健康状態等の変化を起点に、その先に生まれる価値が企業・社会へと広がるプロセスを整理しました。そのうち、現時点で定量化可能な主要な価値として、「主観的ウェルビーイング向上」「労働価値向上」「医療費抑制」の3つを金銭価値換算しました。



※1 2025年度平準会員数

- * 2025年度実績をもとにアビームコンサルティング(株)と共同で算定しています。算定結果は、対象年度の1年間における価値を対象に評価したものです
- * 算定にあたっては、当社の保有データに加え、外部公表データおよび先行研究等を参照し、一定の仮定および前提条件に基づき算定しています。各内訳には推計値を含み、Vitality単独による直接的な因果関係を示すものではありません。なお、収集が困難なデータについては、一定の仮定を置いた上で、保守的な数値を採用しています
- * 「ウェルビーイング」には様々な考え方・定義や評価方法があります。本算定は、当社の考え方にに基づき、Vitalityを通じた健康増進を一つの切り口として価値を金額換算したものであり、ウェルビーイングに関する社会的価値の全てを示すものではありません
- * 関連する研究の進展や当社の取組み内容の変化等に応じて、算定結果は変動する可能性があります。当社は、継続的な見直しを通じて、精度向上に努めていきます

内訳と算定の考え方

前頁の3つの主要な価値について、Vitality会員の実績データや外部公表データ、先行研究等を組み合わせ、年間の価値を推計しました。

主観的ウェルビーイング向上への貢献

Vitality会員数



162万名

※2025年度平残会員数

×

Vitality会員と非会員における主観的ウェルビーイングの差分

Vitality会員と非会員の
主観的ウェルビーイングの差



0.11 ポイント

※Vitality会員と非会員の主観的ウェルビーイングの差分のうち、健康状態の改善や運動を楽しむ実感など、Vitalityとの関連が想定される要素に限定したうえで、各要素への影響度を考慮して算定

主観的ウェルビーイングとは？

主観的ウェルビーイングとは、自身の生活や人生に対して、本人が感じる満足感や幸福感を表す概念です。生活全体に対する満足度を、本人が0～10点で評価することで測定されます。

×

主観的ウェルビーイング
1ポイントあたりの金銭価値



199万円/ポイント

※英国政府の政策評価等で活用されるWELLBY（主観的ウェルビーイングの変化を金銭価値換算する手法）を参考に、日本向けに補正した係数を使用



主観的
ウェルビーイング
向上への貢献

約1800億円

労働価値向上への貢献

①運動機会の増加による労働生産性の向上

就労中の
Vitality会員数



111万名

※2025年度平残会員数

×

Vitality加入後に運動機会が増加した割合

「Vitality加入後に、運動機会や日々の歩数が増加した」と回答したお客さまの割合



39%

×

1人あたり平均労働生産性向上額



17.6万円/人・年

※日本の年間平均労働生産額に、日本生産性本部等の研究に基づき、当社にて設定した運動機会の増加に伴う生産性向上割合を乗じて推計



労働価値向上
への貢献
(①+②)

約1500億円

②疾病予防による労働損失の回避

就労中の
Vitality会員数



111万名

※2025年度平残会員数

×

労働損失回避割合

Vitality会員と非会員の入院・死亡率の差分をもとに算出
入院率が

16%低い

死亡率が

48%低い

×

1人あたり平均労働損失額

入院・死亡時の労働損失額をもとに算出
入院1件あたり

約100万円

死亡1件あたり

約8,700万円

※日本生産性本部「労働生産性の国際比較2024」等の外部データを基に推計

医療費抑制への貢献

Vitality会員数



162万名

※2025年度平残会員数

×

Vitality継続利用時における年間歩数の差分

利用開始時の平均歩数
(会員歴1カ月)

約7,200歩/日

1日で
2,100歩の差

継続利用時の平均歩数
(会員歴1～3年)

約9,300歩/日



= 1人あたり年間約76万歩の差

×

1歩あたりの
医療費削減額



0.065円/歩

※国土交通省「まちづくりにおける健康増進効果を把握するための歩行量(歩数)調査のガイドライン(2017年)」を参照



医療費抑制
への貢献

約800億円