

あなたの未来を強くする



REPORT SUMISEI 2026

住友生命[統合報告書]

2026年度 ディスクロージャー誌 本編

for your well-being





CONTENTS

価値創造ストーリー

1

住友生命グループが目指す姿	1
At a Glance -住友生命グループ概況-	2
トップメッセージ	3



企業理念	8
価値創造のあゆみ	9
価値創造プロセス	10
住友生命グループVision2030	11
社会的価値の向上	13
経済的価値の向上	14
経営企画・財務担当役員 兼 グループ・サステナビリティオフィサーメッセージ	15

住友生命グループの経営戦略

17

スミセイ中期経営計画2025の振り返り	18
住友生命グループ中期経営計画2028	20
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)	24
“住友生命「Vitality」”	27
SPOTLIGHT #1 つみたてPLUS ドルつみVitality	30
営業職員(ウェルビーイングデザイナー)	31
SPOTLIGHT #2 自治体との連携による地域への価値提供	32
ホールセール	34
SPOTLIGHT #3 スミセイ版健康寿命レポートの提供	35
金融機関等代理店・保険ショップ	36
デジタルマーケティング	37
新規領域でのサービス開発	38
SPOTLIGHT #4 Whodo整場(フウドセイバー)	39
CX・サービス	40
対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化	41
資産運用	45
SPOTLIGHT #5 責任投資を通じたウェルビーイング価値の創出	48
海外事業	49
財務・資本政策	53
人的資本・人材共育	56
デジタル&データ×AI	63

サステナビリティ

65

サステナビリティ推進体制	66
サステナビリティ重要項目(マテリアリティ)	67
気候変動・生物多様性への対応	68
将来世代に向けたFR活動	72
SPOTLIGHT #6 将来世代への教育支援	73
人権への取り組み	74

価値創造を支える経営基盤

75

社外取締役メッセージ	76
コーポレートガバナンス	78
お客さま本位の業務運営・コンプライアンス(事業活動の「礎」)	95
リスク管理	97
11年間の主要財務データ	102
情報開示	103

編集方針

REPORT SUMISEI 2026のポイント

2026年度から、新たな3か年計画「住友生命グループ中期経営計画2028」をスタートさせました。いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」となることを目指す、企業価値向上に向けた戦略と取組みについて説明しています。
なお今年度から、価値創造の全体像や各戦略のつながりを視覚的に分かりやすくお伝えするため、PDFでの閲覧性にも配慮したA4横版のレイアウトを採用しています。

統合報告書「REPORT SUMISEI」について

本資料は、ステークホルダーの皆さまに、住友生命の経営戦略や取組みを分かりやすくお伝えするため発行しています。
中長期的な価値創造をご理解いただく観点から、対象期間の業績や財務情報に加えて、サステナビリティ情報等の非財務情報についても記載しています。
なお、本資料は保険業法第111条および一般社団法人生命保険協会が定める開示基準に基づいて作成したディスクロージャー資料です。情報開示方針および各種開示媒体については、「情報開示」(P. 103)を参照ください。

対象範囲

期間:2025年4月1日~2026年3月31日(一部2026年4月1日以降の活動を含む)
組織:住友生命およびその子会社・関連法人等

参考にしたガイドライン

○IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
○経済産業省「価値共創ガイダンス」

発行時期

2026年7月



THE GROUP'S VISION

住友生命グループが目指す姿

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

住友生命は創業以来、生命保険を通じて
お客さまの人生を支え、お客さま・社会に
貢献してきました。

お客さまのニーズや社会課題が
多様化するなか、生命保険が果たすべき
役割は、万が一への備えに加え、
リスクを減らし、日々の暮らしを支える
さまざまな領域へと広がっています。

住友生命グループは、国内外の事業を通じて、
一人ひとりの“よりよく生きる”に寄り添い、
すべてのステークホルダーの
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」を
目指しています。





At a Glance – 住友生命グループ概況 –

国内外の事業を通じて、一人ひとりの“よりよく生きる”への貢献を拡大しています



企業価値・財務指標	社会的価値		経済的価値		財務健全性
	ウェルビーイング 価値提供顧客数	(国内) 1,461 万名 (海外) 602 万名	グループ保有契約 年換算保険料 ^{※1}	3兆9,518 億円	連結内部 管理ESR
	Vitality会員数	241 万名	グループ 基礎利益 ^{※2}	4,081 億円	外部格付
			エンベディッド・ バリュー(EV) ^{※3}	7兆6,875 億円	A+(S&P)、A1(Moody's) A+(Fitch)、AA(R&I)、AA(JCR)
			連結総資産	51兆5,774 億円	197%

※1 住友生命、メディケア生命、シメトラ、シングライフの合算により算出。

※2 住友生命・メディケア生命の基礎利益、シメトラ・シングライフの税引前利益、パオベトHD・BNIライフ・PICC生命の税引前利益の当社持分相当額を合算し、一部の内部取引調整等を行い算出。

※3 住友生命グループのEVは、住友生命のEVにメディケア生命、シメトラおよびシングライフのEVを加え、住友生命が保有するメディケア生命、シメトラおよびシングライフの株式の簿価を控除することにより算出。

※4 企業価値・財務指標は、2025年度実績または2025年度末の数値。子会社等の保有比率は2026年3月31日時点、外部格付は2026年5月1日時点。

トップメッセージ

TOP MESSAGE

「万が一」から「毎日」の安心へ
「拡・保険」で進化する、生命保険の価値

取締役 代表執行役社長

高田 幸徳

◆ 変化する時代に、問われる生命保険の役割

2025年度は、私たちを取り巻く環境が大きな転換点にあることを、改めて強く認識した一年でした。国内では、少子高齢化や人口減少が一段と進み、お客さまが抱える不安や課題はより複雑になっています。加えて、「金利のある世界」への本格転換、国際情勢の不安定化や社会の分断、生成AIをはじめとする急速な技術革新など、社会や事業環境は大きく変化しています。こうした環境変化は、お客さまのニーズや価値観にも影響を及ぼし、商品・サービスのあり方や、生命保険会社としての役割そのものを問い直す契機となっています。

私たちは、2030年にグループとしてありたい姿を、「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』」と掲げています※1。2023年度からの「スミセイ中期経営計画2025」では、その実現に向けた軌道を確立する期間として、一人でも多くのお客さまへウェルビーイングの価値をお届けすることを目指し、将来への投資と事業基盤の強化に取り組んできました。こうした取組みの結果、ウェルビーイング価値提供顧客数やグループ基礎利益など、経営重要目標(KGI)は概ね達成し、Vision2030に向けた歩みを着実に進めることができました。

その一方で、生命保険業界においては、営業職員による不祥事や、代理店における出向者の不適切な情報取扱など、お客さま・社会からの信頼を揺るがす事象が発生しました。当社としても、こうした事象を自らの課題として受け止め、信用・信頼の重みを改

めて認識しています。生命保険は、お客さまから長期の信頼をお預かりし、将来にわたって確実に保障をお届けする事業であり、お客さま本位の業務運営やコンプライアンスの徹底は、すべての事業活動の「礎」です。私たちはこの原点を決して揺るがせることなく、役職員一人ひとりが日々の判断や行動の中で実践する企業文化として、いっそう根づかせていきます※2。

その礎を守りながら、私たちは時代の変化に応じて、生命保険の役割そのものを進化させていく必要があります。価値観やライフスタイルが多様化する中で、お客さまが感じる不安や課題は、人生のさまざまな局面へと広がり、その内容も一人ひとり異なっています。だからこそ、万が一への備えだけではなく、お客さま一人ひとりの人生に寄り添い、「よりよく生きる」日々を支えていくことが、これからの生命保険会社に求められていると考えています。

こうした認識のもと、私たちは2026年度からの新たな3か年計画として「住友生命グループ中期経営計画2028」を策定しました※3。本計画は、Vision2030の実現に向けた飛躍を図るものであると同時に、10年先を見据えた「Next-Decade」の視点から、グループ一体となって新たな価値創造に挑戦するものです。その方向性を一言で表すなら、「人生に存在するあらゆる『不確実さ』に対して、生命保険が本来持つ『安心』という価値を届けること」です。私たちはこの考え方を、『拡・保険』と表現しています。

※1 図 P.11「住友生命グループVision2030」参照

※2 図 P.95「お客さま本位の業務運営・コンプライアンス(事業活動の「礎」)」参照

※3 図 P.20「住友生命グループ中期経営計画2028」参照

トップメッセージ

◆「拡・保険」で生命保険の本来価値を拡げる

生命保険は、長い期間にわたりお客さまの人生に寄り添い、不確実な将来に備える安心をお届けする事業です。万が一のときや、病気、介護、老後といった人生のさまざまな事態に対して、経済的な備えを提供することは、生命保険会社として決して変わらない原点です。一方で、お客さまの人生における不安や課題は、経済的な備えだけで解決できるものばかりではありません。健康であり続けたい、人や社会とつながってみたい、自分らしく働き続けたい。少子高齢化や単身世帯の増加、働き方の変化などを背景に、お客さまが抱える不安は、日々の生活や人生のさまざまな局面に広がっています。

明治期に、近代的な保険の概念を初めて日本に紹介した福沢諭吉氏は、「Life Insurance」の日本語訳として、「生涯請合」という言葉をあてました。この「生涯請合」という言葉には、人の生涯にわたる不安に向き合い、備えを支えるという、生命保険の本質が表れています。その後、訳語としては「生命保険」が定着しましたが、この「保険」という言葉にも、「険しい人生を保つ」、すなわち、不確かなものを安心によって支え、未来をより確かなものにしていくという意味が込められているように思います。お客さまに寄り添い、人生に存在するさまざまな「不確実さ」を、少しでも確かな「安心」へと変え、未来につなげていく。これこそが、私たちが今改めて向き合うべき、生命保険が本来持つ価値です。

生命保険は、万が一のときに力を発揮するものです。しかし、安心とは万が一の瞬間だけに必要なものではありません。お客さま一人ひとりの何気ない日常にも、不安を感じ、前向きな一歩を必要とする場面があります。だからこそ、「経済的な備え」という原点を大切にしながらも、日々の生活の中でよりよく生きるための「安心」の価値を

届けていく必要があると考えています。私たちはその安心の価値を、「人」「社会」「地球・将来世代」のウェルビーイングへと拡げていきます。

「人」のウェルビーイング、すなわち『一人ひとりのよりよく生きる』への貢献は、私たちの価値提供の中心です。お客さまの人生に伴走し、それぞれの不安や課題に向き合い、前向きな選択や行動を支えていきます。この考え方を先駆けて具体化してきたのが、健康増進型保険「住友生命「Vitality」」です^{※4}。Vitalityは、「万が一に備える」保険の価値に、健康増進を通じて「リスクを減らす」という新たな価値を加えました。今後はさらに、人とのつながりや社会との関わり、自分らしく働き続けることなど、人生のさまざまな場面へと、価値提供を拡げていきます。

さらに、一人ひとりへの価値提供を、地域や職場、「社会」全体のウェルビーイングへと拡げていきます。特に、健康増進の領域では、個人の努力だけに委ねるのではなく、自治体や企業と連携し、地域や職場の中で自然に取り組み、続けられる環境をつくっていくことが重要です。安心の価値を個人にとどめず、自治体や企業との共創を通じて、一人では続けにくい行動や、一つの組織だけでは解決しにくい課題に向き合っていく。そうした取組みを重ねることで、一人ひとりのウェルビーイングの価値を、社会全体へと拡げていきます。

そして、「地球・将来世代」のウェルビーイングとして、安心の価値を世界へ拡げ、未来へつなげていきます。海外事業では、各国・地域に根ざした安心をお届けし、グループ全体でウェルビーイングの価値を提供していきます。また、「一人ひとりのよりよく生きる」ことは、健全で持続可能な社会や地球環境があってこそ成り立ちます。責任

投資や事業活動を通じて、社会・環境課題の解決に貢献し、未来の安心につながる価値を生み出していくことも、私たちの役割です。長期の視点で事業を営む生命保険会社だからこそ、現在のお客さまだけでなく、将来世代の安心にもつながる価値創造に取り組んでいきます。

「拡・保険」は、単に、保険商品や事業の領域を拡げるという意味ではありません。保険が本来持つ価値を、現代社会で求められる新たな形へと拡げていく挑戦、という意味を込めています。

万が一への備えだけでなく、健康、働き方、資産形成、人とのつながり、地域社会、さらには地球・将来世代に至るまで、人々が抱えるさまざまな「不確実さ」に向き合い、それを「安心」へと変えていく。それが、私たちの考える「拡・保険」です^{※5}。中期経営計画2028では、こうした考え方を具体的な取組みとして実践し、いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」へと進化していきます。



※4 P.27「住友生命「Vitality」」参照

※5 P.12「『安心』の価値を、人・社会・地球へ拡げる『拡・保険』」参照

トップメッセージ

◆ スミセイWXで、商品・サービスと接点を進化させる

「拡・保険」を通じて『一人ひとりのよりよく生きる』に貢献していくうえでは、それぞれのお客さまが必要とする最適な商品・サービスをお届けし、その価値を体験・実感いただくことが重要です。そのため鍵を握るのが、2025年度に始動した「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）」です^{※6}。スミセイWXでは、一人でも多くのお客さまに、質の高いウェルビーイングの価値をお届けすることを目指し、商品・サービスとお客さま接点を一体で進化させる「ディストリビューション変革」と、提供した価値をお客さまの実感や行動変容につなげる「顧客体験価値変革」を、両輪で進めていきます。

価値提供の軸となるのが、“住友生命「Vitality」”です。健康は、誰にとっても大切でありながら後回しにされがちなもの、いわば最大の「後回し資産」です。だからこそ、健康増進を特別な行動としてではなく、日常の行動として続けられるよう支えることが重要です。Vitalityを通じて、健康状態を把握し、改善に取り組む行動を積み重

スミセイWX

ウェルビーイング実感を高めることを軸とした事業変革を推進

5つのウェルビーイング領域^{*}に
貢献する価値提供の推進

ディストリビューション変革
📖 P.25



顧客体験価値変革
📖 P.26

* 5つのウェルビーイング領域

フィジカル
ウェルビーイング

ファイナンシャル
ウェルビーイング

コミュニティ
ウェルビーイング

ソーシャル
ウェルビーイング

キャリア
ウェルビーイング

ねることが、将来の健康につながるとともに、保険の価値にも結びつきます。

2026年1月に発売した「つみたてPLUS ドルつみVitality^{※7}」は、Vitalityによる健康増進と、将来に向けた資産形成機能を組み合わせ、健康づくりと将来への備えを一体で支える商品です。資産形成への関心が高まる中で、フィジカルとファイナンシャルの両面から、お客さまのウェルビーイング向上に貢献します。今後はさらにコミュニティ、ソーシャル、キャリアウェルビーイングといった領域にも価値提供を拡げ、一人ひとりの不安や課題に添えていきます。

これらの商品・サービスを最適な形で届けるため、接点のあり方も進化させていきます。なかでも、お客さまに直接寄り添う営業職員的重要性は、今後も変わりません。人生に伴走する「ウェルビーイングデザイナー」として、保障だけでなく、健康増進、生活課題への支援など、幅広い領域でお客さまの不安に寄り添い、人ならではの価値を提供していきます。

金融機関・保険ショップ等では、比較検討ニーズや資産形成ニーズに応えることに加え、2026年7月から「ドルつみVitality」も展開し、健康増進の価値もお届けしていきます。また、デジタルの接点においても、「デジタルコンシェルジュ」等を通じて、必要な情報やサービスに手軽にアクセスし、各種手続きを行える環境を整えていきます。

さらに、自治体や企業との連携を通じて、お客さま一人ひとりにとって身近な地域や職場を接点に、健康増進の価値を届けていきます。これまでに100超の自治体との連携を進めてきた「Vitalityウォーク^{※8}」や、3,500社以上の企業に導入いただいている「Vitality福利厚生タイプ」など、個人の健康づくりを支えるだけでなく、地域の健康づくりや企業の健康経営といった課題に向き合い、健康増進の価値を一人ひとりから地域・職場全体へと拡げていきます。

商品・サービスの幅を拡げるだけでなく、お客さま一人ひとりのニーズや、地域・企業の課題に応じて、必要な価値を、必要な接点で、必要なタイミングでお届けしていく。この「ディストリビューション変革」が、スミセイWXで進める取組みの柱です。



◆ ウェルビーイングを測り、実感できる価値へ高める

スミセイWXで目指すのは、ウェルビーイングの価値を多くのお客さまにお届けするだけでなく、その価値をお客さま一人ひとりが実感できるものへと高めていくことです。そのために進めているのが、スミセイWXのもう一つの柱である「顧客体験価値変革」です。

ウェルビーイングは、一人ひとりによって感じ方が異なる、主観性の高い価値です。だからこそ、見える形にし、改善につなげていくことが重要です。お客さまはどのような状態にあるのか、私たちの価値提供が実感や行動変容につながっているのかを、経営として捉えていく必要があります。

その起点となるのが、当社が独自に開発している、「スミセイ版健康寿命」と「ウェルビーイング実感」という2つの指標です。客観的な健康状態や生活習慣の変化に加え、お客さまご自身の実感を捉えることで、私たちが提供している価値が、本当にお客さまの「よりよく生きる」ことにつながっているのかを見える形にしていきます^{※9}。

※6 📖 P.24「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）」参照

※7 📖 P.30「つみたてPLUS ドルつみVitality」参照

※8 📖 P.32「自治体との連携による地域への価値提供」参照

※9 📖 P.41「スミセイWXで進める『質』の可視化」参照

トップメッセージ

ここで重要なのは、測ることそのものではありません。お客さまが自らの状態を知り、変化を実感し、健康増進や生活習慣の改善、将来への備えなど、よりよい行動へ踏み出せるようにすること。そして、私たち自身も、測定結果やお客さまの声をもとに、商品・サービスやお客さま接点、社内の仕組みや資源配分の改善につなげていくことです。この循環を経営に組み込み、お客さまの体験・実感につなげることが、スミセイWXで目指す顧客体験価値の変革です。

スミセイWXでは、一人でも多くのお客さまへ、質の高いウェルビーイングの価値を届ける取組みを進めます。さらに、その価値がお客さま一人ひとりにとどまらず、企業や地域、社会にどのような変化をもたらしているのかを、「ウェルビーイング共創価値」として可視化する取組みも進めています。社会への影響を経営として捉え、商品・サービスやお客さま接点、企業・自治体との共創の改善につなげることで、ウェルビーイングへの貢献をさらに高めていきます。

◆ 資産運用・海外事業を通じて、価値創造の領域を拡げる

グループとして価値創造の領域を広げていくうえでは、国内の商品・サービスやお客さま接点にとどまらず、資産運用事業と海外事業も重要な役割を担っています。



資産運用事業では、ご契約者からお預かりした保険料を長期にわたって運用する生命保険会社として、財務健全性の維持を大前提としながら、長期的な視点で安定的に収益を確保していくことが重要な使命です^{※10}。ALM(資産負債の総合的な管理)を基本としたポートフォリオ運営のもと、収益力の向上と適切なリスクコントロールに取り組んでいます。2025年度以降、国内長期金利の上昇など「金利のある世界」への転換が進み、資産運用を取り巻く環境は大きく変化しています。こうした中でも、環境変化を慎重かつ的確に捉え、安定収益資産の増殖や、資産クラス・地域等の分散を進め、リスク・リターン最適化を図っていきます。資産運用の高度化を通じて、ご契約者への確実な保障や還元を支えるとともに、資産形成ニーズに応える商品・サービスの充実につなげ、お客さまへの価値提供の質をさらに高めていきます。

同時に、当社は機関投資家として、長期資金を社会に循環させることで企業や社会の持続的な成長を支え、経済の発展に貢献していく責任があります。こうした認識のもと、約37兆円の運用資産全体でサステナビリティを考慮した資産運用「責任投資」を推進し、気候変動をはじめとする社会・環境課題の解決を目的とした、ESGテーマ型投融資に積極的に取り組んでいます。また、投融資先との建設的な対話を通じて、各企業の成長戦略を支え、中長期的な企業価値向上と社会・環境課題解決に向けた取組みを後押ししていきます。企業や社会の持続的な成長を支えることは、人々の暮らしや地域社会を支え、現在の安心を支えるとともに、その価値を未来へつなげ、地球環境や将来世代のウェルビーイングに貢献することにもつながります。こうした取り組みを通じて、収益力の向上と社会的価値の創出を両立させることが、これからの資産運用に求められる役割だと考えています。

もう一つの柱が、海外事業です^{※11}。国内市場が少子高齢化などの構造的な変化に直面する中、海外保険市場の成長性・収益性を取り込むとともに、グループとしての価値創造の領域を広げていくことが重要です。北米とアジアを軸に、事業ポートフォリオの地域分散を進め、各国・地域に根ざした保険事業を通じて、より多くのお客さまに

安心とウェルビーイングの価値をお届けしていきます。

米国では、全米で事業を展開するシメトラを通じて、多くの人々の経済的な安心や自由を支える保険ビジネスを展開しています。2025年度は、市場プレゼンス向上や収益性・事業効率向上を目的に、ディアボン社の団体保険事業等を買収しました。こうした取組みを通じて、安定的な収益基盤の維持・拡大に取り組んでいきます。アジアでは、2024年に完全子会社化したシングライフを中心に、同社のデジタル・テクノロジーの強みを活かしながら、成長性の高いアジア市場での事業拡大を図っています。

また、グループ全体で知見を共有し、各社の強みを掛け合わせていくことも重要です。2024年度から、住友生命、シメトラ、シングライフによる「35サミット」を開催し、グループとして提供する価値や目指す方向性、各社の戦略や課題を共有しています。商品開発や資産運用、デジタル・AI活用などの領域でグループシナジーの創出を進めることで、国内外での価値提供力を高めていきます。国内外のグループ各社が、それぞれの市場特性や強みを活かしながら、お客さまの人生に寄り添う保険事業を展開していくことで、グループ全体としてウェルビーイングの価値提供の領域を広げていきます。

◆ 人とデジタル・AIの融合で、価値提供を進化させる

「拡・保険」やスミセイWXを進めていくにあたり、価値創造の原動力となるのは「人」の力です。特に、お客さまに安心を感じていただくためには、お客さまの不安や悩みに深く寄り添い、人ならではの理解力や想像力を発揮し、信頼関係を築いていくことが欠かせません。また、職員一人ひとりが自ら学び、考え、行動していく力を高め、各事業領域で専門性を持つ人材がその真価を発揮していくことが、新たな価値創造の鍵を握っています。

だからこそ、人的資本を重要な投資領域の一つと位置づけ、経営戦略と連動した人的資本経営、すなわち「人財共育」の取組みを強力に推進しています^{※12}。専門性や対話力を磨く機会を提供していくと

※10 図 P.45「資産運用」参照

※11 図 P.49「海外事業」参照

※12 図 P.56「人的資本・人財共育」参照

トップメッセージ

ともに、多様な経験や強みを持つ人財が力を発揮できる環境を整えることが重要です。2026年度には、次世代リーダーや専門人財の育成に特化した新たなプログラムも開始し、人財価値向上の取組みをさらに強化しています。こうした取組みを通じて、職員自身のキャリアアウェルビーイングを高めることが、お客さまと社会へのよりよい価値提供にもつながると考えています。

そして、価値提供の質をさらに高めていくためには、デジタルやAIの活用も重要になります^{※13}。生成AIの急速な変化は、もはや一過性のブームにとどまらず、世の中全体で、働き方やサービスの役割、お客さま接点のあり方などを、大きく変えようとしています。この激しい環境変化は、当社の価値提供のあり方をも大きく変える可能性があり、私たちは今、まさに変革の岐路に立っています。中期経営計画2028では、3年間で200億円規模のAI投資を行い、こうした技術革新を積極的に取り込み、価値提供の進化につなげていきます。私は、AIは「人を代替するもの」ではなく、「人の価値を高めるために使うもの」だと考えています。単に業務を効率化するのではなく、お客さま対応の迅速化や、一人ひとりにより適したご提案、新たな体験を生み出す商品・サービスの開発など、お客さまが具体的に実感できる形で活用し、価値提供の質を向上させていくことが重要と考えています。

どれほどデジタルやAIが進化しても、人が人を支え、安心を提供するという生命保険会社の本質は変わりません。だからこそ、私たちは人とデジタル・AIの融合を進め、人ならではの価値をさらに高めながら、お客さま一人ひとりの人生により深く寄り添っていきます。

◆ 相互会社として企業価値を高め、価値創造の循環を未来へつなぐ

これまで説明してきた取組みは、いずれもご契約者・お客さまに長く報い、社会や将来世代のウェルビーイングに貢献し続けることを目指すものです。その積み重ねによって、長期にわたり価値を届け続け、企業として持続的に成長していくことが、サステナビリティ経営の推進だと考えています^{※14}。その長期の価値創造にあたり、重要と

なるのが、社会的価値と経済的価値の向上です^{※15}。

私たちにとって社会的価値とは、お客さま一人ひとりの「よりよく生きる」に貢献し、その価値を社会へと広げていくことです。そして経済的価値とは、持続的な成長と健全な財務基盤の構築を通じて、価値提供を将来にわたり続けるための力です。両者は別々のものではなく、相互につながっています。お客さまや社会への価値提供が信頼を生み、事業の力を高める。そこで生み出した成果を、ご契約者への還元や将来の価値創造に向けた投資へとつなげ、さらに価値提供を高める。この循環を強くしていくことが、当社にとっての企業価値の向上だと考えています。

この価値創造の循環を高めるにあたっては、将来にわたり保険金等を実にお支払いするための十分な健全性を確保することが前提です。中期経営計画2028では、連結内部管理ESRのターゲットレンジを設定し、適切なリスクテイクを行うことで、成長と健全性を両立させながら、長期にわたり安心の価値をお届けし続ける力を高めていきます。

その上で、相互会社として重視しているのは、事業活動の成果をご契約者利益の最大化につなげていくことです。お客さまのニーズに応える商品・サービスを進化させること、日々の接点における体験価値を高めること、事業の成果を適切に還元していくことは、いずれもご契約者利益の最大化につながります。特に、ご契約者配当については、長く住友生命を信頼し、ご契約いただいているお客さまにより一層報いていくため、2026年度決算からは長期総合配当を実施する予定です^{※16}。確実な保障を前提に、商品・サービス、体験価値、お客さま還元を総合的に高め、積み重ねていくことが、相互会社である私たちの責務です。

また、住友生命グループの価値創造は、ご契約者・お客さまだけでなく、社会、ビジネスパートナー、地球環境・将来世代、従業員など、多様なステークホルダーとの関係の中で成り立っています。ウェルビーイングの価値を社会へ広げ、責任投資や事業活動を通じて持続可能な社会づくりに貢献することは、いずれも私たちのパーパスである「社会公共の福祉に貢献する」ことにつながっています。

これからの時代、生命保険会社に求められる役割はさらに広がっていきます。だからこそ私たちは、「拡・保険」の考え方のもと、生命保険が本来持つ安心の価値を、人へ、社会へ、そして地球・将来世代へと広げていきます。お客さまに長く報いることと、社会や将来世代のウェルビーイングに貢献すること。その両方を追求し続けることが、住友生命グループらしい価値創造だと考えています。変えてはならない信用・信頼の礎を守り抜きながら、生命保険の価値を時代に合わせて広げていく。その挑戦を通じて、住友生命グループは、いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」であり続けます。



※13 P.63「デジタル&データ×AI」参照

※14 P.66「サステナビリティ」参照

※15 P.13「社会的価値の向上」P.14「経済的価値の向上」参照

※16 P.55「社員配当」参照



企業理念

経営の根本精神を表した企業理念である「経営の要旨」を頂点とし、「サステナビリティ経営方針」および「住友生命ブランドビジョン」を経営方針としています。

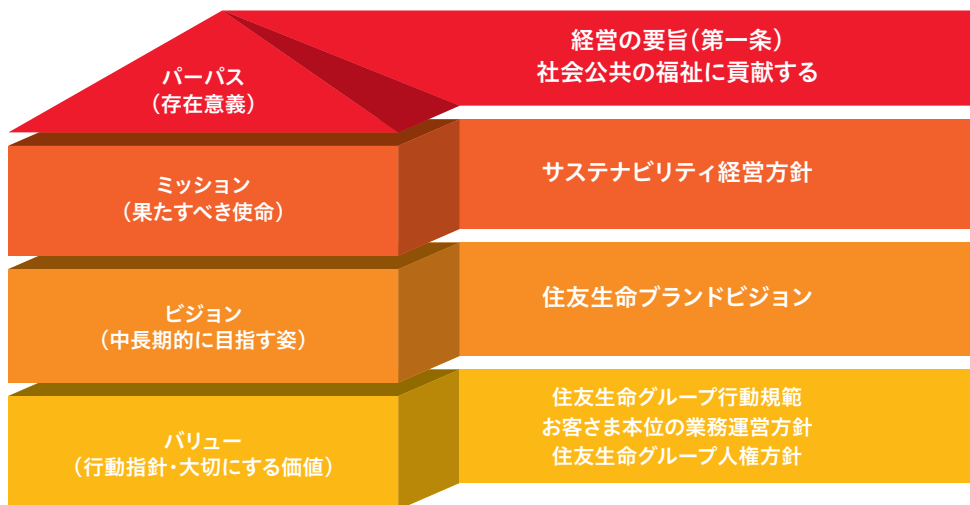
◆ パーパス(存在意義)

社会公共の福祉に貢献する

生命保険事業は、万が一への備えや将来への安心を提供し、お客さまの人生を長期にわたり支える、公共性の高い事業です。当社の企業理念である「経営の要旨」には、自身を利するとともに社会を利するべきとする「自利利他公私一如」をはじめとした住友の事業精神が、100年の時を超えて脈々と受け継がれています。その第一条に掲げる「社会公共の福祉に貢献する」ことが、創業以来変わらず続けてきた、当社のパーパス(存在意義)です。

時代とともにお客さまや社会の課題は変化し、生命保険に求められる役割も広がっています。“住友生命「Vitality」”をはじめ、生命保険を中心とした価値提供の領域を広げていく中においても、お客さまの人生に向き合い、社会とともにサステナブルであり続けようという原点は変わりません。このパーパスのもと、ウェルビーイングへの貢献を通じて、社会課題の解決と企業価値の向上の両立を目指していきます。

▶ 住友生命の理念体系



◆ ミッション(果たすべき使命)

豊かで明るい健康長寿社会の実現に貢献する
持続可能な社会の実現に貢献し、持続的に成長する
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

「経営の要旨」に示された普遍的な使命を、サステナビリティの視点から明文化したものが「サステナビリティ経営方針」です。

保険事業の健全な運営と発展、誠実な業務遂行、そして社会・環境課題の解決への取り組みを通じて、健康長寿社会と持続可能な社会の実現に貢献していきます。

◆ ビジョン(中長期的に目指す姿)

お客さまの未来を強くする4つの「先進の価値」を実現する

“いつも、いつまでも続く”先進のコンサルティング&サービス
“強く生きる”ための商品開発で業界をリードする
一歩先行く“感動品質”のお客さま対応
“健康な人生・豊かで明るいシニアライフ”を応援する、進化するサポートプログラム

中長期的に目指していく、お客さまの視点から見た会社の姿を、4つの「先進の価値」とともに「住友生命ブランドビジョン」として定めています。

◆ バリュー(行動指針・大切にする価値)

住友生命グループ
行動規範

お客さま本位の
業務運営方針

住友生命グループ
人権方針

経営方針を役職員一人ひとりが行動レベルで実践するための指針として、「住友生命グループ行動規範」「お客さま本位の業務運営方針」「住友生命グループ人権方針」を定め、バリュー(行動指針・大切にする価値)として位置付けています。

※企業理念・理念体系の詳細は[公式ホームページ](#)をご覧ください。

価値創造のあゆみ

創業以来、生命保険事業を通じてお客さまの人生を支え続けながら、時代に応じて、貢献する領域を広げてきました。



お役に立った
保険金・年金・給付金※
496万件
1兆4,017億円
※住友生命単体

グループ保有
契約年換算保険料
3兆9,518億円
うち住友生命
2兆2,297億円

ウェルビーイング
価値提供顧客数(国内)
1461万名
Vitality会員数
241万名

エンベディッド・
バリュー(EV)
7兆6,875億円

※各数値は、2025年度実績または2025年度末の数値

“社会への貢献”
価値創造の原点

“人生を守る”
安心の価値を拡大

“リスクを減らす”
健康増進の価値提供

“ウェルビーイング”に
貢献する新たな価値提供

1907 日之出生命創業

1926 住友生命へ改称

社会への貢献を志し、 保険事業を開始

「理想の会社を創ろう」という志のもと、1907年に日之出生命として創業し、1926年に住友の事業として引き継がれました。生命保険を通じて社会に貢献するという原点は、現在まで受け継がれています。



創業者 岡本敏行



日之出生命本店社屋

1947 第2の創業

1952 企業理念を確立

「社会公共の福祉」への 貢献を掲げる

戦後の混乱を経て、国民生命として再出発。1952年に「住友」へ社名復帰し、「経営の要旨」を制定しました。「社会公共の福祉に貢献する」等を掲げた本指針は、現在まで続く経営活動の規範となっています。



経営の要旨 第一条
“社会公共の福祉に貢献する”



2007 CSR経営方針策定

ステークホルダーから見た理想の会社像を再定義

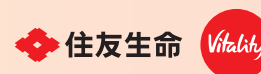
2011 ブランド戦略を開始

保険の「先進の価値」を提供する取り組みを開始

2018 “住友生命『Vitality』”発売

現在の経営戦略の 中核となる健康増進の 取り組みをスタート

健康増進型保険“住友生命『Vitality』”の発売を機に、お客さまの健康づくりを後押しする取り組みを開始。“リスクに備える”保険の価値に加え、“リスクを減らす”健康増進の価値を提供しています。さらに、企業・自治体との連携などを通じて、健康増進の価値を社会全体へ広げています。



2021 ブランド戦略2.0 開始

2022 サステナビリティ経営方針策定

2023 グループVision2030策定

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

「ウェルビーイング＝一人ひとりのよりよく生きる」への貢献を掲げ、サステナビリティの視点を踏まえた果たすべき使命と、2030年にありたい姿を定めました。

お客さま一人ひとりとはもとより、社会・ビジネスパートナー・地球環境・従業員といったすべてのステークホルダーのウェルビーイングな姿の実現を目指していきます。

for your well-being

2026 住友生命新世紀
(社名変更から100周年)

グループ中期経営計画2028 P.20

Vision2030実現に向けた飛躍
グループ一体で、ウェルビーイング価値の
量的進化と質的深化へ



価値創造プロセス

主な経営資本

人的資本

ウェルビーイング価値を
創り届ける源泉

従業員数(住友生命単体)
42,872名
うち営業職員数
32,445名

知的資本

「ならでは」の価値の実装力

ウェルビーイング視点の商品・
サービス開発力
データの分析・活用力

社会・関係資本

ウェルビーイング価値を拡げる
共創基盤

・お客さまとの長期的な信頼関係
・企業・自治体等とのネットワーク
・投融资先の企業価値向上

財務資本

持続的な価値創造を支える基盤

エンベディッドバリュー(EV)
7兆6,875億円
基礎利益
4081億円
連結ESR(内部管理ESR)
197%

※ 各数値は、2025年度実績または2025年度末の数値。

事業活動

住友生命グループ中期経営計画2028の推進

～Vision2030実現に向けた飛躍、
Next-Decadeを見据えた価値創造～ P.23

お客さまの人生に伴走し、
価値提供の質と量を高める

スミセイWX ウェルビーイング実感を
高める事業変革

顧客体験価値変革

ディストリビューション変革

グループ一体でウェルビーイングに貢献

資産運用

収益力の向上
責任投資の推進

海外事業

各国に根ざした保険事業の展開
グループ収益基盤の拡充

**社会・環境課題
への取組み** 企業・自治体等との共創 責任投資の推進
気候変動への対応 等

価値創造を支える経営基盤の強化

変革の
ドライバー

人的資本経営 人の強みとデジタル・AI進化の融合

事業活動の礎 お客さま本位の業務運営・コンプライアンス

財務・資本戦略

リスク管理

コーポレートガバナンス

事業活動で生み出す価値

社会的価値の向上

一人でも多くの方に、質の高い
ウェルビーイングの価値を提供 P.13

ウェルビーイング価値提供顧客数(2030年目標)

国内**2000万名**
海外**1000万名**

Vitality会員数
500万名

×

ウェルビーイング指標の中長期的な向上
(スミセイ版健康寿命・ウェルビーイング実感)

ウェルビーイング共創価値の持続的向上

企業価値向上

経済的価値の向上

ご契約者利益の最大化を
目的とした安定的・持続的成長 P.14

**エンベディッドバリュー(EV)
安定的な年平均5%成長**

リターン

健全性の維持・向上

お客さまへの還元

成長への投資

目指す姿

長期的に目指す社会

豊かで
明るい健康
長寿社会

持続可能な
社会

企業としてありたい姿

**住友生命グループ
Vision2030**

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」 P.11

**ステークホルダーの
ウェルビーイングな
姿の実現**

お客さま

ビジネスパートナー

社会

地球環境

従業員

サステナビリティ経営の推進



住友生命グループVision2030

一人でも多くの方に、 質の高いウェルビーイングの価値を提供する

グループとして長期的に目指す姿を「日本・世界・地球未来のウェルビーイングに貢献し続ける保険会社グループ」、2030年時点のありたい姿を「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』」と定めました。その実現に向け、価値提供の「量」「質」の両面から、取組みを進めています。

2030年に向かって、お客さま・社会・ビジネスパートナー・地球環境・従業員というすべてのステークホルダーに対して、それぞれのウェルビーイングに寄り添い、貢献していきます。



一人でも多くの方に
ウェルビーイングの価値を提供

ウェルビーイング価値提供顧客数
国内**2000**万名 海外**1000**万名
Vitality会員数 **500**万名



一人ひとりに提供する
ウェルビーイング価値を高める

ウェルビーイング指標の
中長期的な向上

◆ ウェルビーイングとは

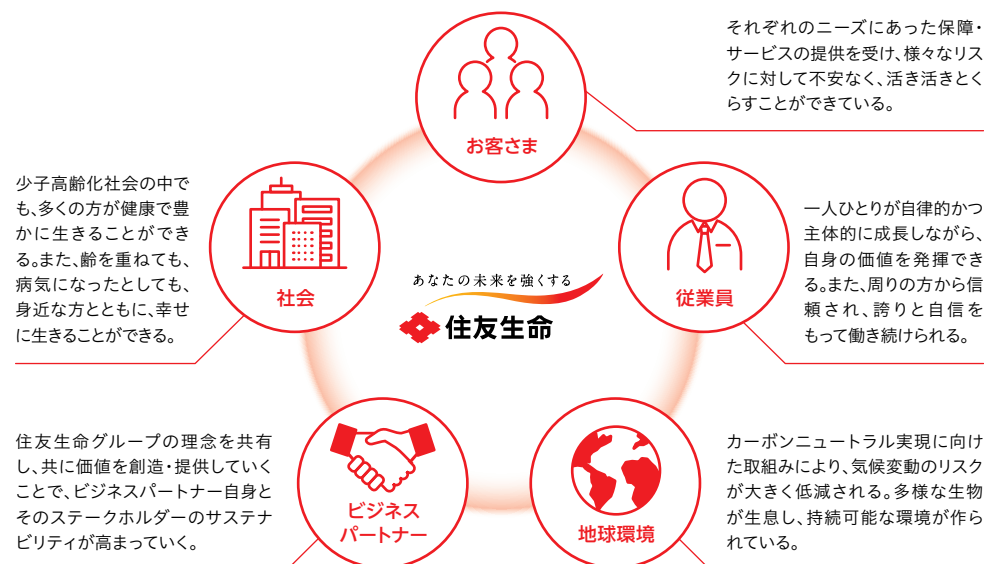
「ウェルビーイング (Well-being)」は多義的な言葉ですが、住友生命では「一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイング」と定義しています。お客さまの人生に伴走し、右記の5つの領域でウェルビーイングを高めていく取組みを進めていきます。



◆ グループとして目指すステークホルダーのウェルビーイングな姿

お客さまはもとより、人々のくらしや社会、地球環境まで視野を広げ、当社の事業に関わるすべてのステークホルダーとともに、「よりよい」状態を目指すことを掲げています。

お客さま、社会、ビジネスパートナー、地球環境、従業員という、ステークホルダーそれぞれについて、ウェルビーイングな姿を設定し、その実現を目指しています。





住友生命グループVision2030の実現に向けて

「安心」の価値を、人・社会・地球へ広げる『拡・保険』

生命保険の価値は、人生のさまざまな不安に備え、長期にわたり「安心」をお届けすることにあります。保険が本来持つ「安心」の価値を、Vitalityによる健康増進、くらしの充実へと広げ、様々な領域で人生に寄り添うサービスを提供していくことで、一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイングを支えています。さらに、その価値を社会や地球全体に広げていくことで、社会全体の豊かさと持続可能な未来につなげていきます。

「一人ひとり」へ広げる

一人ひとりの人生に伴走し、よりよく生きる日々を支える

従来の生命保険による経済的保障（ファイナンシャル）に加え、Vitalityによる健康増進（フィジカル）、コミュニティ、ソーシャル、キャリアといった領域へ価値提供を拡げていきます。保険商品・サービスを通じて、一人ひとりの人生に長く寄り添い、よりよく生きる日々を支えていきます。



具体的な取り組み事例

- つみたてPLUS ドルつみVitality P.30
- スミセイ版健康寿命レポート P.35
- CX・サービス P.40

「社会」へ広げる

企業・自治体等との共創により、地域や職場の健康を支える

自治体・企業等のビジネスパートナーとの共創を通じて、地域住民や従業員の健康増進・行動変容を後押しします。一人ひとりへの価値提供を、地域や職場へ広げることで、豊かで明るい健康長寿社会の実現に貢献していきます。

企業・自治体等ステークホルダーとの共創等

豊かで明るい健康長寿社会

具体的な取り組み事例

- 自治体との連携（Vitalityウォーク） P.32
- Vitality福利厚生タイプ P.34
- Whodo整場（フウドセイバー） P.39

「地球・将来世代」へ広げる

長期の視点で、持続可能な社会と未来の安心を支える

海外子会社を含むグループ全体で、各国・地域に根差した価値提供を進めるとともに、責任投資等を通じて社会・環境課題の解決に取り組みます。保険事業と資産運用の両面でグローバルに「安心」の価値を広げ、持続可能な社会と将来世代のウェルビーイングに貢献していきます。

海外事業・責任投資等

持続可能な社会の実現

具体的な取り組み事例

- 海外事業 P.49
- 責任投資の推進 P.48
- 将来世代に向けたFR活動 P.72





社会的価値・経済的価値の向上

社会的価値の向上－ウェルビーイング共創価値の測定－

世の中の価値観や社会環境にかかわらず、社会的価値を持続的に高めていくことが、相互会社としての当社の使命です。そこで、当社の事業活動とステークホルダーとの共創で生み出す価値を「ウェルビーイング共創価値」と定義し、定量化する取組みを開始しています。「健康増進への貢献」や「保険を通じた安心の提供」など、これまで捉えきれなかったウェルビーイングの価値を可視化・測定し、持続的向上に向けた取組みを進めることで、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」を目指します。

◆ ウェルビーイング共創価値とは

本取組みでは、当社が提供するサービスや仕組みを通じて、お客さま・ビジネスパートナー・地域社会など、多様なステークホルダーとの共創で社会にもたらされる価値を「ウェルビーイング共創価値」と定義し、可視化していきます。性質の異なる多様な価値を共通の尺度で捉え、金銭価値に換算することで、その規模の変化を継続的に把握していくことを目指します。

まずは当社の中核的な取組みである、「Vitality」を通じた「健康増進への貢献」の領域について、社会にもたらされるインパクトの定量化を進めています。共に生み出すウェルビーイングの価値を分かりやすくステークホルダーに示すとともに、その持続的向上を目指すことで、「なくてはならない保険会社グループ」の実現に向けた取組みを進めていきます。





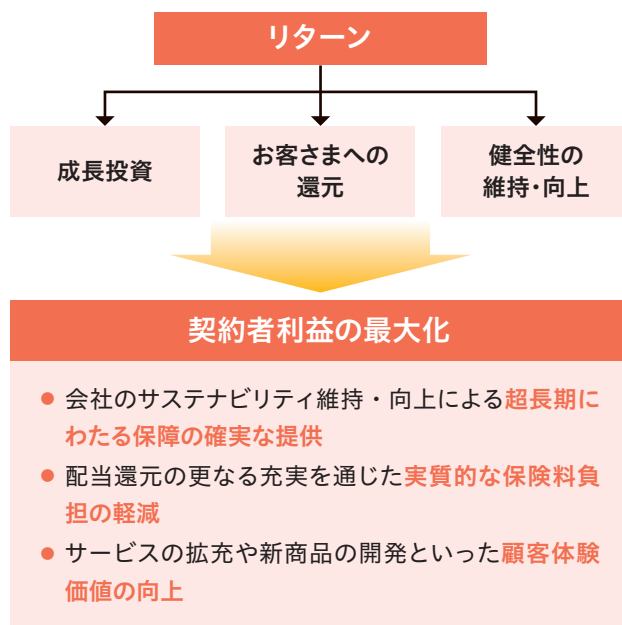
社会的価値・経済的価値の向上

経済的価値の向上 –グループEV(エンベディッド・バリュー)の安定的成長–

経済価値の安定的・持続的成長は、相互会社の本質である「契約者利益の最大化」そのものに直結するものであると考えており、当社ではこの実現を目指していきます。これを踏まえ、中長期的な目標として、EVの年平均5%成長を設定しました。

◇ EVの持続的成長を目指す意義

経済的価値(EV)の持続的成長を目指すことは、単に企業価値の向上を図ることが最終目的ではありません。EVの持続的成長は、会社のサステナビリティ維持・向上の観点や将来の還元・投資余力を確保する観点から、相互会社の本質である「契約者利益の最大化」そのものに直結するものであると考えており、当社ではこの実現を目指していきます。



◇ EVの持続的成長に向けた成長目標

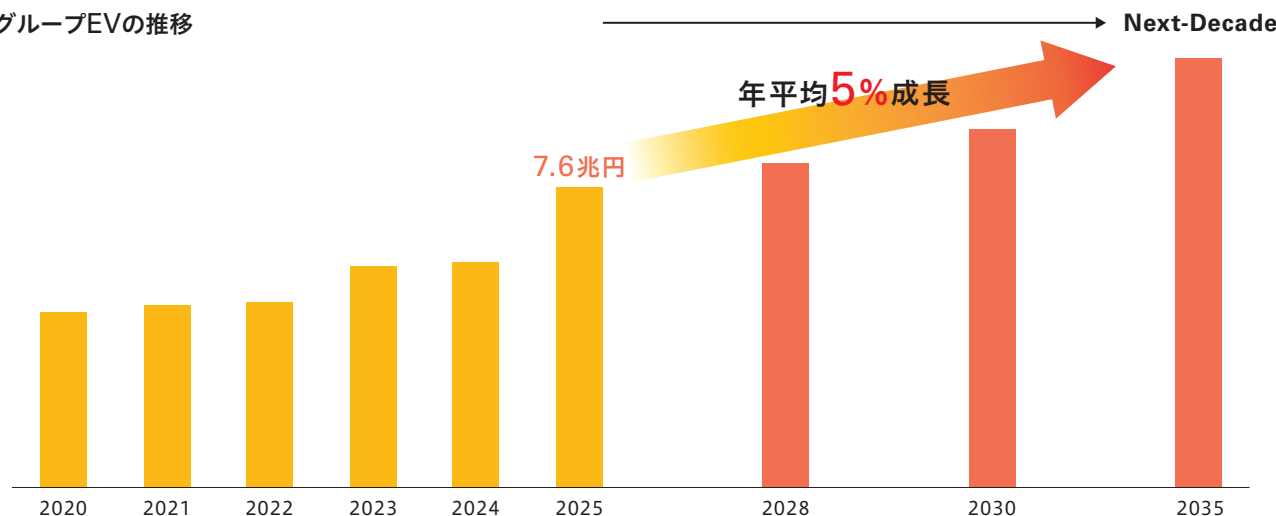
相互会社としてEVの持続的成長を目指す意義を踏まえ、将来の還元・投資余力を確保する観点から、中長期的な目標としてEV年平均5%成長を設定しました。

経済価値の安定的・持続的成長を通じて、Vision2030およびその先のNext-Decadeを見据えた強固な企業体質を構築し、サステナブルな価値提供を実現していきます。

EV (エンベディッド・バリュー)とは

EVは、計算基準日の修正純資産に、保有契約が将来生み出す収益の現在価値(保有契約価値)を加えることにより計算される、生命保険会社の企業価値を表す指標です。現行の法定会計では契約締結時に初期コストを認識し、その後の契約期間を通じて徐々に収益の認識を行います。このような期間損益構造によって、販売業績がよかった場合に、その期間の損益が悪化するということが生じます。そのため、会計上の業績から保険会社の実態評価を行うことは必ずしも容易であるとはいえません。一方、EVは過去の収益の実績に加え、保有契約が将来生み出す収益も評価に加えるため、上記のような法定会計で不足する情報を補うことができる一つの指標となり得ます。

▶ グループEVの推移



※1 住友生命グループのEVは、住友生命、メディケア生命、シメトラおよびシングライフの合算値から住友生命が保有するメディケア生命、シメトラおよびシングライフの株式の簿価を控除し算出。
 ※2 シングライフのEVの計算について、2024年度末より伝統的手法からEEV原則に基づく手法へと見直しを行っており、2023年度末EVについても同様の手法により再評価を実施。
 ※3 2025年度末EVについて計算方法を一部変更。詳細は、2026/5/26付ニュースリリース「[2025年度末ヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示](#)」を参照ください。

経営企画・財務担当役員 兼 グループ・サステナビリティオフィサーメッセージ

相互会社としての企業価値を高め、 「なくてはならない保険会社グループ」へ

住友生命グループ中期経営計画2028（以下、中期経営計画2028）では、社会的価値と経済的価値の向上を掲げています。相互会社として企業価値を向上させていくことの意義や目指す姿について、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も務める高尾専務に伺いました。

取締役 代表執行役専務
グループ・サステナビリティオフィサー
高尾 延治



相互会社として目指す企業価値

当社は「社会公共の福祉に貢献する」というパーパスのもと、生命保険事業を通じて、お客さまの人生に寄り添い続けてきました。現在では、生命保険を中核としながら、ウェルビーイングへの貢献へと価値提供の領域が広がっていますが、長期にわたりお客さまに「安心」の価値を提供し、社会に広げていくという使命は変わりません。

相互会社である当社が目指す企業価値は、短期的な利益や規模のみで測られるものではありません。お客さまの「よりよく生きる」につながる価値提供を通じて、使命をどれだけ果たすることができるか。それこそが、当社グループの社会的価値と考えています。

同時に、長期にわたり価値提供を続けていくためには、経済的価値の向上が重要となります。超長期にわたる保障の確実な提供や、お客さまへの配当還元、商品・サービスを通じた顧客体験価値の向上は、いずれも相互会社としての本質である、ご契約者の利益の最大化につながるものです。

社会的価値と経済的価値を向上させ、その成果をさらなる価値創造へつなげる。この循環が、当社が目指す企業価値の向上です。

中期経営計画2028における計数目標

2026年度からスタートした中期経営計画2028では、こうした企

業価値向上の考え方を経営に組み込み、社会的価値・経済的価値の両面からKGIを設定しています。

社会的価値の面からは、ウェルビーイングの価値を感じていただくお客さま数の拡大と、ウェルビーイングの質の向上を目指します。2030年のありたい姿実現に向け、2028年度末の目標をウェルビーイング価値提供顧客数（国内）1,800万名、Vitality会員数370万名と定めるとともに、海外でのウェルビーイング価値提供顧客数について、新たに2030年度末の計数目標を設定しています。

今後はウェルビーイングの質の可視化として、スミセイ版健康寿命、ウェルビーイング実感といった指標の開発も進め、商品・サービスの改善や創出につなげていきます。こうした量と質の向上を通じて、ステークホルダーと協働で社会的価値を生みだしていく。その価値をウェルビーイング共創価値として定量化し、社会的価値の拡大を目指します。

経済的価値については、長期にわたる価値提供を支える事業基盤として、2028年度にグループ保有契約年換算保険料4兆5,300億円を目指すとともに、グループEVの安定的な年平均5%成長を目指します。

実現収益としては、グループ基礎利益の3年間累計での目標を、1兆3,300億円と定めています。社会的価値・経済的価値の向上を通じて得られた実現収益を、ご契約者配当の充実や、商品・サービスの拡充・

高度化、将来の価値創造力を高める成長投資に振り向けていきます。

こうした価値向上の前提となるのが、財務健全性です。生命保険会社として、将来にわたり保険金等のお支払いを確実に果たするため、健全性確保の目線として、連結ESR（内部管理）のターゲットレンジを170%から200%とし、環境変化に耐え得る財務基盤を維持していきます。

➤ 住友生命グループVision2030および中期経営計画2028で設定した計数目標

		2028目標	2030目標
社会的価値	ウェルビーイング価値提供顧客数	1800万名(国内)	2000万名(国内) [1000万名(海外)]
	Vitality会員数	370万名	500万名
経済的価値	グループEV	安定的な年平均5%成長	
	グループ保有契約年換算保険料	4兆5,300億円	—
実現収益	グループ基礎利益	3年累計 1兆3,300億円	—

※中期経営計画2028の計数目標の詳細・考え方 P.21～22

経営企画・財務担当役員 兼 グループ・サステナビリティオフィサーメッセージ

中期経営計画2028で設定したKGIは、目指す姿を具体的な指標とし、進捗を測り、経営判断や資源配分につなげていくための羅針盤です。グループ一体となって取組みを推進し、社会的価値と経済的価値を向上させていくことで、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」の実現に向けた歩みをより確かなものとし、飛躍へとつなげていきます。

ウェルビーイングの土台となるサステナビリティ

当社が目指す「一人ひとりのよりよく生きる」は、健全で持続可能な社会があってこそ成り立ちます。少子高齢化や健康課題、人権問題といった社会課題や、気候変動対応、自然資本・生物多様性の損失といった環境課題は、お客さまの暮らしや将来世代の生き方に直結するものです。私がグループ・サステナビリティオフィサーとして重視しているのは、こうした社会・環境課題を、グループの長期的な価値創造に関わる重要テーマと捉え、取組みの実効性を高めていくことです。

当社のサステナビリティ経営において、生命保険事業を通じた安心の提供や健康増進への貢献は、最も本質的な社会課題解決への貢献です。Vitalityを軸とした健康寿命の延伸を、重要課題の中核と位置づけ、自治体との連携や地域の活性化、企業の健康経営支

援など、様々なサービスを通じて社会全体に健康増進の価値を拡げていきます。

機関投資家としての役割と責任投資

また当社は、多くのご契約者さまから長期資金をお預かりする機関投資家として、大きな役割を担っています。安定的な運用収益の確保に取り組むことはもちろん、長期資金の担い手として、サステナビリティを考慮した資産運用（責任投資）を推進していくことが重要です。

当社では、全ての運用資産を責任投資の対象と位置づけ、約37兆円の資産運用ポートフォリオ全体でESG要素を考慮した投融資判断を行っています。

中でも、社会・環境課題の解決を目的としたESGテーマ型投融資については、気候変動、ヘルスケア、人的資本、インフラ投資を重点領域としています。これまでの累計実行金額は、約2兆円超に及びますが、中期経営計画2028の3年間でさらに7,000億円を実行することを目標とし、積極的に推進していきます。

責任投資の実効性を高めるために重要になるのが、スチュワードシップ活動です。建設的な対話および議決権行使を通じて、投融資先企業の持続的成長や、サステナビリティ課題の解決に向けた取組みを後押ししています。中長期的な企業価値向上と、企業を取り巻く社会・経済基盤の強化につなげていきます。

こうした責任投資の取組みは、お客さまが暮らす社会の持続可能性やウェルビーイングの向上につながると同時に、長期的なリスク管理と収益機会の創出に資する取組みでもあります。今後も社会的価値の可視化と創出に取り組みながら、安定的な収益の確保を通じて、経済的価値と社会的価値の両立を図っていきます。

気候変動への対応

数ある社会・環境課題の中で、気候変動への対応は、お客さまの健康や暮らし、将来世代にまで影響を及ぼし、投融資先企業の持続的成長にも関わることから、生命保険会社として特に重要なテーマの一つです。

2050年カーボンニュートラル社会の実現に向けては、当社の事業活動や投融資ポートフォリオにおける温室効果ガス排出量に対して、削減目標を定めています。

脱炭素社会への移行に向け、再生可能エネルギーや新たな技術等への資金需要が高まっていることは、当社にとって投資機会でもあります。気候変動対応に資する投融資については、ESGテーマ型投融資の中でも個別に目標を設定し、中期経営計画期間中に累計4,000億円を実行する計画としています。投融資先企業との対話やトランジション・ファイナンスを通じて、企業と社会全体の脱炭素化に向けた取組みを後押ししていきます。

未来へつなぐ価値創造の循環

私たちは生命保険会社として、お客さまからお預かりした信頼に長期で応え続ける責任があります。その責任を果たすため、グループ全体で価値創造の実効性を高め、社会の持続可能性に真摯に向き合っていきます。

お客さま一人ひとりの人生に寄り添う「安心」の価値を高めていくとともに、その価値を社会全体、地球・将来世代へと拡げていく。その積み重ねが、未来に受け継がれる「なくてはならない」保険会社グループとしての価値になると考えています。

相互会社として、価値創造の循環をさらに高め、長期的なご契約者利益の最大化と、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。



住友生命グループの 経営戦略

▶ 「住友生命グループ中期経営計画2028」詳細は以下から参照いただけます

中期経営計画2028 本編

2026年3月19日付
ニュースリリース



ショートムービー

住友生命公式
YouTubeチャンネル



スミセイ中期経営計画2025の振り返り	18
住友生命グループ中期経営計画2028	20
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)	24
“住友生命「Vitality」”	27
営業職員(ウェルビーイングデザイナー)	31
ホールセール	34
金融機関等代理店・保険ショップ	36
デジタルマーケティング	37
新規領域でのサービス開発	38
CX・サービス	40
対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化	41



資産運用	45
責任投資の推進	46
海外事業	49
財務・資本政策	53
社員配当	55
人的資本・人財共育	56
人財の育成	57
社内環境の整備	59
職員エンゲージメントの向上	61
人的資本・人財共育のモニタリング	62
デジタル&データ×AI	63



スミセイ中期経営計画2025の振り返り

2023年度からスタートした「スミセイ中期経営計画2025」は、「住友生命グループVision2030」の実現に向けた最初の3年間として、2030年への軌道確立する期間と位置づけ、将来への投資と事業基盤の強化を進めてきました。具体的には、「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」に加え、それらを推進するエンジンとして「人財共育」「デジタル&データ」の取組みに注力するとともに、その取組みをさらに加速させるためにスミセイWXの取組みを開始し、Vision2030に向けた確実な飛躍を遂げるための軌道の確立を推進しました。

◆ 経営重要指標(KGI)遂行結果

「スミセイ中期経営計画2025」では、住友生命単体の一部項目を除き計数目標を達成しました。

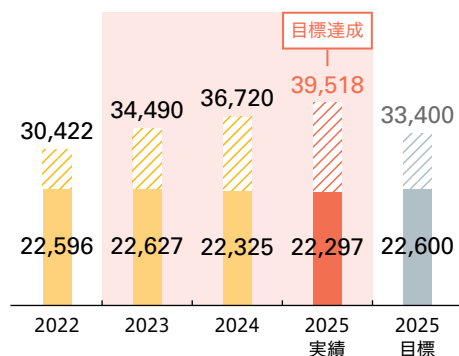
◆ 財務指標

グループ保有契約年換算保険料・グループ基礎利益については、シングライフを子会社化したことに加え、健全性を考慮しつつ収益性の高い資産ヘシフトすることで住友生命の順ぎやが拡大したこと等を要因に目標を達成しました。

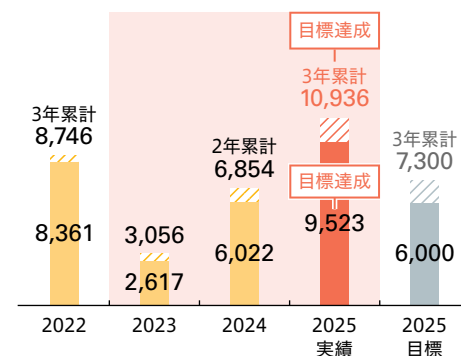
◆ 非財務指標

「住友生命グループVision2030」で掲げる目指すべき目標の実現に向けて、2025年度からスミセイWXの取組みを開始しました。Vitality体験版等によってつながったお客さまへのアプローチを強化する等の取組みにより、ウェルビーイング価値提供顧客数(国内)、Vitality会員数の目標を達成しました。

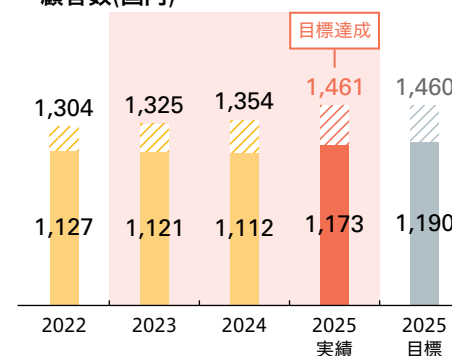
▶ グループ保有契約年換算保険料 (億円)



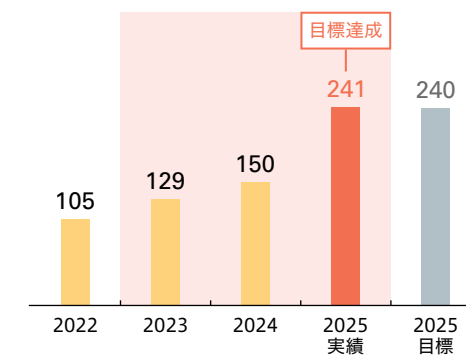
▶ グループ基礎利益 (億円)



▶ ウェルビーイング価値提供顧客数(国内)^{※1} (万名)



▶ Vitality会員数^{※2} (万名)



■+ ■ / ■+ ■ / ■+ ■ グループ ■ / ■ / ■ 住友生命単体

※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 2025年度より、過去にVitality体験版へ加入いただき、現在も継続してコンタクトしているお客さまを対象に追加。



スミセイ中期経営計画2025の振り返り

◆ 各取組みの遂行状況

ウェルビーイングデザインへの進化

- ウェルビーイングの貢献に資する商品・サービスのラインアップ拡充
- AI等を活用したコンサルティングサポートツール「いくなび」の導入
- ファイナンシャル・オフィスの拡大（東京・大阪・中部・九州）、自治体との連携による Vitalityウォークの実施
- Vitalityスマート・体験版提供をはじめとした価値提供の拡大、本社・支社一体となり価値提供の深化につなげるウェルビーイング価値提供体制の構築

新規領域でのイノベーションの実現

- 重症化予防領域における価値提供の拡大に向け、PREVENTをグループイン
- 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
- デジタルマーケティングを通じた新たなお客さま接点の創出・認知度向上に向けた取組みを推進
- SMCC、Amazon等でのキャンペーンを通じた、Vitalityスマート・体験版の提供を推進

収益構造改革

- 適切なリスク管理を前提とした資産運用における収益力向上の取組み推進
- シンガポールを拠点とするシングライフを子会社化、シメトラによるディアボーングループの団体生命・就業不能保険事業買収
- 部門横断的な既存経費の合理化への取組み、収益管理のレベルアップ

グループ戦略

- シングライフ子会社化に伴う、国内相互会社初のIAIG指定。海外子会社との合同会議「3Sサミット」を開催し、共同声明の合意・公表
- GHG削減目標について、中間削減目標をグループ子会社に拡大
- グループ人権方針に基づく、人権デューデリジェンス・人権啓発を推進

人財共育

- コンピテンシー運営の導入等を通じたキャリアプランニングの推進
- 管理職共育、デジタル人財共育等、各種共育施策を実施
- 次世代のリーダーを担う人財の育成に向けた人財共育本部長と管理職の直接の対話機会の設置

デジタル&データ

- 各種お手続きが可能なアプリ「スミセイ・デジタルコンシェルジュ」をローンチ
- ウェルビーイングの質を測る指標「スミセイ版健康寿命」の開発や、医療ビッグデータを活用した「熱中症白書」「新型コロナウイルス実態調査レポート」の公表
- 「サントリー特茶キャンペーン」等、デジタル共創プロジェクトの推進

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)

- ウェルビーイングの量的進化・質的深化に向けて、スミセイWX本部を立ち上げ、ウェルビーイング価値提供をひろげる・つなげる取組みを部門横断的に推進



住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ Vision2030ではステークホルダーのウェルビーイングな姿を描き、ウェルビーイング価値提供顧客数2000万名・Vitality会員数500万名という目標を掲げてきました。「住友生命グループ中期経営計画2028」は、その実現に向けた飛躍のステージと位置づけ、量・質の両面から価値提供の高度化を図ることで、「ウェルビーイングインフラ企業」としてステークホルダーのウェルビーイングに一層貢献していきます。

また、計画の策定にあたっては、次なる10年の目線である「Next-Decade」を設定し、環境変化が激しさを増す中にあっても、常に10年先を見据えた事業の在り方を追求し、お客さまに長期にわたり寄り添い続けられる基盤を築いていきます。長期にわたる価値提供を支える事業の持続性を確保するとともに、長期的な視点だからこそ実現できる新たな価値の創出を目指していきます。

～いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」であり続けるために～





住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ中期経営計画2028（計数目標）

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、経営重要指標をグループベースで設定し、達成に向けて取り組んでいきます。社会的価値の向上に向けては、ウェルビーイング価値提供顧客数やVitality会員数の拡大を通じ、多くの人々の「よりよく生きる」に貢献していきます。経済的価値の向上に向けては、グループ保有契約年換算保険料やグループ基礎利益などの主要指標を着実に積み上げ、財務健全性を維持しながら持続的な企業価値向上を目指します。

		— Vision2030 —		
▶ 経営重要指標 (KGI)		2025実績	2028中計目標	2030目標
経済的価値	グループ保有契約年換算保険料	3兆9518億円	EV: 安定的に年平均 5% 成長 4兆 5300 億円	
				—
社会的価値	ウェルビーイング価値提供顧客数(国内)	1461万名	1800万名	2000万名 〔ウェルビーイング価値提供顧客数(海外) 1000万名〕
	Vitality会員数	241万名	370万名	500万名
実現収益	グループ基礎利益	4081億円	3年累計 1兆 3300 億円	—

▶ 健全性指標

健全性	連結内部管理ESR	197%	ターゲットレンジ: 170% ～ 200%
-----	-----------	------	-------------------------------------

▶ 経営サステナビリティ指標 当事業のサステナビリティを高めるため、一定の方向感をもって取り組んでいく指標（住友生命単体）

社会的価値	ウェルビーイング指標 (スミセイ版健康寿命・ウェルビーイング実感)	ウェルビーイングの価値提供における質を計数として可視化	中長期的な向上を目指す
	NPS®・e-NPS	お客さまの推奨度を測る指標および当社グループを支える職員の状態を図る指標	中長期的な向上を目指す

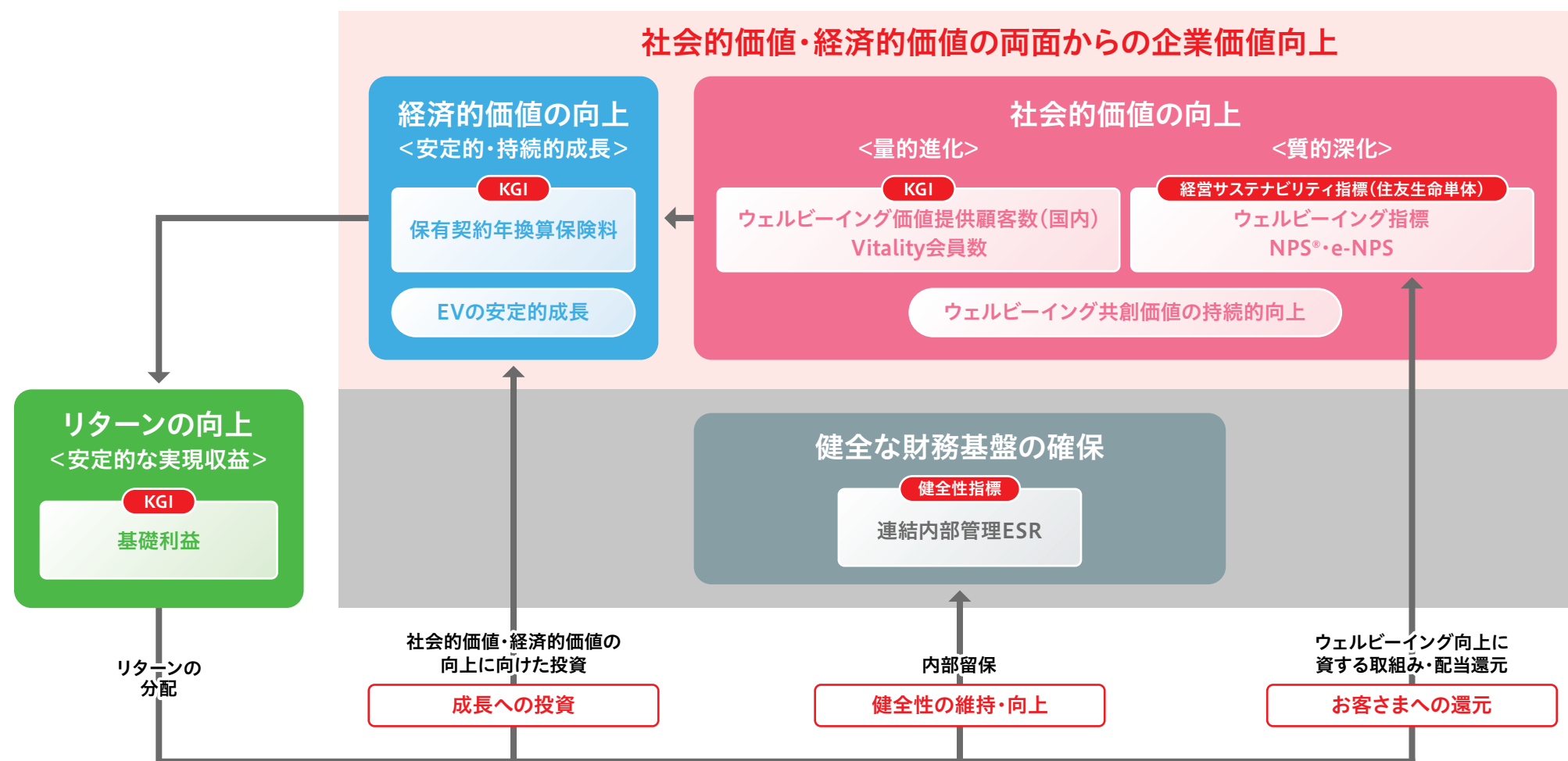
※NPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルドおよびNICE Systems, Inc.の登録商標です。



住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ中期経営計画2028（計数目標の考え方）

Vision2030およびその先のNext-Decadeを見据えた強固な企業体質を構築するため、事業運営の根幹である収益力を強化し経済的価値を創出するのみならず、ウェルビーイングの価値を提供することで、社会的価値の向上を実現していくことを目指しています。





住友生命グループ中期経営計画2028

住友生命グループ中期経営計画2028（取組み全体像）

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、お客さま本位の業務運営とコンプライアンスを事業活動の礎とし、ウェルビーイング実感を高めることを軸としたスミセイWXを推進します。「拡・保険」の考え方のもと、チャンネル・プロダクト・サービスを一体で捉えるディストリビューション変革と、お客さまの状態や実感を可視化し、行動変容とサービス進化につなげる顧客体験価値変革を一体で進め、価値提供のあり方を変えていきます。

あわせて、各事業の成長力を高め、人的資本経営とデジタル・データ×AIにより人の強みを最大限に引き出します。経営資源を重点領域へ振り向け、事業と基盤を有機的に連動させることで、新たな軸となる価値の具体化と、持続的な価値提供を支える事業基盤の確立を進めます。

スミセイWX

Vision2030実現に向けた飛躍

P.24

ディストリビューション変革・顧客体験価値変革を中心に、ウェルビーイング実感を高めることを軸とした事業変革を推進

ディストリビューション変革



顧客体験価値変革

New Value

新たな軸となる価値をグループベースで検討し、
住友生命単体の事業にも取り込んでいく

Next-Decade

事業活動の礎

お客さま本位の業務運営・コンプライアンス: お客さま本位の業務運営とコンプライアンスへの取組みを徹底し、社会からの信用・信頼を基盤とした誠実な事業運営を推進

持続的価値創出事業

マルチチャンネル・ マルチプロダクト戦略 P.25

社会環境・チャンネル環境の変化を踏まえた
プロダクト拡充と、最適な価値を提供できる
チャンネル強化を推進

新規ビジネス P.38

WaaSのサービス強化・お客さま拡
大に加え、本格的な収益事業化を
推進

CX・サービス P.40

お客さまのロイヤリティ向上に向け
たパーソナライズ化や、デジタル・AI
活用によるサービスの高度化

資産運用 P.45

健全な財務基盤確保を前提とした収
益力向上に取り組むとともに、責任投
資を通じ持続可能な社会実現に貢献

海外事業 P.49

海外事業推進に向けた機能強化等
を通じ、海外各社の事業を強化しグ
ループの成長を牽引

持続的価値創出基盤

人財価値向上

人的資本経営を基盤に、人とデジタル・AIの各々の強みを活か
す最適な役割分担のもと、価値発揮を最大化

～人の強みとデジタル・AI進化の融合～

人的資本経営 P.56

経営戦略に連動した人財戦略のもと、職員一人ひとりの価値向上と
人財ポートフォリオの多様化・最適化を推進

デジタル&データ×AI D&D 2.0 P.63

デジタル&データの取組みにAIを本格的に取込み、AI活用を前提に
おいた実効性の高い業務運営を実現

社会・環境課題への取組み P.66

リソースの最適化・効率化

財務戦略 P.53



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)

多様な価値提供を通じてお客さまとつながり続けるエコシステム構築を目指すディストリビューション変革と、ウェルビーイングの可視化と向上を通じて継続的な価値提供につなげていく顧客体験価値変革を中心に、一人でも多くの方にウェルビーイングの価値をお届けする「量的進化」、一人ひとりに提供するウェルビーイング価値を高める「質的深化」を軸に、住友生命の事業変革を推進していきます。

スミセイWX ウェルビーイング実感を高めることを軸とした事業変革を推進

一人でも多くの方にウェルビーイングの価値を提供

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

5つのウェルビーイング領域※に貢献する価値提供の推進

ディストリビューション変革

📖 P.25

マルチチャネル・マルチプロダクトの取組みを土台に、販売チャネル・プロダクト・サービスを一体で捉え、お客さまに最適な形で価値を届け、コアの価値へつなげていく仕組みへ進化させる事業変革

顧客体験価値変革

📖 P.26

ウェルビーイングの価値提供の進化に向けて、お客さまの状態の可視化と行動変容の促進、お客さま接点の再設計等を一体で進め、お客さまが価値を実感し続けられる体験へと高めていく事業変革

※5つのウェルビーイング領域

フィジカル
ウェルビーイング

ファイナンシャル
ウェルビーイング

コミュニティ
ウェルビーイング

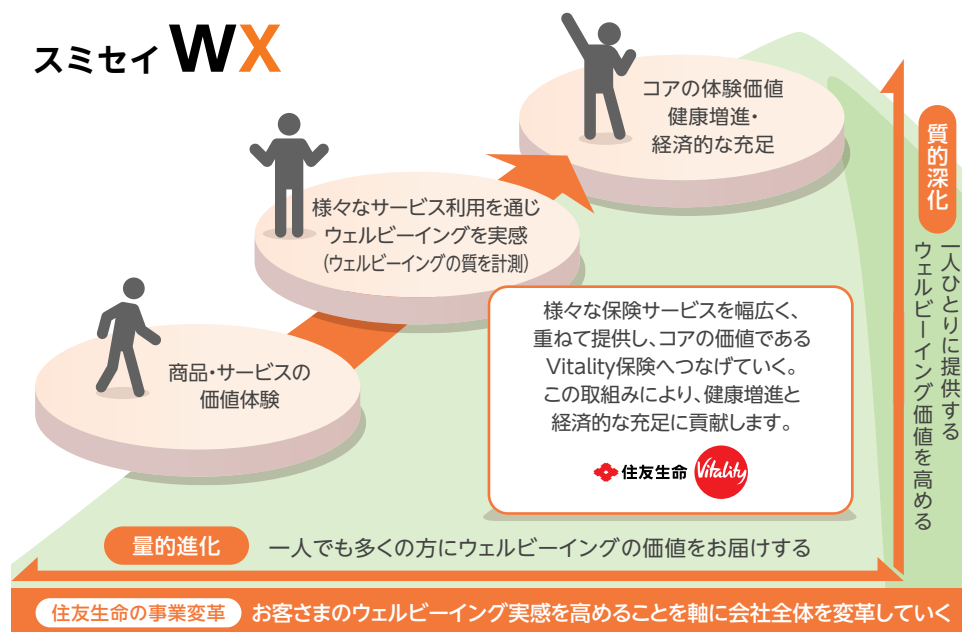
ソーシャル
ウェルビーイング

キャリア
ウェルビーイング

一人ひとりに提供するウェルビーイング価値を高める

ウェルビーイング指標(スミセイ版健康寿命、ウェルビーイング実感)の
 中長期的な**向上**

スミセイWX





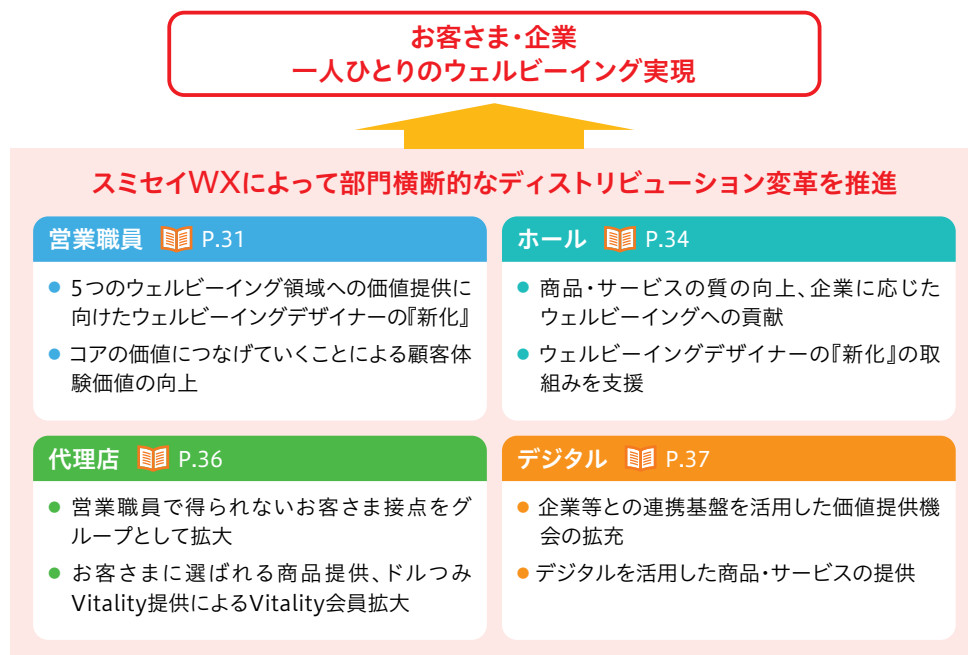
スミセイWX

マルチチャネル・マルチプロダクト戦略×ディストリビューション変革

Vision2030の実現に向け、当社は各チャネルを通じたお客さまとの接点の拡大と提供価値の向上に取り組むとともに、社会環境の変化や多様化するお客さまニーズを踏まえ、万が一への備えにとどまらないプロダクト・サービスの開発・拡充を進めています。「拡・保険」の考え方のもと、多様な価値提供を通じてお客さまとつながり続けるエコシステムの構築と、保険の価値をさらに拡大するプロダクト・サービスの提供を通じて、お客さまのウェルビーイング向上に貢献していきます。

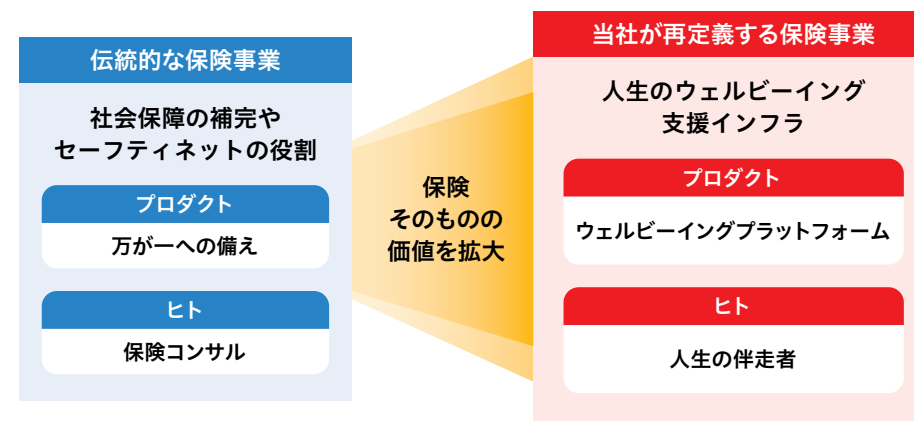
◆ 5つのウェルビーイング領域における取組みを通じたチャネルの『新化』

各チャネルを取り巻く環境変化やお客さまニーズの多様化を踏まえ、それぞれの強みを活かした価値提供を通じて、お客さまと長期的につながるエコシステムの構築を目指しています。また、CX向上やデータ活用などの横断的な取組みを通じて、チャネル間の連携を強化し、スミセイWXによるディストリビューション変革を推進していくことで、お客さま一人ひとりのウェルビーイングの実現に貢献します。



◆ 保険の価値をさらに拡大させていくプロダクト・サービス

「拡・保険」の考え方のもと、生命保険を万が一への備えにとどまらず、お客さまのウェルビーイングを支えるプラットフォームへと進化させることを目指しています。健康増進やリスクの軽減・予防、日常生活に広がる価値提供を通じて保険の価値を拡大し、お客さまの多様化するニーズに応える新たな価値創出に取り組んでいます。



保険の価値を上げ、より幅広いウェルビーイング価値をお届けすることで、ウェルビーイング価値提供顧客数および Vitality 会員数のさらなる拡大を目指します。

▶ 中期経営計画2028目標

グループ保有契約年換算保険料	4兆5,300億円
ウェルビーイング価値提供顧客数(国内)	1,800万名
Vitality会員数	370万名



スミセイWX

CX・サービス × 顧客体験価値変革

プロダクト・サービスを通じて提供する価値が、お客さま一人ひとりのウェルビーイング向上にどのようにつながっているのかを可視化し、その状態や変化に応じた価値提供の進化に取り組んでいます。お客さまの行動変容を後押しするとともに、サービス提供接点の再設計やCXの向上を通じて、価値を実感し続けられる体験を実現することで、継続的な価値提供につなげ、「なくてはならない保険会社グループ」を目指していきます。

◆ 5つのウェルビーイング領域への貢献を通じた価値提供の進化

「なくてはならない保険会社グループ」の実現に向け、当社は保障や健康を中心とした従来の価値提供から、5つのウェルビーイング領域に貢献する価値提供へと進化を進めています。お客さま一人ひとりの状態や意向を踏まえたサービス提供とコミュニケーションを通じて価値実感を高めるとともに、Vitalityを中核としたエンゲージメント向上や行動変容の促進により、お客さまとの継続的な関係性を構築しています。こうした取組みを通じて、一人ひとりに提供するウェルビーイング価値を高め、保険そのものの価値の拡大を進めていきます。



◆ サービス提供接点の再設計

お客さまに価値を実感し続けていただくため、サービス提供接点の再設計を進めていきます。デジタルやAIの活用、業務プロセスの見直しを通じて、各種手続きやお問い合わせにおけるお客さま負担の軽減を図るとともに、迅速・確実・一貫した顧客体験の提供を目指します。また、コンタクトセンターの役割進化やデジタル接点の拡張・高度化を通じて、お客さまとの継続的な関係性を強化し、一人ひとりに寄り添った価値提供の実現を目指していきます。

◆ ウェルビーイングの「可視化」を起点とした新たな価値創出

お客さまに提供するウェルビーイング価値を高めるため、ウェルビーイングの可視化に向けた取組みを進めています。ウェルビーイングという目に見えない価値を可視化し、その状態や変化を把握することで、お客さま一人ひとりのウェルビーイング向上と価値実感の実現を目指しています。

その基盤となるウェルビーイング指標として、健康状態を客観的に捉える「スミセイ版健康寿命」と、人生や日常に対する主観的な充足度を捉える「ウェルビーイング実感」を開発しました。「スミセイ版健康寿命」については、Vitality福利厚生タイプ導入企業の一部を対象にスミセイ版健康寿命レポートの提供を開始しました。また、「ウェルビーイング実感」については、保険契約者を対象に測定を開始し、段階的に対象を拡大していく予定です。

ウェルビーイングの可視化の取組みを通じて、お客さまのウェルビーイングの状態や変化を継続的に把握するとともに、その結果をお客さまへ提供することで、健康増進や行動変容を後押ししていきます。また、ウェルビーイング指標の分析結果を活用しながら、お客さま一人ひとりに寄り添った取組みやサービスの改善、新たな価値創出につなげることで、ウェルビーイングの価値を実感していただく取組みを進めていきます。

より多くのお客さまにウェルビーイングの価値をお届けするとともに、一人ひとりのウェルビーイングの向上に貢献し、その価値を実感いただけるサービスの提供を目指します。

▶ 中期経営計画2028目標

ウェルビーイング価値提供顧客数(国内)	1,800万名
Vitality会員数	370万名
ウェルビーイング指標	中長期的な向上を目指す



スミセイWX

“住友生命「Vitality」”

Vitalityは、「運動や健康診断などの取組みを評価する」という仕組みや、各種特典等により、楽しみながら健康になるサポートをするプログラムです。「楽しみながら、自然と健康になる」毎日をサポートすることで、「一人ひとりのよりよく生きる＝ウェルビーイング」な毎日へ貢献します。

◆ 健康寿命の延伸

日本は世界でも有数の長寿社会ですが、平均寿命と健康寿命との隔たりは小さくなく、その差を埋めていくことが社会的な課題となっています。健康寿命の延伸に貢献していくことは、お客さまと長きにわたってお付き合いをしていく生命保険の性質上、事業との親和性が高く、本来的に取り組むべき分野です。

住友生命は、健康増進型保険“住友生命「Vitality」”を軸に、社会全体への健康増進の働きかけや、健康経営の推進を行うことで、一人ひとりのウェルビーイングに貢献するとともに、「健康寿命の延伸」という社会課題の解決に取り組んでいます。

◆ “住友生命「Vitality」”とは

2018年7月に発売した健康増進型保険“住友生命「Vitality」”は、継続的に健康増進活動に取り組むことをサポートするVitality健康プログラム^{※1}を生命保険に組み込んだ商品です。保険本来の保障に加え、お客さまの日々の健康増進活動を包括的に評価し、毎年の取組実績に基づき判定されたステータスに応じて保険料の割引^{※2}を受けることができます。また、フィットネスジムの月会費割引や旅行の宿泊代金割引などの様々な特典(リワード)によって、お客さまの健康増進への取組みをサポートします。

「Vitality」は、南アフリカの金融サービス会社 Discovery Ltd.(ディスカバリー)が開発し、1997年から20年以上に亘り、南アフリカで販売されています。

また南アフリカのほか、イギリス、アメリカ、中国、シンガポール、オーストラリア、ドイツ、日本等、41の国と地域で、約4,880万人^{※3}(2025年6月末時点)に提供されています。なお、日本では住友生命が独占契約を結んでいます。

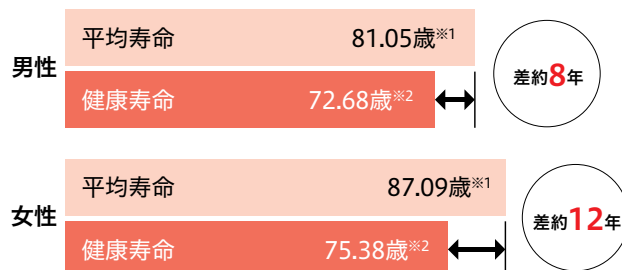
人生100年時代と言われる健康長寿社会に向けた健康意識の高まりから、健康増進に寄与する商品性がお客さまにご好評いただき、2026年3月に累計販売件数が240万件を突破し、今も好調な売れ行きを維持しています。

※1 Vitality健康プログラムの利用については、保険料とは別にVitality利用料が必要になります。

※2 保険料は割引になるケースだけでなく、ステータスによって割増になることもあります。また、割引・割増対象外の商品があります。

※3 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ります(損害保険・健康保険等)。

▶ 平均寿命と健康寿命の隔たり



※1 厚生労働省「令和4年簡易生命表の概況」に基づき当社にて作成。

※2 厚生労働省 令和3年12月「第16回厚生科学審議会 健康日本21(第二次)推進専門委員会資料」令和元年データに基づき当社にて作成。

▶ “住友生命「Vitality」”のしくみ



スミセイWX | “住友生命「Vitality」”

◆ Vitalityが促す行動変容

Vitality会員の93%が「加入前よりも健康を意識するようになった」と回答しており、行動面の変化としても、加入時から日々の歩数が30%増加し、3年経過した時点でもその水準が維持されています。

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

数値が変わる

血圧が
下がった

※10mmHg以上

50%

血糖値が
下がった

※10mg/dl以上

42%

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、収縮期血圧:140mmHg以上160mmHg未満、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)を対象に、1年目と4年目の健診結果を比較

行動が変わる

1日あたりの
歩数の増加率

+30%

+約2,100歩

「適度な運動」を継続

1か月目
7,240歩

1年後
9,055歩

2年後
9,350歩

3年後
9,393歩

COLUMN

住友生命とPREVENTは、2025年8月、Vitality加入者の歩数増加に関する研究成果を国際誌『Preventive Medicine』で発表しました。本研究では、継続的なインセンティブが身体活動量に与える影響を36か月にわたり検証しています。

その結果、初年度に歩数が大きく増加し、その後も上昇傾向が続き、3年目には高い水準で安定しました。これらの結果から、継続的なインセンティブが健康増進に寄与する可能性が示されました。

※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。



◆ 死亡率・入院率への影響

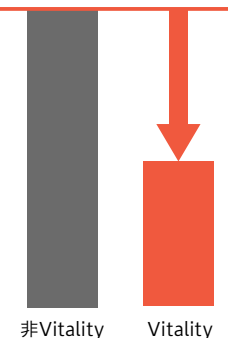
死亡率については、Vitality会員は非Vitality会員と比べて48%低く、入院率についてはVitality会員は非Vitality会員と比較して16%低いということがわかりました。

また、Vitalityゴールドステータス会員はブルーステータス会員と比べて死亡率が77%低く、入院率は51%低いということがわかりました。

死亡率

— 48%

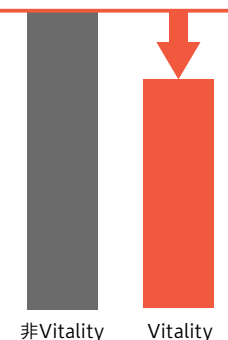
Vitalityは
非Vitalityと比べ
死亡率が低い



入院率

— 16%

Vitalityは
非Vitalityと比べ
入院率が低い



※2018年9月(Vitality提供開始)から2024年3月以前にご加入いただいた契約の、2024年4月-2025年3月の支払実績に基づき算出。

※死亡率は災害死亡を、入院率は手術・災害入院を除く。

※非Vitalityとは、Vitality健康プログラム付加対象商品のうち、Vitality健康プログラムを付加していない契約。

スミセイWX | “住友生命「Vitality」”

◆ 自分に合った形で始められる“健康増進体験の進化”

Vitality健康プログラムでは、より多くのお客さまに健康増進の価値を届けるため、ニーズに合わせた選択肢を用意しています。

Vitality未加入の方向けには、最長4週間、無料でプログラムの一部を体験できる「Vitality体験版」を提供しています。毎週設定される運動ポイント目標達成で、コンビニや人気カフェで利用できるドリンクチケット等の獲得や各種団体等への寄付も選択できる短期プログラム「アクティブチャレンジ」を通じて、生活習慣を意識し、健康増進に取り組むきっかけを提供します。

健康増進の継続を支援するプログラムとして、単独でご利用いただける「Vitalityスマート」と、生命保険とセットでご加入いただく「Vitality健康プログラム（標準プラン）」（以下「保険型」）を提供しています。Vitalityスマートおよび保険型では、アクティブチャレンジに加え、各種特典（リワード）を通じて、楽しみながら健康増進に取り組める機能を提供しています。さらに保険型では、健康への取組みに応じて毎年の保険料が変動するしくみにより、健康増進活動の定着をいっそう後押しします。



こうした「リスクを減らす」サポート機能に加えて、保険型では保障による「リスクに備える」価値をセットで提供することで、お客さまのよりよい毎日を支えます。なお、若年層や標準プランのご家族を対象に、一部特典^{※1}を低廉な利用料で楽しめる選択肢（家族プラン・ライトプラン）も設けています。

今後も各プランの充実や新たなプランの開発を通じて、Vitalityの価値を上げていきます。

生活習慣を変えるきっかけに

Vitality体験版

- ・最長4週間、無料でVitalityの一部を体験できるプラン
- ・週間目標の達成を目指す短期プログラム（アクティブチャレンジ）で、生活習慣を変えるきっかけを提供

楽しみながら健康増進を継続

Vitalityスマート

- ・Vitality健康プログラムの一部を単独で利用できるプラン
- ・アクティブチャレンジを含む一部特典^{※1}が利用可能
- ・特典（リワード）も楽しみながら健康増進に取り組みたい方はこちら



健康増進とともに安心を

Vitality健康プログラム
標準プラン（保険型）

- ・生命保険とセットでご加入するプラン
- ・ステータスに応じて保険料が割引^{※2}
1年目15%、2年目以降はVitalityの取組みに応じて変動（割引率上限30%～割増率上限10%）
- ・アクティブチャレンジを含む全ての特典^{※1}が利用可能
- ・Vitality健康プログラムによる「リスクを減らす」サポートに加え、保障で「リスクに備える」機能を提供

リスクに備える
「保障」「リスクを減らす」を
サポートする
「Vitality」

※1 Vitality健康プログラムのプランによっては、特典（リワード）のご利用条件が異なる場合があります。各プランでご利用可能な特典（リワード）については、当社ホームページ上の[「特典ご利用ガイド」](#)をご確認ください。

※2 既にVitality健康プログラム契約を締結いただいている場合は、記載の内容と異なることがあります。また、健康増進への取組みによっては保険料が割増しになり、健康増進乗率適用特約を付加しない場合の保険料を超過することがあります。毎年の保険料は割引率・割増率に基づいて算出します。割引率・割増率は、健康増進乗率適用特約を付加しない場合の保険料を基準としております。[ドルつみ Vitality](#)は保険料の割引・割増の対象外です。



スミセイWX | “住友生命「Vitality」”

SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取り組み #1

健康増進と資産形成をつなぐ、新たな価値提供

～「つみたてPLUS」が広げるファイナンシャルウェルビーイング～

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商品、「ドルつみ Vitality」を発売しました。本商品は、健康増進活動により獲得した特典(リワード)を資産形成に活用できる機能「つみたてPLUS」を備え、日々の健康増進を将来への備えにつなげることを後押しします。

その開発に込めた想いや営業現場・お客さまからの反応を通じて、ウェルビーイング価値提供の広がりを紹介します。



開発担当者 インタビュー

商品部
齋藤 副長



健康増進と資産形成を、身近に感じられる体験へ

「つみたてPLUSシリーズ」第一弾である「ドルつみ Vitality」は、多くの方が関心を持ちながらも行動に移しにくい「健康増進」と「資産形成」を、より身近に、無理なく始めていただくために開発しました。

どちらも将来の豊かな暮らしに欠かせないテーマですが、日々の忙しさなどから継続することは簡単ではありません。そこで、生命保険を通じて健康増進と資産形成を自然に結びつけることで、お客さまが気軽な一歩を踏み出し、無理なく継続できるきっかけをご提供したいと考えました。

健康増進を、資産形成の後押しに

本商品の特長は、保険のご契約と同時に申し込めいただく「Vitality健康プログラム」を通じた、住友生命独自の「Vitalityコイン」の活用です。日々の健康増進で獲得したVitalityコインを保険料の払込みに利用できる「つみたてPLUS」機能により、健康を目指すことがそのまま資産形成にもつながる仕組みとしました。これは、長年にわたりVitalityを展開し、健康増進型保険の価値づくりに取り組んできた住友生命だからこそ実現できた魅力だと考えています。

「つみたてPLUS」が広げる新たな価値

「つみたてPLUS」は「ドルつみ Vitality」だけでなく、さまざまな商品に应用できるように設計しています。今後は、この仕組みの適用範囲について順次検討を進め拡大を図っていくことで、健康増進や資産形成をはじめとする新たな価値をお客さまにお届けし、より多くの方のウェルビーイングに貢献していきたいと考えています。

営業現場・ お客さまからの反応

都心総合金融サービス推進室
第1営業課
高野 チームマネージャー



ファイナンシャル・オフィスでの価値提供

都心ファイナンシャル・オフィスでは、従来の生命保険だけでなく、iDeCo(個人型確定拠出年金)などの金融商品や各種サービスも含めて総合的な金融コンサルティングを行うことで、お客さまのファイナンシャルウェルビーイングへ貢献する取り組みを進めています。お客さまの人生に長く寄り添う仕事だからこそ、単に商品をご提案するだけでなく、将来への不安や期待を丁寧に受け止め、一人ひとりのお客さまに寄り添うことを心がけています。

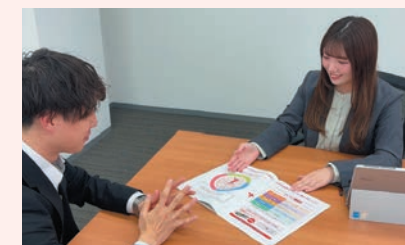
「ドルつみ Vitality」の魅力

「ドルつみ Vitality」は、将来に向けた資産形成と、日々の健康増進への取り組みを一体で考えられる点が大きな魅力です。外貨での資

産形成に関心をお持ちの方はもちろん、これまで健康状態によって保険にはご加入できなかったお客さまにも、健康増進への取り組みの成果が、将来の積立額の上乗せにつながる可能性があるという点を魅力に感じていただいています。

お客さまからの嬉しいお声

実際にお客さまにご案内する中でも、「気軽に始めやすい」「リワードを活用しながら積立てができるのが嬉しい」といった声をいただいています。これからも、ファイナンシャル・オフィスの一員として資産形成と健康増進の両面から、お客さま一人ひとりの「よりよく生きる」に貢献できるよう取り組んでいきます。



スミセイWX



営業職員(ウェルビーイングデザイナー)を通じた価値提供

保険のコンサルティングを起点とする経済的な安心の提供に加え、「拡・保険」を通じた多面的な安心の提供によって、お客さまのウェルビーイング向上に貢献し、「人生の伴走者」として生涯にわたり寄り添う姿を目指します。



◆ 環境認識

国内市場においては、人口減少および少子高齢化の進行を背景として、「医療」や「就労不能・介護」等の生前保障マーケットの広がりや「健康増進」意識の高まりが顕在化しています。また、長期にわたる低金利環境から「金利ある世界」への移行が進展する中で、資産形成に対する需要の拡大が見込まれるなど、お客さまのニーズは一層多様化しています。

このような環境を踏まえ、従来の生命保険領域だけでなく、お客さま一人ひとりの課題に向き合い、最適なウェルビーイングサービスをお届けしていくため、営業職員を「ウェルビーイングデザイナー」として位置付けています。職員一人ひとりがお客さまの人生に寄り添い、支えることで、「人ならではの価値」を発揮していくことが重要であると考えています。

◆ 2025年度の振り返り

2025年度は、Vision2030実現に向けた3か年計画「スミセイ中期経営計画2025」の最終年度として、ウェルビーイング価値提供の“量”と“質”をさらに高めることを目指す「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)」に取り組みました。

これまでの保険領域だけでなく、「Vitality体験版」や「Vitalityスマート」といったお客さまが運動の楽しさや特典のメリットを実感いただけるサービスを推進し、より多くのお客さまに健康増進の価値を拡大しています。

また、「資産形成」「健康増進」ニーズの高まりに対応し、2026年1月には、米ドル建て積立保険「ドルつみ Vitality」を発売し、幅広い世代のお客さまへの価値提供を実現しました。

こうした取り組みによって、「スミセイ中期経営計画2025」の目標に掲げていたVitality会員数240万名を達成し、お客さまのウェルビーイング向上への貢献を着実に進めました。

◆ 今後の取り組み

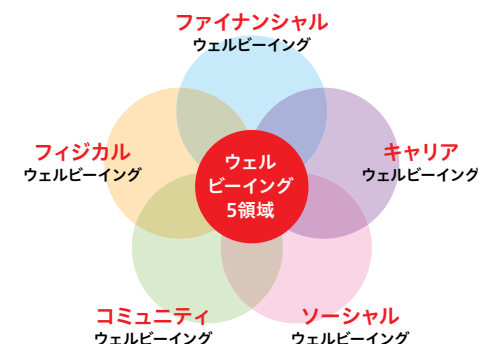
Vision2030実現に向けた飛躍を図る「住友生命グループ中期経営計画2028」においては、「スミセイWX」の取り組みをより一層加速し、5つの領域のウェルビーイングを通じた価値提供の実現に向けて、ウェルビーイングデザイナーの機能・役割の高度化を図ります。

これまで中心としてきた「保険を通じた経済的な安心(ファイナンシャル)」や「Vitalityを軸とした身体的な健康(フィジカル)」に加え、「地域に根差したサービスの提供(コミュニティ)」「お客さまのQOL向上(ソーシャル)」「就業機会の創出(キャリア)」へと貢献領域を拡大していきます。

また、営業職員による「人ならではの」価値に加え、お客さま意向に沿った「デジタル」等も活用することで、「人とデジタルが融合」したサービスの提供を推進しています。

デジタル・AIを活用した育成基盤のもと、AIによる営業ロールプレイングや活動データの分析等を通じて、営業活動を高度に支援し、営業職員による高品質で満足度の高いコンサルティングとサービスを提供していきます。

こうした取り組みによって、「拡・保険」を通じた多面的な安心の提供を実現し、お客さまのウェルビーイング向上に貢献するとともに、営業職員チャネルのさらなる強化と、地域社会との持続的な発展を目指します。





スマセイWX | 営業職員(ウェルビーイング・デザイナー)を通じた価値提供

SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #2

自治体との連携による地域への価値提供 ～「Vitalityウォーク」を通じた地方創生～

少子高齢化の進展に伴い、地域が抱える健康課題・社会課題が複雑化する中、地域社会の持続的な発展に貢献することは当社の重要な役割と位置付けています。地域の皆さま一人ひとりの行動変容を促す取組み「Vitalityウォーク」を推進し、これまでに先行実施の自治体を入れて全国108の自治体(2026年5月末時点)で実施いただいています。

今後も自治体および多様なパートナーとの共創により、地域の皆さまへ「歩く」「楽しむ」「続ける」健康づくりを提供し、地域のウェルビーイング向上に貢献していきます。

※先行実施は、1府3市自治体で実施しています。

インタビュー

自治体および多様なパートナーと各地域に健康づくりを拡げ、地方創生につなげていきます



自治体連携シニア・コーディネートオフィサー
高崎 晃子

これまでの地域貢献の取組みについて教えてください

保険会社として、営業職員の活動を通じて地域の皆さまにどのようにお役に立てるかという想いから、20年以上前から活動を推進してきました。例えば、防災・防犯・交通安全のくらしの知恵を掲載した「くらしの知恵カード(現行シート)」というカードを作成し、県警本部等と連携しながら普及・啓発活動に取り組み、全国で活用いただきました。また、先進的ながん治療に関する情報提供としてパンフレットやDVDを制作し、医療施設や専門医と連携して「闘わないがん治療」の啓発に取り組みました。こうした取組みを経て、2016年ごろから「自治体(都道府県・市)」と連携する取組みを、2022年からは地域の皆さまの健康増進を後押しする取組み「Vitalityウォーク」を推進しています。いずれの活動においても、当社ならではのコンテンツの提供を通じて、地域に貢献したいという使命感をもって推進しています。

各自治体どのように連携を進めてきたのでしょうか

「Vitalityウォーク」では、期間限定でVitality健康プログラムの一部を

体験いただくことで、「歩く」「楽しむ」「続ける」健康づくりと運動習慣の定着をサポートします。展開にあたっては、より多くの住民の方の健康増進の機会につなげるとともに、営業職員がお役に立てる環境を上げたいという想いから、2023年度から3か年で100自治体での開催を目標として、段階的な計画を策定して推進しました。導入いただくにあたっては、先行して導入いただいた大阪府をはじめ各自治体の状況や課題を踏まえた対話を意識し、提案・協議を重ねながら信頼関係の構築に注力することで、継続的な連携の土台づくりを進めました。2024年度からは、オンラインでの対話や支社との連携体制を強化し、継続的に展開できる仕組みを整備した結果、100を超える自治体での実施につながったと考えています。

▶ 2023年度からの開催実績(2026年5月末時点)

自治体数
全国**104自治体**(11県93市町)
※先行実施の自治体を除く

累計参加者数
約**60,000名**

実施支社・営業職員数
約**7,000名**(全国56支社)



▶ 参加者アンケートの結果

運動を意識
するようになった



期間終了後も
運動を継続したい



健康増進の価値が広がった手応えは感じますか

3か年の取組みを通じて、「Vitalityウォーク」の参加者数は累計60,000名を超えました。自治体からも高い評価と継続意向をいただき、参加者からのアンケートでも、多くの方から「運動を意識するようになった」「期間終了後も運動を継続したい」と回答いただき、一部の方はVitalityスマートや保険型Vitalityに加入いただくなど、健康増進活動の継続につなげていただいています。こうした結果から、活動の広がりとともにより多くの方に行動変容のきっかけとしていただき、健康増進活動という価値を届けることができたのではと感じています。

今後「Vitalityウォーク」をどのように展開していきたいですか

地域住民の健康づくり・地域の活性化は全国共通の課題です。「Vitalityウォーク」を全国で開催していく中で、自治体に加えて、民間企業、大学、NPO等と連携したプロジェクトを立ち上げ、今後も多様なパートナーとの連携をさらに拡げていきます。

また「Vitalityウォーク」は単なるウォーキングイベントではなく、連携先の文化や資源と掛け合わせることで、各地域の新たな魅力を引き出し、地域活性化につなげ、地方創生にも貢献していきたいと考えています。

今後も、各地域のイベントへの参画や、アカデミアとの連携、世界遺産登録への機運醸成等、様々な形で地方創生への貢献を図っていくことで、全国の自治体等との共創をさらに拡げます。「熱意と一丸」の信条のもと、各地域に根差したウェルビーイングサービスの提供をさらに深化させていきたいと考えています。

スミセイWX | 営業職員(ウェルビーイング・デザイナー)を通じた価値提供



SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #2

各地域での共創事例

「Vitality札幌ウェルネスウォーク2025」 地元企業参画の三者共催

2025年9月から当社と札幌市、サツドラホールディングスとの共催で開催した「Vitality札幌ウェルネスウォーク2025」では、NoMaps WELLNESS、サツドラFES、札幌マラソンにブース出展し、6,000名以上の札幌市在住・在勤の皆さまに参加いただきました。

2026年度は北海道大学も参画し、産官学四者共催でさらに規模を拡大して実施予定です。

住友生命と札幌市は、「さっぽろウェルネスパートナー協定」を締結し、札幌市民の健康寿命の延伸に向けて連携して取り組んでおります。住友生命のご協力のもと2023年から実施している「Vitality札幌ウェルネスウォーク」は、2025年には参加者が大幅に増加しました。「運動を意識するようになった」「歩く時間が増えた」との声も多く、効果的な取組みとなっております。今後も連携を深め、ともに地域の課題解決に取り組んでまいります。



札幌市長
秋元 克広 様



「あきたVitalityウォーク」 秋田県、秋田大学との初の産官学連携

2026年5月から当社と秋田県、秋田大学との産官学連携で「あきたVitalityウォーク」を実施しました。産官学連携のVitalityウォークは秋田県での実施が初めてとなります。4,500名以上の秋田県内在住・在勤の皆さまにVitalityアプリを登録いただき、ウォークを楽しんでいただいています。



秋田県では移動に車を使うことも多く、県民の平均歩数が少ないとされています。今回の取組みは、楽しみながら運動習慣を身につける絶好の機会として、多くの県民にご参加いただいており、健康課題の解決につながることを強く期待しています。



秋田県知事
鈴木 健太 様

私自身も日常の健康管理の中で「Vitality」を活用し、行動変容の有効性を実感しています。本学の医療・研究の知見を活かし、科学的根拠に基づく実効性の高い健康づくりを通じて、活力ある秋田の未来を共に歩んでまいります。



秋田大学長
南谷 佳弘 様



「四国お遍路Vitalityウォーク」 “四国遍路の世界遺産登録”の機運醸成に向けた地方創生プロジェクト

2026年4月から、当社と四国4県内自治体とNPO法人「遍路とおもてなしのネットワーク」との共催で、「四国お遍路Vitalityウォーク」を開催しています。本プロジェクトは、四国の地域資源である「お遍路」と「Vitalityウォーク」を掛け合わせ、地方創生を目指すものです。また四国遍路の世界遺産登録を応援するため、参加者数に応じた寄付の仕組みも取り入れています。

第一弾である高知県「高知家Vitalityウォーク」では、3,000名を超える高知県内在住・在勤の皆さまに参加いただきました。今後も香川県、徳島県、愛媛県での開催を予定しています。

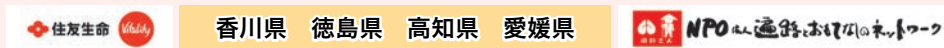


高知市内でのウォーキングイベントの様子

私もNPOは、1200年間続いている四国遍路の保存・継承と世界文化遺産登録を目指して活動しています。この度の「四国お遍路Vitalityウォーク」の四国4県での展開は、遍路文化の魅力発信に資するものとして、大変意義深い取組みと受け止めています。春の高知県のVitalityウォークにご参加された方々には、自然豊かなのどかな遍路道を歩き、四国遍路の魅力を実感していただけたことと思います。これをきっかけに、四国の方々の健康寿命が延び、お遍路さんが増えることを期待しています。



NPO法人
「遍路とおもてなしのネットワーク」理事長
(元)R四国社長・会長
半井 真司 様





スミセイWX

ホールセール(法人のお客さまに向けた取組み)

ホールセール部門では、法人のお客さまへの健康経営サポートを通じて、「保険を通じた安心の提供」「お客さま・社会へのウェルビーイング価値提供」に取り組み、より多くのお客さまにウェルビーイング価値を提供していきます。

◆ 環境認識

企業や団体を取り巻く環境は大きく変化しています。不確実性を増す市況、AIの進化に伴うDXの加速、生産年齢人口の減少といった様々な課題に直面する中、企業が貴重な人材を確保するためには、従業員が安心して働ける環境づくりが不可欠です。

そうした中、企業福祉制度への期待や関心はますます高まっており、「健康経営®」*や「治療と仕事の両立支援」に取り組む企業は年々増加しています。

企業が従業員一人ひとりをサポートしていくためには、社会保障・企業福祉・自助努力をバランスよく組み合わせることが重要です。住友生命では、制度運営から資産運用、従業員へのサービスまで幅広いニーズにお応えし、総合的な企業福祉制度の実現をサポートすることで、企業と従業員のウェルビーイングに貢献していきます。

※「健康経営®」はNPO法人健康経営研究会の登録商標です。

◆ 団体保険・団体年金

団体保険では、「団体3大疾病保障保険(ホスピタA・ホスピタV)」が2018年の発売以来、5,500社(2026年3月末時点)を超える企業に導入いただき、「治療と仕事の両立支援」および「健康経営」に広く活用されています。

2026年1月からは、仕事をしながら家族等の介護に従事する「ビジネスケアラー」の増加といった社会環境の変化を踏まえ、団体3大疾病保障保険の付帯サービスとして、「仕事と介護の両立支援」をサポートする「あすのえがお for Biz」の提供を開始しました。これにより、これまで提供してきた「治療と仕事の両立支援」に加え、「仕事と介護の両立支援」の二つの側面からサポートが可能になりました。

また、団体年金では、近年の金利上昇を背景に、元本と一定の利率が保証される一般勘定の引受けを10年ぶりに再開しました。

引き続きお客さまのニーズに即した法人向け商品・サービスの開発に努めるとともに、総合的な企業福祉制度の実現に向けたコンサルティング・サポートを提供していきます。

◆ Vitality福利厚生タイプ

企業の「健康経営」に対する関心の高まりを受けて、従業員の健康増進をサポートする企業向けサービスとして、「Vitality福利厚生タイプ」(以下「本サービス」)を2024年6月に発売しました。本サービスは、企業の福利厚生制度の一環として導入いただき、企業が利用料を負担することで、従業員がVitality健康プログラムを利用できるサービスです。

企業に対しては、従業員のVitality健康プログラムへの取組状況について、月次・年次レポートなどを提供することで、従業員の健康増進活動の可視化にお役立ていただけます。これにより、従業員の自発的・継続的な健康増進の取組みとPDCAサイクルの推進をサポートします。

あわせて、健康増進セミナーや健康チェックイベント、健康経営優良法人認定取得サポートなどの「健康増進取組みサポートメニュー」を提供することで、従業員が心身ともに健康になることによる生産性の向上、社内ウォーキングイベントなどを通じた活発なコミュニケーションの実現、企業ブランドイメージ向上による人材採用・定着率向上などに貢献していきます。

さらに、2026年3月からは、「Vitality福利厚生タイプ総合プラットフォーム(Viプラット)」の提供を開始し、本サービスにおける各種情報・機能・コンテンツを一元管理することにより、企業主導の健康施策を支援する体制を強化しました。

本サービスは発売以来、3,500社(2026年3月末時点)を超える企業に導入いただき、社外からも表彰されるなど、多くの社会的評価を受けています。

今後も本サービスを通じて、さらに多くの方にVitality健康プログラムを提供し、多くのお客さまにウェルビーイング価値をお届けしていきます。



スミセイWX | ホールセール(法人のお客さまにむけた取組み)



SPOTLIGHT

ウェルビーイング価値共創の取組み #3

スミセイ版健康寿命レポートの提供

住友生命は、従業員の一生涯の幸せを願う企業さまのパートナーとして、退職後まで見据えた新指標「スミセイ版健康寿命」を開発し、Vitality福利厚生タイプを導入いただいた10社さまへ先行提供しました。人的資本経営の成果をこの共通言語で可視化することで、会社と従業員が共に未来を語り合い、支え合う場を創出します。



スミセイ版健康寿命レポート

データサイエンスオフィサー
藤澤 陽介



私たちはVitalityを通じて、運動や健康診断のデータが、疾病や入院といったアウトカムと結びついている大切なデータをお預かりしています。その価値をお客さまへきちんと還元し、プラットフォームを拡大する好循環を生み出すことで、自然とウェルビーイングが育まれる社会を目指しています。

このレポートの開発背景

住友生命グループは「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』」を掲げ、その実現に向けウェルビーイングを軸とした事業変革「スミセイWX」を推進しています。企業の健康経営・人的資本経営を支援するため、「スミセイ版健康寿命」を開発し、スミセイ版健康寿命レポートの提供を開始しました。保障に加え健康増進活動を

後押しし、「リスクそのものを減らす」というVitalityの価値を企業向けに見える形で展開、従業員の健康支援の継続的な基盤づくりを目指します。

このレポートが提供する価値

このレポートの価値は、従業員の健康リスクや生活習慣の状況を客観的・定量的に可視化し、「スミセイ版健康寿命」延伸に向けた優先課題と具体的な取組みの方向性を示すことにあります。レポートを通じて、企業が自社の健康課題を的確に把握し、実効性のある健康増進施策につなげていただける点に価値があります。

今後の開発の方向性

今後は、比較可能性の向上、経年モニタリング、個人向けフィードバックへの展開を検討してまいります。AI・分析技術やVitalityを通じて蓄積してきた健康増進支援の知見を活用して、企業や団体の健康課題を分かりやすく可視化し、健康経営・人的資本経営の高度化に貢献してまいります。

お客さまからの反応

法人総括部
大前 上席部長代理



先行10社の皆さまとも真剣に説明を聞いておられました。自社の課題解決に対する熱意にあふれ、「こういったデータも追加して欲しい!」という前向きなご意見もいただきました。レポートをブラッシュアップし、ウェルビーイングな未来を企業さまと一緒に創り上げたいと考えています。

なぜ私たちがこのレポートを届けるのか

保険の枠を超え、従業員さまの一生涯の幸せを大切に想う企業さまの「最良のパートナー」でありたい。そんな思いから、私たちは退職後まで見据えた「スミセイ版健康寿命」を経営と現場が想いを共有するための指標として提案しました。

企業さまと従業員さまが「人生100年時代」をいかに豊かに生きるかという未来を共に語

り合い、支え合える場を創ること。企業さまの取組みを通じて、その先にいる一人ひとりのウェルビーイングに貢献することが私たちの切なる願いです。

先行してお届けした10社のお客さまからの反響

「定年後の人生まで真剣に考える会社だと従業員に伝えられる」「具体的な次の一手が明確になった」など、多くの期待の声をいただきました。現場の悩みに寄り添い、確かなデータに基づき健康への投資を「見える化」することで、経営層の心に響き、組織を動かす対話が次々と生まれています。

私たちが描く、健康経営の新しいカタチ

このレポートを社会の共通言語に。誰もが自分の健康を「自分事」として楽しみ、企業がそれを当たり前を支える「ウェルビーイングな社会」のインフラを目指します。Vitalityを通じて得られる確かなデータで一人ひとりのより良い明日を、全国の企業さまと共に力強く拓いてまいります。



スミセイWX

金融機関等代理店・保険ショップを通じた供給拡大

金融機関等代理店・保険ショップチャンネルでは、金融機関や保険ショップが持つ幅広いお客さま接点を活かし、営業職員チャンネルとは異なるニーズを持つお客さまに、住友生命グループの多様な商品・サービスをお届けしています。

◆ 環境認識

人生100年時代の進展や「金利のある世界」への移行を背景に、資産形成・相続・医療保障などに対するお客さまニーズは一層多様化しています。また、保険商品そのものだけでなく、比較しながら選びたい、分かりやすく相談したい、納得感を持って加入したいというニーズも高まっています。こうした変化を踏まえ、代理店チャンネルを通じた価値提供の高度化を進めています。

◆ 2025年度の振返り

2025年度は、金利環境の変化やお客さまの資産形成ニーズの高まりを踏まえ、金融機関等代理店を通じた貯蓄性商品・保障性商品の提供に取り組みました。また、メディケア生命においては医療保障・がん保障ニーズに応える商品ラインアップの拡充を進めるなど、グループとして多様な商品供給に取り組みました。一方で、お客さま本位の業務運営やコンプライアンスの重要性が高まる中、販売・管理態勢のレベルアップにも取り組みました。

◆ グループでの商品・サービス供給

住友生命では、円建・外貨建の終身保険、個人年金保険等に加え、メディケア生命・アイアル少額短期保険の商品も含めたグループの商品ラインアップを活用し、多様化するお客さまニーズにお応えしています。また、保険ショップ事業では、いずみライフデザイナーズ、保険デザインにおいて、複数の保険会社の商品を比較検討したいというニーズに応え、分かりやすく納得感のあるコンサルティングに取り組んでいます。

▶ メディケア生命保険

2010年4月に開業し、保険ショップ、インターネット保険サイトや金融機関等の募集代理店を通じ「自分にあった商品を主体的に選択したい」というお客さまに対し、主力商品の医療終身保険「新メディフィットA」等のシンプルでわかりやすい商品を機動的に提供しています。



メディケア生命

<https://www.medicarelife.com/>

▶ アイアル少額短期保険

少額短期保険業者ならではの機動的な商品開発力を活かし、身近なリスクやニーズにお応えする保険商品を開発しています。代表的な商品として、「賠償保険付き 愛ある賃貸火災保険」、妊産婦の方向けの医療保険「ディアベビー」等を、デジタル保険としてはキャッシュレス決済サービス「PayPay」アプリ内の「PayPayほけん」専用商品として、医療保険「熱中症お見舞い金」「インフルエンザお見舞い金」等4商品を提供しています。



アイアル少額短期保険

<https://www.air-ins.co.jp/>

◆ 代理店の自立支援と募集品質向上

代理店チャンネルにおいては、単なる商品供給にとどまらず、代理店が自立的かつ適切に保険募集を行えるよう、支援のあり方を進化させていきます。全国のホールセラーによる商品・販売実務・コンプライアンス研修や、金融機関専用サポートデスクを通じた照会対応に加え、代理店の自立的な募集活動を支える販売サポート方法の見直しや、募集支援の高度化を進めています。これらを通じて、代理店における募集品質向上とお客さまへの分かりやすい情報提供を支援していきます。

◆ 今後の取組み

今後は、グループ各社の商品開発力と、金融機関等代理店・保険ショップの幅広い顧客接点を活かし、より多くのお客さまに安心と満足をお届けしていきます。また、健康増進や資産形成を組み合わせた商品・サービスの提供、Vitalityをはじめとするウェルビーイング価値の提供、代理店の自立支援等を通じて、代理店チャンネルを住友生命グループの価値提供を広げる重要な接点として進化させていきます。お客さま本位の業務運営とコンプライアンスを事業活動の「礎」とし、代理店との適切なパートナーシップのもと、お客さま一人ひとりのよりよく生きるに貢献していきます。

スミセイWX



デジタルマーケティングへの取り組み

「住友生命グループ中期経営計画2028」においてスミセイWXを推進し、ディストリビューション変革を実現するため、デジタルマーケティングへの取り組みを通じた商品・サービス提供に取り組んでいます。

◆ デジタルを活用した“Vitality健康プログラム”の提供

お客さまの健康増進活動により幅広く貢献するため、Vitality健康プログラムを単独で利用できる「[Vitalityスマート](#)」を2023年4月から提供開始いたしました。更に多くのお客さまにご利用いただく観点から、2024年7月よりWeb上で直接お申込みいただける対応を実施いたしました。

なお、プログラムの一部を無料で最長4週間体験できる「[Vitality体験版](#)」につきましても、Web上で直接お申込みいただけます。

こうした中、Vitality体験版をご利用いただいたお客さまからは「体験後も継続してVitality健康プログラムを利用したい」といった声を多数いただいております。より幅広いお客さまの健康増進活動に貢献するため、2026年1月より申込日から1か月間無料で一部機能を体験できる「[Vitalityスマート\(トライアル期間付\)](#)」を提供しております。

また、Vitalityを活用した協業商品として、「Vポイント」がお得に貯まる三井住友カード会員さま向けの「Vitalityスマート」専用プラン「[Vitalityスマート for Vポイント](#)」を三井住友カード株式会社と共同で開発し、2023年10月より提供しております。

加えて、ランナーがよりスマートに楽しく走る日常をサポートするため、協業商品の第2弾として、「Vitalityスマート」と株式会社ラントリップが提供するランナー向けサービス「Runtrip PREMIUM」を組み合わせたコラボ商品「[Runtrip PREMIUM Plus powered by Vitalityスマート](#)」を2026年1月から販売しております。



「[Vitalityスマート for Vポイント](#)」
(2023年10月販売開始)



「[Runtrip PREMIUM Plus powered by Vitalityスマート](#)」
(2026年1月販売開始)

◆ デジタルチャネル専用保険商品の提供

主に投資未経験の若年層を応援する観点から、投資よりもリスクが少なく、貯金よりもお金が増える「貯金以上、投資未満。」という今までにない新しい概念をコンセプトにした「[Chakin\(無配当災害死亡保障付積立保険\)](#)」をデジタルチャネル専用商品として2025年3月に発売いたしました。

「Chakin」につきましては、2026年 オリコン顧客満足度®調査 積立保険(専門家評価)で第1位を獲得するなど大変ご好評いただいておりますが、2026年5月1日以降申込分より(契約日は2026年6月1日以降)、市中金利の上昇を踏まえ予定利率を見直し、満期時の受取率を109.3%に引き上げました。『いつ解約しても払い込んだ保険料が100%以上戻ってくる』『満期まで積み立てればしっかり増える』といった特長がご好評を得ています。

Chakinと楽しく、安心して接することができるように、
イメージキャラクターとして誕生した
「チャキンちゃん」



協業商品としては、ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社と共同開発した「[めまもりほけん](#)」を2024年10月から提供しております。本商品は、①目の治療に特化した、②エンベデッド・インシュアランス(組込型保険)という2つの生命保険業界初*となる商品です。※住友生命調べ(2024年10月時点)

また、住友生命グループ子会社のアイアル少額短期保険は、お客さまニーズの多様化やデジタル化に対応していくため、お客さまの生活シーンに合わせたシンプルで分かりやすい商品を決済サービス「PayPay」上で提供しています。本商品は、PayPay保険サービスと開発・提供しており、2022年4月に専用商品第1弾の医療保険「[熱中症お見舞い金](#)」の発売を皮切りに、合計4商品を展開しております。日常的なリスクを簡単な申込操作で備えていただける商品性がご好評をいただいております。

今後も保険そのものの価値を高め、お客さまのウェルビーイングに貢献する「[拡・保険](#)」の考え方のもと、お客さまの多様なニーズに応える取り組みを推進してまいります。



スミセイWX

ウェルビーイングに貢献する新規領域でのサービス開発

一人ひとりのよりよく生きるに貢献するためにWaaS (Well-being as a Service)の開発に取り組み、実装につなげるとともに、新規領域におけるサービスを充実させることで、住友生命グループのサービスを受けていただけるお客さまの拡大を図っています。

◆ WaaS(Well-being as a Service)の取組み

身体的、精神的、社会的、経済的に満たされた「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WaaS (Well-
being as a Service)をエコシステムとして展開することで、従
来の保険領域を超えて、未来に続く住友生命ならではの価値
の実現を目指しています。

中核となる“住友生命「Vitality」”の推進に加え、「病があっても幸せに(Disease Management)」、「齢を重ねても幸せに(Wellness Life、Well-Aging)」、という領域でオープンイノベーションを推進しています。

具体的なサービスとしては、子会社であるPREVENTと共同で生活習慣病の重症化予防サービスの社会実装事業を推進しているほか、不妊治療に取り組みやすい職場の風土づくりを支援するサービス「Whodo整場(フウドセイバー)」の提供を進めています。

今後も、お客さま一人ひとりに応じた新たな領域での価値提供を進めることで、より多くのお客さまに質の高いウェルビーイング価値をお届けし、住友生命ならではの価値創造につなげていきます。



◆ オープンイノベーションの推進(CVC)

スタートアップ企業とのオープンイノベーションによる新たな価値創造を加速するため、CVC(コーポレートベンチャーキャピタル)を通じてこれまでに23社(2026年4月末時点)のスタートアップへの投資を実行し、うち1社がIPO(新規上場)を実現しています。



◆ ウェルビーイングに気づき・育む
スマートフォンアプリ「シアフル」

2025年9月、主観的ウェルビーイングを体感し育むことを支援するスマートフォンアプリ「[シアフル](#)」をリリースしました。タイプ診断を通じてお客さまのウェルビーイングの状態を可視化し、一人ひとりに合わせたアクションを提案します。また、日々の取組みを振り返る機能により、季節やライフステージに応じて変化するウェルビーイングの状態に気づくきっかけを提供します。

こうした体験を通じて、お客さまがウェルビーイングをより身近に感じ、自分自身のよりよく生きることに向けた行動に繋がっていくことを後押しします。



「シアフル」アプリの
ダウンロードは
こちらから



SMI Innovation Challenge

スミセイ Innovation Challengeは、将来の収益につながる事業の創出、イノベティブな人財の育成、社会のニーズの変化に応え続ける企業風土の醸成を目的として、2020年度から開始したプロジェクトです。

社内から新規事業アイデアを募集し、ブラッシュアップや審査を経て、通過したアイデアは事業化の検討へ進みます。開始から6年間で約720件の応募があり、現在2件が事業化に至り、7件が事業化に向けた検討を進めています。

Voice



2025年度「スミセイ Innovation Challenge」最優秀賞受賞者

契約サービス部兼新規ビジネス企画部
〈2026年度から新規ビジネス企画部を兼務〉

吉田 職員

知人から、ご家族の介護をしながら働いている話を聞き、同じような状況にある方々を支えられないかという想いで「介護と仕事の両立支援」をテーマに応募しました。検討過程では、仕事との両立に悩む方々へのインタビューを重ねる中で実情に触れ、一層その想いが強くなりました。

今回の応募を通じて、アイデアを事業として形にすることの難しさと面白さを学びました。「誰に、どのような価値を届けるのか」を考え抜く中で、日常の情報やサービスを見る視点にも変化がありました。支えていただいている方々への感謝と責任を胸に、事業化検討を通じて、お客さまや社会に新しい価値をお届けできるよう取り組んでまいります。

スミセイWX | ウェルビーイングに貢献する新規領域でのサービス開発



SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #4

Whodo整場 (フウドセイバー)

「不妊治療と仕事の両立支援」に取り組む企業に対し、3～5年の中長期で職場の風土づくりを伴走するサービス「Whodo整場」を2023年から提供開始しています。本サービスを通じて、「不妊治療と仕事の両立」という社会課題の解決や、いつかは子を持ちたいと思う人への早期啓発により、一人ひとりが望む「理想のライフプラン」実現を後押しします。WaaS (Well-being as a Service) における「Wellness Life」の取組みの一つとして、DE&Iや人的資本経営の基盤となる風土づくりを支援し、企業で働く人々のウェルビーイング向上に貢献していきます。



開発者 インタビュー

新規ビジネス企画部
鳥居 部長代理



不妊治療は通院頻度や心身の負荷が大きく、離職やキャリア断絶に繋がりがやすい一方、これまで「個人的なこと」として職場で話題にしばらくの間、上司・同僚の理解不足や相談しづらさから制度が活用されず、人的資本経営上のリスクとなっています。こうした課題に対し、DE&Iや人的資本経営の観点から、従業員のライフとキャリアを一体で支える必要性が高まり、その解決策としてWhodo整場を開発しました。

Whodo整場は、4つのコンテンツを企業の取組みステージに応じて組み合わせ、段階的に職場の風土づくりに伴走する点が特長です。「お互いさま」の意識と心理的安全性の高い企業文化の醸成を重視し、当事者だけでなく上司・同僚・経営層を含めた全社アプローチを行います。

開発にあたり、企業側のニーズを捉えるまでに多くの対話と事例の蓄積を要しました。公平性が求められる福利厚生ではなく、3～5年の伴走支援プロ

グラムとすることで、企業側の導入ハードルを下げる工夫などを行いました。結果として、男性従業員比率が高く、多様な人材が活躍できる企業への改革を目指す企業に導入いただく事例も多く、試行錯誤を重ねてきたことに手応えを感じています。

今後も、不妊治療・プレコンセプションケアを起点に蓄積した知見を他のライフイベント領域にも展開し、社会課題そのものの縮小を目指しています。

Whodo整場のコンテンツ

組織診断レポート	各種セミナー
セルフチェック検査キット	オンライン相談窓口

オンライン相談窓口



導入いただいた お客さま企業からのお声

鹿島道路
鹿島道路株式会社
人事部 ご担当者様



Whodo整場にはオンライン相談窓口に加え、匿名でアンケートを実施できる機能や、セミナーの実施を通じて理解促進につなげられる仕組みがあります。また、専用サイト内のコンテンツの閲覧数等から社員の関心の変化を捉え、風土醸成の進捗を“見える化”できる点も心強いです。当社が抱える課題の解決に向けて有意義なプログラムであると感じております。

企業風土の醸成には、従業員の理解促進だけでなく、従業員を支える制度整備も不可欠であると考えています。今後は、従業員が抱える悩みや実情を把握し、それをさらなる制度改革へとつなげることで、「お互いさま」の気持ちを自然に共有できる環境整備を目指し、DE&Iおよび健康経営の推進に取り組んでまいります。



株式会社CIJ
総務人事部 ご担当者様



当社では、不妊治療に加え、妊娠・出産、育児・介護・病気などのライフイベントと仕事との両立支援や、社員の健康課題の改善等を目的に導入しました。

専門家による相談支援や情報提供を通じて、社員一人ひとりの状況に応じたきめ細かなサポートを実現するとともに、動画配信やリアルセミナーで日常的な学びの機会を提供し、相互理解を深める取組みとして活用しています。

Whodo整場を頼れる伴走者として、社員のニーズに応じた支援メニューを拡充し、エンゲージメントを高め、「ずっと働き続けたい」と思える会社の実現を目指してまいります。



スミセイWX

お客さま体験価値(CX)を高めるサービス提供

「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、お客さま一人ひとりに寄り添った体験価値(CX)の向上を重要テーマと位置づけています。今後もCXを起点に、お客さまから選ばれ続ける生命保険会社を目指していきます。

◆ お客さま体験価値(CX)の向上

お客さま一人ひとりに寄り添った体験価値(CX)の実現のため、全社横断組織を設置し、サービス向上に取り組んでいます。CX向上においては、「人ならではの価値」と「デジタルの活用による利便性」を両輪で高めることを重視しています。人の領域では、営業職員による定期的な「スミセイ未来応援活動」等を進めるとともに、デジタルでは、各種手続きの電子化や「スミセイ・デジタルコンシェルジュ」の展開により、時間や場所を問わずスムーズにご利用いただける環境を整備しています。

加えて、健康増進型保険「Vitality」を通じ、日常の行動そのものが前向きな体験となる仕組みを提供していくことで、人とデジタルを融合した新たなサービス提供を進めています。

これらの取り組みにより、お客さまからの推奨度やウェルビーイングの実感向上につなげるとともに、お客さまアンケートを起点に、各種データ分析を通じて課題を把握し、施策の立案・実行・検証を行うサイクルを回すことで、サービスの改善につなげていきます。

◆ スミセイ未来応援活動

ご加入いただいているお客さまに、営業職員による定期的な「スミセイ未来応援活動」を実施しています。

定期訪問では、お客さまに寄り添った対話やコンサルティングを通じて、ご加入内容をご理解いただくとともに、現在の保障が最適であるかの診断や、給付金等のご請求漏れがないかの確認、ライフイベントに伴う各種手続きの確認、各種サービスの情報提供を行っています。

これらの取り組みを通じて、お客さまが安心してご契約を継続していただけるよう努めていくことに加え、「また来てほしい」と価値を感じていただける機会の提供に取り組んでいます。

また、「スミセイ未来応援活動」とあわせて「スミセイ未来応援サービス」をご案内しています。定期訪問時のスミセイ・マイルの進呈や、お客さまとご家族のライフイベントをお祝いするライフステージギフトの提供などを通じて、お客さま一人ひとりに寄り添うアフターフォローの充実に取り組んでいます。

◆ スマートフォンアプリを活用した利便性向上

お客さまニーズや生活スタイルの多様化に対応し、利便性のさらなる向上を図るため、2024年度からお客さま向けスマートフォンアプリ「[スミセイ・デジタルコンシェルジュ](#)」を提供しています。2025年度末には、100万名を超えるお客さまにご利用いただいています。

生体認証機能を活用したログイン機能を備え、スミセイダイレクトサービス(インターネットサービス)を含む各種サービスをスムーズにご利用いただけます。保険商品の資料請求、保険プラン作成の依頼、契約申込までワンストップのお手続きに加え、加入後の保全手続・給付金請求等にも対応しています。

さらに、オンラインでの健康相談やセカンドオピニオンの相談予約など、契約者さま・被保険者さま・ご家族向けの様々な商品付帯サービスも本アプリからご利用いただけます。

今後も「いつでも繋がる総合窓口」として、お客さまに寄り添ったサービスの提供や搭載機能を拡充していきます。



スミセイWX

対談
企画

スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける



住友生命保険相互会社
執行役常務 WX本部長

堀 竜雄

公益財団法人 Well-being for Planet Earth 代表理事
住友生命ウェルビーイングアドバイザー

石川 善樹氏

住友生命は、2030年にありたい姿として「なくてはならない保険会社グループ」を掲げ、一人でも多くのお客さまにウェルビーイングの価値を届けるとともに、その価値をより確かな実感へとつなげていくことを目指しています。その鍵となるのが、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）と、ウェルビーイングの質を捉える二つの指標「スミセイ版健康寿命」と「ウェル

ビーイング実感」です。見えにくい価値をどのように測り、経営やサービスの進化につなげていくのか。WX本部長としてスミセイWXを担当する堀常務と、ウェルビーイングアドバイザーを務める石川善樹氏に伺います。

スミセイWX

対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける

量を拡げ、質を深める

ー 近年、ウェルビーイングを掲げる企業は増えています。ウェルビーイングを掲げることは、どのような意味があると感じますか。

石川氏: ウェルビーイングに資する取組み自体は、多くの企業がすでに何らかの形で行っています。では、あえてウェルビーイングを掲げる企業は何が違うのか。私は、何のために企業活動を行うのか、改めて本質に立ち返ろうとしている企業なのだと思います。

ウェルビーイングは新しい言葉で、最初は少し分かりにくい。だからこそ、「それは何か」「自分たちは何を指すのか」と問い直すきっかけになります。SDGsという言葉が広がったことで、従来の環境活動の意味を改めて考えるようになったのと同じです。あえて新しい言葉を使うことで、取組みの本質を見つめ直す。ウェルビーイングを掲げることは、そうした企業姿勢が表れているのだと思います。

堀: 住友生命にとって、ウェルビーイングへの貢献は、決して新しい言葉に合わせて始めた取組みではありません。私たちは、創業以来「社会公共の福祉に貢献する」ことを大切に、生命保険事業を通じて、お客さまの人生に長く寄り添ってきました。

一方で、時代とともに、お客さまの不安や課題は変化しています。経済的な備えを提供するだけでなく、健康増進や日々の暮らし、社会とのつながりまで含めて、一人ひとりの「よりよく生きる」に貢献していく必要があります。その考え方を具体的に示したものが、グループVision2030です。より多くの方にウェルビーイングの価値をお届けするため、2030年に目指すウェルビーイング価値提供顧客数2,000万名、Vitality会員数500万名という高い目標を掲げ、着実に歩みを進めています。

ー まずはウェルビーイングの価値を、より多くの方に届けていくということですね。そのうえで、なぜ今ウェルビーイングの「質」を可視化するのでしょうか。

堀: 「なくてはならない」存在になるために、単にお客さまの数を増やせばよいかといえば、そうではありません。お客さまが実際に価値を感じ、よりよく生きる実感を持てているか。そこを見なければ、私たちが目指すウェルビーイングへの貢献とは言えません。そこで、実際にお客さまの状態や実感を捉え、商品・サービスや顧客接点、社内の意思決定を変えていく事業変革「スミセイWX」を進めています( P.24)。

現在特に注力しているのが、ウェルビーイングを測る指標の開発です。一つは、客観的なフィジカル面を捉える「スミセイ版健康寿命」。もう一つは、お客さま自身がどのように感じているかを捉える「ウェルビーイング実感」です。これらの指標を通じて、お客さまの状態や変化を把握し、商品・サービスや接点を磨いていきます。測って終わりではなく、経営に組み込み、事業を変え、お客さまの実感や体験価値の向上につなげていくことが、スミセイWXの目的です。

ー 価値提供の質を高めるために、お客さまの状態や変化を捉えるところから進めていくということですね。社外アドバイザーの視点から、ウェルビーイングを測る住友生命の取組みをどのように見えていますか。

石川氏: 生命保険の歴史を紐解くと、この業界はそもそも生死を「測る」ことから始まっています。ある年に生まれた人々が何歳で亡くなるのかを、統計で捉える「生命表」から、近代的な生命保険の仕組みが生まれました。その後、単に生きているか、亡くなっているかだけではなく、生きている間の健康状態はどうか、健康の中にどのようなグラデーションがあるのか、という観点から、測定精度が高まってきました。

客観的な健康状態を捉える「健康寿命」や、本人が日々をどう感じ、どのように生きているのかを捉える「ウェルビーイング実感」は、その延長線上にあるものです。そこに生命保険会社が踏み込んでいくことは、人生に長く寄り添う事業の進化として、とても自然な流れだと思います。



健康寿命を、行動変容の起点に

ー ウェルビーイングの質を測る具体的な取組みの一つが、「スミセイ版健康寿命」です。企業や従業員にとって、どのような価値を提供するものなのでしょうか。

堀: 5つのウェルビーイング領域のうち、ファイナンシャルウェルビーイングは、保険の本業として長く取り組んできた領域です。経済的な備えや資産形成を支えることは、生命保険会社としての重要な役割です。そこにVitalityが加わったことで、フィジカルの領域、つまり健康増進を通じてリスクそのものを減らす価値も提供できるようになりました。その価値を拡げる中で、企業の健康経営や人的資本経営を後押しするサービスとして展開しているのが、「Vitality福利厚生タイプ」というサービスです。

導入いただいた一部企業を対象に、2026年2月から「スミセイ版健康寿命レポート」を先行して提供する取組みを始めています( P.35)。本レポートでは、従業員の健康状態を客観的・定量的に把握し、健康寿命の延伸に向けた優先課題や具体的なアクションを提示します。

健康診断結果や生活習慣に関するデータなどをもとに、企業単位で、従業員の健康寿命や健康課題を可視化することで、施策の効果が表れているかを確認できます。例えば、これまで健康施策が単発のイベントにとどまっていた企業でも、自社の健康課題が見えることで、どの層に、どのような働きかけを優先すべきかを議論できるようになります。従業員にとっても、会社から一律に健康づくりを求められるのではなく、自分自身の状態を知り、無理なく行動を変えていくきっかけになります。

スミセイWX

対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける

― 数字として示すことで、企業と従業員が「では何を変えるか」を考えるきっかけにする、ということですね。石川先生は、企業単位で健康寿命を捉える意義をどう考えますか。

石川氏: 企業における健康の捉え方は、大きく変わってきました。かつて健康は、職場環境や安全衛生という観点から、「管理」する対象でした。そこから、従業員の健康が生産性や組織の持続性にも関わるという認識が広がり、「健康経営」という考え方が生まれました。従業員の健康は、管理するものから、経営として投資するものへと変化してきたのです。

企業にとっては、「そもそも健康とは何か」「なぜ従業員の健康が大切なのか」という本質を改めて問い直すフェーズにあると言えるでしょう。「スミセイ版健康寿命」は、企業に新たな気づきをもたらす指標になるのではないのでしょうか。経営者にとっては自社の健康課題を具体的に考えるきっかけになり、従業員にとっては、やらされ感ではなく、自分自身のよりよい生活につながるものとして健康づくりに取り組む入口になる。健康経営をいま一度、本質に立ち返らせる有効なツールだと感じています。

堀: レポートを提供して終わるのではなく、健康増進やくらしを支えるサービス群である「WaaS (Well-being as a Service)」も、課題解消に向けた具体的なソリューションとして提案していきます。例えば、体重管理に課題がある企業であれば、その改善に向けた取組み

をご提案します。生活習慣の改善が必要であれば、Vitalityの仕組みや、当社グループが持つサービスを組み合わせて、改善に向けた提案をしていきます。

従業員一人ひとりの健康づくりを後押しし、行動変容につなげていく。その積み重ねを通じて、企業の健康経営や人的資本経営の高度化を支援することが、当社ならではの価値だと考えています。

スミセイ版健康寿命

健康診断結果・生活習慣等をもとに、
健康寿命の水準・課題を可視化する指標

主な対象	Vitality会員
算出・把握方法	Vitality総合チェック等のデータをもとに算出

“実感”が映し出す、一人ひとりの豊かさ

― さきほどの「スミセイ版健康寿命」に加えて、「ウェルビーイング実感」という指標を開発中ということですが、なぜ二つの指標が必要なのでしょう。

石川氏: 日本における「健康寿命」は、平均寿命という客観的なデータと、「日常生活で誰かの助けを必要とせずに自立して暮らしているか」という主観的な調査結果を、組み合わせた指標です。ただ、そこからさらに考えるべきことがあります。誰の助けも借りずに生活できていれば、それだけで本当に幸せなのか、という問いです。自立して生活していても、孤独や不安を抱えている方はいます。一方で、病気や障がいがあったり、誰かの助けを借りながら生活していたりしても、生き生きと暮らしている方もたくさんいます。健康寿命だけでは、こうした「プラス側」の人生の豊かさを十分に捉えきれません。

― 自立して生活できているかだけでは、その人がよりよく生きていると感じているかまでは分からない、ということですね。

石川氏: そうです。「ウェルビーイング実感」を測ることは、本人が自らの人生や日常をどう感じているかを見ることです。平均寿命・健康寿命に加えて、実感という視点が入ることで、長い人生をより希望を持って歩むための手がかりが得られます。

堀: 客観的に幸せに見えることと、本人が幸せと感じていることは同じではありません。主観的な状態を捉えるためには、アンケート調査などを通じてお客さまご自身の実感を伺う必要がありますが、そこには難しさもあります。さまざまな切り口からお客さまにお聞きし、どのように「ウェルビーイング実感」を捉えるのか、試行錯誤を重ねています。

― 堀常務は、「ウェルビーイング実感」をどのように事業へ活かしていこうと考えていますか。

堀: 主観的な指標である「ウェルビーイング実感」は、お客さまに「昨年より数値が上がりました」とお示しすることが、必ずしも価値になるとは限りません。私たちが重視しているのは、「ウェルビーイング実感」の測定を、顧客体験価値の向上につなげることです。

たとえば、あるサービスを利用したお客さまの実感が高まっているのであれば、その価値をさらに磨く。一方で、利用していても実感につなげていないのであれば、接点のあり方や説明の仕方、サービス内容を見直す。測定結果を商品・サービスや接点の改善に活かし、必要であれば会社の仕組みやリソース配分も見直していくことで、改善の循環につなげていく。そこまで踏み込んでこそ、トランスフォーメーション(事業変革)になると考えています。

石川氏: 「ウェルビーイング実感」という主観的な指標を考えるうえでは、どの時間軸で捉えるかも重要です。今の瞬間に幸せを感じられることと、10年後に振り返ってよかったと思えることは、必ずしも同じではありません。

▶ 先行提供している「スミセイ版健康寿命レポート」
(画像はイメージ)

スミセイWX

対談企画 スミセイWXで進める「質」の可視化 見えない価値を、測り、磨き、届け続ける

石川氏:アドバイザーとして私が感じているのは、住友生命の「時間軸」の強みです。測定ができて、ウェルビーイングを高める具体的なサービスにつながらなければ、測定の意義が十分に発揮されません。お客さまの一生という長期の時間軸を得意とする生命保険会社だからこそ、長い人生にわたって寄り添えるということは大きな意味があると思います。

ウェルビーイング実感は、まだ開発途上です。住友生命をはじめ、今後具体的な測定や関連サービスが出てくることで、健康寿命のように社会に根づき、発展していくことを期待しています。



ウェルビーイング実感

お客さまの人生や日常に対する実感を捉え、
当社の取組みによる貢献度等を把握する指標

主な対象	ウェルビーイング価値提供顧客 (保険顧客から段階的に拡大)
算出・把握方法	お客さま向けアンケート等により把握

測ることを起点に、未来の価値提供へ

ー ここまで、ウェルビーイングの「質」をどう測り、価値提供に活かしていくかを伺ってきました。その取組みは、今後どのような拡がりを持つのでしょうか。

石川氏:ウェルビーイングを測ることは、単に数値を管理することではありません。何を大切に、何をよりよくしていくのかを、企業とお客さま、社会との間で共有するための共通言語を持つことだと思います。

ウェルビーイングという言葉は、時代とともに変わるかもしれませんが。しかし大切なのは、その奥にある「一人ひとりの人生や社会を、どうよりよくしていくのか」という本質に向き合い続けることです。住友生命には、測定や指標づくりにとどまらず、その結果を日々のサービスやお客さまとの関係の中で活かし続けてほしいと思います。

堀:まさにその通りで、測ることはゴールではなく、価値提供を進化させるための出発点です。「スミセイ版健康寿命レポート」を通じて企業や従業員の健康課題を捉え、「ウェルビーイング実感」の測定・分析を通じて、お客さまが実際に価値を感じているかを把握する。そして、その結果を商品・サービスや接点の改善に活かし、顧客体験価値の向上につなげていくことが重要だと考えています。

ー 一人ひとりへの価値提供を磨いていく。その積み重ねを、住友生命としてどのように捉えていくのでしょうか。

堀:「スミセイ版健康寿命」や「ウェルビーイング実感」は、お客さまや企業に対して、私たちがどのような価値をお届けできているかを捉えるための指標です。一方で、その積み重ねは、企業や地域、社会との関係の中でも意味を持つものだと考えています。

私たちは、ステークホルダーと共に生み出すウェルビーイングの価値を「ウェルビーイング共創価値」と位置づけています( P.13)。経済的価値だけでは捉えきれない社会的価値として、まずは健康増進分野から定量化を進め、取組みが人や社会にどのような変化を生み出しているのかを捉えていきます。

こうした価値を測ることも、単に数字として示すためではありません。社会にとって意味ある価値をさらに高め、よりよい価値提供へつなげていくための取組みだと考えています。

石川氏:企業活動が人や社会のウェルビーイングにどのようにつながっているのかを考えることは、これからの企業経営にとって大きな

意味があります。財務的な成果だけでなく、人や社会にどのような変化を生み出しているのか。その価値が見えるになれば、企業が社会に果たしている役割や存在意義が、より分かりやすく伝わっていくのではないのでしょうか。

特に住友生命は、生命保険会社として一人ひとりの人生に長く寄り添う存在であると同時に、相互会社として、中長期の視点でお客さまや社会に向き合えることも強みです。だからこそ、ウェルビーイングの質を測り、価値提供を磨き、その先にある社会価値を捉えていく取組みには、大きな可能性があると思います。

堀:私たちが目指しているのは、「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』」です。ウェルビーイングは幅広く、ときに抽象的な概念です。だからこそ、具体的に測定し、改善していくことが欠かせません。

「スミセイ版健康寿命レポート」の展開や、「ウェルビーイング実感」の測定・分析は、そのための重要な起点です。測り、気づき、改善し、よりよい体験としてお届けしていく。その循環を重ねることで、お客さま一人ひとりに寄り添う価値を高めるとともに、企業や地域、社会と共に生み出す価値へと上げていく。それは、万が一への備えにとどまらず、人生や社会に安心の価値を上げていく「拡・保険」にもつながるものです( P.12)。

スミセイWXを通じて、ウェルビーイングの価値を測り、磨き、住友生命ならではの体験としてお届けしていく。その積み重ねによって、お客さま一人ひとりの「よりよく生きる」に、これからも長く寄り添っていきます。





資産運用

安定的な収益確保と確実な保険金等のお支払いの実現を図るため、健全な財務基盤の確保を前提として、資産運用ポートフォリオの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、責任ある機関投資家として、資産運用全体を責任投資と位置づけ、社会的価値・経済的価値の創出を積極的に推進しています。

◆ 基本方針と取組みの方向性

契約期間が長期にわたる生命保険契約の負債特性に応じ、資産を管理するALM(資産負債の総合的な管理)の推進を基本方針として、安定的な収益確保と確実な保険金等のお支払いの実現を図るため、長期の公社債や貸付金などの安全性の高い資産を中心とした投資を行います。さらに、許容されるリスクの範囲内で収益の上乗せを図るため、株式や外国債券などへの投資を行います。

こうした方針のもと、資産運用ポートフォリオを保険金等の確実な支払いに資することを目的とした「ALM運用ポートフォリオ」と、企業価値の持続的向上を目的とした「バランス運用ポートフォリオ」の2つに区分し、それぞれの運用目的に応じて「資産運用収益力向上」と「リスクコントロールの強化」を推進しています。また、責任ある機関投資家として、中長期の安定的な運用収益の確保と持続可能な社会の実現への貢献の両立を目指しています。

「収益力向上」「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	責任 投資	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／クレジット資産／不動産		内外株式／オープン外債／為替ヘッジ付外債

◆ 環境認識と今後の取組み

2025年度は、国内長期金利が大きく上昇する一方、円安基調が続き、内外株式は企業業績拡大期待等を背景に上昇しました。今後は、国内金利は上昇圧力を受けつつ高止まり、為替は円安圧力が残りやすい一方、堅調な企業業績を背景に内外株式は底堅い展開を見込みますが、地政学リスク等の高まりには引き続き注意が必要です。

今後の取組みとしては、2025年度に引き続き、ALM運用ポートフォリオでは、為替変動リスクを排除しつつ米国事業債の厚いスプレッドを享受できる通貨スワップ付外貨建事業債や、為替ヘッジコストの変動の影響を受けにくい変動金利のクレジット資産の活用を進め、市況変動の影響の抑制と収益力向上を図ります。

バランス運用ポートフォリオでは、機動的な運用を行い、収益向上を図ります。

◆ グループでの運用力向上

当社は2022年以降、米国グループ会社であるSymetra Investment Management Company (SIM) へ、海外社債やバンクローン、ミドルマーケットCLO(ローン担保証券)の運用を委託しています。特に海外社債の運用についてはSIMへ全面委託し(委託規模:約3.7兆円)、個別銘柄の分析能力向上と投資対象銘柄の拡大を進めることで、資産運用収益力向上とリスクコントロール強化を図っています。

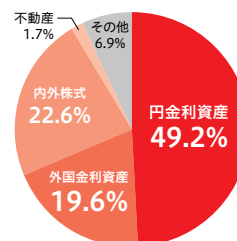
また、当社からSIMに人財を派遣し(運用委託開始以降計15名)、日米両社の知見・リソースを活用することで、当社の運用高度化を実現するとともに、国際的な経験と専門性を備えた人財の育成を通じて、グループ全体の持続的な運用力向上や更なるグループシナジーの創出に貢献していきます。

▶ SIMに出向・駐在中の職員



▶ 一般勘定資産の構成比

(単体・2025年度末時点)



資産運用 | 責任投資の推進

◆ 資産運用立国実現に向けた取組み

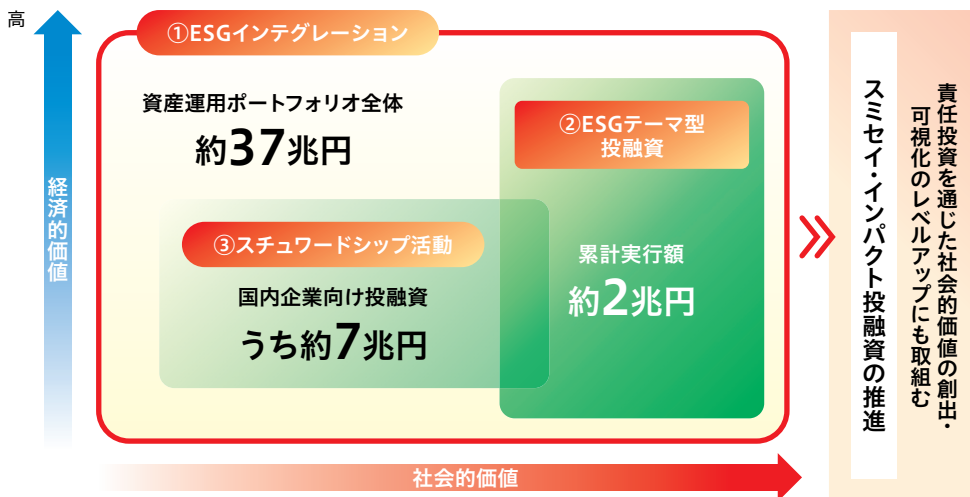
お客さまの資産形成に資する魅力のある商品を提供するための資産運用力の向上に取り組むとともに、多様な資産への投資や責任投資を推進することで、経済の好循環実現とウェルビーイング価値の提供を目指します。

◆ 責任投資の推進

一人でも多くの方にウェルビーイング価値を提供し、そして、その価値を高めていくためには基盤となるサステナブルな地球・社会の実現が重要です。その実現に向け、資産運用ポートフォリオ全体で責任投資を推進し、社会的価値および経済的価値の創出・向上に取り組んでいます。具体的には、主にESGインテグレーション^{※1}、ESGテーマ型投融資、スチュワードシップ活動に取り組んでいます。

責任投資を通じて、日本の産業競争力強化に繋がるGX、インフラ等の政府戦略分野への資金提供を行うとともに、投融資先企業との建設的な対話を通じて中長期的な企業価値向上を促していくことで、資産運用立国実現による経済全体の成長や持続可能な社会の実現への貢献にも繋がるものと考えています。

※1 投融資判断等において、ESG要素を体系的に考慮すること。



経済の好循環実現とウェルビーイング価値の提供



①商品・サービスの提供
魅力的な商品提供によるお客さまの
ファイナンシャルウェルビーイングへの貢献

②資産運用力向上の取組み
新興資産運用会社の発掘など
多様な資産への投資、責任投資の推進

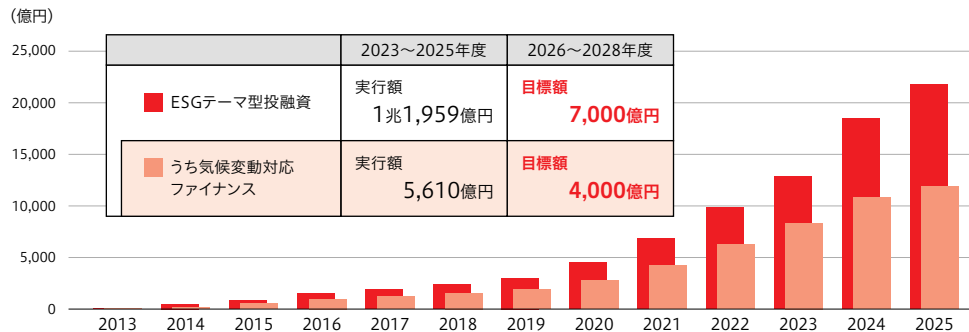
③金融リテラシー向上への貢献

● ESGテーマ型投融資

社会課題の解決に貢献する投融資を「ESGテーマ型投融資」と位置付け、目標額を設定し、気候変動、ヘルスケア、人的資本、インフラ投資を重点領域として投融資を推進していきます。世界共通で喫緊の重要課題である気候変動対応については、個別の目標額を設定し、脱炭素社会の実現に向けて企業のGHG排出削減を支援するトランジション・ファイナンスに積極的に取り組んでいます。

今後は、気候変動領域に加え、サステナビリティ重要項目の「健康寿命の延伸」に繋がるヘルスケア領域の案件発掘にも注力していきながら、さらなる社会的価値の創出と可視化に向けて、スミセイ・インパクト投融資を推進していきます。

▶ ESGテーマ型投融資の累計実行額の状況(2026年3月末時点)



スミセイ・インパクト投融資

ESGテーマ型投融資のうち、インパクト^{※2}創出の意図があり、インパクトの測定・開示が行われている案件(将来的なインパクトを見込む投融資も含む)

※2 投融資が環境・社会・経済に与える影響・効果のこと。

資産運用 | 責任投資の推進

◆ 責任投資の推進

● スチュワードシップ活動

企業の持続的成長は、健康で安心して暮らせる社会・環境を支える商品・サービスやインフラの充実、働く人々の賃金・やりがいの向上、さらに地域コミュニティの活性化や地方創生を支える資金循環の拡充に繋がります。このような好循環は、一人ひとりのウェルビーイングを支える社会・経済基盤の強化に寄与するものと考えています。この認識のもと、投融資先企業との建設的な対話および議決権行使を通じて、中長期的な企業価値の向上と持続的な成長の実現を後押しするスチュワードシップ活動を推進しています。

対話の基本的な考え方

投融資先企業ごとに事業環境や成長ステージ、抱える課題は異なるため、対話では個別の企業分析に基づいて、投資家としての問題意識や要望をお伝えしながら、重要テーマを深掘りしていくことを基本姿勢としています。

また、企業の持続的成長および中長期的な価値向上には、社会・環境の持続可能性が不可欠であり、企業が短期的な利益の追求にとどまらず、重要なサステナビリティ課題について、自社への影響と社会・環境への影響の両面を把握し、目標設定や情報開示、経営資源の適切な配分を進めることが重要と考えています。

▶ 対話の主なテーマ・視点

経営戦略・資本戦略	- 経営理念・パーパス等の設定と社内浸透 - マテリアリティの選定および事業ポートフォリオ戦略
ガバナンス	- 取締役会機能の明確化（監督機能と執行機能のバランス等） - 社外取締役の機能発揮 - 取締役のスキルマトリクス、取締役会の多様性 等
環境社会	- 気候変動対応と経営戦略との結び付き - GHG排出量削減への取組み、自然・生物多様性保全への取組み - サプライチェーンの人権・労働環境問題への取組み - DE&Iを含む人的資本経営の推進 等

▶ 対話数

年度（7月～翌年6月）	2020	2021	2022	2023	2024
企業価値向上のための対話	105	119	143	119	99
議決権行使のための対話	170	175	139	136	120

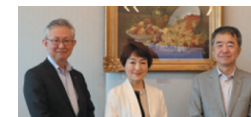
※スチュワードシップ活動の詳細につきましては、[責任投資活動報告書](#)もご参照ください。



● 社外視点を交えた責任投資のレベルアップ

責任投資委員会

責任投資委員会は、委員の過半を社外有識者で構成し、議決権行使の妥当性や利益相反管理をはじめ、責任投資活動全般を幅広く審議しています。審議内容は、責任投資の透明性・実効性向上や活動全般のレベルアップに活用しています。



左から
三浦委員長、金野委員、國部委員

▶ 責任投資委員会メンバー

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
藤村俊雄 委員	住友生命執行役常務（資産運用部門担当）	社内

▶ 意見交換のテーマ例

2024年度	企業の競争力発揮（稼ぐ力）に向けた取締役会の役割 責任投資活動における情報開示の課題
2025年度	中長期的な責任投資活動の振返りと今後の方向性 社会的価値創出と企業価値向上との連動



▶ 責任投資委員会での議論が対話のレベルアップに繋がった事例

【テーマ】取締役会の実効性向上

- ・社外取締役も積極的に取締役会のアジェンダ設定に関与することが望ましい。
- ・日本では執行サイドが市場拡大に向けた大胆なリスクテイクを行うケースが少なく、経営陣に適切なリスクテイクを促すことも社外取締役の役割の一つ。
- ・女性取締役比率など定量的指標にとどまらず、経営戦略の文脈で各取締役の選任理由等についても対話で深掘りすることが重要。

取締役会の実効性改善に向けた対話ポイント集を策定して対話に活用



SPOTLIGHT ウェルビーイング価値共創の取組み #5

責任投資を通じたウェルビーイング価値の創出

住友生命では、投融資先との対話と企業へのファイナンスを通じて、中長期の安定的な運用収益の確保と、持続可能な社会の実現との両立を目指しています。責任投資を通じて、気候変動、ヘルスケア、人的資本、インフラ投資の各領域を中心に、ウェルビーイングの基盤づくりに取り組んでいます。

エンゲージメント活動

バランスファンド運用部
石井 次長



投資先企業と継続的に対話し、経営戦略やガバナンス、人的資本、気候変動対応などの改善を後押しする取組みです。

企業との対話(エンゲージメント)を通じて生まれた具体的な変化や効果について教えてください。

形式的なガバナンス対応や短期的な業績改善の要請にとどまらず、投資先企業が中長期的に企業価値を最大化していくための方策を「ともに考える」ことを大切にしています。具体的には、資本収益性(ROE・ROIC)や市場評価(PBR)、成長戦略上の課題を抱える企業に対し、事業ポートフォリオの見直し、最適な資本配分、人財戦略、取締役会の実効性向上、気候変動対応など、「稼ぐ力」と「持続的成長」に直結するテーマについて経営層と継続的に議論しています。対話の成果は直ちに数字に表れるものばかりではありませんが、企業側の課題認識の明確化、非財務情報開示

の充実、具体的な経営戦略への反映など、本質的な変革に向けた前進を実感することができます。今後も、対話の準備・実行・評価・次期アクションへの反映というPDCAを徹底し、実効性を高めていきます。

今後の企業との対話において、特にどのような点を強化し、ウェルビーイングの向上につなげていきたいと考えていますか。

「稼ぐ力(経済的価値)」と「社会的価値」を切り離すことなく、経営戦略の根幹として一体で対話していく点です。真のウェルビーイング実現には、個人の健康や経済的安定に加え、社会や地球環境の持続可能性が不可欠です。従って、資本効率やガバナンスに加え、人的資本、DE&I、人権、気候変動、自然資本・生物多様性への対応を重要な経営課題として位置づけます。特に人的資本やDE&Iは、「住友生命グループVision2030」において「人財の活性化、エンゲージメントの向上」をウェルビーイング貢献領域の一つとして掲げているように、従業員の働きがいやイノベーション創出につながる重要テーマです。経営層との対話を通じて、投資先企業の価値創造と社会全体のウェルビーイング向上に貢献していきます。

インフラ・エクイティファンド投資

ALM証券運用部
松下 副長



エネルギーや輸送・通信などのインフラ事業に対し、主に未上場企業を通じて資金を供給する投資です。持続可能な社会の実現や社会課題の解決に直結する投資であることから、ポジティブ・インパクトと運用収益の両立を目指し積極的に推進しています。

投資先を選定する際、どのような点を重視していますか。

インフラ・エクイティファンド投資においては、期待されるリターン水準感だけでなく、投資先が社会・環境にとっていかに重要な役割を果たしているか、またどのようなポジティブ・インパクトを創出可能かという点を重視し

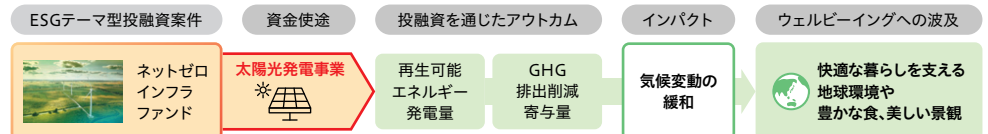
ています。その上で、当社と親和性の高い一貫した投資哲学が浸透している運用会社のファンドを選択しています。

ウェルビーイング創出のために、どのような領域やテーマに重点的に取り組んでいきたいですか。

今後は、脱炭素社会への移行や、社会インフラ・デジタルインフラの高度化といった領域に重点的に取り組んでいきたいと考えています。例えば、再生可能エネルギーへの投資は気候変動対応に、データセンターや通信インフラへの投資はデジタル社会の発展に、交通や上下水道等への投資は安心・安全で持続可能な生活基盤の確保に寄与すると認識しています。

これらの分野は、人々の生活の質の改善や経済活動の基盤強化を通じてウェルビーイング価値の向上につながるものであり、今後もこうした領域への投資を通じて、持続的にウェルビーイングを創出する社会基盤の強化に貢献していきます。

ESGテーマ型投融資のウェルビーイングへの貢献例



写真提供: IFMインベスターズ



海外事業

グループ中期経営計画2028では、海外事業を「グループを支える成長事業」と位置づけ、海外生保市場の収益性・成長性を取り込むことを目的として、北米・アジアを軸に海外事業を展開しています。海外出資先との長期的なパートナーシップを構築し、各社の企業価値向上を通じて収益基盤の拡充を図るとともに、協働して「保険を通じた安心」等を提供していくことで、グループ全体でグローバルにウェルビーイングの価値提供を広げていきます。

◆ 海外事業の取組方針

少子高齢化や人口減少等の環境変化を踏まえ、当社が長期にわたり安定的に事業を運営していくためには、収益基盤を拡充していくことが重要です。そこで、規模・成長性の観点から優位性が見込まれる北米・アジアを軸に、海外事業を展開しています。海外市場の収益性・成長性を取り込むことで、グループの収益基盤を拡充するとともに、事業ポートフォリオの地域的分散を図っています。

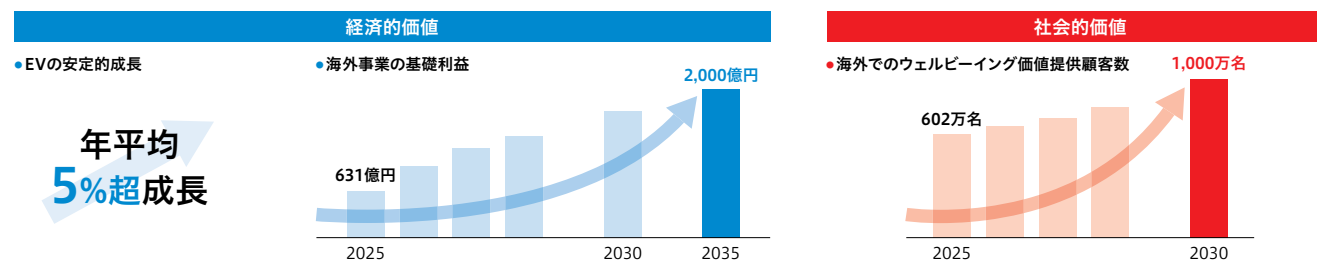
北米では、2016年にシメトラを完全子会社化し、安定的な収益基盤の維持・拡大に取り組んでいます。株価や金利等の市場環境や経済情勢を踏まえ、持続的な成長に向けた取組みを推進するとともに、シメトラの投資顧問子会社であるシメトラ・インベストメント・マネジメント・カンパニーを通じた資産運用分野における当社との協働（P.45）など、グループシナジーの発揮に向けた取組みを継続しています。

アジアでは、2024年に完全子会社化したシングライフを中心に、成長性の高い市場における事業展開を進めています。シングライフが有するデジタル・テクノロジーを活用したビジネスモデルや、多様な販売チャネル・金融ソリューションの強みを活かし、顧客基盤の拡大と収益向上に取り組んでいます。また出資先のバオベトHD、BNIライフ、PICC生命についても、経営への参画、技術援助、人材交流等を通じて、各社の企業価値の向上を図っています。

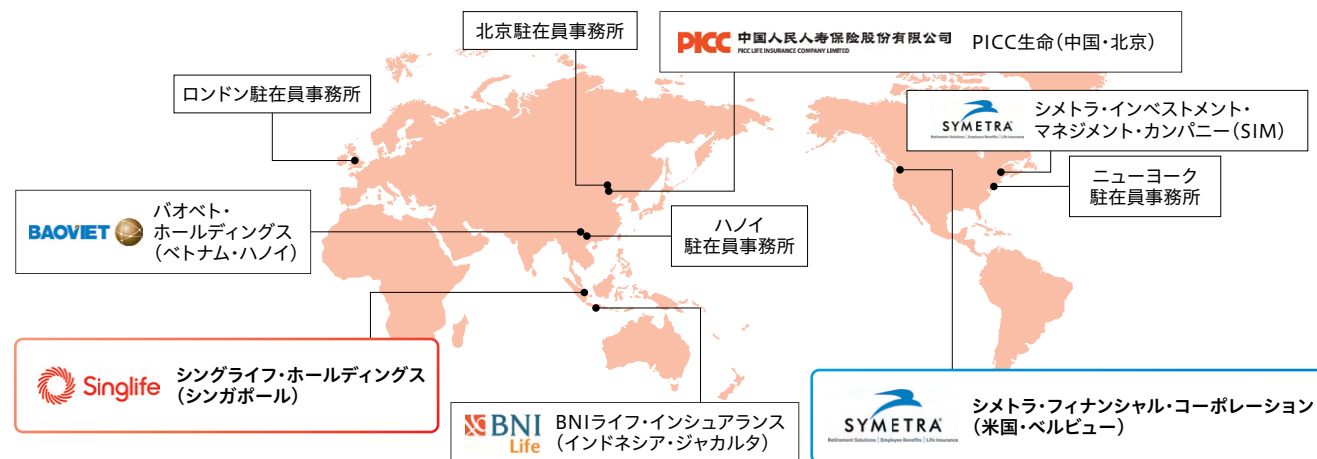
さらに、商品・サービス、資産運用、デジタル・テクノロジー等の分野で連携を深め、グループシナジーの発揮に向けた取組みを進めています。こうした既存の出資先における企業価値向上に向けた取組みに加え、新規M&Aについても引き続き検討していきます。

◆ 海外事業の長期的目標

海外事業の長期的目標として、EVの安定的な5%超の成長と基礎利益 2000億円（2035年度）の実現を目指します。またグループVision2030で目指す「ありたい姿」実現のため、海外でのウェルビーイング価値提供顧客数の目標を1000万名（2030年）と設定し、取組みを進めています。



▶ 海外進出先（2026年4月現在）



海外事業

シメトラ(米国)



シメトラは、1957年設立の生命保険グループであり、米国50州およびコロンビア特別区全域で事業を展開しています。個人年金部門・企業保険部門・個人保険部門の3事業を通じたパランスの取れた事業ポートフォリオによる安定した収益性と、保守的な資産運用方針等に基づく高い健全性を有しています。

◆ CEOメッセージ



シメトラ
マーガレット・マイスターCEO

Margaret Meister
(President and
Chief Executive Officer)

シメトラは2016年に住友生命グループの一員となって以来、強固なパートナーシップのもとで、着実な事業成長を続けてきました。さらに地域社会で果たす役割の重要性を理解し、業界での存在感を高めるため、意欲的な成長目標を掲げています。

2030年を見据えたシメトラの新たな中長期戦略ビジョン“Symetra Empowers 2030”では、“お客さまを金銭的不安から解放し、ウェルビーイングの実現を支える”という住友生命グループと共通の理念のもと、グループに不可欠な存在となるための変革を進めていきます。2025年に買収したディアボーン生命の団体生命・就業不能保険事業の統合に加えて、新商品の開発や、強力なパートナーシップ維持、お客さまや販売パートナーに利用いただけるデジタルサービスの拡充にも取り組んでいきます。こうした変革と成長の中においても、「価値(Value)・透明性(Transparency)・持続可能性(Sustainability)」というお客さま本位の姿勢は変わりません。

今後も住友生命やシングライフとの連携を深め、資産運用や再保険分野を含むシナジー創出を通じて、グループの持続的成長とお客さまのウェルビーイング実現に貢献していきます。

◆ 戦略ビジョン “Symetra Empowers 2030”

2026年4月に新たな中長期戦略である“Symetra Empowers 2030”を策定しました。6つの柱(お客さま、パートナー、従業員、コミュニティ、未来、インクルージョン)を基盤に、シメトラが目指す将来像と中長期的な成長の方向性を示し、より多くの人々が経済的自由を享受できる世界の実現を目指しています。



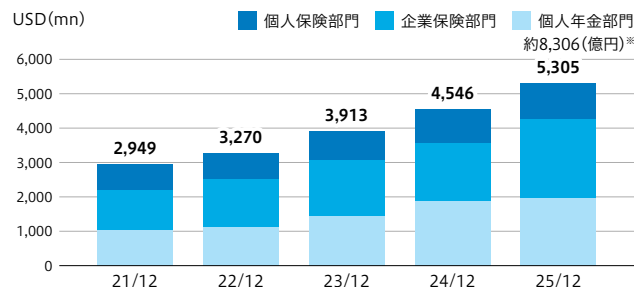
ビジョン

金融商品を通じてより多くの人々が金銭的不安から解放される世の中を実現する

▶ 会社概要(2025年12月時点)

名称	Symetra Financial Corporation
出資比率	当社100%(2016年2月 完全子会社化)
取締役	独立:7名/非独立:1名/当社:6名
従業員(連結)	約3,200名
総資産(連結)	77,864百万米ドル(約12.1兆円)*
総収入(連結)	5,456百万米ドル(約8,542億円)*

▶ 経常収益の状況



※1USD=156.56円(2025年12月末時点)。

現地
駐在員レポート

シメトラ
松原 駐在員



シメトラの企業文化と駐在員としての役割

シメトラは、「価値・透明性・持続可能性(VTS)」の経営理念のもと、より多くのお客さまに経済的自由をお届けすることを目指し事業を展開しています。この経営理念は各事業運営で徹底されており、例えば、お客さまや販売パートナーとのやり取りではシンプルかつ一貫性があることが重視され、その透明性が高く評価されています。相手視点に立った対応は、対従業員でも貫かれています。直近で実施されたディアボーン生命の事業買収でもPeople Firstの考えに基づく対応が徹底され、移籍した従業員から感謝の声が非常に多く聞かれました。

派遣駐在員は、親会社の住友生命と円滑に連携し、シメトラの事業推進・企業価値向上を図ることが求められています。日米間の文化的相違等から思わぬ認識齟齬等が生じることもありますが、日本での対応以上に丁寧な意思疎通を図り、一つ一つ問題解決を図ることを心がけています。



海外事業

シングライフ(シンガポール) Singlife

シングライフは、2017年の創業当初からデジタルを活用したビジネスモデルに強みを持ち、生命保険、損害保険に加えて、資産運用サービスも含めた総合的な金融ソリューションサービスを多様な販売チャネルを通じて展開しています。2024年3月に当社の完全子会社となった同社はシンガポール市場平均を上回る成長を続けており、2025年度の新契約販売はシンガポールにおいて業界5位の実績となっています。

◆ CEOメッセージ



シングライフ
パーリン・ファウCEO

Pearlyn Phau
(Executive Director &
Group Chief Executive Officer)

2025年は、シングライフが住友生命グループの一員となって初めて通年で過ごした年となりました。共通のグループビジョンのもと、各地域に根差した事業運営を推進し、財務目標を着実に達成するとともに、収益性とレジリエンスを兼ね備えた企業への変革を進めてまいりました。

シンガポールは2026年に「超高齢社会」へ突入し、お客さまのニーズは保障、資産形成、老後準備、長期介護、メンタルウェルネス、そしてサステナビリティへとシフトしています。そのため、中核となるファイナンシャル・アドバイザーを通じた保障重視のビジネスの成長を加速させるとともに、準富裕層および富裕層の顧客に向けた商品・サービスを拡充し、保険と投資を統合したソリューションを通じて、顧客価値の最大化へ取り組みます。また、テクノロジー基盤の強化を継続し、組織全体にAIの活用を深化させることで、さらなる成長の実現を目指します。

当社の中期経営計画のもと、シングライフはシンガポールでトップ3の保険会社の一つとなるとともに、住友生命グループのアジア太平洋地域の成長エンジンとなることを目指しています。今後も住友生命グループとともに、強固で持続可能な事業基盤を築き、地域のお客さまへ安心とウェルビーイングを届け続けます。

◆ 戦略ビジョン “A Better Way to Financial Freedom”

シングライフは、「A Better Way to Financial Freedom」をパーパスに掲げています。デジタル・テクノロジー分野での強みを活用しながら、アジアにおける顧客のファイナンシャル・ウェルビーイング実現に貢献するため、シンガポールに加えて、フィリピンにおいても事業を展開しています。

ミッション

ビジョン

STRATEGY HOUSE 2.0

A Better Way to Financial Freedom

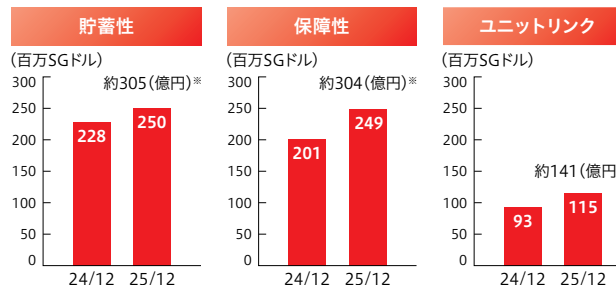
顧客が経済的自由を得るための、より良い手段を提供する

アジアにおける顧客とコミュニティへのファイナンシャル・ウェルビーイング実現への貢献
高度なテクノロジーを持つファイナンシャル・サービス会社を目指す

▶ 会社概要(2025年12月時点)

名称	Singapore Life Holdings Pte. Ltd.
出資比率	当社100%(2024年3月 完全子会社化)
取締役	独立:5名/非独立:1名/当社:3名
従業員数(連結)	約2,000名
総資産(連結)	19,894百万シンガポールドル(約2.4兆円)*
総収入保険料(連結)	5,353百万シンガポールドル(約6,519億円)*

▶ 新契約の状況(新契約年換算保険料)



※1SGドル=121.78円(2025年12月末時点)。

現地 駐在員レポート

シングライフ
山本 駐在員

シングライフとの協働深化に向けた現地での挑戦

シングライフの子会社化後、PMI(買収後の協働体制づくり)を主なミッションとしてシンガポールに赴任してから、2年が経過しました。初めての海外赴任であり、当初は言語や企業文化の違いに戸惑う場面もありましたが、現地役職員との対話を重ねるなかで、相互理解を深め、信頼関係の構築に努めてきました。

多様な価値観が共存し、変化のスピードが速いシンガポールにおいて、シングライフが常に新たな挑戦を続ける姿勢から多くを学びました。また、異なる文化や考え方を尊重しながら、一つの目標に向けて協働することの重要性を改めて実感しています。

シングライフも含めたグループ中期経営計画2028の策定などを通じ、PMIは協働の基盤づくりという面で一つの節目を迎えました。今後は、シングライフとの関係をさらに深化させるとともに、両社の知見や強みを結び付け、グループシナジーの創出に取り組んでいきます。

海外事業

◆ グループシナジーの発揮に向けた取組み ～3Sサミット～

2024年以降、シメトラおよびシングライフと当社の3社で「3Sサミット※」を開催しています。本サミットでは、グループVision2030の実現に向け、各社のCEO・CFOをはじめとする主要メンバーがビジョンや戦略を共有し、グループ全体の企業価値向上に向けた取組みについて議論しています。

2025年度のサミットでは、グループとして提供する価値・理念や、2026年度以降の各社の取組みの方向性を共有するとともに、更なるグループシナジーの発揮に向けた領域について議論しました。また、今後の協働の基盤となる「共通のビジョンと戦略的な協力に向けた共同声明」をとりまとめています。この共同声明のもと、各社の強みと経験を活かしながら、グループの企業価値向上と持続可能な成長の実現に向けて、協働して取り組んでいきます。

※「3Sサミット」：3社の社名が“S”から始まることにちなんだ呼称。

◆ 海外事業(ベトナム・インドネシア・中国)



ベトナム最大手の保険・金融グループであるバオベトHDは、傘下に、生命保険、損害保険のほか、証券会社、アセット・マネジメント会社等を保有し、2025年の生命保険の収入保険料は第1位となっています。同社へ取締役を派遣し、生命保険事業を中心とした技術援助を行っています。

出資比率:22.08%



インドネシアの大手国営商業銀行であるバンク・ネガラ・インドネシアの生命保険子会社であるBNIライフは、同銀行の支店網を活用した銀行窓販をはじめ営業職員、従業員福利厚生などの各販売チャネルを有し、2025年の収入保険料は同国の生命保険会社58社中第8位となっています。同社へ取締役・監査役を含む役職員を派遣し、銀行窓販、団体保険、リスク管理などの技術援助を行っています。

出資比率:39.99%



PICC生命は、約8万人の保険代理人（営業職員）や銀行窓販などによるマルチチャネル戦略を進めて順調に業容を拡大しており、2025年の収入保険料は、同国の生命保険会社91社中第8位となっています。同社へは取締役の派遣等を通じ経営に参画しています。

出資比率:10.00%



パネルディスカッションの様式



共同声明を掲げる3社トップ

◆ グローバル人材育成の取組み

当社の海外事業を推進していくうえで、各出資先における経営陣や職員との連携や国内での出資先の経営管理、シナジー創出に向けた取組みなど、多様な場面でグローバル人材が重要な役割を担っています。

これらの職務では、語学力に加え、グローバルな視野、高度なコミュニケーションスキル、リーダーシップなどが求められるため、計画的に人材育成の取組みを進めています。具体的には、海外留学や出資先への派遣（駐在員・トレーニー）、海外ビジネススクール派遣のほか、国内における研修プログラムを実施しており、2021年以降、累計105名が研修を受講し、うち21名を海外へ派遣しています。



国内での研修プログラムNext Global Leaders Trainingの様式

◆ IAIG(国際的に活動する保険グループ)としての内部統制システムの更なる高度化

当社グループは、海外事業を含む全体の経営管理・内部統制の高度化に主体的に取り組んでおり、各分野で共通課題への対応やベストプラクティスの共有を進めています。

2026年度には、シメトラ・シングライフ幹部向けに3社会議を開催し、コンプライアンス、リスク管理、内部監査、サイバーセキュリティの分野で知見共有を図る予定です。また、こうした取組みに関連して、金融庁およびシメトラ・シングライフの監督当局とは、必要に応じて適切に対話をを行い、グループとしての状況や課題認識を共有しています。



2025年度に実施したサイバーセキュリティをテーマとした3社会議



財務・資本政策

経済価値ベースの新資本規制の導入も踏まえ、ERM経営の更なる高度化や事業への戦略的な活用に取り組みます。「リスク」、「リターン」、「資本」の三者のバランスを踏まえた一体管理を通じ、企業価値の持続的な向上につなげていきます。

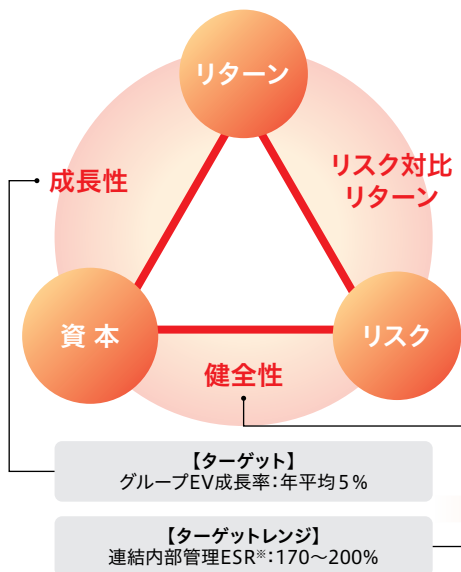
◆ 基本的な考え方

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、「ERM[※]経営の推進」を、当社のサステナビリティ重要項目（マテリアリティ）の一つである「サステナビリティを支える経営体制」に対する取組項目の一つと位置づけています。具体的には、ERM経営の要諦である、「リスク」、「リターン」、「資本」について、3つのバランスを踏まえた経済価値ベースでのターゲット水準等を設定した上で、これらを一体的に管理し、健全性の

確保、成長性の追求、リスク対比リターンの向上を図り、企業価値の持続的な向上につなげていきます。

これらの取組みを通じて得られたリターンは、契約者配当の充実等を通じてお客さまへの還元の充実を図るとともに、健全性にも留意しつつ、更なる成長投資や経営基盤の強化に一定規模の財源を投入していきます。

※Enterprise Risk Managementの略。



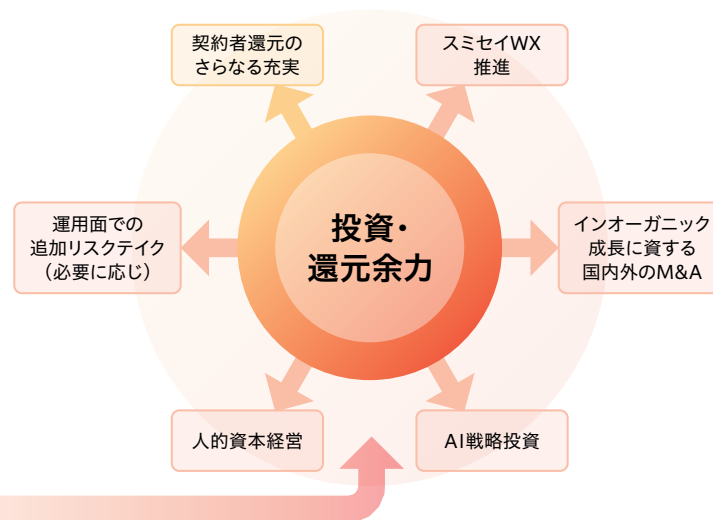
※Economic Solvency Ratio(経済価値ベースのソルベンシー比率)の略。
詳細は次頁「ESR(経済価値ベースのソルベンシー比率)とは」を参照。

◆ ERMの経営への活用

左記の基本的な考え方に基づき、資本を有効に活用し、リスクとリターンのバランスを踏まえて持続的な企業価値向上を目指すため、経営上のリスク選好(定性面・定量面)を明確化した「リスクアペタイト・ステートメント」を策定しています。これに基づき、リスク選好と整合的な経営計画を策定し、リスク・リターン等の観点から検証したうえで、グループ内の各事業分野への資本配賦を決定・実行しています。

2026年度から始まる中期経営計画期間においては、「グループの収益基盤の地域分散を図りつつ、リスク・リターン・資本のバランスを踏まえてリスクテイクを行い、企業価値の持続的向上を図る」という定性的なリスク選好、および経済価値ベースの定量的なリスク選好[※]からなるリスクアペタイト・ステートメントを踏まえ、これと整合的な「住友生命グループ中期経営計画2028」を策定しました。グループベースのリスク管理の高度化および収益向上に向けたリスクテイクを支えるリスク管理の取組みを通じて、健全性と収益性の両立を図ります。

※詳細は次頁「健全性の確保(ESR)」を参照。



財務・資本政策

◆ 健全性の確保(ESR)

「リスク」、「リターン」、「資本」を一体的に管理するERM経営において、前提となるお客さまへの将来にわたる保険金等の確実なお支払いや、リターンを通じた契約者配当の充実、成長投資の推進等のためには、財務の健全性の維持・向上および適切なリスクコントロールが経営の重要課題の一つです。

「住友生命グループ中期経営計画2028」では、定量的なリスク選好として、当社グループの実態を表す方法で計算した連結内部管理ESR[※]を経営指標とし、そのターゲットレンジを170%～200%と定めています。加えて、連結内部管理ESRのアラームポイントやリスク許容度を設定し、定期的なモニタリングのもと、一定の予兆を把握した段階で必要な対応を機動的に講じる態勢としています。

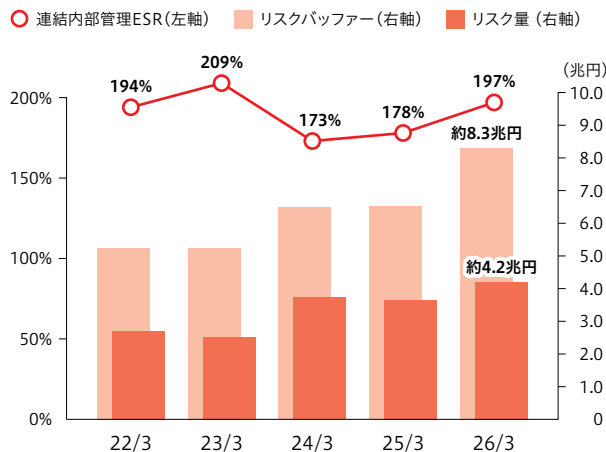
今後も、収益の状況や市場環境を踏まえつつ、健全性の適切なコントロールをより一層推進していきます。

※内部管理ESRは、2026年3月末に経済価値ベースに見直された規制上の「ソルベンシー・マージン比率」と大きな考え方は同じですが、経営管理やリスク管理に使用するため、より当社グループの実態を反映した評価としています。

◆ 2025年度末の状況

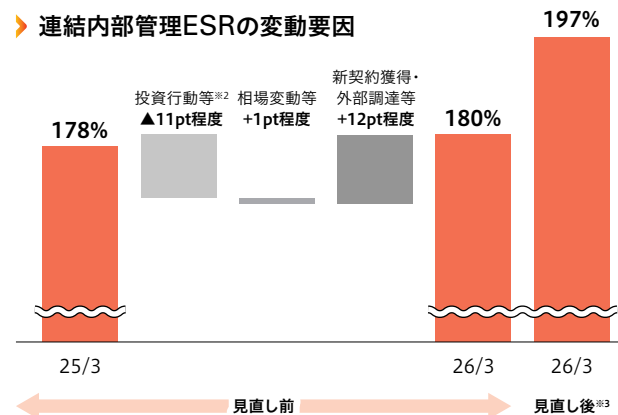
2026年3月末の連結内部管理ESRは197%となっており、リスクに対し十分なリスクバッファを有しています。

なお規制上の「連結ソルベンシー・マージン比率」については202%となり、十分な健全性を確保しています。

▶ 連結内部管理ESR^{※1}の推移

今後も、経済価値ベースでのリスク・資本の状況の適切な把握・管理に努めていきます。

▶ 連結内部管理ESRの変動要因



※1 リスク量は内部モデルに基づき、信頼水準99.5%にて算出(保有期間1年)。

※2 子会社要因も含む。

※3 新規制と一定の整合性を確保し、より実態を反映したモデルに見直しを実施。

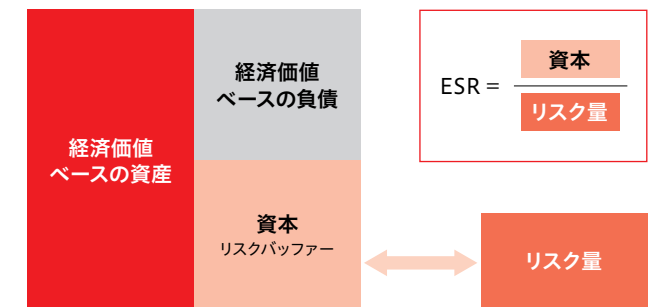


Column

ESR(経済価値ベースのソルベンシー比率)とは

ESRは、経済価値ベースで評価した健全性指標です。この指標は、経済価値ベースで評価した資本(リスクバッファ)と、リスク事象発生時のリスクバッファの減少量などから統計的に評価したリスク量から計算されます。

リスク量は99.5%の信頼水準(200年に1回の水準)に基づいたものとなっており、ESRが100%であることが、200年に1回の損失と同額の資本を有していることを意味しています。



経済価値ベースとは、基準日時点の市場環境等を踏まえて評価する考え方です。資産については市場価格、負債については基準日時点の金利、死亡率や解約率等に基づいて評価されます。このような評価に基づくことにより、より実態に応じてリスクをコントロールすることができます。

財務・資本政策

社員配当

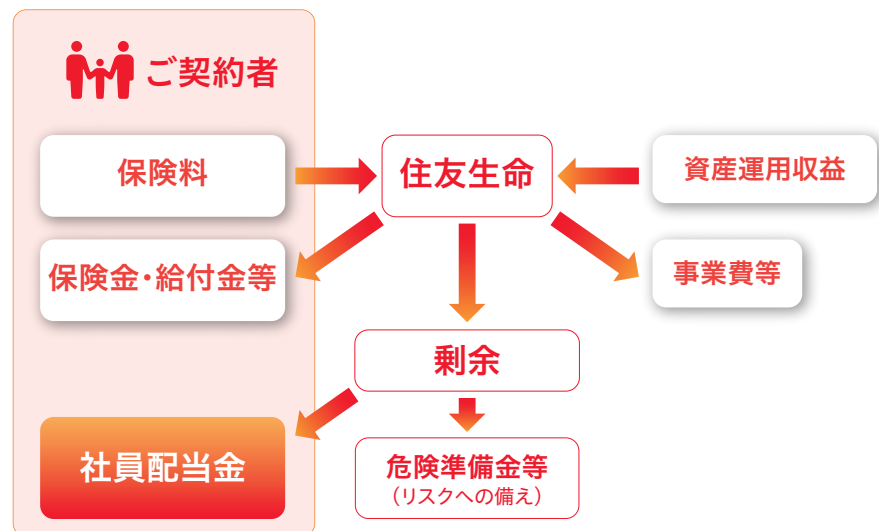
◆ 相互会社と社員配当

当社は、中長期的なリスク対応力（健全性）を確保することで、通常の予測を超えるリスクが発生した場合においても、ご契約者への保険金支払いを将来にわたって全うします。そのうえで、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、ご契約者への社員配当を安定的にお支払いします。

当社が「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からであり、当社の経営の根幹です。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（ただし、剰余金の分配のない保険（無配当保険）のみにご加入のご契約者については、当社定款の規定により社員とはなりません）。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。この相互会社の本質である「契約者利益の最大化」に向けた取組みの一つとして、今後も社員配当を充実させていきます。

◆ 剰余と社員配当

当社は、ご契約者からお預かりした保険料および資産運用で得られる収益から保険金支払いや会社運営経費に充てた後に残る剰余を、社員配当としてご契約者に還元するほか、将来のリスクへの備えとして危険準備金等の自己資本に積み立て、安定的に保険事業を継続しています。



◆ 社員配当に関する基本的な考え方

ご契約者への社員配当については、次を基本的な考え方としています。

単年度および将来の収益状況や自己資本の水準等を踏まえ安定的に還元を行うこと

社員配当は、各年度の剰余（収益）に基づいた還元を基本としますが、想定される将来の収益状況や、過去の剰余の一部を積み上げた自己資本の水準等も踏まえることで、安定的な還元を行います。

自己資本によるリスク対応力強化とご契約者への還元の充実についてのバランスをとること

各年度の剰余の分配にあたっては、リスク対応力の水準[※]に応じて、リスク対応力強化のための自己資本積立てとご契約者への配当還元のバランスをとります。

※リスク対応力の水準は、ESR等で評価することが可能です。

◆ 配当還元割合

当社では毎年の剰余から配当準備金への繰入れおよび危険準備金等への繰入れを行っています。この毎年の剰余のうち配当準備金繰入額が占める割合が「配当還元割合」です。

なお、当社では安定的な配当還元を行っていますが、外部環境の影響等により毎年の剰余の水準は変動するため、配当還元割合は必ずしも安定的には推移しません。

◆ 2025年度決算に基づく社員配当

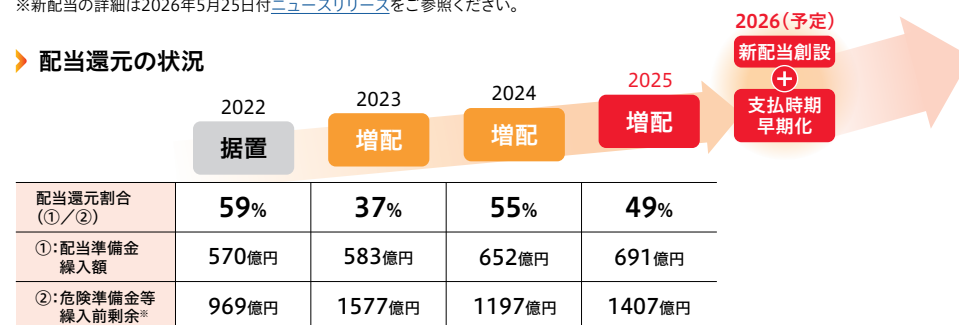
当社では、前述の基本的な考え方を踏まえつつ、継続的に増配を実施しています。

2025年度決算に基づく社員配当については、足もとの金利環境や資産運用利回りの上昇を踏まえ、利差益配当の増配を行い、配当還元割合は49%となりました。

さらに、2026年度決算においては新配当「長期総合配当」[※]の創設および既存の長期配当の支払時期の早期化を行う予定であり、配当還元をより一層充実させていきます。

※新配当の詳細は2026年5月25日付[ニュースリリース](#)をご参照ください。

▶ 配当還元の状況



※ 危険準備金等繰入と配当準備金繰入に充てられる額。



人的資本・人財共育

人財共育本部 副本部長メッセージ

上席執行役員兼
人財共育本部副本部長
山本 浩実



2021年の高田社長就任以来、「人」の力を価値創造の源泉と捉え、人的資本・人財共育の取組みを進めています。「住友生命グループ中期経営計画2028」においても、価値創造を支える重要な基盤として人財共育を位置づけています。AIをはじめとしたデジタル技術が飛躍的に進化する現代社会だからこそ、『人(職員一人ひとり)』がどのような価値をお届けできるのか」を大切にしていきたいと考えています。

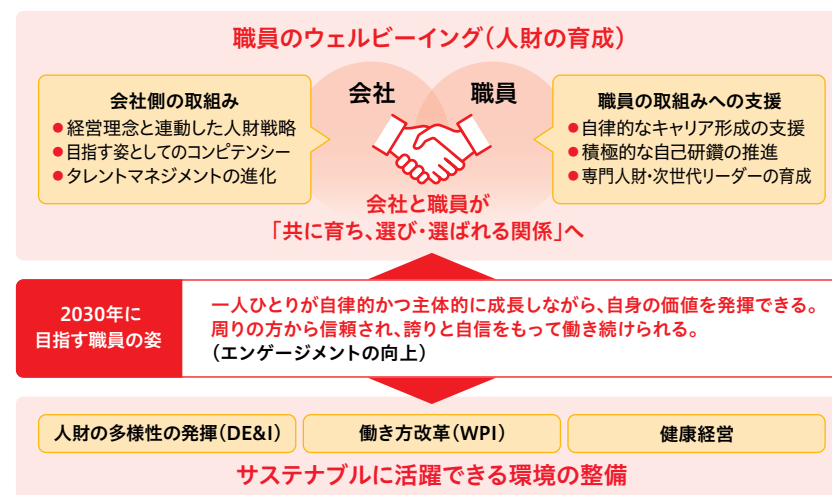
グループ全体として職員一人ひとりの価値を高めていくにはDE&I(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン)の推進が不可欠です。異なる強みや価値観をもつ様々な職種が価値を共創し、お客さま・社会にお届けできるよう、今後も「人財共育」の取組みを進めていきます。

◆ 住友生命の「人財共育」

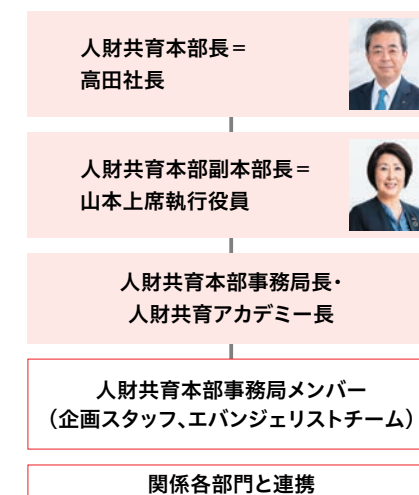
「社会公共の福祉に貢献する」というパーパスや、「住友生命グループVision2030」を具現化し、すべてのステークホルダーに対してサステナブルに価値を提供していくため、その資本である「職員(人)」を「財(たから)」と位置づけ、経営戦略と連動した人的資本経営＝「人財共育」に取り組んでいます。

「職員(人財)の価値を向上させることで、ステークホルダーのウェルビーイングと職員自身のウェルビーイングを実現する」という強い理念のもと、社長就任と同時に「人財共育本部」を立ち上げ、社長自らが「人財共育本部長」となり、当社の人的資本経営を牽引しています。

▶ 「人財共育」の目指す姿と取組みの全体像

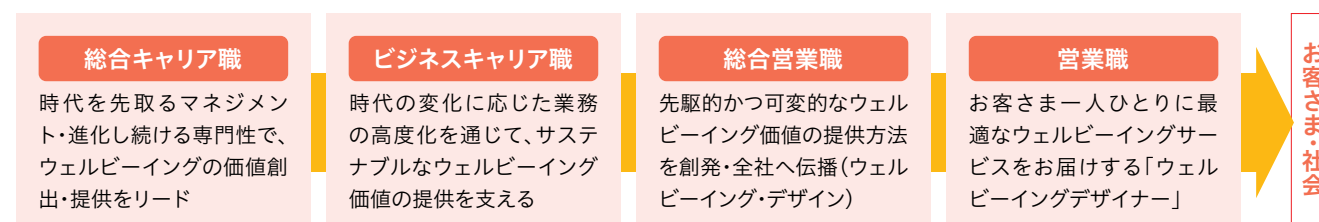


▶ 人財共育の体制図(2026年4月時点)



◆ 職員に期待する姿の明示

「職員(人財)」の目指す姿として、職種ごとに期待する姿を明示し、成長の道標として「コンピテンシー」を設定しています。コンピテンシー等を活用した早期育成を通じて、職員自身の「成長実感」を高める取組みを進めています。





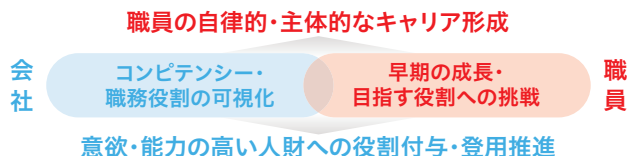
人的資本・人材共育

人財の育成（職員）

職員自身の自律的なキャリア形成と、やりがいや成長の実感を通じた職員のウェルビーイング実現を後押しするため、会社として様々な取組みを行っています。今後も、来たる新たな時代に向けて、職員一人ひとりの価値発揮に焦点を当てた支援や人事制度のさらなる整備を進めていく予定です。

◆ コンピテンシー運営の進化

職員の目指す姿として明示したコンピテンシーをもとに職員の早期育成を目指す取組みは、2023年度は総合キャリア職、2024年度には対象にビジネスキャリア職を加え、2025年度はさらに対象を「総合営業職」にも拡大しました。職員自身のキャリアウェルビーイングと、その先の社会・お客さまへのウェルビーイング価値提供の向上を目指します。



◆ 職員の“挑戦”を後押しする制度

“Empower your career”をコンセプトに、様々な「役割」への各職員の挑戦を後押しすべく、一部の職種で2026年度に人事制度改正を実施しました。

具体的には、職員の“担う役割”と“役割発揮”に対するメリハリある評価・処遇を行っていきます。さらに、職務・役割を可視化することで、目指す役割へのチャレンジ機会の拡大やチャレンジ意欲の振起、目指す役割に向けたスキルアップを推進し、職員一人ひとりの「役割へのチャレンジ」を通じた自律的・主体的なキャリア形成を目指します。

あわせて、意欲と能力が高い人財に対し、会社としても役割付与・登用推進を実施していきます。

◆ キャリアプランニングの推進

職員一人ひとりのキャリアウェルビーイング実現に向けて、キャリアプランニングを推進しています。

キャリアプランニングに活用できる情報を網羅的に記載した“キャリアプランガイドBOOK”を提供していることに加え、職員の年齢や役職に応じたキャリア研修を実施しています。

また、若手職員を対象に、本人の希望するキャリアエリアを踏まえた職務・役割付与や人事運用を行う“マイキャリア運営”を実施しています。この運営の一助として、希望する本社所属の職員との座談会「ジョブトーク」や、希望する本社所属の業務を一定期間体験できる「ジョブトライプログラム」を実施しています。

◆ 自己研鑽の推進

職員の自己研鑽を支援するため、希望する講座やセミナーの受講費用を年間20万円まで補給する支援策「自己啓発費用サポート」を実施しています。

▶ 利用者数

2023年	2024年	2025年
1,474名	1,624名	2,095名

▶ 年代別利用者割合(2025年度)

27%	24%	21%	21%	7%
20代	30代	40代	50代	60代

◆ 次世代リーダー・専門人財の育成

経営戦略と連動した人財戦略を実現する観点から、特に次世代のリーダーとなる人財の育成は重要です。また、AI・デジタルの進化やグローバル化を見据えて、専門領域を牽引できる人財の育成も重要と考えています。

これからの時代に事業を変革していく力を身につけ、次世代をリードできる人財を育成することを目的に、2026年度から「アカデミー」による取組みをスタートしました。

主なアカデミーは下図のとおりです。今後、環境変化や経営戦略を踏まえて、内容を見直し・改善しながら運営していきます。

学び続ける機会・コミュニティづくりで、進化し続け次世代を牽引する人財を育成

アドバンスアカデミー

マネジメント力や新たな時代に事業を変革していく力を身につけ、次世代をリードできる人財を育成していくことを目的としたアカデミー

マネジメント
アカデミー

DX・イノベーション
アカデミー

グローバル
アカデミー

リーダーシップアカデミー

社会の変化や会社の経営戦略等を深く学び、実際に職場でリーダーシップを発揮する実践研修も交えた「リーダーシップの基礎」を習得するアカデミー

知る・考える



実践・発揮する



人財の育成(営業職員(ウェルビーイングデザイナー))

営業職員を「ウェルビーイングデザイナー」として位置づけ、お客さま一人ひとりに寄り添う価値提供を担う人財の育成を進めています。教育・育成体系の充実やデジタル・AIの活用を通じて、人ならではの価値提供を高めています。

◆ 営業職員(ウェルビーイングデザイナー)の目指す姿

お客さま一人ひとりに最適なウェルビーイングサービスをお届けしていくために、営業職員を「ウェルビーイングデザイナー」と位置づけています。

職員一人ひとりがお客さまに寄り添い、よりよい暮らしを支え、ウェルビーイングを提供し続ける人財づくりを進めています。

個人の成長ステップに応じたきめ細かな研修や各種試験に対応した研修等、充実した教育システムを整備しています。また使命感の醸成やお客さまの多様なウェルビーイングへの共感を目的として、組織単位で対話を行う「ウェルビーイングミーティング」を実施しています。

今後は、従来の保険やVitalityを通じたファイナンシャルウェルビーイング・フィジカルウェルビーイングへの貢献に向けた取組みに加え、コミュニティウェルビーイング・ソーシャルウェルビーイング・キャリアウェルビーイングの領域にも活動を広げ、お客さまの人生を支える“伴走者”として、持続的に信頼と共感を生み出すウェルビーイングデザイナーを目指していきます。



◆ 人財教育・育成体系

入社後、3か月間にわたり、社会保障制度に基づくコンサルティングやVitality販売を通じて、お客さまのウェルビーイングに貢献する「ウェルビーイングプロセス」を実践するために必要な基礎知識・スキルを習得する研修を実施しています。

その後も約5年間にわたり、商品知識や社会保障制度の深掘り、コンサルティング力の向上等、豊富なカリキュラムでフォローアップを実施しています。

これらの教育機会を通じて、保険の社会的意義への理解を深め、デジタル・AIも活用しながら、生活設計・企業福祉・税務・相続・金融商品といった幅広い情報を踏まえた質の高いコンサルティングとウェルビーイングサービスを提供していきます。

※教育・研修制度の詳細については、[当社ホームページ](#)を参照ください。

◆ F P 資格の取得推奨

お客さまに質の高い金融コンサルティングを提供するため、国家資格であるファイナンシャル・プランニング技能士の資格取得を推進しています。

国家資格(ファイナンシャル・プランニング技能士)

33,626名 保有率76.8%
(うち1級 863名、2級 12,724名)

◆ デジタル・AIを活用した人財共育とお客さま対応品質の向上

デジタルを活用した営業職員の人財共育の取組みとして、AIを活用した営業職員の顧客情報管理システムを2024年11月から導入しています。本システムの導入により、よりお客さま視点に立ったウェルビーイングサービスの提供とAIのサポートによる育成指導レベルの向上を図っています。

また、お客さまへのコンサルティング力向上を目的に、AIを活用した営業職員のロールプレイングシステムを2025年4月から運用しています。2025年12月には、更に実践的な顧客対応力を習得することを目的としたレベルアップを実施しました。AI ロールプレイングシステムの日常的な活用を通じて、よりお客さまの課題やニーズに寄り添ったコンサルティングの実践を目指しています。

こうした取組みを通じて、「人とデジタル・データ、AIの価値を融合」させ、お客さま対応の質を向上していくことにより、ウェルビーイングデザイナーへの『新化』に取り組んでいきます。

▶ 画面イメージ





社内環境の整備

職員一人ひとりが能力を発揮し、いきいきと働き続けられる社内環境を整備することは、人財価値の向上と職員のウェルビーイングの実現に向けた重要な取り組みです。職員のウェルビーイングをサステナブルなものにしていく取組みとして、人財の多様性発揮(DE&I)、働き方改革(WPI)、健康経営を一体的に推進しています。

◆ DE&Iの推進

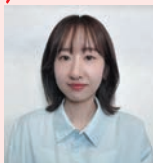
多様な人財がいきいきと働く環境づくり

DE&I関連の研修実施により意識・風土醸成を図るとともに、育児・介護等と仕事の両立支援やテレワーク・フレックスタイム制の活用を通じ、多様な働き方を推進しています。

また、転居範囲に応じた働き方の選択や、不妊治療休暇、職種変更・キャリア支援制度などにより、多様な職員の自律的なキャリア開発を後押ししています。

職種変更制度	キャリアアップ支援制度
入社後の職種変更を認め、これまでに約420名がキャリア転換し、管理職として活躍している人も多くいます。	本人希望に応じて他部署の業務を経験できる制度で、これまでに約90名が利用し、主体的なキャリア形成を支援しています。

Voice



名古屋支社
松本 紗季
職員

キャリアアップ支援制度利用者

〈2024年4月から1年間「保全変更サービス室」へ異動〉

保全変更サービス室では契約変更・復活・払込満了の保全業務などに携わるなかで、知識の幅が広がり理解が一層深まりました。帰任後は本社での貴重な経験を生かして日々の業務に取り組んでいます。

女性活躍推進の取組み

2021年4月に女性活躍推進法に基づく行動計画(～2025年度末)を策定し、女性管理職の計画的育成や研修、男性育休取得の個別の働きかけと全体への啓発を実施しています。2025年度末の目標としていた女性管理職比率50%、男性育休取得率100%を達成し、2026年4月に新たな行動計画を次のとおり策定しています。

女性管理職比率 (2025年度末実績)	男性育休取得率 (2025年度実績)
51.3%	100%

女性活躍推進法に基づく行動計画(2026年4月～)

2030年度末までに

- 女性管理職比率50%以上かつ部長相当職15%以上
- 男性の育児休業取得率100%かつ平均取得日数30日以上

Voice



長岡支社柏崎支部
堂田 恵耶
支部長

育児休業制度利用者

〈2025年度に35日間の育児休業を取得〉

管理職として長期育休は難しいと思っていましたが、上司や同僚の理解とサポートのおかげで、家族とのかけがえのない時間を過ごせました。共に支え合う大切さを実感し、この経験を活かして、ワークライフバランスを尊重した職場づくりに取り組んでいます。

障がい者雇用と安定就労の取組み

DE&Iの柱として、支社・本社・特例子会社等で障がい者雇用と安定就労を推進し、2026年7月の法定雇用率2.7%を上回る水準を確保しています。

特例子会社の(株)スミセイハーモニーでは、当社職員が中心となって設立したNPO法人TomoWorkの就労支援プログラムに参加する学生との協業等を通じ、職域開発・職場環境整備による雇用拡大と安定就労に取り組んでいます。



障がいのある職員デザインのハーモニーキャラクター「ハートリー」

LGBTQ+に関する取組み

職員の理解増進等の観点から、全職員にLGBTQ+に関する研修を実施するほか、基礎知識等を掲載したハンドブックの提供、希望者へのアライステッカーの配付、相談窓口の設置等を行っています。

また、各種休暇制度や社宅貸与等の福利厚生制度については、客観的資料等をもとに、原則、同性パートナーを配偶者とみなして運用しています。



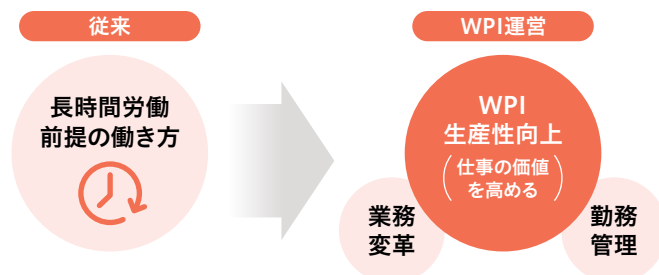
人的資本・人財共育

◆ 働き方改革(WPI)

「働き方改革」に向けた取組み(WPI運営)

2018年度からWPI(ワーク・パフォーマンス・イノベーション)の取組みを進めています。

2026年度から労働時間の1割削減を掲げる中で、デジタル・AIを活用した「業務変革」と、労働時間削減に向けた「勤務管理」を実施することで、一人ひとりの生産性を飛躍的に向上させ、ウェルビーイング実現を目指します。



デジタル・AIを活用した業務変革

労働時間を削減する中でもアウトプットの増大を目指していくため、デジタル・AIを徹底的に活用するうえ、既存業務の削減や業務プロセスの再構築を含めた業務見直しを行います。また、デジタル・AIを活用する中でも、対面によるコミュニケーションを活性化することで、人ならではの価値発揮を実現します。

労働時間削減に向けた勤務管理

労働時間の可視化をはじめ、ノー残業デー実施の推進、在宅勤務時の長時間労働抑制に向けた取組みなども並行して行います。また、2026年10月から所定労働時間を8時間から7.5時間に短縮します。計画的な業務遂行を実施し、生産性向上に向けた働き方を推進します。

**生産性向上を通じて創出された時間は、
一人ひとりのウェルビーイングのために活用します**

◆ 健康経営

健康経営[®]の取組み

2017年4月に策定した「住友生命グループ健康経営宣言」(2021年7月改定)のもと、一人ひとりの職員が個々の能力をいきいきと最大限に発揮するためには、何よりも職員やその家族が心と体の健康を大切に「ウェルビーイング」であることが重要だと考えています。

住友生命グループは、「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』」を目指しています。その根幹を支えるものが、職員一人ひとりの健康に対する「意識」と「行動」です。職員やその家族が積極的に健康維持・増進活動に取り組むことを全力でサポートし、一人でも多くの方の「よりよく生きる」に貢献し、持続可能な未来の実現を目指します。

※「健康経営[®]」はNPO法人健康経営研究会の登録商標です。

▶ 「健康経営」の主な取組内容

健康管理	● 定期健康診断および2次健診の受診率向上と特定保健指導、生活習慣改善指導等の実施 ● 重症化予防事業の実施 ● 家族の健康診断受診率向上への取組み	● 人間ドック・乳がん検診費用補給事業の利用促進 ● 電話健康相談の活用促進 ● メンタルヘルス不調予防 ● ストレスチェック受検勧奨と活用
健康リスクの軽減	● 禁煙の推進 ● 睡眠の質向上への取組み ● コミュニケーションの促進	● 長時間労働の抑制と柔軟な働き方への取組み
健康維持・増進活動の奨励	● 「Vitality健康プログラム」の活用 ● 「社内ウォーキングキャンペーン」の年2回(春・秋)開催	● ICTや機関紙等による健康情報の提供(生活習慣病、食事、禁煙、睡眠等) ● スニーカー通勤の推奨

社外からの評価

当社は、経済産業省および日本健康会議が主催する健康経営優良法人認定制度において、「健康経営優良法人 2026(大規模法人部門)～ホワイト500～」に9年連続で認定されました。





職員エンゲージメントの向上

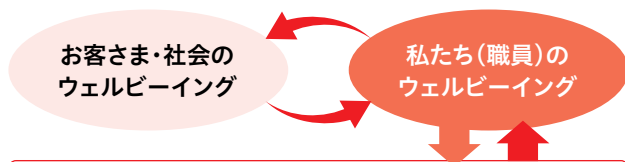
人財共育においては、職員一人ひとりが自律的・主体的に成長し、自身の価値を発揮し続けることで、お客さま・社会への価値提供を高めていくことを目指し、その実現に向けて職員エンゲージメントの向上に取り組んでいます。職員のウェルビーイング度を測るため、「エンゲージメントサーベイ」を実施しています。今後は、職種毎に異なるエンゲージメント向上のポイントを踏まえて、職種や年代(キャリア段階)に応じたきめ細やかな取組みの展開を行い、職員のウェルビーイング実現・人財の価値向上を目指していきます。

◆ エンゲージメントとは

お客さまのウェルビーイング実現や企業価値向上のためには、一人ひとりの職員が「やりがい」を持っていきいきと働き、個々の能力を最大限発揮していくことが重要です。このため、当社では職員の「エンゲージメント[※]」を重視し、向上に向けた取組みを強化しています。

※人財共育の取組みにおけるエンゲージメントとは、当社職員の「会社への信頼、愛着」「当社で働く上でのやりがい」を表しています。

お客さま・社会からの信頼・推奨がやりがいにつながり、さらなるイノベーションへ



多角的に集めた職員の声を分析し、その結果をもとに職員、経営層、社外取締役等と対話。様々な視点からの意見を取組みに反映する仕組みを構築。

▶ エンゲージメントサーベイ項目の概要

- 職員エンゲージメント
- コラボレーション・コミュニケーション
- 経営幹部・業績評価・戦略的一貫性への評価
- 成長の機会・職員が活躍する環境
- 顧客志向度
- ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DE&I)推進
- ワークライフバランス
- 企業の社会的責任と倫理
- 給与と福利厚生・定期面接・人事考課

◆ エンゲージメントサーベイの実施

職員のエンゲージメント状況に関し、全社・組織ごとに把握し、向上へのPDCAに活用するため、2021年度より「エンゲージメントサーベイ」を導入しています。2025年度のサーベイ結果[※]は下表のとおりでした。結果から判明した課題に関して、対応する取組みを進めています。具体的な取組みは下段のとおりです。

※5段階のうち「好意的回答(非常にそう思う・そう思う)」を選んだ人の割合。

職員エンゲージメントスコア	60% (前年比+1pt)
総合キャリア職	70% (前年比+1pt)
ビジネスキャリア職	50% (前年比±0pt)
総合営業職	52% (前年比▲2pt)
職員が活躍する環境	73% (前年比+1pt)
コラボレーション コミュニケーション	79% (前年比+3pt) 69% (前年比±0pt)

◆ データの活用

サーベイ結果について、因果分析を実施したところ、職種やキャリア段階によってエンゲージメント向上に寄与する要因が異なることが明らかになりました。今後は分析結果を踏まえながら、きめ細やかな取組みを実施します。

加えて、サーベイ結果以外の職員のウェルビーイング度を測る調査結果等(職員による当社推奨度やウェルビーイング実感度等)も活用しながら、多角的に収集した「職員の声」を様々な取組みに生かしています。

また、データを活用した取組み効果の検証も継続的に実施し、職員の声を取組みの見直しに反映するPDCAサイクルを構築していきます。

◆ 組織ごとの取組み推進とサポート体制

サーベイ結果は、各組織の管理職に共有し、組織ごとの課題や強みを把握・分析できる環境を整備しています。また、組織ごとの課題に基づき、人事部門・エバンジェリストチームによる個別支援、役員による全国支社への支援を行うとともに、経営陣から若手職員まで含めた「対話」を通じて、経営理念・当社パーパス(存在意義)や人財共育の理念浸透を図っています。職員の声を各種施策の見直しに生かし、エンゲージメント向上に向けた取組みを全社で推進しています。



人的資本・人財共育

人的資本・人財共育のモニタリング

人的資本・人財共育に関する取組みについては、取組状況や効果を把握するためのモニタリング項目を設定し、定期的に測定しています。測定結果は分析のうえ、PDCAに反映するとともに、職員や管理職に加え、経営層や取締役会にも定期的に報告しています。多様な視点からの意見を踏まえながら、取組みの継続的な改善を図っています。特に、エンゲージメントサーベイ等を通じて把握する「職員の声」は、職員のウェルビーイングの状態を把握する重要な指標として位置づけています。データ分析も活用しながら、取組みの効果検証を行い、今後の施策の見直し・改善につなげています。

▶ 主なモニタリング項目と実績(人財の育成)

人財共育における視点	項目	2024年度	2025年度	2028年目標
経営戦略と人財戦略の連動	経営戦略を踏まえたコンピテンシー (目指す姿の明示と評価制度への導入)	(対象職種) 総合キャリア職 ビジネスキャリア職	(対象職種) 総合キャリア職 ビジネスキャリア職	(対象職種) 総合キャリア職 ビジネスキャリア職 + 総合営業職
自律的なキャリア形成の支援	自己啓発費用サポート 活用者数 (2021年度からスタート)	1,624名	2,095名	継続的な拡大
人財共育を支えるプラットフォーム・キーパーソン	デジタル活用人財認定数	4,090名	5,719名	8,000名
	管理職向け360度フィードバックへの参加者	193名	402名	管理職を網羅した継続的な実施
次世代リーダー・専門人財の育成	リーダーシップアカデミー	—※1	45名	285名
	マネジメントアカデミー	—	—	120名
	DX・イノベーションアカデミー	—	—	100名※2
	グローバルアカデミー	—	—	84名※3
エンゲージメント	職員エンゲージメントスコア	59%	60%	64%
	総合キャリア職	69%	70%	73%
	ビジネスキャリア職	50%	50%	53%
	総合営業職	54%	52%	57%
	職員が活躍する環境	72%	73%	76%
	コラボレーション コミュニケーション (所属内での協力・連携に関する指標)	76% 69%	79% 69%	82% 72%

※1 該当のアカデミーが開講前の期間については、「—」で表示。

※2 2025年度までに「デジタル企画人財(DX企画やデジタル化推進ができる人財)」は157名認定済み。

※3 2025年度までに「グローバルアカデミー」と同様の研修を実施し、卒講生は105名輩出済み。

▶ 主なモニタリング項目と実績(社内環境の整備)

人財共育における視点	項目	2024年度	2025年度	2028年目標
ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン	女性管理職比率	50.2%	51.3%	「女性活躍推進法に基づく行動計画」の とおり(P. 59)
	男性育休取得率	100%	100%	
	男女の賃金の差異 (男性の賃金に対する女性の賃金の割合) 上段:職員 12,080名 下段:営業職員 29,304名	54.7% 89.9%	56.0% 86.3%	—
	障がい者雇用率	2.6%	2.7%	2.7%※
働き方改革	総労働時間削減 (2016年対比)	▲11.2%	▲11.7%	▲10% (2025年対比)
	月1日以上有給休暇 取得者率	83.3%	84.0%	—
健康経営	ハイパフォーマンス者率 (プレゼンティーイズム)	66.9%	66.7%	70.0%
	ポジティブワーク者率 (ワーク・エンゲージメント)	52.3%	52.7%	60.0%
	2次健診対象者率	27.2%	26.6%	25.0%
	高ストレス者率	12.5%	12.2%	10.0%
	Vitality ゴールド/シルバー ステータス達成者率	—	46.6%	60.0%

※法令改正後の水準を含め、法定雇用率を達成します。



デジタル&データ×AI

人の力だけではできないことを「デジタル&データ」で補完することで、人とデジタルが融合した新たな価値提供の実現に向けた取組みを進めています。さらに、急速に発展するAIを活用することで、これらの取組みを加速させ、お客さま一人ひとりに寄り添ったサービスの提供と新たな価値創造を目指しています（「デジタル&データ2.0」）。

◆「デジタル&データ」の定義と役割

社会全体で、デジタル技術やデータの活用により、新たな商品・サービス・ビジネスモデルが生まれ、社会の発展や企業の成長を支える重要な要素となっています。

「デジタル&データ」とは、人の力だけではできないことをデジタルとデータで補完し、人とデジタルが融合した新たな価値を提供することを指します。

従来の保険領域を超えた商品・サービスの拡充や、お客さま接点拡大、一人ひとりにパーソナライズされた価値の提供などを目指して、デジタルとデータが持つ可能性を引き出す取組みを進めています。

さらに、進化を続けるAI技術をデジタル&データの取組みに組み込み、定型業務の効率化、判断支援、顧客対応の高度化を進めることで、職員が人ならではの寄り添い・提案・伴走にいうそ力を注げる環境を整備します。

人とデジタル・AIの力を融合し、新たな商品・サービスの創出や顧客体験価値の最大化を図り、お客さまのよりよく生きる（＝ウェルビーイング）に貢献していきます。



当社は、DX推進に関する一連の取組みが認められ「DX認定事業者」に認定されました。DX認定制度とは、「情報処理の促進に関する法律」に基づき、「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応する企業が国が認定する制度です。

◆ 全社横断で推進するAI活用戦略

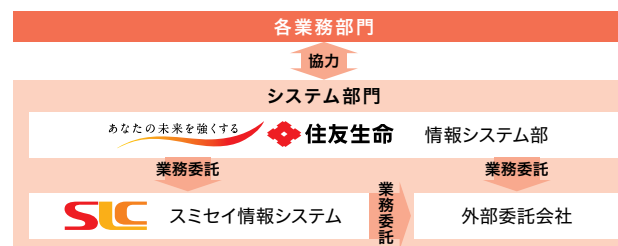
AIを単なる業務効率化の手段ではなく、「職員一人ひとりの価値発揮を高め、お客さまへの提供価値を進化させる経営基盤」と位置づけています。経営主導のもと、全社横断でAI活用を統括・推進する体制を整備しています。

具体的には、AI活用の方向性や優先投資領域を確認する「AI戦略ステアリングコミッティ」および、各部門の取組みを支援・加速する実行組織として「AI戦略タスクフォース」を設置しました。

従来から取り組んできた生成AIチャットシステムや営業活動領域での利活用に加え、顧客体験価値変革、ディストリビューション変革、人財価値向上など、中長期の成長とウェルビーイング価値提供の高度化につながる領域へ重点的に投資し、業務プロセスの変革につなげていきます。

◆ デジタル化の推進体制

各業務でのデジタル技術の活用にあたっては、システム部門（保険契約情報の安全・確実な管理をはじめ、システム全般の企画・開発・運用を担う部門）が各業務部門と協力し、推進していく体制を構築しています。



◆ デジタル・AI人財の共育

デジタルやAIの力を活用し、お客さまへの提供価値を高めるためには、デジタル技術に関する知見と多様なスキルを持つ人財の共育が不可欠です。当社では、「デジタル人財」の定義を明確にし、全社横断でスキルやリテラシーの向上に取り組んでいます。

デジタル
活用人財

デジタル・AIを理解し、駆使することで、お客さま・社会、職員自身のウェルビーイングに貢献

デジタル
企画人財

必要なデジタル・IT+AI知識を有し、変革や価値向上を通じてビジネス実現に貢献

デジタル
開発人財

ビジネス部門のデジタル・IT+AI知識を補完し、高い関与度で、ビジネス実現に貢献

こうした取組み等が評価され、2025年12月に、日本のデジタル未来を牽引するリーダー表彰「CIO 30 Awards Japan 2025」において、タレント賞*を受賞しました。

今後は、更なるAI活用に向けて、全職員を対象とした基礎的リテラシーの底上げと、業務・役割に応じた実践的なデジタル・AI活用能力の強化を両輪とする共育体系を確立し、推進していきます。

※社内外におけるデジタル育成において多大なる貢献を表彰する賞。

デジタル&データ×AI

◆ データ利活用(データサイエンス)の取組み

現代社会においては、データの利活用やデータサイエンスの進展により、お客さま一人ひとりへの理解を深め、より質の高い商品・サービスや体験価値の提供が可能となっています。当社では、こうした「データ利活用(データサイエンス)」を、ウェルビーイングの「質」向上を支える重要な基盤と位置づけています。

その取組みの一環として、Vitalityデータを活用した論文・白書の作成や「スミセイ版健康寿命」の開発などを進め、データに基づく知見の蓄積と価値提供の高度化に取り組んでいます。こうした分析・研究成果をエビデンスとして可視化し、お客さま一人ひとりの行動変容の後押しや、商品・サービスの改善につなげることで、お客さまのウェルビーイングの「質」を高めていくことを目指しています。

「データ」で健康増進の価値をエビデンスへ ～医療ビッグデータを活用した白書・レポート～

Vitality等を通じた健康増進の取組みを、より実効性のあるものとするため、JMDCと共同で医療ビッグデータを活用した分析を進めています。これまでに公表した「熱中症白書」「新型コロナウイルス実態調査レポート」「健康増進白書」では、歩行習慣や睡眠、生活習慣病の改善といった日常の健康行動が、疾病の発症・重症化予防や健診値・医療費の改善に関連する可能性が示されました。こうした知見を、健康増進施策や商品・サービスの改善に活かし、ウェルビーイング価値提供の「質」の向上につなげています。



※「熱中症白書」「新型コロナウイルス実態調査レポート」「健康増進白書」全編は、[当社ホームページ](#)から参照ください。

◆ データサイエンスオフィサーの配置と推進

データ利活用(データサイエンス)の取組みを実効性あるものとするため、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)本部に、データ分析・可視化を通じてウェルビーイング価値を創造する「データサイエンスオフィサー」を配置しています。

データサイエンスオフィサーは、分析結果を具体的な施策立案やサービス改善に結びつける役割を担っており、データ駆動型のアプローチを強化することで、より効果的な健康増進施策の展開を推進しています。分析知見を具体的な取組みに落とし込むことで、お客さま理解の深化と価値提供の高度化を図っています。

熱中症の発症・重症化予防に向けた「熱中症白書」

日本の平均気温が上昇する中、熱中症の発症・重症化予防に資するエビデンスを提供することを目的として、2025年4月に「熱中症白書」を作成・公表しました。

調査の結果、生活習慣病がある場合に熱中症リスクの大幅な増加が確認されたほか、歩行習慣等の生活習慣と、熱中症リスクとの関係性が確認されました。



◆ データ活用基盤の整備

データ利活用(データサイエンス)を継続的かつ高度に推進するため、その土台となる分析環境の整備を進めています。迅速で精度の高い分析を実現することで、施策立案や意思決定の高度化につなげています。

その一環として、分析基盤上に生成AIであるAmazon Bedrockを導入し、より効率的かつ高度な分析を行える環境を整備しました。これにより、従来多くの時間を要していたコーディング作業を大幅に削減し、分析担当者が示唆の抽出や施策検討など、より付加価値の高い業務に注力できるようになっています。

こうした基盤整備を通じて、施策の立案・実行のサイクルを加速させるとともに、より高度で示唆に富む情報の創出を可能としています。

「新型コロナウイルス実態調査レポート」

2025年8月、JMDCと共同で、新型コロナの発症・重症化予防や治療実態に関する調査レポートを作成・公表しました。2024年の推計患者数は1500万人超とインフルエンザを上回り、依然として大きな公衆衛生上の課題であることが明らかになりました。また、生活習慣病や歩行習慣・睡眠休養感の有無と重症化リスクとの関係性が確認され、日頃の健康増進の重要性が示されました。

プラス1,000歩がもたらす「健康増進白書」

2026年5月、歩数増加と健診結果・入院回数・医療費の関係を分析した「健康増進白書」を作成・公表しました。

大規模なリアルワールドデータの分析から、1日の平均歩数が1,000歩以上増加することで、BMIをはじめとする各種健診値の改善や、3大疾病の入院回数・入院医療費の低減と関連する可能性が示され、日常の小さな行動変化の重要性が示されました。

サステナビリティ

サステナビリティ推進体制	66
エグゼクティブ・フェローメッセージ	66
サステナビリティ重要項目(マテリアリティ)	67
気候変動・生物多様性への対応	68
TCFD・TNFD提言への対応	
（ガバナンス、リスク管理、戦略、指標・目標）	69
将来世代に向けたFR活動	72
将来世代への教育支援	73
人権への取り組み	74

※グループ・サステナビリティオフィサーメッセージについてはP.15「経営企画・財務担当役員 兼 グループ・サステナビリティオフィサーメッセージ」を参照ください。
※責任投資の取り組みについては、P.46「責任投資の推進」を参照ください。
※人的資本への取り組みについては、P.56「人的資本・人財共育」を参照ください。



サステナビリティ

「社会公共の福祉に貢献する」というパーパスのもと、サステナビリティ経営方針に基づき、豊かで明るい健康長寿社会の実現と持続可能な社会の実現を目指しています。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、すべてのステークホルダーのウェルビーイング向上に貢献していきます。

◆ サステナビリティ経営方針

当社は「経営の要旨」に示された当社の普遍的な使命をサステナビリティの視点から明文化した「サステナビリティ経営方針」を定めています。「保険事業の健全な運営と発展を通じて、健康長寿社会の実現に貢献すること」「誠実な業務遂行および社会・環境課題の解決への取り組みを通じて、持続可能な社会の実現に貢献すること」を本経営方針に掲げています。

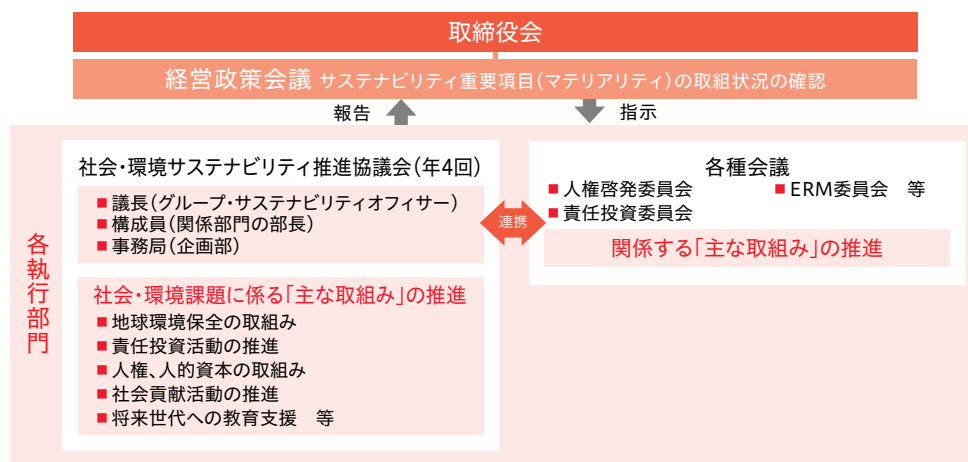
※「サステナビリティ経営方針」は、[公式ホームページ](#)を参照ください。

◆ 推進体制

「サステナビリティ経営方針」の実現に向け、サステナビリティ重要項目（マテリアリティ）ごとに主な取組みを明確化し、その取組状況を経営政策会議で確認しPDCAサイクルを回すとともに、取締役会に報告する体制としています。

さらに、持続可能な社会の基盤となる社会・地球環境のウェルビーイングへの貢献に向けた取組みの検討を行うため、グループ・サステナビリティオフィサーを議長とする「社会・環境サステナビリティ推進協議会」を設置しています。本協議会では、カーボンニュートラルに向けた取組みや社会貢献活動の推進のほか、社会・環境課題の視点から、新たに生じる課題の事業への影響評価等を行っています。

2026年4月にサステナビリティ推進担当のエグゼクティブ・フェローを選任するとともに、推進組織として企画部にサステナビリティ推進室、運用企画部に責任投資推進室を設置し、体制を強化しています。



エグゼクティブ・フェロー

金沢 敏郎

長年にわたり、金融政策、金融市場、リスク分析に携わってきた経験を踏まえ、現在はエグゼクティブ・フェローとして、サステナビリティおよび責任投資推進の観点から当社の経営に関わっています。

中央銀行において、経済・金融システムの安定確保や市場との対話に長く携わる中で、社会・経済の構造変化を中長期的な視点で捉える重要性を強く認識してきました。こうした経験を活かし、外部環境や社会構造の変化を踏まえた視座を提供し、持続的な価値創造に向けた経営の高度化に貢献することが、現在の役割であると考えています。

足元では、気候変動への対応に加え、人口減少・高齢化、地政学的リスクの高まり、格差の拡大、技術革新の進展など、社会・経済を取り巻く環境が大きく変化しています。これらの構造的課題は、企業経営や金融市場に中長期的な影響を及ぼすものであり、金融機関には、利益の追求にとどまらず、持続可能な社会の実現を見据えた経営姿勢と役割の発揮がこれまで以上に求められています。

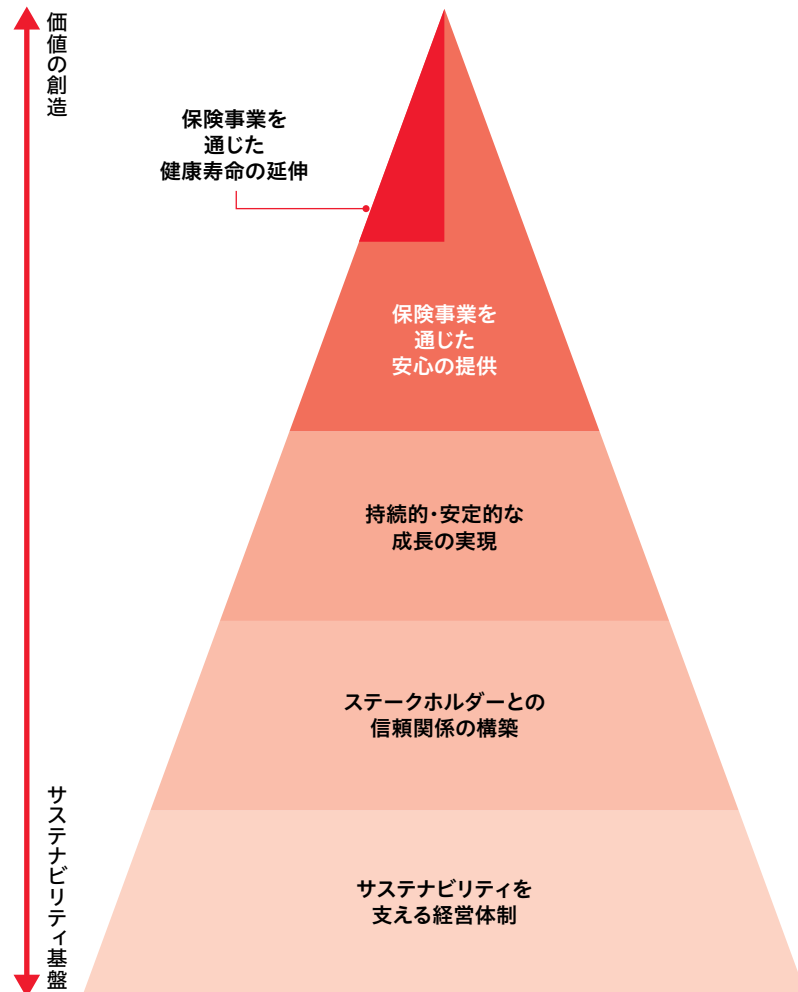
とりわけ生命保険会社は、お客さまの人生に長期にわたり寄り添い、安心を支える存在であると同時に、長期資金を担う機関投資家として、社会・環境課題への対応において重要な役割を担っています。投融資を通じた資金提供や責任投資の推進は、企業や社会の持続可能性を後押しする重要な取組みであり、その影響力は今後さらに高まっていくと考えられます。

今後も、リスク&マクロ分析に関する知見を活かしながら、外部環境の変化を的確に捉え、中長期的な視点から経営に資する視座を提供することで、企業としての持続可能性と社会全体の持続可能性の両立に貢献していきます。



サステナビリティ重要項目 (マテリアリティ)

当社は経営方針に基づき、下図のとおりマテリアリティを定めています。この5つのマテリアリティに対して、リスクと機会および達成に向けた主な取組みを特定することで、当社が重点的に取り組む課題を明確にしています。いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」であり続けるために、「住友生命グループ中期経営計画2028」を通じて主な取組みを推進していきます。住友生命「マテリアリティ特定プロセス」は[公式ホームページ](#)をご参照ください。



マテリアリティ	リスクと機会	主な取組内容	目指す姿	関連するSDGs
保険事業を通じた健康寿命の延伸	リスク ・長寿化に伴う死亡保障ニーズ減少、入院・手術等の給付金支払額増加の可能性 機会 ・長寿化や単独世帯の増加等に伴う生存保障ニーズの高まり ・健康増進に資する独自商品の開発によるマーケットの拡大	■ “住友生命「Vitality」”に関する事業を推進 “住友生命「Vitality」”を広く社会に向けて発信するための取組みや、商品、プログラムメニュー、特典(リワード)の進化に資する取組みなどを実施	いつまでも安心して健康に暮らすことができる社会の実現に向けて、保険事業を通じて、日本の健康寿命の延伸に貢献する	
保険事業を通じた安心の提供	リスク ・提供する商品・サービスと顧客ニーズとのミスマッチ、他社・近隣業種からの類似商品・サービスによる陳腐化 ・社会課題解決の視点を無視した投融資行動による資産価値毀損の可能性 機会 ・顧客ニーズを捉えた商品・サービスの提供による企業価値の向上 ・社会課題解決に資する資金ニーズ拡大に伴う投融資機会の増加	■ お客さまの人生に寄り添う商品・サービス提供の推進 ■ 持続可能性を考慮した責任投資※	お客さま本位の経営の推進を通じて、すべての人々に適切な商品・サービス、その先にある安心を提供する	
持続的・安定的な成長の実現	リスク ・環境変化に適合しない事業運営による成長の鈍化・顧客の喪失・勤労意欲減退 機会 ・変化する社会のニーズを捉えた事業運営による社会からの信頼獲得・安定的な収益の確保 ・企業価値の向上	■ グループ戦略の推進 ■ 海外事業を通じた収益基盤の強化 ■ オープンイノベーションやビジネスパートナーとの協業による価値創造 ■ デジタル・AI技術の活用や働き方の変革を通じた生産性向上	時代を超えて受け継ぐべき経営方針の下、社会の変化・変革に対応して着実に成長し続ける	
ステークホルダーとの信頼関係の構築	リスク ・信頼関係を毀損することにより社会的な存在意義を失う可能性 機会 ・社会的な責任を果たすことによるステークホルダーからの信頼の獲得	■ 地域に根付いたウェルビーイングサービスの提供 ■ 金融リテラシー教育の推進 ■ 社会貢献活動の推進 ■ 地球環境保全への取組み	ステークホルダーからの期待に応え、ステークホルダーに信頼・支持される会社を目指す	
サステナビリティを支える経営体制	リスク ・法令違反や社会規範を逸脱した企業行動による信頼低下・人的資本の低下などによる企業価値毀損の可能性 機会 ・実効性の高いコーポレート・ガバナンスの実現と継続的な改善を通じた企業価値の向上	■ お客さま本位の業務運営、コンプライアンスへの取組み ■ グループベースの経営体制強化 ■ 人的資本経営の推進 ■ 人権尊重への取組み ■ サイバーセキュリティの強化、個人情報保護への取組み ■ ERM経営の推進、リスク管理体制の高度化	誠実な業務遂行・健全な財務基盤の構築を行い、持続可能な社会づくりに貢献する企業グループであり続ける	

※責任投資はすべてのSDGs達成に貢献する。



気候変動・生物多様性への対応

地球環境は持続可能な社会の基盤になるとの認識のもと、事業活動において生じる環境負荷の低減や生物多様性等に配慮するとともに、脱炭素社会への移行を促すことで、カーボンニュートラル社会の実現に貢献しています。社会に責任のある企業グループとして、環境課題の解決に向けて積極的な役割を果たすとともに、人々のくらしや社会、地球環境がよりよい状態となるよう、事業を通じてステークホルダーのウェルビーイングに貢献する取組みを進めていきます。

温室効果ガス排出量削減目標

住友生命グループは、温室効果ガス(以下「GHG」)排出量の2050年ネットゼロを目指しています。また、新たに中間削減目標(2035年・2040年)を設定しました。

目標年	削減目標 (2019年度対比)	対象範囲
2050年	GHG排出量ネットゼロ (Scope1+2+3、資産ポート)	住友生命グループ全体 ^{※1}
2040年	Scope1 + 2 + 3 ^{※2} △75%	住友生命グループ全体 ^{※1}
	資産ポートフォリオ ^{※3} △75%	住友生命+メディケア生命
2035年	Scope1 + 2 + 3 ^{※2} △63%	住友生命グループ全体 ^{※1}
	資産ポートフォリオ ^{※3} △63%	住友生命+メディケア生命
2030年	Scope1 + 2 + 3 ^{※2} △50%	住友生命グループ全体 ^{※1}
	資産ポートフォリオ ^{※3} △50% ^{※4}	住友生命+メディケア生命

※1 住友生命および連結決算の対象としている子会社が対象。

※2 Scope1、2、3とは、GHGプロトコルが定める、事業者のGHG排出量算定報告基準における概念であり、以下を指す。

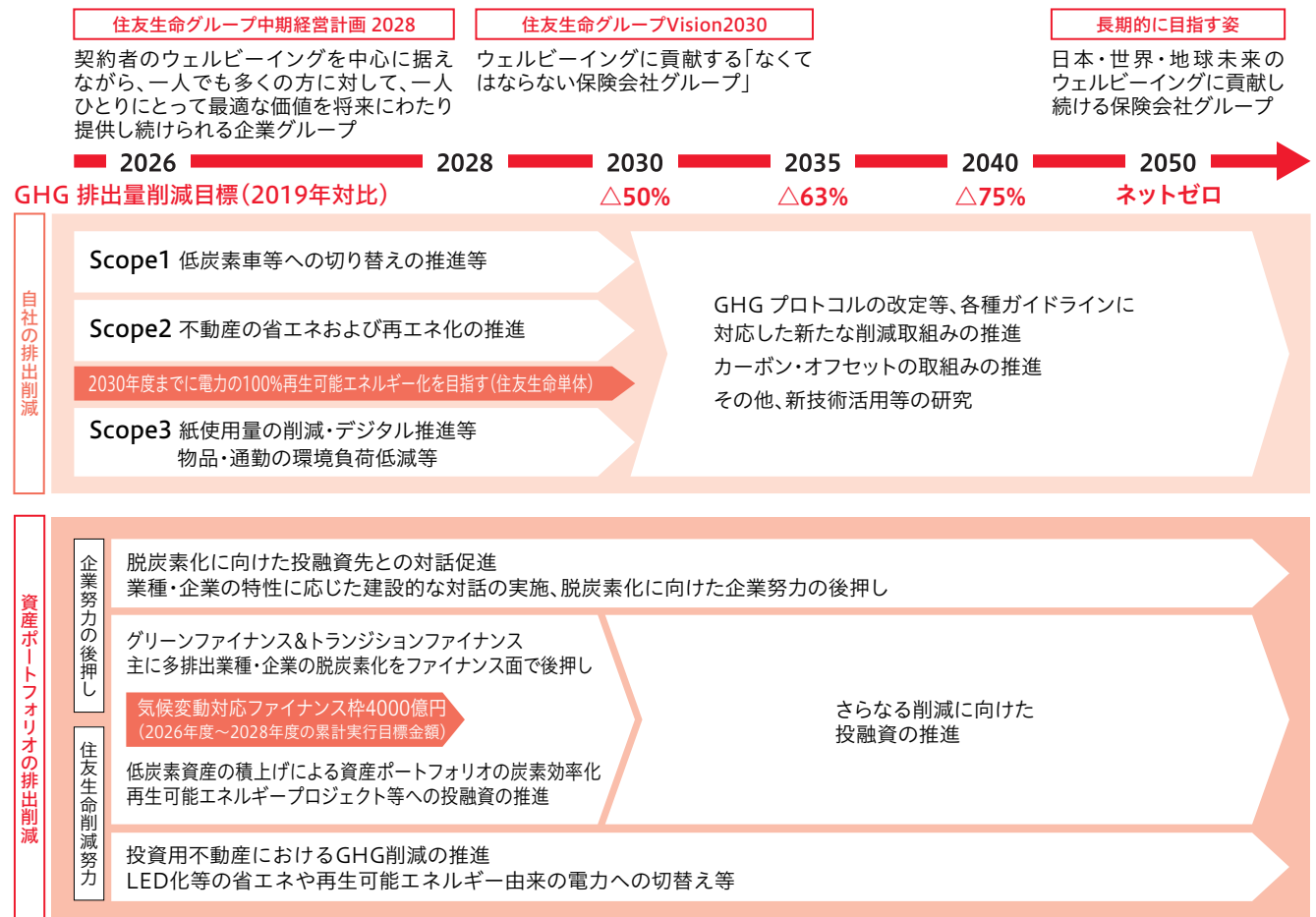
- ・Scope1:住友生命グループの燃料使用による直接排出量
- ・Scope2:住友生命グループが購入した電気・熱の使用による間接排出量
- ・Scope3:Scope1、2以外の事業活動に伴う間接排出量

なお、Scope3は、住友生命グループや住友生命グループ職員の積極的な取組みにより削減を目指す項目を対象とする。対象は、カテゴリ1(購入した製品・サービス)、カテゴリ3(Scope1、2に含まれない燃料およびエネルギー関連活動)、カテゴリ4(住友生命グループが費用負担する輸送、配送)、カテゴリ5(事業から出る廃棄物)、カテゴリ6(従業員の出張)、カテゴリ7(従業員の通勤)、カテゴリ12(販売した製品の廃棄)とする。カテゴリ13(リース(下流))、カテゴリ15(投資)については、「資産ポートフォリオ」からの排出量として、別途管理する。

※3 対象資産は2050年を「国債等を除く全資産」とし、2030年を「国内外の上場株式・社債・融資・投資用不動産・インフラ投資」とする。対象Scopeは投融資先のScope1、2とする。削減指標は資産規模の影響を排除して評価するため「インテンシティ」(保有残高あたりのGHG排出量=資産ポートフォリオのGHG排出量÷資産ポートフォリオ残高)とする。

※4 住友生命が加盟するNet-Zero Asset Owner Allianceが推奨する削減水準も満たす水準。

気候変動対応ロードマップ



気候変動・生物多様性への対応

TCFD提言・TNFD提言への対応

当社の気候変動や生物多様性への取組みについては、「気候関連財務情報開示タスクフォース(Task Force on Climate-related Financial Disclosures,TCFD)」の提言や「自然関連財務情報開示タスクフォース(Task Force on Nature-related Financial Disclosures,TNFD)」の提言のフレームワークに基づき、「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標・目標」の4つの柱に沿って情報開示を行っています。

◆ ガバナンス TCFD TNFD

当社は、気候変動や生物多様性に関する課題が当社の事業活動に対してリスクと機会をもたらすことを認識しており、気候変動をはじめとした「社会・環境課題の解決への取組みを通じて、持続可能な社会の実現に貢献する」ことを「サステナビリティ経営方針」に定めています。経営方針に基づき重要項目(マテリアリティ)を定め、経営計画の中で気候変動・生物多様性に対応した取組み(「地球環境保全への取組み」や「持続可能性を考慮した責任投資」)を特定し重点的に取り組む課題を明確化しています。

地球環境に対する具体的な活動方針として「スミセイ環境方針」を定め、様々なステークホルダーとのエンゲージメントを通じて、気候変動対策や生物多様性の保全に取り組んでいます。また、資産運用を通じて、気候変動・生物多様性への対処を含む持続可能な社会の実現に貢献することを目指す「責任投資に関する基本方針」を策定し、責任投資委員会で気候変動や生物多様性に関する課題を含む幅広い議論を実施しています。そして、人権については、「住友生命グループ人権方針」等に沿って、事業活動の全てのプロセスに関わるステークホルダーの人権尊重の取組みを推進しています。

さらに、社会・環境課題に係るサステナビリティ重要項目(マテリアリティ)への対応等については、グループ・サステナビリティオフィサーを議長とする「社会・環境サステナビリティ推進協議会」にて、気候変動や生物多様性に関する課題への対応を協議(対応状況について、上期・年度振返りを経営政策会議・取締役会へ報告)する体制としています。

◆ リスク管理 TCFD TNFD

統合的リスク管理の枠組みにおいては、気候変動リスク・生物多様性関連リスクをエマージングリスク(環境変化等により新たに発現または変化し、将来的に当社に極めて大きな影響を及ぼす可能性のある事象)を特定するための視点に入れたうえで、気候変動リスクについてはエマージングリスクの一つとして管理しています。

また、事業リスク(当社を取り巻く事業環境の変化への対応が不十分となり、経営戦略などの達成を阻害するリスク)管理においても気候変動リスクを対象としています。これらについてモニタリングを行い、ERM委員会、経営政策会議、取締役会に定期的に報告し、リスク認識の共有等を図っています。

資産運用において、気候変動を含むESG要素を考慮した投融資判断、投資先とのエンゲージメント活動(気候変動に係る対話)を実施しています。

◆ 気候変動に関する戦略 TCFD

気候変動が当社の事業活動にもたらす機会とリスクを次のとおり認識しており、適切なリスク管理への取組み等を通じてリスクを低減させるとともに、機会の活用に努めています。

【機会】

- ①生命保険事業において、気候変動に対応した新たな生命保険商品・サービスの開発
- ②資産運用において、カーボンニュートラル社会に資する技術開発等を行う企業や再生可能エネルギー関連プロジェクト等への投融資機会の増加

【リスク】

気候関連リスクのうち、当社事業に大きな影響を及ぼす可能性のある主なリスクとしては次のようなリスクが考えられます。

- ①平均気温の上昇等によって中長期的に死亡等の発生率が変化し、損失を被るリスク
- ②カーボンニュートラル社会への移行に関する政策変更、規制改革等によって当社の投融資先企業が大きな影響を受け、当社の投融資資産の価値が将来的に毀損するリスク

気候変動・生物多様性への対応 | TCFD・TNFD提言への対応

◆ シナリオ分析

TCFD

前頁のリスク認識に基づき、生命保険事業、資産運用事業における気候関連リスクによる影響を評価するためシナリオ分析を実施しています。

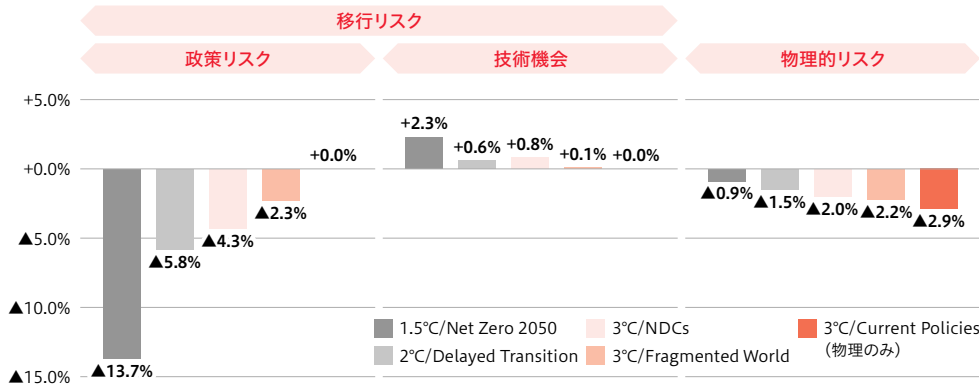
※シナリオ分析手法や結果等の詳細については[公式ホームページ](#)をご参照ください。

■ 生命保険事業

これまで自然災害、冬季の温暖化、暑熱、感染症による保険金等支払への影響分析を実施し、現時点では当社財務面への影響は限定的であることを確認しています。

■ 資産運用事業

MSCI社のCVaR(Climate Value at Risk)を用いて、毎年、気候変動が資産ポートフォリオに及ぼす影響度を定量的に確認しています。本手法は、気温上昇シナリオごとに気候変動による各企業の株式や債券の毀損率を示す手法です。分析の結果、移行リスクについては、技術機会を考慮したとしても、気温上昇幅を抑制するシナリオほど大きい一方、物理的リスクについては、気温上昇幅が大きいシナリオほど大きい傾向にあることが示唆されました。

▶ シナリオ別CVaR計測結果^{※1,2,3}

※1 2025年12月末の保有資産（上場株式、社債、融資）を対象としています。

※2 各シナリオはいずれもNGFSシナリオを採用しています。各シナリオの概要は下表をご覧ください。

※3 各シナリオのCVaRは、MSCI社の評価モデル変更等の影響により前年と比べ増加しています。NGFSシナリオの更新に伴い評価モデル上のカーボンプライシング想定水準が引き上げられたことが、増加の一因です。

シナリオ	概要
Net Zero 2050	厳格な気候政策とイノベーションを通じて温暖化を1.5°Cに抑え、2050年頃ネットゼロを達成
Delayed Transition	世界の排出量は2030年まで減少しないが、その後強力な政策により温暖化を2°C未満に抑制
NDCs	各国が公約したNDC(未実施の政策含む)が実現
Fragmented World	世界的に気候政策が遅延し、かつ各国の方向性が分断
Current Policies	各国の現行政策のみが維持

■ シナリオ分析の今後の方向性

生命保険事業や資産運用事業におけるシナリオ分析の手法やデータについては国際的にも発展途上であることをふまえ、引き続き国内外の議論の進展等をみながら、分析範囲の拡大や手法等の検討を進め、さらなるレベルアップに努めていきます。

◆ 具体的な取組内容

TCFD

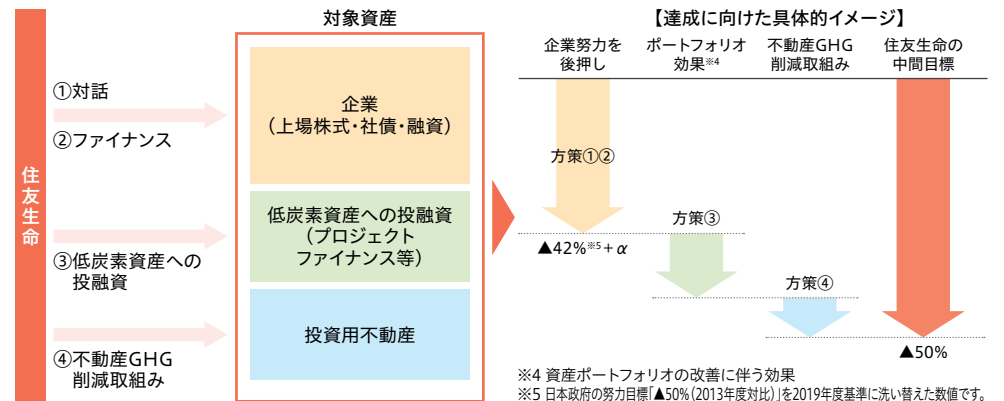
■ 生命保険事業

当社が保有するビルの照明のLED化を推進するとともに、再生可能エネルギーの導入を進めています。また紙使用量の削減、支社・支部に燃費性能が優れたハイブリッド車のカーリースも導入しています。

GHG排出量削減（緩和策）に加え、“住友生命「Vitality」”による健康増進・疾病予防を推進しています（適応策）。更に、適応策でも防げない場合に備えて保険商品（「熱中症お見舞い保険（子会社のアイアル少額短期保険と共同開発）」等）を提供するなど、お客さま・社会のウェルビーイングに貢献しています。

■ 資産運用事業

資産ポートフォリオにおけるGHG排出量削減に向けては、次の方策を通じて目標水準の達成を図っていきます。



方策	取組概要
①対話	○企業との対話を通じて脱炭素化を後押し。
②ファイナンス	○ファイナンスを通じて投融資先の脱炭素化を支援。 ○脱炭素社会への移行に伴う投資機会が増加していくことが見込まれる中で、当社はトランジション ファイナンスに注力。事業会社が発行するトランジション・ボンドやGX経済移行国債等に、積極的に投資。
③低炭素資産への投融資	○インフラエクイティファンド、再生可能エネルギー向けのプロジェクトファイナンス等、低炭素資産への投融資に注力。
④不動産におけるGHG削減取組	○投資用不動産における省エネや再生可能エネルギーへの切替えを推進。

気候変動・生物多様性への対応 | TCFD・TNFD提言への対応

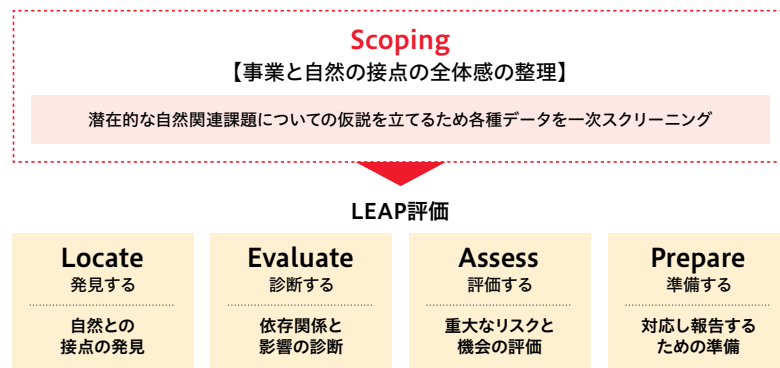
◆ 生物多様性に関する戦略 TNFD

TNFD提言に基づき、生命保険、不動産、投融資と自然との接点について分析(Scoping)し、事業と自然との接点の全体感(依存と影響、リスクと機会)を整理しました。

生命保険については、人の健康・生死と自然との関係性を整理し、感染症・気候による影響を確認しています。不動産では、ENCORE等を用いた依存・影響分析に加え、LEAPアプローチに沿って国内事業拠点の保護地域・生物多様性重要地域(KBA)への立地状況を分析した結果、現時点で保護地域等の自然への著しい悪影響は確認されておりません。

投融資先については、業種ごとの自然への依存度・影響度を評価し、特に水関連の重要性を特定しています。今後は、投融資先についてもLEAPアプローチに沿った評価分析を更に進める等、TNFD提言に沿った開示の充実を進めていきます。

※TNFD提言への対応の詳細は、[公式ホームページ](#)をご参照ください。



三重県大台町での「住友生命の森」づくり

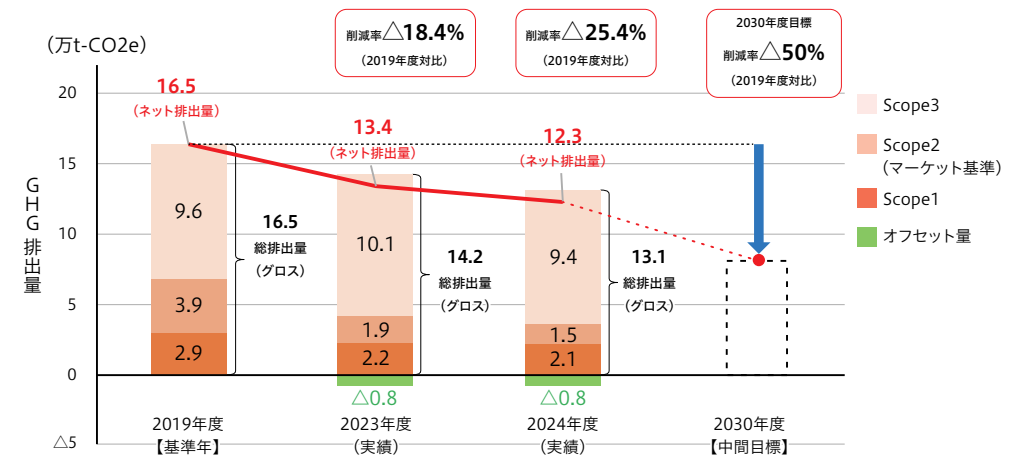
2024年に、三重県大台町、宮川森林組合、一般社団法人more treesと、「森林保全および地域活性化に関する連携協定」を締結し、「住友生命の森」づくりを始めました。4者協働で多様性のある森づくりに取り組むことで、地球環境と生物多様性の保全を推進し、持続可能な社会の実現への貢献を目指しています。

◆ 指標・目標 TCFD TNFD

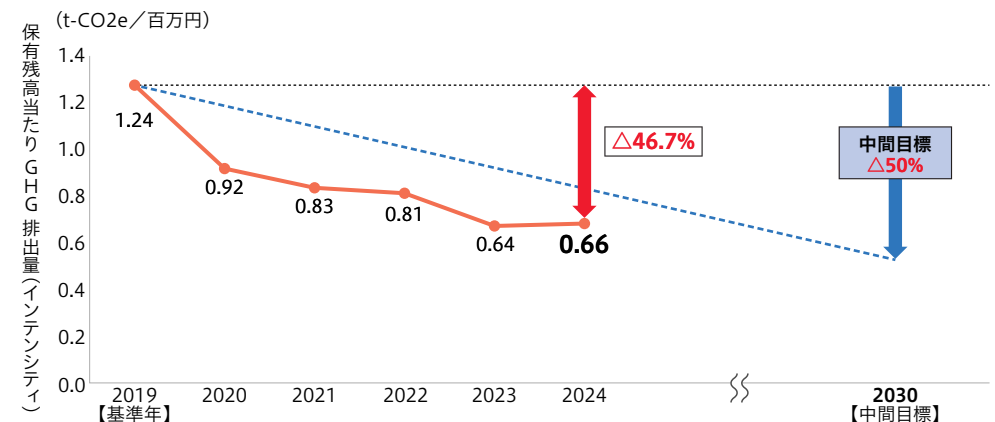
2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて、まずは2030年のGHG排出量削減目標(P68)の達成を目指し、事業会社・機関投資家の双方の立場から取り組んでいます。

※GHG排出量の詳細、および環境パフォーマンスデータは、[公式ホームページ](#)をご参照ください。

◆ Scope1+2+3(グループ全体) ※資産ポートフォリオからの排出量は除く



◆ 資産ポートフォリオ(国内グループ)



※保有残高当たり GHG 排出量(インテンシティ) = 資産ポートフォリオの GHG 排出量 ÷ 資産ポートフォリオ残高



将来世代に向けたFR活動

将来世代と企業が積極的に対話することは、お客さまや従業員、社会全体のウェルビーイングの向上や、持続可能な事業成長と社会との共存の両立を重視するうえでも重要になっています。当社では、有志企業と連携し、未来を担う「将来世代」を重要なステークホルダーと位置づけ、継続的に対話する「FR (Future Generations Relations) 活動」を展開しています。

当社は、かねてより将来を担う世代が健やかで豊かに成長できる場をつくる取組みを進めてきました。今後も、未来を担う子どもたちの豊かな成長を願い、挑戦する姿勢を育む多様な取組みを通じて、ウェルビーイングな社会の実現を目指します。

◆ こども絵画コンクール

子どもたちの豊かな成長を願って1977年に開始し、2026年度で49回目を迎えました。開始以来の応募総数が1,188万点(2025年度は82,050点)を超えるコンクールへと成長しました。2000年度からはフランス国立ルーヴル美術館の後援を受け、毎年春に同美術館に優秀作品105点を展示しています。また、お渡しした画用紙・応募作品数に応じて日本ユニセフ協会に寄付を行っています。



◆ 未来を強くする子育てプロジェクト

地域の子育て環境づくりに取り組む個人・団体を対象とした「子育て支援活動の表彰」と、子育てと人文・社会科学分野の研究活動を両立する研究者を支援する「研究者への支援」の公募事業を、2007年から実施しています。19年間にわたり活動を継続しており、これまでに子育て支援活動を行う個人・団体218組、研究者192名への支援を行っています。



◆ スミセイ“Vitality Action”

「たいせつな人とカラダ動かそう」をテーマとした親子スポーツイベントを全国で開催しています。参加者の皆さまに健康で、幸せになっていただきたいという想いをこめたプロジェクトです。講師として様々なトップアスリートにご参加いただき、2026年3月末時点で累計156か所で開催し、8,298組の親子にご参加いただいています。



◆ スミセイアフタースクールプロジェクト

小学生の放課後の生活の場・居場所である全国の「放課後児童クラブ」や「放課後子ども教室」等をより楽しく、子どもたちが成長できる場所とすることを目的としたプロジェクトです。いのち・健康・未来・夢をテーマとした13種類のプログラムを無償提供し、2026年3月末時点で全国550か所以上、延べ18,200人以上にお届けしています。



◆ 大学生・大学院生と役員との対話

年1回、社長以下の全役員が一堂に会し住友生命ブランドについて考える「役員ミーティング」。2025年度は大学生・大学院生24名に参加いただき「2050年に向けて実現したいウェルビーイングな未来社会とは?」「そのために企業ができること/企業にしてほしいこととは?」というテーマで対話しました。



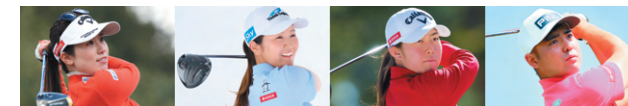
◆ ゴルフを通じた取組み

西村優菜プロ・神谷そらプロ・後藤あい選手・蟬川泰果プロの競技への真摯な姿勢がFR活動の理念と共鳴することから、スポンサー契約を締結しています。

また、西村プロ・蟬川プロの成績に応じてポイントを積み立てる社会貢献活動を実施しています。

2025年度の寄付先

西村プロ：一般社団法人関西ゴルフ連盟
蟬川プロ：公益財団法人日本ゴルフ協会



将来世代に向けたFR活動



SPOTLIGHT

ウェルビーイング価値共創の取組み #6

将来世代への教育支援

将来世代へのウェルビーイング貢献のため、FR活動の一環として将来世代へさまざまな教育サービスを提供しています。金融教育を中心に、キャリア教育・コミュニケーション・性教育・がん教育といった出前授業や、課題解決型探究プログラム、自然×創造プログラムなど多様なサービスを小学校・中学校・高校を中心に幅広い将来世代にお届けしており、2026年度からは「将来世代ウェルビーイングラボ」を発足し、より積極的にサービスの普及を図っていきます。

導入いただいた小学校から

これまでに、「性教育」や自然×創造プログラム「モリモンスター」、「創作四字熟語をつくらう」など数多くの授業を導入いただいた帝京大学小学校の石井校長にお話を伺いました。



学校法人帝京大学
帝京大学小学校校長
石井 卓之 様

Q:これまで導入された授業の感想は？

「性教育」は専門家によって学年ごとにカスタマイズいただいたので、保護者からも好評でした。「モリモン」は自然に興味を持てる体験と創作意欲を湧かすことのできるプログラムで、今でも子ども達はカードを大切にしています。「創作四字熟語」は教材もしっかりしていて先生の負担は極めて少なく済みまし

た。時事問題と絡めることで横断的な学びとなっている点が良かったです。どのプログラムも全体的に遊び心を感じるプログラムで、生徒が楽しみながら学んでいるからこそ先生も授業を楽しむことができました。

Q:当社のように民間企業が教育現場に関わることにどう思いますか？

かつては外部の参入を受けつけない空気が学校側も保護者からもありました。しかし今は外部の力を教育現場でうまく利用させていただかないとならない時代。企業と学校はWIN-WINの関係になれると確信しています。

Q:住友生命についての印象の変化はありましたか？

正直、保険会社がこのようなサービスを提供していることを知りませんでした。社会貢献としてもとても良い取り組みだと思うので、公立私立の学校を問わずもっと多くの学校に届けてもらいたいと思います。

出前授業サービス

コミュニケーション

キャリア教育

性教育

金融教育

がん教育

プログラム提供サービス

課題解決型探究学習プログラム

自然×創造
プログラム創作四字熟語を
つくらう

出前授業サービスとプログラム提供サービスの累計開催実績(2026年3月末まで)



全国の小・中・高校など

実施回数 **471** 回受講者数 **39,744** 人

担当インタビュー

将来世代ウェルビーイングラボ長
山口 潤



将来世代へのウェルビーイング価値提供は全国に広がりを見せており、生徒だけでなく先生方や参観に来られた保護者さまなどからも多くの反響をいただいています。

例えば金融教育では、単に金融知識を身に付ける授業を提供するのではなく、将来の人生設計とお金の関係、生きていく上でお金は大切だけど(ファイナンシャルウェルビーイン

グ)、「幸せはお金が全てではない、自分らしい幸せな人生とは?」というテーマについて考える、まさにウェルビーイング授業と呼べる内容を提供しています。このように当社ならではの特徴あるサービス内容が多くの学校さまから選ばれている理由だと感じます。この教育サービスは、学校を起点としたコミュニティウェルビーイングへの貢献を行うとともに、当社職員自身のキャリアウェルビーイングにも貢献できると考えています。今後、サービス提供の担い手や提供エリアを更に広げると共に、今後は大学生向け、保護者向け、教職員向けのサービスなど、新たなサービス開発にも取り組んでまいります。



人権への取組み

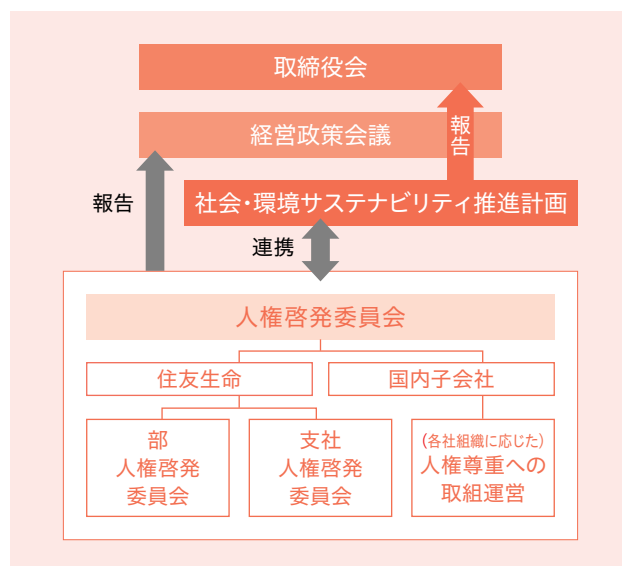
「社会公共の福祉に貢献する」というパーパス（存在意義）のもと、「サステナビリティ経営方針」を役職員が行動レベルで実践するための指針のひとつとして、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」をはじめとする国際規範の理念に沿い、「住友生命グループ人権方針」を定めています。この方針に基づき、事業活動のすべてのプロセスに関わるステークホルダーの人権を尊重する取組みを推進することで、健康で心豊かな社会づくりに貢献することを目指しています。

◆ 推進体制

人権啓発委員会において「住友生命グループ人権方針」に基づく人権運営に関する取組計画を決定し、当社および子会社における人権尊重の取組みを推進しています。

本委員会で決定した人権運営に関する取組計画ならびに取組状況については、定期的に経営政策会議へ報告するとともに、社会・環境サステナビリティ推進計画の取組状況として取締役会に報告を行う体制としています。

▶ 人権取組み推進体制



◆ 人権デュー・ディリジェンスの取組み

「住友生命グループ人権方針」に基づき、人権デュー・ディリジェンスの取組みを実施しています。サプライチェーンを含めた事業のすべての領域に関わる人権リスクについて、その蓋然性および深刻度を評価したうえで、優先的に取り組むべき課題を特定し、リスクの未然防止・改善策に取り組んでいます。

また、サプライチェーンに対しては、人権尊重をはじめとした各種取組状況を確認するための活動を推進しています。

▶ 特定した当社グループの優先課題

- ◆ 過剰・不当な労働時間
- ◆ プライバシーの侵害
- ◆ ハラスメント
- ◆ ジェンダーに関する人権問題
- ◆ 不適切・不十分な労働安全衛生
- ◆ 差別

◆ 社外からの相談窓口の設置

当社、国内子会社、または財団の事業活動に起因して、これら以外の関係者が人権尊重に反する行為を受けた場合、またはそのおそれのある行為があった場合にご相談いただける窓口を設置しています。

◆ 人権啓発・教育の取組み

入社時研修、人権リーダー育成講座、管理職研修等、対象層に応じたきめ細かな人権啓発・研修を実施するとともに、全職員を対象とした人権定例研修、毎月の「人権を考える日」運営、「人権啓発標語」への応募勸奨などを通じて、一人ひとりの人権意識向上につながる取組みを推進しています。

▶ 主な研修

研修名	受講対象者
入社時研修	新入職員
人権リーダー育成講座	本社所属からの選抜者 (2025年度受講者数:79名)
管理職研修	管理職
人権定例研修	全職員

▶ 人権リーダー育成講座の様子



価値創造を支える 経営基盤

社外取締役メッセージ	76
------------	----



コーポレートガバナンス

相互会社運営	78
経営管理体制	80
取締役会	81
取締役会等の実効性評価	82
指名委員会	83
報酬委員会	84
監査委員会監査	85
会計監査	87
内部統制	88
取締役	89
執行役、執行役員およびエグゼクティブフェロー	94
お客さま本位の業務運営・コンプライアンス(事業活動の「礎」)	95
リスク管理	97
11年間の主要財務データ	102
情報開示	103

社外取締役メッセージ



◆ 社外取締役としての役割とスタンス

ご自身の社外取締役としての役割について、どのようにお考えですか。

私は長年、情報通信業界で経営改革やデジタルトランスフォーメーションに携わってきました。こうした経験を踏まえ、特にデジタル技術やAI活用をはじめとするテーマにおいて、取締役会での深度ある議論に貢献することや、さらなる活用について助言することが、特に期待されている役割と考えています。

社外取締役に求められる最も重要な役割は、経営陣の仕事ぶりを客観的にモニタリングし、必要な牽制と監督を行うことです。他方で、企業が中長期的に成長していくためには「守り」のガバナンスだけではなく、リスクを見極めたうえで挑戦を支援する「攻め」のガバナンスも必要になります。現在行われているコーポレートガバナンス・コード改訂をめぐる議論に関わる中でも、日本企業にとって最も重要なのは「成長」を通じて、社会やステークホルダーに価値を提供し続けることだと強く実感しています。

社外取締役としては、ご契約者の負託に応え、長期的な信頼・安心を前提としながら、ステークホルダーへの価値提供を高めていくことが重要と考えています。そのために、「攻め」と「守り」のバランスを常に念頭に置きながら、住友生命グループの持続的な成長とガバナンスの実効性向上に貢献していきたいと考えています。

◆ 新たな中期経営計画の策定と取締役会での議論

今回の「住友生命グループ中期経営計画2028」(以下、中期経営計画2028)の策定にあたり、取締役会ではどのように議論を深めましたか。

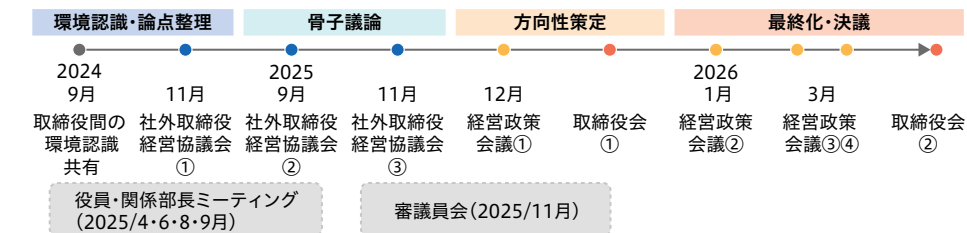
今回の中期経営計画2028の策定にあたっては、取締役会での議論が重ねられたことに加えて、社外取締役のみでの協議会や、執行役員との直接の意見交換など、多面的な議論の場が設けられました。

まず、10年後に住友生命グループが社会やご契約者にどのようなウェルビーイングを提供できる会社であるべきかを先に描き、その未来像から逆算して今後3年間の計画を立てる手法を採りました。これにより、中期経営計画2025の成果と課題を踏まえつつ、長期的な視座に立った議論が可能となりました。

取締役会では、異なる立場や専門性を持つ取締役が多様な意見を出し合い、議論を深めたうえで合意形成を図りました。トップダウンではなく、多様な意見を踏まえ、取締役全員が納得感を持てる形で方向性を整理した点は、取締役会の実効性を示すものです。また、社外取締役経営協議会では、社外役員同士が自由闊達に意見を交わし、先立って論点や骨子を整理したことで、その後の取締役会での議論の質を高めることができたと感じています。

こうしたプロセスを通じて、いつの時代も「なくてはならない保険会社グループ」であり続けるための方向性を具体化できたことは、大きな成果だと評価しています。今後は、策定した計画が現場で実行されているか、各施策がステークホルダーへの価値提供につながっているかを継続的に確認し、必要に応じて軌道修正を図っていくことが重要です。

▶ 中期経営計画2028の策定プロセス



社外取締役メッセージ

◆ 取締役会と委員会の実効性

取締役会の運営体制や議論の実効性、監査委員会の運営について、どのように評価されていますか

取締役会や各委員会の実効性を高めるため、この数年、運営面の改革を継続的に進めてきました。特に、報告事項と審議事項を明確に分け、重要なテーマに十分な時間を割くようにしたことは、活発で建設的な議論につながっていると感じています。

各委員会においては、社外取締役が執行役員と深く意見交換できる仕組みが構築されている点が、当社の特長です。例えば監査委員会では、部門の責任者と1対1で課題や取組みを掘り下げるオフサイトの場合が設けられています。監査にあたっては、議論だけでなく、対話の中で浮かび上がったリスクや課題について、事務局と連携しながらフォローアップを徹底しています。対応状況や改善策の実行状況を継続的に確認し、必要な軌道修正が行われているかを厳正にモニタリングすることが、社外取締役としての重要な役割と考えています。

内部統制やコンプライアンス体制についても、課題が発生した際には取締役会や監査委員会へ速やかに情報が共有され、対応方針や再発防止策が議論されます。こうした仕組みを形骸化させず、不断に見直し続けることで、当社のガバナンスは着実に前進していると感じています。

◆ 社会からの信頼を支える取組みの深化

お客さまから信頼され続ける会社になるために、何が重要と感じていますか。

生命保険事業は、ご契約者との長期的なお付き合いを前提とする事業であり、お客さまと社会からの揺るぎない「信用・信頼」がその土台となります。一方で、不適切な事案が発生した場合には、問題を個人の責任だけに帰すのではなく、その背後にある業務プロセス、組織風土、管理態勢を見つめ直し、組織として改善を重ねることが、再発防止の鍵だと考えています。

当社の経営の要旨に掲げられた、「信用を重んじて確実を旨とする」という価値観は事業運営の原点です。高田社長も倫理観の高い事業運営の徹底を「礎」として繰り返し発信していますが、重要なのはこの価値観を理念にとどめず、職員一人ひとりが自分事として捉え、日々の行動や判断に落とし込んでいくことです。

社外取締役としては、こうしたお客さま本位やコンプライアンス向上の取組みが、制度やルールとして整備されるだけでなく、実際に現場で機能しているか、問題の予兆を把握し改善につなげる仕組みが働いているかを、継続的に確認していきたいと考えています。社会からの信頼に応え続けるため、取組みを着実に進めるとともに、その実効性を不断に高めていくことが重要です。

◆ ウェルビーイングの価値提供と社外取締役としての想い

中期経営計画2028を通じた企業価値向上への想いと、ステークホルダーへのメッセージを教えてください。

中期経営計画2028では、「ウェルビーイングへの貢献」を戦略の柱に据えています。生命保険会社としての経済的な保障、そして健康増進型保険“住友生命「Vitality」”から、更にその捉え方や広がり日々進化していると感じています。その価値を上げていくにあたっては、新たな商品・サービスの提供に加えて、地域社会との共生や、自治体との連携も重要になってくるでしょう。また機関投資家として、資金循環を通じて、地域社会や国全体を元気にしていくということも重要です。社外取締役としては、様々な取組みが、実際にお客さまの体験価値向上や、豊かな社会や明るい未来につながっているかが重要と考えています。

高田社長が提唱する「拡・保険」のコンセプトは、生命保険の本質である安心の価値を、人々の幸せやより良い生き方のサポートに広げ、社会や未来にまで広げていくものです。今後、このビジョンを現実のものとするためには、グループの職員一人ひとりが、計画の意義を理解し、自らの行動に繋げていくことが非常に重要です。

今後も取締役会として、策定した計画の浸透状況や遂行状況を継続的に確認し、必要な議論を重ねていきます。社外取締役として、挑戦を後押しする「攻め」と信頼を守り抜く「守り」の両面からガバナンス機能を発揮し、住友生命グループの持続的な成長と企業価値向上に貢献してまいります。



コーポレートガバナンス

相互会社運営

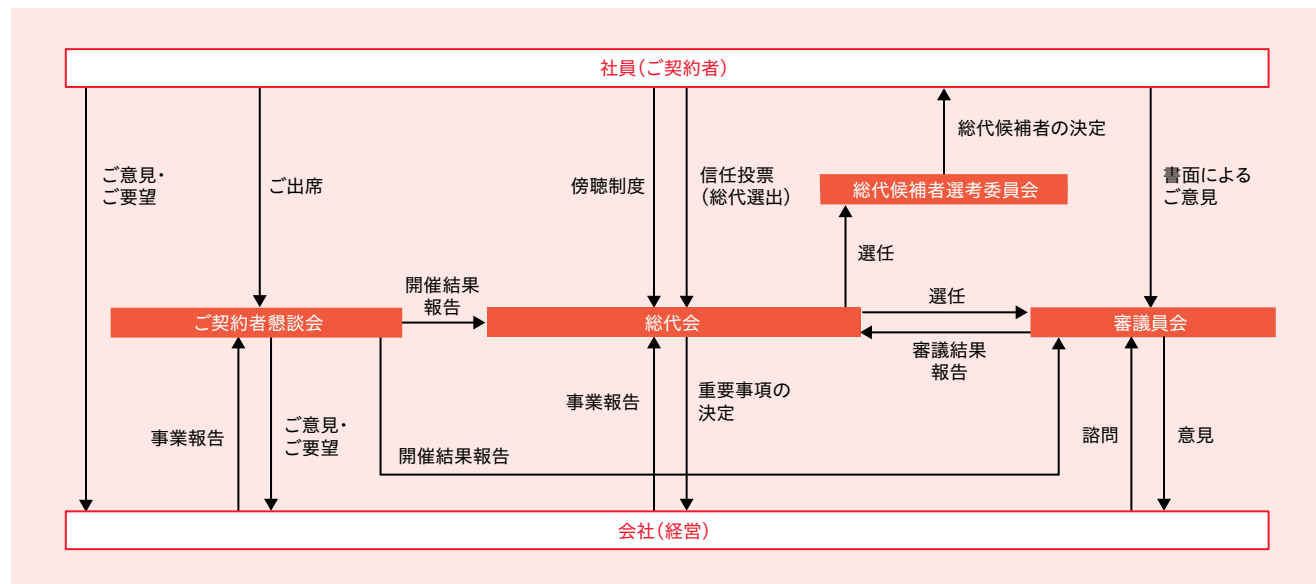
生命保険は、大勢の人が保険料を負担しあい、それを財源として死亡したときや病気になったときに保険金や給付金を受け取るという「助け合い」「相互扶助」の仕組みによって成り立っている公共性の高い事業です。当社は、透明性が高い相互会社組織の実現を通じて、お客さまの声を大切にしていける会社を目指します。

◆ 相互会社とは

保険会社の組織形態には「相互会社」と「株式会社」があり、当社は「相互会社」です（相互会社は保険業法によって保険会社に認められた組織形態です）。

相互会社では、株式会社と異なり株主が存在せず、保険契約者一人ひとりが会社の構成員すなわち「社員」となります（ただし、剰余金の分配のない保険のみにご加入のご契約者については、当社定款の規定により社員とはなりません）。

▶ 相互会社のしくみ



◆ 総代会とは

定款の規定により、社員総会に代わるべき機関として総代会を設置し、総代会において、剰余金の処分、定款の変更、取締役の選任等を決議しています。

総代会には社員の中から選出された総代にご出席いただきます。

◆ 総代について

定款の規定により、総代の定数は180名、任期は4年（再任限度2期8年）とされており、その選出は2年ごとに定数の半数について行われます。総代は、社員を代表し、多様な視点から経営のチェックを行うため、地域・年齢・職業等を考慮し、幅広く選出されています。また、総代会における総代による実質的な審議および議決権行使を通じて社員の意思を適切に経営に反映する観点から、当社の総代の定数は適正な水準にあると考えています。

◆ 総代の選出

総代の選出にあたっては、総代候補者選考委員会が総代候補者を決定したうえで、全社員による信任投票を経て総代が選出されます。

当社においては、総代候補者は次の二種類の方法により決定することとしており、総代の多様性確保にも努めています。なお、総代の定数180名のうち、最大20名を立候補による定数としています。

- ・総代候補者選考委員会の推薦による総代候補者
地域・年齢・職業等のバランスを考慮し、総代候補者選考委員会が幅広い層の社員の中から推薦する候補者です。
- ・立候補による総代候補者
総代候補者選考委員会が行う公募に対して、社員が自ら「立候補」することによる候補者です。

総代候補者選考委員会が決定した個々の「総代候補者」に対しては、全社員による信任投票が行われ、不信任の投票数が全社員の10分の1に満たない場合、候補者は総代として信任されます。

コーポレートガバナンス | 相互会社運営

◆ 総代会

総代会の傍聴制度

社員の皆さまに会社経営に対する理解を深めていただくために「総代会傍聴制度」を設けており、社員の皆さまは事前に申し込むことにより総代会を傍聴することができます。

申込方法等については、総代会開催前の5月頃に公式ホームページにてお知らせします。

※総代の数および選出方法の詳細については、資料編P.115に掲載しています。

2026年定時総代会開催結果

2026年7月2日(木)、大阪市において、定時総代会が開催されました。

なお、総代会における議論の活性化に向けて、分かりやすい資料の作成や質疑応答時間の十分な確保に取り組んだほか、引き続きオンラインでの傍聴も可能とし、ご来場が難しい総代にも総代会の様態をご覧いただきました。

報告事項、決議事項については右表のとおりです。総代会の主な質疑応答については資料編P.118～P.119に、総代会の議事録および質疑応答の要旨は公式ホームページに掲載しています。



2026年定時総代会

▶ 2026年定時総代会の報告事項、決議事項

報告事項	1. 2025年度事業報告、貸借対照表、損益計算書、基金等変動計算書、連結計算書類ならびに会計監査人および監査委員会の連結計算書類監査結果報告の件 2. 審議委員会審議事項報告の件
決議事項	第1号議案 2025年度剰余金処分案承認の件 第2号議案 社員配当金割当ての件 第3号議案 取締役12名選任の件

◆ ご契約者懇談会

ご契約者の皆さまに当社の経営状況をご説明し、ご理解いただくとともに、ご意見等を幅広く吸収し、経営に反映していくために、毎年、全国の支社等でご契約者懇談会を開催しています。なお、ご契約者懇談会は、総代会に先立って1月～3月に開催し、総代会との連携を図っています。

また、総代の選考方法の多様化を図る観点から、ご契約者懇談会の出席者の中から一定数の総代を選出することとしています。

参加申込方法等については、ご契約者懇談会開催前の一定期間公式ホームページにてお知らせします。



2026年ご契約者懇談会の開催状況

2026年は全国で90回開催し、1,952名のご契約者の皆さまにご出席いただきました。

ご契約者懇談会席上でのご意見・ご要望等については、実行可能なものは速やかに経営に取り入れるとともに、その傾向を分析して、ご契約者の皆さまの意向を反映した経営を進めていく一助としています。ご契約者懇談会での主なご意見は資料編P.120に掲載しています。

▶ ご契約者懇談会開催回数と出席者数

	2025年	2026年
開催回数	89回	90回
出席者数 (1回平均)	1,789名 (20.1名)	1,952名 (21.7名)

◆ 審議委員会

会社からの諮問事項や経営の重要事項について審議する機関として、社員または学識経験者の中から総代会の決議により選任された方で構成される審議委員会を設けています。審議委員会では、社員から書面により提出された経営に関するご意見も必要に応じ審議します。

審議員の員数は定款の規定により25名以内となっています。

なお、2025年度の開催状況は下表のとおりです。

▶ 2025年度審議委員会開催状況

	議題
第1回 2025年5月開催	・2024年度決算案および事業概況等について ・2025年度の取組みについて ・定款等の変更について
第2回 2025年11月開催	・2025年度上半期事業概況等について ・次期中期経営計画について

総代会制度等、相互会社のしくみに関するご意見等については、右記のあて先にご送付ください。〒104-8430 東京都中央区八重洲2-2-1 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー22階 住友生命保険相互会社 経営総務室

コーポレートガバナンス

経営管理体制

当社は、実効的なコーポレートガバナンスの実践が、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上につながるものと考え、指名委員会等設置会社の会社形態を採用するとともに、社外の知見を積極的に経営に反映する体制を整備しています。

◆ 指名委員会等設置会社

監督と執行を制度的に分離して、取締役会による監督機能を強化するとともに、業務執行の決定を大幅に執行役に委任することを通じた意思決定の迅速化を図る観点から、指名委員会等設置会社の形態を採用しています。

取締役会決議事項のうち、一部の事項については、指名委員会、監査委員会または報酬委員会への諮問を行うこととしています。
※各機関に関する説明は次頁以降に記載しています。

取締役会:P.81 指名委員会:P.83 報酬委員会:P.84

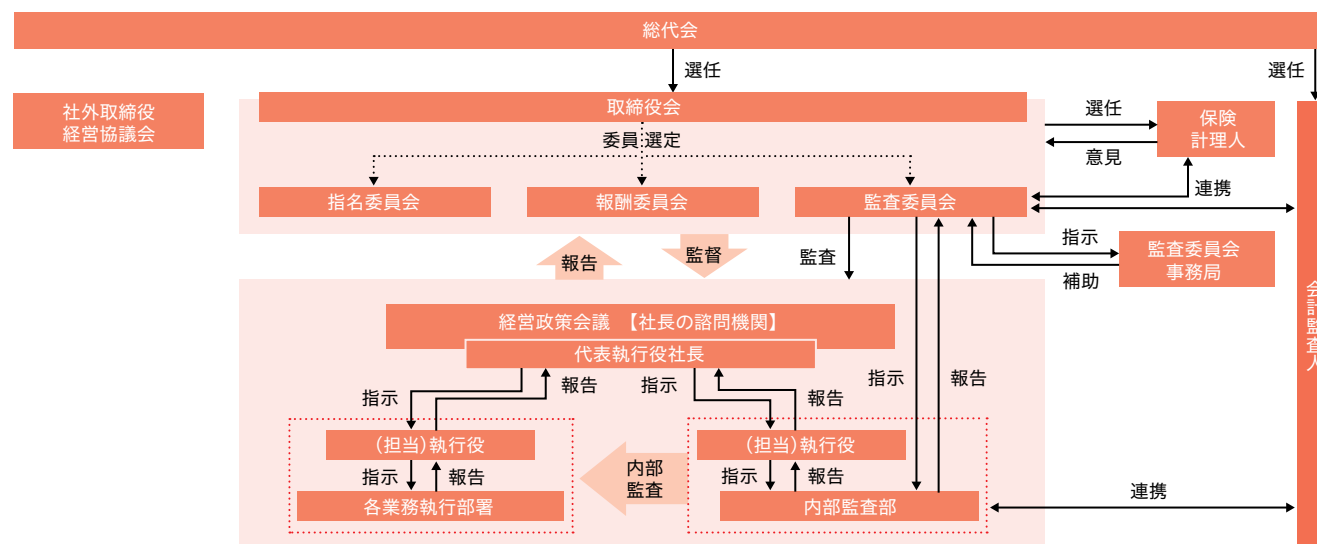
監査委員会:P.85～86

◆ 社外の知見の積極的な反映

12名の取締役のうち7名を社外取締役としており、社外取締役が過半数を占める構成としています。また、取締役会決議により「社外取締役の独立性に関する基準」を制定しており、社外取締役候補者の選定にあたっては、独立性に関する基準を満たすことを確認しています。

さらに、全社外取締役を構成員とする「社外取締役経営協議会」を設置し、中長期的な経営戦略や事業展開等、経営上の重要事項について社外取締役同士、または社外取締役と経営トップにより意見交換等を行うことで、社外取締役の多様な知見を積極的に経営に反映する体制を構築しています。

▶ 経営管理体制



コーポレートガバナンス・コードへの対応について

住友生命は相互会社のため、東京証券取引所が定める「コーポレートガバナンス・コード」については、直接適用されるものではありませんが、コーポレートガバナンスの実効性確保は、会社形態を問わず重要であるとの認識のもと、同コードの趣旨を踏まえ自主的に対応しています。

「コーポレートガバナンス・コード」への対応状況の開示・説明として、任意で「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」を作成し、「コーポレートガバナンス・コード」の各原則に基づく開示も行っています。

「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」等は[公式ホームページ](#)に掲載しています。

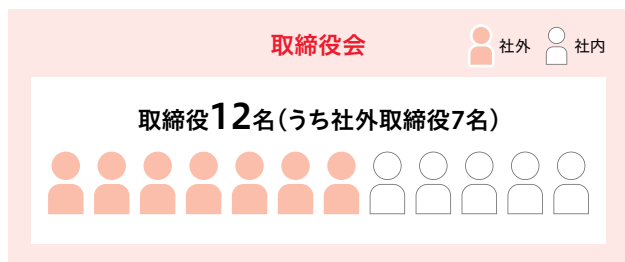
コーポレートガバナンス

取締役会

取締役会では、経営の基本方針や内部統制システムの整備に関する事項等、経営に関する重要事項を決定するとともに、重要な業務の執行状況について報告を受け、執行役および取締役の職務の執行の監督を行っています。

◆ 取締役会の構成

社外の知見の積極的な経営への反映および取締役の多様性の観点も踏まえ、12名の取締役のうち7名を社外取締役としており、社外取締役が過半数を占める構成としています。



▶ 取締役会の開催回数および各取締役の出席状況（2025事業年度の実績）

氏名	当社における地位および担当（2025年度末現在）		出席状況
橋本 雅博	取締役会長代表執行役	指名委員、報酬委員	13回/13回
高田 幸徳	取締役代表執行役社長	指名委員、報酬委員	13回/13回
百合 達哉	取締役	常勤監査委員	13回/13回
角 英幸	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	企画部、主計部、経理部 データサイエンスオフィサーの担当執行役	13回/13回
栄森 剛志	取締役代表執行役専務	事務サービス企画部、契約サービス部、 お客さまサービス部、保険金サービス部、契約審査部、 法人総合サービス部	13回/13回
森 公高	社外取締役	監査委員長	13回/13回
片山 登志子	社外取締役	監査委員	13回/13回
山本 謙三	社外取締役	指名委員長、報酬委員長	13回/13回
白河 桃子	社外取締役	指名委員、報酬委員	13回/13回
石井 茂	社外取締役	指名委員、報酬委員	13回/13回
小林 充佳	社外取締役	監査委員	13回/13回

◆ 活動状況・開催頻度等

取締役会は原則月1回開催し、必要に応じて随時開催しています。当事業年度においては13回開催しました。

当事業年度における取締役会の平均所要時間は約1時間15分、付議議案数は120件でした。

◆ 主な検討事項・内容

当事業年度における取締役会での主な検討事項・内容は次のとおりです。

① 「住友生命グループ中期経営計画2028」の策定

「住友生命グループ Vision2030」の実現を確実なものとし、次なる10年「Next-Decade」においても、不確実な環境変化の中で持続的成長を遂げ、「なくてはならない保険会社グループ」であり続けるため、グループ経営の強化を前提としたグループベースの経営計画を策定しました。

策定にあたっては、社外取締役の知見を活用し、経営計画に多様な意見を反映する観点から、2度にわたり社外取締役経営協議会において方向性を審議し、2026年3月に「住友生命グループ中期経営計画2028」を決議しました。

② コンプライアンス、リスク管理および子会社等の経営状況等に関するモニタリング

法令等遵守状況、リスク状況および子会社・関連法人等の経営状況等について報告を受け、計画の振返りを行いました。また、振返り結果等を踏まえて2026年度計画を決議しました。

③ 海外事業の成長に向けた増資

住友生命グループにおける海外事業の成長および米国市場での収益拡大に向け、米国子会社であるシメトラによる事業拡大を目的とした買収を支援するため、900百万米ドルの増資を行うことを決議しました。

取締役会等の実効性評価

取締役会および法定の3委員会（指名委員会、監査委員会および報酬委員会）（以下、「取締役会等」）の機能向上を図るため、年1回、取締役会等の実効性に関する評価を実施しています。

2025年度「取締役会等の実効性評価」結果の概要

1. 評価プロセス

実効性に関する評価にあたっては、全取締役に対するアンケートを実施し、アンケート結果に基づく評価について全社外取締役を構成員とする社外取締役経営協議会で議論を経たうえで、取締役会において決議しています。

2. 評価結果

当社の取締役会等は、意思決定機能と監督機能の両面において、有効に機能しているものと評価しております。一方で、さらなる改善の余地も認められることから、課題解決に向けた対応を講じ、一層の実効性向上に取り組んでまいります。

アンケートでは、すべての質問項目において「評価する」または「概ね評価する」との回答が多数を占めました。また、社外取締役経営協議会においては、今後のさらなる実効性向上に向けた提案および意見がありました。

各評価項目の評価の概要は[公式ホームページ](#)に掲載しております。

3. 前回実効性評価結果を踏まえた取組み

2024年度の 主要な課題	2025年度における対応状況
中長期的な経営戦略およびグループガバナンスの一層の強化等に関する議論の充実を通じた、取締役会の期待役割の発揮	・2025年9月および11月の社外取締役経営協議会にて、次期中期経営計画の骨子等について議論を行い、2025年12月の取締役会にて、「住友生命グループ中期経営計画2028および2026年度グループ経営計画」、「住友生命中期経営計画および2026年度経営計画」の方向性に関する審議に活かした。 ・2026年2月の取締役会において、経営計画規程を改正し、グループ経営計画の位置付けを明確化した。また、グループ経営の推進に向けて、より深度ある議論を実施すべく各年度の戦略子会社等の設定について取締役会に報告するよう見直しを行った。 ・シメトラ・シングライフの経営陣による業績等に関するプレゼンテーションおよび、社外取締役と海外子会社等の派遣取締役との意見交換会を実施し、海外子会社各社のマーケットや経営状況等に対する理解深化を図った。 ・2025年5月の取締役会後に、「住友館」を中心とした大阪・関西万博の視察を通じ、当社を含む住友グループにおける社会課題の解決に向けた取組み等について理解を深める機会とした。
取締役会の付議議案等の見直しや効果的な業務執行のモニタリングを通じた、重要テーマに関する審議時間の確保	・「経営戦略・経営計画の決定」および「取締役会が決議する計画の執行状況の報告」等について、取締役会において一層深度ある議論を行う一方、その他の報告事項については取締役会当日の案件説明を事前説明で示された重要な論点に絞って実施する運営を行うことで、取締役会における重要なテーマの審議時間の確保および議論の充実を図った。 ・取締役会で提起された中長期的に検討・対応を要する事項に関し、適切に備忘録へ掲載のうえ供覧することで重要テーマに関する検討事項を共有するとともに、次期中期経営計画の検討に活用した。

4. 今後の取組み

以上の評価結果を踏まえ、次の事項を主要な課題として認識しました。

- ①グループ経営の推進に向けた取締役会の適切な関与および期待役割の発揮
- ②重要テーマに関する議論の充実に向けた継続的な取組み

これらの課題の解決に向けた対応を講じることで、取締役会等のさらなる実効性の向上に努めていきます。

コーポレートガバナンス

指名委員会

指名委員会は、「取締役候補者の選定の方針」を策定し、取締役の選解任に関する総代会の議案の内容を決定するほか、執行役の選解任に関する事項等について取締役会からの諮問を受けて審議を行い、取締役会に答申することとしています。

◆ 指名委員会の構成

構成員は、社外取締役3名、社内取締役2名の合計5名となっており、委員長は社外取締役としています。



◆ 開催頻度等

当社では、指名委員会を必要に応じて随時開催しています。当事業年度においては6回開催しました。当事業年度における指名委員会の平均所要時間は約1時間32分、付議議案数は11件でした。

▶ 指名委員会の開催回数および各委員の出席状況 (2025事業年度の実績)

氏名	当社における地位(2025年度末現在)	出席回数
山本 謙三	社外取締役(指名・報酬委員長)	6回/6回
白河 桃子	社外取締役	6回/6回
小林 充佳	社外取締役	1回/1回
石井 茂	社外取締役	5回/5回
橋本 雅博	取締役会長代表執行役	6回/6回
高田 幸徳	取締役代表執行役社長	6回/6回

※小林取締役は2025年7月に指名委員・報酬委員から監査委員へ変更、
石井取締役は2025年7月に監査委員から指名委員・報酬委員へ変更。

◆ 主な検討事項・内容

当事業年度における指名委員会の主な検討事項・内容は次のとおりです。

① 総代会に付議する取締役選任議案の内容

「取締役候補者の選定の方針」を踏まえて審議の上、2025年7月に選任される取締役候補者11名を決定しました。その後、取締役会の多様性向上に向け、必要に応じて員数を増やすことも視野に入れながら、2026年7月に向けて取締役候補者の検討を進めました(2026年7月現在:取締役12名(社内5名、社外7名)、男性9名、女性3名)。

② 執行役の選任、代表執行役の選定、役付執行役の選定

取締役会からの諮問を受けて各候補者について審議を行い、取締役会への答申内容を決定しました。

③ 取締役の選任に関する事項の検討、社外取締役候補者に関する意見交換

取締役の員数、取締役の員数における社内・社外の比率、社外取締役の任期(上限)、社外取締役のダイバーシティ(多様性)、取締役のスキル・マトリックスなどについて審議しました。また、社外取締役候補者リストに基づき、将来の社外取締役候補者について意見交換を行いました。

④ 社長のサクセッションプラン

社長の任期、社長後継人材に必要とされる要素、指名委員会としての後継候補との接点の作り方、コンティンジェンシープランなどについて審議しました。また、人材育成の一助とし、指名委員と後継候補との接点を増やす観点から、経営課題をテーマとして、指名委員と執行役等との意見交換会を開催しました。

◆ サクセッションプラン

代表執行役社長の選定プロセスの透明性と適切性を確保するため、社外取締役が委員長を務め、委員の過半数を社外取締役が占める指名委員会において、代表執行役社長の後継者計画に関する審議を行い、その審議内容の報告を受けることを通じ、取締役会が同計画について適切に監督しています。

代表執行役社長を社内から登用する場合、社長後継人材は適時適切なミッションを付与すること等を通じて育成することとし、社長としての職責を果たすに足る十分な知識・経験・高い見識を有する候補者群の中から選抜した複数の候補者について、指名委員会において一定の期間、社長後継者としての適格性を観察・確認の上、そのうち最も適任と考えられる人材を取締役会へ答申し、取締役会において選任することを基本的な考え方としています。

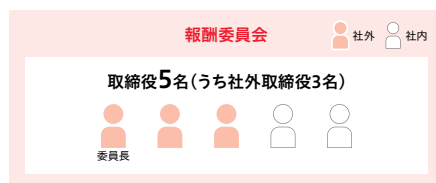
コーポレートガバナンス

報酬委員会

報酬委員会は、「執行役および取締役の個人別の報酬等の内容の決定に関する方針」を策定し、執行役および取締役の個人別の報酬等の内容を決定するほか、職員の報酬等の基本方針に関する事項等について取締役会からの諮問を受けて審議を行い、取締役会に答申することとしています。

◆ 報酬委員会の構成

構成員は、社外取締役3名、社内取締役2名の合計5名となっており、委員長は社外取締役としています。



◆ 開催頻度等

当社では、報酬委員会を必要に応じて随時開催しています。当事業年度においては6回開催しました。当事業年度における報酬委員会の平均所要時間は約21分、付議議案数は13件でした。

▶ 報酬委員会の開催回数および各委員の出席状況 (2025事業年度の実績)

氏名	当社における地位(2025年度末現在)	出席回数
山本 謙三	社外取締役(指名・報酬委員長)	6回/6回
白河 桃子	社外取締役	6回/6回
小林 充佳	社外取締役	2回/2回
石井 茂	社外取締役	4回/4回
橋本 雅博	取締役会長代表執行役	6回/6回
高田 幸徳	取締役代表執行役社長	6回/6回

※小林取締役は2025年7月に指名委員・報酬委員から監査委員へ変更、
石井取締役は2025年7月に監査委員から指名委員・報酬委員へ変更。

◆ 主な検討事項・内容

当事業年度における報酬委員会の主な検討事項・内容は次のとおりです。

① 執行役および取締役の個人別の報酬の決議

「執行役および取締役の個人別の報酬等の内容の決定に関する方針」を踏まえて審議の上、退任執行役の報酬、2025年度執行役および取締役の報酬を決議しました。

② 非財務評価

サステナビリティ経営方針のもと各ステークホルダーのウェルビーイング実現に向けた取組みを推進するため、サステナビリティ経営を進捗させる動機付けとして、業績連動報酬(中長期)に、新たに業績連動報酬(非財務)を導入しており、2023年度業績から評価を始め、2024年度以降の報酬から適用しております。

業績連動報酬(非財務)については、「住友生命グループ Vision2030」で掲げる「ウェルビーイング貢献領域」ごとの進捗状況について報酬委員会で評価しており、2024年度の評価結果は、5段階中の3番目に該当する「サステナビリティ経営が進捗した」となりました。

③ 経営者報酬調査の報告

ウイリス・タワーズワトソン社による「経営者報酬に関する調査結果」の報告に基づき、執行役報酬水準の妥当性について検証し、一部の役位について、目指すべき水準への調整を行いました。

④ 2026年4月昇任、新任執行役および取締役の個人別の報酬の決議

「執行役および取締役の個人別の報酬等の内容の決定に関する方針」を踏まえて審議の上、昇任、新任執行役および取締役の個人別の報酬を決議しました。

監査委員会監査

監査委員会は監査計画を策定し、取締役および執行役の職務の執行に関し不正の行為または法令もしくは定款への違反がないか、執行役は取締役会が定めた基本方針および計画等に従い、適法、妥当かつ効率的に業務を執行しているか等について確認しています。また、会社の内部統制システムが適切に整備され運用されているかどうか、会計監査人が適切に監査の職務を遂行しているか等についても確認しています。

◆ 監査委員会監査の組織、人員 (2026年7月2日時点における体制にて記載)

指名委員会等設置会社である当社の監査委員会は、5名の監査委員で構成しています。うち4名を非常勤の社外監査委員、1名を常勤の社内監査委員としています。

当社では、取締役会において監査委員の選定方針を定め、監査業務の遂行にあたって十分な知識および経験ならびに高い見識を有すると認められることを監査委員の要件とし、監査委員を選定しています。監査委員会の委員長および議長には、社外監査委員である片山登志子氏が就任しています。

社外監査委員である茂木哲也氏は公認会計士の資格を有しており、財務および会計に関する相当程度の知見を有しています。

監査委員会は、各監査委員の社内・社外、常勤・非常勤の別等を考慮し、監査計画において監査委員の役割分担を定めています。

監査委員会の監査業務をサポートするために監査委員会事務局を設置し、適正な知識、能力、経験を有する専任のスタッフ9名を配置しています。当該スタッフの人員数・異動等は、監査委員会の事前同意事項とし、業務執行からの独立性を確保しています。

◆ 監査委員会監査の手続き

監査委員会は、監査委員会が定めた監査規則に準拠し、また、監査委員会で策定する監査の方針、監査計画、職務の分担等に基づき、内部監査部・内部統制部門と連携のうえ、監査を行っています。

監査委員会は、内部監査部および会計監査人から監査計画、監査実施状況、監査結果等について報告を受け、意見交換を行っています。内部監査計画は、監査委員会の同意を得たうえで取締役会にて決定しています。また、監査委員会には原則として内部監査部担当執行役(員)が同席しています。

監査委員会は、意見交換を十分に行ったうえで、監査活動の内容や形成した意見等について取締役会へ報告し、また、必要に応じて執行役等に対して提言や意見表明を行っています。

◆ 監査委員会の開催回数、監査委員の出席状況

当社では監査委員会を原則月1回開催するほか、必要に応じて随時開催しています。当事業年度においては15回開催しました。

当事業年度における監査委員会の平均所要時間は約2時間10分、付議議案数は73件でした。

▶ 監査委員会の開催回数および各委員の出席状況 (2025事業年度の実績)

氏名	当社における地位	出席状況
森 公高	社外取締役(監査委員長)	15回/15回
片山 登志子	社外取締役	15回/15回
石井 茂	社外取締役	4回/4回
小林 充佳	社外取締役	11回/11回
百合 達哉	取締役(常勤監査委員)	15回/15回

※石井取締役は2025年7月に監査委員から指名委員・報酬委員へ変更、
小林取締役は2025年7月に指名委員・報酬委員から監査委員へ変更。

コーポレートガバナンス

◆ 監査委員会の主な検討事項・内容

当事業年度における監査委員会の主な検討事項・内容は次のとおりです。

① よりよい企業文化の醸成に向けた取組み

企業の統制環境として重視している「よりよい企業文化」の醸成に向けた取組みに関し、監査委員会は、執行役からの職務執行状況の聴取、子会社等代表者や支社役職者との意見交換等を通じて、事業活動の「礎」となるコンプライアンス・マインド等や住友生命グループ行動規範の浸透・定着・実践およびハラスメント等の懸念を感じた際に躊躇せず職場の上司等に相談する「スピークアップの風土」の浸透・定着に向けた取組みの状況等を確認し、適切性や実効性を検討しました。

② コンプライアンス・リスク管理態勢の高度化に向けた取組み

生命保険業界の重要課題であるコンプライアンス・リスク管理態勢の高度化に関し、監査委員会は、執行役からの職務執行状況の聴取、支社役職者や子会社代表者との意見交換等を通じて、本社販売部門の1.5線の取組みをはじめとする営業職員チャンネルにおけるコンプライアンス・リスク管理態勢の高度化への取組状況や代理店チャンネルにおける募集管理態勢の整備状況等を確認し、適切性や実効性を検討しました。

③ 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)推進に向けた取組み

スミセイWX推進に関し、監査委員会は、執行役からの職務執行状況の聴取、スミセイWX本部の機能発揮状況の確認等を通じて、ウェルビーイング価値提供顧客数拡大に向けた取組み、Vitality戦略の推進状況、WaaS(Well-being as a Service)の取組状況等について確認し、妥当性を検討しました。

④ 海外事業への取組み

当社の重点取組事業の1つである海外事業に関し、監査委員会は、執行役からの職務執行状況の聴取、派遣役員等との意見交換等を通じて、シメトラの経営状況やシングライフの経営状況等を確認し、妥当性を検討しました。

⑤ グループベースの経営管理

グループベースの経営管理体制に関し、監査委員会は、執行役からの職務執行状況の聴取、子会社等代表者や監査役、関係部門の部長との意見交換等を通じて、グループ経営管理基本方針に基づくグループ経営管理の運用状況、IAIG(Internationally Active Insurance Group)としてのグループ経営のレベルアップの取組状況等を確認し、適切性や妥当性を検討しました。

◆ 監査委員会の主な活動状況

監査委員は取締役会等の重要な会議に出席し、取締役および執行役等からその職務の執行に関する事項の報告を受け、必要に応じて説明を求めました。また、子会社から必要に応じて事業の報告を受けました。さらに、会計監査人が独立の立場を保持し、かつ、適正な監査を実施しているかを監視および検証するとともに、会計監査人からその職務の執行状況について報告を受け、必要に応じて説明を求めました。

常勤の監査委員は、常勤者としての特性を踏まえ、監査環境の整備や社内の情報の収集に積極的に努め、経営政策会議等の重要な会議への出席、重要な決裁書類等の閲覧、当社の各部署や子会社等からの報告聴取などを行い、その結果を監査委員会に報告しました。

当事業年度は、監査委員会において代表執行役社長と監査上の重要課題等について意見交換を行いました。また、担当部門を有する執行役(員)12名を監査委員会に招聘し、その職務の執行に関する事項の報告を受け意見交換を行った他、データサイエンスオフィサーとの意見交換等を行いました。さらに、国内外子会社等5社の代表者等と各社の経営計画の遂行状況、内部統制システムの整備状況等についての意見交換を行うとともに、国内子会社の現地視察を行いました。内部監査部からは、内部監査実施状況・結果、各月の個別内部監査結果、内部監査品質の自己評価結果等の報告を受け、意見交換を行いました。内部監査部担当執行役(員)は監査委員会の全ての案件に出席し、必要に応じて意見を述べました。会計監査人からは、その職務の執行状況等について監査委員会において4回にわたり報告を受け、意見交換を行いました。その中で、連結財務諸表監査において任意適用する「監査上の主要な検討事項(KAM:Key Audit Matters)」について協議を行いました。

監査委員会は、毎年監査委員会の活動を振り返り、今後の監査活動に活かすためにアンケート方式で、監査委員会の自己評価を実施しています。当事業年度においても、自己評価を行い、適切に職務を遂行し運営されていることを確認しました。また、自己評価の結果を取締役に報告しました。

コーポレートガバナンス

会計監査

◆ 会計監査の状況

会計監査人の名称	有限責任 あずさ監査法人
業務を執行した 公認会計士	羽太 典明 辰巳 幸久 中山 卓弥
継続監査期間	42年間
監査業務に係る 補助者の構成	当社の会計監査業務に係る 補助者は、公認会計士18名、 会計士試験合格者等14名、 その他39名であります。

会計監査人の 選定方針と理由	当社は、有限責任 あずさ監査法人が、品質管理体制、独立性および専門性を備え、また世界的なネットワークを活用したグループ監査体制を有していること等を総合的に勘案し、効率的かつ効果的な監査業務を遂行可能であると判断し、選定しています。 当社の監査委員会では、執行部門からの推薦を受け、会計監査人の解任または不再任の決定の方針および会計監査人を評価するための基準に基づき評価を行った結果、有限責任 あずさ監査法人について、解任・不再任とすべき事由がないことから同法人を再任しています。
監査委員会による 会計監査人の評価	当社の監査委員会では、会計監査人を評価するための基準を策定し、会計監査人の再任・不再任を決定する際に、会計監査人の職務遂行状況、品質管理体制、独立性、専門性、監査報酬の水準、監査委員会等とのコミュニケーション、および海外対応力等の観点から評価を行っています。当年度につきましては、評価の結果、有限責任 あずさ監査法人を解任・不再任とすべき事由はありませんでした。

◆ 監査報酬の内容等

a. 監査公認会計士等に対する報酬

(単位:百万円)

区分	前連結会計年度		当連結会計年度	
	監査証明業務 に基づく報酬	非監査業務に 基づく報酬	監査証明業務 に基づく報酬	非監査業務に 基づく報酬
当社	290	95	265	112
連結子会社	54	－	54	7
計	344	95	320	119

前連結会計年度

当社における非監査業務の内容は、経済価値ベースのソルベンシー規制に係るアシュアランスレディネス業務等です。

当連結会計年度

当社および連結子会社における非監査業務の内容は、経済価値ベースのソルベンシー規制に係るアシュアランスレディネス業務等です。

b. 監査公認会計士等と同一のネットワーク (KPMGメンバーファーム)に対する報酬(a.を除く)

(単位:百万円)

区分	前連結会計年度		当連結会計年度	
	監査証明業務 に基づく報酬	非監査業務に 基づく報酬	監査証明業務 に基づく報酬	非監査業務に 基づく報酬
当社	－	3	－	3
連結子会社	1,062	55	1,480	79
計	1,062	59	1,480	83

前連結会計年度

当社および連結子会社における非監査業務の内容は、税務関連業務等です。

当連結会計年度

当社および連結子会社における非監査業務の内容は、税務関連業務等です。

c. その他の重要な監査証明業務に基づく報酬の内容

前連結会計年度および当連結会計年度に該当事項はありません。

d. 監査報酬の決定方針

決定方針の定めはありませんが、前事業年度までの監査内容および会計監査人から提示された当事業年度の監査体制、手続き、日程等の監査計画の内容等を総合的に勘案し、監査委員会の同意を得て決定しています。

e. 監査委員会が会計監査人の報酬等に同意した理由

監査委員会は、会計監査人の監査計画の内容、職務遂行状況および報酬見積りの算出根拠などが適切であるかについて確認した結果、会計監査人の報酬等について、同意しています。

コーポレートガバナンス

内部統制

◆ 内部統制システムの整備

取締役会において「内部統制基本方針」を定め、本方針に基づいて、リスク管理体制、コンプライアンス体制および内部監査機能の充実を図るとともに、監査委員会の監査が実効的に行われるための体制を整備しています。またグループ（当社および子会社等）の経営管理会社として「グループ経営管理基本方針」を定め、グループ全体の経営管理体制の高度化を図っています。

※内部統制システムの運用状況の概要は資料編P.147をご参照ください。

◆ 内部監査体制

取締役会の決議を経たグループ内部監査方針等において、実効性のあるグループベースの内部監査体制を整備・確立することとしています。内部監査の目的を「経営目標を実現するにあたり、業務の健全性・適切性を確保し、効果的な目標達成に寄与すること」と定め、内部監査を受ける各組織等から独立した内部監査部が、内部管理態勢等の適切性・有効性を検証・評価し、課題・問題点の改善提言・フォローアップを行っています。

内部監査は、国内外のグループ各社および財団のすべての業務を対象としています。内部監査計画は、社内外の環境変化等を踏まえたリスク認識に応じて、社外取締役が過半数を占める監査委員会の同意を得た上で策定しています。

内部監査結果は、取締役会・監査委員会、代表執行役社長

【内部統制基本方針で定める体制】

1. 監査委員会の職務の執行のための体制

- ① 監査委員会の職務を補助すべき取締役および使用人に関する事項
- ② 監査委員会への報告に関する体制
- ③ 監査委員の職務の執行（監査委員会の職務の執行に関するものに限る。）について生ずる費用の前払または償還の手続その他の当該職務の執行について生ずる費用または債務の処理に係る方針に関する事項
- ④ その他監査委員会の監査が実効的に行われることを確保するための体制

2. 業務の適正を確保するための体制

- ① 執行役および使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制
- ② 執行役の職務の執行に係る情報の保存および管理に関する体制
- ③ 損失の危険の管理に関する規程その他の体制
- ④ 執行役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制
- ⑤ 相互会社およびその実質子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制
- ⑥ お客さま本位の業務運営を実現するための体制
- ⑦ 内部監査の実効性を確保するための体制

等に定期的に報告する体制としています。そして、内部監査で明らかとなった課題や問題点について、関係部門に対し改善勧告や提言を行っています。

また、内部監査部は、監査委員会から直接、調査指示を受けるなど、監査委員会と緊密に連携して、一体的かつ効率的に運営しています。

本社部門に対する内部監査では、各組織の業務の遂行状況・リスク管理状況等についての検証に加えて、複数組織に関係する部門横断的な課題や、政策的な課題について、全社的に検証する内部監査を実施しています。また、内部統制基本方針に基づく、法令等の遵守体制、情報の保存・管理体制などの各体制における、内部統制システムの構築・運用状況について検証しています。

保険営業・保険事務の拠点である支社および募集代理店に対しては、法令等への準拠性と併せ、コンプライアンスやお客さま対応に取り組む態勢の適切性・有効性の検証を目的とした内部監査を実施しています。

このほか、コンプライアンス統括部等との定期的な情報交換、各組織からの情報連携や各種会議への参加等を通じてリスクの変化を継続的にオフサイト・モニタリングしています。

会計監査人との連携においては、双方の監査結果やリスク認識を共有して、内部監査の実効性を確保しています。

また、内部監査業務の自律的かつ継続的な品質改善に向けたプログラムを策定・実行し、内部監査体制の充実・強化を図っています。

コーポレートガバナンス

取締役

(2026年7月2日現在)



取締役会長 代表執行役

はしもと まさひろ

橋本 雅博 (1956年2月21日生)

1979年 4月 住友生命入社
 2006年 4月 執行役員
 2007年 7月 常務取締役嘱常務執行役員
 2011年 7月 取締役 常務執行役員
 2012年 4月 代表取締役 専務執行役員
 2014年 4月 代表取締役社長 社長執行役員
 2015年 7月 取締役 代表執行役社長
 2021年 4月 取締役会長 代表執行役



取締役 代表執行役専務

たか お のぶ じ

高尾 延治 (1966年7月11日生)

1989年 4月 住友生命入社
 2020年 4月 執行役員
 2022年 4月 上席執行役員
 2023年 4月 執行役専務
 2026年 4月 執行役専務
 2026年 7月 取締役 代表執行役専務



取締役 代表執行役社長

たか だ ゆきのり

高田 幸徳 (1964年9月3日生)

1988年 4月 住友生命入社
 2017年 4月 執行役員
 2018年 4月 上席執行役員
 2018年10月 執行役専務
 2021年 4月 代表執行役社長
 2021年 7月 取締役 代表執行役社長



取締役 執行役専務

てらさき けいすけ

寺崎 啓介 (1966年4月21日生)

1989年 4月 住友生命入社
 2020年 4月 執行役員
 2022年 4月 上席執行役員
 2023年 4月 常務執行役員
 2024年 4月 執行役専務
 2026年 4月 執行役専務
 2026年 7月 取締役 執行役専務



取締役 常勤監査委員

ゆ り たつ や

百合 達哉 (1964年6月18日生)

1988年 4月 住友生命入社
 2017年 4月 執行役員
 2019年 4月 上席執行役員
 2019年 7月 常務執行役員
 2020年 4月 執行役専務
 2023年 4月 執行役専務
 2023年 7月 取締役 常勤監査委員

コーポレートガバナンス

取締役(社外取締役)

(2026年7月2日現在)

**取締役(社外取締役)**

かたやま と し こ

片山 登志子 (1953年6月3日生)

1977年 8月	大阪家庭裁判所裁判所事務官	2005年 7月	片山・黒木・平泉法律事務所(現 片山・平泉・柄座法律事務所)開設
1980年 4月	大阪家庭裁判所家事部裁判所書記官	2005年12月	特定非営利活動法人消費者支援機構関西副理事長
1988年 4月	弁護士登録	2018年 7月	住友生命社外取締役
1993年 4月	片山登志子法律事務所開設		

社外取締役の選任理由

消費者問題および法律の専門家としての豊富な知識、経験および見識を当社の経営に反映していただくため、社外取締役に選任しています。同氏には、消費者問題および法律に関する豊富な経験と深い知識を活かし、経営の基本方針等の業務執行の決定、執行役および取締役の職務の執行に対する監督、監査委員会の委員長等の役割を果たしていただくことを期待しています。同氏は、過去に社外取締役または社外監査役となること以外の方法で会社の経営に関与したことはありませんが、弁護士として長年にわたり消費者問題や法律に関する職務に携わるなど、その経歴を通じて専門家として十分な知識、経験および高い見識を有すると認められるため、社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しています。

**取締役(社外取締役)**

しらかわ とう こ

白河 桃子 (1961年4月25日生)

1984年 4月	住友商事株式会社入社	2017年12月	国立大学法人東京大学大学院情報学環客員研究員
1988年10月	First Boston (Japan) Ltd. Tokyo 入社	2018年 4月	昭和女子大学総合教育センター客員教授
1989年 7月	Lehman Brothers Co.Ltd. Tokyo 入社	2020年 4月	相模女子大学大学院特任教授
1993年10月	Decision Japan Co.Ltd. Tokyo 入社	2021年 4月	iU 情報経営イノベーション専門職大学 超客員教授
1998年 2月	インドネシアに転住。同国在留中、執筆活動を継続	2022年 7月	住友生命社外取締役
2002年 4月	帰国後、本格的にフリーの著述活動、講演活動等開始	2025年 4月	昭和女子大学ダイバーシティ推進機構客員教授
2013年 4月	相模女子大学客員教授	2025年 4月	iU 情報経営イノベーション専門職大学特任教授
		2025年 4月	千里金蘭大学客員教授

社外取締役の選任理由

ダイバーシティ、働き方改革、女性やミドル人材活躍推進等の専門家としての豊富な知識、経験および見識を当社の経営に反映していただくため、社外取締役に選任しています。同氏には、ダイバーシティ等に関する豊富な経験と深い知識を活かし、経営の基本方針等の業務執行の決定、執行役および取締役の職務の執行に対する監督、指名委員会・報酬委員会の委員等の役割を果たしていただくことを期待しています。同氏は、過去に社外取締役または社外監査役となること以外の方法で会社の経営に関与したことはありませんが、ジャーナリスト、作家、教育者、公的な諸会議の委員として長年にわたりダイバーシティ等に関する職務に携わるなど、その経歴を通じて専門家として十分な知識、経験および高い見識を有すると認められるため、社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しています。

**取締役(社外取締役)**

いし い しげる

石井 茂 (1954年7月31日生)

1978年 4月	山一證券株式会社入社	2016年 6月	ソニーフィナンシャルホールディングス株式会社(現 ソニーフィナンシャルグループ株式会社)代表取締役社長
1998年 6月	ソニー株式会社(現 ソニーグループ株式会社)入社	2018年 6月	ソニー株式会社(現 ソニーグループ株式会社)常務
2001年 4月	ソニー銀行株式会社代表取締役社長	2018年 7月	ソニーフィナンシャルベンチャーズ株式会社代表取締役社長
2004年 4月	ソニーフィナンシャルホールディングス株式会社(現 ソニーフィナンシャルグループ株式会社)取締役 同社代表取締役副社長	2020年 6月	ソニー株式会社(現 ソニーグループ株式会社)社友
2015年 6月	ソニー生命保険株式会社取締役	2023年 7月	住友生命社外取締役
2015年 6月	ソニー損害保険株式会社取締役		
2015年 6月	ソニー銀行株式会社取締役		

社外取締役の選任理由

生命保険・損害保険・銀行を中心とした金融グループであるソニーフィナンシャルホールディングス株式会社(現 ソニーフィナンシャルグループ株式会社)の代表取締役社長経験者としての豊富な知識、経験および見識を当社の経営に反映していただくため、社外取締役に選任しています。同氏には、企業経営に関する豊富な経験と深い知識を活かし、経営の基本方針等の業務執行の決定、執行役および取締役の職務の執行に対する監督、指名委員会・報酬委員会の委員長等の役割を果たしていただくことを期待しています。同氏は他の企業での社外取締役としての経験も有しており、その経歴を通じて十分な知識、経験および高い見識を有すると認められるため、社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しています。

コーポレートガバナンス

取締役(社外取締役) (2026年7月2日現在)



取締役(社外取締役)

こ ばやし みつよし

小林 充佳 (1957年11月3日生)

1982年 4月 日本電信電話公社入社	2018年 6月 西日本電信電話株式会社(現 NTT 西日本株式会社)代表取締役社長
2010年 6月 西日本電信電話株式会社(現 NTT 西日本株式会社)取締役	2021年 6月 同社代表取締役社長 社長執行役員
2012年 6月 日本電信電話株式会社(現 NTT 株式会社)取締役	2022年 6月 同社相談役
2014年 6月 同社常務取締役	2023年 7月 住友生命社外取締役

社外取締役の選任理由

電気通信事業者である西日本電信電話株式会社(現 NTT西日本株式会社)の代表取締役社長経験者としての豊富な知識、経験および見識を当社の経営に反映していただくため、社外取締役に選任しています。同氏には、企業経営に関する豊富な経験と深い知識を活かし、経営の基本方針等の業務執行の決定、執行役および取締役の職務の執行に対する監督、監査委員会の委員等の役割を果たしていただくことを期待しています。同氏は他の企業での社外取締役としての経験も有しており、その経歴を通じて十分な知識、経験および高い見識を有すると認められるため、社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しています。



取締役(社外取締役)

か とう たけし

加藤 毅 (1964年 6月19日生)

1988年 4月 日本銀行入行	2020年 7月 同行名古屋支店長
2011年 7月 同行長崎支店長	2021年 4月 同行理事
2012年10月 同行米州統括役兼ニューヨーク事務所長	2025年 5月 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ 経営研究所(現 株式会社NTTデータ経営研究所)顧問
2014年 6月 同行総務人事局審議役	2025年 6月 同社取締役会長
2016年 6月 同行システム情報局長	2026年 7月 住友生命社外取締役
2017年 3月 同行企画局長	

社外取締役の選任理由

日本銀行の理事・局長等経験者、金融・経済の専門家としての豊富な知識、経験および見識を当社の経営に反映していただくため、社外取締役に選任しています。同氏には、金融・経済に関する豊富な経験と深い知識を活かし、経営の基本方針等の業務執行の決定、執行役および取締役の職務の執行に対する監督、指名委員会・報酬委員会の委員等の役割を果たしていただくことを期待しています。同氏は日本銀行理事の経験を有し、株式会社NTTデータ経営研究所で取締役会長を務めるなど、その経歴を通じて十分な知識、経験および高い見識を有すると認められるため、社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しています。

コーポレートガバナンス

取締役(社外取締役)

(2026年7月2日現在)

**取締役(社外取締役)**

も ぎ て つ や

茂木 哲也 (1967年 9月30日生)

1990年 10月	太田昭和監査法人(現 EY新日本有限責任監査法人)入社	2022年 6月	EY新日本有限責任監査法人 退社
1993年 3月	公認会計士登録	2022年 7月	日本公認会計士協会会長
2002年 5月	新日本監査法人(現 EY新日本有限責任監査法人)社員(パートナー)	2025年 7月	同協会相談役
2016年 2月	新日本有限責任監査法人(現 EY新日本有限責任監査法人)経営専務理事 意見審査本部長	2025年 7月	茂木公認会計士事務所開設
		2025年 9月	国立大学法人東京芸術大学監事
		2026年 4月	早稲田大学商学大学院大学院会計研究科教授
		2026年 7月	住友生命社外取締役

社外取締役の選任理由

企業会計分野における豊富な知識、経験および見識を当社の経営に反映していただくため、社外取締役に選任しています。同氏には、企業会計に関する豊富な経験と深い知識を活かし、経営の基本方針等の業務執行の決定、執行役および取締役の職務の執行に対する監督、監査委員会の委員等の役割を果たしていただくことを期待しています。同氏は、過去に会社の経営に関与したことはありませんが、日本公認会計士協会の会長あるいは大手監査法人の経営専務理事として経営に関与した経験を持ち、また、長年にわたり企業会計の職務に携わるなど、その経歴を通じて専門家として十分な知識、経験および高い見識を有すると認められるため、社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しています。

**取締役(社外取締役)**

さ だ ひ ろ さ い こ

貞広 斎子 (1967年10月6日生)

1998年 11月	日本学術振興会特別研究員(研究受入機関:京都大学)	2007年 4月	同大学教育学部准教授
2003年 4月	千葉大学教育学部講師	2014年 4月	同大学教育学部教授
2004年 4月	国立大学法人千葉大学教育学部講師	2024年 4月	同大学副学長
2005年 1月	同大学教育学部助教授	2026年 4月	同大学大学院教育学研究院教授
		2026年 7月	住友生命社外取締役

社外取締役の選任理由

人財の教育・育成分野における豊富な知識、経験および見識を当社の経営に反映していただくため、社外取締役に選任しています。同氏には、人財の教育・育成に関する豊富な経験と深い知識を活かし、経営の基本方針等の業務執行の決定、執行役および取締役の職務の執行に対する監督、監査委員会の委員等の役割を果たしていただくことを期待しています。同氏は、過去に会社の経営に関与したことはありませんが、副学長として国立大学法人の経営に関与した経験を持ち、また、長年にわたり大学の教育学部において将来を担う人財の教育・育成に携わり、中央教育審議会副会長、日本教育行政学会会長などの要職を歴任するなど、その経歴を通じて専門家として十分な知識、経験および高い見識を有すると認められるため、社外取締役としての職務を適切に遂行していただけるものと判断しています。

コーポレートガバナンス

◆「当社の取締役会が備えるべきスキル等」に関する考え方

「経営戦略に照らし、取締役会が備えるべきスキル等」として、「企業経営」、「財務・会計」、「法務」、「金融・経済」、「消費者志向」、「ダイバーシティ」、「デジタル・IT」、「国際性」、「生命保険事業」の9項目を特定しています。

当社では、指名委員会において、毎年、取締役会の構成や取締役求められる知識・経験・能力等（以下、「スキル」）に関する審議を行っており、社外取締役については、「企業経営」、「財務・会計」、「法務」、「金融・経済」、「消費者志向」、「ダイバーシティ」、「デジタル・IT」、「国際性」に関する豊富な経験と深い知識を有する方々を選任し、その高い見識を当社の経営に反映していただくことを期待しています。

また、生命保険事業を営む当社にとって、「生命保険事業」に関するスキルは業務執行の決定や執行役等の監督を適切に行うために重要かつ不可欠であり、当スキルについては執行役として多様で豊富な職務の執行経験を有する社内取締役が主として担うものとしています。なお、この「生命保険事業」のスキルには「商品・サービス」、「収益管理（保険計理、経理、事業費、資本政策含む）」、「コンサルティング（リテール営業（営業職員、マルチチャネル）、ホール営業含む）」、「資産運用」、「海外事業」、「人事（教育、人事政策含む）」、「コンプライアンス・リスク管理」、「グループガバナンス」といったスキルを含みます。

9項目のスキルのうち、「消費者志向」と「ダイバーシティ」については、特に多義的な概念ではありますが、当社は企業理念「経営の要旨」の第一条に生命保険事業を通じ社会公共の

福祉に貢献することを掲げており、「消費者志向」は、お客さま、社会から信頼される公正で良質な事業活動を通じ、豊かで明るい健康長寿社会の実現を目指す当社のパーパス（存在意義）に深く関わる大切なスキルです。

また、当社は、将来の環境変化を踏まえたサステナビリティ重要項目（マテリアリティ）への取組み強化に向け、人財価値向上をはじめとした基盤強化を通じ、各事業が持続的に価値を創出していく姿を確立することを経営計画の基本方針に掲げ、当社グループの2030年時点のありたい姿を、「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』』としております。当社の各事業が持続的に価値を創出していくためには、人的資本経営を基盤に、人とデジタル・AIの各々の強みを活かす最適な役割分担のもと、人財価値の発揮を最大化していく必要があります。このため多様な人財が活躍できる環境を整えそれを絶えず前進させていくスキルとしての「ダイバーシティ」は、当社にとって大変重要な意義を持つものです。そして、多様なバックグラウンドを持つ取締役の存在は、多様な視点を生み、取締役会全体の判断能力の向上につながるものであることから、取締役会の構成についてもその多様性を念頭に置いて検討を続けていきます。

◆各取締役の知識・経験・能力等を一覧化したスキル・マトリックス

(2026年7月2日現在)

氏名 ()内は年齢	当社における地位及び担当		企業経営	財務・会計	法務	金融・経済	消費者志向	ダイバーシティ	デジタルIT	国際性	生命保険事業
橋本 雅博(70)	取締役会長代表執行役	指名委員、報酬委員	●			●				●	●
高田 幸徳(61)	取締役代表執行役社長	指名委員、報酬委員	●				●	●	●	●	●
百合 達哉(62)	取締役	常勤監査委員	●				●	●	●		●
高尾 延治(59)	取締役代表執行役専務 (グループ・サステナビリティオフィサー)	調査広報部、企画部、主計部、経理部	●	●	●						●
寺崎 啓介(60)	取締役執行役専務	リスク管理統括部、運用審査部、運用管理部、 [コンプライアンス統括部 副担当]	●	●	●	●					●
片山 登志子(73)	社外取締役	監査委員長			●		●	●			
白河 桃子(65)	社外取締役	指名委員、報酬委員					●	●		●	
石井 茂(71)	社外取締役	指名委員長、報酬委員長	●	●		●			●	●	
小林 充佳(68)	社外取締役	監査委員	●				●		●		
加藤 毅(62)	社外取締役	指名委員、報酬委員	●			●			●	●	
茂木 哲也(58)	社外取締役	監査委員	●	●						●	
貞広 斎子(58)	社外取締役	監査委員	●					●			

コーポレートガバナンス

◆ 執行役 （2026年7月2日現在）

代表執行役専務

ほり え き よ し
堀江 喜義 (1965年8月28日生)

1988年 4月 住友生命入社
2018年 4月 執行役員
2020年 4月 常務執行役員
2021年 4月 執行役常務
2024年 4月 執行役専務
2026年 4月 代表執行役専務

執行役専務

いわ い と よ き
岩井 豊城 (1965年9月7日生)

1989年 4月 住友生命入社
2018年 4月 執行役員
2019年 4月 上席執行役員
2020年 4月 執行役常務
2025年 4月 執行役専務

執行役専務

は し も と あ つ し
橋本 篤史 (1967年3月3日生)

1989年 4月 住友生命入社
2019年 4月 執行役員
2021年 4月 上席執行役員
2023年 4月 常務執行役員
2024年 4月 執行役常務
2026年 4月 執行役専務

執行役専務

かわぐち けんせい
川口 謙誠 (1965年10月23日生)

1989年 4月 住友生命入社
2021年 4月 執行役員
2022年 4月 上席執行役員
2023年 4月 常務執行役員
2024年 4月 執行役常務
2026年 4月 執行役専務

執行役常務

いしはら たく み
石原 拓己 (1966年4月27日生)

1990年 4月 住友生命入社
2021年 4月 執行役員
2023年 4月 上席執行役員
2025年 4月 常務執行役員
2026年 4月 執行役常務

執行役常務

ふじむら とし お
藤村 俊雄 (1967年12月23日生)

1990年 4月 住友生命入社
2022年 4月 執行役員
2023年 4月 上席執行役員
2025年 4月 常務執行役員
2026年 4月 執行役常務

執行役常務

なかやま たけし
中山 猛 (1967年7月18日生)

1990年 4月 住友生命入社
2022年 4月 執行役員
2024年 4月 上席執行役員
2025年 4月 常務執行役員
2026年 4月 執行役常務

執行役常務

たけなか こういち
竹中 幸一 (1967年12月18日生)

1990年 4月 住友生命入社
2023年 4月 執行役員
2025年 4月 上席執行役員
2026年 4月 執行役常務

執行役常務 WX本部長

ほり たつ お
堀 竜雄 (1969年4月20日生)

1992年 4月 住友生命入社
2023年 4月 執行役員
2025年 4月 上席執行役員 WX本部副本部長
2026年 4月 執行役常務 WX本部長

執行役常務

の む ら よ う い ち
野村 洋一 (1969年4月26日生)

1992年 4月 住友生命入社
2023年 4月 執行役員
2025年 4月 上席執行役員
2026年 4月 執行役常務

取締役および執行役人数 男性19名 女性3名 取締役および執行役のうち女性の比率 13.6%

◆ 執行役員およびエグゼクティブ・フェロー （2026年7月2日現在）

常務執行役員

もうり さとし
毛利 聡志 (1966年4月24日生)

常務執行役員

ながはし かつすけ
永橋 克介 (1966年3月6日生)

常務執行役員 兼 海外事業部長

おだ なおと
小田 直人 (1970年3月15日生)

上席執行役員

ますだ みつお
増田 光男 (1968年8月2日生)

執行役員 兼 経理部長

こもり ひろみち
小森 弘倫 (1968年11月11日生)

執行役員 兼 調査広報部長

お の ぎ みねとし
小野木 峰年 (1969年11月22日生)

エグゼクティブ・フェロー デジタルAI共創オフィサー

きし かずよし
岸 和良 (1967年8月20日生)

常務執行役員

かざま よしろう
風間 義朗 (1966年 12月 29日生)

常務執行役員 兼 代理店営業部長

つかもと けんたろう
塚本 健太郎 (1967年1月29日生)

上席執行役員 兼 近畿北陸本部長

さ の けいじ
佐野 啓治 (1966年12月5日生)

上席執行役員 メディケア生命保険㈱代表取締役社長

にしの たかのり
西野 貴智 (1969年12月26日生)

執行役員 兼 横浜支社長

さとう ともこ
佐藤 智子 (1969年5月12日生)

執行役員 兼 仙台支社長 兼 営業総括部担当部長

よしたけ ひであき
芳竹 秀明 (1968年6月9日生)

エグゼクティブ・フェロー

かなざわ としお
金沢 敏郎 (1967年 8月7日生)

常務執行役員

ふじもと ひろき
藤本 宏樹 (1965年5月12日生)

常務執行役員

ながさわ よしはる
長沢 由治 (1966年8月6日生)

上席執行役員 人財共育本部副本部長

やまもと ひろみ
山本 浩実 (1963年1月5日生)

上席執行役員 兼 営業総括部長

あさの しんすけ
浅野 晋良 (1970年3月11日生)

執行役員 兼 企画部長

やまぐち けいじ
山口 恵司 (1972年2月22日生)

執行役員 AI戦略ステアリングコミティ事務局長

すずき とものり
鈴木 朋紀 (1969年7月19日生)

常務執行役員 兼 九州本部長

まつやま まさてる
松山 雅映 (1965年8月9日生)

常務執行役員

うえだ むねのり
上田 宗則 (1969年7月27日生)

上席執行役員 兼 契約サービス部長

もりした たかえ
森下 公恵 (1965年4月2日生)

執行役員

あそう けんいち
麻生 賢一 (1968年2月19日生)

執行役員 兼 大阪総括部長

か き た おさむ
柿木田 修 (1967年12月14日生)

執行役員 兼 情報システム部長

もり あきら
森 啓 (1969年12月23日生)

常務執行役員 兼 中部本部長

よしはら のぶかず
吉原 伸和 (1966年2月16日生)

常務執行役員

かきはら まさし
柿原 督史 (1969年8月19日生)

上席執行役員 データマーケティングオフィサー

くどう いくお
工藤 征夫 (1968年10月5日生)

執行役員 兼 首都圏本部長 兼 首都圏育成部長

にしむら たくお
西村 卓朗 (1966年1月31日生)

執行役員 兼 内部監査部長

あいかわ めぐみ
相川 恵美 (1969年7月13日生)

執行役員 兼 商品部長

うちうみ しん
内海 信 (1971年2月1日生)

お客さま本位の業務運営・コンプライアンス(事業活動の「礎」)

住友生命グループ中期経営計画2028では、お客さま本位の業務運営とコンプライアンスへの取組みを、すべての事業活動の「礎」と位置づけています。役職員一人ひとりが、お客さま・社会に対して誠実かつ公正に行動し、日々の業務の中で徹底することで、持続的な価値創造と成長を支えています。

◆ 事業活動の「礎」

金融機関に対する社会的信頼の重要性が高まる中、不祥事や情報漏洩等を未然に防止する実効性ある管理態勢の構築や、社会規範・倫理観を踏まえたお客さま本位の行動が求められています。

こうした認識のもと、経営方針を役職員が行動レベルで実践するための規範として、「住友生命グループ行動規範」を定めています。役職員一人ひとりがこの規範に則り、お客さま・社会に対して誠実かつ公正に行動することが、事業活動の「礎」であるお客さま本位の業務運営とコンプライアンスの徹底につながると考えています。

創業以来受け継いできたお客さまや社会からの「信用・信頼」を守り高めるとともに、「誠実さ」と「お互いの尊重」を共通マインドとして日々の業務に根付かせ、次世代へ継承していくことで、住友生命グループ中期経営計画2028における各取組みを着実に推進していきます。



◆ お客さま本位の業務運営

お客さまの最善の利益を追求する企業文化の定着に向けて、「お客さま本位の業務運営方針」を定め、各種取組みを推進しています。

生命保険は、長期にわたりお客さまの人生に寄り添う商品です。ご加入時には、お客さま一人ひとりのご意向や状況を踏まえた商品・サービスをご提案するとともに、商品内容やリスク、費用等について分かりやすい情報提供に努めています。

また、ご加入後も継続的な情報提供やアフターフォロー、保険金・給付金等のお支払いを通じて、お客さまに安心と満足をお届けすることが重要であると考えています。

さらに、寄せられた「お客さまの声」を共有・分析し、商品・サービスの改善や業務品質の向上につなげることで、お客さま本位の業務運営の実効性向上に取り組んでいます。

※「お客さま本位の業務運営方針」および具体的な取組みの詳細については[当社ホームページ](#)を、「お客さまの声」を経営に活かす取組み態勢については、資料編P.123を参照ください。

◆ 勧誘方針の策定・公表

「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」に基づき、お客さまへ商品をお勧めするに際して配慮すべき事項をまとめた「勧誘方針」を策定し、[当社ホームページ](#)に掲載しています。

◆ コンプライアンス

コンプライアンスに関する基本方針・規程

コンプライアンスに関する基本方針を明確化するため、その推進に関する基本的事項を定めた「グループ法令等遵守方針」および「法令等遵守方針」「保険募集管理方針」を制定し、これに基づきコンプライアンス推進体制を整備しています。

※コンプライアンス推進体制、マネー・ローンドリング等防止への対応、内部通報制度については、次頁を参照ください。

コンプライアンスを重視した企業風土の醸成

コンプライアンスを重視した企業風土の醸成とその徹底を図るべく、コンプライアンスに関する基本的な考え方や個々の業務に関し特に留意すべき事項等をまとめた「コンプライアンス・マニュアル」および「保険募集コンプライアンス・マニュアル」を策定し、全役職員への徹底を図っています。

コンプライアンスに関する研修を幅広く実施しているほか、イントラネットやデジタルツール等を活用したコンプライアンス教育も定期的・継続的に行っています。

お客さま本位の業務運営・コンプライアンス(事業活動の「礎」)

◆ コンプライアンス推進体制

全社のコンプライアンスを推進するため、社長を委員長とするコンプライアンス委員会を設置しています。コンプライアンス委員会は、下部組織であるモニタリング連絡会議を通じて、個別課題等のモニタリング・分析状況等について報告を受け課題解決に向け審議しています。

また全社のコンプライアンスを統括する組織としてコンプライアンス統括部を設置しています。コンプライアンス統括部では、上記個別課題への取組みに加え、会社全体の法令等遵守状況を取締役会等へ報告し、業務運営に必要な指示を受けています。

さらに販売部門におけるコンプライアンス機能強化として、支社・支部のマネジメントサポートを目的とする「機関経営サポートチーム」を支社における販売促進運営を総括する組織である営業総括部に設置しています。このような取組みを機能させるため、本社各部門および各支社はコンプライアンス取組計画を策定し、年度計画を通じたコンプライアンス推進に努めています。また、各支社においては、支社コンプライアンス委員会を中心とした自律機能の発揮にも力を入れています。このように経営主導の下、全社一丸となったコンプライアンスに対する取組みを行っています。

グループコンプライアンスについては、法令等遵守に関するグループ経営管理部門としてコンプライアンス統括部を置き、グループの法令等遵守管理体制の整備状況およびその運用状況を把握・評価し、取締役会等に報告しています。子会社等の法令等遵守管理体制の整備にあたっては、子会社等経営管理部門と連携を図りつつ、子会社等に対して、必要に応じ情報の取得および指導を行っています。

◆ マネー・ローンダリング等防止への対応

金融システムの健全性の維持に資するべく、法令等や外部環境を踏まえたリスクベースのマネー・ローンダリング、テロ資金供与および拡散金融対策を左記のコンプライアンス推進体制の下で実施しています。

◆ 内部通報制度

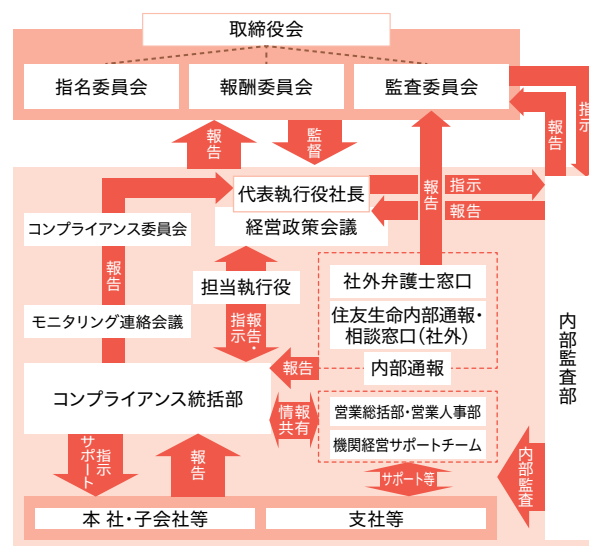
法令・規定に違反する行為の早期発見と是正を図るため、退職者を含む役職員等から受け付ける内部通報・相談窓口を設置しています。内部通報制度の実効性を高める観点から、通報者が通報を理由として不利益な取扱いを受けないことを明確に定め、電話やWeb等で受け付ける通報・相談窓口に加え、社外弁護士窓口を設置するなど、安心して通報できる環境の整備に取り組んでいます。

2025年度は、457件の内部通報・相談を受け付けました。受け付けた通報・相談に対しては、各組織に配置されたコンプライアンス・オフィサーの指揮のもと、通報者保護・守秘義務を徹底のうえ、事実確認および必要に応じた是正措置を実施しています。また、通報受付時点の通報内容および調査終了時に判明した事実に基づく分析を実施し、コンプライアンスのさらなる推進に活用しています。

なお、当社、国内子会社および財団(以下、当社等)から業務委託を受けている「フリーランス(特定受託業務従事者)」および「業務委託先の役職員で委託業務に従事している方」向けにも、「当社等の役職員による法令等違反行為・ハラスメント行為等」に関する相談窓口を設置しています。

子会社等においても、内部通報制度を整備しています。

▶ <コンプライアンス推進体制>



リスク管理

健全な財務基盤を確保し、ご契約いただいたお客さまに保険金等を確実かつ適切にお支払いするため、経営を取り巻く様々なリスクを把握・分析し、適切なリスクコントロールを行っています。具体的には、「保険引受リスク」「流動性リスク」「資産運用リスク」「オペレーショナル・リスク」等、それぞれのリスク特性に応じたリスクコントロールを行っており、リスク管理態勢の整備・高度化にも取り組んでいます。

◆ リスク管理に関する方針、規程等

取締役会等において、リスク管理態勢に関する方針を定めたリスク管理方針[※]や、これらの管理方針に基づき具体的なリスク管理手法等を定めたリスク管理規程等を定めています。

※「グループリスク管理方針」、「統合的リスク管理方針」およびリスク・カテゴリーごとのリスク管理方針。

◆ リスク管理体制

取締役会等は、リスク管理方針等に基づき、リスク状況について報告を受け、統合的リスク管理態勢の実効性の評価、問題点等の検証を行っています。

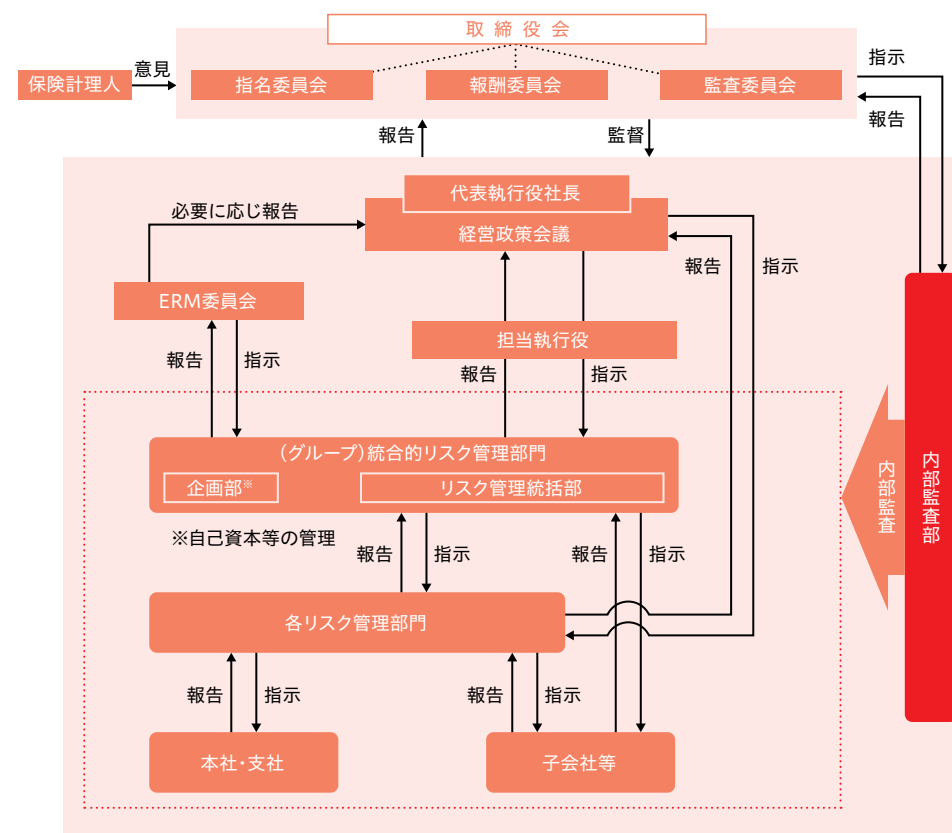
リスク管理統括部と各リスク管理部門は、リスク管理方針等に基づき、適切に連携し、本社、支社、子会社等および外部委託先の各リスクを管理する態勢としています。

ERM[※]委員会は、各種リスク状況を適切にモニタリングし、リスク管理に関する部門横断的な課題対応や ERMの経営への活用等について審議を行っています。 ※Enterprise Risk Managementの略

さらに、リスク管理について内部監査による検証を受けることで一層の適切性・有効性の確保を図っています。

子会社等では、「グループリスク管理方針」におけるグループ各社が則るべき事項を踏まえ、リスク管理体制を整備しています。その際、各国の法令等を遵守するとともに、各社の事業特性やリスク特性を踏まえ、リスク管理の実効性を担保しています。

▶ リスク管理体制図



リスク管理

◆ 統合的リスク管理

当社は、グループ経営管理会社として、グループ全体も含めリスク状況を適時適切にモニタリングすること等を通じて、事業全体としてリスクをコントロールする統合的リスク管理・運営を行っています。また、統合的リスク管理の枠組みを支えるリスク文化の醸成に努めています。

グループの保険会社は、「グループリスク管理方針」におけるグループ各社が則るべき事項を踏まえ、統合的リスクの評価、モニタリング、コントロール、および取締役会等への報告を実施しています。十分なリスクバッファを維持するため、統一的な尺度でリスクを計量化して統合したリスク量をリスクバッファと対比しリスクをコントロールする統合的リスクの管理・運営を行っています。

◆ 重要なリスクの管理

経営に極めて大きな影響を及ぼす可能性のある事象を網羅的に把握し、取締役会等の議論を通じて、重要なリスクとして特定しています。

当社では、特定した重要なリスクの状況や影響度を定期的に評価・モニタリングを行い、必要に応じてリスク管理プロセスに反映しています。

重要なリスク(住友生命)

- ◆ 国内外の金融市場の大幅な変動
- ◆ サイバーリスク
- ◆ 大規模なシステム障害
- ◆ ブランドの毀損につながるお客さま利益を損なう行為の発生
- ◆ 大規模な災害(大規模な自然災害・パンデミック)の発生
- ◆ 大規模な事務ミスの発生
- ◆ 国内外の法規制の改正
- ◆ 環境変化への対応不十分

※各リスク管理部門による洗い出しや外部機関のレポート等による情報収集等を行い、取締役会等の議論を通じて事象を特定しています。

◆ ストレス・テストの実施

統合的リスク管理におけるリスク計測モデルでは把握が困難な事象として、重要なリスクを踏まえ、大規模な自然災害や金融市場の大幅な悪化といった最悪のシナリオを想定したストレス・テストを実施し、健全性に与える影響を分析しています。

ストレス・テストの結果は、取締役会等に報告され、経営戦略上の対応や財務基盤の強化等の検討に役立てています。

◆ ORSA(リスクとソルベンシーの自己評価)

ORSAとは、Own Risk and Solvency Assessmentの略であり、保険会社自らが現在および将来のリスクと資本等を比較し、経営計画等で想定されるリスクテイクに対して将来の健全性を検証するプロセスです。

当社では、経営計画策定や大型買収等に際して、グループ全体を含めESR等の将来プロジェクト(ストレスシナリオを含む)を行い、十分な健全性を確保できることを検証しています。加えて、ESR等の定期的なモニタリングやストレス・テストの実施を通じて、定期的にリスクとソルベンシーの自己評価を行っています。

◆ ALM体制

ALMとは、資産(Asset)と負債(Liability)を総合的に管理(Management)することをいいます。生命保険会社における負債の大半は、将来の保険金等をお支払いするために積み立てている責任準備金であり、市場環境等の悪化時にも保険金等のお支払いを確実に行うため、資産と負債を適切に管理することが重要となります。

グループの保険会社は、「グループリスク管理方針」におけるグループ各社が則るべき事項を踏まえ、負債特性を踏まえた資産の保有状況など、資産負債全体の状況を把握し、資産と負債を適切に管理しています。

当社では、ERM委員会において、負債特性を踏まえた資産運用戦略や金利リスクの状況等のALMに関する重要事項について審議を行い、リスクを適切にコントロールしつつ、収益の向上を図っています。

リスク管理

◆ リスク・カテゴリー別のリスク管理

グループの保険会社は、「グループリスク管理方針」におけるグループ各社が則るべき事項を踏まえ、「保険引受リスク」「資産運用リスク」「流動性リスク」「オペレーショナル・リスク」といったリスクについて、リスクの特定・評価・モニタリング・コントロールおよび取締役等への報告を実施しています。計量化できないリスクについては、可能な範囲で影響度等を評価するなど、適切に管理しています。

当社におけるリスク・カテゴリー別のリスクの種類・定義およびリスク管理手法については次のとおりです。

リスクの種類		リスクの定義
保険引受リスク		経済情勢や保険事故の発生率等が保険料設定時の予測に反して変動することにより、損失を被るリスク
流動性リスク	資金繰りリスク	想定外の資金流出等により資金繰りが悪化し、資金確保に通常よりも著しく低い価格での取引等を余儀なくされ、損失を被るリスク
	市場流動性リスク	市場の混乱等により取引ができなかったり、通常よりも著しく不利な価格での取引を余儀なくされ、損失を被るリスク
資産運用リスク	市場リスク	金利、為替、株価等の変動により、保有する資産・負債（オフ・バランスを含む）の価値が変動し、損失を被るリスク
	信用リスク	信用供与先の財務状況の悪化等により、保有する資産・負債（オフ・バランスを含む）の価値が変動し、損失を被るリスク
	不動産投資リスク	賃貸料等の不動産収益の減少や不動産価格の下落により損失を被るリスク、および不動産に関する事故の発生等により、損失を被るリスク
オペレーショナル・リスク	事務リスク	正確な事務を怠る、あるいは事故・不正等を起こすことにより、損失を被るリスク
	システムリスク	コンピュータシステムのダウンもしくは誤作動等のシステム不備等、またはコンピュータの不正使用等により、損失を被るリスク
	情報リスク	顧客情報等の漏えい、滅失、毀損等により、損失を被るリスク
子会社等・その他目的出資リスク		国内外の子会社・関連法人等への出資金が毀損し、損失を被るリスク

※上記リスクのほか、コンダクトリスク、人的リスク、有形資産リスク、風評リスク、子会社等リスク、変額最低保証リスクについて、リスク管理を実施しています。

▶ 保険引受リスク

保険商品の開発に際して、保険事故発生率の不確実性等、内在するリスクの分析・評価をするとともに、保険料等の価格設定においては、基礎データの信頼度を考慮した計算基礎率の設定等により、将来の保険金等のお支払いが確実に履行できるよう十分配慮しています。

また、被保険者の健康状態等に応じた引受基準の設定にあたり、保険事故の実際発生率の検証等により、保険商品の基礎率等に応じて適切に設定されていることを確認しています。

さらに、保険商品の発売後においては、収支状況、保険事故発生率の状況、将来収支予測およびリスク量の計測等のモニタリングを行っています。

これらの情報をもとに、保険引受リスクの顕在化がみられる場合には、関連各部署とともに適時適切な対応を講じています。

グループの保険会社における再保険について

項目	内容
再保険を付す際の方針	保有する保険引受リスクの内容、規模、集中度等を踏まえ、リスクの分散または収益の安定化等が必要な場合に、再保険を活用することとしています。
再保険を引き受ける際の方針	保険引受リスクが経営に影響を与えない範囲内で、リスクの特性および収益性等を踏まえ、再保険の引受けを行うこととしています。
再保険カバーの入手方法	出再先の選定に際しては、格付等により出再先の信用力を踏まえるとともに、移転させるリスクの特定の出再先への集中の状況について留意しています。

リスク管理

▶ 流動性リスク

資金繰りリスクについては、会社全体のキャッシュフローを一元的に把握し、常に一定額以上の余裕資金を準備することにより対応しています。また、資金繰りの逼迫度に応じてとるべき対応策を定め、流動性危機時等における対応体制を構築しています。

市場流動性リスクについては、資産ごとの市場規模等に基づき、一定期間内におけるキャッシュ化可能額を推計し、不測の事態に対処できるよう努めています。

▶ 資産運用リスク

市場リスク、信用リスクおよび不動産投資リスクについて、リスク量としてVaR[※]を計測し、これらを統合した資産運用リスク量を設定したリスクリミットと比較することで、リスク状況をモニタリングしています。また、信用リスクを有する主な資産（公社債、貸付金等）においては、個別投融資先に対し信用力に応じた社内格付を付与するとともに、定期的に社内格付を見直し、信用状況の変化を管理しています。

不動産への投資においては、投資利回りおよび収益予測の検証を行い、投資対象を選別するとともに、保有物件の立地、用途等の観点から不動産ポートフォリオの分散を図っています。また、空室の解消や計画的・効果的な営繕工事等を通じて物件価値向上・事故の未然防止のための取組みを行っています。

※VaR（バリュー・アット・リスク）：過去の株価や金利などの変動率をリスクの大きさと捉え、現在保有する資産・負債ポートフォリオに過去の変動率を当てはめて理論的に算出した、一定の確率の下で生じる最大損失金額。

▶ 子会社等・その他目的出資リスク

国内外の子会社・関連法人等への出資金の株価や為替の変動によるリスク、所在国のントリーリスク（外貨事情、政治・経済情勢等）のモニタリングを実施しています。

▶ オペレーショナル・リスク

【1】事務リスク

事務リスク管理においては、業務の健全かつ適切な運営を図るため、各組織が社内規定等を踏まえて事務を執行し、それに伴うリスクを自律的に管理するとともに、内部監査部による確認も行っています。

また、事務リスク管理部門は、PDCAサイクル[※]の継続的実践による全社的な事務リスク管理に努め、各組織は、事務リスクの未然防止に取り組むとともに、誤った事務処理等が発生した場合には、お客さま対応、原因分析、再発防止策の策定を、的確かつ速やかに行うよう努めています。

※PDCAサイクル：Plan（計画）、Do（実施・実行）、Check（点検・評価）、Action（処置・改善）のサイクルを繰り返すことで継続的な業務改善を行う仕組み。

【2】情報リスク

情報リスク管理においては、顧客情報等が漏えいし、お客さまの大切な権利・利益や当社の健全な業務運営が損なわれることがないよう、「セキュリティポリシー」および「顧客情報等管理方針」に基づいて、顧客情報等を適切に管理しています。

具体的には、取得・利用・保管・廃棄等の各段階における顧客情報等の適切な取扱いを社内規定として明確化し、これらのルールを社内通知や社内研修等の機会を通じて役職員に周知徹底するとともに、各組織の情報管理状況を把握し、必要な対策を講じています。

このような顧客情報等の安全管理状況については、内部監査部が実施する内部監査でも適宜確認しており、確認結果に基づき安全管理措置の充実・強化に取り組んでいます。

リスク管理

【3】システムリスク

システムリスク管理においては、業務・サービスを支え、大切なお客さま情報を管理するコンピュータシステムの安定かつ安全な稼働を確保するため、「セキュリティポリシー」および「システムリスク管理方針」に基づき、各種対策および運行管理を実施しています。障害や大規模災害に備え、バックアップ体制や開発・保守態勢、バックアップセンターの整備により、安定運用を確保しています。

サイバーセキュリティへの対策について

年々巧妙化・深刻化するサイバー攻撃に対応するため、サイバーリスクを経営上の重要リスクと位置付け、対応方針・取組計画の策定、人員・予算の確保、経営会議での定期的な議論を通じて、対策の高度化を図っています。

システム開発やサービス提供においては適切なセキュリティ対策を講じ、特にインターネットサービスでは多層防御を実施するとともに、早期検知・迅速な対応・復旧を重視した強化に取り組んでいます。

サイバーセキュリティ統括責任者のもと、技術的対策、人材育成、社内教育を推進し、CSIRT※によるモニタリング情報の共有や訓練を通じて有事対応力を強化しています。また、グループ会社についても、当社と一体となりセキュリティ強化対策を推進しています。

さらに、委託先管理等によるサプライチェーン対策や、関係官庁・一般社団法人金融ISAC等との情報共有を通じ、総合的なセキュリティの向上に取り組んでいます。

※Computer Security Incident Response Team。

【4】その他のオペレーショナル・リスク

上記のほか、コンダクトリスク、人的リスク、有形資産リスク、風評リスクを管理対象としています。

コンダクトリスクについては、「法令等への不適切な対応、お客さま視点の欠如等により、お客さま本位の業務運営が適切に行われず、将来の大きな損失につながるリスク」と規定し、社内研修等を通じて、リスク管理の観点からも、お客さま本位の業務遂行を全職員に徹底しています。

大規模災害等への対策について

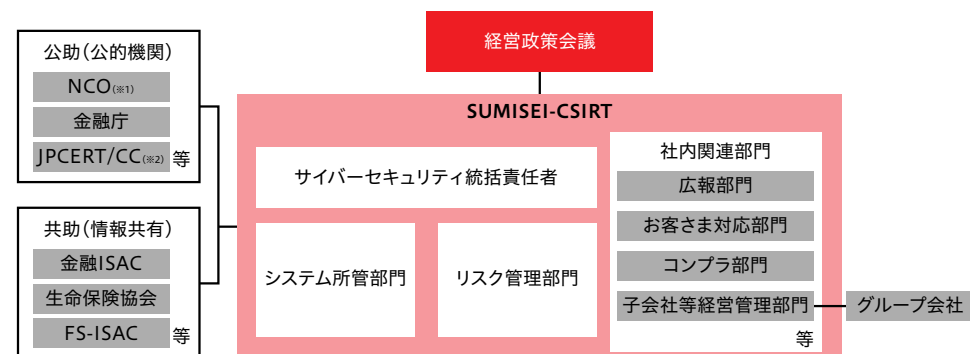
大規模な災害やサイバー攻撃、深刻な風評被害等が発生した場合に備えて「危機管理規程」を定め、さらに「大規模災害等対策マニュアル」に大規模災害発生時の会社の意思決定・事務遂行能力維持のための体制・手順等を規定しています。

また、本社機能が停止する等、通常の方法では保険金の支払等の重要業務の継続が困難となった場合に備えて、「業務継続計画(BCP)」を定めており、具体的な対応を「業務継続マニュアル」に規定しています。

実際に、東日本大震災や平成28年熊本地震、平成30年7月豪雨、新型コロナウイルス感染症、令和6年能登半島地震においては、発生後迅速に危機対策本部を立ち上げ、社内外の被害状況の確認や、お客さまへのご連絡・お見舞い訪問、保険金等のお支払いなど、迅速かつ適切な対応を実施しました。

これからもお客さまの信頼にお応えすることができるよう、毎年計画に基づいて訓練を実施し、その結果から随時マニュアルを見直し・改定する等、災害対応体制の強化に努めていきます。

●サイバーセキュリティ管理体制図



（※1）国家サイバー統括室（National Cybersecurity Office）。

（※2）ジェーピーサート/コーディネーションセンター。

11年間の主要財務データ

(単位:億円)

			2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
グループ	グループ保有契約年換算保険料		25,835	27,394	27,832	27,824	28,065	28,044	28,845	30,422	34,490	36,720	39,518
	連結保険料等収入 ^(注1)		30,448	34,588	26,887	26,056	24,467	24,155	24,119	25,830	26,442	34,018	37,603
	グループ基礎利益 ^(注2,3)		2,464	2,370	2,681	2,850	2,704	2,757	3,375	2,613	3,056	3,971	4,081
	エンベディッド・バリュー（EV） ^(注4,5,6)		29,366	35,238	37,789	36,990	35,841	44,892	46,789	47,512	56,650	57,848	76,875
	ソルベンシー・マージン比率 ^(注7,8)	新基準	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	202.7%
旧基準		798.6%	813.2%	881.7%	915.6%	870.0%	862.5%	794.6%	679.0%	649.7%	634.9%	－	
単体	経常収益		36,952	41,532	34,008	32,850	30,850	31,089	30,942	34,953	35,649	34,279	39,649
	経常利益		2,375	2,287	2,299	2,005	951	1,556	1,459	618	1,472	976	649
	基礎利益 ^(注2)		2,457	2,416	2,570	2,645	2,494	2,663	3,333	2,363	2,617	3,405	3,500
	当期純剰余		833	862	654	606	493	547	583	1,472	719	860	833
	基金の総額 ^(注9)		6,390	6,390	6,390	6,390	6,390	6,390	6,390	6,390	6,890	6,890	6,890
	総資産		276,415	300,269	315,369	327,304	329,511	354,007	364,433	352,981	382,010	367,224	376,560
		うち特別勘定資産	17,028	12,430	9,860	8,295	7,261	8,281	8,285	7,905	8,817	8,471	9,122
	責任準備金残高		239,321	252,178	258,005	262,388	266,360	272,620	278,842	283,054	287,619	287,493	286,872
	貸付金残高		21,964	29,726	27,813	28,749	20,995	19,455	21,922	21,982	21,645	20,694	20,603
	有価証券残高		236,324	247,321	258,197	267,646	274,238	304,638	313,626	288,294	324,713	303,386	318,173
	ソルベンシー・マージン比率 ^(注7)	新基準	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	208.5%
		旧基準	835.4%	826.9%	873.6%	930.1%	873.6%	840.5%	809.0%	812.8%	717.6%	743.2%	－
	剰余金処分における社員配当準備金等の積立割合 ^(注10)		100.1%	99.5%	99.8%	99.7%	100.0%	99.9%	99.9%	38.8%	100.0%	100.0%	99.9%
	社員数（契約者数） ^(注11)		6,796,638名	7,002,539名	7,029,691名	7,001,352名	6,937,383名	6,877,969名	6,822,043名	6,794,814名	6,730,295名	6,645,134名	6,581,231名
	保有契約高 ^(注12)		1,295,749	1,250,321	1,192,618	1,142,916	1,096,209	1,060,598	1,021,575	989,319	955,655	926,087	903,294
		個人保険	840,193	775,441	717,512	667,692	621,090	580,356	541,042	510,584	479,709	456,846	444,984
		個人年金保険	139,964	160,025	156,215	153,060	150,653	149,289	147,531	145,040	142,762	138,104	133,273
		団体保険	315,591	314,854	318,890	322,164	324,466	330,951	333,001	333,694	333,182	331,135	325,036
	団体年金保険保有契約高 ^(注13)		25,555	25,654	26,248	25,896	25,738	26,665	27,163	26,999	27,909	27,545	27,795

(注1) 連結保険料等収入について、2024年度はシメトラにおけるFASB Accounting Standards Codification Topic 944「金融サービス－保険契約」遡及適用後の計数を記載しています。

(注2) 為替に係るヘッジコストを算定に含めるなど、2022年度から適用された新しい定義に基づく基礎利益を記載しています。過年度の数値も同様の定義で算出しています。

(注3) グループ基礎利益については、各社の利益がより適切に反映されるよう、2025年度から算出方法を一部見直し、2024年度数値にも遡及適用しています。

(注4) 2016年度から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。

(注5) シングライフのEVの計算について、2024年度末より伝統的手法からヨーロッパ・エンベディッド・バリュー原則に基づく手法へと見直しを行っており、2023年度末についても同様の手法により再評価を行っています。

(注6) 2025年度末EVについて、計算方法を一部変更しています。計算方法等の詳細は、ホームページに掲載の「[2025年度末ヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示](#)」をご確認ください。

(注7) ソルベンシー・マージン比率は、令和7年金融庁告示第74号に基づき、2025年度決算より計算基準の見直し(経済価値ベースの評価方法への変更、リスク計測の厳格化等)がなされています。そのため、2015～2024年度、2025年度はそれぞれ異なる基準によって算出されております。

(注8) 2023年度末はシングライフの企業統合についての会計処理確定後の計数を記載しています。

(注9) 基金の総額には、基金償却積立金を含んでいます。

(注10) 剰余金処分における社員配当準備金等の積立割合とは、保険業法施行規則第30条の4の規定により計算した金額に占める社員配当準備金および社員配当平衡積立金に積み立てる金額の合計額の割合です。

(注11) 相互会社における社員とは、保険契約者のことです(剰余金の分配のない保険にのみ加入の契約者を除く)。

(注12) 保有契約高とは、個人保険・個人年金保険・団体保険の各保有契約高の合計です。なお、個人年金保険については、年金支払開始前契約の年金支払開始時における年金原資と年金支払開始後契約の責任準備金を合計したものです。

(注13) 団体年金保険保有契約高については、責任準備金の金額です。



情報開示

◆ 積極的なディスクロージャー

ステークホルダーの皆さまに、経営内容へのご理解を一層深めていただくために、ディスクロージャーを充実させることが重要であると認識しており、情報開示に関する基本方針のもと、積極的なディスクロージャーに努めています。今後とも、多様な方法で積極的な「ディスクロージャー」を展開していきます。

※「情報開示に関する基本方針」は[公式ホームページ](#)をご参照ください。



ディスクロージャー・
IR資料はこちら

名称	内容
REPORT SUMISEI 2026 住友生命[統合報告書] 2026年度ディスクロージャー誌	保険業法第111条に基づいて、2025年度の決算報告、事業内容、活動状況等を記載した資料です。
REPORT SUMISEI 2026 住友生命[統合報告書] 2026年度ディスクロージャー誌 本編	IFRS財団の「国際統合報告フレームワーク」・経済産業省「価値協創ガイダンス」を参考に作成した資料です。
英文財務諸表	英文財務諸表・英文監査報告書を記載した資料です。
英文アニュアルレポート	海外向けに統合報告書を英訳した資料です。
サステナビリティレポート(和文・英文)	サステナビリティに関する取組みについて、様々なステークホルダーの皆さまに分かりやすくお伝えすることを目的に作成した資料です。
責任投資活動報告書(和文・英文)	責任投資に関する方針や活動内容について記載した資料です。
消費者志向 コミュニケーションブック	「お客さまの声」を経営に活かすための取組みや、消費者や社会の要望を踏まえた活動など、消費者志向の主な取組みについて記載した資料です。

REPORT
SUMISEI 2026
住友生命[統合報告書]
2026年度
ディスクロージャー誌
本編

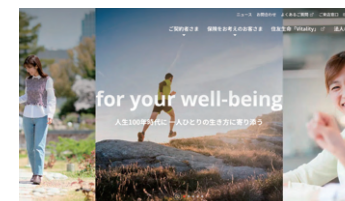


REPORT
SUMISEI 2026
住友生命[統合報告書]
2026年度
ディスクロージャー誌



◆ 公式ホームページによる情報提供

公式ホームページでは、商品・サービスのご紹介をはじめ、ご契約者さま向けの各種お手続きのご案内、決算などの財務情報、企業理念やブランドビジョン、ウェルビーイング、サステナビリティへの取組みなど、様々な情報をお届けしております。また、ご加入いただいているお客さまは、公式ホームページにある「スミセイダイレクトサービス」で、入出金取引、契約内容のご確認、各種お手続きをご利用いただけます。



公式
ホームページは
こちら



◆ Vitality特設サイト

Vitality特設サイトには、“住友生命「Vitality」”に関する情報を掲載しており、会員の皆さまはポータルサイトから、ポイント獲得状況や現在のステータスをご覧いただけます。またコミュニティサイト「Vitality部」は、会員に限らずどなたでもユーザー（部員）登録を可能としており、トークルーム（掲示板）に日々の取組みや感想などを投稿することで、部員同士でコミュニケーションを取れる場を提供しています。



公式
ホームページは
こちら

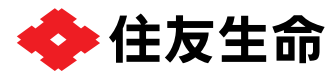


ソーシャルメディアでも、“住友生命「Vitality」”に関する情報を中心に、住友生命を身近に感じていただけるよう、定期的に最新情報を配信しています。

ソーシャルメディア公式アカウント



あなたの未来を強くする



本 社 〒540-8512 大阪府大阪市中央区城見1-4-35
電話(06)6937-1435[大代表]

東 京 本 社 〒104-8430 東京都中央区八重洲2-2-1
電話(03)3273-8000[大代表]

住友生命 公式サイト ▶ <https://www.sumitomolife.co.jp>



「生保ナビゲーター “ソナエルジュ”」は、(一社)生命保険協会が定めた、生命保険募集人の役割や働き方をわかりやすく表現する呼称です

2026年7月企画部作成