

情報開示を通じた企業価値向上

2026年7月15日

SOMPOホールディングス株式会社

SOMPO P&CとSOMPOウェルビーイングからなる経営体制

SOMPOホールディングス

SOMPO P&C

国内損保事業

海外保険事業

SOMPOウェルビーイング

国内生保事業

介護事業

その他ウェルビーイング事業

保険収益

5兆3,729億円

修正連結利益

5,352億円

社員数

55,702人

展開地域

29か国・地域

※数値はいずれも2025年度末時点のもの

- 1888年に創業した東京火災が起源
- 江戸の火消（HIKESHI）の心意気（世のため、人のため）が創業の精神



“安心・安全・健康”であふれる未来へ

For a future of health, wellbeing and financial protection

パーパスに込めた想い

“安心・安全・健康”であふれる未来へ
それは、個人も企業もリスクにおびやかされることなく、
いつどんな時でも、ありがたい姿に向かって歩いていける、豊かで笑顔あふれる未来。
人生100年時代、そして世界が日々著しく変化する時代に、
挑戦を恐れることなく、しなやかに前向きに、成長をし続けられるように。
SOMPOグループは、事業、国、そして企業間の垣根を越えてつながり合い、
幸せて豊かな社会・人生の実現に向けた一番頼れるパートナーとして、
さまざまなリスクや身体・生活の不安に、共に向き合い、共に歩み、支え続けます。

“安心・安全・健康”であふれる未来へ
それが私たちSOMPOグループです。

大壁画プロジェクト

SOMPOのパーパスを表現する大壁画を新宿本社ビル1F 公開空地に制作



マテリアリティ（SOMPOの重要課題）

事業を通じて提供する価値とそのドライバーを中心にマテリアリティを特定

「“安心・安全・健康”であふれる未来へ」の実現

社会・財務インパクト創出による持続的成長

SOMPOの「マテリアリティ」

リスクにおびやかされることのない
未来への貢献

少子高齢化にともなう
お客さまの不安の解消

SOMPO
Earth Positive Actions

SOMPOが解決を目指す社会課題

デジタル・データ・AIの
戦略的利活用

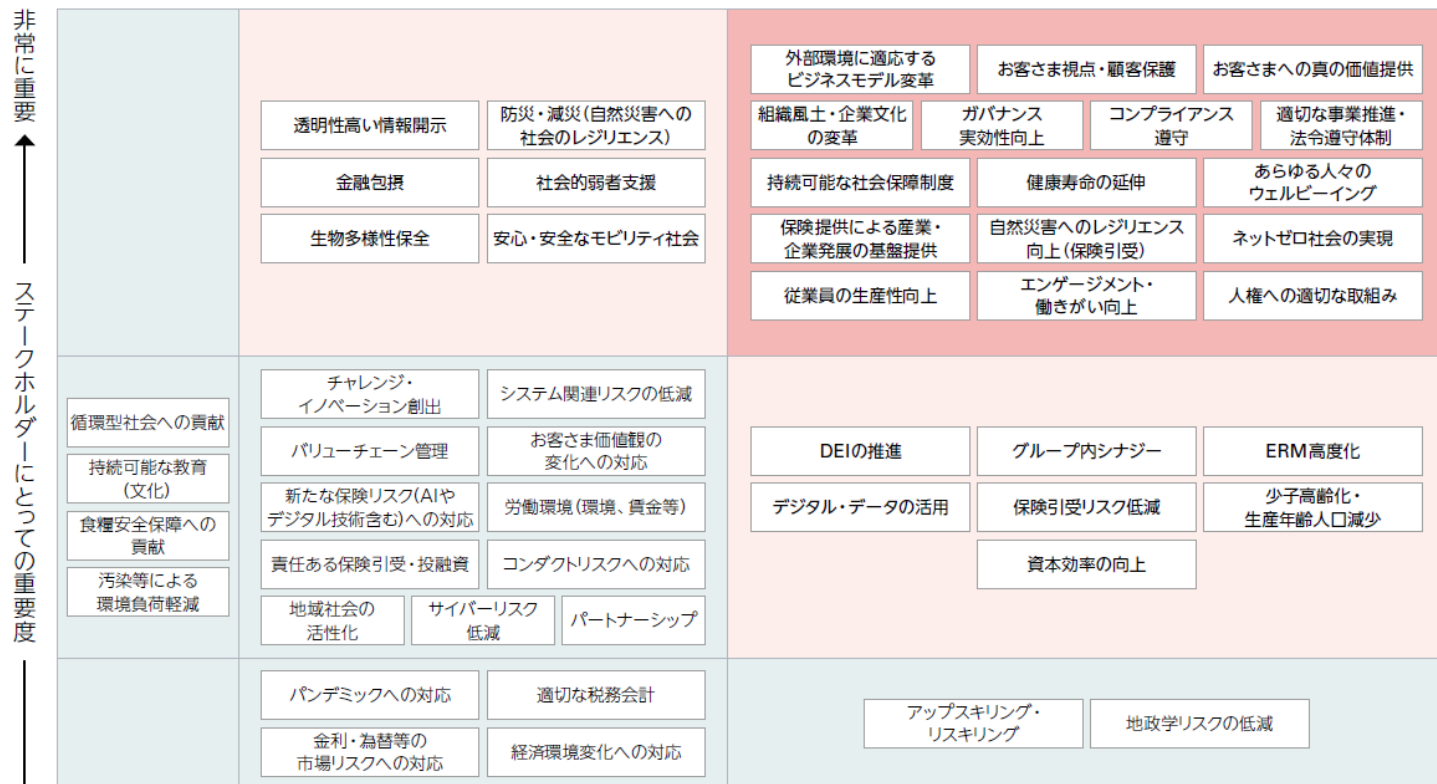
人間尊重・SOMPOの価値観
（誠実・自律・多様性）の体現

ガバナンス・コンプライアンス

課題解決を可能にする土台

マテリアリティの特定プロセス

ステークホルダー／自社の重要度で優先順位付け（ダブルマテリアリティ）



サステナビリティのあゆみ

1990年代：環境、2000年代：CSR、2020年代：サステナビリティと戦略の融合

1992年

リオの地球サミット・ジャパンデーに、経団連ミッションの団長として当時の安田火災(現損保ジャパン)の社長が参加



1993年

- 「市民のための環境公開講座」開始
- 「SOMPOちきゅう倶楽部」の発足

1997年

ISO14001(環境マネジメントシステム)認証取得(国内金融機関初)

2000年

「CSOラーニング制度」開始

2001年

「環境・社会レポート2001
～サステナビリティレポート～」
発行(国内金融機関初)

2016年

国際社会の動向をふまえ、グループCSR 重点課題を見直し

2011年

「SAVE JAPAN プロジェクト」開始

2021年

SOMPOのパーパス、
マテリアリティの公表

2019年

TCFD開示を開始

2024年

TNFD開示を開始

1990年

1995年

2000年

2005年

2010年

2015年

2020年

1992年

「地球環境室」設置(国内金融機関初)

1998年

「環境レポート」発行

1999年

エコファンド『損保ジャパン・グリーン・オープン
(愛称:ぶなの森)』の運用を開始

2014年

「防災ジャパンダプロジェクト」開始

2015年

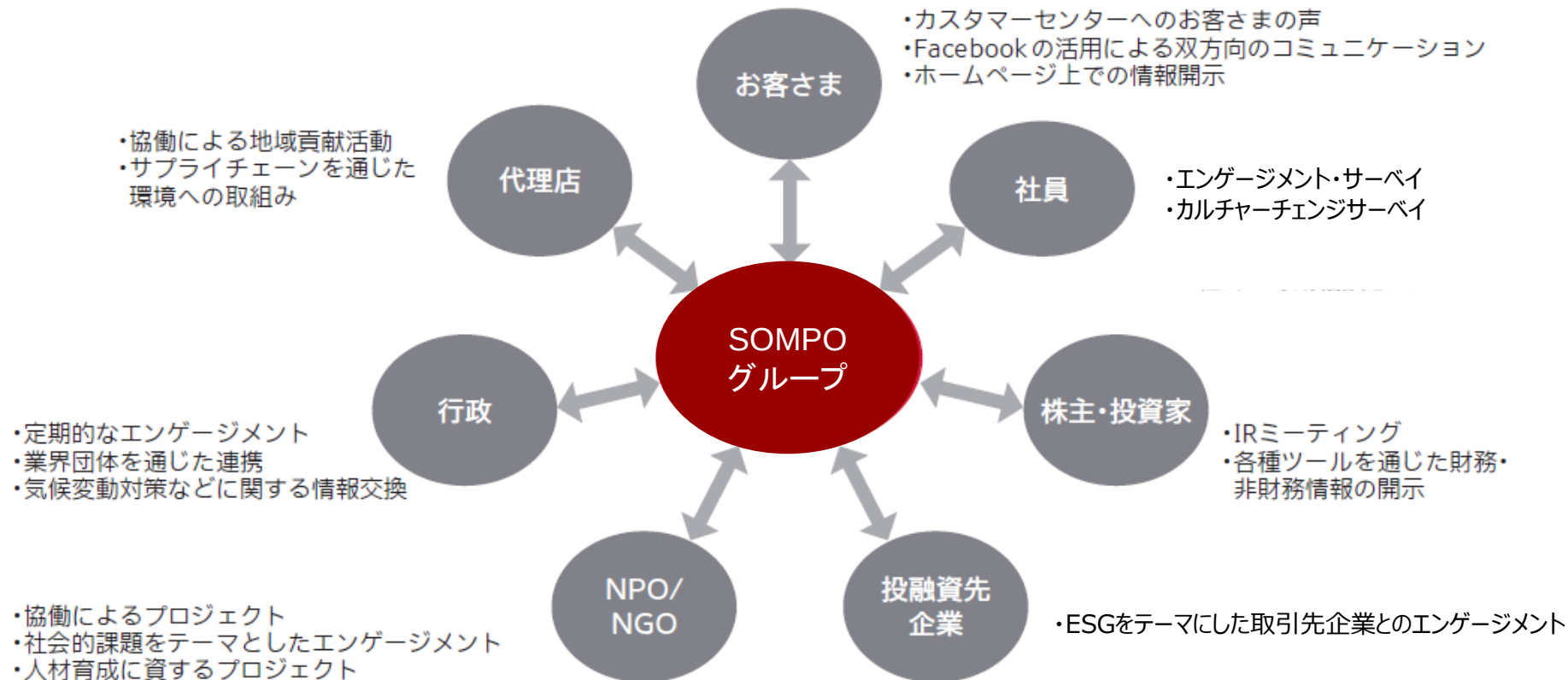
介護事業に
本格参入



2024年

- SOMPOのパーパスの再言語化
- パーパスに込めた想いの公表

多様なステークホルダーとのコミュニケーションを重視



マテリアリティ対話

マテリアリティ特定プロセスにおいて、投資家、パートナー、NPO、消費者団体等との対話を実施



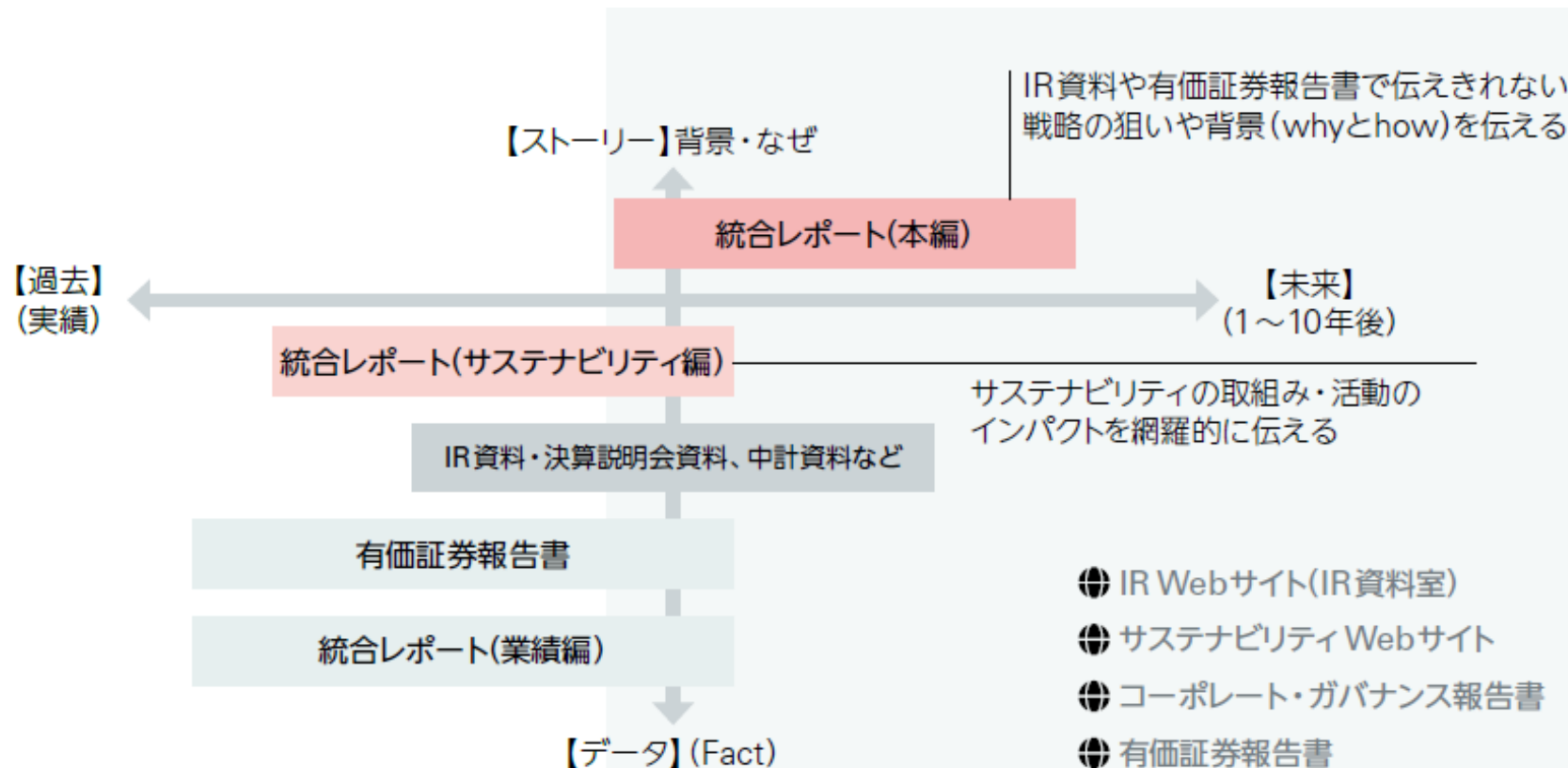
防災ジャパンダプロジェクト

NPO法人との協働によるコンテンツ開発
地域の取引先等との協働によるイベント開催



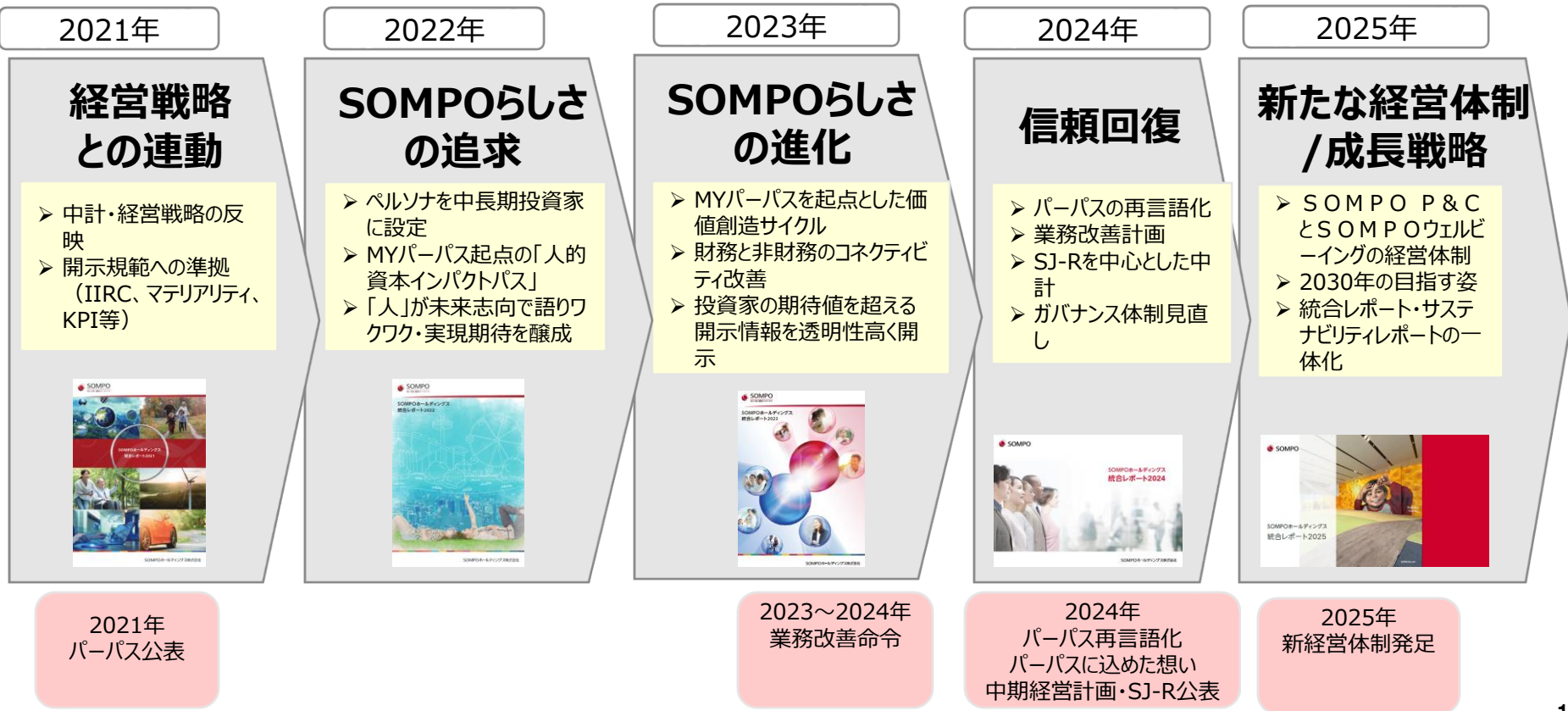
情報開示の取組み ～全体像～

統合レポート、有価証券報告書、IR資料等を組み合わせた開示体系



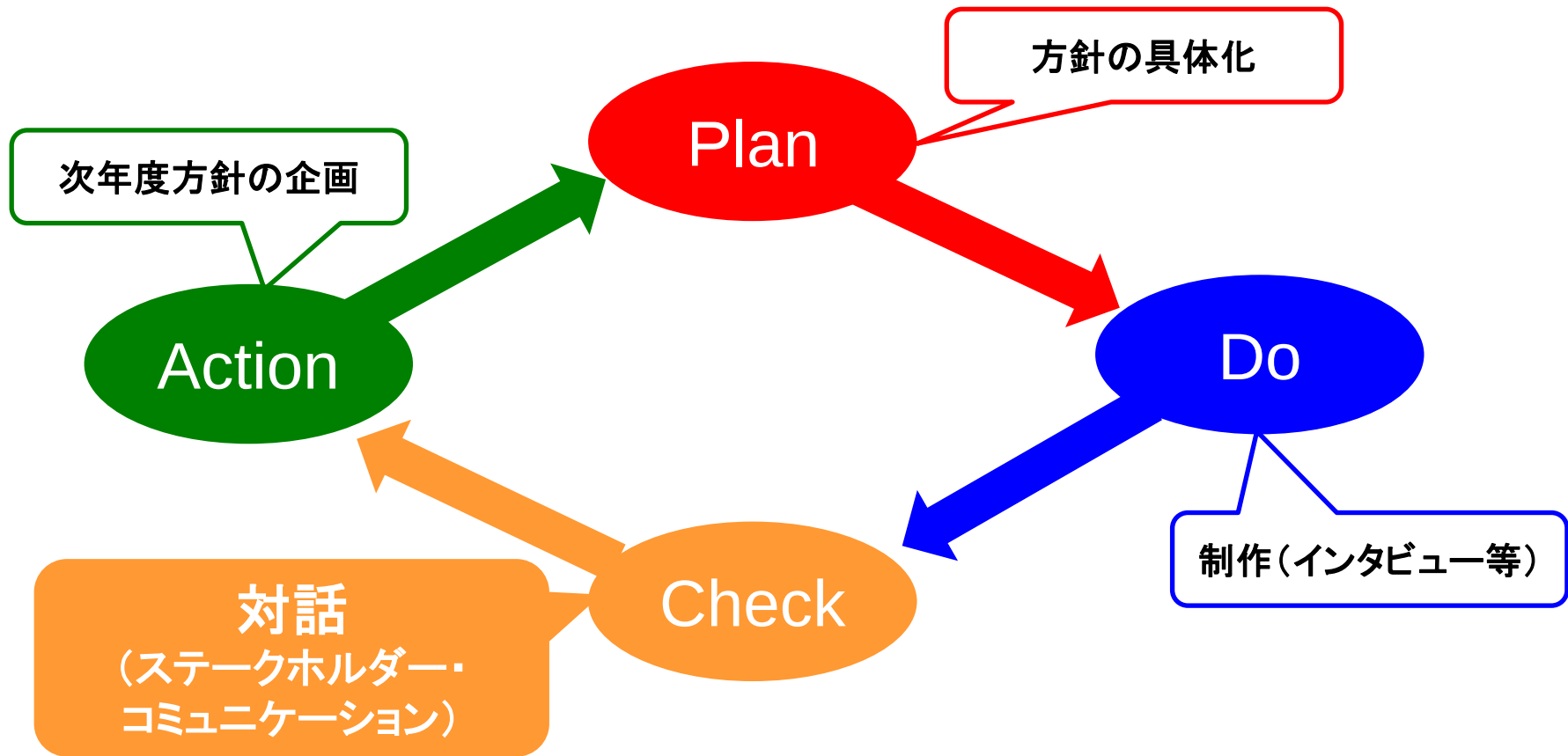
情報開示の取組み ～統合レポート～

訴求ポイントを変えながら、財務・非財務の統合を目指す



統合レポートの改善サイクル

改善の鍵はステークホルダー・コミュニケーション

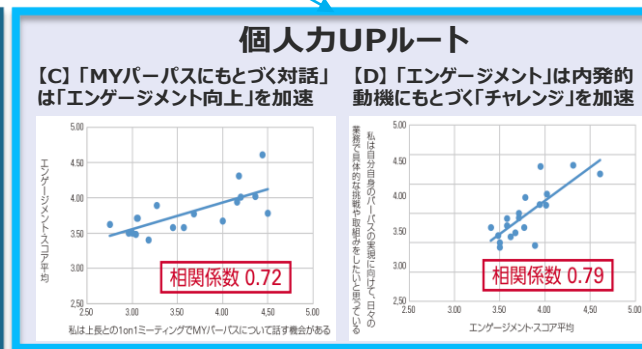
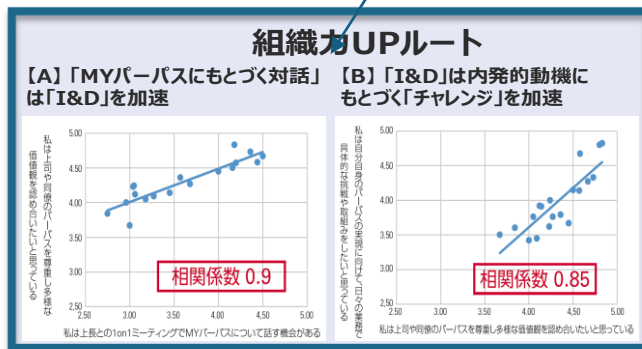
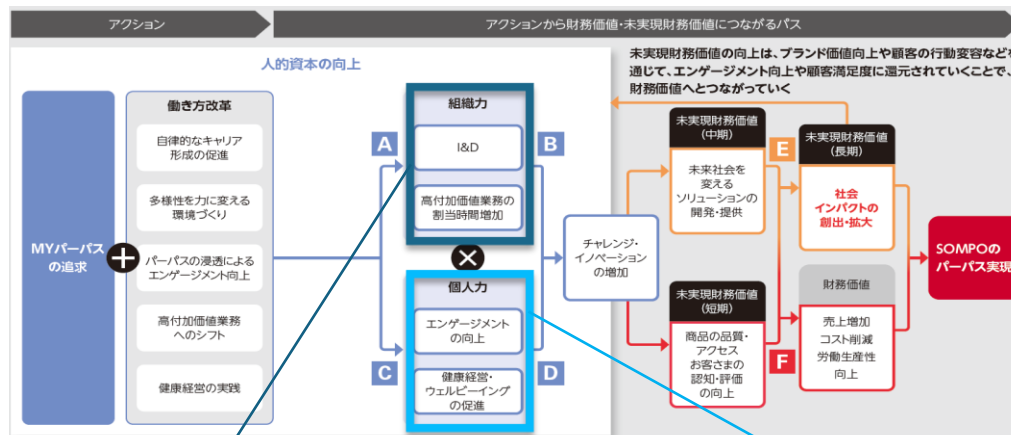


対話先からのフィードバック（改善点）

- ✓ 非財務KPIが財務にどうつながるのか理解できない。（Aアセットマネジメント）
- ✓ 人的資本投資とそれがもたらす事業成果との具体的なつながりについての説明が不足。（Bコンサルタント）
- ✓ 3回の業務改善命令を受けた原因と対応の整理が明確でないまま仕組みの変更を述べられても、改善が図られるとの確信が持てない。（有識者C）
- ✓ 度重なる不祥事を受けて、来期は社外取締役の登場のさせ方で真価が問われる。（D信託銀行）
- ✓ CEOメッセージで不祥事・行政処分に触れ、過去を糧にした改善姿勢を見せるべき。（Aアセットマネジメント）
- ✓ 取締役会の実効性評価は運営面だけで、具体的な課題解決の進捗が確認できない。（Eアセットマネジメント）
- ✓ CEOのトップメッセージが弱い。個人の経験に裏打ちされた強いメッセージが欲しい。（Eアセットマネジメント）
- ✓ レポートが長すぎる。統合思考で、本当に重要な情報に絞って記載すべき。（有識者C）
- ✓ レイアウトのせいでフォントが小さく記述スペースが狭い。可読性が低いページが多い。（Fアセットマネジメント）
- ✓ 海外保険事業の説明がわかりにくい。国内事業と同じレベルで見せるべき。（Fアセットマネジメント）
- ✓ DDAX戦略の責任者が3名もコメントしており、指揮命令系統が複雑な印象。（Fアセットマネジメント）
- ✓ CEOならではの情報発信が不足している。（Fアセットマネジメント）
- ✓ 「つなぐ・つながる」戦略は、個別の事業成長を束ねただけに見える。（Eアセットマネジメント）
- ✓ 修正連結ROE目標と各事業の目標のつながりが分かりにくく、整合性が希薄。（Eアセットマネジメント）

【事例】 人的資本インパクトパス

非財務と財務の統合の一つの形として「人的資本インパクトパス」を開示



【事例】社外取締役対話

社外取締役（監査委員長）と損保ジャパン社長との対談を実施

社外取締役対談 信頼回復に向けて



社外取締役
監査委員長
柴田 美鈴

損保ジャパン 代表取締役社長/
SOMPOホールディングス 国内損害保険事業CEO
石川 耕治

信頼回復に向けたトップとしての役割

石川 昨年度発生した自動車保険金不正請求や保険料調整行為の問題には複合的な要因があります。お客さまが損害保険会社に当然に期待している公平性、公共性に対する意識や、損害保険会社として最も大切な社会的使命を私たちが見失ってしまっていたと総括しています。残念ながら、この社会的使命よりも、トップラインやマーケットシェアを優先するカルチャーが存在していたことが真因の一つであったと考えています。

一連の問題に対する業務改善命令および社外調査委員会からの提言のなかでも、このカルチャーは変えなければならない、変えなければ未来はないとまで、大変厳しく指摘されました。企業で働く人の長年の経験の積み重ねであるカルチャーを変えることは簡単なことではありませんが、私は会社が生まれ変わる最後の機会をいただいたと考えています。正しいことを正しく実践して、社員を含むすべてのステークホルダーの期待に応えられるような会社にしていきたいと思っています。私たちが果たしたい究極の目的は、お客さまに、「損保ジャパンでよかった」とおっしゃっていただくことです。損保ジャパンがしっかり信頼を回復すれば、SOMPOグループ全体のお客さまから「SOMPOでよかった」と言っていただけるはずです。SOMPOのブランドを、もう一度皆さまからの期待に応えられるようなブランドにしたいためには、まず私たち損保ジャパンが、失ってしまった信頼を取り戻していくことが非常に重要です。

信頼回復に向けた私自身の役割を申し上げますと、まずは業務改善計画を責任を持ってやり遂げることですが、先ほどお話ししたカルチャーを変えていくうえで、トップの役割は大変重要です。これまでの長い歴史のなかでできあがった企業風土・カルチャーを変えるため、トップとしての相当な覚悟が必要です。現状を打破する仕組みをどこまで損保ジャパンのなかに作れるか。その仕組みを作ることこそが、私の仕事であり、絶対に後戻りしないという宣言をし、トップとしての覚悟を示すことは社長にしかできないことだと強く認識しています。

対話こそが変革の鍵

石川 損保ジャパンは、極端に申しあげると今までは、本社で決めたことを全国の部店がしっかりとやっていくという仕組みで回っていました。私はこのあり方を変え、現場との対話を重視していきたいと考えています。現場にはさまざまな課題があります。お客さまに提供するソリューションも、現場と本社の社員が対話しながら決め、一体感を持って実行していく。それが新しい損保ジャパンが目指していくやり方です。

私を含む本社役員によるタウンホールミーティングを7月末までに全国の158部店中、震災の事故対応のある1部店を除く157部店で終えました。一連の問題に対して、役員としての反省とともに、これからの新しい損保ジャパンを経営陣が生々の声で語り、それに対して全国の現場の社員から、いろいろな意見をいただいています。最初は経営に対する不信や不満の声が多かったのですが、今は「損保ジャパンを良い会社しよう」という声や、「損保ジャパンを真に顧客本位の会社に再生するチャンスである」という声もたくさん出てきています。

全国でタウンホールミーティングをしているなかで感じたのは、現場の支店長や部長、課支社長たちがどのように自身の想いを伝えているのかによって、そこにいる社員の反応や変化のスピードに違いがあるということです。現場の社員は、損保ジャパンという会社を、私や本社役員でなく、支店長や部長から感じているということです。第一線のリーダーが「こういう会社になっていこうよ」と自分の言葉で何度も語っている職場に行くと、やはり雰囲気は違います。それはタウンホールミーティング会場の扉を開けた瞬間にわかります。私は現場と経営の一体感を大切にしていきたいと話していますが、この一体感は支店長や部長、課支社長といった各現場のリーダーたちとの一体感でもあります。現場のリーダーたちが、自分で考えて、自らの言葉で対話し、現場起点の変革を進めていく。これが損保ジャパン再生のストーリーです。

2027年3月期の適用に向けて、2025年度初めから着手

ギャップ分析

開示内容、GHG算出プロセス等の現状課題把握

対応方針の策定

2026年3月期は参照開示、2027年3月期から適用
GHG算定プロセスの大幅見直し・実践

対応方針の決定

役員会議での報告

社内の巻き込み

基準の理解、記載方針の検討

作成

検討内容に基づき作成
定期ミーティングによるサポート

2026年3月期：SSBJ基準を参照（準拠表明はなし）

**重要なリスクと機会/
開示トピックの特定**

既存のマテリアリティとの関係整理
分析結果を踏まえた社内議論

**第三者保証に耐えうる
GHG算定プロセスの構築**

算定プロセスの省力化・人為的ミスの
極小化

**現在の開示内容の
ブラッシュアップ**

現状の開示を活用した対話による
課題把握

SSBJへの対応 重要なリスクと機会の特定アプローチ

マテリアリティ分析を活用した重要なリスクと機会の特定を模索

リスクと機会の候補の
洗い出し

重要性評価

影響分析

SASBとの
整合確認

社内
協議

関連部門
巻き込み

非常に重要 ↑ マテリアリティ ↓ 非常に重要	透明性高い情報開示		防災・減災(自然災害への社会的レジリエンス)		外部関係者へ適応するビジネスモデル変革		お客さま視点・顧客保護		お客さまへの高い価値提供	
	金融包摂		社会的弱者支援		組織風土・企業文化の改革		ガバナンス実効性向上		コンプライアンス遵守	
	生物多様性保全		安心・安全なマテリアリティ社会		持続可能な社会保障制度		健康寿命の延伸		あらゆる人々のウェルビーイング	
					保険業等による産業・企業発展の基盤提供		自然災害へのレジリエンス向上(保険付保)		ネットゼロ社会の実現	
重要	挑戦的・イノベーション創出		システム関連リスクの低減		従業員の生産性向上		エンゲージメント・働きがい向上		人権への適切な取組み	
	環境と社会への貢献		持続可能な教育(文才)		DEIの推進		グループガバナンス		ERM高度化	
	食糧安全確保への貢献		新たな保険リスク(AI)やデジタル技術活用への対応		デジタル・データの活用		保険引戻りリスク低減		少子高齢化・生産年齢人口減少	
	汚染等による環境負荷軽減		責任ある保険引戻・投融資		デジタルリスクへの対応		資本効率の向上			
重要度	地域社会の活性化		サイバーリスク低減		パートナーシップ					
	パンデミックへの対応		適切な報告会計				アップスクリップ・リスクリング		地域リスクの低減	
重要度	金銭・無理解の市場リスクへの対応		経済環境変化への対応							

リスク

- ・発生時の財務影響
- ・発生可能性

保険セクター

機会

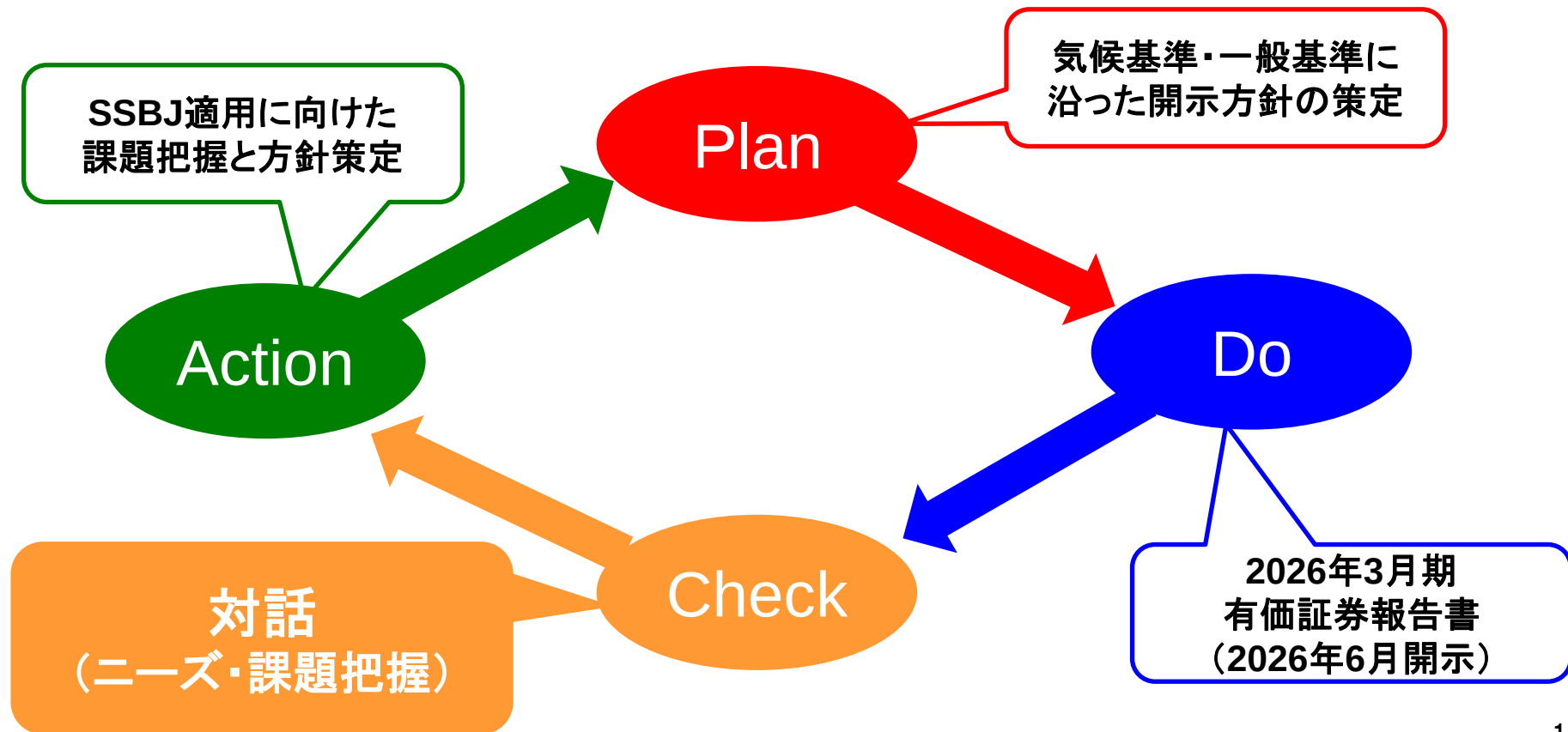
- ・戦略との関係性

介護・ヘルス
ケアセクター

自社にとっての重要度

SSBJ対応 対話による課題把握

2027年3月期からの強制適用に向けた対話を検討



- ✓ 読み手との「対話」が起点
- ✓ 社内でも「対話」（経営陣・関連部門）
- ✓ 目的は企業価値向上であり、「開示のための開示」ではない

**ご清聴いただき
ありがとうございました。**

**SOMPOホールディングス株式会社
サステナブル経営推進部
堀 幸夫**

yukio.hori@sompo-hd.com