

MYパーパスを活用した SOMPOのパーパス経営

2023年6月21日

SOMPOホールディングス株式会社
人事部 特命部長 加藤 素樹



メインテーマ： MY パーパスを活用した SOMPO のパーパス経営

1. SOMPOグループの概要
2. MYパーパスとは？
3. MYパーパス浸透の取組内容・効果
4. 最後に

メインテーマ： MY パーパスを活用した SOMPO のパーパス経営

1. SOMPOグループの概要
2. MYパーパスとは？
3. MYパーパス浸透の取組内容・効果
4. 最後に

SOMPOグループの概要

- ・ SOMPOグループは、国内損保、海外保険、国内生保、介護・シニア、デジタルと5つの事業を展開
- ・ 目指す姿は「安心・安全・健康のテーマパーク」



| 売上高 | 修正連結利益 | 社員数 | 展開地域 |
|-----------|---------|----------|---------|
| 4兆1,674億円 | 2,613億円 | 約75,000人 | 28か国・地域 |

※数値はいずれも2021年度のもの

SOMPOのパーパス

SOMPOのパーパス

“安心・安全・健康のテーマパーク”により、
あらゆる人が自分らしい人生を健康で豊かに楽しむことのできる社会を実現する

SOMPOが社会に提供する価値

社会が直面する未来のリスクから人々を守る

あらゆるリスクに対する備えの提供

事故や災害を未然に防ぎ、レジリエントな社会に貢献

健康で笑顔あふれる未来社会を創る

健康と笑顔を支えるソリューションの提供

持続可能な高齢社会への貢献

経済・社会・環境が調和したグリーンな社会づくりへの貢献

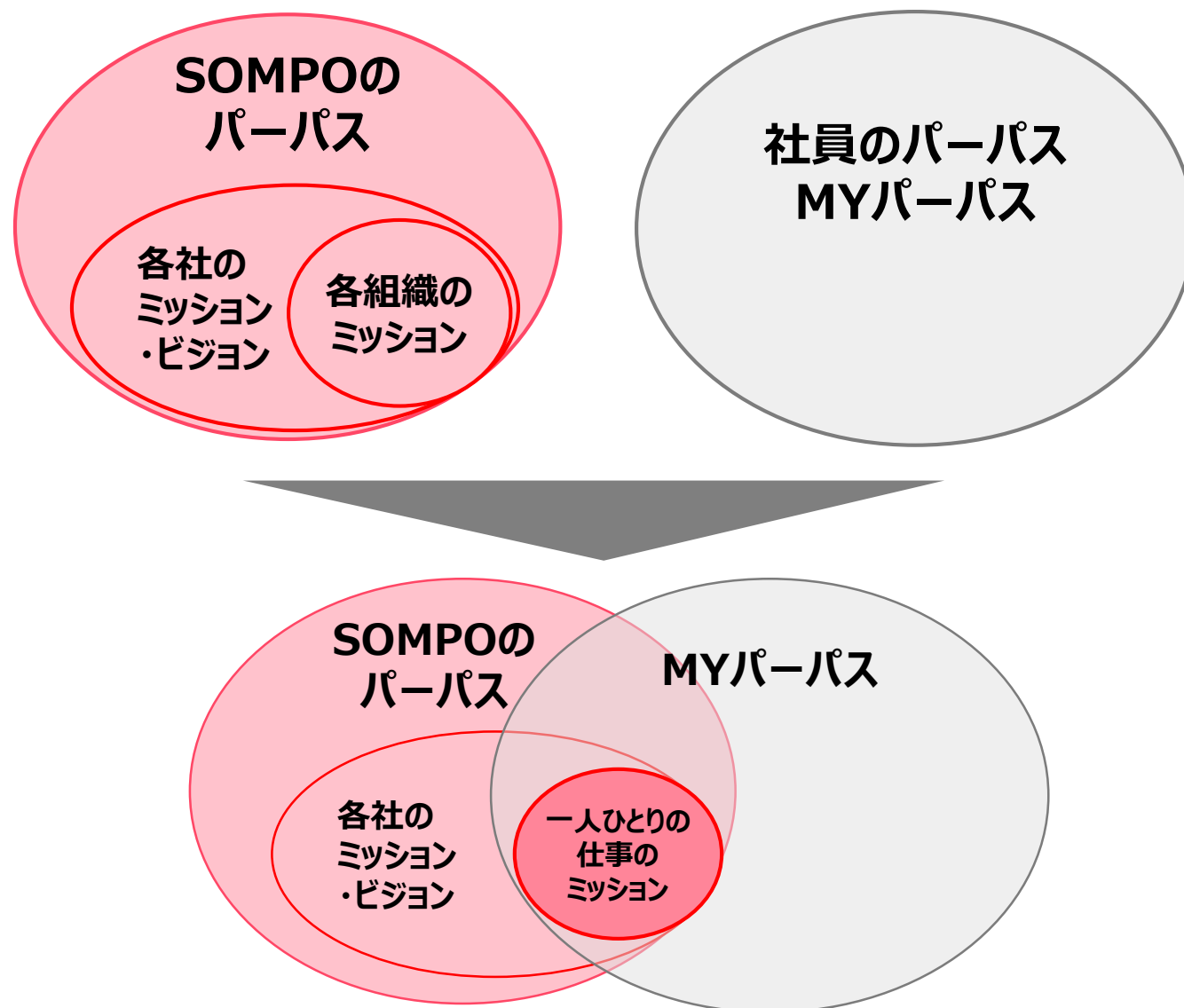
多様性ある人材やつながりにより、未来社会を変える力を育む

未来社会を変える人材集団の実現

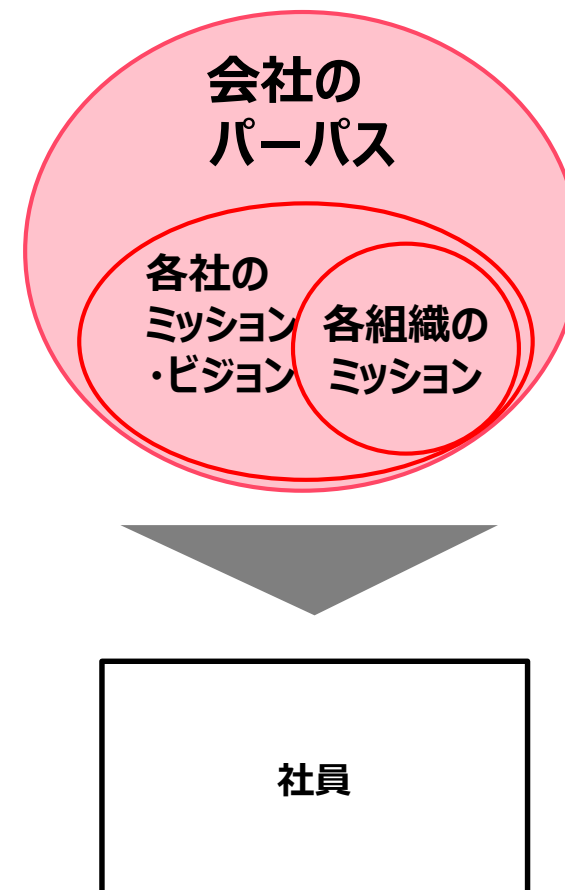
価値創造に向けたパートナーシップのプラットフォーム構築

：パーパス実現に向けた重点課題（= SOMPOのマテリアリティ）

パーパス浸透のアプローチ



(参考) 従来のアプローチ



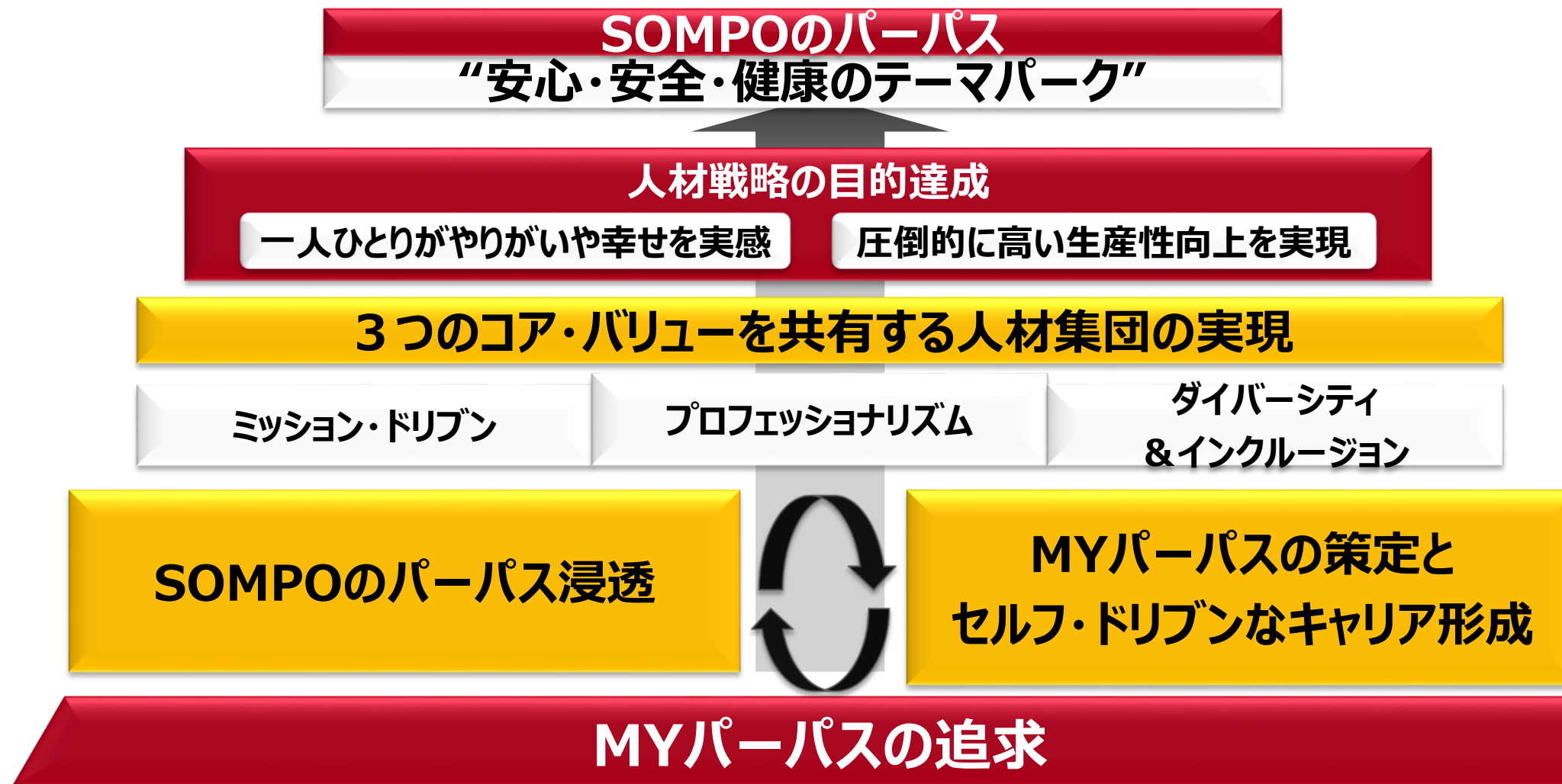
パラダイムシフト

- ・「会社の中の自分の人生」から「自分の人生の中の会社、仕事」という考え方へ、抜本的な意識改革を図る。



SOMPOの人材戦略

- SOMPOの人材戦略のすべての土台となるのは「MYパーパスの追求」。
- 3つのコアバリューを共有する人材集団の実現により、SOMPOのパーパスの実現を目指す。

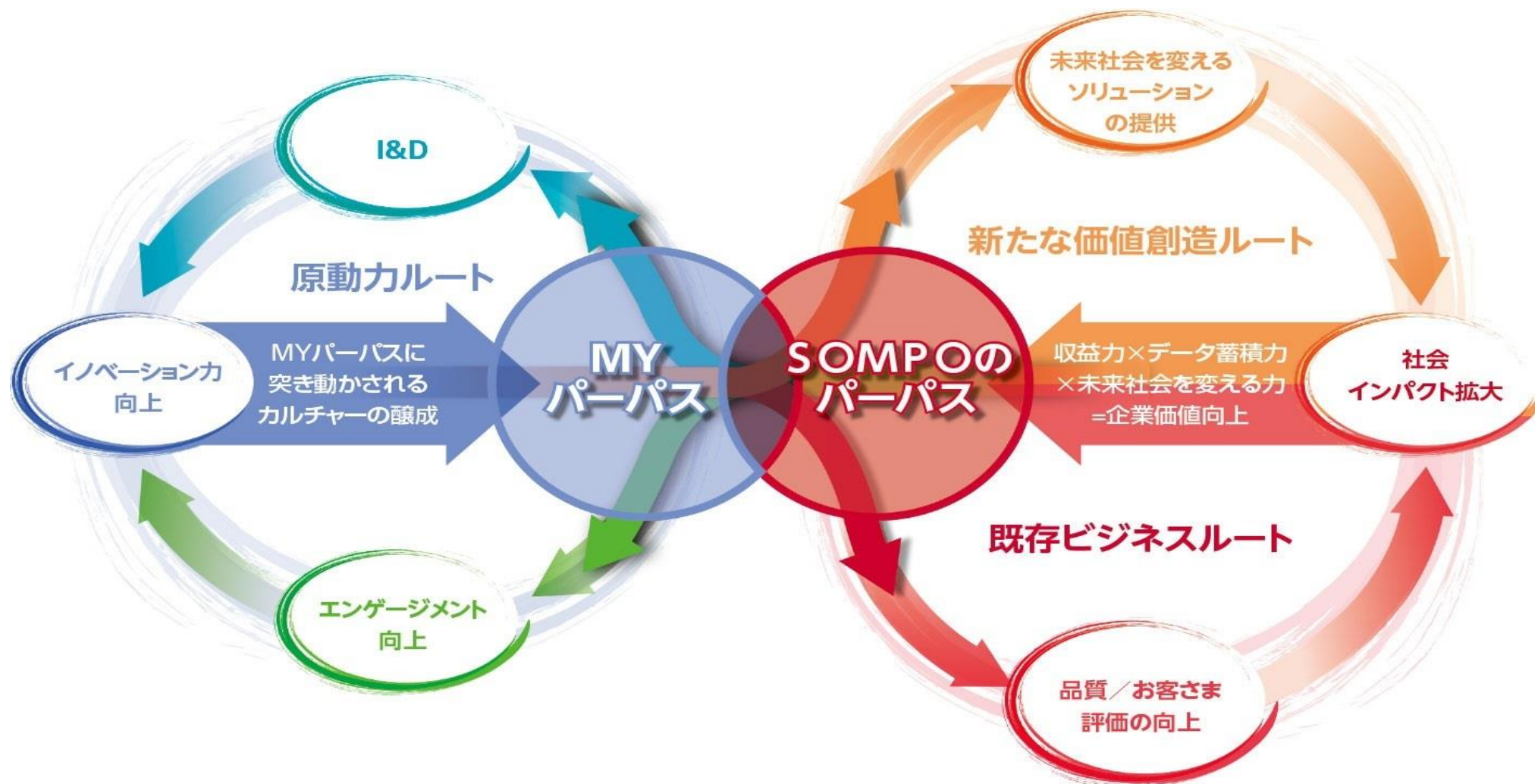


SOMPOのパーパス経営のコンセプト

- 会社のパーパスを自分事化させる鍵が、社員一人ひとりの 「MYパーパス」
- 会社はMYパーパスの実現に向けて、「ソフト」および「ハード」の両面から支援
- 「MYパーパス」を何千何万と積み重ねることで、SOMPOのパーパス実現する

パーパス実現に向けた価値創造サイクル

- SOMPOのパーパス実現のためのグループ全体のアクション：「価値創造サイクル」
- 企業価値向上のための当社らしい成長ストーリーを示したグループ共通のフレームワーク

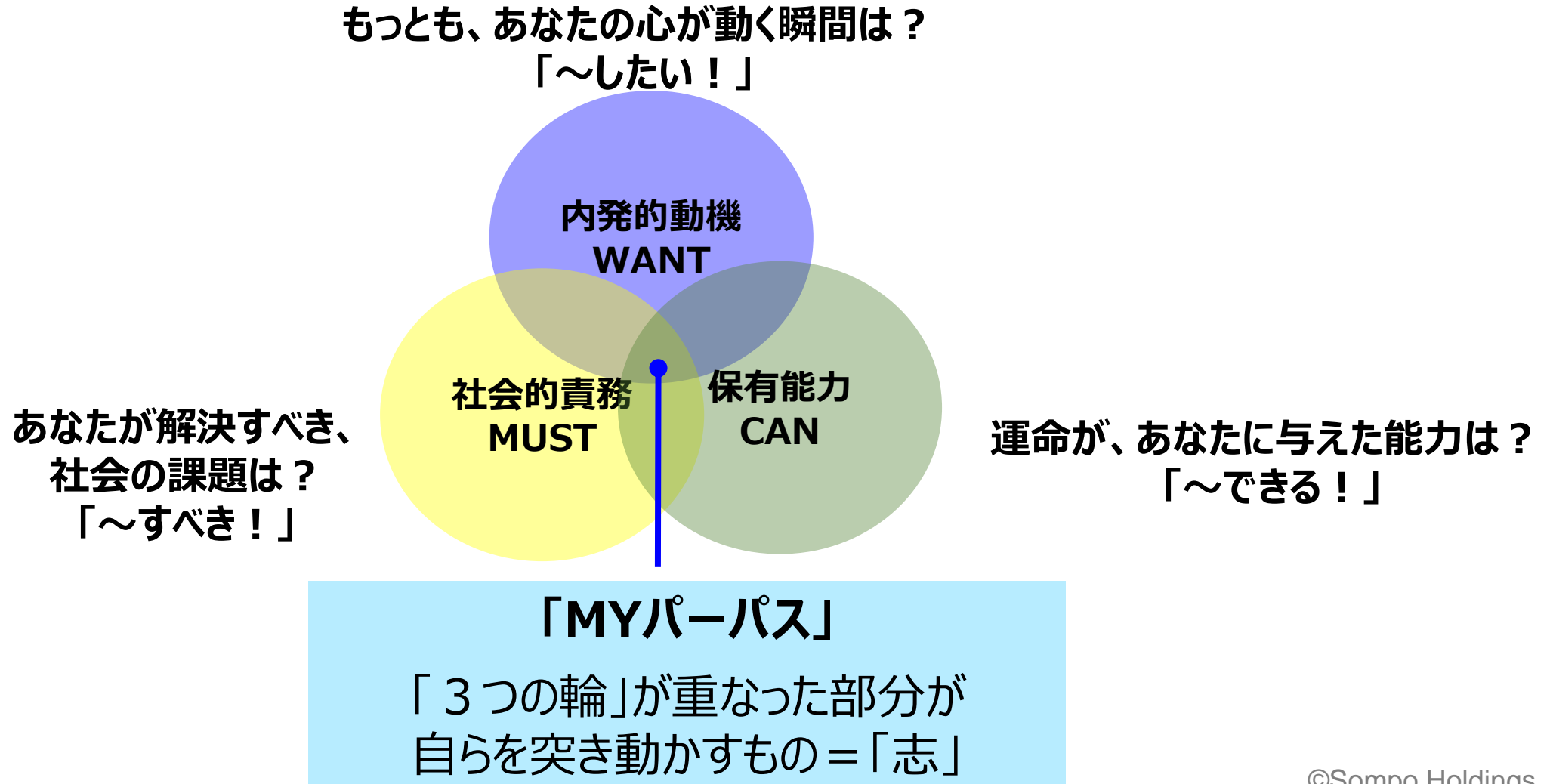


メインテーマ： MY パーパスを活用した SOMPO のパーパス経営

1. SOMPOグループの概要
2. MYパーパスとは？
3. MYパーパス浸透の取組内容・効果
4. 最後に

MYパーパスとは？

➤ MYパーパス＝志 自分は何のために、なぜ生きるのか？ 「人生の目的」。「働く意義」

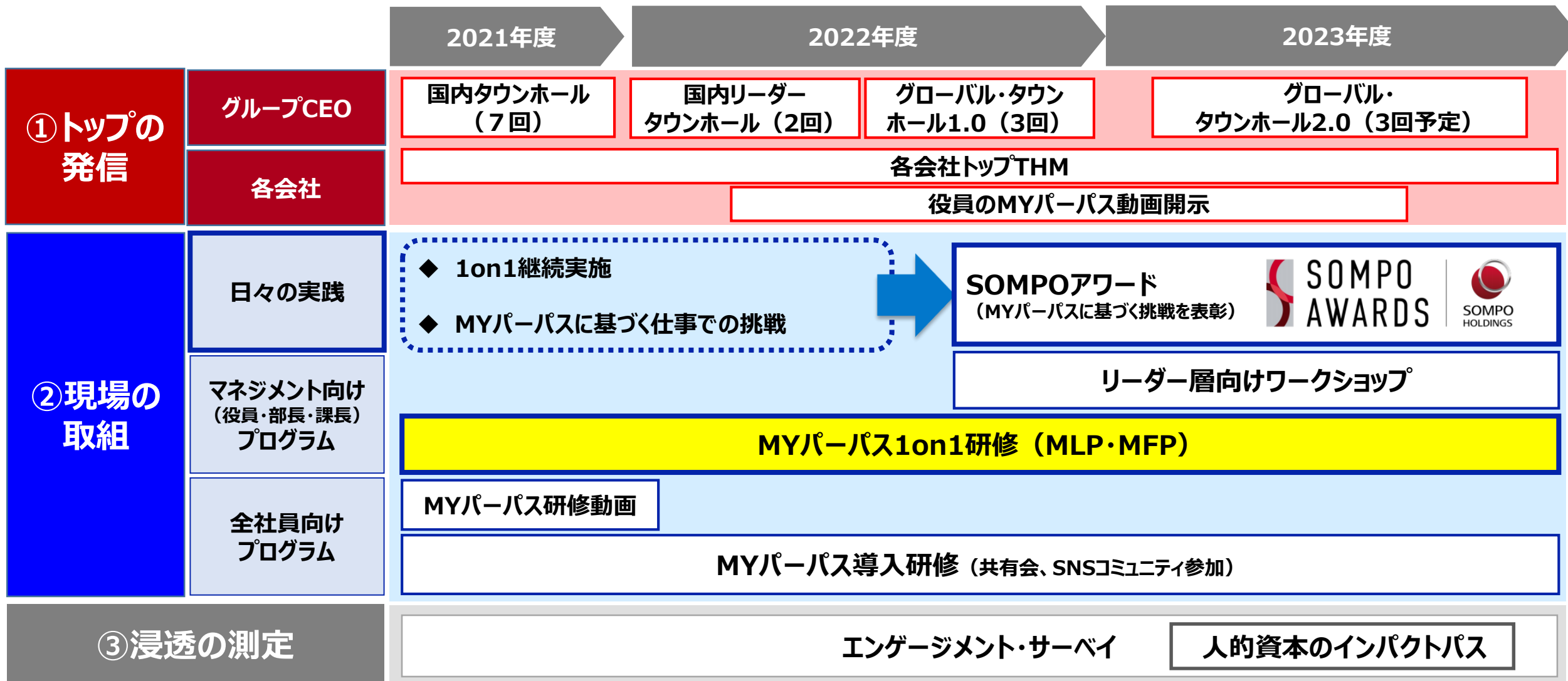


メインテーマ： MY パーパスを活用した SOMPO のパーパス経営

1. SOMPOグループの概要
2. MYパーパスとは？
3. MYパーパス浸透の取組内容・効果
4. 最後に

取組の全体像

➤ トップの発信、現場の取組、浸透の測定を連動させて展開し、世界中の役職員に対する浸透を図る



① トップの発信：タウンホールミーティング



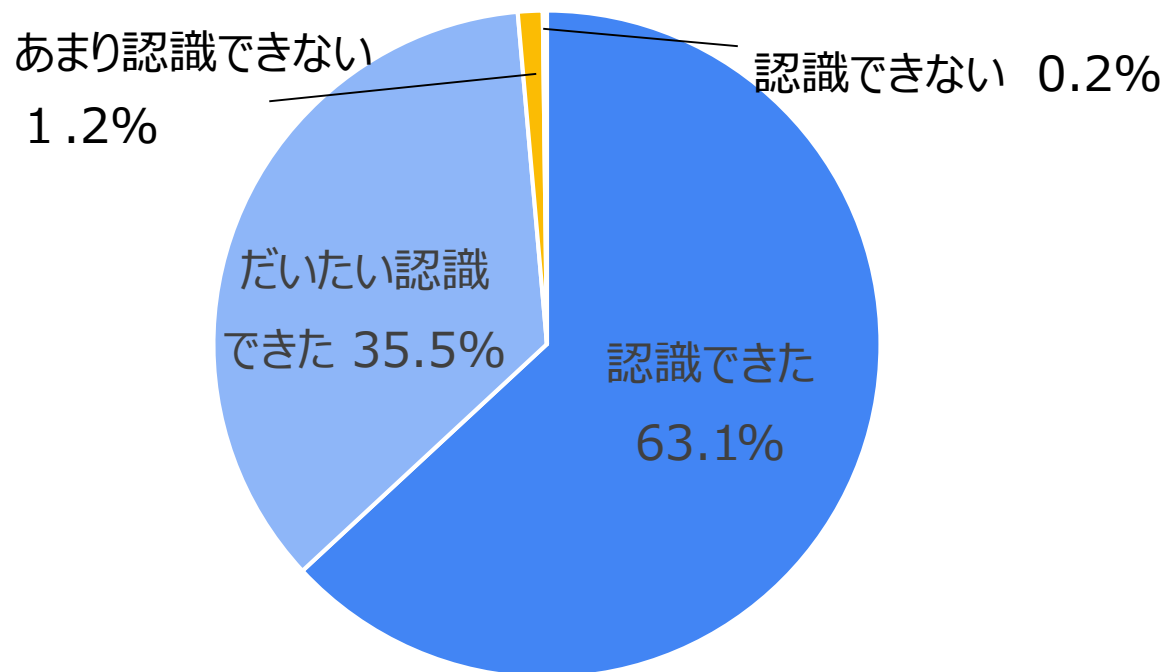
- 一番大きいのは人生のパーパス（MYパーパス）
- 会社を利用して、自分のパーパスを達成することが本質
- MYパーパスと会社のパーパスがかみ合ったときに一人ひとりが幸せな、良い仕事・人生となり、SOMPOのパーパスが実現につながる

① トップの発信：タウンホールミーティング（マネジメント層向け）

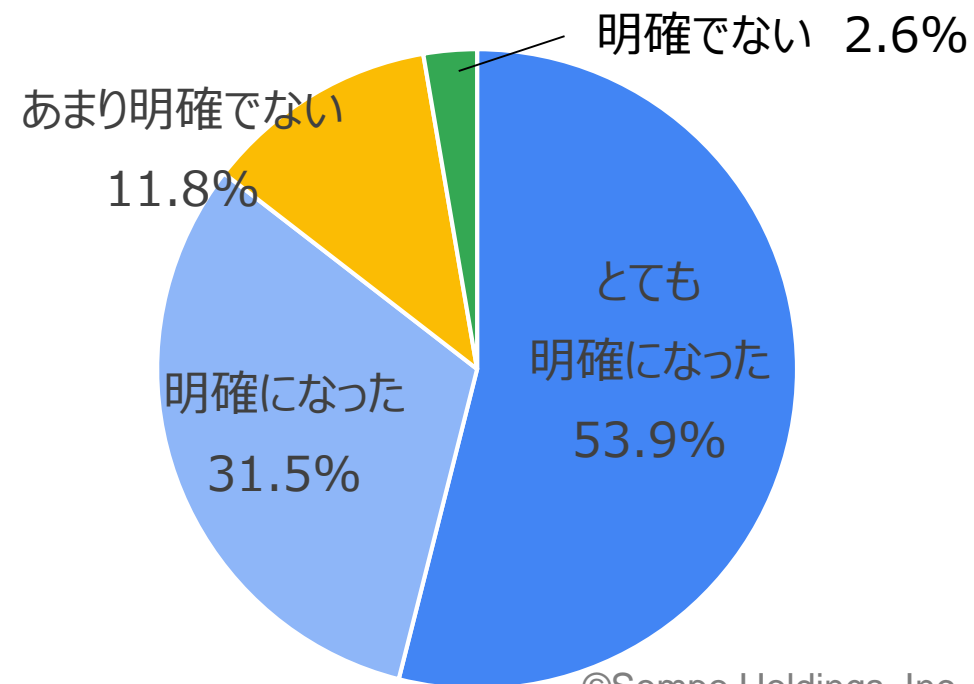
- 国内グループ会社の約3,600名のリーダー層が参加し、満足度は約98%
- 「時には戦ってミッションとパーパスを結びつけるのがリーダー」「パーパスマネジメントはタフ」



Q. マネジメント層として果たすべき役割を認識した



Q. パーパスドリブンなチームがどのようなものか明確になった



① トップの発信：タウンホールミーティング（グローバル）

- ◆ 国内／海外の合計で約5,000名が視聴し、約98%が「企業や個人のパーパスの重要性を理解できた」と回答
- ◆ 国・地域、事業を超えた多様なMYパーパスに触れることで、グループとしての一体感を醸成

| パネリスト | (2022年 11月24日) アジア・日本 | (2022年 12月2日) 欧州・アジア・日本 | (2023年 1月11日) 米大陸・日本 |
|-------------------------------------|---|---|---|
| Sompo International ビジネス・リーダー | Daniel Neo | Julian James | James Shea (Video) Chris Sparro |
| 各地域 社員代表 | Indonesia Malaysia Singapore Sompo Japan Sompo Care | UK Turkey India Sompo Japan Himawari Life | US Bermuda Brazil Sompo Japan Light Voltex(Digital) |



<アンケート結果> *無記名

Q：企業や個人の
パーパスの重要性を理解
できたか

98%
ポジティブ

Q：SOMPOの一体
感、
連帯感を感じたか

95%
ポジティブ

Q：MYパーパス実現
に向けて取組みたいか

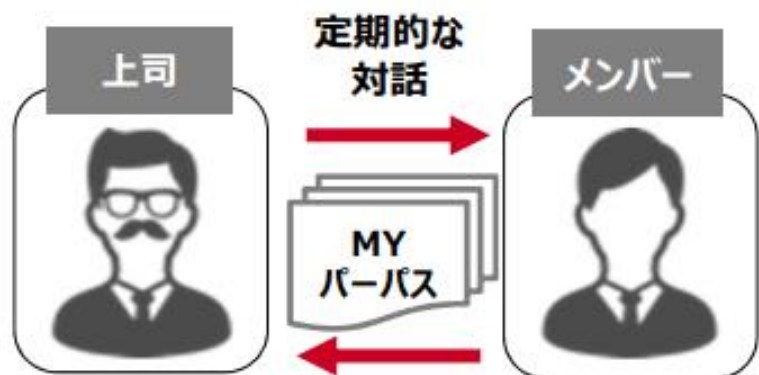
97%
ポジティブ

②現場の取組み：MYパーパス1on1

- グループの全社員がMYパーパスと向き合い、自律的な働き方へとつなげる
- マネジメント層向けに1on1を支援するプログラムを展開

(グループ横断で約2,800名参加：2022年12月末時点)

「MYパーパス1on1」
= MYパーパスをベースとした上司との定期的な対話



マネジメント向け1on1支援プログラム



- 上司は、1on1に必要なコーチング・スキルを習得。
- 社員は、1on1を通じてMYパーパスを策定し、SOMPOのパーパスと重ね合わせる。

②現場の取組み：MYパーパス1on1



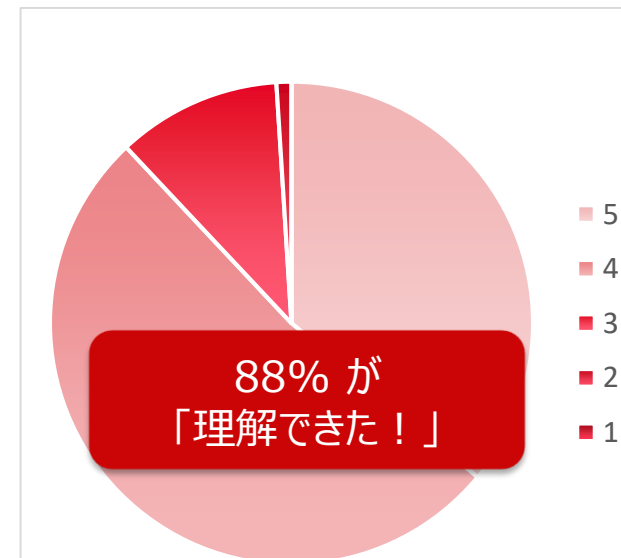
②現場の取組み：グループ横断のワークショップ

- グループ横断でMYパーパス策定を支援するためのワークショップや研修を実施
- 心に火のともった社員を起点として各職場への浸透を図る



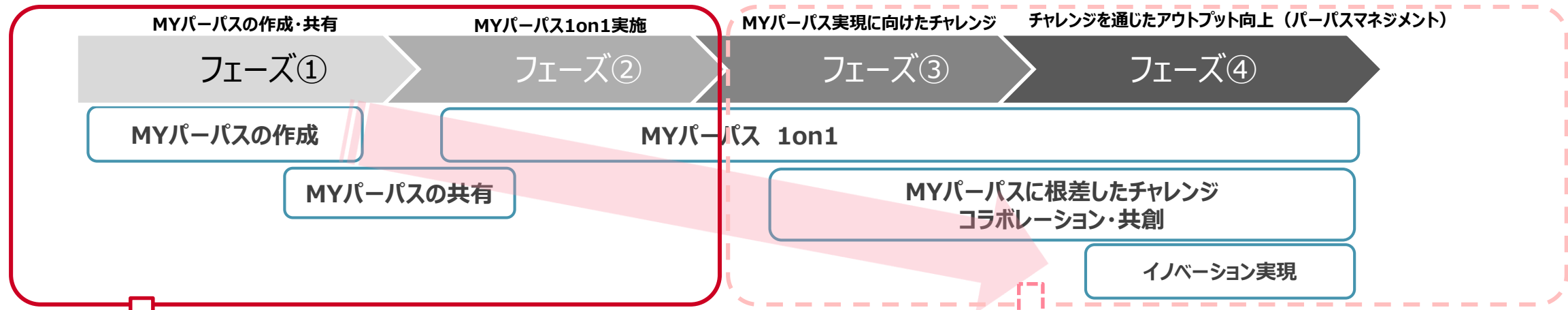
開催回数 23回
参加者 約4,500名
(2022年12月末時点)

Q. 研修を通じてMYパーパスの策定方法を理解できたか



②現場の取組み：マネジメント層向けワークショップ

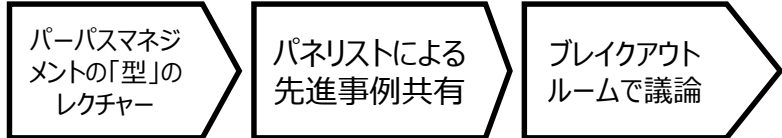
- パーパスマネジメント先行店への現場実態調査に基づき、パーパスマネジメントの「型」を策定
- 「型」のフェーズに沿ったワークショップを開発・展開することで、リーダー層のパーパスマネジメントの実践を支援



パーパスマネジメントWS① (MYパーパス編)

- ◆ グループ横断で実施し、**744名**が参加し、**95%が「満足」と回答**。
- ◆ パネリストの**先行事例共有**や**ブレイクアウトルームでの悩み・実践状況の共有**が有効
- ◆ 「先をいっている部署があることに、大きな刺激を受けた」、「自身がなすべきことが明確になった」、「勇気をもらえた」といった声が多数

内容



パーパスマネジメントWS② (チャレンジ編)

- ・ パーパスマネジメントの進捗共有
- ・ **チャレンジを引き出す**対話の手法
や職場での実践のヒントを学ぶ

SOMPOアワードへ応募

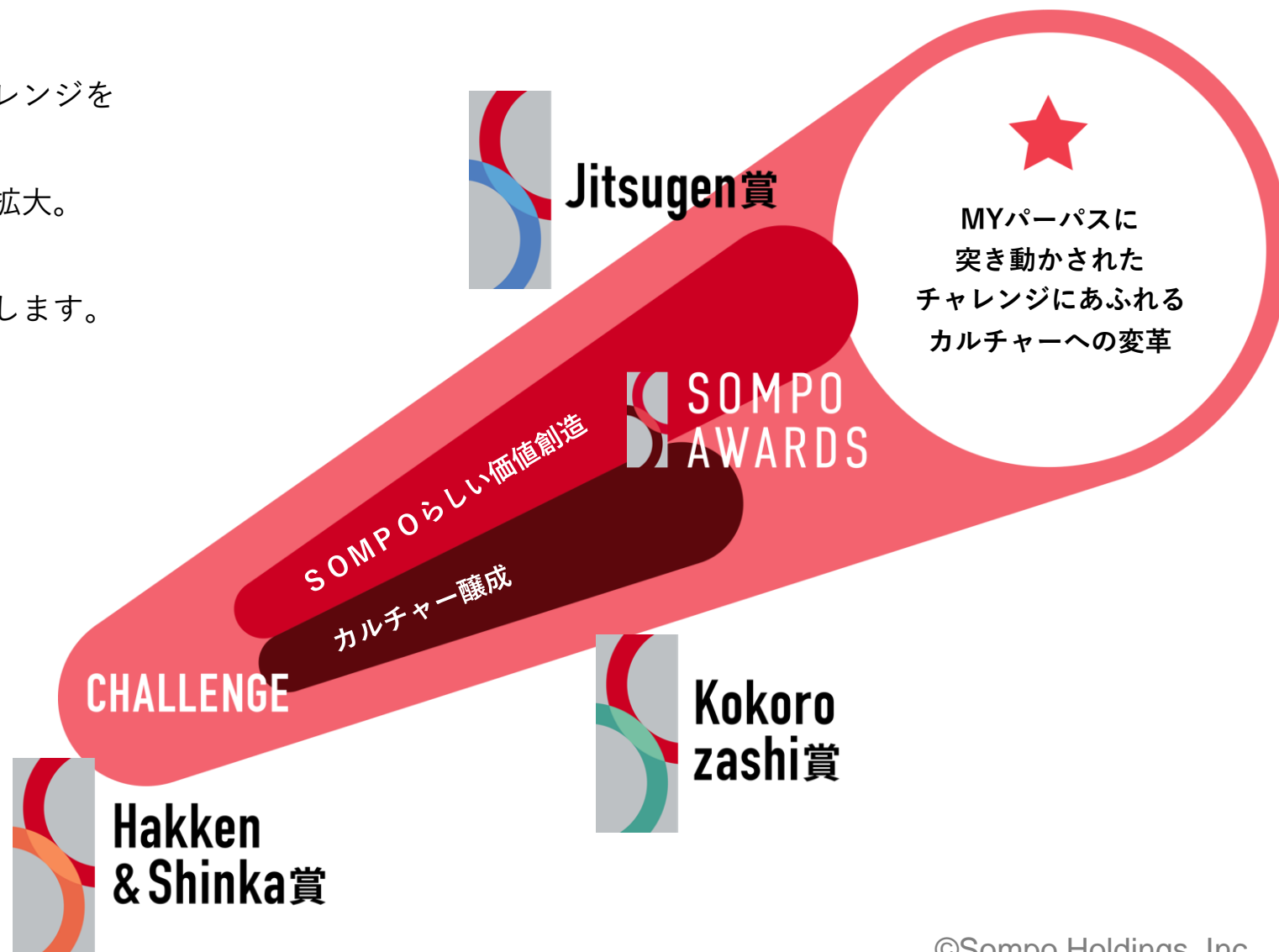
シリーズ
化を予定

②現場の取組み：SOMPOアワード

SOMPO AWARDS

SOMPOアワードでは、社員一人ひとりのチャレンジを
後押しし、SOMPOらしい価値と多様性や
人とのつながりを大切にするカルチャーを創造・拡大。
そしてMYパーパスに突き動かされた
チャレンジにあふれるカルチャーへの変革を目指します。

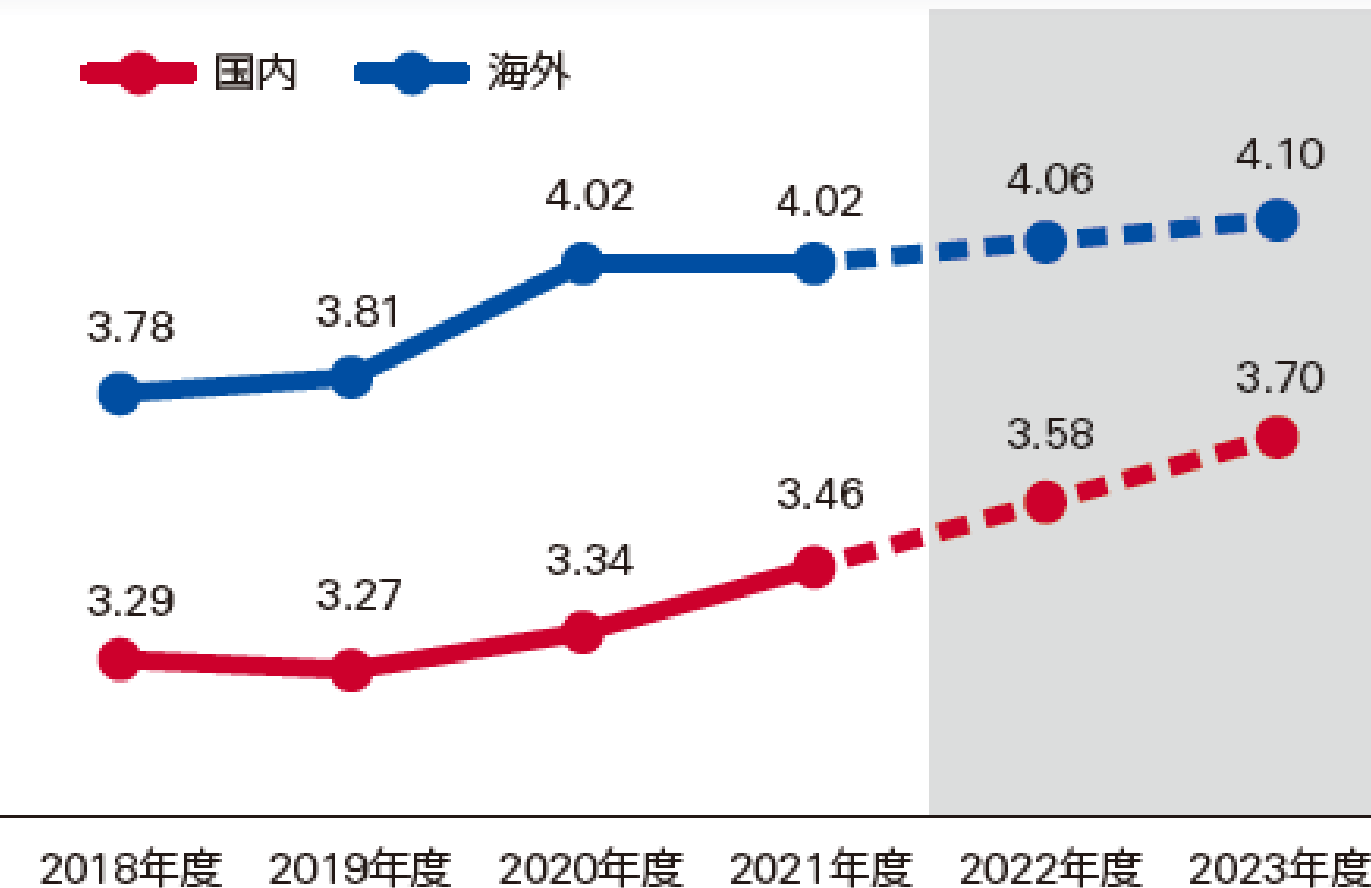
SOMPO OF THE YEAR



③浸透の測定： エンゲージメント・サーベイ

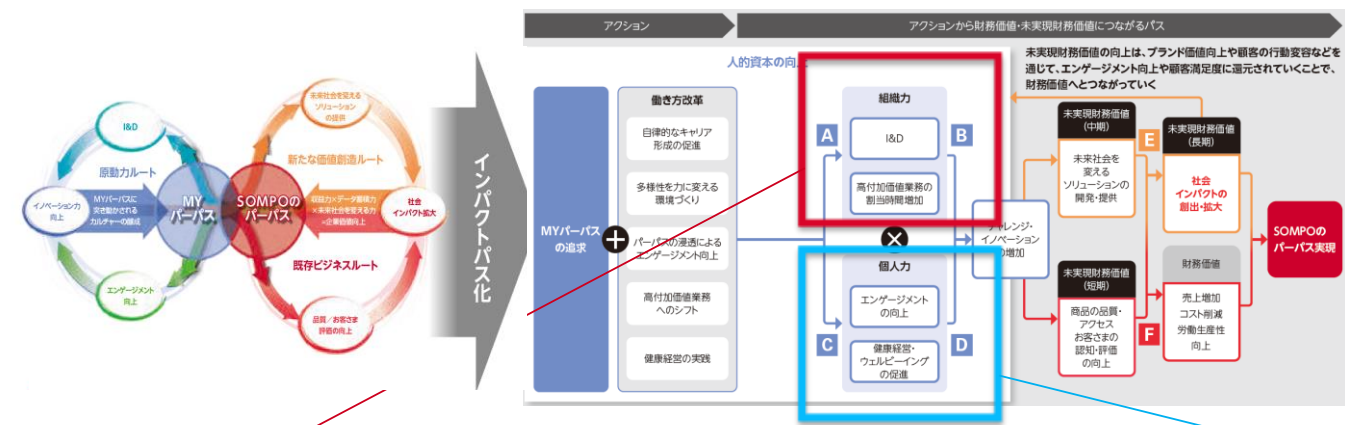
- エンゲージメントスコアは国内海外ともに上昇傾向

Gallup社のエンゲージメント・サーベイ結果と目標値(5点満点)



③浸透の測定：人的資本を起点としたインパクトパス

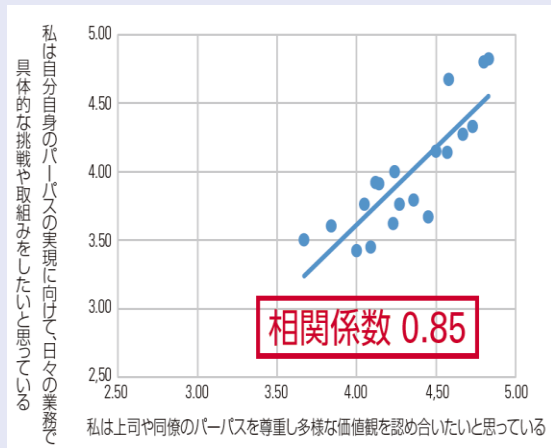
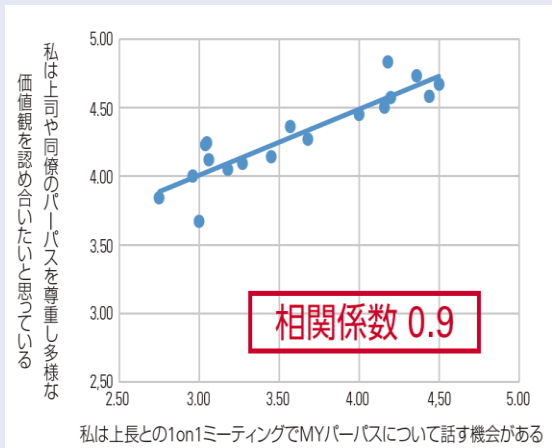
➤ 価値創造サイクルに基づく取組みが将来、財務価値・企業価値に繋がるまでの道筋をインパクトパスとして可視化。



組織力UPルート

【A】「MYパーパスにもとづく対話」は「I&D」を加速

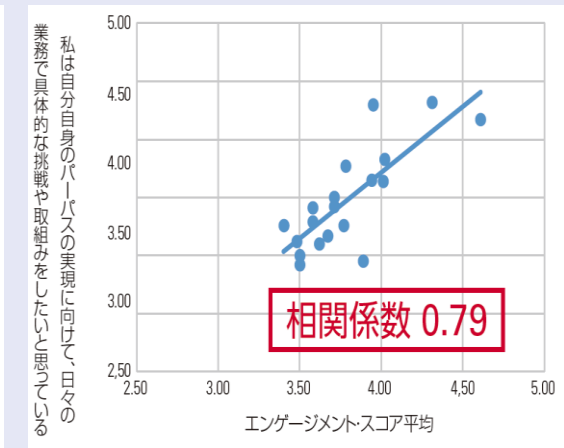
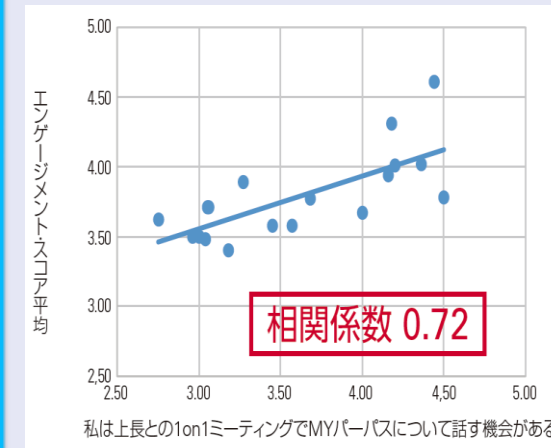
【B】「I&D」は内発的動機にもとづく「チャレンジ」を加速



個人力UPルート

【C】「MYパーパスにもとづく対話」は「エンゲージメント向上」を加速

【D】「エンゲージメント」は内発的動機にもとづく「チャレンジ」を加速



メインテーマ： MY パーパスを活用した SOMPO のパーパス経営

1. SOMPOグループの概要
2. MYパーパスとは？
3. MYパーパス浸透の取組内容・効果
4. 最後に

パーパス研究会

- SOMPOホールディングス、THINK AND DIALOGUE、セルムの3社が発起人となり、「パーパス研究会」を立ち上げ。
- 参画企業は、現在22社。企業の枠を超え、パーパス実現に向けた企業変革について議論を実施。
- 研究会では、SOMPOのパーパス経営を切り口に、各社の事例を共有する等、パーパス経営の実践に向けたコミュニケーションを実施中



研究会のパーパス

**パーパスドリブンで駆動する人で溢れ、
一人一人が創発する
社会をつくっていききたい**

研究会テーマ例 (過去事例)

第1回

パーパスを基軸にした
企業文化変革の事例スタディ
(SOMPOの場合)

第2回

MYパーパスづくりの体験と
1on1による効果

第3回

企業文化変革のプロセスと
隠れた課題の対処

ご清聴ありがとうございました。

ご興味をお持ちの方は、下記QRコードから
問い合わせ窓口までお問い合わせください。



QRコードを読み取るとメール作成画面が立ち上がります。

万が一QRコードを読み取れない場合は **10_smomission@sompo-hd.com** まで直接お問合せ下さい。