

2020 年 2 月 12 日
住友生命保険相互会社

スミセイ「バイタリティ（生命力・元気・活力）」アンケート

調査結果について

住友生命保険相互会社（取締役 代表執行役社長 橋本 雅博、以下「住友生命」）は、健康増進型保険“住友生命「Vitality」”の提供を通じて、継続的な健康増進活動への取組みを促すことによる健康状態の向上を実現し、日本の健康寿命の延伸に寄与することを目指しています。

社会全体でも健康寿命の延伸に向けた様々な取組みが注目されていますが、人々のバイタリティ（生命力・元気・活力）は向上しているのでしょうか。

住友生命では、バイタリティ（生命力・元気・活力）に関するアンケートを実施し、人々のバイタリティ度や、バイタリティ度アップへの取組み等について調査しました。

1. 調査概要

- a. 調査期間 : 2019 年 12 月 9 日～12 月 10 日
- b. 調査方法 : インターネット応募による選択方式および自由記入方式
- c. 調査対象 : 1,000 人（全国の男女各 500 人）

（人）

	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	合計
男 性	100	100	100	100	100	500
女 性	100	100	100	100	100	500
合 計	200	200	200	200	200	1,000

	人（%）	エリア
東日本	664（66.4）	北海道・東北・関東・中部・北陸
西日本	336（33.6）	近畿・中国・四国・九州

2. 調査結果概要（詳細は3～11 ページの添付資料参照）

a. 現在のバイタリティ度について（質問1～2）

- ・バイタリティの有無については、“ない”（「どちらかと言えない」＋「ない」）が60.3%と約6割を占め、全体的に不足気味という結果になりました。
- ・バイタリティ度の年代別比較では、最低が20代の42.3点、最高が60代の55.6点となり、“バイタリティ＝若さ”とは一概には言えないようです。

b. 最もバイタリティ度が高かった年齢・点数・要因（質問3）

- ・ピーク時の平均は、年齢が24.1歳・バイタリティ度は82.6点となりました。
- ・60代のピーク時平均は、年齢が31.8歳・バイタリティ度は88.1点で、バブル時代の社会的背景の影響も考えられます。
- ・バイタリティが溢れていた要因については、66.9%の人が「若かった」を挙げ、前出「1. 現在のバイタリティ度について」の結果とは異なり、“バイタリティ＝若さ”となりました。2位以下は、“体力”56.0%、“心身の健康”48.3%と続きました。

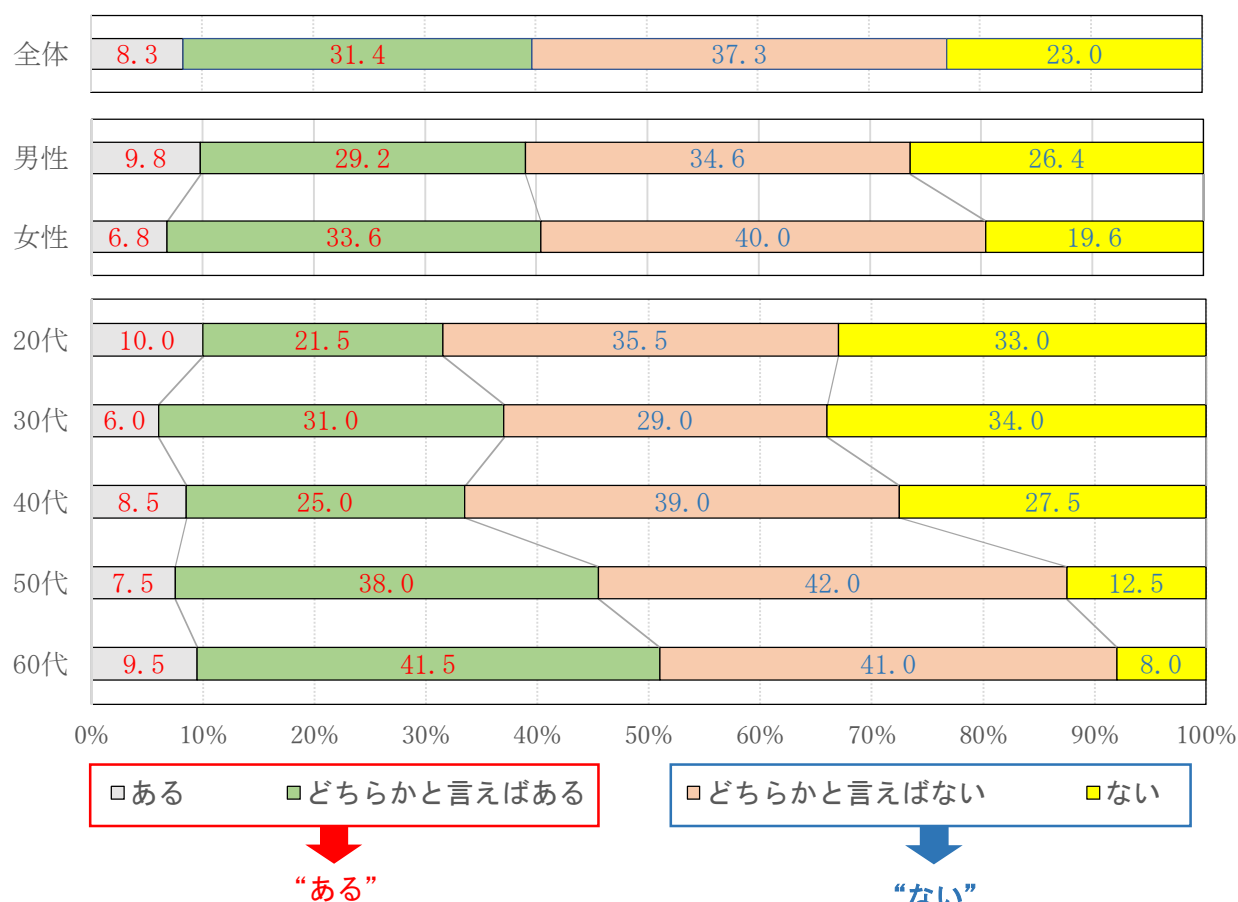
c. バイタリティ度アップへの取組みについて（質問4～6）

- ・今後取り組みたいものは、1位が「十分な睡眠・休養」46.6%、2位が「健康的な食生活」39.7%、3位が「規則正しい生活」38.9%でした。
- ・支出してもよいと思う1カ月の平均費用は8,478円で、男女別では男性、年代別では60代、地域別では東日本が高くなりました。使い方は「趣味・娯楽に関わる費用」49.6%が全世代でトップになりました。年代別の特徴としては、20代・30代で2位の「自分への投資」が、他年代よりも10%以上高いことが挙げられます。
- ・この1年で新たに、または以前にも増して取り組んだものは、「日常的なスポーツ・運動・体力増強」22.7%がトップでした。また、継続するためには“時間”（1位・57.3%）と“お金”（3位・51.1%）の両方が必要という結果になりました。

d. 人生で最もバイタリティを与えてくれた人物は（質問7）

- ・1位に輝いたのは、身近なパートナーである「恋人・配偶者」18.4%で、以下は「友人」17.3%、「子ども」11.4%が続きました。
- ・“父母”の比較では、「母親」の4位（11.2%）に対し、「父親」は5位（7.5%）で、「母親」に軍配が上がっています。
- ・女性のランキングでは、「父親」は「ペット」と「有名人」に押されて7位（4.0%）となり、娘さんがいらっしゃるお父さんにとっては寂しい結果になりました。

質問１：今、あなたはバイタリティがありますか。



◆「**“ある”** 39.7% < **“ない”** 60.3%」でバイタリティは不足気味
“ある” の年代別トップは60代の51.0%で、「バイタリティ＝若さ」とは異なる結果に

全体では、「どちらかと言えばない」が37.3%でトップとなりました。**“ない”**（「どちらかと言えばない」＋「ない」）が60.3%と約6割を占めており、全体的にバイタリティは不足気味のようにです。

男女別の**“ある”**（「ある」＋「どちらかと言えばある」）を比較すると、男性39.0%に対して女性40.4%と、男性よりも女性の方が僅かに高くなりました。特に男性の「ない」は26.4%にも及んでいます。

年代別の**“ある”**（「ある」＋「どちらかと言えばある」）は、20代が最低の31.5%、30代は37.0%、40代は33.5%と低い数値であるのに対し、50代は45.5%、60代は51.0%と過半数を占めました。以上から、「バイタリティ＝若さ」とは一概に言えないことがわかります。

質問2：あなたの今のバイタリティ度を教えてください。(100点満点)

	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
平均点数	48.0	46.5	49.4	42.3	45.0	44.8	52.1	55.6

◆全体平均は48.0点と50点を下回る

年代別では最低が20代の42.3点、最高が60代の55.6点

全体平均は100点満点中48.0点で、僅かながら50点を下回りました。これは、質問1(現在のバイタリティ度)の結果(バイタリティが“ある”は39.7%と不足気味)とリンクしています。

男女別では、男性46.5点に対して女性は49.4点と、こちらも質問1(現在のバイタリティ度)と同様(バイタリティが“ある”は男性39.0%<女性40.4%)に女性の方が僅かに高くなりました。

年代別では、最低の20代42.3点をはじめ、30代45.0点・40代44.8点も50点未満となり、若い世代のバイタリティ度の低さが目立ちました。その一方で、最高は60代の55.6点で、年代別2位の50代52.1点も50点超えとなっています。

質問3-1：あなたのバイタリティ度が最も高かったのは何歳の時ですか。

また、その時のバイタリティ度は何点ですか。(100点満点)

	全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
平均年齢	24.1	23.7	24.6	17.4	20.9	23.1	27.5	31.8
平均点数	82.6	80.3	84.9	75.6	81.6	82.2	85.5	88.1

◆バイタリティ度が最も高かった時の平均年齢は24.1歳、平均点数は82.6点

60代のピーク時平均31.8歳・88.1点は、バブル時代の社会的背景の影響か

人生最高のバイタリティ度については、全体平均で年齢が24.1歳、バイタリティ度が82.6点という結果になりました。特に年齢に関しては、多くの人が社会に羽ばたいて間もない、“夢と希望”に満ち溢れた時期などと重なっています。

男女別では、男性23.7歳・80.3点に対し、女性は24.6歳・84.9点で、平均年齢には大きな差は見られないものの、バイタリティ度は女性の方がやや高くなりました。

年代別では、20代の17.4歳・75.6点から、年代が上がるにつれていずれも上昇し、60代では31.8歳・88.1点に至っています。60代の31.8歳は、バブル景気の時期と重なっており、社会全体のバイタリティ度の高揚などの影響を受けたとも考えられます。

質問３－２：前問でつけた点数の理由・要因は。

(複数回答：％)

位		全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1	若かった	66.9	62.6	71.2	61.5	64.0	70.0	68.5	70.5
2	体力に自信があった	56.0	57.6	54.4	43.0	50.0	54.5	64.5	68.0
3	心身ともに健康だった	48.3	46.4	50.2	33.5	42.0	44.5	54.5	67.0
4	趣味や生きがいがあった	24.2	19.2	29.2	21.0	27.5	19.0	24.0	29.5
	学校や職場での人間関係が良好		21.6	26.8	26.0	16.5	26.5	23.5	28.5
6	日常的にスポーツや運動に取り組んでいた	22.3	30.2	14.4	22.5	23.0	23.5	20.5	22.0
7	好奇心旺盛だった	21.8	18.0	25.6	19.5	23.5	20.5	22.0	23.5
8	自己肯定感・自己満足度が高かった	18.9	18.6	19.2	14.5	15.0	15.0	23.5	26.5
9	十分な睡眠・休養をとれていた	16.9	18.4	15.4	15.5	18.0	20.0	16.5	14.5
10	やりがいのある仕事や課題があった	16.0	12.0	20.0	9.0	10.5	12.5	20.5	27.5
11	人生で最も幸せな時期だった	15.5	13.2	17.8	14.0	12.0	14.5	17.5	19.5
12	家族との関係が良好で、家庭生活に満足	14.8	13.0	16.6	11.0	9.5	16.0	12.5	25.0
13	周囲からの高い評価を受けていた	13.1	12.8	13.4	12.5	10.5	10.0	15.5	17.0
14	ストレスフリーの生活を送っていた	12.8	13.2	12.4	16.0	11.0	17.0	10.0	10.0
15	経済的な豊かさがあった	12.6	7.6	17.6	11.5	8.5	10.0	14.5	18.5
16	恋愛がうまくいっていた	11.3	9.2	13.4	7.5	11.5	15.0	12.5	10.0
17	食生活が満たされていた	11.1	9.6	12.6	11.0	8.0	14.5	12.0	10.0
18	夢に挑戦していた・夢がかなった	10.4	9.2	11.6	10.0	10.0	9.0	10.5	12.5
19	大きな成功をおさめた	5.0	6.2	3.8	4.0	4.5	3.0	7.0	6.5
—	その他	2.9	2.2	3.6	4.0	4.0	1.0	4.5	1.0

◆ピーク時の要因は“若さ”が66.9%で圧倒的トップ、次いで“体力”・“心身の健康”

前問の回答理由・要因について聞いてみたところ、全体では約3人に2人が「若かった」66.9%を挙げ、質問1（現在のバイタリティ度）の結果に反して、ここでは“バイタリティ＝若さ”となりました。2位以下は「体力に自信があった」56.0%、「心身ともに健康だった」48.3%となり、“若さ”の次に“体力”、そして“心身の健康”になっています。

男女別の比較では、女性の「若かった」71.2%（全体1位）が7割を超えている他、“趣味や生きがい”29.2%（全体4位）、“経済的な豊かさ”17.6%（全体15位）が男性よりも10%高くなりました。一方、男性は“体力に自信”57.6%（全体2位）、“日常的なスポーツ・運動”30.2%（全体6位）が高く、“体力・体力増強”を重視していることがわかります。

年代別の数値を見ると、“体力に自信”（全体2位）と“心身の健康”（全体3位）は年代とともに上昇しました。また、“高い自己肯定感・自己満足度”（全体8位）と“やりがいのある仕事・課題”（全体10位）は50代以上で高くなっており、社会で活躍し、自信を得た姿が想像できます。なお、60代については、“家庭生活”25.0%（全体12位）も重要項目になっているようです。

質問４：今後、バイタリティ度アップのために、取り組みたいものは何ですか。

(複数回答：%)

		全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1	十分な睡眠・休養	46.6	39.4	53.8	41.0	44.5	45.5	51.0	51.0
2	健康的な食生活	39.7	32.2	47.2	32.5	38.0	38.0	43.0	47.0
3	規則正しい生活	38.9	32.6	45.2	38.0	38.0	35.5	40.0	43.0
4	やりがい・生きがいをみつけて実践	34.7	27.0	42.4	38.5	32.5	33.5	38.5	30.5
	ストレスの軽減		27.4	42.0	36.0	35.5	39.0	34.0	29.0
6	体力増強	32.4	34.4	30.4	33.5	35.0	32.5	33.5	27.5
7	日常的なスポーツ・運動	28.5	29.2	27.8	27.5	31.0	23.5	27.0	33.5
8	良好な人間関係の構築	27.8	22.4	33.2	28.5	27.5	25.0	32.0	26.0
9	趣味の充実	25.1	23.6	26.6	25.0	24.0	20.5	27.0	29.0
10	自己肯定感の向上	20.6	19.0	22.2	20.0	22.0	18.0	24.0	19.0
11	特になし	15.4	19.6	11.2	23.0	15.0	14.5	12.0	12.5
12	美容	13.9	4.2	23.6	18.0	18.5	14.5	8.5	10.0
13	夢をかなえる努力をする	10.7	9.4	12.0	13.0	14.5	9.5	10.0	6.5
14	恋愛	8.7	7.6	9.8	16.0	12.5	4.5	5.5	5.0
—	その他	0.9	1.0	0.8	0.0	1.5	1.0	1.5	0.5

◆トップは「十分な睡眠・休養」、次いで「健康的な食生活」、「規則正しい生活」
生活面の改善でバイタリティの向上を目指す

全体１位は「十分な睡眠・休養」46.6%、次いで「健康的な食生活」39.7%、「規則正しい生活」38.9%となり、多くの方がバイタリティの向上には生活面の改善が有効であり、取り組んでいきたいと考えているようです。

男女別では、男性は２位に「体力増強」（全体６位）が入り、質問３－２（バイタリティ度が高かった要因）の結果（男性は“体力・体力増強”を重視）とリンクしています。女性に関しては上位５位が全て４割超となっており、バイタリティ度アップのために様々な取り組みをしたいと考えているようです。また、「美容」23.6%の数値が高いことも特徴的です。

年代別の上位３項目に注目すると、30代・50代・60代は全体同様ですが、20代は「健康的な食生活」（全体２位）に替わって「やりがい・生きがいをみつけて実践」38.5%がランクインしました。また、20代は「特になし」23.0%の多さが気になりますが、「夢をかなえる努力をする」13.0%と「恋愛」16.0%は、30代とともに意欲が見られ、若い世代の今後の人生構築への想いがうかがえます。一方、40代は「ストレスの軽減」39.0%が２位に入り、中間管理職層が比較的多い世代であることから、ストレスの多さが心配される結果となりました。

質問５－１：今後、バイタリティ度の維持・向上のために支出してもよいと思う

１カ月の平均費用はいくらですか。（円／１カ月）

	平均金額／月	最高金額
全 体	8,478 円	30 万円
男 性	9,379 円	30 万円
女 性	7,576 円	10 万円
東日本	8,849 円	30 万円
西日本	7,744 円	6 万 3 千円

	平均金額／月	最高金額
20 代	7,396 円	5 万円
30 代	5,492 円	10 万円
40 代	6,077 円	5 万円
50 代	9,541 円	10 万円
60 代	13,882 円	30 万円

◆月平均は全体で 8,478 円、

男女別では男性、年代別では 60 代、地域別では東日本が高い傾向に

全体の月平均は 8,478 円で、男女別では男性が女性より 1,803 円多く、出費を惜しまない傾向が出ました。年代別では、トップの 60 代 13,882 円と 2 位の 50 代 9,541 円が全体平均を上回りました。また、東西比較では“東高西低”となり、1,105 円もの差が生じています。

質問５－２：支出してもよいと思う内容は何ですか。

（複数回答：％）

		全体	男性	女性	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代
1	趣味・娯楽に関わる費用	49.6	46.6	52.6	47.0	44.5	44.0	55.0	57.5
2	健康に配慮した食材・食事	28.0	25.0	31.0	20.5	26.0	24.5	34.0	35.0
3	自分への投資	26.7	27.6	25.8	37.5	33.0	22.0	22.5	18.5
4	健康状態の把握	23.6	23.0	24.2	24.0	25.0	18.5	22.5	28.0
5	スポーツ関連費	20.5	23.0	18.0	17.0	20.0	16.5	25.5	23.5
6	人間関係構築に関わる費用	19.7	16.8	22.6	20.5	20.0	14.5	24.0	19.5
7	サプリ等	18.5	15.2	21.8	14.0	21.5	18.5	21.5	17.0
8	健康グッズ購入	8.9	9.6	8.2	9.0	9.5	9.5	11.5	5.0
—	その他	5.5	6.2	4.8	6.0	5.0	9.0	3.0	4.5

◆「趣味・娯楽に関わる費用」が約半数でトップ、2 位は“食”、3 位は「自分への投資」

全体では、「趣味・娯楽に関わる費用」が約半数の 49.6％で圧倒的トップとなりました。趣味・娯楽に興じることで、生活の充実、活力アップを図りたい人が多いようです。次いで 2 位が「健康に配慮した食材・食事」28.0％、3 位が「自分への投資」26.7％となりました。

男女別では、男性は「スポーツ関連費」23.0％（全体 5 位）が、女性は「人間関係構築に関わる費用」22.6％（全体 6 位）・「サプリ等」21.8％（全体 7 位）が高めになっています。

年代別では、20 代・30 代の「自分への投資」（全体 3 位）の数値が高く、夢や自己実現のために挑戦しようとする若者の姿が想像できます。

質問６－１：この１年で、バイタリティ度アップのために、新たに、または以前にも増して取り組んだものは何ですか。

(複数回答：%)

位		全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1	日常的なスポーツ・運動・体力増強	22.7	27.0	18.4	23.5	23.5	21.5	21.5	23.5
2	十分な睡眠・休養	21.6	19.6	23.6	22.0	20.0	23.5	18.5	24.0
3	健康的な食生活	20.9	17.8	24.0	18.0	18.5	21.0	21.0	26.0
4	規則正しい生活	19.9	20.4	19.4	19.0	19.0	20.0	21.0	20.5
5	趣味の充実	17.1	16.4	17.8	17.0	14.0	14.0	18.0	22.5
6	ストレスの軽減	13.9	11.6	16.2	13.5	12.5	16.5	12.5	14.5
7	やりがい・生きがいをみつけて実践	13.1	13.0	13.2	13.5	13.5	12.0	10.0	16.5
8	良好な人間関係の構築	13.0	10.8	15.2	10.0	12.0	12.0	15.0	16.0
9	自己肯定感・自己満足度の向上	8.4	8.4	8.4	8.0	9.5	7.5	6.5	10.5
10	夢をかなえる努力	6.8	6.6	7.0	6.0	7.5	6.0	5.5	9.0
11	その他	0.4	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	1.5	0.5
—	特になし	35.7	37.6	33.8	38.5	41.5	36.5	35.0	27.0

◆「特になし」が 35.7%

取り組んだもののトップは「日常的なスポーツ・運動・体力増強」

この１年間で取り組んだものについて、「特になし」の回答は３人に１人を超える 35.7%にも上りました。それを除くと、「日常的なスポーツ・運動・体力増強」が 22.7%でトップとなり、質問４（取り組みたいもの）では「日常的なスポーツ・運動」が 28.5%で７位でしたが、既に実践している人が多いことが分かります。以下、僅差で「十分な睡眠・休養」21.6%、「健康的な食生活」20.9%と続きました。

なかでも、２位の「十分な睡眠・休養」は、質問４（取り組みたいもの）でも 46.6%でトップになっており、「休むこと」を気に掛けている人は多いようです。

男女別のトップは、男性が「日常的なスポーツ・運動・体力増強」27.0%であるのに対し、女性は「健康的な食生活」24.0%で、男性は“体力”を、女性は“食”をポイントにしているようです。

年代別では、20代・30代・50代のトップが「日常的なスポーツ・運動・体力増強」であるのに対し、40代は「十分な睡眠・休養」、60代は「健康的な食生活」となっています。特に60代は、「健康的な食生活」26.0%（全体３位）と「趣味の充実」22.5%（全体５位）が顕著に高くなっており、また、全体７位～10位の「やりがい・生きがいをみつけて実践」「良好な人間関係の構築」「自己肯定感・自己満足度の向上」「夢をかなえる努力」も、他の年代に比べて高く、多種多様な取り組みをしていることがうかがえます。

質問 6－2：前問で「日常的なスポーツ・運動・体力増強」と回答した方にお聞きします。

新たに、またはさらに取り組もうと思ったきっかけは何ですか。

また、今後も継続するために必要なことは何ですか。＜回答者数：227 名＞

(複数回答：%)

■ 取り組もうと思ったきっかけ

位		全体
1	自身の健康状態への不安	59.5
2	人生の節目	20.3
3	時間的余裕ができた	16.3
4	取り組みたいスポーツができた	15.9
5	医師などの勧め	13.7
	利用しやすい場所・施設の存在	
7	家族や友人の勧め	13.2
8	経済的余裕ができた	11.0
9	家族や友人のマイナスの変化(病気等)	10.1
10	新聞や雑誌・テレビ等の健康等に関する情報を見て	7.5
	一緒に取り組む仲間ができた	
12	家族や友人のプラスの変化(バイタリティあふれる姿を見て等)	7.0
13	イベントへの参加	4.8
—	その他	2.6

■ 継続するために必要なこと

位		全体
1	時間的余裕	57.3
2	好きなスポーツがあり楽しめること	54.2
3	経済的余裕	51.1
4	利用しやすい施設の存在	35.7
5	一緒に取り組む仲間	22.5
	自身の目標の達成・記録更新	
—	その他	0.4

◆ きっかけのトップは「自身の健康状態への不安」59.5%で約6割が回答

継続に必要なのは「時間的余裕」「好きなスポーツがあり楽しめること」「経済的余裕」

日常的なスポーツ・運動・体力増強に取り組むきっかけは、「自身の健康状態への不安」59.5%が約6割でトップとなり、健康への不安解消のため、身体を動かし始めた人が多いようです。2位は「人生の節目」20.3%、3位は「時間的余裕ができた」16.3%でした。一方、「経済的余裕ができた」は11.0%に留まり、“お金”よりも“時間”が重視されています。

また、継続に必要なことの1位は「時間的余裕」57.3%、2位は「好きなスポーツがあり楽しめること」54.2%でした。「時間的余裕」は“きっかけ”3位の「時間的余裕ができた」に、「好きなスポーツがあり楽しめること」は“きっかけ”4位の「取り組みたいスポーツができた」とリンクしています。また、「経済的余裕」は“きっかけ”では8位でしたが、“継続”では51.1%で3位に入り、“お金”同様、重視されていることがわかります。

質問7：あなたが人生で最もバイタリティを与えてもらった人は誰ですか。

また、その理由は。

(%)

位		全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
1	恋人・配偶者	18.4	18.8	18.0	12.0	11.5	21.0	19.0	28.5
2	友人	17.3	17.2	17.4	21.0	19.5	14.0	16.5	15.5
3	子ども	11.4	7.0	15.8	4.0	9.0	13.5	13.5	17.0
4	母親	11.2	8.4	14.0	15.0	15.5	10.0	7.5	8.0
5	父親	7.5	11.0	4.0	12.0	6.0	4.5	8.5	6.5
6	ペット	6.7	6.2	7.2	5.0	8.0	8.0	7.0	5.5
7	先輩	4.2	5.0	3.4	4.0	2.0	3.5	5.5	6.0
8	有名人	3.7	2.6	4.8	6.0	2.5	1.5	5.5	3.0
9	同僚	2.8	3.4	2.2	1.5	2.5	5.5	2.0	2.5
10	上司	2.3	3.6	1.0	1.0	3.0	2.5	3.5	1.5
11	祖父母	0.9	0.4	1.4	2.0	0.0	1.5	1.0	0.0
	後輩		0.4	1.4	1.5	2.0	0.0	1.0	0.0
—	その他	12.7	16.0	9.4	15.0	18.5	14.5	9.5	6.0

◆トップは身近なパートナーである「恋人・配偶者」、次いで「友人」

“父母”の比較では、「母親」11.2%に対して「父親」7.5%で、「母親」に軍配が上がる

全体では、「恋人・配偶者」が18.4%でトップとなりました。次いで、2位「友人」17.3%、3位「子ども」11.4%、4位「母親」11.2%、5位「父親」7.5%と続き、“父母”の比較では“母親＞父親”という結果になりました。

男女別の家族を比較すると、男性は3位が「父親」11.0%、4位が「母親」8.4%、5位が「子ども」7.0%であるのに対し、女性は3位が「子ども」15.8%、4位が「母親」14.0%、その次に「ペット」7.2%・「有名人」4.8%を挟んで、「父親」は7位（4.0%）に入りました。娘さんがいらっしゃるお父さんにとっては少し寂しい結果ですね。

年代別では、20代は2位に「母親」15.0%、3位に「父親」12.0%が、30代は2位に「母親」15.5%がランクインし、若い世代ほど親から影響を受けていることがわかります。また、全体1位の「恋人・配偶者」は、40代以降でトップを飾る結果になりました。

<トップ5の主な理由>

1位 恋人・配偶者

- ・自分の人生の生き甲斐とも言える人（男性・20代）
- ・人生で最も大切なパートナー、かけがえのない無二の存在（女性・30代）
- ・一番身近にいる良き理解者（女性・50代）
- ・ともに励ましあい、喜びも悲しみも乗り越えてきた（男性・60代）

2位 友人

- ・目標に向かって頑張っている姿を見て、自分も鼓舞された（女性・20代）
- ・大学時代にともに成長してきた、今も良き友人でライバルでもある（男性・30代）
- ・挫折に負けない生き方を見せてくれた（女性・50代）
- ・協力と競争のバランスで切磋琢磨することができた（女性・60代）

3位 子ども

- ・大変なことも多いけれど、大笑いできるから（女性・20代）
- ・とにかく屈託の無い元気さ（男性・40代）
- ・仕事上で関わりを持つ子ども達に、元気と安らぎを与えてもらった（女性・50代）
- ・疲れていても、子どもの顔を見ると元気になった（女性・60代）

4位 母親

- ・辛い時に心の支えになってくれた（女性・20代）
- ・なんだかんだで、自分のことをよく見ていて感じた（男性・30代）
- ・長い時間、1番近くにいた人だから（女性・30代）
- ・家庭でも職場でも元気よく働いていた（女性・60代）

5位 父親

- ・生きる意味を教えられた（男性・20代）
- ・逆境に負けない強さを学んだ（女性・30代）
- ・背中を見てきた（男性・40代）
- ・全てにおいて前向きで、常に勉強をしていた（女性・60代）

以上

◆ “住友生命「Vitality」”とは

“住友生命「Vitality」”は、「加入時またはある一時点の健康状態を基に保険料を決定し、病気等のリスクに備える」という従来の生命保険とは一線を画し、「加入後毎年の健康診断や日々の運動等、継続的な健康増進活動を評価し、保険料が変動する」ことにより、「リスクそのものを減少させる」ことを目的とした商品です。

また、“住友生命「Vitality」”の理念・目的に共感していただいた11社のパートナー企業と提携し、各パートナー企業と共に、お客さまの健康増進活動への取組みと継続をサポートする“住友生命「Vitality」”加入者向けの特典（リワード）として、様々な商品・サービスを割引価格にて提供しております。

当社は、今まで日本になかった新しい保険の形“住友生命「Vitality」”の販売を通じ、「人生100年時代」と言われる現在の長寿社会において、お客さま一人ひとりの健康状態の向上に貢献することで、健康長寿社会の実現を目指してまいります。