



ライフネット生命の概要

2024年4月
ライフネット生命保険株式会社

- 「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する」という経営理念のもと、インターネットを主な販売チャネルとする生命保険会社です。
- デジタルテクノロジーを活用しながら、一貫してお客さまの視点に立った商品・サービスの提供を実現するとともに、オンライン生保市場の拡大を力強く牽引するリーディングカンパニーを目指します。



**正直に
わかりやすく、
安くて、便利に。**

I. オンライン生保市場の動向

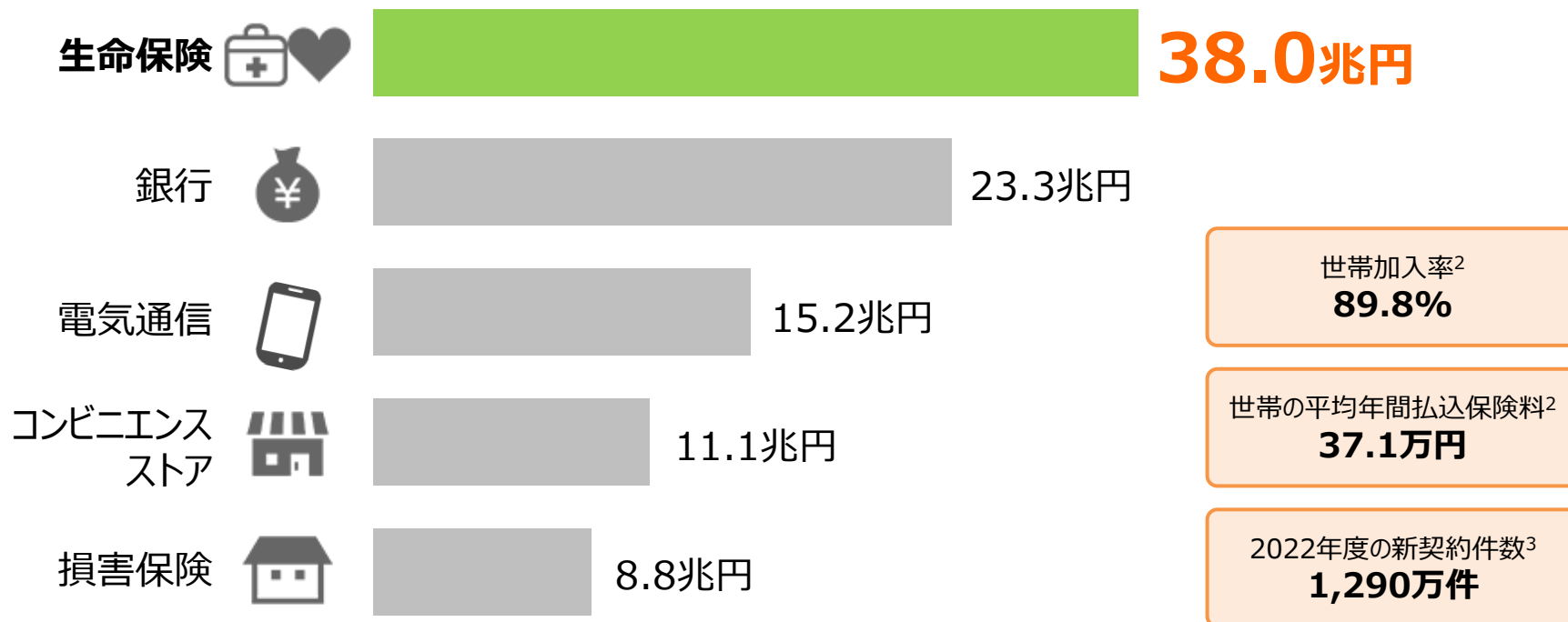
II. ビジネスモデル

III. 経営方針

IV. Appendix

- 日本の生命保険市場は38兆円という巨大な市場規模です。すでに、約90%の世帯が生命保険に加入している中、2022年度も約1,290万件の新規加入があり、生命保険のニーズは高いと考えています。

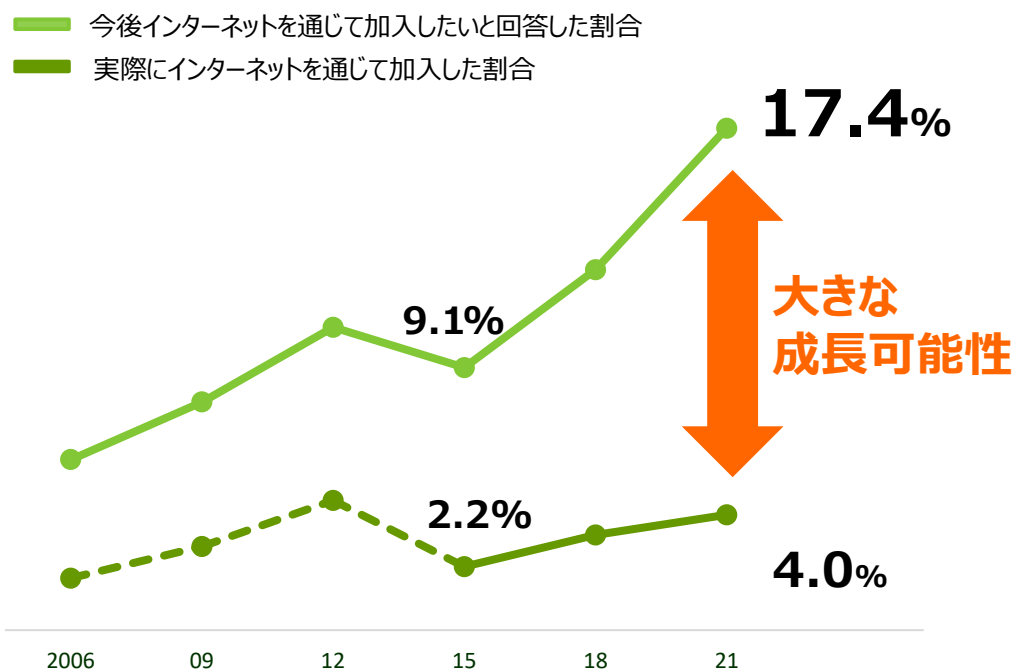
日本の業界別の市場規模¹



1. 生命保険は保険料等収入、銀行は経常収益、電気通信及びコンビニエンスストアは売上高、損害保険は正味収入保険料。一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計」（2022年度）、財務省「法人企業統計調査」（令和3年度）、総務省情報流通行政局&経済産業省大臣官房調査統計グループ「2021年情報通信業基本調査」（2020年度実績）、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会「コンビニエンスストア統計調査年間集計」（2022年1月から12月）、一般社団法人日本損害保険協会「保険種目別データ」（2021年度）
2. 生命保険文化センター「2021（令和3）年度生命保険に関する全国実態調査」
3. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況年次統計」（2022年度）（転換契約を含まない）

- 巨大な生命保険市場の中で、「実際にインターネットを通じて保険に加入した割合」と「今後インターネットを通じて加入したいと回答した割合」にかい離があることから、オンライン生保には大きな成長可能性があると考えています。
- オンラインによる加入意向は全世代に高まってきており、今後、デジタルの金融サービスがさらに浸透することで、オンライン生保の利用者が一層広がり、マーケットが持続的に拡大することが期待できます。

オンライン生保への今後の加入意向¹



世代別のオンラインでの加入意向割合

	2015年	2021年
全体	9.1%	17.4%
～29歳	12.5%	19.2%
30代	11.2%	19.0%
40代	14.6%	23.7%
50代	13.3%	20.9%
60代	7.9%	19.9%
70代～	2.2%	7.4%

1. 生命保険文化センター「生命保険に関する全国実態調査」

- 現在、オンライン生保の需要の高まりを受け、オンラインチャネルを持つ新規プレイヤーが参入しつつある競争環境において、当社は主に4つの要素がオンライン生保の成長に欠かせないと考え、その強みを追求し続けることで差別化を図っています。
- オンライン生保のリーディングカンパニーとして、ダイレクト型チャネルの生命保険会社では4年連続契約満足度第1位を受賞し、お客さまから高い評価をいただいています。

オンライン生保市場で成長するための要素

リーディングカンパニーとして強固なポジション



1. J.D. パワー 2021-2024年生命保険契約満足度調査。
2024年調査は新規契約・更新手続きをした顧客1,331名からの回答による。 <https://japan.jdpower.com/awards>

I. オンライン生保市場の動向

II. ビジネスモデル

III. 経営方針

IV. Appendix

- 生命保険に関するお客さまの課題は、保険の検討を始めた段階から、給付金・保険金の請求に至るまで顕在化しています。
- 私たちは、「正直に、わかりやすく、安くて、便利に。」というマニフェストのもと、一人ひとりのお客さまに寄り添いながら、商品・サービスの提供を通じて、生命保険に関わる課題を解決することを目指します。

各タッチポイントにおいてお客さまが直面する課題

検討

相談

加入

管理

見直し

請求

- ・ 生命保険業界への不信
- ・ 商品が難しい

- ・ 保険料が高い
- ・ 手続きが面倒



ライフネットの生命保険マニフェスト

正直に、わかりやすく、安くて、便利に。

正直に

- 徹底した情報公開
- オンライン生保ながらも、「顔の見える会社」を重視

わかりやすく

- シンプルな商品設計
- 直観的に操作できるわかりやすいウェブサイト

安くて

- 主な販売チャネルであるインターネットを活用して、低廉な保険料を実現

便利に

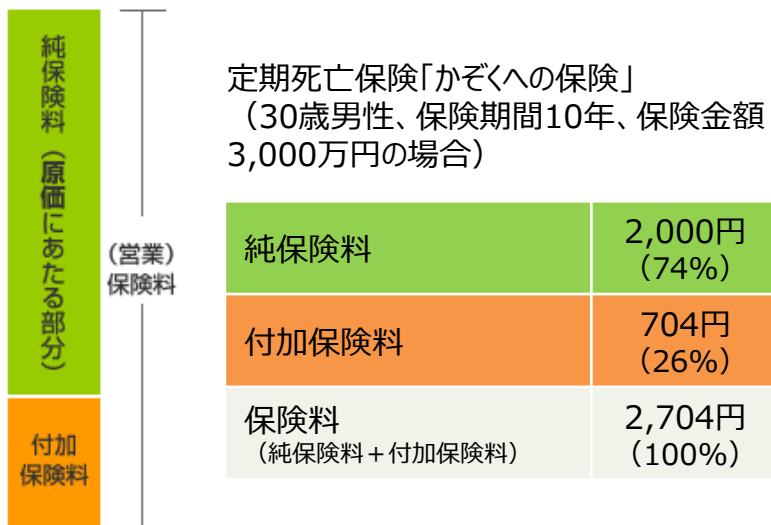
- スマートフォンを通じたサービスの拡充
- 申し込みから給付金の請求まで、オンラインで手続きが可能

- オンラインで生命保険を届けながら、顔の見える会社を目指して、経営情報・商品・社員・職場もウェブサイトで公開しています。

徹底した情報公開

- 生命保険料の内訳の開示（付加保険料率の全面開示）
- 代理店手数料の開示
- 毎月の業績（速報）の開示

生命保険料の内訳の開示（例）



（2024年2月29日時点）

顔の見える会社

- ご契約者さまとの集い「ふれあいフェア」の定期的な開催
- 「ライフネット生命公式note」では、ライフネット生命の日常も紹介
- 社員の半数は生命保険会社以外の経験を持つ、ダイバーシティに富む社内風土

「ライフネット生命公式note」



<https://note.lifenet-seimei.co.jp/>

- 当社の商品はいずれも、保障性に特化し、シンプルさとわかりやすさを追求した商品です。
- 開業以来の主力商品である定期死亡保険はお手頃な保険料を実現、就業不能保険は業界初³の保障を付加した新商品を2021年6月より発売、がん保険は幅広い保障を提供しています。



定期死亡保険

かぞくへの保険

万が一のとき遺された家族を守る死亡保険



就業不能保険

働く人への保険³


病気やケガで長期間働けなくなったときの生活費をサポート



終身医療保険

じぶんへの保険³

保険料が一生涯上がらない医療保険



終身医療保険

じぶんへの保険³ レディース

女性特有の病気による入院に手厚い医療保険



がん保険

ダブルエール

長引く治療も安心！ニーズに合わせて選べるがん保険



認知症保険 be

認知症とともに生きる時代の保険

1. いずれの商品も、満期保険金や配当、または解約返戻金はありません。
2. 2024年4月現在、KDDI株式会社を通じてPontaポイントがたまる「auの生命ほけん」を、株式会社セブン・フィナンシャルサービスを通じて「セブン・フィナンシャルサービスの生命ほけん」、株式会社マネーフォワードを通じて「マネーフォワードの生命保険」、三井住友カード株式会社を通じて「Vポイントが貯まる保険」を販売しています。
3. 当社調べ（2021年4月末時点）

- 当社の商品・サービスは、お客さまに支持いただいた結果として、外部から高い評価を受けています。

2023年度の主な受賞歴



J.D. パワー2024年生命保険契約満足度調査¹
ダイレクト生保4年連続
第1位

保険商品が
No.1を獲得²



コンタクトセンターとウェブサイトが
業界最多11回目の最高評価³



1. J.D. パワー「2021-2024年生命保険契約満足度調査」。2024年調査は新規契約・更新手続きをしたお客さま1,331名からの回答による。 <https://japan.jdpower.com/awards>
2. 2023年1月1日～12月31日 保険市場調べ。『2024年版 昨年最も選ばれた「保険ランキング」』生命保険（ネット申込）女性保険ランキング第1位に選出。
2023年1月1日～12月31日 保険市場調べ。『2024年版 昨年最も選ばれた「保険ランキング」』生命保険（ネット申込）がん保険ランキング第1位に選出。
3. 2023年「HDI格付けベンチマーク（生命保険業界）」において、「問合せ窓口（コンタクトセンター）」「Web サポート（ウェブサイト）」の両部門で、最高評価「3つ星」を獲得。

わかりやすいウェブサイト（例：保険料見積り）

■ お客さま視点のUI/UX向上のための改善活動を重ね、ストレスフリーな顧客体験を提供しています。



LifeNET ライフネット生命

見積り 保険商品 保険診断

保険料見積り

お客さまの生年月日・性別を入力してください

生年月日

1992 (平成4) 年

12 月 1 日

性別

男性 女性

保険料見積りスタート >

**生年月日、性別、保険商品を選択するだけで、
かんたんに保険料のお見積りが可能**



LifeNET ライフネット生命

見積り 保険商品 保険診断

見積り結果

生年月日：1992年12月1日 [変更する](#)
契約年齢：30歳 性別：男性

選択中

定期死亡保険 [商品特長・メリット](#)
かぞくへの保険

あなたが亡くなったときや、高度障害状態になったときに、保険金が支払われる保険です。

毎月の保険料 **659** 円/月

保険金額 500万円

保険期間 10年間

[見積りを編集する](#) [開く](#)

保険料と保障内容の変更はこちらから

選択中

終身医療保険 [商品特長・メリット](#)
じぶんへの保険

病気やケガの治療で入院したときや、手術をしたときの治療費に備える保険です。

毎月の保険料 **1,578** 円/月

入院給付金 日額 5,000円

[内訳を見る](#)

[見積りを編集する](#) [開く](#)



選択中

就業不能保険 [商品特長・メリット](#)
働く人への保険

病気やケガで入院や療養をしていて長期間働けないときの収入減少に備えるための保険です。

毎月の保険料 **1,646** 円/月

就業不能給付金 月額 10万円

[内訳を見る](#)

[見積りを編集する](#) [開く](#)

選択中の保険プラン

<input checked="" type="checkbox"/>	定期死亡保険	659 円
<input checked="" type="checkbox"/>	終身医療保険	1,578 円
<input checked="" type="checkbox"/>	がん保険	1,209 円
<input checked="" type="checkbox"/>	就業不能保険	1,646 円

毎月の保険料合計 **5,092** 円

お申し込みはネットで完結！24時間OK

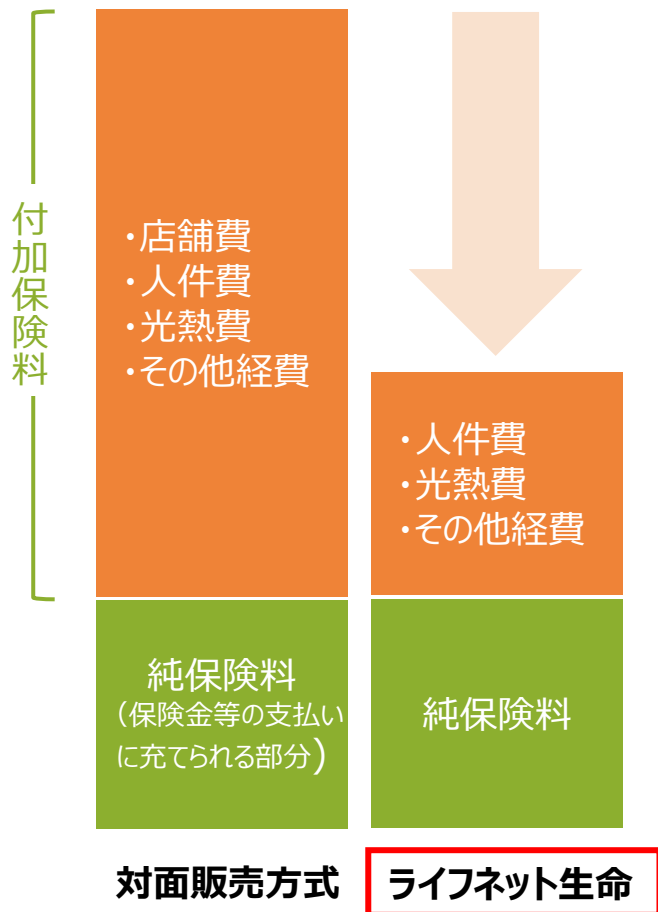
**このプランの
申し込みに進む**

[この見積り結果を保存する](#)

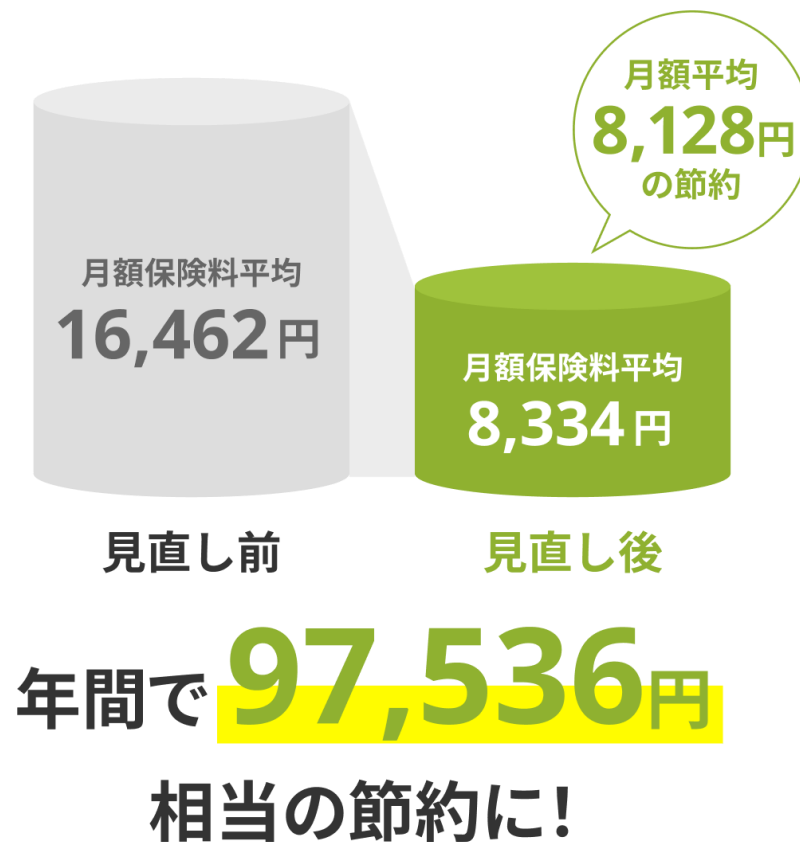
低廉な保険料を実現

- 当社は、生命保険を販売する営業職員や支店がなく、インターネットを主なチャネルとして販売しています。そのため、販売経費を抑えることが可能となり、高い価格競争力を有するとともに、低廉な保険料で商品を提供しています。

保険料の仕組み（死亡保険の場合）



ライフネット生命で見直した保険料の節約額¹



1. 2022年申込時アンケート結果（有効回答数230名）

手軽さと利便性を追求

- オンライン生保ならではの利便性の提供に努めています。テクノロジーを活用しながら、24時間×365日、お客様のライフスタイルに合わせて、保険相談から申し込み、給付金の請求手続きができる環境を整備しています。

スマートフォンを通じたサービスを拡充

保険相談

LINEを活用してチャットで保険相談が可能に



(2016年7月開始)

お申し込み

スマートフォンで必要書類を写真に撮り送信することで、ペーパーレス化を実現



(2016年12月開始)

ご契約中の各種手続き

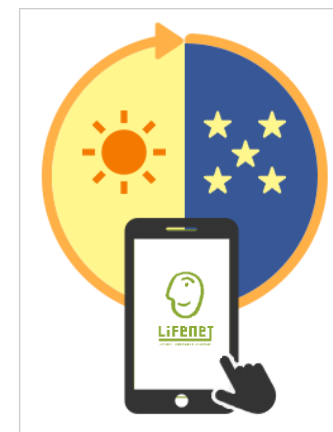
マイページ生体認証でログインが可能



(2018年6月開始)

給付金請求

診断書提出を原則不要¹
24時間ウェブサイトから給付金の請求手続きが可能



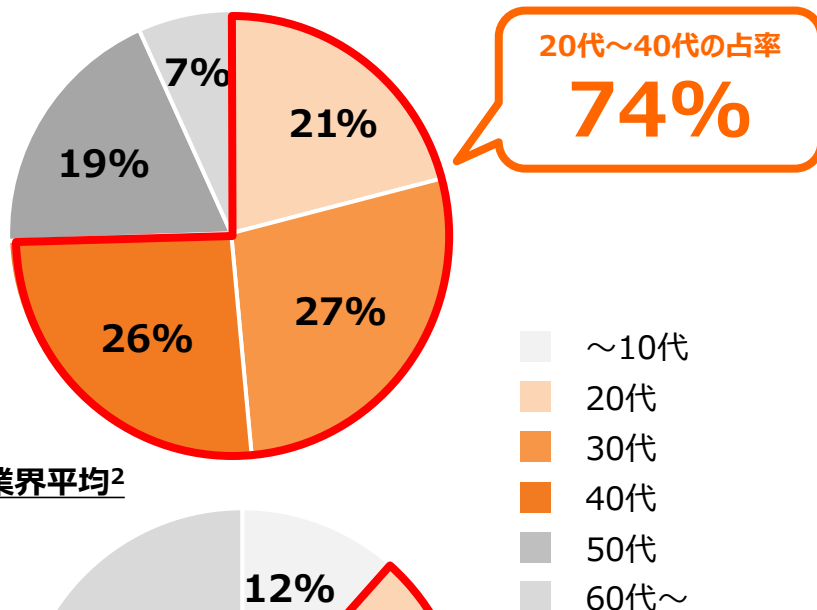
1. 医療保険の給付金請求が対象です。ただし、一定の条件において、診断書提出が必要となる場合があります。

■ 当社の新規ご契約者は20代から40代までが全体の74%を占め、「初めて保険に加入する」お客さまが半数にのぼります。

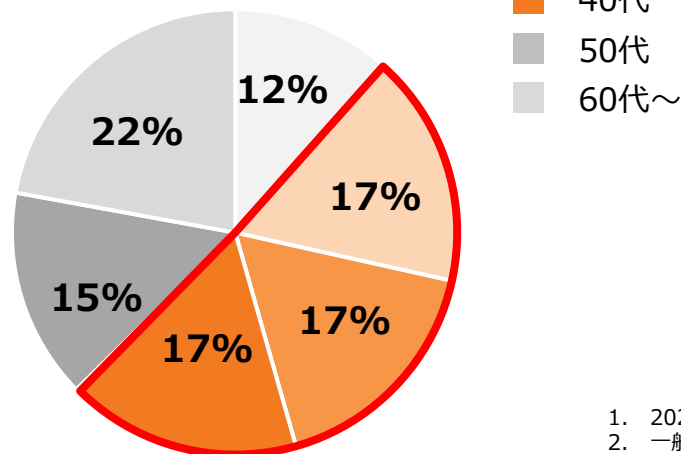
新契約件数 年代別割合

若年層を獲得し、中長期的視点で優良な顧客基盤を構築しています。

ライフネット生命¹

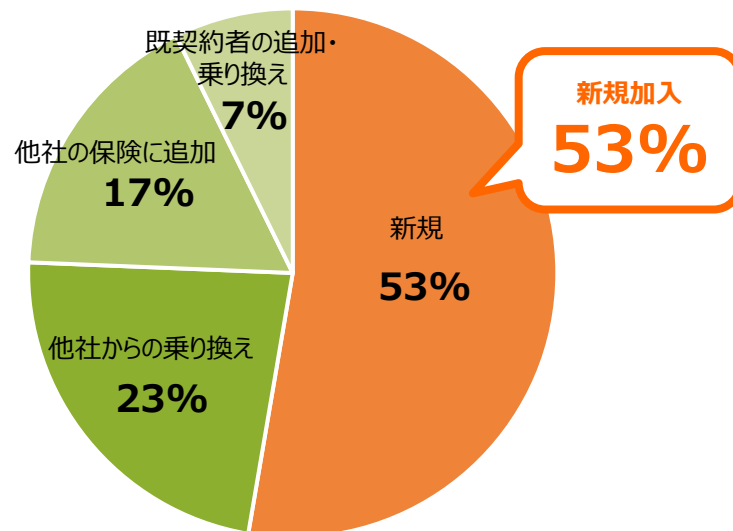


(参考) 業界平均²



加入者の状況³

世帯加入率90%の生命保険市場において、当社では、乗り換えよりも新規での保険加入が半数を占めています。



解約失効率

解約失効率は、2008年の開業から約6%~7%台で推移しています。

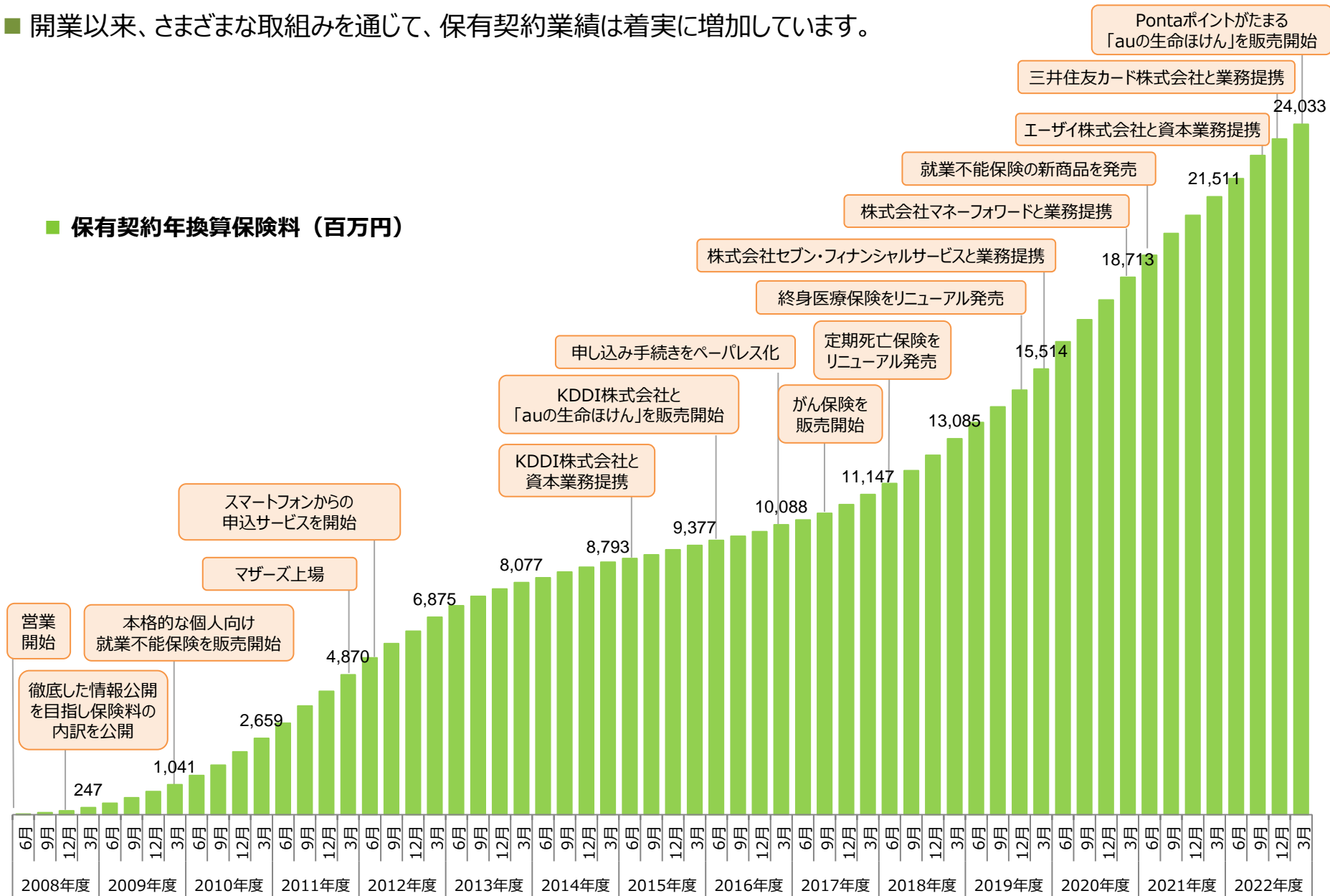
2022年度の解約失効率： 6.5%

1. 2022年度に成立した新契約件数ベース (98,532件) 出所：ライフネット生命 新契約データ (2022年度)
 2. 一般社団法人生命保険協会「生命保険事業概況 年次統計 年齢階層別・男女別統計表 (2022年度)」件数ベース
 3. 2022年度の申込者数中、有効回答1,634名

保有契約の推移と主な取組み

■ 開業以来、さまざまな取組みを通じて、保有契約業績は着実に増加しています。

■ 保有契約年換算保険料（百万円）

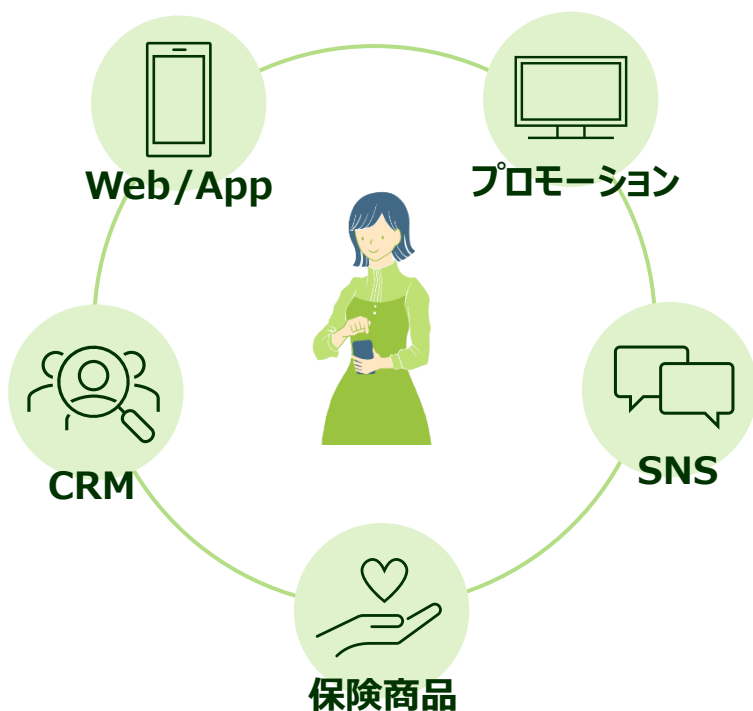


個人保険事業の取組み

- 主力のインターネットチャネルにおいては、若年層をはじめ時代とともに変化するお客さまの行動様式への適応を図ることで、中期的に成長を再加速させていくことを目指します。
- パートナービジネスチャネルにおいては、オンライン生保のリーディングポジションにあるという強みを活かして、パートナー企業との協業に積極的に取り組み、業績貢献度を中期的に高めます。

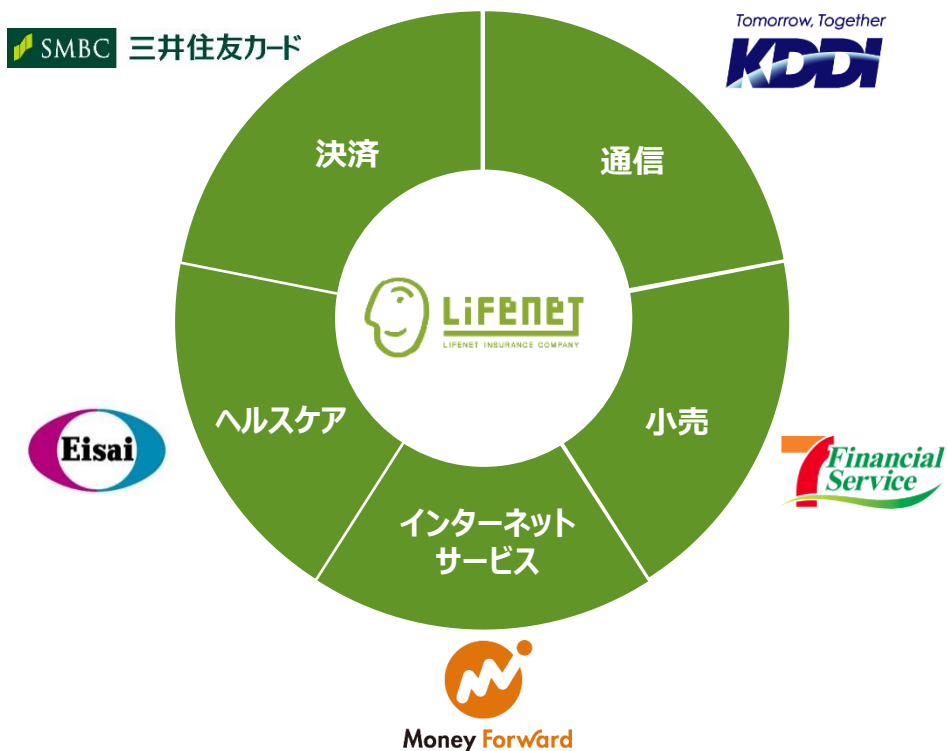
インターネットチャネル

若年層を起点に、お客さまニーズの変化へ適応



パートナービジネスチャネル

各パートナー企業の幅広い顧客基盤とブランド力を活用



団体信用生命保険事業の取組み

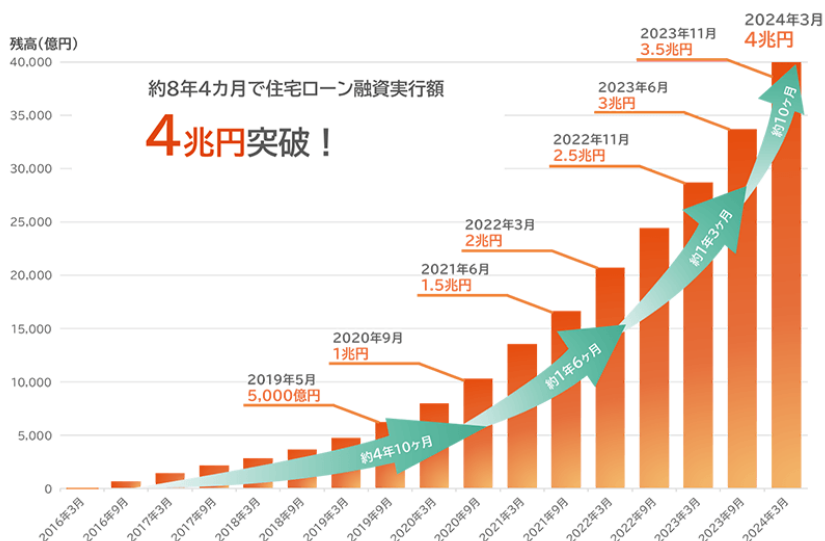
- 開業来初となる団体信用生命保険事業として、2023年7月より、auじぶん銀行株式会社の住宅ローン利用者に向けて団体信用生命保険の提供を開始しました。
- 当事業への取組みは新たな挑戦であり、事業領域の拡大を通じて企業価値のさらなる向上を目指します。

取組み

2023年7月より、auじぶん銀行の住宅ローン利用者向けに団体信用生命保険の提供を開始

au じぶん銀行

急速な成長を続けるauじぶん銀行の住宅ローン



auじぶん銀行株式会社 2024年3月21日ニュースリリースより引用



団体信用生命保険の提供

- auじぶん銀行が取り扱う既存の団信契約の引受保険会社を当社へ変更
- オンラインビジネスの特性を活かした保険商品・サービスを提供

I. オンライン生保市場の動向

II. ビジネスモデル

III. 経営方針

IV. Appendix

経営理念

正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスを提供することで、お客さま一人ひとりの生き方を応援する

目指す姿

オンライン生保市場の拡大を力強く牽引するリーディングカンパニー

重点領域

顧客体験の革新

デジタルテクノロジーを活用し、全てのサービスを質的に高め進化させる

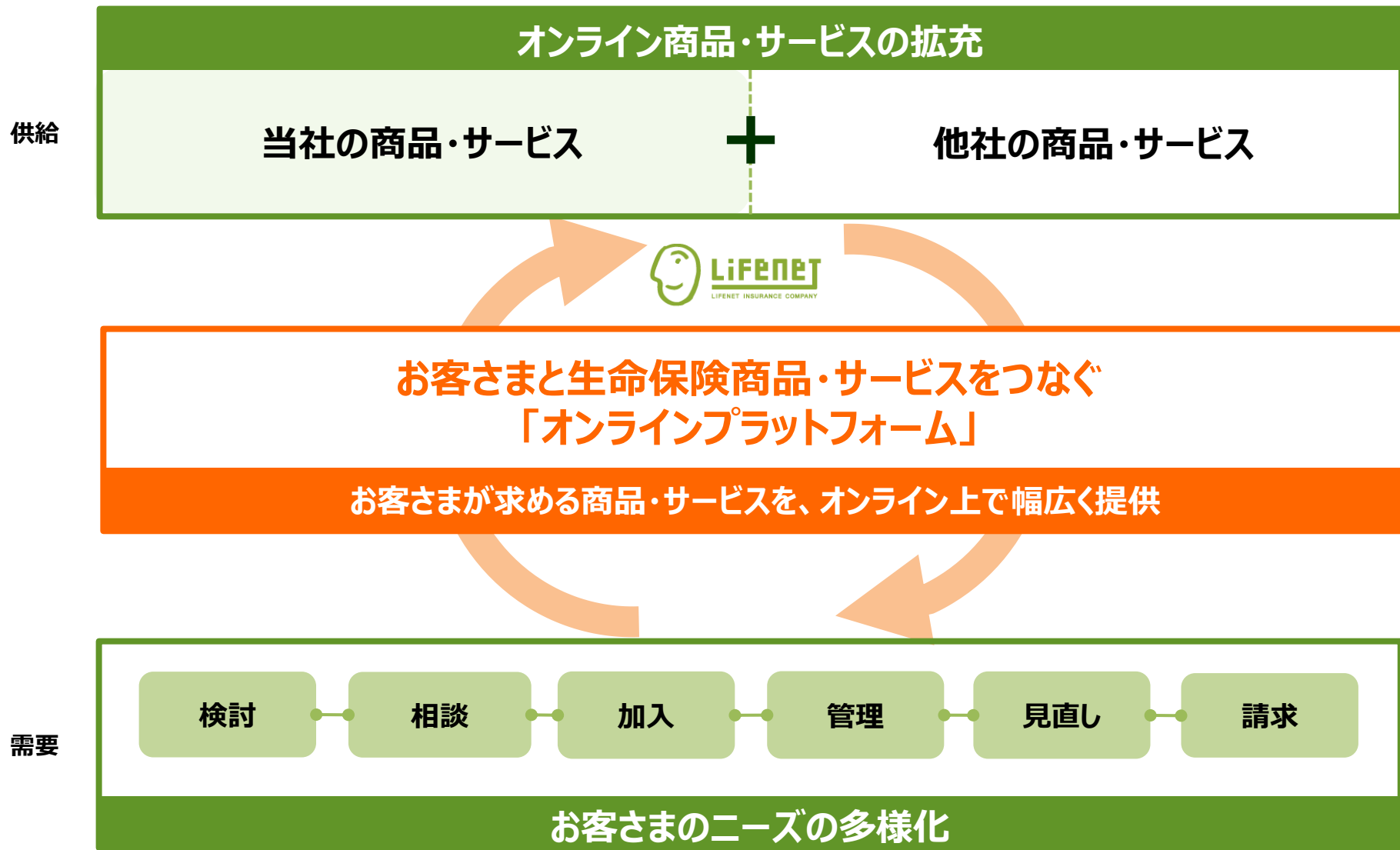
販売力の強化

積極的プロモーション及び代理店・ホワイトレーベルの拡大により、圧倒的な集客を実現する

経営目標

EEV（ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー）を企業価値を表す重要な経営指標とし、早期の 2,000 億円到達を目指す

- 生命保険に対するニーズは多様化し、今後はオンライン上でお客様の期待に応えることが重要であると考えています。当社は、オンライン生保の強みを活かしながら、お客さまと「お客さまと商品・サービスをつなぐ架け橋」となることを目指します。



I. オンライン生保市場の動向

II. ビジネスモデル

III. 経営方針

IV. Appendix

沿革

- 2006年10月 会社設立
- 2008年 5月 営業開始
- 2012年 3月 東京証券取引所上場
- 2015年 5月 KDDI株式会社に対する第三者割当による新株発行
- 2020年 7月 海外市場における募集による新株式発行
- 2021年 9月 海外市場における募集による新株式発行
- 2023年 9月 一般募集およびauフィナンシャルホールディングス株式会社・三井住友カード株式会社に対する第三者割当による新株発行

主要財務数値 (2023年3月期)

- 保有契約年換算保険料¹ : 24,033 百万円
- 保有契約件数 : 568,674件
- 保有契約高 : 3,633,704 百万円
- 保険料等収入 : 29,207 百万円
- 総資産 : 68,600 百万円
- 純資産 : 15,574 百万円
- エンベディッド・バリュー : 124,666 百万円
- 従業員数 : 208人
 - うち営業職員数 : 0人
- ソルベンシー・マージン比率 : 3,158%

1. 年換算保険料とは、1回あたりの保険料について、保険料の支払い方法に応じた係数を乗じ、1年あたりの保険料に換算した金額のことです。当社商品の保険料は全て月払いのみとなっているため、1ヶ月あたりの保険料に12を乗じたものが年換算保険料となります。

株式基本情報

- 東京証券取引所グロース市場
- 証券コード 7157
- 発行可能株式総数 200,000,000株
- 発行済株式総数 80,279,827株 (2023年9月30日現在)
- 株主数 7,256名 (2023年9月30日現在)

主な株主 (2023年9月30日現在)

- auフィナンシャルホールディングス株式会社 18.34%
- GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL 16.76%
- GOLDMAN,SACHS & CO.REG 6.73%
- 株式会社日本カストディ銀行 (信託口) 5.24%
- 三井住友カード株式会社 5.00%
- BNP PARIBAS LONDON BRANCH FOR PRIME BROKERAGE CLEARANCE ACC FOR THIRD PARTY 4.06%
- 株式会社セブン・フィナンシャルサービス 4.04%
- BNYM SA/NV FOR BNYM FOR BNYM GCM CLIENT ACCTS M ILM FE 2.91%
- STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103 2.46%
- THE BANK OF NEW YORK 133652 2.21%

- 多様な経験と能力を有する30代から60代までの幅広い世代で構成しています。
- 当社は取締役会の監督機能を一層強化させるとともに、さらなるコーポレート・ガバナンスの強化を目指して、2021年6月に監査等委員会設置会社に移行しました。

取締役



森 亮介（もり りょうすけ）
代表取締役社長

ゴールドマン・サックス証券株式会社を経て、2012年9月に当社入社。
経営戦略本部長、営業本部長を務める。2018年6月より現職。



近藤 良祐（こんどう りょうすけ）
取締役 執行役員
【担当】営業本部、データサイエンス推進室

株式会社かんぽ生命保険を経て、2012年3月に当社入社。経営企画
部長、経営企画・商品開発・資産運用の担当役員を務める。
ライフネットみらい株式会社 取締役



長谷部 潤（はせべ じゅん）
社外取締役
株式会社東京リレーションズ
代表取締役社長



木庭 康宏（こば やすひろ）
取締役副社長 執行役員
【担当】事業開発部、商品開発部、団信事業部、資産運用部

厚生労働省を経て、2010年9月に当社入社。法務部長、コーポ
レート本部長、経営戦略本部長、営業本部長を務める。



横澤 淳平（よこざわ じゅんぺい）
取締役 執行役員
【担当】システム戦略本部

NTTデータネットワーク株式会社を経て、2008年5月に当社入社。営業本部
KDDI事業部長、お客さまサービス本部 事務企画部長を務める。



齊藤 剛（さいとう たけし）
社外取締役
auフィナンシャルホールディングス株式会社
専務取締役CFO

取締役（監査等委員）



山崎 隆博（やまさき たかひろ）
取締役（常勤監査等委員）
日本生命保険相互会社、日本ベンチャーキャピタル株式会社を経て、
2015年6月に当社入社。常勤監査役を務める。
ライフネットみらい株式会社 監査役



山下 知之（やました ともゆき）
社外取締役（監査等委員）
エーオンソリューションズジャパン株式会社
代表取締役社長



林 敬子（はやし けいこ）
社外取締役（監査等委員）
早稲田大学 大学院会計研究科
教授



阿部 絵美麻（あべ えみま）
社外取締役（監査等委員）
宮益坂ザ・ファーム法律会計事務所
弁護士

- 「ライフネットの生命保険マニフェスト」は、創業者の「ライフネット生命をこういう会社になりたい」という思いから生まれたものです。
- 開業時から当社のすべての役員・社員の行動指針となっています。

「正直に、わかりやすく、安くて、便利に。」

第1章 私たちの行動指針

- (1) 私たちは、生命保険の未来をつくる。生命保険は生活者の「ころばぬ先の杖がほしい」という希望から生まれてきたという原点を忘れずに。
- (2) 私たちは、お客さまの声に耳を傾け、お客さまに何が必要かを常に考え行動する。
- (3) 私たちは、自分たちの友人や家族に自信をもってすすめられる商品・サービスだけを届ける。
- (4) 顔の見える会社にする。私たちは、経営のこと、商品のこと、社員のこと、どんな会社なのか、正直に伝える。
- (5) 私たちは、多様性を尊重し、協力しあうことで、変化に対応しつづける。100年後もお客さまに安心を届けられる会社であるために。
- (6) 私たちは、常に誠実に行動する。コンプライアンスを遵守し、倫理を大切にす。

第3章 生命保険料を、安くする

- (1) 私たちは、保障内容を過剰にしない。必要な備えを、適正な生命保険料で提案する。
- (2) 私たちは、よい商品を安く提供するための工夫を怠らない。
- (3) 私たちは、生命保険料を抑え、その分をお客さまの人生の楽しみに使ってほしいと考える。

第2章 生命保険を、もっと、わかりやすく

- (1) 私たちは、「生命保険がわかる」情報を提供する。お客さまが自分にあった保障を納得して、選べるように。
- (2) 私たちは、誰もが読んで理解できる「約款」（保険契約書）をつくる。
- (3) 私たちは、お申し込みだけでなく、保険金・給付金を請求するときにこそ、わかりやすいと思ってもらえる商品やサービスを届ける。

第4章 生命保険を、もっと、便利に

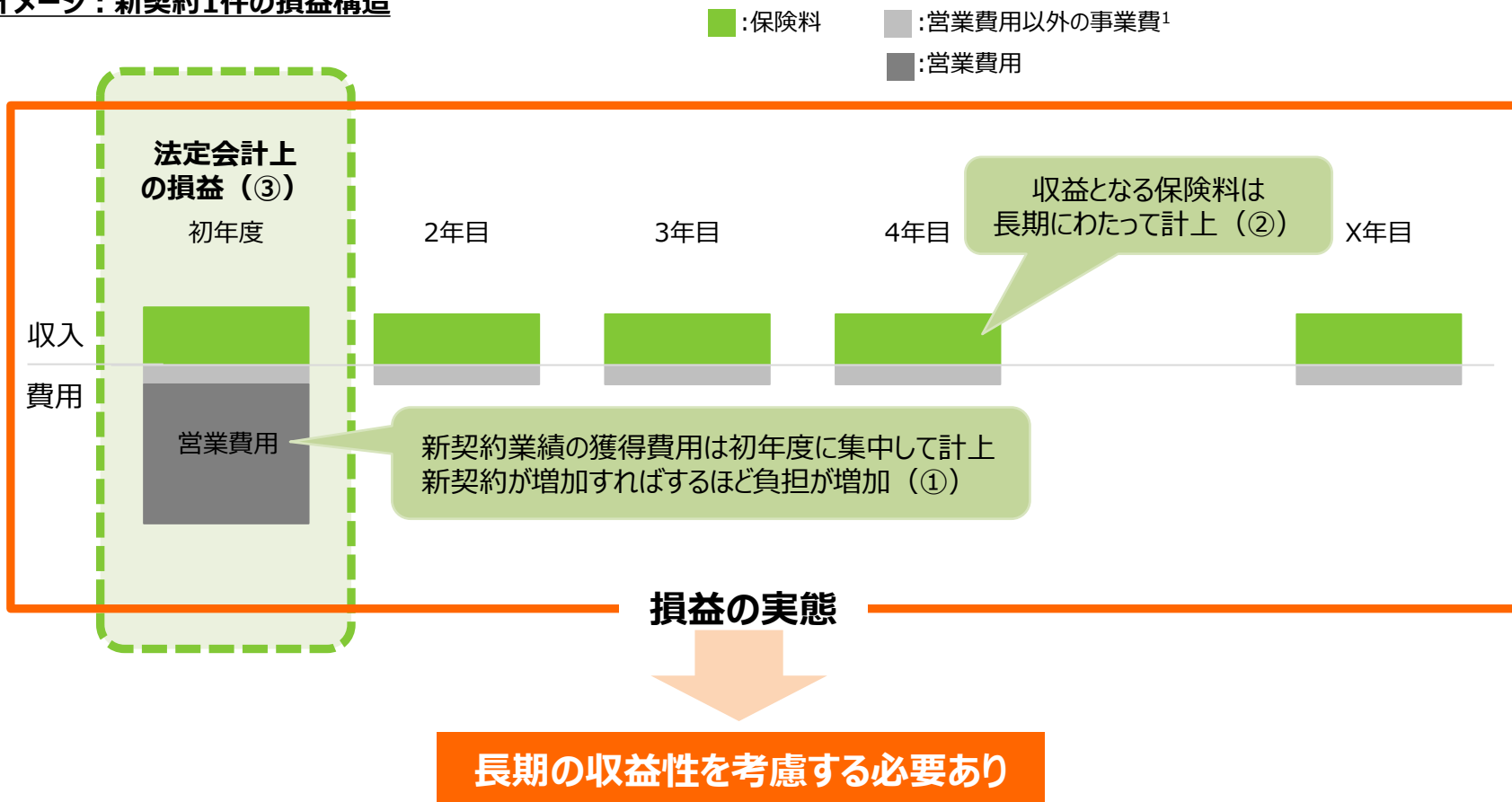
- (1) 私たちは、ご契約の検討から保険金・給付金の受け取りまで、あらゆる場面でお客さまの便利を追求する。
- (2) 私たちは、私たちの考えに共鳴してくれたパートナーと協力して、お客さまに商品やサービスを届ける手段を増やす。
- (3) 私たちは、生命保険の枠を超えて、「生きていく」ことを支える情報とサービスに触れる機会を増やす。
- (4) 私たちは、お客さまの期待の先にある「便利な生命保険」を通して、次の時代の当たり前をつくる。

お客さま一人ひとりの生き方を応援する企業でありたい。
そのために、これからも挑戦を続けます。

エンベディッド・バリュー（EV）を指標とする背景

- 現行の法定会計においては、新契約の獲得にかかる営業費用が、初年度に集中して計上されます（①）。一方で、収入となる保険料収入は長期にわたって計上されるため、収入と費用の発生に大きなズレが生じる構造です（②）。
- すなわち、新契約業績が成長するほど、当期の損益にはマイナスの影響を与えることから（③）、長期の収益性を考慮した生命保険会社の企業価値を表すエンベディッド・バリューを指標としています。

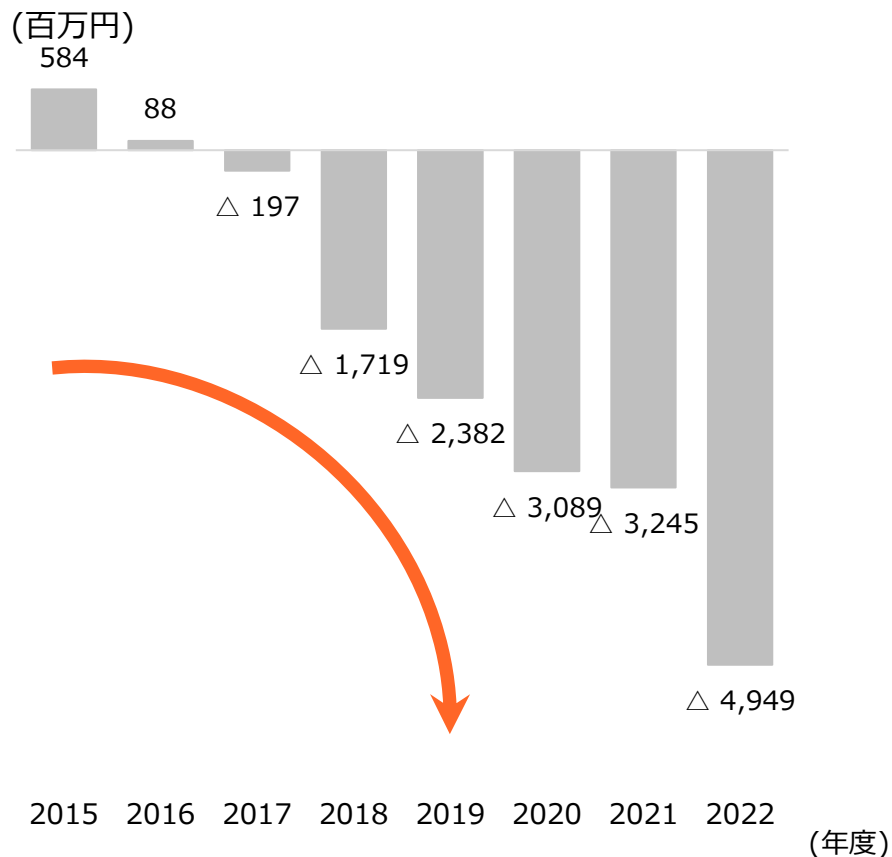
イメージ：新契約1件の損益構造



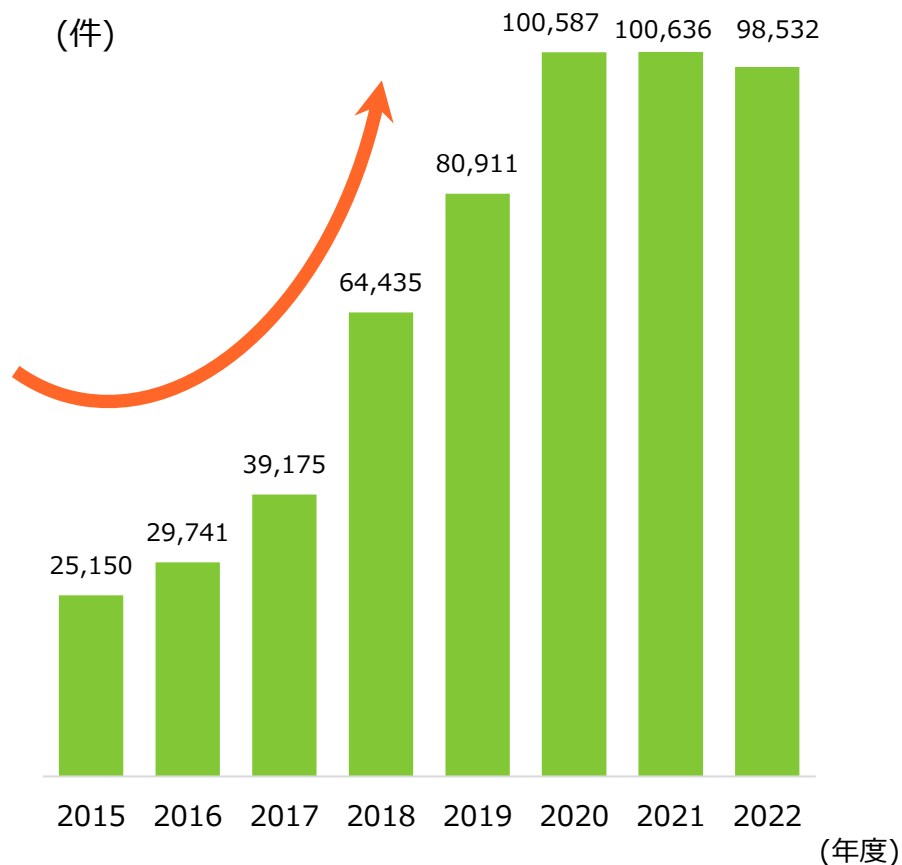
1. 契約の管理や保険金・給付金の支払いにかかる費用など

- 現行の法定会計における経常損益¹は2015年度に黒字となりましたが、新契約件数は2012年3月の上場以降、最も鈍化しました。一方で、2016年度以降は経常損失は拡大したものの、新契約業績は着実に成長しています。
- 生命保険契約は、新契約獲得時に費用が集中して計上され、収入と費用の発生にタイムラグが生じることに加え、当社は、新契約に占める保有契約が小さいことから、新契約業績が伸長するほど、単年度の損益は減少する構造となっています。

経常損益¹



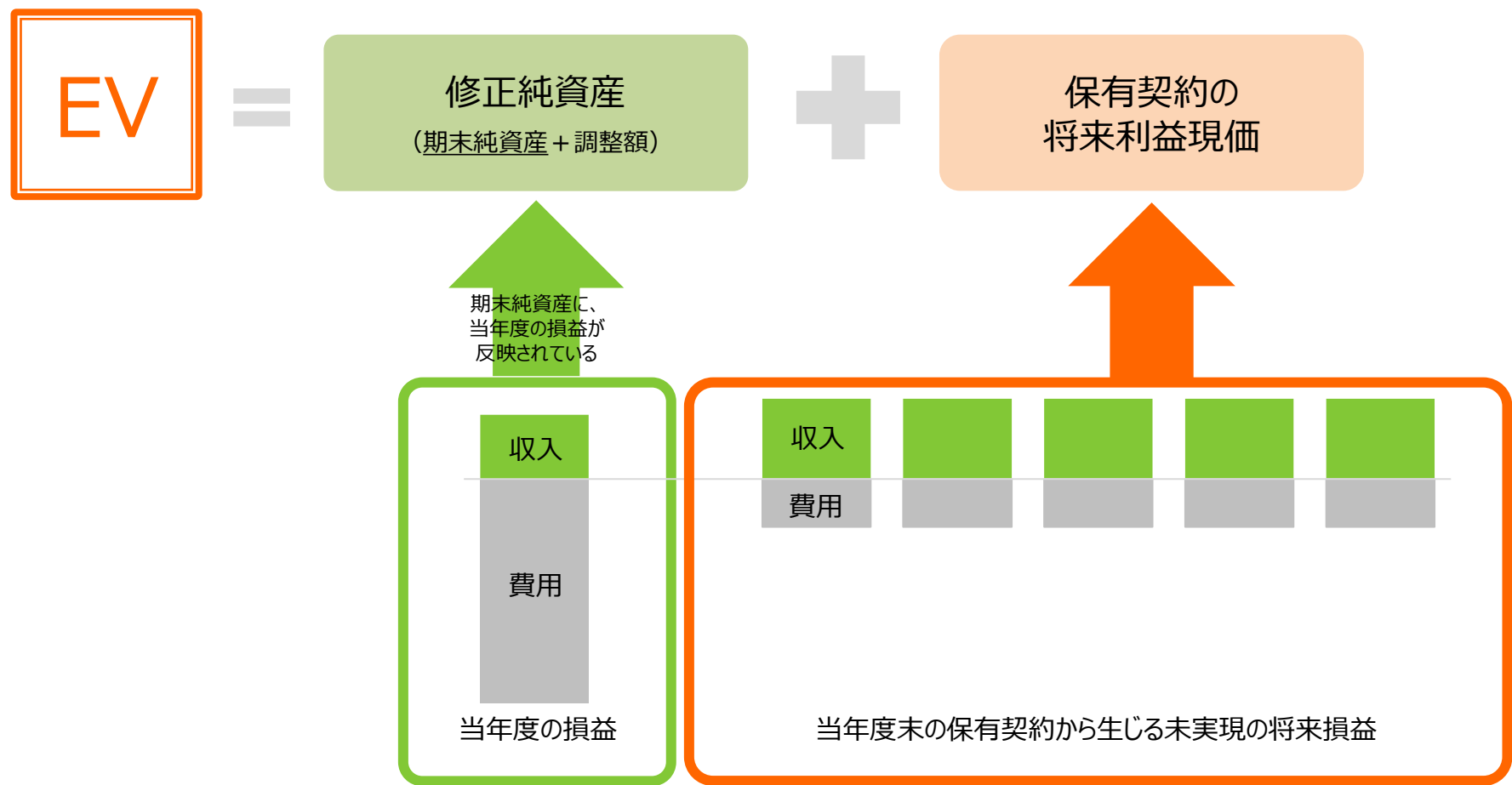
新契約件数



1. 2015年度から2016年度は、保険業法第113条繰延資産を考慮する前の経常損益




エンベディッド・バリュー（EV）の構造

- エンベディッド・バリュー（EV）は、修正純資産と保有契約の将来利益現価を合計した、長期的な収益性の指標です。
- 現在の保有契約において、損益計算書上では未実現となっている将来の利益を計算し、現在価値に割り引いたものが、保有契約の将来利益現価です。
- 当年度の純損益は、修正純資産の増減に影響を与えます。また、一般的には、新契約業績が増加することにより、保有契約の将来利益現価が増加します。



国際財務報告基準（IFRS）の任意適用¹

- 当社は、2023年度からIFRS17号を用いて財務報告を行います。
- IFRSは新契約の獲得にかかる費用の一部を保険期間に渡って繰り延べすることが可能となるなど、当社の期間損益や収益性の実態をより適切に表すことができ、株主・投資家の皆さまにこれまで以上に有用な情報を提供できると考えています。

	法定会計 (J-GAAP)	エンベディッド・バリュー (新契約価値)	IFRS17号
重視する観点	契約者保護	保険契約の経済価値	投資家の意思決定に 有用な情報の提供
保険負債(責任準備金) の評価	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保守的に設定 ・ 契約獲得時に基礎率を固定 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経験に基づいた最良の前提 ・ 每期見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経験に基づいた最良の前提 ・ 每期見直し
利益認識のタイミング (新契約獲得の影響)	<p>獲得時点で費用が認識されるため、獲得時は赤字になりやすい</p> 	<p>保険期間に見込まれる利益を即時に認識する</p> 	<p>見込まれる利益が保険期間にわたって、配分される</p> 

1. IFRS任意適用後も、資本十分性と剰余金の配当は法定会計に準じる



本資料の内容は作成時点の情報に基づき記載しています。また、本資料に記載されている計画、見通し、戦略及びその他の歴史的事実以外は、本資料作成時点において入手可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、さまざまなリスク及び不確実性が内在しています。実際の業績は経営環境の変動などにより、これら見通しと大きく異なる可能性があります。また、本資料に記載されている当社及び当社以外の企業などに係る情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。

<https://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/>

**「IRメール配信」へのご登録でニュースリリースの情報
やIRサイトの更新情報を随時お届けします。**

 IRメール配信

資料に関するお問い合わせ先
ライフネット生命保険株式会社 経営企画部
03-5216-7900
e-mail: ir@lifenet-seimei.co.jp