

2025 年度(2026 年 3 月期)第 3 四半期決算説明会質疑応答

2026 年 2 月 12 日

ライフネット生命保険株式会社

2025 年度(2026 年 3 月期)第 3 四半期決算に伴う説明会における質疑応答の概要を開示します。

<開催概要>

開催日時:2026 年 2 月 12 日(木曜日) 午後 5 時 00 分

回答者:代表取締役社長 横澤 淳平
取締役副社長 CFO 河崎 武士
経理数理部長 松原 孝太

Q [決算説明資料 30 ページ](#)の保険獲得キャッシュ・フロー効率が四半期ごとに改善しているが、他の生命保険会社のスキャンダルによる追い風は感じているか。

(横澤) 特に追い風は感じていない。2025 年度第 3 四半期累計期間の契約業績の成長は、広告運用の効率化やお客さまへのナーチャリング活動等、これまでの自社の地道な取組みが結実したものと考えている。特に当第 3 四半期は、オンライン広告の内製化が奏功したことが要因だと考えており、再現性のある取組みとして評価している。効率を改善しながらも力強い成長ができています。

Q [決算説明資料 33 ページ](#)にある発生保険金等について、2025 年度第 3 四半期単体を算出すると、当第 1 四半期や当第 2 四半期に比べて増加している。2025 年度上半期の保険金等の支払いが低水準となった要因は構造的なものか。

(河崎) 上半期の支払額は、期初の想定よりも大きく下回る水準となった。当第 3 四半期についても、想定範囲内の推移である。現段階では、特に団体信用生命保険(以下、「団信」)において、四半期単位では支払いのブレが大きくなると認識している。

Q 2026 年度に団信の保険料率の更新は予定しているか。

(河崎) 保険料率は、4 月に更新をする前提でパートナー銀行と協議する予定であるが、2025 年度上半期の良好な保険金等の支払い状況のみを踏まえて決定するものではない。中期的な保険金等の支払い動向を勘案するため、保険料率に急激な変化が起きることは現時点においては想定していない。

Q 新たに開始した再保険事業について、引受けを想定している地域やリスク属性を教えてください。
今期の業績予想への影響は軽微とのことだが、来期以降の損益や資本への影響はあるか。

(松原) 具体的な内容は非開示とするが、純粋な保険リスクの引受けを想定している。今後の方向性としては、既存事業と連携しながら、その成長に貢献できるように徐々に開始できるとよいと考えているため、資本に与える影響は軽微である。また、来期以降の損益への影響についても軽微であると認識している。

Q 新契約業績のモメンタムが回復している要因として、新たに販売開始したがん保険が寄与しているのか。その場合、どのような商品性が評価されていると考えているか。

(横澤) 2025年12月に発売したがん保険は、一定程度ポジティブに影響している。特に、定期型のがん保険の発売により、リーズナブルな保険料を提案できている点が若年層の支持を得ており、手ごたえを感じている。

一方で、足元の成長は新商品の発売に加え、主にオンライン広告の内製化の効果によるものと考えている。その効果は、12月業績に顕著に表れており、例年12月はテレビCM単価が高騰するため広告出稿量を抑制しているものの、オンライン広告のマーケティングが機能したことにより、新契約全体を伸長させることができた。

Q 2025年度第3四半期の新契約業績に加えて、2026年1月業績も好調であるが、各チャネルにおいてトレンドに変化はあるか。

(横澤) チャネルごとの変化は特にない。2025年度上半期は、ダイレクトチャネルが新契約業績を牽引してきたが、当第3四半期はパートナービジネスチャネルにおいても、がん保険の発売に合わせて、集中的なリソース投下を計画し、営業体制を組めたことにより、成長のモメンタム創出に貢献している。

Q [決算説明資料 11 ページ](#)の団信の成長ペース減速の要因として説明されている「外部要因」とは具体的に何を指しているか。

(河崎) 主には金利上昇のことである。団信の提携銀行において、預貸比率向上に対する取り組みは着実に進捗している認識ではあるが、今期については金利環境の変化により、従来ほどの競争優位性が発揮しづらい状況にあるものと考えている。団信事業は、重点領域のひとつである Embedded の最たる例であり、パートナーの動向に左右される。この点に対しては、新たな提携パートナーを増やしていくことが、事業の拡大とリスク分散に資すると考えている。2025年度第2四半期決算で発表したとおり、新たな提携パートナーとして京都信用金庫と業務提携契約を締結しており、今後も他行展開を進めていきたい。

Q オンライン広告の内製化がなぜ新契約獲得につながったのか。

(横澤) 内製化した主な背景は、オンライン広告における PDCA サイクルのスピード感に課題を感じていたことである。従来は、広告代理店に運用を依頼していたが、保険業界特有の厳格な募集文書のチェックなどにより、クリエイティブの修正・改善に時間を要していた。AI の活用により、少人数体制ながら内製化することが可能となり、PDCA サイクルの高速化を実現できた。また、広告代理店に依頼することで発生していた手数料を、広告費用として直接投資できるようになることで、運用の効率化も図れている。

Q [決算説明資料 35 ページ](#)の保有債券について、円建債券の各内訳のデュレーションが前四半期末よりも1年短くなっているが、意図的に行ったのか。

(河崎) 従前より保有債券の短期化を進めており、その方針は何ら変わっていない。ごく限定的ではあるが、一部の超長期債を売却したためデュレーションに影響が出た可能性はある。

Q 2025年12月の業績速報の新契約年換算保険料が対前年同期37%増と力強く成長した理由と、一方で2026年1月の業績速報では対前年同期17%増となった理由は何か。また、足元の新契約業績の成長が新契約CSMに与える影響を教えてください。

(河崎) 12月は新商品の販売開始と、従来より積み重ねた施策の効果が出たことによる。例年12月は、広告投下量を調整するため他の月よりも獲得が緩やかになる傾向にあるが、今回は投下量をコントロールしながらもしっかりと結果を残すことができた。1月は、前年同期で比較すると12月ほどではないものの、対前年同期を大きく上回るペースを維持できている。新契約CSMへの影響は、[決算説明資料 30 ページ](#)のとおり徐々に保険獲得キャッシュ・フロー効率を改善できており、契約業績の成長による規模拡大と効率改善の両面でCSMに効いてくるものと認識している。

Q 商品構成が終身型から定期型にシフトしていることを反映して、1件当たり新契約年換算保険料が減少傾向にあると認識しているが、新契約に占める定期保険の比率を教えてください。また、このシフトが将来的に継続率や解約失効率にどのような影響を及ぼすと想定しているか。

(横澤) 保険商品ごとの保有契約の内訳は[決算説明資料 27 ページ](#)に開示しているが、定期型と終身型の構成内訳や新契約の商品内訳は非開示としている。同じ保障であれば終身型のほうが定期型よりも保険料は高くなるものの、お客さまの傾向を見ると、定期型を選択した分保障を手厚くされている。そのため、当社では、定期型へのシフトというよりも、若年層のお客さまからの支持が広がったことによる年齢構成の変化の影響と認識している。商品戦略として、定期型商品をフックに加入後もサービスの継続的強化に努め、中長期にわたってお客さまとの関係性を深めることで、商品のクロスセルや定期型から終身型への切り替えをしていただき、継続率の向上に努めていきたい。

Q 2025 年度上半期の保険金等の支払いが少なかったことについて、例年と比べて減っている保障は何か。また、この保険金等の支払実績は、2025 年度末の包括資本における前提変更の見直しに影響を及ぼすものか。

(河崎) 個人保険・団信ともに、支払い内容を踏まえてもトレンドの大きな変化は認識していない。特に、団信においては 1 件当たりの保障額が大きく、今後も四半期単位でのブレやすさは続くものと考えている。

前提変更の見直しについては、個人保険・団信ともに、短期的な保険事故発生率をダイレクトに反映するものではないが、個人保険は良好な支払実績が継続した場合は、前提変更プラスに効いてくる可能性はある。団信は、上半期の支払実績も考慮して保険料率の見直しを検討することになると考えているが、こちらも中期的なトレンドを踏まえた判断となるため、マイナス方向に急激な変化が起きるようなことは想定していない。

以上