



ライフネット生命保険株式会社

2021年度（2022年3月期）第3四半期決算説明会

2022年2月10日

[登壇者]

代表取締役社長	森 亮介
取締役副社長 執行役員	木庭 康宏
執行役員	岸本 巖

登壇

森：本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

当社は、本日 15 時 30 分に 2021 年度第 3 四半期決算を発表しました。発表資料は、当社 [IR ウェブサイト](#) に掲載をしております。本日は、その資料のうち、決算説明資料を用いて、私から決算の概要をご説明し、その後、質疑応答に移りたいと存じます。

それでは、説明を始めます。

2021年度第3四半期累計期間の主な実績



保有契約年換算保険料¹

20,862 百万円

(前年度末比111.5%)

新契約年換算保険料¹

3,107 百万円

(前年同期比100.5%)

EEV² (ヨーロッパ・エンベディッド・バリュー)

114,068 百万円

(前年度末比119.9%)

修正EV増加額³

5,027 百万円

(前年同期比81.1%)

主な取組み

- 顧客体験向上への取組みを通じ、
コンタクトセンターとウェブサイトが最高評価を獲得⁴
- IRサイトにサステナビリティコンテンツを新設



1. 1回当たりの保険料について保険料の支払方法に応じた係数を乗じ、1年当たりの保険料に換算した金額。当社商品はすべて月払いのため、月額保険料×12として算出
2. 2021年12月末のEEVは、2021年9月末の保険関係の前提条件を用いて計算し、第三者の検証を受けていない
3. 修正EV増加額は、EEVの増加額のうち、当社の期間業績の成長を適切に表す要素で構成。詳細は13ページ及び37ページを参照
4. HDI-Japanが主催する、2021年「HDI格付けベンチマーク（生命保険業界）」

2

まず、2ページをご覧ください。2021年度第3四半期累計期間の主な実績です。

保有契約業績は着実に成長し、Annual Recurring Revenue（アニュアル・リカーリング・レベニュー）に相当する保有契約の年換算保険料は、前年度末比11.5%増加の208億6,200万円となりました。

また、新契約の年換算保険料は、前年同期比100.5%の31億700万円となりました。

そして、経営方針において最も重要な経営指標として定めているヨーロッパ・エンベディッド・バリューは、前年度末比19.9%増加の1,140億6,800万円となりました。

前年度末からの増加額のうち、期間業績の成長を示す修正EV増加額は、50億2,700万円となりました。

主な取組みについては、後ほどご説明します。

保有契約年換算保険料/件数



— :保有契約年換算保険料¹ (億円)
■ :保有契約件数 (件)



■ **ストックは着実に成長を継続し、50万件到達が間近に**

■ **前年同期末比年換算保険料 116.4%
件数 116.8%**

1. 1回当たりの保険料について保険料の支払方法に応じた係数を乗じ、1年当たりの保険料に換算した金額。当社商品はすべて月払いのため、月額保険料×12として算出

3

3ページをご覧ください。保有契約業績の推移です。

Annual Recurring Revenue に相当する保有契約の年換算保険料は 208 億円、件数は 49 万 1,611 件となり、いずれも前年同期末比で 16%超の力強い成長が持続しています。

50 万件到達が目前に迫ってきており、着実に規模を拡大することができています。

保有契約の変動要因分析



件数／年度	2020/3Q累計	2021/3Q累計
期初保有契約件数	365,171	439,945
+) 新契約件数	73,669	76,226
-) 減少契約件数 ¹	△17,767	△24,560
うち、新型コロナウイルスに伴う 保険料払込猶予期間延長契約の 失効契約計上分	—	△633
第3四半期末保有契約件数	421,073	491,611

1. 減少契約件数には死亡・満了等の解約失効以外の減少件数も含む

4

4 ページは、その保有契約の変動要因を記載しています。

保有契約の成長には、新契約業績の成長だけでなく、減少する契約をいかに抑えるかということも、一つの重要な要素となっております。

次ページ以降で、詳しくご説明します。

新契約年換算保険料/件数



■ 一時的な揺り戻しを受けるも、**昨年度水準を維持**

■ 前年同期比
 年換算保険料 **100.5%**
 件数 **103.5%**

1. 1回当たりの保険料について保険料の支払方法に応じた係数を乗じ、1年当たりの保険料に換算した金額。当社商品はすべて月払いのため、月額保険料×12として算出

5 ページをご覧ください。まず、新契約業績の推移です。

新契約の年換算保険料は 31 億 700 万円、件数は 7 万 6,226 件となりました。

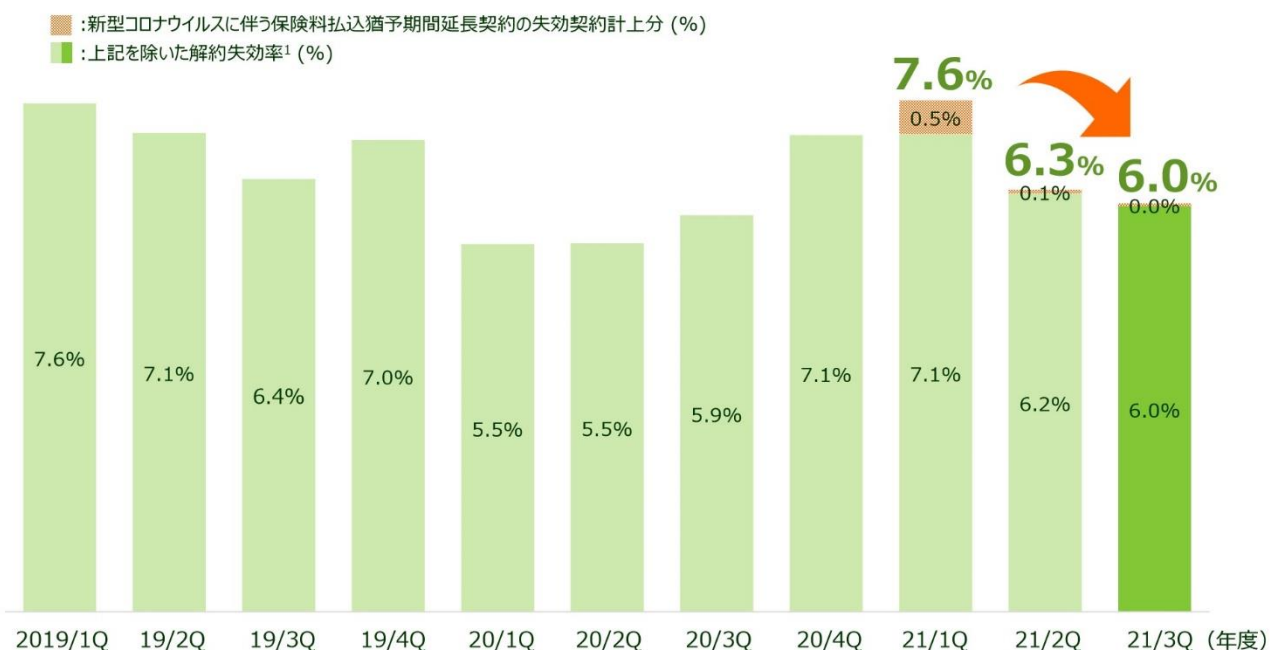
これは、第 3 四半期累計期間としては過去最高である一方で、10 月から 12 月の単四半期の新契約業績は当社の見立てを下回る結果となり、悔しい 3 ヶ月間となりました。

昨年 9 月末の緊急事態宣言解除を受け、生活者の生命保険ニーズが一時的に低下したことなどにより、上半期と比べると摩擦の多い事業環境であったと当社では認識しております。

【参考】 解約失効率（四半期）



■ 従前の水準へ戻り、保有契約の純増に貢献



1. 解約失効率は、解約・失効の件数を月々の保有契約件数の平均で除した比率を年換算した数値

6

他方で良い変化もあります。6 ページをご覧ください。

こちらは、解約失効率の四半期推移をお示したものです。

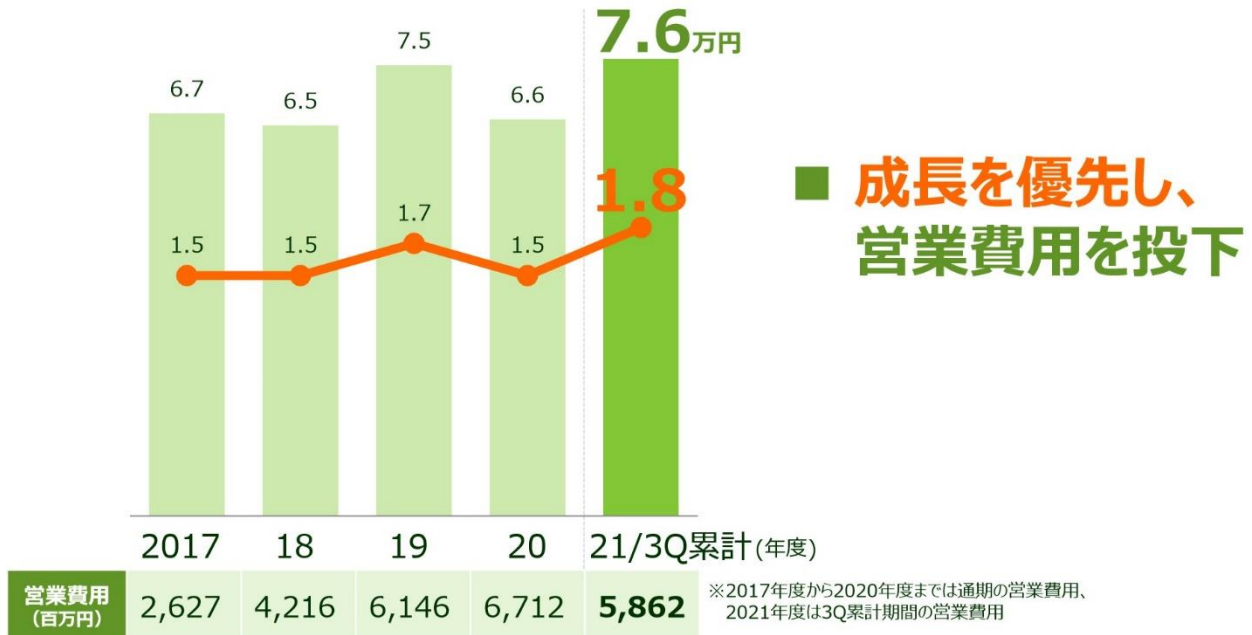
足元第 3 四半期の解約失効率は年換算で 6.0%となり、これは月次チャーン 0.5%水準に相当しますが、新型コロナウイルス感染拡大以前の水準へ戻り、保有契約の純増に貢献しています。

解約失効率は、ヨーロッパ・エンベディッド・バリューの成長にも重要な要素であることから、引き続きお客さまの声や動向の分析を行い、改善に向けた施策に取り組んでまいります。

営業費用効率



■:新契約1件当たり営業費用(万円)
 ■:営業費用/新契約年換算保険料¹



1. 1回当たりの保険料について保険料の支払方法に応じた係数を乗じ、1年当たりの保険料に換算した金額。当社商品はすべて月払いのため、月額保険料×12として算出

7 ページは営業費用効率です。

まず、左下の表に投下した営業費用を記載しています。当第 3 四半期累計期間に投下した営業費用は、58 億 6,200 万円となりました。

前述の通り、10 月から 12 月にかけては必ずしも良い事業環境ではありませんでしたが、ブランド認知を一層高め、契約業績の早期回復を実現するために、営業費用は上半期と概ね同水準のペースで投下しました。

結果として、棒グラフでお示ししている新契約 1 件当たり営業費用は、7 万 6,000 円となりました。

現在の営業費用効率の水準は許容範囲内にあると考えておりますので、今後もさらなる成長投資の機会があると判断した際には、効率を若干悪化させてでも、新契約業績のさらなる成長を優先していきたいと考えています。

営業費用を除く事業費率



- : 営業費用を除く事業費率¹(%)
- : 保険料収入(百万円)
- : 営業費用を除く事業費(百万円)



■ **規模の拡大及び業務効率化により、中期的にさらなる改善を目指す**

1. 営業費用を除く事業費を保険料で除した割合

次に、営業費用以外の事業費の効率について、ご説明します。

営業費用を除く事業費は 28 億 6,100 万円、保険料収入に対する比率は 19.6%となりました。

足元の保有契約の成長に伴い、事業費率が着実に改善しており、前年度に引き続き 20%を下回る水準で推移しております。

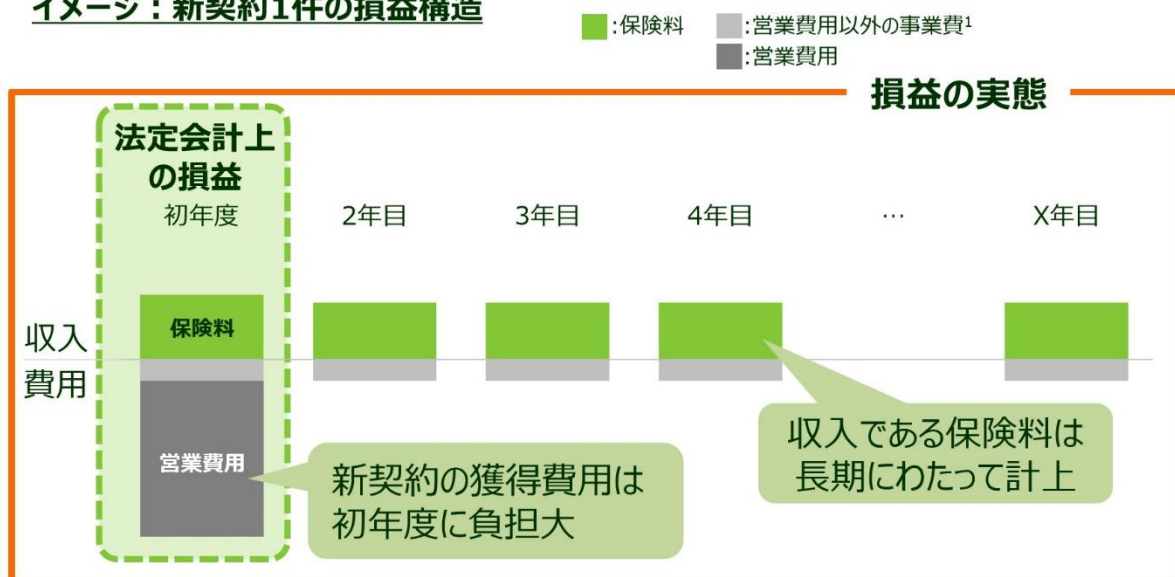
事業費率の改善は、ユニットコストの低下を意味しており、収益性の向上やヨーロッパ・エンベディッド・バリューの増大に寄与する重要な要素であるため、今後も改善に向けた取組みを継続してまいります。

現行法定会計の収益構造



■ 獲得費用は初年度に計上するものの、収入は長期にわたり計上し、収入と費用の発生時期が異なる構造

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

9 ページは、生命保険会社の会計構造です。

当社の収益性を適切にご理解いただく上で重要な点です。

まず、現行の法定会計では、新契約の獲得にかかる営業費用は初年度に集中して計上される会計基準となっています。一方で、売上にあたる保険料収入は保険期間の長期にわたって計上されるため、収入と費用の発生時期が異なる構造となっています。

新契約業績が成長すればするほど、獲得に伴う営業費用は拡大する一方で、当年度に獲得した新契約から生まれる収入は、当年度の実績にあまり反映されません。そのため、当社のように保有契約がまだ十分な規模に達していない中で、新契約業績が力強く成長している場合には、現行法定会計では経常損益にマイナスの影響を与える構造となっています。

修正利益の推移



■ 保有契約から生じる利益は着実に増加

修正利益の計算式

修正利益 = ①経常利益 + ②営業費用 - ③修正共同保険式 ±④標準責任準備金ベースへの調整額¹
再保険の影響額

百万円 / 年度	2017	2018	2019	2020	2021/3Q 累計
①経常利益	△197	△1,719	△2,382	△3,089	△1,948
②営業費用	2,627	4,216	6,146	6,712	5,862
③再保険の影響額	-	-	△1,526	△804	△1,037
④調整額	319	347	546	739	448
修正利益	2,748	2,844	2,784	3,558	3,325

1. 責任準備金繰入額の調整額は、危険準備金の繰入の影響額の除外および保険料積立金の積立方式の標準責任準備金への修正による調整額

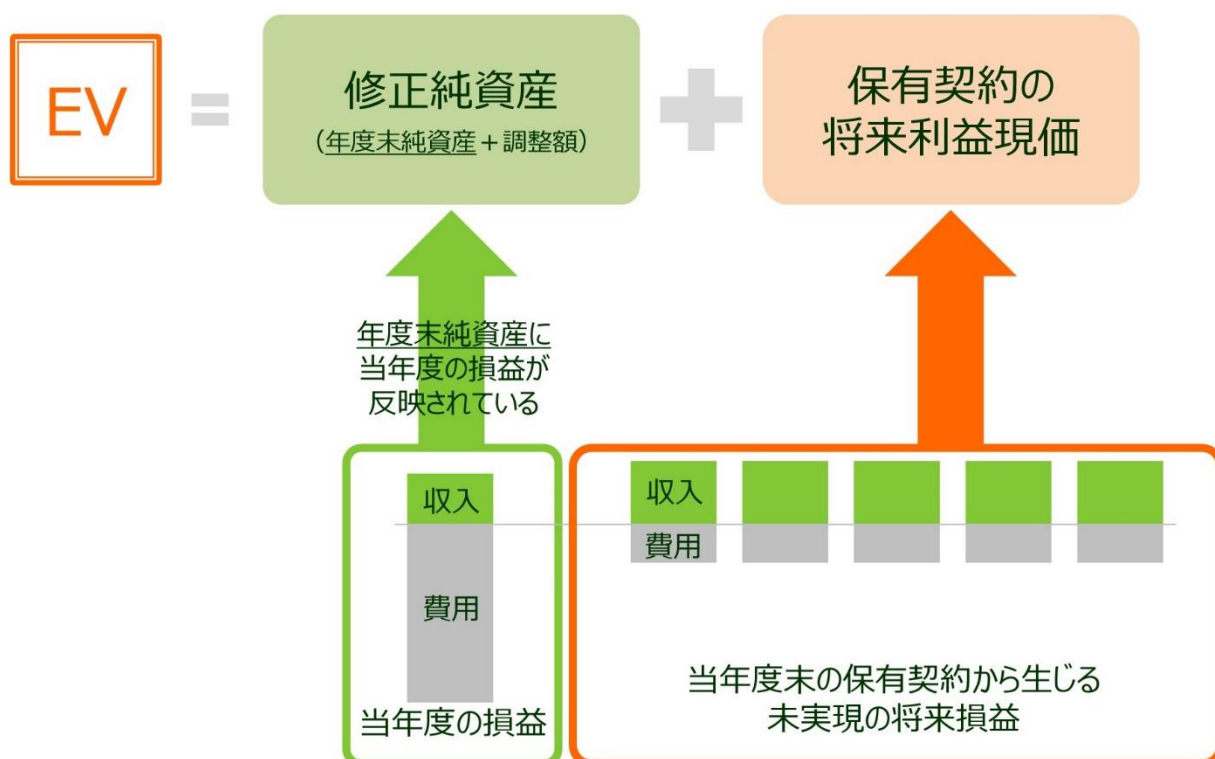
10

10 ページをご覧ください。

そのため当社は、収入と費用の発生時期が異なる営業費用を除き、その他、再保険や責任準備金などテクニカルな損益要因の影響を調整することで、保有契約から生じる期間利益を「修正利益」として開示しています。

当第3四半期累計期間の修正利益は33億2,500万円となり、保有契約から生じる利益を着実に拡大していることがわかりいただけると思います。

EV（エンベディッド・バリュー）の構造



11

11 ページは、ヨーロッパ・エンベディッド・バリューの構造です。

ヨーロッパ・エンベディッド・バリューは、保有契約が今後生み出す、法定会計上では未実現の将来利益の税引後価値を加味した純資産、いわば「純資産の現在価値」であり、当社は重要な経営指標として、ヨーロッパ・エンベディッド・バリューの成長に着目をしています。

エンベディッド・バリューは、「修正純資産」と「保有契約の将来利益現価」を合計した指標です。

当年度の税引後利益は、「修正純資産」の増減に影響を与えます。

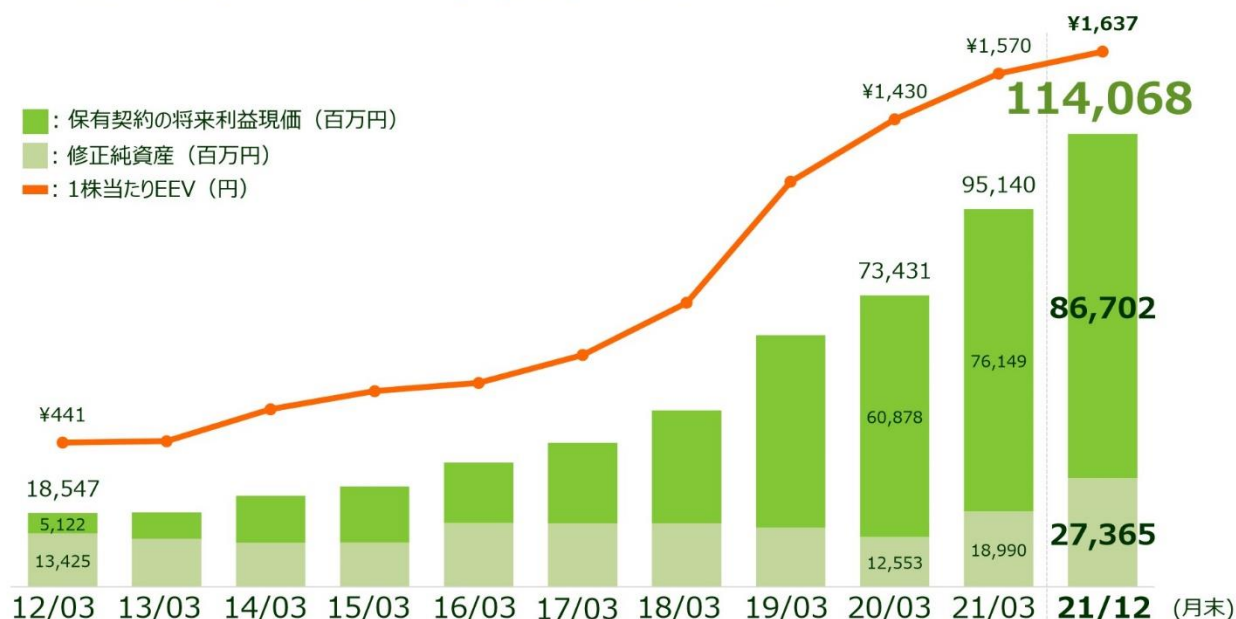
一方、「保有契約の将来利益現価」は、現在の保有契約において、損益計算書上では未だに認識されていない将来の税引後利益を計算し、現在価値に割り引いたものです。

生命保険は、一般的に契約期間が長期にわたるため、契約獲得と会計上の利益が実現するまでタイムラグが生じます。そのため、長期的な収益性の指標であるエンベディッド・バリューで示す必要があると考えています。

EEV¹の力強い成長を実現



- 上場来の年平均成長率はEEV20%²、将来利益現価34%
- 1株当たりEEVは、増資後も着実に増加



1. 当社では、EVの算出に当たって、EEV原則に従っているが、リスクの反映方法などについては部分的にMCEV（市場整合的エンベディッド・バリュー）原則を参考している。2016年度より、超長期の金利水準について、終局金利を用いた方法を適用。2015年度末におけるEEVについても同様の評価により再評価。また、2021年12月末のEEVは、2021年9月末の保険関係の前提条件を用いて計算し、第三者の検証を受けていない
2. 2015年5月の第三者割当増資額30億4,000万円、2020年7月の海外公募増資による資本調達額90億542万円、2021年9月の海外公募増資による資本調達額97億7,184万円を含み算出

12

12 ページをご覧ください。

2021年12月末時点のヨーロッパ・エンベディッド・バリューは、1,140億円となりました。

2012年3月上場以降の年平均成長率は20%ですが、特に、保有契約から生じる会計上未実現の将来利益である「保有契約の将来利益現価」は年平均34%で成長し、EEVの成長を力強く牽引しています。

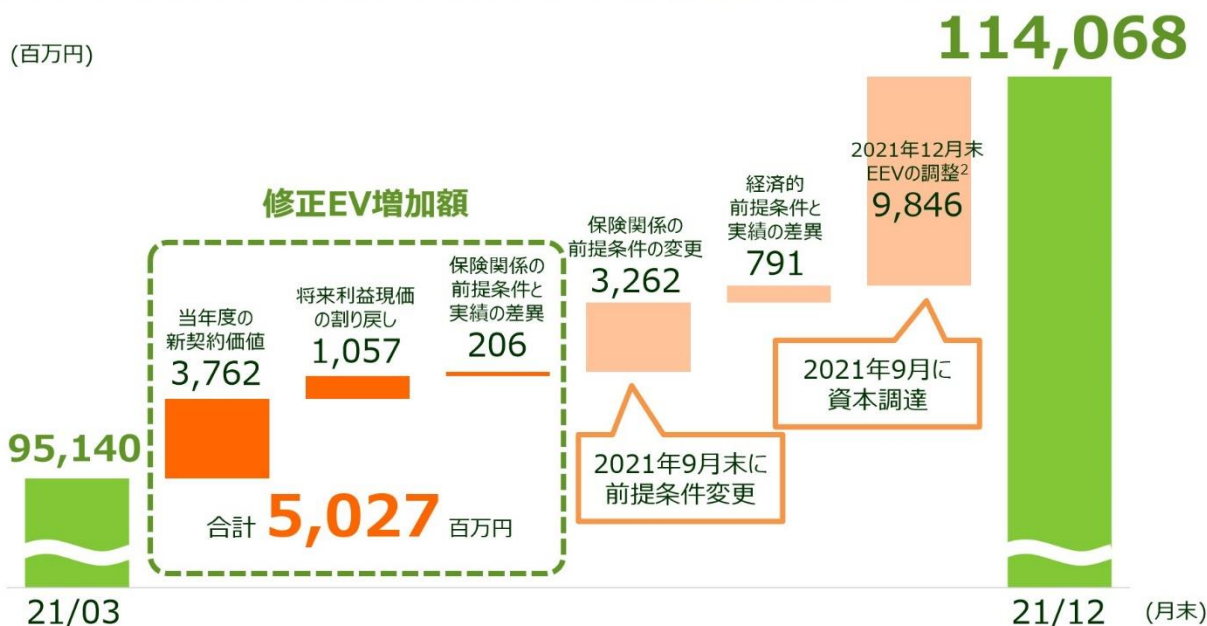
なお、昨年度及び今年度を実施した増資によってEEVが増加した側面もありますが、折れ線グラフで1株当たりEEVの推移をお示している通り、1株当たりの価値も着実に成長しています。

今後も1株当たりEEVの成長を目指してまいります。

EEV¹の変動要因分析



■ 新契約価値を主とする修正EV増加額、2Q時の前提条件の変更及び資本調達により増加



1. 当社では、EVの算出に当たって、EEV原則に従っているが、リスクの反映方法などについては部分的にMCEV（市場整合的エンベディッド・バリュー）原則を参考している。また、2021年12月末のEEVは、2021年9月末の保険関係の前提条件を用いて計算し、第三者の検証を受けていない
2. 資本の増減による項目

13

13 ページは、2021 年 3 月末から 2021 年 12 月末への、EEV の変動要因分析です。

当社は、EEV の変動のうち、ご覧のスライドの緑の点線枠で囲っている、「新契約価値」「将来利益現価の割り戻し」及び「保険関係の前提条件と実績の差異」、これら 3 点の合計を「修正 EV 増加額」と定義し、当社の期間業績を表す指標としています。

当第 3 四半期累計期間の修正 EV 増加額は、50 億 2,700 万円となりました。

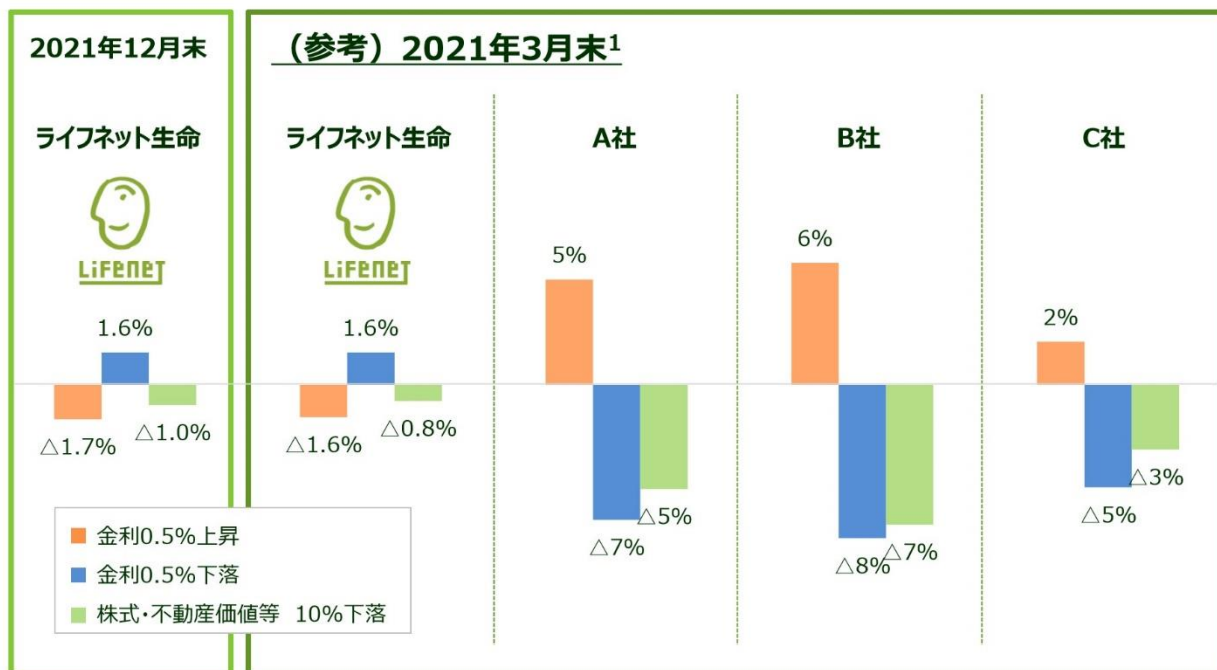
また、保険関係の前提条件の変更は半年に一度行うこととしているため、12 月末時点では変更は行っておりませんが、9 月末時点において、主に保険事故発生率の見直しや保有契約の成長に伴う事業費率の改善などの実績を反映し、前提を見直したことなどにより、32 億 6,200 万円計上しています。

引き続き成長と効率を意識した経営により、EEV の成長を目指してまいります。

EVの金利変動への耐性



■ 金利・株価の変動に対する感応度は限定的



1. 国内の上場生命保険会社各社の開示資料に基づき、当社作成

14 ページは、当社と国内の上場生命保険会社における、EV の金利及び株価等の変動に対する感応度を示しています。

金利や株価等の変動に対する当社 EV の感応度は極めて限定的であるという性質は、これまでと変わりません。

金利変動に対する関心が高まる足元の環境下では特に重要な点ですので、適宜ご参照ください。

【参考】生涯顧客価値（LTV）と顧客獲得費用（CAC）



SaaS企業の主要指標と当社のKPI

	2019年度	2020年度	2021年度3Q累計
Annual Recurring Revenue 契約1件当たり年換算売上高	保有契約1件当たり 年換算保険料 42,486円	保有契約1件当たり 年換算保険料 42,536円	保有契約1件当たり 年換算保険料 42,438円
Life Time¹ 顧客契約期間 (解約失効率の逆数で算出)	平均保険期間 14.3年	平均保険期間 16.7年	平均保険期間 15.6年²
Gross Profit Margin³ 粗利率 (売上高から売上原価差引後の利益率)	45%	43%	45%
Life Time Value 生涯顧客価値 (保有契約1件当たり年換算保険料 × 平均保険期間 × 粗利率)	273,397円	305,451円	297,915円
Customer Acquisition Cost⁴ 顧客獲得費用	75,970円	66,737円	76,912円

1. $1 \div$ 解約失効率
2. 保険料払込猶予期間延長契約の失効契約計上分を除き算出
3. $(\text{保険料} - \text{保険金} - \text{給付金等の支払金} - \text{責任準備金等繰入額}) \div \text{保険料}$
4. $\text{営業費用} \div \text{新契約件数}$

15

15 ページは、ご参考として、当社契約の生涯顧客価値（LTV）と顧客獲得費用（CAC）の関係をお示しています。

本日は説明を割愛しますが、当社事業のユニットエコノミクスをご理解いただく上で重要な点ですので、適宜ご参照ください。

財務状況



(百万円)	21/03	21/12
総資産	54,501	67,781
現金及び預貯金	2,059	4,373
買入金銭債権	999	3,999
金銭の信託	5,895	5,590
有価証券	40,007	47,026
国債	9,004	8,997
地方債	1,482	1,481
社債	21,301	24,233
株式	397	545
外国証券	0	199
その他の証券 ¹	7,821	11,569
負債合計	38,694	43,768
保険契約準備金	36,639	41,710
純資産	15,806	24,012
ソルベンシー・マージン比率 ²	2,647%	3,258%
保有債券の修正デュレーション ³	11.1年	10.2年

■ **短いデュレーションのため、金利上昇の影響は限定的**

■ **ソルベンシー・マージン比率は、充分な水準を確保**

1. 外国債券及び株式等を含む投資信託への投資
2. 通常の予測の範囲を超えて発生するリスクに対応できる「支払余力」を判断するための行政監督上の指標のひとつ
3. 円建債券におけるデュレーション

16

16 ページは、貸借対照表の要約です。

2021 年 12 月末時点の総資産は 677 億円、負債は 437 億円、純資産は 240 億円となりました。

支払余力を示す指標であるソルベンシー・マージン比率は 3,258%となり、充分な水準を確保しております。

また、表の一番下の行に記載がありますが、保有している円建債券の修正デュレーションは 10.2 年で、生命保険会社としては相対的に短いデュレーションとなっていると考えております。

なお、これは満期保有目的債券を含む円建債券全体の修正デュレーションですが、その他有価証券の円建債券のデュレーションはさらに短く、約 6 年程度となっています。

そのため、金利上昇による法定会計への影響は限定的と考えております。

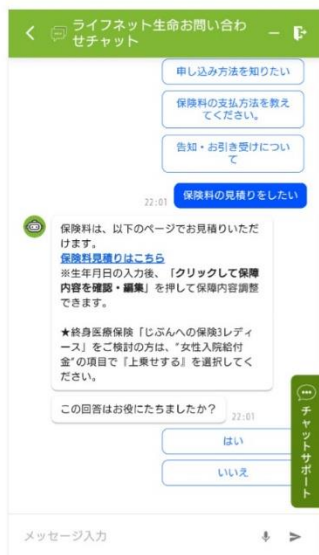
顧客体験の革新への投資



■ 生命保険の顧客体験をリデザインするための取組みを推進

2021年4月 AIチャットボットの導入

- ・夜間など有人サポート時間外のCX向上
- ・対応人員抑制による事業費効率改善



2021年8月 アプリのリニューアル

- ・ご契約者向けの契約管理や請求手続き機能に加え、保険検討者向け機能を新設



2022年1月 AIサイト内検索機能の導入

- ・ウェブサイト利用者が、必要な情報をより簡単に取得可能に



17

ここからは、当第3四半期累計期間の主な取組みをご説明します。17ページをご覧ください。

当社は、直近2年連続で成長資本の調達を行いました。主な資金使途の1つが「顧客体験の革新」への投資です。

当社は、従来の生命保険の顧客体験を、テクノロジーを活用してデザインし直すことで、お客さまの期待を超える便利な生命保険サービスの提供を目指しています。

ご覧の通り、今年度もお客さまとのタッチポイントにおいてさまざまな取組みを推進しており、このような顧客体験向上への積極的な投資が、当社の競争優位性を向上させることに繋がっていると考えております。

顧客体験への評価



■ 外部評価機関および実際の利用者からの高い支持

2021年 HDI格付けベンチマーク公開格付け調査 3つ星

- 当社の「コンタクトセンター」「ウェブサイト」が生命保険業界で歴代最多となる9回目の3つ星ダブル受賞
- 顧客体験の礎となる「ウェブサイト」は、11年連続最高評価



2022年 オリコン顧客満足度®調査 生命保険 加入手続き 第1位¹

- 実際の利用者が評価した生命保険ランキングで、加入手続きにおけるNo.1評価を獲得



1. 調査期間：2021/08/02～08/16、2020/08/21～08/28、2019/08/21～08/28。調査対象：過去3年以内に自分が保障対象の生命保険に加入し、かつ、生命保険に加入する際に選定に関与した20歳～64歳の全国にお住まいの男女10,022人

18 ページをご覧ください。このような顧客体験向上への取組みの積み重ねが、評価として実を結んでいます。

当社が大事にしているストレスフリーな顧客体験が、外部評価機関や実際の利用者から高い評価をいただけたことは大きな意義があると考えており、これらの評価を励みに、今後も顧客体験向上への投資を積極的に実行してまいります。

販売力の強化への投資



■ 成長加速のため、積極的な成長投資を継続

インターネット直販チャンネル

先行指標の認知度は順調に伸長¹



1. 出所: マイボイスコム「生命保険会社のイメージ調査」

ホワイトレーベルチャンネル

中長期的な成長のための種時きを推進中



さらなる成長に向けて、KDDIグループアセットを活用した取組みを両社で検討中。



従来の保険の見直し診断機能に加え、1月から新たな流入導線も用意。今後は、最重要課題である申込率の改善に注力。

19

次に、「販売力の強化」への投資です。

当社は主にインターネット直販チャンネルとホワイトレーベルチャンネルの二つの販売チャンネルを有しており、それぞれの状況を簡単にアップデートします。

まず、開業来からの主力チャンネルであるインターネット直販チャンネルにおいては、ブランド認知度が重要な KPI の一つとなっていますが、最新のアンケート調査では当社の認知度は 49% にまで伸長しました。マス広告を中心とするブランド投資が、当期の契約獲得だけでなく、来期以降の獲得にも寄与するブランド資産になっているということがわかりいただけると思います。

一方、ホワイトレーベルチャンネルにおいては、中長期的な当社の成長を支える大きな柱の一つに今後育てていくため、パートナー各社との新たな取組みを着実に進めています。

昨年夏にスタートしたマネーフォワード社とのホワイトレーベルは、サービスローンチ後に見えてきた課題に対して繰り返し両社で改善を重ね、申込件数も着実に増加傾向にあります。引き続き、生命保険をオンライン上で滑らかに見直すための機能や施策を共同で提供していくことで、着実に業績貢献につなげていきたいと考えております。

システムへの投資



■ 顧客体験向上や将来の事業拡張を見据え、システム領域のトランスフォーメーションを進行中

2021年度

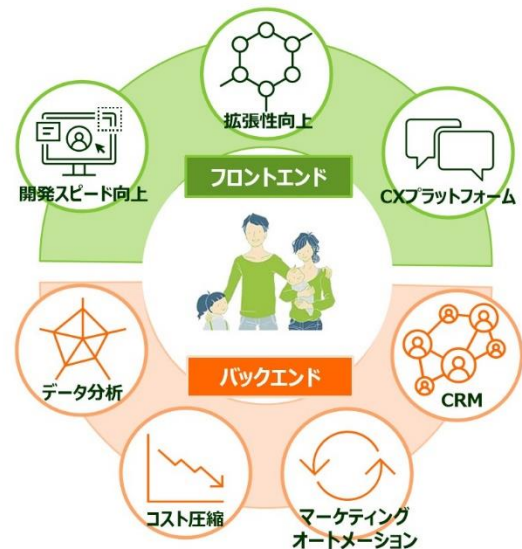


- ウェブサイトのUI/UX開発および改善スピード向上
- スケーラビリティ、オンデマンド性の向上

2022年度以降



- データ分析の効率化や顧客接点の最適化による顧客体験の革新
- 基盤コストの効率化により、事業費を圧縮



20

続いて、20 ページをご覧ください。調達した成長資本は、システム領域にも投資しています。

2021 年度までは、特にお客さまとのタッチポイントであるフロントエンドの基盤刷新に注力し、ウェブサイトなどの UI/UX 開発や、改善スピードを高めるためのシステム投資や組織作り、クラウド化を進めました。

来年度以降は、バックエンドにおいても積極的に投資を進める予定で、これらの投資により、顧客体験の向上はもちろんのこと、事業費率の改善、そして将来の事業拡張にも柔軟に対応できる強固なシステム体制を構築していきたいと考えております。

サステナビリティへの取組み



■ 開業来のサステナビリティへの取組みをまとめたコンテンツをIRウェブサイトへ新設

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



継続的に開示の強化を図るとともに、ESG評価機関への対応を実施

21

21 ページをご覧ください。その他の取組みとして、最後にサステナビリティへの取組みをご紹介します。

当社は、役職員の行動指針としているライフネットの生命保険マニフェストを軸に、これまでも「ガバナンスの継続的強化」「お客さま本位の業務運営」「社会変化への適応」などに取り組んでまいりました。

一方、当社がすでに実施している取組みや開示情報を、投資家の皆さまや評価機関などの皆さまに届ける努力はまだまだ足りていないという課題認識をしまして、この度 IR ウェブサイト内に[サステナビリティへの取組みをまとめたコンテンツ](https://ir.lifenet-seimei.co.jp/ja/sustainability.html)を新設しました。

今後も継続的に開示の強化を図るとともに、評価機関への対応も一層進めてまいります。

2021年度業績予想の修正



- 足元の業績を踏まえ、見直しを変更
- 想定を下回る支払い等でボトムラインが改善

(百万円)

	【修正後】 業績予想		【修正前】 業績予想		2020年度 実績
保有契約 年換算保険料	21,400		21,900		18,713
新契約 年換算保険料	4,100		4,500		4,197
		再保険の 影響額		再保険の 影響額	
経常収益	26,100	4,900	26,100	5,000	20,789
経常利益	△3,400	1,300	△3,600	1,400	△3,089
当期純利益	△3,500	1,300	△3,700	1,400	△3,114

22

次に、2021年度業績予想についてご説明します。22ページをご覧ください。

今年度の業績予想を、記載のとおりの内容に変更します。

まず、前述の通り、下半期の新契約業績が当社の見立てを下回る形で始まったことを受けて、通期の契約業績を下方修正しました。足元の事業環境については、次ページ以降で詳しくご説明します。

次に、ボトムラインについては、保険金・給付金支払いが当社の想定よりも良好な水準で推移していること、また、投資先企業の上場に伴い株式売却益が発生したことなどにより、上方修正しました。

足元の事業状況（新契約）



- 昨年11月を底に、足元は回復基調
- 事業環境を見極めながら、今後さらなる上積みを目指す



23

23 ページをご覧ください。まず、新契約業績の足元の状況です。

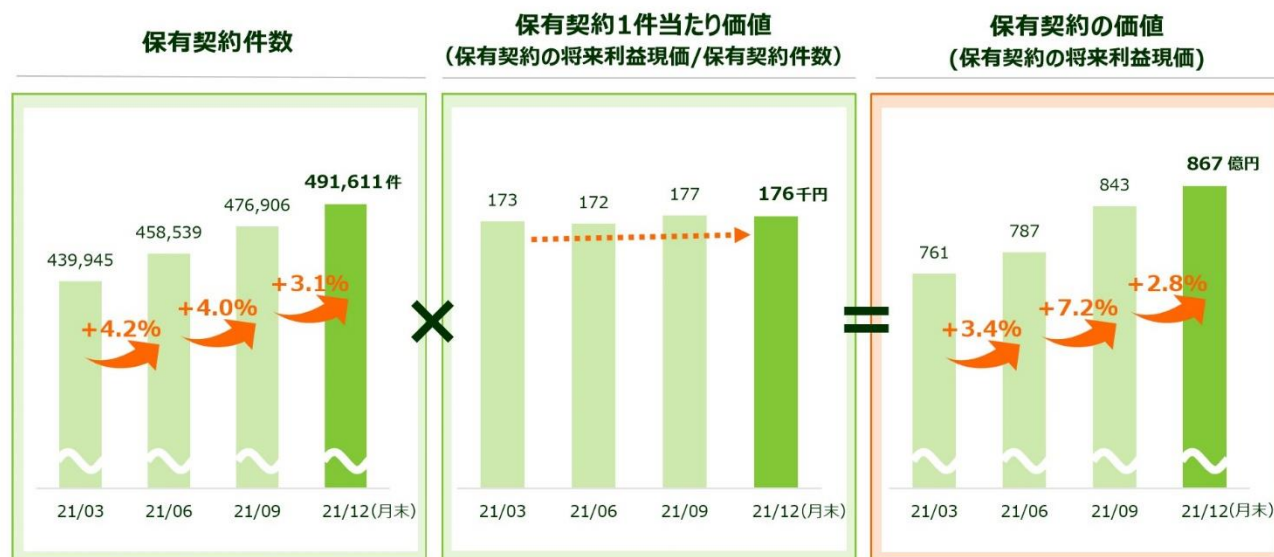
9月末の緊急事態宣言解除以降、生活者の行動が外向きに変化し、総じて生命保険需要が一時的に減退したことにより、新契約業績は10月から11月にかけて当社の見立てを下回る結果となりました。経済がリオープンしていく中での消費者センチメントを見誤った点は大きな反省ではありますが、この学びを2022年の営業活動に活かしてまいります。

そして、新契約業績の減少は11月にボトムアウトし、12月・1月と回復基調にある点は、社内で確かな手応えを感じています。ただし、第3四半期における目標未達分を取り返す程の急回復とはなっていないことから、先ほどのとおり業績予想の修正を行いました。

足元の事業状況（保有契約）



■ 保有契約1件当たり価値は維持し、保有契約の価値は持続的に成長



24

続いて、ストックである保有契約の状況についてもご説明します。24 ページをご覧ください。こちらでは、保有契約に関する各 KPI を四半期単位でお示しております。

まず、左に記載の「保有契約件数」については、このような一時的な揺り戻し環境下において、成長ペースは若干緩やかとなりましたが、着実に成長を持続しております。

また、保険金・給付金の支払いや解約失効率など、保有契約の主要 KPI はいずれも当社の想定よりも良好に推移していることから、中央に記載の「保有契約 1 件当たり価値」は、足元の環境下でも毀損することなく、上半期の水準を維持しております。

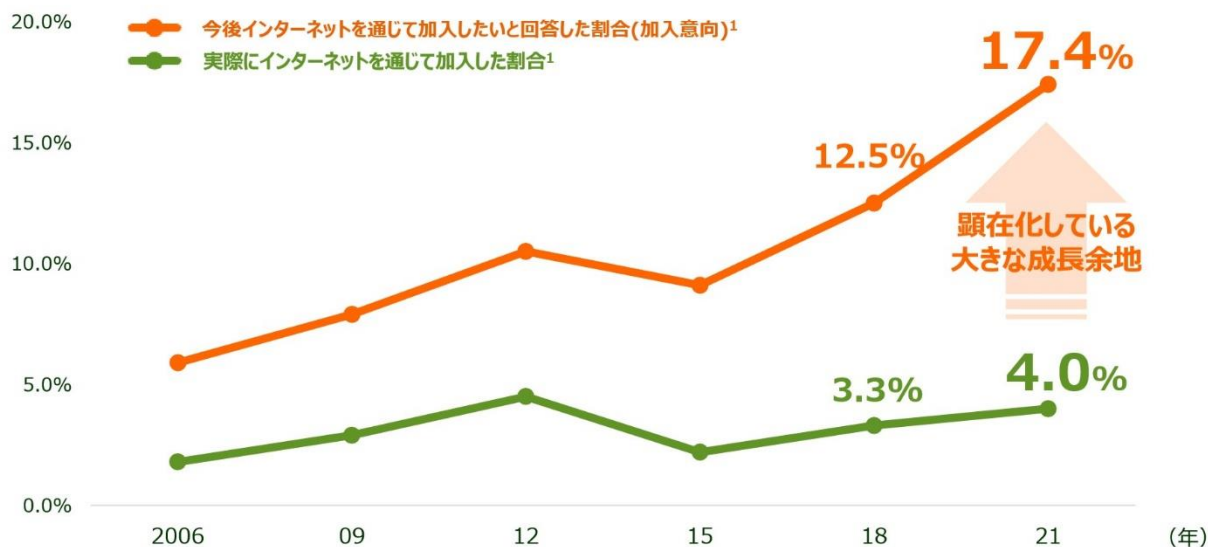
その結果、右に記載の保有契約の価値である「将来利益現価」、つまり株主に帰属する未実現の将来利益は、成長を継続することができております。

このように、保有契約においては価値の毀損は起きておらず、企業価値が持続成長している点に、生命保険事業の底堅さが表われていると考えております。当社としては、今後は新契約業績の回復を通じて、保有契約件数の成長速度を高めていくことに注力してまいります。

オンライン生保市場の成長可能性



■ 金融のデジタル化という構造的な変化を捕え、 今後も持続的な成長を目指す



1. 生命保険文化センター「2021年度 生命保険に関する全国実態調査」

25

ここで改めて、オンライン生保市場の成長可能性に関する当社の認識をお示します。

生命保険文化センターの調査データのとおり、オンライン生保市場の事業環境には、今後も構造的な成長トレンドというものがあると考えております。

このような成長機会を余すことなく享受するためにも、顧客体験向上やシステムへの投資を着実にやっていくとともに、営業投資の加速時期を見極めて、もう一段階の成長が狙えると判断した際には、今後もしっかりとアクセルを踏んでいきたいと考えています。

加えて、生命保険という超長期の事業特性を考慮して、中長期の成長のための投資にも、調達した資本をしっかりと振り向けてまいります。

経営方針



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

26

最後に経営方針です。

当社が目指すべき方向性に変更はございません。

今後も自分たちの力でオンライン生保市場をしっかりと拡大し、この市場におけるリーディングカンパニーであり続けることで、EEV2,000 億円の早期達成を目指してまいります。

以上で、2021 年度第 3 四半期決算の説明を終了いたします。ご清聴、ありがとうございました。