

日本航空株式会社との資本業務提携及び KDDI グループとの業務提携に関する説明会質疑応答

2026 年 4 月 30 日
ライフネット生命保険株式会社

日本航空株式会社との資本業務提携及び KDDI グループとの業務提携に関する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 4 月 30 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

Q KDDI 株式会社(以下、「KDDI」と)の今後の関係性について、業務提携関係は変わらず協業を継続することだが、KDDI 側が保険ビジネスを行うインセンティブは何か。

(横澤) 10 年間の活動を通じて、「au の生命ほけん」を軸とした Win-Win のビジネスモデルを構築してきたと考えている。インセンティブとしては、先方の本業である通信契約のリテンションや、「au の生命ほけん」の販売によって得られる代理店手数料があり、前者においては効果も確認できていることから、今後も KDDI 側としても十分に保険ビジネスを行うメリットは感じていただけるのではないかと考えている。

Q 今後、日本航空株式会社(以下、「JAL」と)による資本の追加取得の可能性はあるか。

(河崎) 本件により、現在 au フィナンシャルホールディングス株式会社(以下、「auFH」と)が保有する当社の 18.3%の普通株式が JAL に譲渡される。これまでも KDDI グループとはこの出資比率の中で段階的にビジネスを拡大することができている。今後、JAL との協業においても、今回取得される 18.3%の資本関係のなかで両社の企業価値を高めていけるものと考えている。今後、追加取得を検討される可能性については、当社から言及できるものではないが、当社は上場企業であることからさまざまな機会に対して柔軟に考えていきたい。

Q KDDI との新たな業務提携において、保険分野はライフネット生命と独占的に行うことになっているのか。

(横澤) 詳細は差し控えるが、業務提携に関してはこれまでの枠組みと基本的に変わることはない。個人保険・団体信用生命保険(以下、「団信」と)ともに、当社の持つオンライン販売のノウハウや競争力のある保険料が、先方としてはライフネット生命を選ぶ強い理由になると考えている。Win-Win の関係を築くことが重要であり、引き続き、当社からもビジネスメリットのある保険の提案をすることで中長期にわたって良い関係を築いていけるものと考えている。

Q [補足説明資料 7 ページ](#)の JAL グループを対象とした団体保険について、すでに先方は他社と組んで提供しているのではないかと考えるが、今後ライフネット生命に乗り換えることになっていくのか。JAL の事業を踏まえると、空港で買えるような旅行傷害保険など検討の余地はあるか。
(横澤) 現時点で具体的に決まっているものはないが、生命保険会社の免許で可能なことや、当社が事業ドメインを拡張することなども踏まえて、さまざまな可能性を検討していきたい。

Q [補足説明資料 7 ページ](#)のマイルなどを活用した JAL の生命保険について、具体的にどのような商品をイメージしているか。ライフネット生命との協業により先方のサービスにどのような付加価値があるのか。

(横澤) マイルを活用した今後の商品・サービスの可能性については今後両社で検討する。KDDI との協業においても、先方の顧客基盤に対してメリットある商品を提供してきた。JAL においても先方にメリットある形で設計していきたい。また、先方はスマホアプリを活用したサービスを提供しており、オンライン生保のリーディングカンパニーとしての UI / UX のノウハウは大きなメリットになると考えている。

Q auFH との資本提携の解消の経緯について、KDDI グループ側から解消の申し入れがあったのか。2026 年 3 月 31 日に、auFH から派遣されたライフネット生命の社外取締役の辞任が発表されたことも含め、ここに至る経緯を教えてください。

(河崎) KDDI グループとは、2015 年に資本業務提携を締結して以降、10 年にわたってパートナーシップを築いてきた。au 経済圏を活用した個人保険商品の販売や団信の提供など、事業範囲を広げながらビジネスを拡大している。今回の資本提携の解消については、10 年を経て安定的かつ自律的な運営ができるようになってきたことを受けたものではあるが、資本提携の解消は株式譲渡に伴うものであり、それについては一義的には KDDI グループ側の判断となる。一方で、業務提携については、両社で継続することを確認しており、本日、auFH と共同でリリースも開示しているとおり、今後も関係性は変わらない。

Q JAL ブランドのマイルが貯まる保険は他社が先行している認識だが、あまりスケールしていないように見受けられる。JAL グループとの協業のポテンシャルを感じた背景を教えてください。

(横澤) 協業が成功する要因は大きく 3 点あると考えている。1 点目は大きな顧客基盤を持っていること、2 点目は集客性の高いサービスを持っていること、3 点目は顧客メリットを作ることのできる商品性があること、である。3 点目は先方のコミットメントが重要であるが、今回出資いただいていることに加え、JAL の経営ビジョンにおいて非航空領域の拡大を掲げている。当社のオンライン生保 No.1 として培ってきたノウハウを注入することで、現在の協業先である KDDI や三井住友カード株式会社(以下、「SMCC」)と同様の規模まで成長するビジネスになると自信をもっている。

Q JALのマイルで保険を買うことは規制上問題ないのか。

(横澤) ご認識のとおり、保険商品は当局の認可が必要となるため現段階でお伝えできるものはない。ただ、マイルで保険を買うというよりも、例えば、保険販売を通じてマイルが貯まるような設計にすることで、JALの経済圏のさまざまなサービスをマイルで利用できることが、お客さまのメリットになると考えている。

Q 「auの生命ほけん」はこの10年間の協業を通じてどのくらい業績貢献をしたか。JALとの協業による業績貢献を定量的に開示する予定はあるか。

(横澤) 競争戦略上、開示はしておらず今後も予定はしていない。各協業先との取組みを通じて、業績の全体的な成長を示すことが重要であると考えている。他方、KDDIとの事業においては、この10年間で当社の契約業績にかなり貢献していただいたと考えている。私自身2015年にKDDIとのビジネスを立ち上げる際の責任者として、当社の成長に寄与できた自負もあり、引き続き、成長のドライバーになると考えている。

Q 今回の発表に至ったストーリーを教えてください。KDDIとの提携の変化の兆しは1ヶ月前の発表からあったと感じていたが、先方からどのような話があり、ライフネット生命の中でどのような検討をして、なぜ新たな資本提携先がJALとなったのか。

(河崎) 資本の異動については、一義的にはauFHとJALとの間での相対取引であり、当社が言及する立場にない。ビジネスについては、当社は中期計画の重点領域の一つとして掲げた「Embedded」でしっかりと成長を実現していきたいと考えている。当社にとって魅力的なパートナーの要件としては、高いブランド力や大きな顧客基盤を持つ企業が良いと考えている。「Embedded」の戦略においては、パートナー企業と当社のインセンティブが一致することが重要であり、JALにおいては先方の経営ビジョンの中で、非航空領域への注力を掲げていることから、両社で強みを掛け合わせて成長していきたい。

Q 印象としては、KDDIグループがJALを選んだと見えるが、ライフネット生命が選んだわけではない理解でよいか。

(河崎) 詳細な経緯は非開示とするが、パートナービジネスの拡大を掲げているなかで、本件に関わらずさまざまな企業とのコンタクトはある。JALは当社にとって魅力的な提携パートナーとしての要素を兼ね備えており、今回、JALとの資本業務提携は当社の企業価値向上においてもポジティブであると考えている。

Q 本日開示の[リリース](#)によると、JALグループがライフネット生命の株式を追加取得する場合には、ライフネット生命の事前の承諾を得ることが必要であるが、今後どのような株主構成を考えているか。

(河崎) あらゆる投資家の皆さまからの提案に対してオープンに比較検討できる状態、すべての株主の皆さまにとって最善の選択をとれる機会を確保しておくべきであるという考えのもと、当

社の承諾を要する仕組みとした。まずは、18.3%の比率の中で、両社でしっかりと企業価値を高めていきたい。

Q JAL との業務提携において、顧客基盤は大きいことは認識しているが、お客さまとのタッチポイントは多くないのではないか。他の協業先と比べて、どの程度のポテンシャルを見出しているか。

(横澤) KDDI と業務提携を始めた当初も、通信と保険がうまくいくのかという声もあったが、しっかりと実績を作ることができている。JAL との協業においても、顧客基盤に加え、顧客利便性の高いサービスを有し、そこに我々のノウハウを掛け合わせるものである。JAL はマイルをはじめとしたロイヤリティプログラムがあり、他の協業先と同様に高いポテンシャルがあると考えている。

Q Embedded の戦略を拡大していくうえで、資本提携は必要か。その場合、ライフネット生命の大株主は持株比率がやや高いが、今後思うような形で戦略を進めることができるのか。

(横澤) パートナー企業のコミットメントが高まることが Embedded においては一番重要であると考えている。資本提携はコミットメントを引き出すための一つの要素にはなりうると考えているが、必須とは考えていない。当社のオンライン生保としてのノウハウを必要とする、取引頻度の高いサービスと大きな顧客基盤を持つパートナーであれば、資本を伴わずして十分に推進することは可能であると考えている。

Q JAL マイレージバンクの会員数が約 4,100 万人とあるが、どのくらいの新規顧客を見込んでいるか。

(横澤) 現時点での具体的な回答は控えるが、強力な顧客基盤に当社商品を提供することで、Embedded の成長を大きく加速させることができると考えており、KDDI グループや SMCC に匹敵する規模の提携にしていくことで、しっかりと企業価値の増大につなげたい。

Q 本件発表後、株価が 10% 下落しており、資本市場は au じぶん銀行との団信事業の継続性を懸念しているのではないかと推察しているが、この動きをどのようにとらえているか。

(河崎) 本日 12:00 に発表し、後場にかけて株価が下落しており、資本市場の発表直後の反応として、真摯に受け止める必要があると認識している。背景の仮説として、資本関係の変更に伴う KDDI グループとの今後のビジネスへの影響や JAL との提携効果について、市場では初期的に慎重な受け止め方となっているのではないかと考えており、本日のこの説明会の場もそうであるが、しっかりと説明していくことで、認識ギャップを埋めていきたい。今回の KDDI グループとの業務提携において、個人保険・団信ともに協業を継続し、相互に重要なパートナーとして推進していくことを両社で合意している。そのうえで、JAL との提携は新たな Embedded の機会として追加的な効果を期待いただけるものと認識しており、当社としてはさらなる企業価値を追求できるポジティブな提携であると考えている。この点、資本市場との認識の乖離があれば説明責任を果たし、対話を通じてしっかりと埋めていきたい。

Q JAL は、若年層をメインターゲットとするライフネット生命とは異なる属性のお客さまを有しているのではないかと考えるが、ライフネット生命が期待する JAL との提携による新たなお客さま層へタッチポイントはあるのか。

(横澤) 当社は若年層に支持されているブランドであるが、パートナービジネスにおいては、若年層フォーカスというよりも、パートナー企業の顧客基盤やブランドに合わせた戦略をとっている。ご認識のとおり、JAL の顧客層は当社ブランドのお客さまと異なる認識である。パートナー企業のお客さまに届くような商品・サービス設計やウェブサイト構築を行ってしっかりと価値を届けていきたい。

以上