

## 2013年度(2014年3月期)第2四半期決算説明会 質疑応答

2013年11月15日

ライフネット生命保険株式会社

2013年度(2014年3月期)第2四半期決算説明会における質疑応答の概要を開示します。

## 〈決算説明会 開催概要〉

開催日時:2013年11月15日(金曜日)午前10時30分

回答者:代表取締役会長兼 CEO 出口 治明  
代表取締役社長兼 COO 岩瀬 大輔  
執行役員 堅田 航平

Q ネット生保が、今後拡大するという前提で、現時点で障壁となっていると考えられるものは何か。また、それが解消するとしたら、何がきっかけになると考えているのか。

(出口) [決算説明会資料の54ページ](#)のとおり、現在8社がインターネットで生命保険を取り扱っている。現状を例えるなら、8社が「既存のチャネル構造」というダムに小さな穴をあけようと頑張っている段階である。その穴を一定程度あけることができれば、ネット生保市場が大きく成長するタイミングが到来すると考えている。生命保険は営業職員から対面で買うものという従来の社会常識があり、現状はその常識を覆すことができていない状態だと考えているが、医薬品をはじめ、他の商材でもインターネット販売は広がっており、数年単位で考えると、状況は改善するのではないかという見通しを持っている。

(岩瀬) 現状を説明すると、[決算説明会資料の49ページ](#)のとおり、月間20~30万人がPC経由で当社のウェブサイトを開覧しているが、契約成立は2,000~3,000人程度なので、残りのお客さまはウェブサイトへの訪問があるものの、何らかの理由で申込みを行っていない状況である。潜在的には、多くのお客さまがインターネットで生命保険を調べ、インターネットを利用した申込みを希望していると考えているが、それを実現する利便性を提供できていないことが障壁のひとつだと認識している。コツコツとした細かい改善の繰り返しや丁寧な見込み顧客へのフォローを今後も継続していきたい。

Q ネット生保が拡大するタイミングのきっかけは何か。ネット生保の社数なのか、社会常識なのか、あるいは規制上の課題なのか。

(出口) 複合的な要因があると思うが、ネット生保が増加した上で、各社が創意工夫することにより、健全な競争を繰り広げることが最も重要である。持論として、どんな業界であれ、競争が進歩の最大の要因であると考えている。現状の認識では、社数は増えてきたものの、ネット生保という市場自体がまだ活性化していないと感じている。

Q 新契約件数を増加させる施策として、ウェブサイトの改善をはじめとして、資料請求など生命保険を検討する人数を増やす効果があるものと、資料請求後に未だ検討中である7割の潜在的な顧客に対して、コンタクトセンターからの電話など、申込みを促す効果があるものに分けられるとすると、効果が大きいと考えられる手法は、後者であると考えて良いか。

(岩瀬) 基本的には、テレビCMによりウェブサイトへの訪問者数を増やし、ウェブサイトを改善して申込み完了までの比率を上げることが中心であると考えている。これに加えて、資料請求後に検討中であるお客さまにアプローチすることによる申込件数の改善の伸び代は大きいのではないかと期待している。社内の経営資源も相応に投入して、対応中である。

Q フォローアップ施策の手応えを件数で示唆してもらうことはできるか。

(岩瀬) [決算説明会資料の34ページ](#)のとおり、検討中のお客さま約70%に対して、申込みされたお客さまは10%~15%である。資料請求数は毎月およそ4000~5000件あると考えると、検討中の70%がどれくらい申込みに転換できるかということで、潜在的な増加分はイメージしていただけたらと考えている。資料請求数を増やすことに加え、検討中の70%のお客さまに対してフォローアップすることで申込件数の増加を期待できると考えている。

Q 中期計画における経営目標達成の可否をどのように考えているか。

(岩瀬) 中期計画は、今年5月に発表したばかりであり、現時点で中期計画を変更することは考えていない。着実に経営目標の達成を目指したい。

Q [決算説明会資料11ページ](#)における1件当たり営業費用について、四半期ベースで考えると、第1四半期の約36,000円から、第2四半期は約40,000円と増加しているように見受けられる。第2四半期の1件当たり営業費用の増加の要因は何か。

(岩瀬) 主な要因として、8月に新たなテレビCMを放映開始したが、その効果が浸透するのに時間がかかっていることが挙げられる。(先行費用を投下した一方、まだ新契約件数の増加に繋がっていないことによるもの)

Q 今年度の上半期は1件当たりの営業費用が約38,000円であるが、中期的には20,000円台を目指したい旨の説明があった。一方で、新契約件数は前年度の下半期に比べると減少傾向であるが、今下半期以降、1件当たり営業費用の維持と新契約件数の増加のどちらを優先するのか。

(岩瀬) バランスをとりながら、中期計画を達成するステップを検討したい。現状としては、スマートフォンへのデバイスのシフトなどの環境変化により、効率の良い手法を見極めることを重視して、先行的な投資を控えている。一方で、より費用対効果の高い手法を見極めることができれば、成長加速のために事業費を投下することもあり得る。

Q 非常に市場規模の大きい、他社の既存契約からの見直しを検討する顧客向けのマーケティング施策へ方向性を転換するという方針は考えていないのか。

(岩瀬) 新しいマーケティング策を検討する中で、生命保険の見直しを考えているお客さま向けの訴求方法も準備している。これまでは生命保険を初めて契約する 20~30 代を重点的に獲得してきたが、今後はすでに生命保険に加入している 40 代前後のお客さまへのアプローチも視野に入れて、検討を進めている。

Q [決算説明会資料 51 ページ](#)の商品改定の検討の背景において、他社の新しい商品に顧客が取られているという実態はあるのか。

(岩瀬) 新契約の商品構成は、死亡保険が 4 割、医療保険が 2 商品で 5 割、残りが就業不能保険である。1 人当たり 1.8 件を契約していることを考慮すると、約 8 割のお客さまが定期死亡保険を契約し、追加で医療保険や就業不能保険を契約しているというのが、当社のお客さまの現状である。市場全体を考慮して、死亡保障と医療保障を比較すると、数倍程度、医療保障の市場は大きいと考えている。お客さまの現状と市場の大きさを考えると、医療保険をさらに訴求できる余地が大きいと考えられる。

Q 今後の商品改定の頻度は増えるのか。また、改定を検討する上での障壁は何か。

(岩瀬) 障壁は特にないが、標準利率の引き下げに合わせた他社の動向などをよく見極めてから対応することを検討していた。詳しい内容や時期は、認可事項であり、当局との折衝もあるため、申し上げられないことをご了承いただきたい。既存商品の見直しによって、競争力が強化されることを期待して、準備を進めている。

Q [2013年9月末のヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示資料8ページ](#)で、前年度末からのエンベディッド・バリューの変動要因として、「保険関係の前提条件の変更」がプラスになっている。定期保険のエンベディッド・バリューを計算する上での発生率は、通常の死亡率の統計に対して、どの程度保守的な水準としているのか。非市場性リスクの解放と合わせてご説明いただきたい。

(堅田) エンベディッド・バリューの変動要因のうち、「保険関係の前提条件の変更」は3億3,000万円である。このうち、発生率をはじめとする保険関係の前提条件を変更したことによる影響は1億円程度であり、残りは、繰越欠損金の回収可能性の見直しや法人税の均等割の計算上の処理の見直しなどが要因である。これらが「保険関係の前提条件の変更」に関する補足である。

エンベディッド・バリューは、対外的に開示するため、第三者意見を取得しており、前提条件として、最良の推定値を用いて計算している。発生率についても、当社の保険金等の支払い実績と業界の発生率の水準を参照しているが、実績が不十分でない部分には一定の保守性を含んでいると考えていただきたい。業歴が短いため、業界の水準も利用しているが、今後、自社の発生率のデータが蓄積されれば、良い方向に前提条件を変更できる可能性もあると考えている。

Q 現状の(5年チルメル式による)責任準備金と標準責任準備金を積んだ場合の必要額の差額はどの程度か。

(堅田) 2013年9月末で約33億円の水準である。

Q [2013年9月末のヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示資料4ページ](#)の「非市場性リスクに係る費用」の金額は、保有契約件数が倍になった場合でも、急激には減少せずに逡減するものと認識しているが、その際は現状のエンベディッド・バリューの変動要因に含まれる「非市場性リスクに係る費用」の解放と打ち消しあう効果があると考えて良いのか。

(堅田) [2013年9月末のヨーロッパ・エンベディッド・バリューの開示資料8ページ](#)の「将来利益現価の割り戻し(リスクフリー・レート分)」に計上されている2億9,600万円の大部分は「非市場性リスクに係る費用」の解放によるものである。1件当たりの「非市場性リスクに係る費用」は、定期死亡保険の保有契約の増加に応じて速さは異なるものの、中長期的には減少する方向にあると考えている。再保険を活用することにより、非市場性リスクの負担を軽減するという手法もあると思うが、具体的に検討はしていない。

以上