

2016年度(2017年3月期)第2四半期決算説明会 質疑応答

2016年11月11日

ライフネット生命保険株式会社

2016年度第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。

<開催概要>

開催日時:2016年11月11日(金曜日)午前10時30分

回答者:代表取締役社長 岩瀬 大輔

執行役員 経営戦略本部長 森 亮介

執行役員 コーポレート本部長 木庭 康宏

Q 2016年12月からの保険料還付金付き「auの生命ほけん」の発売に当たって、事業費を何に使うのか。

(岩瀬) 代理店である KDDI 株式会社積極的に広告宣伝をしていただけていると考えている。一方で、KDDI 株式会社に限らず、代理店との協業で、PR 施策や一時的な販売促進を行うこともあるので、当社として共同のプロモーションを検討していきたい。

Q 就業不能保険に競合他社の参入が増加していることをどのように評価しているか。

(岩瀬) 競合他社の参入によって、少しずつお客さまの就業不能保険についての認知が高まり始めたと感じている。就業不能保険の普及率は低い状況だと認識しており、市場が活性化し、拡大することが重要だと認識している。そのため、他社の参入によって当社が影響を受ける段階というより、まだ多くの人が就業不能保障の必要性を認知していない状況では、競合他社の参入により、市場が活性化すると考えている。

Q 当社の就業不能保険「働く人への保険2」の優位性は何か。

(岩瀬) 他社商品との具体的な比較は差し控えるが、保険料に対する保障内容というコストパフォーマンスの点でお客さまにはメリットのある商品であると考えている。

Q エンベディッド・バリュー(EV)の補外方法の変更に関して、変更前の方法で計算した場合、EVはどの程度になるか。

(森) 補外方法の変更前後で、2016年3月末において、従来よりも2.3%程度の増加となった。2016年9月末の変更前の計算方法による数値は開示していないが、変更の影響によって大きくは変わらない水準である。

Q 補外の開始年度を40年目に設定しているようであるが、その理由は何か。

(森) 計算に用いる割引率としてスワップレートや国債等も考慮している中で、30年目を開始年度とする場合と比較して保守的にしたことに加え、市場の金利水準をより重視したことによるものである。

Q 保険料還付金付き「auの生命ほけん」の発売に際して、事業費を追加で投下する理由は、還付金の費用負担ではなく、広告宣伝費として、投資するためのものなのか。

(岩瀬) 保険料の還付となることで、負担の主体は当社となるものの、現行の方法と比較して両社の経済性に大きな変更が生じないような取り扱いを行う予定である。当商品のプロモーション等を積極的に行うことも追加的に事業費を投下する理由のひとつである。

Q 現状の金利水準が続く場合、今後のEVにおける新契約価値への影響をどのように考えているか。

(森) 金利が現状のまま推移する場合は、その他の要因による増加がない限り、新契約価値は現状の水準が継続すると考えている。

Q 負債のデュレーションを教えてください。

(森) 将来の保険料収入からみた平均的な契約残存年数は15年程度である。

Q 事業費が前年同期と比較して増加したことに加え、今後も事業費を追加で投下することが、業績予想をマイナスとした要因なのか。

(森) 中間期で保険業法第113条繰延資産考慮前の経常損益で黒字となった要因は、想定よりも少ない保険金等の支払いと事業費によるものと考えている。当年度の見通しとして、営業費用を中心に事業費を積極的に投下していくことと、保険金等の支払いの水準を、直近実績より保守的に考えていることから、保険業法第113条繰延資産考慮前の経常損益の業績予想をマイナス3億円に修正した。

Q 12月から発売する保険料還付金付き「auの生命ほけん」が、保険業法等の各種規制の影響を受ける可能性はないのか。

(岩瀬) 保険料還付金付き「auの生命ほけん」は、金融庁の認可を受けた商品という点で、法的な安定性は高いと考えている。

Q 保険料還付金付き「auの生命ほけん」により、どの程度新契約件数が増加する見込みか。

(岩瀬) 具体的な件数は回答を控える。新契約の獲得効率が悪化する可能性があることを理解したうえで、2016年度において新契約業績を反転させることが、中長期的な成長に繋がると考え、タイミングを見計らって事業費を追加で投下することを決めた。その一方で、業績予想のうち、経常収益は据え置きとしている。

Q 前年同期と比較すると、新契約の年換算保険料が16%増加している。これは、「auの生命ほけん」の影響によるものか。

(岩瀬) 「auの生命ほけん」に加えて、代理店を中心に販売している就業不能保険の増加やインターネット直販による改善もあり、それぞれのチャネルの影響がある。

Q 12月の保険料還付金付き「auの生命ほけん」の発売にあわせて、営業費用を投下するのか。また、その用途として、広告宣伝の量を増やすのか。

(森) 保険料還付金付き「auの生命ほけん」の発売を、追加の事業費を投下する良いタイミングであると捉えている。用途は、ネット直販が占める部分は多いものの、保険料還付金付き「auの生命ほけん」に関するものとして、代理店であるKDDI株式会社に対する販売支援に該当するものもあると考えている。

Q 積極的な営業費用の投下により大きく成長した場合、中期計画の経営目標である経常収益135億円の見通しをどのように考えているか。

(森) まずは、追加の事業費を投下することで、今年度における新契約業績の反転を確実にすることが、今後の中期的な成長や中期計画の達成に繋がると考えている。中期計画への影響は、適切なタイミングで今後見極めていきたい。

Q EVにおける補外方法として、終局金利を導入したことにより、新契約価値の収益性の判断に影響はあるか。

(森) 終局金利を採用したこと自体に当社のEVや新契約価値に対する影響は大きくないと考えており、従来の収益性の認識を大きく変更するものではないと考えている。

Q 競争環境や新契約価値を考慮したうえで、2017年4月の標準利率の改定をどのように考えているのか。

(森) 商品毎に収益性に与える影響を見極めたいと考えている。当社は、貯蓄性の保険商品がないことに加え、主力の死亡保険は、定期タイプで保険期間は10年が中心であることから、比較的影響が少ないと考えている。一方で、当社商品のうち、保険期間の長い終身医療保険は相対的に影響が大きいと認識している。競争環境の変化等を注視して対応方法を検討していきたい。

以上